



Fundacja EY

Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa

tel. 022 557 66 93,

fax. 022 557 70 01

e-mail: fundacja@pl.ey.com

## **KONKURS „Lokalne kampanie społeczne” REGULAMIN IV EDYCJI KONKURSU GRANTOWEGO**

### **I. Organizacja i cel Konkursu**

1. Organizatorem Konkursu jest Fundacja EY z siedzibą w Warszawie przy ul. Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa, KRS 0000164082. Konkurs wcześniej funkcjonował pod nazwą „Dzień Rodzicielstwa Zastępczego – kampania społeczna”.
2. Konkurs dotyczy organizacji kampanii społecznej na rzecz rodzicielstwa zastępczego w społeczności lokalnej.
3. Celem Konkursu jest organizacja kampanii społecznej na rzecz rodzicielstwa zastępczego na terenie powiatu lub kilku powiatów. Termin „kampania społeczna” definiuje się jako zestaw różnych działań, których celem jest doprowadzenie do wzrostu wiedzy, zmiany myślenia, zachowania wobec rodzicielstwa zastępczego. Kampania społeczna może stosować narzędzia i techniki reklamowe oraz Public Relations. Pierwsze z nich - działania reklamowe - służą budowaniu zasięgu (dotarcie do jak największej liczby ludzi z grupy docelowej), natomiast działania PR mają na celu pogłębienie tematu i budowanie relacji z odbiorcami kampanii (spotkania, warsztaty, seminaria, publikacje).
4. W ramach konkursu należy określić następujące elementy kampanii społecznej: jej cel, grupę lub grupy docelowe, hasło i główny przekaz, jak również kanały dotarcia do odbiorców, działania, które zostaną zrealizowane w ramach kampanii, partnerów.
5. Odbiorcami planowanej kampanii społecznej są mieszkańcy danego powiatu/powiatów, a nie już istniejące rodzinne formy pieczy zastępczej, które mogą pomóc w jej przeprowadzeniu.

### **II. Warunki udziału w Konkursie**

1. O granty na organizację kampanii społecznej na rzecz rodzicielstwa zastępczego mogą ubiegać się: rodziny zastępcze (RZ), rodzinne domy dziecka (RDD), placówki opiekuńczo-wychowawcze typu rodzinnego, organizacje pozarządowe (fundacje, stowarzyszenia) oraz instytucje publiczne (samorządowe i państwowe tj. PCPR, MOPS, MOPR, Organizatorzy Rodzinnej Pieczy Zastępczej), które pracują bezpośrednio z RZ oraz z prowadzącymi RDD, a także ich podopiecznymi i mają z nimi osobisty kontakt.

2. Maksymalna kwota dotacji na realizację jednego projektu kampanii społecznej wynosi 10 000 zł. Pula dostępnych środków w ramach konkursu wynosi 100 000 zł.
3. Wnioskodawca zobowiązany jest do wniesienia min. 10% wkładu własnego do kosztów kampanii społecznej w formie finansowej, rzeczowej lub merytorycznej.
4. Razem z wnioskiem o dofinansowanie (wniosek aplikacyjny) Wnioskodawca zobowiązany jest przedstawić szczegółową listę partnerów, jakich zamierza zaangażować w przygotowywaną kampanię społeczną. Organizator zastrzega sobie prawo do odmowy Wnioskodawcy udziału w konkursie, za pisemnym wyjaśnieniem, jeśli w sposób racjonalny ustali, że obowiązujące przepisy prawne lub wymogi zawodowe (w szczególności te dotyczące niezależności biegłych rewidentów lub doradców podatkowych lub konfliktu interesów) uniemożliwiają dofinansowanie danej kampanii społecznej z uwagi na zaangażowanych przez Wnioskodawcę partnerów.
5. Każdy z uprawnionych do uczestnictwa w konkursie podmiotów może złożyć tylko **jeden wniosek** o dofinansowanie organizacji kampanii społecznej na rzecz rodzicielstwa zastępczego.
6. Wniosek aplikacyjny należy przesłać w wersji elektronicznej w 2 formatach: plik w formacie .pdf interaktywny bez podpisów oraz plik w formacie .pdf wraz z zeskanowanymi, wskazanymi we wniosku załącznikami podpisany przez uprawnione osoby (jeden plik w formacie pdf.).
7. Przesłane wnioski są następnie oceniane przez komisje konkursową.
8. Po dokonaniu oceny i wyłonieniu listy najlepiej punktowanych projektów kampanii społecznej, Organizator ogłasza wyniki i informuje zwycięzców o wygranej, a zwycięzcy zobowiązani są w terminie do 4 dni od daty ogłoszenia wyników, do potwierdzenia drogą mailową przyjęcia darowizny.
9. Nieprzesłanie potwierdzenia przyjęcia darowizny w terminie 4 dni od daty ogłoszenia wyników skutkuje skreśleniem z listy zwycięzców oraz włączeniem do grona zwycięzców kolejnego projektu z najwyższą punktacją z listy rankingowej.

