

ETAPY REALIZACJI PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO - ZALECENIA KRAJOWEJ INSTYTUCJI WSPOMAGAJĄCEJ

Opracowanie merytoryczne:

Anna Elżbieta Strzała

Konsultacja:

Hanna Kądziela

Beata Rybicka-Dominiak

WARSZAWA, LUTY 2012

WSTĘP

Zalecenia zawierają wskazówki odnośnie obligatoryjnych etapów realizacji projektu innowacyjnego testującego oraz wymagań związanych z przeprowadzanymi w ramach etapów działaniami. Dokument ma na celu pokazanie beneficjentom, pracownikom IOK i ekspertom, jakie elementy projektu innowacyjnego powinny znaleźć się w danym etapie realizacji projektu oraz czym dany etap i działanie powinny się zakończyć.

Materiał powstał w oparciu o następujące dokumenty z systemu realizacji PO KL:

- *Zasady dokonywania wyboru projektów w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki,*
- *Wytyczne w zakresie wdrażania projektów innowacyjnych i współpracy ponadnarodowej w ramach PO KL,*
- *Instrukcja wypełniania wniosku o dofinansowanie projektu w ramach PO KL,*
- *Komentarz do Instrukcji przygotowywania wniosków o dofinansowanie projektów innowacyjnych i współpracy ponadnarodowej w ramach PO KL*
- oraz publikacje Krajowej Instytucji Wspomagającej *Projekty innowacyjne. Poradnik dla projektodawców Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (wersja III)* oraz *Poradnik dla oceniających projekty innowacyjne i projekty współpracy ponadnarodowej (wersja III).*

Projekty innowacyjne testujące w ramach PO KL muszą przewidywać realizację dwóch podstawowych etapów:

- etapu przygotowania (I)
- etapu wdrożenia (II)

W końcowej fazie każdego z tych etapów zaplanowano przeprowadzenie oceny wypracowanych rozwiązań:

- w ramach etapu I – ocenie podlega strategia wdrażania projektu;
- w ramach etapu II – ocenie podlega wypracowany produkt finalny.

Każdy z etapów składa się z określonych obligatoryjnie działań.

Etap I. Przygotowanie (od 3 do 8 miesięcy)

Działanie 1. Diagnoza i analiza problemu

Możliwość pogłębienia wiedzy o problemie w ramach realizacji projektu to jedna z cech charakterystycznych projektu innowacyjnego testującego. Jednak w pierwszej kolejności beneficjent sięga po już istniejące wyniki badań, a dopiero w drugiej kolejności decyduje się je uzupełnić badaniami własnymi. W sytuacji, gdy brak jest istniejących badań, beneficjent opiera się na własnych badaniach.

Na zakończenie realizacji etapu diagnozy beneficjent musi dysponować udokumentowaną i usystematyzowaną, pogłębioną wiedzą o dziedzinie objętej projektem. Niezależnie od tego, czy przeprowadzane były dodatkowe badania, czy tylko dokonano analizy już dostępnych wyników.

W efekcie tego działania powinien zostać sporządzony raport ze zrealizowanych prac, zawierający najważniejsze ustalenia wraz z rekomendacjami dla projektu.

Na podstawie tych rekomendacji zespół realizujący projekt powinien podjąć decyzję o przebiegu dalszych prac. Raport powinien mieć trwałą i przejrzystą formę, tak aby możliwe było korzystanie z zawartych w nim informacji w dowolnym momencie realizacji projektu.

Działanie 2. Tworzenie partnerstwa (działanie nieobligatoryjne)

Projekty innowacyjne nie muszą być realizowane w partnerstwie krajowym lub/i ponadnarodowym, stąd działanie to nie ma charakteru obowiązkowego. Od beneficjenta zależy, czy zdecyduje się na samodzielną realizację projektu, czy też postanowi poszukać partnerów w celu zwiększenia swego potencjału.

Możliwe jest, że beneficjent już na etapie przygotowywania projektu postanowi nawiązać partnerską współpracę i w jej wyniku wnioski o dofinansowanie projektu składany będzie w partnerstwie.

Może być również tak, iż przeprowadzona diagnoza i analiza problemu uświadomi beneficjentowi, że partnerstwo zwiększa jego szanse na sukces w osiągnięciu zakładanych celów projektu lub w toku diagnozy zwróci jego uwagę na instytucję, która zostanie uznana za atrakcyjnego partnera. W takiej sytuacji projekt innowacyjny testujący umożliwia zawiązanie partnerstwa krajowego i / lub ponadnarodowego już w trakcie realizacji projektu.

