

System Koordynacji Marki Małopolska

§ 1

System Koordynacji Marki Małopolska, zwany dalej SKMM, określa zasady planowania i prowadzenia działań marketingowych, realizowanych przez Departamenty Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, Wojewódzkie Samorządowe Jednostki Organizacyjne, które nie posiadają osobowości prawnej oraz wybrane wojewódzkie osoby prawne, spółki kapitałowe oraz stowarzyszenia, w tym Małopolską Organizację Turystyczną, w których Województwo Małopolskie jest udziałowcem, akcjonariuszem lub członkiem, które pełnią istotną rolę w kreowaniu marki Małopolska, zwane dalej **Podmiotami**.

§ 2

SKMM ma na celu koordynację i uspołnienie komunikacji marki Małopolska poprzez regulację współpracy pomiędzy Podmiotami w ramach prowadzonych przez nie działań marketingowych.

§ 3

Ilekroć w SKMM jest mowa o:

- 1) **Działaniach marketingowych** – należy przez to rozumieć różne formy komunikacji marketingowej, służące promocji i kreacji marki Małopolska. Działania te realizowane są w oparciu o jednolite zasady komunikacji w zgodzie z Tożsamością Marki Małopolska. Przez działania marketingowe podejmowane przez Podmioty rozumie się między innymi:
 - a) realizację kampanii reklamowych, wizerunkowych, produktowych (związanych m.in. z obszarami gospodarki, turystyki, kultury, sportu, zdrowia, edukacji, funduszy europejskich, transportu) wykorzystujących m.in. reklamę TV, radiową, prasową, internetową, outdoor;
 - b) organizację lub współorganizację prezentacji, wystaw, targów, konferencji, eventów oraz innych wydarzeń o charakterze promocyjnym;
 - c) udział w targach, wystawach branżowych, giełdach i innych imprezach targowo-wystawienniczych;
 - d) produkcję, współprodukcję i emisję programów telewizyjnych, radiowych, internetowych, spotów i filmów promocyjnych oraz prezentacji multimedialnych;
 - e) realizację działań i aktywności wykorzystujących sieć Internet, w tym działania social media, prowadzenie stron internetowych;
 - f) produkcję i dystrybucję materiałów reklamowych (gadżety), materiałów identyfikacyjnych (system wystawienniczy) oraz wydawnictw (drukowane i multimedia);
 - g) tworzenie nowej identyfikacji wizualnej projektów, przedsięwzięć;
 - h) współpracę z międzynarodowymi, krajowymi, regionalnymi i lokalnymi instytucjami oraz podmiotami komercyjnymi zainteresowanymi lub

zaangażowanymi w proces budowania pozytywnego wizerunku Województwa Małopolskiego (co-branding);