### III. Przebieg konkursu

1. Formularz wniosku o dofinansowanie organizacji kampanii społecznej będzie zamieszczony w okresie od **24 lutego 2025 r.** na stronie internetowej [www.ey.com/PL/fundacja](http://www.ey.com/PL/fundacja). Formularz jest również dostępny w siedzibie Fundacji EY - na prośbę może być wysłany mailem.
2. Wnioski należy nadsyłać do **24 marca 2025 roku do godziny 12:00** na adres e-mail: [agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com](mailto:agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com) - z tytułem wiadomości: LKS\_(nazwa wnioskującego z podaniem miejscowości) np. LKS\_PCPR\_Miejscowość lub LKS\_Nazwa organizacji pozarządowej). Należy telefonicznie potwierdzić otrzymanie przez Fundację EY wniosku (tel. 519511500).
3. Wnioski złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
4. Wnioski przesłane do Konkursu będą ocenione pod względem formalnym przez pracowników Fundacji EY, a następnie ocenione zostaną przez Komisję Konkursu.

5. Decyzję o liczbie przyznanych grantów oraz ich wysokości, w terminie do 23 kwietnia 2025 roku podejmie Komisja.
6. Zwycięzcy po ogłoszeniu listy dofinansowanych projektów kampanii społecznej będą zobowiązani nadesłać na adres mailowy [agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com](mailto:agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com) skany dokumentów potwierdzone za zgodność z oryginałem, w tym (w zależności od typu wnioskodawcy):
  - a. Statut organizacji pozarządowej x 1.
  - b. Kserokopia aktualnego wypisu z KRS x 1.
  - c. Dokument zaświadcający o uprawnieniach do zawierania umów przez osobę reprezentującego wnioskującego x 1.
  - d. Kopia decyzji o ustanowieniu RZ lub RDD x 1.
  - e. Listy intencyjne partnerów biorących udział w projekcie wraz ze wskazaniem formy wsparcia, jakich partner udzieli w czasie obchodów (pomoc finansowa - wysokość, przeznaczenie; pomoc merytoryczna - jaki zakres, kiedy, kto będzie to wykonywał; inna pomoc - jaka?) x 1.
7. W skład Komisji Konkursu wchodzi osoby zatrudnione w spółkach Grupy EY oraz eksperci spoza nich.
8. Członkowie Komisji będą oceniali nadesłane wnioski w oparciu o następujące kryteria:
  - a. adekwatność podejmowanych działań do celów Konkursu (0 - 2 pkt.),
  - b. jakość przeprowadzonej przez wnioskodawcę diagnozy obecnego stanu wizerunku rodzicielstwa zastępczego (0 - 1 pkt.),
  - c. adekwatność przekazu kampanii społecznej do zdiagnozowanego wizerunku rodzicielstwa zastępczego oraz barier i zachęt do podjęcia się roli opiekuna zastępczego (0-2 pkt.),
  - d. treść kampanii społecznej (pomysł, kreatywność; innowacyjność dotycząca hasła i przekazu kampanii) (0 - 5 pkt.),
  - e. stopień zróżnicowania form/kanałów dotarcia z przekazem kampanii do grup/y docelowych/ej (0-2 pkt.),
  - f. współpraca międzysektorowa (lista partnerów): z przedstawicielami sektora publicznego, prywatnego, pozarządowego oraz światem mediów (po 0,5 pkt. za współpracę z każdym z wymienionych sektorów) (0-2 pkt.),
  - g. wyczerpujący opis grup/y docelowych/ej (0-1 pkt.),
  - h. koszty projektu, zasadność i klarowność wydatków zamieszczonych w budżecie, wysokość wkładu własnego (0 - 2 pkt.),
  - i. dotychczasowe korzystanie z dofinansowania Fundacji EY na prowadzenie kampanii społecznej w ramach konkursu "DRZ- kampania społeczna" (0-1 pkt.) (1 pkt dla nie korzystających z dofinansowania do tej pory),
  - j. ocena autorska członka Komisji (0 - 3 pkt.),
  - k. poprawność formalna wniosku (0-2 pkt.) - punkty od organizatora
  - l. ocena organizatora (0-3 pkt)
9. Każdy wniosek zostanie oceniony przez co najmniej 2 członków Komisji, w oparciu o powyższe kryteria i zostanie mu przyznana określona liczba punktów. Po zsumowaniu wszystkich elementów oceny dokonanej przez jednego członka

Komisji, każdy wniosek otrzyma od 0 do 26 punktów, przy czym 0 to ocena najniższa.