W przypadku partnerstwa krajowego dołączenie partnera krajowego w trakcie realizacji projektu nie skutkuje zwiększeniem dofinansowania. Należy przedstawić instytucji finansującej projekt innowacyjny testujący (właściwa IP lub IP2) plany związane z rozszerzeniem zakresu projektu o partnera krajowego jako zmianę do projektu.

W przypadku wprowadzenia elementu współpracy ponadnarodowej, wymagane jest przedstawienie instytucji finansującej projekt innowacyjny testujący (właściwa IP lub IP2) planów związanych z rozszerzeniem zakresu projektu jako zmiana do projektu. Ponadto beneficjent musi przedstawić pisemne uzasadnienie nawiązania współpracy ponadnarodowej, wskazać obszar (obszary) potencjalnej współpracy oraz sformułować cele, określić produkty niemożliwe do osiągnięcia w projekcie realizowanym bez współpracy ponadnarodowej planowanych działań oraz przedstawić kopię listu intencyjnego podpisanego przez partnera zagranicznego oraz aktualny wniosek o dofinansowanie.

Beneficjent projektu może również wnioskować o zwiększenie budżetu na realizację działań we współpracy ponadnarodowej do 30% całkowitej wartości projektu.

Dopiero po uzyskaniu zgody od właściwej IP i IP2 beneficjent podpisuje w przypadku partnerstwa krajowego – umowę partnerską na rzecz realizacji projektu, a w przypadku partnerstwa ponadnarodowego umowę o współpracy ponadnarodowej.

Działanie 3. Opracowanie wstępnej wersji produktu finalnego oraz strategii wdrażania projektu

To działanie sprowadza się do:

- **przygotowania dokumentu o nazwie „strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego”**
- **oraz przygotowania produktu finalnego w pełnej (choć wstępnej) wersji.**

Wyniki przeprowadzonych wcześniej analiz i pogłębionych badań diagnostycznych oraz sam proces tworzenia partnerstwa (jeśli został przeprowadzony) mogą potwierdzić słuszność zaplanowanych prac zmierzających do wdrożenia do praktyki innowacyjnego narzędzia. Może zdarzyć się jednak tak, że wyniki analiz i badań wykażą, iż wiedza o problemie nie była pełna i wystarczająca. Będzie to wymagało ponownego przemyślenia podejścia do realizacji projektu, w tym do pomysłu na produkt finalny.

W ramach tego działania beneficjent ponownie opisuje planowany do wypracowania produkt. Powinna to być praca całego zespołu zaangażowanego w realizację projektu. Nawet jeśli wyniki badań w pełni potwierdziły pierwotne założenia, to ponowne opisanie produktu finalnego pozwoli wszystkim członkom zespołu na uzyskanie jednakowej wiedzy i przekonania o tym, dokąd zmierza cały zespół. Poza tym możliwe jest, że na etapie prac nad projektem nie wszystkie elementy zostały zdefiniowane aż tak szczegółowo, żeby stanowić wystarczająco precyzyjne wskazówki do dalszych prac.

W tę pracę muszą włączyć się także przedstawiciele grup docelowych (tzw. zasada empowerment). Wnoszą oni cenny wkład w ostateczną wizję produktu finalnego z punktu widzenia jego użytkowników i odbiorców.

Opracowanie „wstępnej wersji produktu finalnego” nie oznacza opracowania szkicu, zarysu produktu finalnego. Słowo „wstępna” stosowane jest jedynie w celu odróżnienia tej wersji

produktu od wersji ostatecznej, uwzględniającej wyniki testowania, opinie przyszłych użytkowników i odbiorców, ekspertów itp.

Wstępna wersja produktu finalnego musi zawierać wszystkie elementy produktu – na tej podstawie będą prowadzone testy. Wstępna wersja produktu finalnego to po prostu pełna postać produktu, gotowa do testowania. W wyniku testowania może ona ulec zmianie, modyfikacji a ostateczna wersja może różnić się w szczegółach od wersji wstępnej.

Wstępna wersja produktu finalnego stanowi załącznik do dokumentu o nazwie „strategia wdrażania projektu”.

Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego jest doprecyzowaniem i uszczegółowieniem projektu przedstawionego we wniosku o dofinansowanie, choć może się różnić od pierwotnych założeń na tyle, na ile wynika to z przeprowadzonej diagnozy, dyskusji z partnerami oraz prac nad wstępną wersją produktu finalnego. Jest także okazją do doprecyzowania grupy docelowej¹. Należy jednak mieć na uwadze, że cel główny projektu musi być w brzmieniu zgodny z tym, który został przedstawiony we wniosku o dofinansowanie projektu, zmiany mogą więc dotyczyć jedynie sposobu dojścia do celu.

Strategia nie opisuje sposobu realizacji całego projektu (te treści były zawarte we wniosku o dofinansowanie i nie należy ich tutaj wprost powtarzać), lecz koncentruje się na przetestowaniu innowacji – produktu projektu innowacyjnego.

Strategia wdrażania to uporządkowany opis, w jaki sposób beneficjent zamierza sprawdzić, czy innowacja działa zgodnie z założeniami oraz jakie efekty może przynieść jej zastosowanie w praktyce, a także opis podejścia do upowszechniania i włączania produktu do głównego nurtu polityki.

Strategię należy przygotować według wzoru stanowiącego załącznik do „Zasad dokonywania wyboru projektów w ramach PO KL”. Wzór ten zawiera minimalny zakres treści, Instytucje Pośredniczące/Instytucje Pośredniczące II stopnia mają prawo jego poszerzenia.

Od momentu opracowania wstępnej wersji produktu finalnego oraz przygotowania strategii wdrażania projektu innowacyjnego beneficjent obowiązkowo rozpoczyna, równoległe do realizacji zadań głównych, prowadzenie działań upowszechniających i włączających produkt do głównego nurtu polityki /praktyki.

W tym celu beneficjent posługuje się strategią upowszechniania i włączania produktu finalnego do polityki / praktyki, która stanowi część strategii wdrażania projektu innowacyjnego. Projekt innowacyjny testujący nie może koncentrować się wyłącznie na

¹ Doprecyzowanie grupy docelowej jest możliwe w sytuacji, gdy wynika, z przeprowadzonej pogłębionej analizy.

pogłębionej analizie problemu, przetestowaniu rozwiązania i opracowaniu jego finalnej wersji – są to jedynie działania, które powinny prowadzić do najistotniejszej części projektu innowacyjnego dotyczącej włączenia wypracowanego rozwiązania do polityki/ praktyki.

Działania upowszechniające nie mogą stanowić zasadniczej części ww. strategii, ale powinny mieć charakter uzupełniający, tj. służyć procesowi włączenia do polityki (upowszechnianie jest jedynie procesem informowania o nowym rozwiązaniu za pomocą np. raportów, seminariów, warsztatów i nie gwarantuje, że produkt finalny będzie stosowany – temu służą działania włączające).

Działania upowszechniające i włączające powinny być adekwatne do etapu realizacji projektu.

W fazie opracowania wstępnej wersji produktu finalnego oraz prac nad strategią wdrażania projektu innowacyjnego testującego, działania upowszechniające i włączające do głównego nurtu polityki / praktyki powinny skupić się na np. udziale w debatach nad produktem, recenzowaniu jego opisów.

Działanie 4 Przerwa techniczna na ocenę strategii wdrażania

Najpóźniej na zakończenie 8 miesiąca realizacji projektu beneficjent składa strategię wdrażania projektu innowacyjnego testującego wraz z załączoną do niego wstępną wersją produktu finalnego. Przygotowanie i złożenie strategii stanowi końcowy element I etapu projektu.

Strategia wdrażania, uzgodniona między wszystkimi partnerami (w przypadku projektu partnerskiego), zostanie poddana opiniowaniu przez Krajową lub Regionalną Sieć Tematyczną (w zależności od Priorytetu, w ramach którego realizowany jest projekt). Beneficjent przekazuje strategię (w wersji papierowej oraz elektronicznej) do sekretariatu właściwej Sieci Tematycznej (oraz do instytucji finansującej projekt drogą elektroniczną).

Sieć tematyczna ma 20 dni roboczych na przygotowanie i przekazanie swojej opinii do instytucji finansującej projekt, choć termin ten może zostać wydłużony zgodnie z zapisami „Zasad dokonywania wyboru projektów w ramach PO KL”.