- i) organizację wizyt studyjnych dziennikarzy oraz innych grup opiniotwórczych;
 - j) działania public relations;
 - k) projektowanie markowych doświadczeń, np. wystroj wnętrza, stroje firmowe itp. (service&experience design);
 - l) wydawanie i publikowanie magazynów oraz czasopism o regionie (custom publishing);
 - m) oraz inne działania marketingowe.
- 2) **Marce** – należy przez to rozumieć termin, symbol bądź projekt graficzny lub ich kombinację, których celem jest identyfikowanie towarów oraz usług i odróżnienie ich od towarów lub usług oferowanych przez konkurencję. Jest to wiązka wartości funkcjonalnych i emocjonalnych, która komunikuje i działa na emocje. Marka Małopolska to równowaga przeszłości i teraźniejszości, tradycji i innowacyjności, kreatywności i wiedzy, duchowości i pragmatyzmu, to piękno przyrody i bogactwo kultury. Esencja marki Małopolska to: Mądrość i fantazja w harmonii.
 - 3) **Tożsamości Marki Małopolska** – należy przez to rozumieć dokument określający wartości i cechy osobowości marki będące wyróżnikami regionu. Jest to zbiór zasad stanowiących narzędzie koordynacji marketingu regionalnego prowadzonego przez Województwo Małopolskie.
 - 4) **Logo** – należy przez to rozumieć graficzne przedstawienie marki produktu, tworzone przez zastosowanie koloru, rozmiaru, kształtu liter i ich układu. Logo Małopolski składa się z piktogramu oraz logotypu, będącego nazwą regionu.
 - 5) **Systemie Identyfikacji Wizualnej (SIW)** – należy przez to rozumieć System Identyfikacji Wizualnej Województwa Małopolskiego przyjęty uchwałą Zarządu Województwa Małopolskiego nr 1777/15 z dnia 22.12.2015 r. System Identyfikacji Wizualnej to ogół zasad dotyczących kreowania wizerunku marki Małopolska poprzez różnego rodzaju elementy graficzne, z których podstawowym jest logo.
 - 6) **Departamentach** – należy przez to rozumieć Departamenty Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego (UMWM).
 - 7) **Wojewódzkich Samorządowych Jednostkach Organizacyjnych (WSJO)** – należy przez to rozumieć Wojewódzkie Samorządowe Jednostki Organizacyjne Województwa Małopolskiego nie mające osobowości prawnej.
 - 8) **Wybranych wojewódzkich osobach prawnych, spółkach kapitałowych oraz stowarzyszeniach** – należy przez to rozumieć wybrane wojewódzkie osoby prawne, spółki kapitałowe oraz stowarzyszenia, w tym Małopolską Organizację Turystyczną, w których Województwo Małopolskie jest udziałowcem, akcjonariuszem lub członkiem, które pełnią istotną rolę w kreowaniu marki Małopolska.
 - 9) **Portalu internetowym WM** – należy przez to rozumieć oficjalny portal internetowy Województwa Małopolskiego (www.malopolska.pl) prowadzony przez Departament Marki Małopolska, Biuro Prasowe oraz Biuro Cyfryzacji.
 - 10) **Oficjalnej stronie promocyjnej WM na Facebooku** – należy przez to rozumieć oficjalny, promocyjny fanpage Województwa Małopolskiego na Facebooku pod adresem www.facebook.com/lubiemalopolske prowadzony przez Departament Marki Małopolska.
 - 11) **Innej stronie WM na Facebooku** – należy przez to rozumieć inne fanpage tworzone przez Departamenty UMWM w ramach prowadzonych działań informacyjno – promocyjnych dedykowanych realizowanym działaniom i projektom.

- 12) **Elektronicznej Platformie Komunikacji Marki Małopolska (EPK)** – należy przez to rozumieć platformę internetową (www.epk.malopolska.pl), służącą do realizacji zadań wynikających z SKMM w tym: gromadzenia i aktualizacji informacji o planowanych i zrealizowanych przez Podmioty działaniach marketingowych oraz do koordynowania, konsultowania i wdrażania tych działań. Uprawnienia i dostęp do EPK posiadają wskazani do współpracy z Departamentem Marki Małopolska przedstawiciele Podmiotów. Z EPK korzystać mogą również inne podmioty upoważnione, w związku z realizacją zadań przy wsparciu/ z udziałem Województwa Małopolskiego kreujące markę Małopolska poprzez specjalne formularze stworzone do akceptacji materiałów graficznych oraz rezerwacji systemu wystawienniczego.
- 13) **Małopolskiej Bazy Multimediów (Fotoportal)** – należy przez to rozumieć aplikację internetową (www.fotoportal.malopolska.pl) służącą do przechowywania, katalogowania i dystrybucji promocyjnych materiałów multimedialnych wytwarzanych i pozyskanych przez UMWM, w tym video, fotografie, projekty graficzne oraz koncepcje artystyczne.
- 14) **Rocznym Planie Działań Marketingowych** – należy przez to rozumieć zestawienie zawierające planowane na następny rok budżetowy działania marketingowe Podmiotów, składane za pośrednictwem EPK do Departamentu Marki Małopolska raz do roku, w terminie do 20 października roku poprzedzającego rok, którego ma dotyczyć plan. Plan podlega bieżącej aktualizacji.
- 15) **Rocznym Planowanym Zakupie Materiałów Promocyjnych** – należy przez to rozumieć zestawienie zawierające planowany przez Podmioty zakup materiałów promocyjnych na następny rok budżetowy, składane za pośrednictwem EPK do Departamentu Marki Małopolska raz do roku, w terminie do 20 października roku poprzedzającego rok, którego ma dotyczyć zestawienie. Planowany zakup podlega bieżącej aktualizacji.
- 16) **Zbiorczym Rocznym Planie Działań Marketingowych Województwa Małopolskiego** – należy przez to rozumieć wybrane przez Departament Marki Małopolska spośród zgłoszonych przez Podmioty Rocznych Planów Działań Marketingowych najważniejsze i największe działania marketingowe realizowane w Województwie Małopolskim, w danym roku kalendarzowym.
- 17) **Raportcie z realizacji działania marketingowego** – należy przez to rozumieć formularz stanowiący podsumowanie przeprowadzonego działania marketingowego, składany za pośrednictwem EPK do Departamentu Marki Małopolska, w terminie 30 dni od daty zakończenia jego realizacji.
- 18) **Katalogu podstawowych materiałów promocyjnych** – należy przez to rozumieć opracowany przez Departament Marki Małopolska zestaw materiałów promocyjnych Województwa Małopolskiego obowiązujący na dany rok budżetowy.