10. Komisja prócz przyznania punktów ma możliwość zmniejszenia kwoty otrzymanej przez zwycięzców w stosunku do kwoty wnioskowanej przez Wnioskodawców. W tej sytuacji Wnioskodawca zobowiązany jest do pozyskania innego źródła finansowania lub zmiany składowych kampanii tak, aby zachowane zostały kluczowe elementy kampanii przy ewentualnym zmniejszeniu jej skali.
11. Następnie wszystkie wnioski zostaną uszeregowane malejąco w kolejności przyznanych punktów. Dotacje będą przyznawane w kolejności od najwyższej ocenionego wniosku, aż do wyczerpania puli dostępnych środków.
12. Lista najwyższej ocenionych wniosków aplikacyjnych zostanie zamieszczona na stronie internetowej [www.ey.com/PL/fundacja](http://www.ey.com/PL/fundacja) do dnia 23 kwietnia 2025 r.
13. Decyzja Komisji jest ostateczna i nie przysługuje od niej odwołanie.

#### IV. Przekazywanie darowizny

1. Ze wszystkimi podmiotami, których projekty kampanii społecznej zostały najwyższej ocenione przez Komisję Konkursową, podpisane zostaną umowy darowizny (wzór umowy - załącznik nr 4) poprzez platformę Autenti na realizację zawartych we wnioskach projektów.
2. Udział w konkursie oznacza akceptację wzoru umowy darowizny, o którym mowa w pkt. IV.1.
3. Przekazanie darowizny na rachunek bankowy wskazany przez obdarowanego nastąpi w ciągu 14 dni od podpisania umowy darowizny. Umowy darowizny podpisywane są za pośrednictwem platformy Autenti przez obie strony kontraktu.
4. Niepodpisanie umowy darowizny skutkuje skreśleniem z listy zwycięzców oraz włączeniem do grona zwycięzców kolejnego projektu z najwyższą punktacją z listy rankingowej.
5. Darowiznę należy rozliczyć w ciągu 20 dni od daty zakończenia projektu. Rozliczenie powinno zawierać:
  - a. Sprawozdanie merytoryczne (Załącznik nr 1 do regulaminu).
  - b. Dokumentację zdjęciową przeprowadzenie kampanii społecznej tj. 30 wybranych zdjęć przesłanych w dużej rozdzielczości na adres [agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com](mailto:agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com).
  - c. Kopie opisanych w oryginale dokumentów księgowych wystawionych na obdarowanego (faktury, rachunki, umowy), z adnotacją o źródle finansowania w postaci: „Sfinansowano ze środków Fundacji EY” wraz ze sprawozdaniem finansowym (Załącznik 3 do regulaminu).
  - d. Powyższe dokumenty należy przesłać pocztą na adres biura Fundacji oraz elektronicznie na adres: [agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com](mailto:agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com)
  - e. Fundacja może wymagać przedstawienia dodatkowych dokumentów.
6. Obdarowany zobowiązuje się dodatkowo do wypełnienia ewaluacji projektu po upływie 6 miesięcy od jego realizacji zgodnie z załącznikiem do umowy.

Wypełniony formularz ewaluacji (Załącznik nr 2 do Regulaminu) należy przesłać elektronicznie na adres: [agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com](mailto:agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com)

7. Wszelkie zobowiązania podatkowe wynikające z otrzymanej darowizny od Fundacji pokrywa obdarowany.
8. Fundacja może zdecydować o zwrocie darowizny w przypadku stwierdzenia nieprawidłowego jej przeznaczenia lub naruszenia innych warunków umowy darowizny
10. Podmioty, z którymi zawarta zostanie umowa darowizny zobowiązane są w trakcie realizacji projektu/kampanii społecznej do niezwłocznego informowania Organizatora o zmianach w gronie zgłoszonych partnerów kampanii społecznej.
11. Organizator zastrzega sobie prawo do wypowiedzenia umowy darowizny, za pisemnym wypowiedzeniem, jeśli w sposób racjonalny ustali, że obowiązujące przepisy prawne lub wymogi zawodowe (w szczególności te dotyczące niezależności biegłych rewidentów lub doradców podatkowych lub konfliktu interesów) uniemożliwiają dofinansowanie danego projektu/kampanii społecznej z uwagi na zaangażowanych przez Wykonawcę partnerów.

## **V. Inne warunki Konkursu**

1. Fundacja zastrzega sobie prawo do monitorowania i kontroli organizacji obdarowanych, w zakresie przyznanej przez Fundację darowizny oraz wniesionych środków własnych. Instytucje obdarowane zobowiązują się do umożliwienia upoważnionym - przez Koordynatora Konkursu z ramienia Fundacji EY - osobom do przeprowadzenia monitoringu.
2. Lista zwycięzców w Konkursie może być upubliczniona przez Organizatora, a zwycięzcy wyrażają zgodę na taką publikację.
3. Zwycięzca wyraża zgodę na zamieszczanie przez Organizatora swoich danych w materiałach promocyjnych dotyczących Konkursu oraz w komunikatach medialnych dotyczących kolejnych edycji Konkursu.
4. Treść informacji zawartej we wniosku aplikacyjnym może być wykorzystana przez Organizatora w innych działaniach, których celem jest popularyzacja rodzinnej opieki zastępczej.
5. Organizator ma prawo do weryfikacji i potwierdzenia danych zawartych we wnioskach aplikacyjnych.
6. Wnioskodawca zobowiązuje się do tagowania/oznaczania Fundacji EY na fanpage'u Facebook'a prowadzonym przez wnioskodawcę w materiałach dotyczących kampanii społecznej, dofinansowanej przez Fundację EY.