Sieć dyskutuje nad strategią biorąc pod uwagę opinię wydaną przez niezależnego eksperta, który musi znajdować się w Bazie ekspertów PO KL prowadzonej przez MRR. Ekspert, dokonując oceny strategii, posługuje się listą sprawdzającą, stanowiącą załącznik do „Zasad dokonywania wyboru projektów w ramach PO KL”. Ekspert ma obowiązek sformułowania rekomendacji odnośnie ocenianej strategii – czy można ją przyjąć bez zastrzeżeń, czy może konieczne są korekty (jakie), czy też należy odrzucić strategię w całości.

Na posiedzeniu Sieci Tematycznej beneficjent może również w ramach prezentacji strategii wdrożenia projektu przedstawić szczegółowe założenia produktu, a nawet sam produkt (np. funkcjonowanie specjalnej platformy internetowej, podręcznik z materiałami dla trenera i uczestnika, elementy modelu doradczego – arkusze, formularze, scenariusze rozmów, pakiet doradczy itp.).

Opinia Sieci może wskazywać na:

- akceptację strategii,
- warunkową akceptację strategii,
- lub odrzucenie strategii.

Opinia ta stanowi dla instytucji finansującej projekt niewiążącą rekomendację. Instytucja finansująca projekt podejmuje decyzję w terminie 7 dni roboczych od daty otrzymania opinii Sieci.

W przypadku akceptacji warunkowej beneficjent ma obowiązek dokonania wymaganych poprawek i przedstawienia poprawionego dokumentu w terminie nie krótszym niż 5 dni od daty otrzymania pisma informującego o konieczności wprowadzenia zmian, a w terminie kolejnych 7 dni roboczych (od daty przekazania poprawionego dokumentu przez beneficjenta) instytucja finansująca projekt akceptuje lub odrzuca strategię.

Po uzyskaniu akceptacji strategii, która modyfikuje zapisy wniosku o dofinansowanie niezbędne jest złożenie do instytucji finansującej projekt (w wyznaczonym przez nią terminie) wniosku o dofinansowanie projektu, uwzględniającego zmiany wynikające ze strategii. Wniosek ten nie podlega już ocenie, ale jedynie weryfikacji zgodności wprowadzonych zmian ze strategią.

Niezłożenie strategii w terminie wskazanym we wniosku o dofinansowanie projektu (który, przypomnijmy, musi mieścić się w okresie od 3 do 8 miesięcy od rozpoczęcia realizacji projektu) lub jej odrzucenie przez instytucję finansującą projekt, skutkuje rozwiązaniem umowy o dofinansowanie projektu w trybie natychmiastowym,

W przypadku niezłożenia strategii umowa rozwiązywana jest w trybie natychmiastowym, zaś w przypadku odrzucenia strategii umowa jest rozwiązywana w trybie natychmiastowym po podjęciu decyzji o jej odrzuceniu.

W harmonogramie projektu należy przewidzieć minimum 28 dni (roboczych) przerwy w realizacji projektu (bezpieczniej będzie przyjąć przerwę 2-miesięczną). W tym czasie nie należy zakładać realizacji zasadniczych działań projektu. Okres „zamrożenia” projektu powinien znaleźć odzwierciedlenie również w budżecie projektu, który w tym czasie powinien zakładać jedynie utrzymanie podstawowego składu zespołu projektowego i biura projektu (koszty zarządzania oraz koszty pośrednie).

Podjęcie działań na szerszą skalę formalnie jest możliwe, ale wyłącznie na ryzyko projektodawcy, podobnie jak ma to miejsce z ponoszeniem wydatków na realizację projektu

przed otrzymaniem dofinansowania. Jeśli bowiem strategia nie zostanie zaakceptowana i umowa będzie rozwiązana ze skutkiem natychmiastowym, wówczas podjęte działania dotyczące dalszej części projektu trzeba będzie przerwać, a podjęte zobowiązania finansowe będą obciążać projektodawcę. Możliwe jest też, że do strategii zostaną wprowadzone zmiany podważające sens działań podjętych w okresie oczekiwania na jej akceptację.

Czas oceny i uzgadniania strategii należy przewidzieć w harmonogramie w ramach etapu przejściowego pomiędzy obowiązkowym etapem I (przygotowanie) a etapem II (wdrożenie).

Uwaga!

Instytucje Pośredniczące / Instytucje Pośredniczące drugiego stopnia organizują co najmniej raz na 12 miesięcy (po akceptacji strategii) okresowe przeglądy projektów innowacyjnych testujących, polegające na spotkaniach z beneficjentami, w trakcie których weryfikowane są założenia projektu oraz postęp w jego realizacji względem założeń strategii wdrażania projektu!