§ 4

1. Za koordynację działań związanych z wprowadzeniem SKMM odpowiedzialny jest Dyrektor Departamentu Marki Małopolska, pełniący funkcję Pełnomocnika Marszałka Województwa Małopolskiego ds. Marki Małopolska, który realizuje to zadanie przy pomocy Departamentu Marki Małopolska.
2. W Departamencie Marki Małopolska zostały wyznaczone osoby, tzw. opiekunowie, do współpracy z Podmiotami w ramach prowadzonych przez nie działań marketingowych.
3. W każdym Podmiocie Dyrektor/Prezes wskazuje łącznika tj. przedstawiciela do współpracy z Departamentem Marki Małopolska w zakresie koordynacji działań marketingowych.

§ 5

1. Wprowadza się obowiązek przygotowania przez Departamenty i WSJO Rocznych Planów Działań Marketingowych oraz Rocznych Planowanych Zakupów Materiałów Promocyjnych na kolejny rok budżetowy. Rekomenduje się i zaleca przygotowanie Rocznych Planów Działań Marketingowych oraz Rocznych Planowanych Zakupów Materiałów Promocyjnych na kolejny rok budżetowy przez wybrane wojewódzkie osoby prawne, spółki kapitałowe oraz stowarzyszenia.
2. Podmioty składają do Departamentu Marki Małopolska Roczne Plany Działań Marketingowych za pośrednictwem EPK, w terminie do 20 października roku poprzedzającego rok, którego ma dotyczyć plan. W planie należy uwzględnić między innymi takie informacje jak:
 - a) nazwa działania;
 - b) opis działania – miejsce, czas trwania, cel, krótka charakterystyka;
 - c) charakter działania – własny, partnerski;
 - d) grupy docelowe – określenie osób zainteresowanych;
 - e) zasięg działania – lokalny, regionalny, ogólnopolski lub międzynarodowy;
 - f) kanały dotarcia do grup docelowych – narzędzia promocji;
 - g) koszty – środki przeznaczone na organizację, tzn. środki, które zostaną wykorzystane na techniczne przygotowanie działania (wartość brutto); środki przeznaczone na promocję, tzn. środki, które będą przeznaczone na działania promocyjne (wartość brutto); środki pochodzące z budżetu Województwa Małopolskiego.
3. Podmioty składają do Departamentu Marki Małopolska Roczne Planowane Zakupy Materiałów Promocyjnych za pośrednictwem EPK, w terminie do 20 października roku poprzedzającego rok, którego ma dotyczyć zestawienie. Środki na pokrycie planowanego zakupu materiałów promocyjnych muszą być zaplanowane w budżetach poszczególnych Podmiotów.
4. Zestawienia w wersji papierowej, o których mowa w ust. 2 i 3 wygenerowane z EPK, z parafą Dyrektora/Prezesa Podmiotu należy złożyć do Departamentu Marki Małopolska niezwłocznie po ich złożeniu w EPK.
5. Departament Marki Małopolska dokonuje analizy informacji zawartych w Rocznych Planach Działań Marketingowych, wybiera najważniejsze i największe działania marketingowe realizowane w Województwie i przygotowuje Zbiorczy Roczny Plan Działań Marketingowych Województwa Małopolskiego.
6. Na podstawie dokonanej analizy, o której mowa w ust. 5, Departament Marki Małopolska może przedstawić Podmiotom ewentualne wytyczne i zalecenia, co do sposobu prowadzenia działań marketingowych, do których należy się stosować oraz na bieżąco konsultować dalsze działania.
7. Zbiorczy Roczny Plan Działań Marketingowych Województwa Małopolskiego zostanie przedstawiony Zarządowi Województwa Małopolskiego przez Dyrektora Departamentu Marki Małopolska.
8. Zbiorczy Roczny Plan Działań Marketingowych Województwa Małopolskiego oraz tworzony na jego podstawie Kalendarz wybranych, najważniejszych działań marketingowych realizowanych w Województwie w danym roku udostępniane są Podmiotom za pośrednictwem EPK.
9. Zbiorczy Roczny Plan Działań Marketingowych Województwa Małopolskiego na dany rok kalendarzowy podlega bieżącej aktualizacji za pośrednictwem EPK.