## **VI. Dane osobowe**

1. Uczestnik konkursu wyraża zgodę wobec Fundacji EY na przetwarzanie danych osobowych zamieszczonych we wniosku o dofinansowanie projektu w celu aktywnego udziału w Konkursie zgodnie obowiązującymi przepisami prawa.
2. Uczestnik konkursu oświadcza, że dane osobowe osób trzecich zamieszczone we wniosku o dofinansowanie projektu zostały pozyskane i przekazane zgodnie z obowiązującym prawem, a osoby te zostały poinformowane o ich przekazaniu Fundacji EY i celu ich przekazania.

3. Uczestnik Konkursu wyraża zgodę na przekazanie danych osobowych zamieszczonych we wniosku o dofinansowanie projektu członkom Komisji Konkursu.
4. Administratorem danych osobowych uczestników Konkursu jest Fundacja EY.
5. Kontakt do inspektora danych osobowych: ABI@pl.ey.com
6. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych uczestników Konkursu, jest artykuł 6 ust. 1 lit. a) lub b) lub f) Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych.
7. Prawnie uzasadnionym interesem realizowanym przez administratora jest przeprowadzenie Konkursu.
8. Przewarżane kategorie danych osobowych uczestników Konkursu to dane osobowe, które pochodzą bezpośrednio od uczestników Konkursy zamieszczone we wniosku o dofinansowanie projektu.
9. Odbiorcą danych osobowych uczestników Konkursu są pracownicy i współpracownicy oraz podmioty wspomagające Fundację EY w jej działalności oraz członkowie Komisji Konkursu.
10. Dane osobowe uczestników Konkursu przechowywane i przetwarzane będą do czasu zgłoszenia przez żądania przez uczestników Konkursu ich usunięcia lub ograniczenia przetwarzania lub wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania, a także żądania ich przeniesienia.
11. Uczestnik Konkursu ma prawo dostępu do swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania lub uczestnik Konkursu ma prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania, a także prawo do przenoszenia danych.
12. W przypadku wyrażenia przez uczestników Konkursu zgody na przetwarzanie danych osobowych, uczestnicy Konkursu mają prawo do cofnięcia zgody w dowolnym momencie bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania.
13. Uczestnicy Konkursu mają prawo wnieść skargę do organu nadzorczego w zakresie przetwarzania danych osobowych.

## **VII. Postanowienia końcowe**

1. W sprawach interpretacji zapisów i wymogów regulaminowych, decyzję podejmuje Organizator Konkursu. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany regulaminu Konkursu w dowolnym okresie jego trwania. O ewentualnych zmianach w regulaminie Konkursu Organizator będzie informował na bieżąco na stronie internetowej [www.ey.com/PL/fundacja](http://www.ey.com/PL/fundacja).
2. Spory odnoszące się i wynikające z Konkursu będą rozwiązywane przez Fundację EY. Wszelkie decyzje Fundacji EY są w tym zakresie wiążące i ostateczne.
3. Niniejszy Regulamin jest jedynym dokumentem określającym zasady Konkursu. Zgłoszenie się do Konkursu jest jednoznaczne z akceptacją niniejszego Regulaminu.

## Załącznik nr 1

### RAPORT MERYTORYCZNY

Hasło kampanii:

\_\_\_\_\_

Realizator  
projektu:

\_\_\_\_\_

Nr umowy:

\_\_\_\_\_

Termin realizacji:

\_\_\_\_\_

#### 1) Harmonogram zrealizowanego projektu

| Lp. | Zrealizowane działanie | Miejsce realizacji | Media/kanal | Termin realizacji | Skala<br>(np. ilość uczestników/<br>odbiorców) | Uwagi |
|-----|------------------------|--------------------|-------------|-------------------|------------------------------------------------|-------|
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |

2) Ocena efektywności poszczególnych kanałów i narzędzi dotarcia do grupy docelowej. Które działania/formy promocji spotkały się z największym odzewem ze strony przedstawicieli grupy docelowej?

3) Opis najbardziej udanego elementu zorganizowanej kampanii społecznej.

4) Podsumowanie i ocena realizacji projektu.

Raport merytoryczny powinien być podpisany przez osobę reprezentującą Realizatora Projektu.