Etap II. Wdrożenie

Działanie 5. Testowanie opracowanego produktu

Istotną częścią projektu innowacyjnego jest poddawanie produktu działaniu w sytuacji rzeczywistej.

Podczas testowania konieczne jest zapewnienie udziału przedstawicieli grup docelowych – zarówno użytkowników, jak i odbiorców produktu. Liczebność tych grup powinna być niewielka, ale reprezentatywna.

Wielkość grup nie jest ściśle określona, ale ze względu na niepewność wyniku oraz potrzebę zapewnienia warunków do dobrej obserwacji działania produktu rekomenduje się, by grupa nie była duża. Pojęcie „niewielka grupa” jest oczywiście względne i w znacznej mierze uzależnione od typu grupy i specyfiki projektu. Grupa musi być na tyle duża, by uzyskany wynik testowania nie mógł być sprawą przypadku, ale na tyle niewielka, żeby projektodawca miał możliwość indywidualizacji podejścia i obserwacji każdego z uczestników po to, by dokładnie ocenić działanie testowanego produktu. Grupa ta jednak musi maksymalnie odzwierciedlać typową strukturę grupy docelowej, nie może więc być przypadkowa. Ponadto beneficjent przez cały czas trwania testowania zbiera opinie dotyczące zarówno testowanego produktu jak i samego procesu testowania.

Testowanie musi być przez cały czas monitorowane.

Konieczne jest zaplanowanie procesu oceny – formularzy do notowania uwag, ankiet do badania opinii i ocen. Nie ma potrzeby tworzenia skomplikowanego systemu oceny – ważne jest jedynie, by wszystkie opinie pojawiające się w trakcie testowania zostały zarejestrowane.

Pamiętajmy jednak, że w wielu momentach w teście uczestniczą wyłącznie użytkownicy i odbiorcy, bez naszej obecności. Należy więc przewidzieć cykliczne spotkania uczestników fazy testowania z ekspertami zespołu, poświęcone dyskusjom nad wszelkimi pojawiającymi się problemami. Eksperci zespołu projektowego muszą być w każdej chwili gotowi do udzielania wsparcia osobom przeprowadzającym test. Muszą też być gotowi do dokonywania korekt w produkcie finalnym, jeśli w trakcie testowania ujawnią się jego istotne wady. Takie zmiany muszą jednak być dokonywane w sposób kontrolowany, nie mogą być zupełnie spontaniczne. W przeciwnym wypadku trudno będzie stwierdzić, jaki właściwie produkt był testowany.

Działania upowszechniające i włączające są mniej intensywne na tym etapie, konieczne jest bowiem skoncentrowanie się zespołu na testach. Przejawem upowszechniania będą prace związane z testowaniem, w które będą włączeni zarówno odbiorcy, jak i użytkownicy. Ponadto należy dopilnować aktualizacji informacji na stronie internetowej projektu (jeśli taka jest przewidziana).

Działanie 6. Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu

Badanie rzeczywistych efektów testowanego produktu obejmuje dwa elementy:

- zgromadzenie wszystkich danych z fazy testowania (opinie osób przeprowadzających test – przedstawicieli obu grup docelowych, opinie obserwatorów ze strony zespołu projektowego, ocena skutków stosowania produktu) i ich ocenę;
- ewaluację zewnętrzną.

W trakcie procesu testowania produktu finalnego beneficjent gromadzi dane z procesu testowania (zbiera opinie osób biorących udział w testowaniu itp.) oraz zleca usługę ewaluacji zewnętrznej na potrzeby zbadania efektów testowanego produktu. Moment zlecenia ewaluacji zewnętrznej zależy od beneficjenta.

Ewaluacja zewnętrzna powinna być prowadzona bezpośrednio po zakończeniu testowania².

² Jak skutecznie wdrażać projekty innowacyjne i ponadnarodowe? Gdańsk, wrzesień 2011, podrozdział 6.3 Kiedy podjąć współpracę z ewaluatorem zewnętrznym? „Mając na uwadze odpowiednią jakość ewaluacji, w celu prawidłowego przygotowania narzędzi / warsztatu ewaluatora, zaleca się, aby ewaluację zewnętrzną produktu zaplanować w Harmonogramie realizacji projektu innowacyjnego testującego w I etapie (etap przygotowania) oraz II etapie realizacji projektu (etap wdrożenia). W związku z tym współpraca z ewaluatorem powinna zostać podjęta już na etapie przygotowania założeń strategii wdrażania projektu innowacyjnego testującego.”

