

Załącznik nr 14

do Umowy Operacyjnej nr

Obowiązki informacyjno-promocyjne

1. Obowiązek informowania o wdrażanych produktach Finansowych powstaje w momencie podpisania Umowy Operacyjnej.
2. Do obowiązków informacyjno-promocyjnych Pośrednika Finansowego należy przede wszystkim:
 - 2.1. oznaczanie logotypami udostępnionymi przez WMARR S.A. działającą w imieniu i na rzecz Zamawiającego:
 - 2.1.1. miejsca realizacji Umowy poprzez umieszczenie w widocznym miejscu w siedzibie Pośrednika Finansowego oraz oddziale/biurze regionalnym (jeżeli dotyczy) plakatu informującego w formacie co najmniej A3,
 - 2.1.2. wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących wdrażanego Produktu Finansowego Pożyczka Regionalna dla MŚP, w tym materiałów promocyjnych (ulotki, broszury, foldery), publikacji, notatek prasowych i informacyjnych, stron internetowych, newsletterów, mailingu, materiałów filmowych, konferencji, seminariów, spotkań, szkoleń i warsztatów,
 - 2.1.3. wszystkich dokumentów związanych z wdrażanym Produktem Finansowym, podawanych do publicznej wiadomości, w tym ogłoszeń o naborach, analiz, raportów, wzorów umów, wzorów wniosków,
 - 2.1.4. dokumentów i materiałów dla Ostatecznych Odbiorców, w tym korespondencji, umów, zaproszeń, materiałów informacyjnych, programów spotkań / szkoleń / warsztatów, list obecności, prezentacji multimedialnych;
 - 2.2. stworzenie i bieżąca aktualizacja podstrony/zakładki na stronie internetowej Pośrednika Finansowego dedykowanej Produktowi Finansowemu Pożyczka Regionalna dla MŚP. Pośrednik Finansowy zamieszcza informacje na stronie niezwłocznie po podpisaniu umowy, lecz nie później niż w terminie do 30 dni od jej podpisania. Strona zawiera:
 - 2.2.1. opis i produktu finansowego, w szczególności parametrów, takich jak: minimalna i maksymalna wysokość wsparcia, okres karencji, okres spłaty,
 - 2.2.2. wzory dokumentów aplikacyjnych pozwalających na ręczne lub komputerowe ich wypełnienie,
 - 2.2.3. wzory dokumentów Umowy Pożyczki oraz Regulaminy,
 - 2.2.4. informacje o pochodzeniu środków,
 - 2.2.5. w łatwo dostępnym miejscu - dane kontaktowe umożliwiające bezpośredni kontakt z Pośrednikiem Finansowym, tj. aktualne: adres biura, numer telefonu, adres e-mail i/lub formularz kontaktowy. W przypadku publikacji ww. informacji w więcej niż jednej lokalizacji, Pośrednik Finansowy zapewnia spójność informacji;
 - 2.3. przekazywanie podczas spotkań (m.in. konferencji, warsztatów, szkoleń, wystaw, targów) Ostatecznym Odbiorcom słownej informacji o tym, że wsparcie poza dotacyjne jest możliwe dzięki finansowaniu ze środków Województwa Warmińsko-Mazurskiego. Wszystkie spotkania muszą zostać odpowiednio oznakowane;

- 2.4. przekazywanie WMARR S.A. działającej w imieniu i na rzecz Zamawiającego informacji o ciekawych przedsięwzięciach zrealizowanych przez Ostatecznych Odbiorców, na potrzeby promowania Produktów Finansowych w regionie;
 - 2.5. aktywny udział w spotkaniach organizowanych przez Zamawiającego lub WMARR S.A. działającą w imieniu i na rzecz Zamawiającego dotyczących promocji Produktu Finansowego.
3. Treść informacji przekazywanej Ostatecznym Odbiorcom powinna jasno wskazywać źródło pochodzenia środków, z których ustanowiono Produkt Finansowy.
4. Pośrednik Finansowy zapewni 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 wniosków, warunków udzielanego wsparcia, spodziewanych efektów i korzyści, danych osób do kontaktu, zasad składania zapytań i udzielania odpowiedzi.
5. Do obowiązków Pośrednika Finansowego należy dokumentowanie wszystkich prowadzonych w ramach niniejszej Umowy działań informacyjnych i promocyjnych z uwzględnieniem następujących zasad:
 - 5.1. potwierdzeniem prowadzonych działań w szczególności będzie:
 - pojedynczy egzemplarz lub jego odzwierciedlenie w wersji elektronicznej – skan, zdjęcie (publikacje w prasie, ulotki, foldery, broszury, notatki prasowe i informacyjne)
 - zapis nagrania oraz potwierdzenie emisji (audycje i spoty radiowe)
 - kopia (zrzut) stron internetowych (internet i media społecznościowe)
 - raport z przeprowadzonej kampanii (telemarketing, marketing szeptany)
 - dokumentacja fotograficzna (spotkania dla przedsiębiorców w tym konferencje, seminaria, szkolenia i warsztaty)
 - 5.2. dokumentację należy przechowywać razem z pozostałymi dokumentami na zasadach określonych w § ... Umowy,
 - 5.3. dokumentację należy przechowywać w formie papierowej lub elektronicznej,
 - 5.4. podsumowanie przeprowadzonych działań i ich efektów jest elementem sprawozdań przekazywanych WMARR S.A. działającej w imieniu i na rzecz Zamawiającego.
6. Jeśli Umowa Operacyjna zostanie rozwiązana, logotypów do oznaczania prowadzonych działań nie stosuje się.