Do raportu merytorycznego należy dołączyć kopie materiałów przygotowywanych i wykorzystywanych w czasie realizacji projektu, kopie wycinków prasowych dotyczących projektu oraz inne materiały.

## Załącznik nr 2

### EWALUACJA EFEKTÓW PROJEKTU W RAMACH KONKURSU „Lokalne kampanie społeczne”

Proszę wskazać, jak zmieniła się sytuacja rodzinnej pieczy zastępczej w Państwa powiecie od początku realizacji projektu do 6 miesięcy od jego ukończenia w następujących obszarach:

| Kategoria                                                                                                                                                                     | Opis rezultatów |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Liczba nowych kandydatów na rodziców zastępczych (oddzielnie spokrewnionych i pozostałych)                                                                                    |                 |
| Liczba przeszkolonych kandydatów na rodziców zastępczych/prowadzących rodzinne domy dziecka (oddzielnie spokrewnionych i pozostałych)                                         |                 |
| Liczba i rodzaj dodatkowych działań wspierających rodzicielstwo zastępcze ze strony społeczności lokalnej np. wolontariusze do prowadzenia korepetycji, rodziny pomocowe itp. |                 |

## Załącznik nr 3

**RAPORT FINANSOWY**  
**KONKURS „Lokalne kampanie społeczne”**

Pełna nazwa wnioskodawcy: \_\_\_\_\_

Nazwa projektu: \_\_\_\_\_

Nr umowy \_\_\_\_\_

| Zrealizowany budżet kampanii społecznej |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
|-----------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------|------|---------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Lp.                                     | Kategoria kosztów | Koszt jednostkowy | Liczba sztuk | Suma | Źródła finansowania |                                                              |                                         |
|                                         | a                 | c                 | d            | e    | wnioskowane z FEY   | wkład własny wnioskodawcy (min.10%) (finansowy lub rzeczowy) | Wkład od partnera/donatora (jego nazwa) |
|                                         |                   |                   |              |      |                     | Wkład bezpośrednio od wnioskodawcy                           |                                         |
| Koszty                                  |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 1.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 2.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 3.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 4.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 5.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 6.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 7.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 8.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 9.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 10.                                     |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 11.                                     |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 12.                                     |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 13.                                     |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |

|                      |  |  |  |  |  |  |  |
|----------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| 14.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| Suma                 |  |  |  |  |  |  |  |
| Procent sumy kosztów |  |  |  |  |  |  |  |

UMOWA DAROWIZNY  
nr .... /DRZ/2025

zawarta w dniu .....2025 r.

pomiędzy

**Fundacją EY zwaną dalej Darczyńcą** z siedzibą w Warszawie, Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa, wpisaną do rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz publicznych zakładów opieki zdrowotnej Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000164082

reprezentowaną przez:  
Członka Zarządu Fundacji - Elżbietę Buczek

i  
nazwa podmiotu \_\_\_\_\_

reprezentowanym przez Imię i nazwisko oraz funkcja osoby reprezentującej

Nazwa Projektu: „.....”  
Kwota Umowy: ..... PLN

§ 1

Przedmiotem niniejszej Umowy jest wsparcie realizacji lokalnej kampanii społecznej na rzecz rodzicielstwa zastępczego, zwanej dalej Projektem. Szczegółowy Zakres Prac oraz termin Projektu określa wniosek przesłany do Darczyńcy w ramach konkursu „Lokalne kampanie społeczne”.

§ 2

Niniejsza Umowa nabiera mocy wiążącej z dniem podpisania przez Darczyńcę i Obdarowanego.

### § 3

- A. Łączna, dostępna w ramach niniejszej Umowy kwota darowizny wynosi .....  
**PLN (słownie: ..... złote)**. Wszelkie środki dostępne w ramach  
niniejszej Umowy mogą być użyte wyłącznie na realizację Projektu.
- B. Obdarowany zobowiązuje się, że w ramach Programu „Lokalne kampanie społeczne”  
zaangażuje wkład własny stanowiący nie mniej niż 10% wartości Projektu.

### § 4

- A. Podstawą wydatkowania środków w ramach niniejszej Umowy jest budżet Projektu  
znajdujący się w punkcie 32 wniosku. Dokonanie w trakcie realizacji Projektu przesunięć  
w zakresie poszczególnych kategorii kosztów finansowanych przez Obdarowanego  
powyżej **150 złotych** wymaga uprzedniej, pisemnej lub e-mailowej zgody Darczyńcy.  
Pisemnej zgody Darczyńcy wymaga również utworzenie nowej pozycji budżetowej w  
ramach kwoty darowizny.

### § 5

- A. Środki dostępne w ramach darowizny zostaną wypłacone w ciągu 14 dni od dnia  
podpisania niniejszej umowy przez dwie strony kontraktu oraz złożenia przez  
obdarowanego wymaganych załączników.
- B. Płatność będzie przekazana Obdarowanemu na jego konto bankowe:  
.....