Po zakończeniu testowania beneficjent przygotowuje ocenę zebranego materiału, czyli przeprowadza analizę rzeczywistych efektów testowania uwzględniającą zebrane przez siebie informacje oraz wyniki ewaluacji zewnętrznej przeprowadzonej przez ewaluatora zewnętrznego.

Ewaluacja zewnętrzna produktu finalnego powinna przede wszystkim zmierzać do udzielenia odpowiedzi na pytanie o to, czy faktycznie wypracowany produkt jest lepszy, bardziej skuteczny i bardziej efektywny kosztowo od podejść stosowanych dotychczas. Jej celem jest udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy proponowane podejście okazało się atrakcyjną alternatywą dla metod stosowanych wcześniej (czy jest bardziej skuteczne, tańsze lub przynajmniej efektywniejsze), co wpływa na jego skuteczność (czy są to metody pracy, dobór grup docelowych, organizacja procesu wsparcia, czy inne czynniki), czy możliwe jest zwiększenie skuteczności proponowanych metod i pod jakimi warunkami.

Dodatkowym sposobem oceny rzeczywistych efektów są w tej fazie działania upowszechniające i włączające do głównego nurtu polityki.

Działania upowszechniające i włączające do głównego nurtu polityki / praktyki powinny być na tym etapie bardziej intensywne.

Warto np. stworzyć możliwość szerszej debaty na temat produktu i zaobserwowanych efektów, w tym z udziałem drugiej grupy docelowej (użytkowników) oraz decydentów, ale też szerszego grona przedstawicieli grupy docelowej odbiorców. Warto także umożliwić zgłaszanie uwag przez Internet, najlepiej umieszczając na stronie internetowej specjalnie w tym celu przygotowany formularz do zgłaszania uwag (ułatwi to porządkowanie i analizę uwag).

Ostatecznym wynikiem tego działania powinien być raport z wewnętrznej analizy wyników testowania (dokonanej przez zespół projektowy) oraz raport ewaluatora.

Działanie 7. Opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego oraz walidacja produktu finalnego

Opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego oznacza szczegółowe opracowanie wszelkich materiałów mających się składać na produkt (raporty, programy szkoleń, podręczniki, scenariusze, platformy internetowe itp. – w zależności od rodzaju produktu; oczekuje się, że w każdym przypadku powstanie „instrukcja stosowania produktu”, której kształt i charakter będą wynikać z jego specyfiki).

Produkt finalny (wskazany w strategii produkt przeznaczony do upowszechnienia w jego pełnej postaci) podlega walidacji, tzn. ocenie jego zgodności z założeniami, a także trafności i użyteczności.

Walidacji dokonuje Sieć Tematyczna (odpowiednio do Priorytetu – Krajowa lub Regionalna). Beneficjent przygotowuje opis produktu finalnego zgodnie ze wzorem stanowiącym załącznik do „Zasad dokonywania wyboru projektów w ramach PO KL”. Wzór ten może zostać rozszerzony przez instytucję finansującą projekt.

Działanie 8 Przerwa techniczna na walidację produktu

Beneficjent przekazuje produkt wraz z opisem jego stosowania w wersji papierowej, jak i elektronicznej do sekretariatu właściwej Sieci Tematycznej (oraz do instytucji finansującej projekt drogą elektroniczną) celem dokonania walidacji przez Sieć.

Beneficjent przedkłada produkt do walidacji w terminie zgodnym z harmonogramem realizacji projektu. Walidacja odbywa się w terminie 30 dni roboczych od daty przekazania produktu przez beneficjenta do Sieci, przy czym termin ten może zostać wydłużony, jeśli wystąpią uzasadnione przyczyny takiego stanu.

Przekazanie produktu oznacza przekazanie wszystkich dokumentów/opracowań składających się na produkt finalny.

W procesie walidacji wykorzystywany jest „Arkusze oceny produktu finalnego projektu innowacyjnego testującego” stanowiący załącznik do „Zasad dokonywania wyboru projektów w ramach PO KL”. Arkusz wypełniany jest przez jednego niezależnego eksperta, który musi figurować w Bazie ekspertów PO KL prowadzonej przez MRR.

Na podstawie jego oceny i dyskusji Sieć Tematyczna wydaje:

- **pozytywną lub**
- **negatywną ocenę walidacyjną o produkcie.**

Może również wskazać rekomendacje w zakresie dalszych działań upowszechniających i włączających.

