

Załącznik nr 6

do Umowy Operacyjnej – Wejście Kapitałowe nr [*]

Obowiązki informacyjno-promocyjne Pośrednika Finansowego

1. Pośrednik Finansowy zobowiązuje się do prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych zgodnie z obowiązującymi regulacjami unijnymi oraz krajowymi.
2. Obowiązek informowania o wdrażanym Instrumencie Finansowym powstaje w momencie podpisania Umowy Operacyjnej.
3. Do obowiązków informacyjno-promocyjnych Pośrednika Finansowego należy:
 - 1) oznaczanie znakiem Funduszy Europejskich ze wskazaniem Programu Regionalnego, znakiem Unii Europejskiej wraz z rozszerzeniem EFRR, herbem Województwa Pomorskiego lub jego oficjalnym logo promocyjnym oraz znakiem promocyjnym Projektu (Pomorski Fundusz Rozwoju 2020+):
 - wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących wdrażanego Instrumentu Finansowego, w tym materiałów promocyjnych (ulotki, broszury, foldery), publikacji, notatek prasowych i informacyjnych, stron internetowych, newsletterów, mailingu, materiałów filmowych, konferencji, seminariów, spotkań, szkoleń i warsztatów,
 - wszystkich dokumentów związanych z wdrażanym Instrumentem Finansowym, podawanych do publicznej wiadomości, w tym dokumentacji przetargowej, ogłoszeń o naborach, analiz, raportów, wzorów umów, wzorów wniosków,
 - dokumentów i materiałów dla Ostatecznych Odbiorców, w tym korespondencji, umów, zaproszeń, materiałów informacyjnych, programów spotkań/szkoleń/warsztatów, list obecności, prezentacji multimedialnych,
 - 2) umieszczenie plakatu w siedzibie oraz w punktach obsługi klienta, w którym wdrażany jest Instrument Finansowy,
 - 3) stworzenie Podstrony/zakładki na stronie internetowej Pośrednika Finansowego dedykowanej Projektowi, wraz z opisem wdrażanego Instrumentu Finansowego, w szczególności jego parametrów, takich jak maksymalna wysokość wsparcia, okres karencji, okres spłaty, informacji o opłatach i prowizjach oraz źródle pochodzenia środków (Programu, EFRR oraz budżetu państwa), z uwzględnieniem informacji nt. roli Menadżera Funduszu Funduszy,

- 4) prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych za pośrednictwem mediów społecznościowych (Facebook, Twitter, itp.) i promowanie działań prowadzonych przez MFF na Facebooku,
 - 5) przekazywanie Ostatecznym Odbiorcom informacji, że wsparcie pozadotacyjne jest możliwe dzięki finansowaniu ze środków Unii Europejskiej i budżetu państwa – w formie słownej oraz odpowiedniego oznakowania, np. konferencji, warsztatów, szkoleń, spotkań, wystaw, targów,
 - 6) przekazywanie Menadżerowi informacji dotyczących dostępnych Instrumentów Finansowych na potrzeby zamieszczenia ich na Portalu Funduszy Europejskich oraz na stronie internetowej dedykowanej projektowi, zarządzanej przez MFF,
 - 7) przekazywanie Menadżerowi informacji o ciekawych przedsięwzięciach zrealizowanych przez Pośrednika Finansowego, na potrzeby promowania Instrumentów Finansowych w regionie.
4. Treść informacji przekazywanej Ostatecznym Odbiorcom powinna jasno wskazywać źródło pochodzenia środków, z których ustanowiono Instrument Finansowy.
 5. Nazwa Instrumentu Finansowego powinna zawierać odniesienie do faktu, że jest on dofinansowany z EFRR i budżetu państwa.
 6. Przy realizacji obowiązków informacyjno-promocyjnych obowiązuje zakaz łączenia znaków Unii Europejskiej i Funduszy Europejskich z ofertą, której środki nie pochodzą ze wsparcia z EFRR i budżetu państwa.
 7. Pośrednicy Finansowi zapewnią taki standard informacji zamieszczanych na stronach internetowych oraz w materiałach promocyjnych, aby Ostateczni Odbiorcy mieli łatwy dostęp do informacji dotyczących m.in. terminu naboru, warunków udzielanego wsparcia, spodziewanych efektów i korzyści, danych osób do kontaktu w przypadku pytań lub problemów.
 8. Do obowiązków Pośredników Finansowych należy dokumentowanie wszystkich prowadzonych w ramach Umowy działań informacyjnych i promocyjnych z uwzględnieniem następujących zasad:
 - 1) dokumentację należy przechowywać razem z pozostałymi dokumentami na zasadach określonych w §10 Umowy,
 - 2) dokumentację należy przechowywać w formie papierowej lub elektronicznej, np. jako skany dokumentów, zdjęcia, kopie (zrzuty) stron internetowych; jeśli na potrzeby Operacji powstały materiały informacyjne należy przechowywać ich pojedyncze egzemplarze (np. ulotki, foldery, broszury, publikacje) lub ich zdjęcia.

9. Jeśli w trakcie realizacji Projektu Umowa Operacyjna zostanie rozwiązana, znaku Unii Europejskiej oraz znaku Funduszy Europejskich do oznaczania prowadzonych działań nie stosuje się.
10. W celu doprecyzowania zasad określonych w ust. 1 – 9 powyżej, Menadżer może wydać odpowiednie Wytyczne w zakresie promocji i informacji.