### § 6

- A. Środki, które nie zostaną wykorzystane w okresie trwania niniejszej Umowy podlegają  
zwrotowi w ciągu 14 dni od daty powiadomienia na piśmie Obdarowanego.  
Niewykorzystane środki należy zwrócić na konto Darczyńcy: 69 1280 0003 0000 0031  
7094 1031.
- B. W przypadku stwierdzenia przez Darczyńcę faktu, że realizacja Projektu istotnie  
odbiega od niniejszej Umowy, a w szczególności wydatkowanie przewidzianych w niej  
środków, w sposób istotny odbiega od planowanych wydatków, całość darowizny lub jej  
część zostanie zwrócona Darczyńcy. Wysokość i termin zwrotu darowizny zostaną  
wskazane w odrębnym piśmie do Obdarowanego.
- C. Skapitalizowane odsetki bankowe ze środków Darczyńcy podlegają w całości zwrotowi,  
o ile nie zostaną wykorzystane na realizację celów, określonych w niniejszej Umowie.

### § 7

- A. Obdarowany zobowiązuje się do złożenia do .....2026 r. raportów z  
realizacji Projektu w formie pisemnej według wzoru:
- raport merytoryczny - załącznik nr 3; do raportu merytorycznego należy  
dołączyć w wersji elektronicznej kopie materiałów przygotowanych i  
wykorzystanych w czasie realizacji projektu (informatory, ulotki, plakaty,  
afisze, balony itp.), kopie wycinków prasowych dotyczących projektu, kopie  
nagrań radiowych oraz telewizyjnych i inne materiały;
  - raport finansowy - załącznik nr 4; do raportu finansowego należy dołączyć  
potwierdzone kopie umów, rachunków potwierdzających wydatki dokonane

w ramach realizacji projektu (zarówno na kwotę darowizny jak i co najmniej 10% wkładu własnego)

- Obdarowany zobowiązuje się przesłać dokumentację zdjęciową kampanii społecznej tj. 30 wybranych zdjęć przesłanych w dużej rozdzielczości poprzez dysk google lub elektronicznie na adres [agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com](mailto:agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com) wraz z pisemną zgodą na publikację zdjęć. Treść oświadczenia zawarta jest w załączniku nr 5.
  - Obdarowany zobowiązuje się dodatkowo do **wypełnienia ewaluacji projektu po upływie 6 miesięcy od jego realizacji zgodnie z załącznikiem do umowy**. Wypełniony formularz ewaluacji (Załącznik nr 3 do Regulaminu i załącznik nr 6 do Umowy) należy przesłać elektronicznie na adres: [agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com](mailto:agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com).
- B. Wszystkie raporty wraz z załącznikami (skany) powinny być kierowane e-mailem na następujący adres: [agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com](mailto:agata.skalec-ruczynska@pl.ey.com).
- C. Kserokopie raportów powinny znajdować się w siedzibie Obdarowanego.

## § 8

- A. Obdarowany zobowiązany jest do promowania Projektu w różnych mediach, na każdym etapie jego realizacji.
- B. Wszelkie materiały informacyjne i publikacje, wydane w ramach Projektu powinny zawierać informację: „**dofinansowano ze środków Fundacji EY**”. **Materiały te powinny być również opatrzone nowym logotypem Darczyńcy przesłanym e-mailem na adres Obdarowanego. Obdarowany zobowiązany jest do uzyskania akceptacji Darczyńcy materiałów graficznych z użyciem logotypu Darczyńcy (przesłanie e-mailem do akceptacji).**
- C. Obdarowany zobowiązuje się do umieszczenia nazwy oraz logo Darczyńcy w formie oraz kolorystyce przekazanej przez Darczyńcę. Obdarowany nie jest uprawniony do wprowadzania jakichkolwiek modyfikacji we ww. nazwie oraz logo. Obdarowany przyjmuje do wiadomości, że logo Darczyńcy jest zastrzeżonym znakiem towarowym i elementem chronionym prawnie.
- D. Organizator nie będzie używał nazwy lub logo Darczyńcy ani ich części składowych w żadnych materiałach promocyjnych lub kontaktach z osobami trzecimi bez uprzedniej pisemnej zgody Darczyńcy, chyba że w celu realizacji Umowy i promowania Projektu.
- E. Użycie nazwy lub logo w sposób naruszający postanowienia Umowy uważane będzie przez Strony za rażącą niewdzięczność, a Darczyńca będzie miał prawo odwołać darowiznę. Obdarowany będzie zobowiązany do zwrotu darowizny w terminie 7 dni od dnia otrzymania od Darczyńcy wezwania do zwrotu.
- F. Wnioskodawca zobowiązuje się do tagowania/oznaczania Fundacji EY na fanpage'u Facebook'a prowadzonym przez wnioskodawcę w materiałach dotyczących kampanii społecznej, dofinansowanej przez Fundację EY, aż do prawidłowego rozliczenia grantu lub terminu ustalonego przez obie strony.
- G. Wnioskodawca po otrzymaniu grantu ma obowiązek informowania o sfinansowaniu lub dofinansowaniu przez Fundację EY w swoich mediach społecznościowych, w trakcie publicznych wystąpień (radio, telewizja, nagrania online) oraz materiałach drukowanych np. artykułach prasowych.