Sieć przekazuje swą ocenę do instytucji finansującej projekt, która na podstawie tej oceny podejmuje decyzję o dalszych losach projektu. Szczegółowe informacje na temat stanowiska, jakie może zająć instytucja finansująca projekt, zostały wskazane w podrozdziale 7.3.2 „Zasad dokonywania wyboru projektów w ramach PO KL”.

W przypadku, gdy beneficjent nie przekaże produktu do walidacji lub gdy produkt nie zostanie zwalidowany, instytucja finansująca projekt może między innymi rozwiązać umowę o dofinansowanie projektu lub zmniejszyć jej wartość.

W przypadku produktu, który nie uzyskał walidacji, instytucja finansująca projekt może podjąć negocjacje z beneficjentem w celu uzgodnienia zmiany w podejściu do upowszechniania produktu – tak, by beneficjent skoncentrował się na upowszechnianiu informacji o założeniach projektu, jego przebiegu i możliwych przyczynach braku skuteczności uzyskanego produktu.

W sytuacji, gdy umowa ulega rozwiązaniu za kwalifikowalne zostaną uznane wydatki odpowiadające prawidłowo zrealizowanej części projektu.

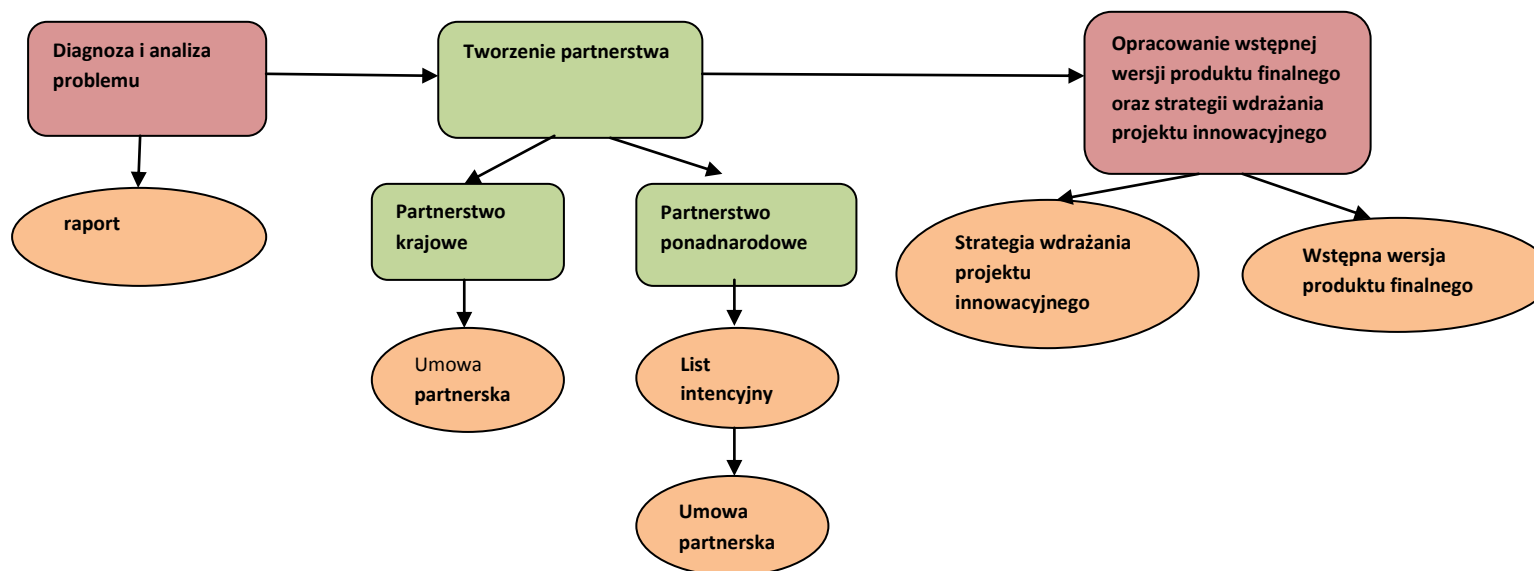
Czas przeznaczony na walidację musi zostać uwzględniony w harmonogramie projektu jako okres ograniczonego działania przez projektodawcę (do 2 miesięcy) – analogicznie jak w przypadku czasu przeznaczonego na ocenę strategii wdrażania projektu.