§ 6

1. Podmioty podejmują działania mające na celu sprecyzowanie i uszczegółowienie poszczególnych działań marketingowych, w tym tych ze Zbiorczego Rocznego Planu Działań Marketingowych Województwa Małopolskiego. Uszczegółowienie za pośrednictwem EPK narzędzi promocyjnych w postaci podejmowanych działań promocyjnych stosowanych do realizacji działań marketingowych powinno nastąpić najpóźniej do jednego miesiąca przed planowanym terminem realizacji działania.
2. Raport z realizacji działania marketingowego powinien zostać złożony za pośrednictwem EPK, do 30 dni po zakończeniu jego realizacji.
3. Podmioty, za pośrednictwem EPK dokonują na bieżąco aktualizacji swoich Rocznych Planu Działań Marketingowych.
4. Istnieje możliwość zwołania na wniosek Dyrektora Departamentu Marki Małopolska spotkania roboczego z Dyrektorami/Prezesami Podmiotów dotyczącego prowadzonych przez nie działań marketingowych.

§ 7

1. Wprowadza się obowiązek projektowania przez Departamenty i WSJO wszelkich materiałów promocyjnych i identyfikacyjnych w oparciu o założenia Systemu Identyfikacji Wizualnej za wyjątkiem materiałów określonych w ust. 3, chyba, że zastosowanie mają przepisy odrębne.
2. Wprowadza się obowiązek projektowania przez Podmioty wszelkich materiałów promocyjnych i identyfikacyjnych finansowanych lub współfinansowanych z budżetu Województwa Małopolskiego w oparciu o założenia Systemu Identyfikacji Wizualnej za wyjątkiem materiałów określonych w ust. 3, chyba że zastosowanie mają przepisy odrębne.
3. We wszelkich materiałach promocyjnych i identyfikacyjnych opartych o indywidualne Księgi Identyfikacji Wizualnej obowiązkowe jest stosowanie logo Województwa Małopolskiego zgodnie z Systemem Identyfikacji Wizualnej.
4. Projekty graficzne należy zgłosić do akceptacji do Departamentu Marki Małopolska za pośrednictwem EPK.
5. Przesłany projekt graficzny podlega sprawdzeniu pod względem zgodności z SIW w ciągu 3 dni roboczych.
6. W przypadku pozytywnej weryfikacji projektu Podmiot może skierować projekt do realizacji.
7. Brak akceptacji projektu graficznego lub brak konsultacji projektu z Departamentem Marki Małopolska oznacza, że projekt nie może zostać wykorzystany.
8. Interpretacja zapisów Systemu Identyfikacji Wizualnej Województwa Małopolskiego w sytuacjach wykraczających poza jej założenia należy do Departamentu Marki Małopolska.

§ 8

1. Za prowadzenie portalu internetowego WM odpowiada Departament Marki Małopolska, Biuro Prasowe oraz Biuro Cyfryzacji, w takim zakresie, że:
 - a) za tworzenie, redagowanie, edytowanie i publikowanie treści umieszczanych w portalu internetowym WM oraz za zarządzanie

portalem odpowiada Departament Marki Małopolska oraz Biuro Prasowe w zakresie wprowadzania aktualności na stronie głównej portalu;

- b) za zadania związane z właściwym funkcjonowaniem portalu internetowego WM, w zakresie technicznym oraz utrzymanie stron internetowych Województwa Małopolskiego na serwerach Województwa Małopolskiego, a także zakup i utrzymanie domen i certyfikatów do obsługi stron internetowych, odpowiada Biuro Cyfryzacji.
2. Ponadto za dostarczanie treści na oficjalny portal internetowy WM odpowiadają Podmioty.
 3. Za prowadzenie wewnętrznego rejestru stron internetowych Departamentów odpowiada Departament Marki Małopolska. Rejestr zawiera następujące dane: nazwa strony internetowej, adres strony internetowej, Departament odpowiedzialny za jej prowadzenie, imię i nazwisko pracownika merytorycznego z Departamentu odpowiedzialnego za stronę, uzasadnienie utworzenia nowej strony (celowość), jakiego typu treści/dane strona będzie udostępniać, grupę odbiorców, datę utworzenia i zamknięcia strony, oraz ewentualne uwagi.
 4. W zakresie planowania nowych stron internetowych województwa wprowadza się obowiązek współpracy Departamentów:
 - a) z Departamentem Marki Małopolska w celu utrzymania spójności wizualnej stron internetowych Województwa Małopolskiego. Współpraca obejmuje również konsultacje dotyczące utworzenia przez Departamenty nowej strony internetowej w ramach projektów unijnych. Wszystkie Departamenty na etapie planowania realizacji projektu unijnego jako beneficjent (przed złożeniem wniosku o dofinansowanie) są zobowiązane do konsultacji z Departamentem Marki Małopolska w zakresie zasadności utworzenia nowej strony internetowej w ramach realizowania projektu unijnego;
 - b) z Biurem Cyfryzacji w celu utrzymania spójności technicznej stron internetowych Województwa Małopolskiego.
 5. Wprowadza się następującą procedurę w zakresie tworzenia przez Departamenty nowych stron internetowych:
 - a) Departamenty są zobowiązane do zgłoszenia i konsultacji z Departamentem Marki Małopolska zamiaru stworzenia strony internetowej, podając nazwę i adres planowanej strony, Departament odpowiedzialny za jego prowadzenie, imię i nazwisko pracownika merytorycznego z Departamentu odpowiedzialnego za serwis, uzasadnienie utworzenia nowej strony (celowość), jakiego typu treści/dane strona będzie udostępniać, grupę odbiorców, planowaną datę uruchomienia. W przypadku braku celowości utworzenia nowej strony, informacje merytoryczne przygotowane przez Departament będą zamieszczone w portalu internetowym WM w miejscu uzgodnionym z Departamentem;
 - b) Następnie Departamenty przesyłają wizualizację nowej strony internetowej, która podlega sprawdzeniu w oparciu o założenia Systemu Identyfikacji Wizualnej w ciągu 3 dni roboczych;
 - c) w przypadku akceptacji, Departament może skierować projekt do realizacji, w przeciwnym razie, projekt nie może zostać wykorzystany;
 - d) Departamenty odpowiadają za treści umieszczane na nowo utworzonych stronach, ich aktualizację oraz zamknięcie w przypadku braku zasadności ich utrzymania.

6. W celu utrzymania spójności wizualnej oraz merytorycznej wszystkich elektronicznych plików tekstowych załączanych w aktualnościach i wydarzeniach z kalendarium, zamieszczanych w portalu internetowym WM związanych z działalnością Województwa Małopolskiego, istnieje konieczność umieszczenia w tych dokumentach następujących danych: logo Małopolski, tytuł załącznika (czego dotyczy), datę utworzenia załącznika oraz departament odpowiedzialny za wydarzenie/sprawę/temat (opcjonalnie imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za temat). Dodatkowo dokumenty te powinny być załączane, jako nieedytowalne pliki pdf.

§ 9

1. Za prowadzenie oficjalnej strony promocyjnej WM na Facebooku odpowiada Departament Marki Małopolska.
2. Za dostarczanie treści na oficjalną stronę WM na Facebooku odpowiadają Departament Marki Małopolska i inne Podmioty.
3. Za prowadzenie wewnętrznego rejestru innych stron WM na Facebooku prowadzonych przez Departamenty odpowiada Departament Marki Małopolska. Rejestr zawiera następujące dane: nazwa strony WM na Facebooku, adres strony na Facebooku, Departament odpowiedzialny za jej prowadzenie, imię i nazwisko pracownika merytorycznego z Departamentu odpowiedzialnego za stronę, uzasadnienie utworzenia strony (celowość), jakiego typu treści/dane strona będzie udostępniać, grupę odbiorców, datę utworzenia i zamknięcia strony, oraz ewentualne uwagi.
4. W zakresie planowania nowych stron województwa na Facebooku wprowadza się obowiązek współpracy z Departamentem Marki Małopolska w celu utrzymania spójności wizualnej stron.
5. Współpraca, o której mowa w ust. 4 obejmuje również konsultacje dotyczące utworzenia przez Departamenty nowej strony w ramach projektów unijnych. Wszystkie Departamenty na etapie planowania realizacji projektu unijnego, jako beneficjent (przed złożeniem wniosku o dofinansowanie) są zobowiązane do konsultacji z Departamentem Marki Małopolska w zakresie zasadności utworzenia nowej strony na Facebooku w ramach realizowania projektu unijnego.
6. Wprowadza się następującą procedurę w zakresie tworzenia przez Departamenty nowych stron WM na Facebooku:
 - a) Departamenty są zobowiązane do zgłoszenia i konsultacji z Departamentem Marki Małopolska zamiaru stworzenia strony na Facebooku, podając nazwę i adres planowanej strony, Departament odpowiedzialny za jej prowadzenie, imię i nazwisko pracownika merytorycznego z Departamentu odpowiedzialnego za stronę, uzasadnienie utworzenia nowej strony (celowość), jakiego typu treści/dane strona będzie udostępniać, grupę odbiorców, planowaną datę uruchomienia. W przypadku braku celowości utworzenia nowej strony, informacje merytoryczne przygotowane przez Departament będą zamieszczone na stronach już funkcjonujących, tematycznie zbliżonych, w miejscu uzgodnionym z Departamentem;
 - b) przesłany projekt (zdjęcie profilowe i zdjęcie w tle) podlega sprawdzeniu w oparciu o założenia Systemu Identyfikacji Wizualnej w ciągu 3 dni roboczych;
 - c) w przypadku akceptacji, Departament może skierować projekt do realizacji, w przeciwnym razie, projekt nie może zostać wykorzystany;

- d) Departamenty odpowiadają za treści umieszczane na nowo utworzonych stronach na Facebooku, ich aktualizację oraz zamknięcie w przypadku braku zasadności ich utrzymania.

§ 10

1. Za prowadzenie i aktualizację zawartości Małopolskiej Bazy Multimediów odpowiada Departament Marki Małopolska we współpracy z innymi Podmiotami.
2. Materiały multimedialne prezentowane w Małopolskiej Bazie Multimediów są własnością Województwa Małopolskiego.
3. Podmioty, z wyłączeniem Departamentów upoważnione są do korzystania z materiałów umieszczonych w Małopolskiej Bazie Multimediów na podstawie udzielonej odrębnie umowy licencyjnej.
4. Użytkownikami Małopolskiej Bazy Multimediów mogą być Podmioty, które zaakceptowały regulamin i przeszły pozytywnie weryfikację przez Administratora tj. wyznaczonego pracownika Departamentu Marki Małopolska.
5. Użytkownicy Małopolskiej Bazy Multimediów mogą korzystać z materiałów multimedialnych na polach eksploatacji wskazanych w umowie licencyjnej, w ramach realizowanych działań o charakterze niekomercyjnym, promujących Województwo.

§ 11

1. Wprowadza się procedurę w zakresie zakupów oraz dystrybucji podstawowych materiałów promocyjnych Województwa Małopolskiego. Zakup materiałów promocyjnych będzie realizowany minimum raz w roku, zgodnie z planem zakupów, według następujących założeń:
 - a) katalog podstawowych materiałów promocyjnych Województwa Małopolskiego, obowiązujący wszystkie Departamenty, zostanie ostatecznie określony przez Departament Marki Małopolska do 15 września na kolejny rok budżetowy;
 - b) zbiorczy plan zakupów podstawowych materiałów promocyjnych Województwa Małopolskiego w skali całego UMWM będzie przygotowywany przez Departament Marki Małopolska na podstawie Rocznych Planowanych Zakupów Materiałów Promocyjnych, o których mowa w § 5;
 - c) Departament Marki Małopolska przeprowadzi wspólne zamówienie publiczne, w ramach budżetów poszczególnych Departamentów, na dostawę podstawowych materiałów promocyjnych, z wyłączeniem zakupów finansowanych z funduszy unijnych;
 - d) zakup podstawowych materiałów promocyjnych finansowanych z funduszy unijnych Departamenty przeprowadzają samodzielnie po uzgodnieniu i akceptacji przez Departament Marki Małopolska na etapie przygotowywania zamówienia.
2. Departament Marki Małopolska odpowiada za odbiór podstawowych materiałów promocyjnych, o których mowa w ust. 1 litera c), a za ich dystrybucję poszczególne Departamenty.
3. Departamenty mają możliwość zamówienia materiałów promocyjnych spoza katalogu podstawowych materiałów promocyjnych, po uzyskaniu akceptacji Departamentu Marki Małopolska. Za odbiór, przechowywanie i dystrybucję tych materiałów odpowiadają Departamenty, zgodnie z Rocznymi Planowanymi Zakupami Materiałów Promocyjnych.

4. W przypadku projektów finansowanych z funduszy unijnych planowany zakup materiałów promocyjnych należy skonsultować z Departamentem Marki Małopolska na etapie planowania realizacji projektu unijnego, jako beneficjent (przed złożeniem wniosku o dofinansowanie).
5. Departamenty odpowiadają za dystrybucję zamówionych materiałów promocyjnych. Prowadzą ewidencję zamówionych materiałów promocyjnych oraz dokumentują ich rozchód.
6. WSJO, wybrane wojewódzkie osoby prawne, spółki kapitałowe oraz stowarzyszenia samodzielnie przeprowadzają procedurę zakupu materiałów promocyjnych, po ich akceptacji na etapie przygotowywania zamówienia przez Departament Marki Małopolska (zgodnie z zapisami § 7).

§ 12

1. We wszystkich działaniach marketingowych, budujących wizerunek regionu, podejmowanych przez Podmioty należy zadbać o odpowiednią promocję marki Małopolska.
2. Podczas wydarzeń, w których udział bierze Województwo Małopolskie, wpływających na kreowanie marki Małopolska należy eksponować system wystawienniczy Województwa Małopolskiego.
3. System, o którym mowa w ust. 2 Departament Marki Małopolska udostępnia Podmiotom. Rezerwacja systemu wystawienniczego Województwa Małopolskiego odbywa się za pośrednictwem EPK, po uprzedniej akceptacji regulaminu.
4. Podmioty zobowiązane są do odbioru, a następnie zwrotu udostępnionego systemu w stanie niezmiennym. W przypadku zanieczyszczenia lub uszkodzenia sprzętu, Podmioty zobowiązane są do doprowadzenia sprzętu do stanu wydania.
5. W uzasadnionych przypadkach, istnieje możliwość zakupu elementów systemu wystawienniczego przez Departamenty i Podmioty z własnych środków budżetowych. Planowany zakup oraz projekty graficzne elementów systemu muszą uzyskać akceptację Departamentu Marki Małopolska.

§ 13

1. Materiały promocyjne Województwa Małopolskiego w pierwszej kolejności przekazywane są na:
 - a) potrzeby Zarządu Województwa Małopolskiego;
 - b) potrzeby Prezydium Sejmiku Województwa Małopolskiego oraz Radnych Województwa Małopolskiego;
 - c) wzmocnienie przekazu promocyjnego wydarzeń, w których przewidziany jest udział Zarządu Województwa Małopolskiego;
 - d) wzmocnienie przekazu promocyjnego wydarzeń kreujących markę Małopolska organizowanych lub współorganizowanych przez Podmioty.
2. Wsparcie pozostałych inicjatyw podejmowanych przez Podmioty oraz wszelkie inne instytucje zewnętrzne w postaci przekazania materiałów promocyjnych zostanie rozpatrzone przez Departament Marki Małopolska po uwzględnieniu zapotrzebowania, o którym mowa w ust. 1.

§ 14

1. Wszelkie wnioski o wszczęcie postępowań dotyczących działań marketingowych realizowanych przez Departamenty wymagają, przed kontrasygnatą Skarbnika Województwa Małopolskiego, merytorycznej akceptacji Departamentu Marki Małopolska.
2. Departamenty przesyłają wnioski, o których mowa w ust. 1 na adres marketing@umwm.pl. Podlegają one sprawdzeniu przez Departament Marki Małopolska w ciągu 3 dni roboczych.
3. Po akceptacji wersji elektronicznej, Departamenty przekazują wersję papierową wniosku do ostatecznej merytorycznej akceptacji Departamentu Marki Małopolska.

§ 15

Wprowadza się obowiązek umieszczania logo Małopolski w nagłówku pierwszych stron umów zawieranych przez Departamenty, chyba że zastosowanie mają przepisy odrębne.