## § 9

- A. Darczyńca, Fundacja EY ma prawo w każdym czasie dokonywać - przez upoważnionego przedstawiciela - inspekcji na miejscu, mającej na celu kontrolę sposobu realizacji Projektu i wydatkowania środków. Obdarowany zobowiązany jest udostępnić upoważnionym przedstawicielom Darczyńcy wszelkie dokumenty i księgi rachunkowe związane z realizacją Projektu.
- B. Obdarowany jest zobowiązany umożliwić Darczyńcy oraz osobom przez niego upoważnionym dokonania inspekcji oraz zapewnić prowadzącemu inspekcję pomoc osoby przygotowującej sprawozdanie z realizacji Projektu.

## § 10

- A. Obdarowany będzie brał udział w spotkaniach służących wymianie doświadczeń organizowanych przez Darczyńcę.
- B. Obdarowany oraz odbiorcy Projektu zobowiązują się do niewykorzystywania środków dostępnych w ramach niniejszej Umowy na:
- finansowanie podatku VAT, jeśli istnieje możliwość odzyskania tego podatku z US
  - finansowanie podatku dochodowego od osób prawnych;
  - finansowanie podróży zagranicznych;
  - finansowanie kar, grzywien i odsetek karnych;
  - budowanie kapitału żelaznego;  
a także na wskazane cele:
  - propagandę bądź wywieranie w inny sposób wpływu na proces ustawodawczy;
  - wywieranie wpływu na wyniki jakichkolwiek wyborów powszechnych bądź prowadzenie działań wspierających partie polityczne;
  - wspieranie celów religijnych i politycznych oraz uprawianie kultu religijnego;
  - podejmowanie jakiejkolwiek działalności w celach innych niż wymienionych w Załączniku 1 do niniejszej Umowy.
- C. Obdarowany jest w szczególności zobowiązany do prowadzenia przejrzystej dokumentacji księgowej dotyczącej Projektu. Zapisy księgowe powinny odzwierciedlać aktualne koszty dotyczące realizacji Projektu z podziałem na koszty finansowane przez Darczyńcę i pozostałe. Cała dokumentacja księgowa powinna być przechowywana przez pięć lat licząc od końca roku kalendarzowego po zakończeniu realizacji niniejszej Umowy.
- D. Obdarowany ma obowiązek trwale umieszczać na wszystkich oryginalnych dokumentach finansowych (fakturach, rachunkach, umowach, rozliczeniach delegacji, innych) dotyczących realizacji Umowy informację: **sfinansowano ze środków Fundacji EY.**

## § 11

Wszelkie informacje oraz sprawozdania przekazywane na mocy niniejszej Umowy z Obdarowanym sporządzane będą na piśmie i będą doręczane osobiście lub przekazywane pocztą poleconą lub zwykłą na adres Darczyńcy.

## § 12

Do uzgodnienia spraw związanych z realizacją projektu strony upoważniają:

1. Darczyńca: Agata Skalec-Ruczyńska - koordynatorka projektów Fundacji EY
2. Obdarowany: .....

## § 13

Wszelkie zmiany niniejszej Umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

## § 14

Niniejsza Umowa może zostać rozwiązana przez Darczyńcę po uprzednim pisemnym zawiadomieniu Obdarowanego z następującej przyczyny:

Niewykonanie zobowiązań: Darczyńca może rozwiązać niniejszą Umowę, jeżeli Obdarowany z jakiegokolwiek przyczyny nie wykonuje lub odmawia realizacji Projektu opisanego w Załączniku 1 do niniejszej Umowy i określonego w Umowie, bądź realizuje go niezgodnie z postanowieniami niniejszej Umowy, po uprzednim przekazaniu przez Darczyńcę Obdarowanemu pisemnego wezwania określającego nieprawidłowości w realizacji umowy przez Obdarowanego oraz nieusunięcia przez Obdarowanego nieprawidłowości w ciągu 10 dni kalendarzowych od dnia otrzymania zawiadomienia.

## § 15

W zakresie nieuregulowanym niniejszą Umową stosuje się przepisy kodeksu cywilnego.

## § 16

Umowa niniejsza sporządzona została w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron. Załączniki wymienione w treści niniejszej umowy stanowią jej integralną część.

Ze strony Darczyńcy:

Ze strony Obdarowanego:

.....

.....