Działanie 9. Upowszechnianie oraz włączanie produktu do głównego nurtu polityki

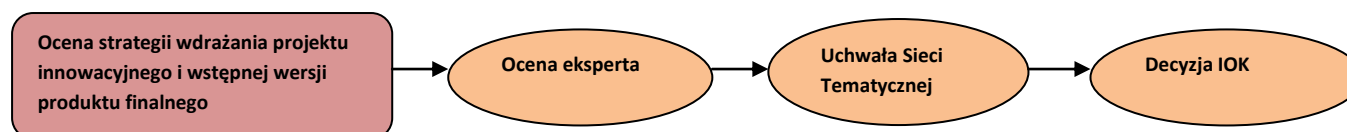
Jest to faza realizacji projektu, w której następuje pełne upowszechnianie i włączanie produktu finalnego do głównego nurtu polityki / praktyki wśród grup docelowych (w wymiarze przewidzianym w założeniach projektu) i decydentów oraz przekazanie go do powszechnego stosowania w sposób zgodny z założeniami projektu, adekwatny do charakteru produktu.

Należy zwrócić uwagę na różnicę między upowszechnianiem i włączaniem do głównego nurtu polityki / praktyki. Celem upowszechniania jest szerokie poinformowanie o produkcie wszystkich potencjalnie zainteresowanych, włączenie zaś służy zapewnieniu, że produkt będzie w przyszłości szerzej stosowany.

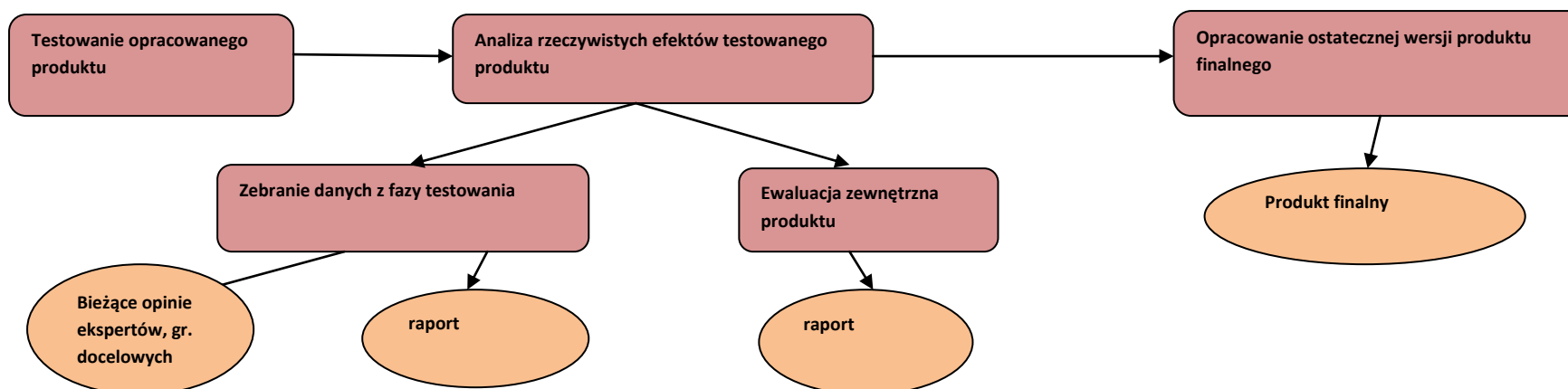
I Etap: przygotowanie: od 3 do 8 m-cy



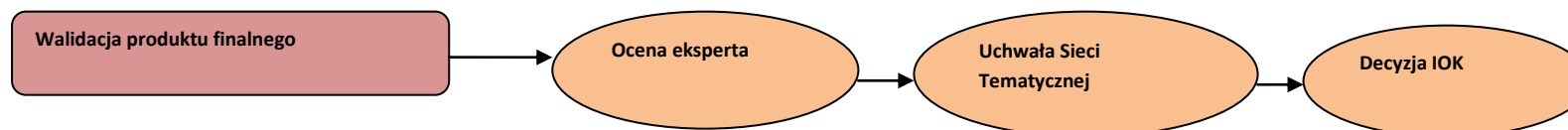
Przerwa techniczna (okres zawieszenia realizacji zadań merytorycznych projektu): do 2 m-cy



II Etap: wdrożenie



Przerwa techniczna (zawieszenie realizacji merytorycznych zadań projektu): do 2 m-cy



Kontynuacja II Etapu:

