

**Załącznik nr 13  
do Umowy Operacyjnej 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. Obowiązki informacyjne mają być zgodne z wymogami Rozporządzenia Ogólnego, Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014 - 2020 oraz zgodne z Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014 - 2020 w zakresie informacji i promocji.
3. Obowiązek informowania o wdrażanych Produktach Finansowych powstaje w momencie podpisania Umowy Operacyjnej.
4. 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 Łódzkiego lub jego oficjalnym logo promocyjnym oraz znakiem promocyjnym Projektu :
    - a. wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących wdrażanych Produktów Finansowych, w tym materiałów promocyjnych (ulotki, broszury, foldery), publikacji, notatek prasowych i informacyjnych, stron internetowych, newsletterów, mailingu, materiałów filmowych, konferencji, seminariów, spotkań, szkoleń i warsztatów,
    - b. wszystkich dokumentów związanych z wdrażanymi Produktami Finansowymi, podawanych do publicznej wiadomości, w tym dokumentacji przetargowej, ogłoszeń o naborach, analiz, raportów, wzorów umów, wzorów wniosków,
    - c. dokumentów i materiałów dla Ostatecznych Odbiorców, w tym korespondencji, umów, zaproszeń, materiałów informacyjnych, programów spotkań / szkoleń / warsztatów, list obecności, prezentacji multimedialnych;
  - 2) oznakowanie miejsca realizacji Projektu, tj. umieszczenie plakatu w siedzibie oraz w punktach obsługi klienta, w których wdrażane są Produkty Finansowe;
  - 3) stworzenie podstrony / zakładki na stronie internetowej Pośrednika Finansowego dedykowanej Projektowi, wraz z opisem wdrażanych Produktów Finansowych, w szczególności ich parametrów, takich jak maksymalna wysokość wsparcia, okres karencji, okres spłaty, informacji o opłatach i prowizjach oraz źródle pochodzenia środków (Programu, EFRR), 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 ( w tym udostępnianie postów);
  - 5) przekazywanie podczas spotkań (m.in. konferencji, warsztatów, szkoleń, wystaw, targów) Ostatecznym Odbiorcom informacji, że wsparcie pozadotacyjne jest możliwe dzięki finansowaniu ze środków Unii Europejskiej. Wszystkie spotkania muszą zostać odpowiednio oznakowane;
  - 6) przekazywanie Menadżerowi informacji dotyczących dostępnych Produktów Finansowych na potrzeby zamieszczenia ich na Portalu Funduszy Europejskich oraz na stronie internetowej dedykowanej Projektowi, a zarządzanej przez MFF;
  - 7) przekazywanie Menadżerowi informacji o ciekawych przedsięwzięciach zrealizowanych przez Ostatecznych Odbiorców, na potrzeby promowania Produktów Finansowych w regionie.

5. Treść informacji przekazywanej Ostatecznym Odbiorcom powinna jasno wskazywać źródło pochodzenia środków, z których ustanowiono Instrument Finansowy.
6. Każdorazowo informacja nt. Instrumentu Finansowego powinna zawierać odniesienie do faktu, że jest on dofinansowany z EFRR.
7. Obowiązuje zakaz łączenia znaków Unii Europejskiej i Funduszy Europejskich z ofertą Pośrednika Finansowego, której finansowanie nie pochodzi ze środków UE.
8. Pośrednicy Finansowi zapewnią taki standard informacji zamieszczanych na stronach internetowych oraz w materiałach promocyjnych, który w sposób łatwy i dostępny dostarczy Ostatecznym Odbiorcom informacji dotyczących, m.in. terminu naboru, warunków udzielanego wsparcia, spodziewanych efektów i korzyści, danych osób do kontaktu, zasad składania zapytań i udzielania odpowiedzi.
9. Do obowiązków Pośredników Finansowych należy dokumentowanie wszystkich prowadzonych w ramach niniejszej Umowy działań informacyjnych i promocyjnych z uwzględnieniem następujących zasad:
  - a. dokumentację należy przechowywać razem z pozostałymi dokumentami na zasadach określonych w §18 Umowy,
  - b. 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.
10. Pośrednik Finansowy na potrzeby informacji i promocji Programu udostępnia Instytucji Zarządzającej / Instytucji Pośredniczącej, Menadżerowi na wezwanie utwory informacyjno - promocyjne powstałe w trakcie realizacji Projektu, w postaci m.in.: materiałów zdjęciowych, materiałów audio - wizualnych i prezentacji dotyczących Projektu. Każdorazowe wykorzystanie materiałów, o których mowa powyżej wymaga zgody Menadżera.
11. Jeśli w trakcie realizacji Projektu Umowa Operacyjna zostanie rozwiązana, znaku Unii Europejskiej oraz znaku Funduszy Europejskich do oznaczania prowadzonych działań nie stosuje się.
12. W celu doprecyzowania zasad określonych w ust. 1 – 10 powyżej, Menadżer może wydać odpowiednie Wytyczne w zakresie promocji i informacji.