Członek Zarządu Fundacji EY  
Elżbieta Buczek

**Załączniki do umowy darowizny:**

- 1 - formularz wniosku w wersji elektronicznej
- 2 - projekt budżetu (wersja ostateczna - po uwzględnieniu zmian dostosowujących budżet do przyznanej darowizny)
- 3 - raport merytoryczny
- 4 - raport finansowy
- 5 - zgoda na publikację zdjęć
- 6- formularz ewaluacji projektu

**Załącznik nr 3**

**RAPORT MERYTORYCZNY**

Hasło kampanii:

\_\_\_\_\_

Realizator

projektu: \_\_\_\_\_

Nr umowy: \_\_\_\_\_

Termin realizacji:

\_\_\_\_\_

**5) Harmonogram zrealizowanego projektu**

| Lp. | Zrealizowane działanie | Miejsce realizacji | Media/kanal | Termin realizacji | Skala<br>(np. ilość uczestników/<br>odbiorców) | Uwagi |
|-----|------------------------|--------------------|-------------|-------------------|------------------------------------------------|-------|
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |
|     |                        |                    |             |                   |                                                |       |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

6) Ocena efektywności poszczególnych kanałów i narzędzi dotarcia do grupy docelowej. Które działania/formy promocji spotkały się z największym odzewem ze strony przedstawicieli grupy docelowej?

7) Opis najbardziej udanego elementu zorganizowanej kampanii społecznej.

8) Podsumowanie i ocena realizacji projektu.

Raport merytoryczny powinien być podpisany przez osobę reprezentującą Realizatora Projektu.

Do raportu merytorycznego należy dołączyć kopie materiałów przygotowywanych i wykorzystywanych w czasie realizacji projektu, kopie wycinków prasowych dotyczących projektu oraz inne materiały.

## Załącznik nr 4

**RAPORT FINANSOWY**  
**KONKURS „Lokalne kampanie społeczne”**

Pełna nazwa wnioskodawcy: \_\_\_\_\_

Nazwa projektu: \_\_\_\_\_

Nr umowy \_\_\_\_\_

| Zrealizowany budżet kampanii społecznej |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
|-----------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------|------|---------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Lp.                                     | Kategoria kosztów | Koszt jednostkowy | Liczba sztuk | Suma | Źródła finansowania |                                                              |                                         |
|                                         | a                 | c                 | d            | e    | wnioskowane z FEY   | wkład własny wnioskodawcy (min.10%) (finansowy lub rzeczowy) | Wkład od partnera/donatora (jego nazwa) |
|                                         |                   |                   |              |      |                     | Wkład bezpośrednio od wnioskodawcy                           |                                         |
| Koszty                                  |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 1.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 2.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 3.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 4.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 5.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 6.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 7.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 8.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 9.                                      |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 10.                                     |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 11.                                     |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 12.                                     |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |
| 13.                                     |                   |                   |              |      |                     |                                                              |                                         |

|                      |  |  |  |  |  |  |  |
|----------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| 14.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20.                  |  |  |  |  |  |  |  |
| Suma                 |  |  |  |  |  |  |  |
| Procent sumy kosztów |  |  |  |  |  |  |  |

## Załącznik nr 5

.....  
(nazwa organizacji)

.....  
(adres)

.....  
(nr umowy darowizny)

.....  
(imię i nazwisko osoby upoważnionej do reprezentacji organizacji)

Wyrażamy zgodę na swobodne dysponowanie dokumentacją zdjęciową z organizacji kampanii społecznej na rzecz rodzicielstwa zastępczego sfinansowanych w ramach konkursu „Lokalne kampanie społeczne” Fundacji EY.

Zdjęcia te mogą być zamieszczane w bezpłatnych publikacjach dotyczących programu, wykorzystywane w opracowaniach wewnętrznych i zewnętrznych promujących działania Fundacji EY (m.in.: na stronie [www.ey.com/pl/fundacja](http://www.ey.com/pl/fundacja)) oraz w materiałach promocyjnych grupy EY.

.....  
(data oraz pieczęć)

.....  
(podpis)

## Załącznik nr 6

### EWALUACJA EFEKTÓW PROJEKTU W RAMACH KONKURSU „Lokalne kampanie społeczne”

Proszę wskazać, jak zmieniła się sytuacja rodzinnej pieczy zastępczej w Państwa powiecie od początku realizacji projektu do 6 miesięcy od jego ukończenia w następujących obszarach:

| Kategoria                                                                                                                                                                     | Opis rezultatów |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Liczba nowych kandydatów na rodziców zastępczych (oddzielnie spokrewnionych i pozostałych)                                                                                    |                 |
| Liczba przeszkolonych kandydatów na rodziców zastępczych/prowadzących rodzinne domy dziecka (oddzielnie spokrewnionych i pozostałych)                                         |                 |
| Liczba i rodzaj dodatkowych działań wspierających rodzicielstwo zastępcze ze strony społeczności lokalnej np. wolontariusze do prowadzenia korepetycji, rodziny pomocowe itp. |                 |