



Załącznik nr 1

Data i miejsce złożenia oferty
(wypełnia organ administracji publicznej)

OFERTA/OFFERTA WSPÓLNA⁴⁾

ORGANIZACJI POZARZĄDOWEJ(-YCH)/PODMIOTU (-ÓW), O KTÓRYM (-YCH)
MOWA W ART. 3 UST. 3 USTAWY Z DNIA 24 KWIECZNIA 2003 r. O DZIAŁALNOŚCI
POŻYTKU PUBLICZNEGO I O WOLONTARIACIE (Dz. U. z 2010 r. Nr 234, poz. 1536)¹⁾,

REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

(rodzaj zadania publicznego²⁾)

PROMOCJA WOLONTARIATU MŁODZIEŻOWEGO

(tytuł zadania publicznego)

Tuchola Fabryką Dobra

w okresie od

01.09.2014 - 28.11.2014

W FORMIE

POWIERZENIA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO/WSPIERANIA REALIZACJI
ZADANIA PUBLICZNEGO¹⁾

PRZEZ

Burmistrz Miasta Tuchola

(organ administracji publicznej)

składana na podstawie przepisów działu II rozdziału 2 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r.

o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie

Jarosław Marciniak 507-092-810

12) przedmiot działalności pożytku publicznego:

a) działalność nieodpłatna pożytku publicznego

- działalności charytatywnej, w tym promocji i organizacji wolontariatu, (PKD 88.99.Z),
- prowadzenie działalności wydawniczej i reklamowej służącej realizacji celów statutowych (PKD 58.19.Z)
- działalności wspomagającej rozwój wspólnot i społeczności lokalnych. (PKD 88.99.Z),
- pomocy finansowej i rzeczowej, (PKD 88.99.Z),
- organizowania i finansowania imprez sportowych, rekreacyjnych i kulturalnych, (PKD 93.29.Z),
- fundowania stypendiów, (PKD 88.99.Z),
- wspierania udziału dzieci i młodzieży w koloniach i wycieczkach, (PKD 88.99.Z),
- podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska (PKD 94.99.Z),
- udzielania wsparcia stowarzyszeniom i fundacjom dla wzmocnienia ich możliwości pozyskiwania środków na realizację wspólnych celów statutowych, (PKD 94.11.Z),
- inicjowania i organizowania akcji mających na celu zbieranie środków finansowych i rzeczowych na rzecz Fundacji, (PKD 94.99.Z)
- działalności na rzecz rodziny, upowszechniania i ochrony praw dziecka, (PKD 88.99.Z),
- działalności na rzecz organizacji pozarządowych oraz podmiotów wymienionych w art.3 ust.3, w zakresie określonym w pkt 1-32, (PKD 94.11.Z),
- pomocy społecznej, w tym pomocy rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywania szans tych rodzin i osób, w tym: organizowanie akcji pomocowych, zakup żywności, środków higieny i innych artykułów do realizacji potrzeb życia codziennego, (PKD 88.99.Z),

b) działalność odpłatna pożytku publicznego

- organizowanie i finansowanie imprez sportowych, rekreacyjnych i kulturalnych, (PKD 93.29.Z),
- prowadzenie działalności wydawniczej i reklamowej służącej realizacji celów statutowych, (PKD 58.19.Z),
- sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana (PKD 46.90.Z),
- pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach (PKD 47.19.Z),
- sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona na straganach i targowiskach (PKD 47.89.Z),
- ruchome placówki gastronomiczne (PKD 56.10.B),
- przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych (catering) (PKD 56.21.Z),
- pozostała usługowa działalność gastronomiczna (PKD 56.29.Z),
- przygotowywanie i podawanie napojów (PKD 56.30.Z),
- pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, gdzie indziej niesklasyfikowana (PKD 74.90.Z),
- pozostałe sprzętanie (PKD 81.29.Z),
- pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane (PKD 85.59.B),
- pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna (PKD 93.29.Z)
- organizowanie i prowadzenie pozaszkolnych form kształcenia, (PKD 85.59.B),
- wydawanie książek (PKD 58.11.Z)
- wydawanie gazet (PKD 58.13.Z)
- wydawanie czasopism i pozostałych periodyków (PKD 58.14.Z)
- pozostała działalność wydawnicza (PKD 58.19.Z)
- działalność związana z organizacją targów, wystaw i kongresów (PKD 82.30.Z)
- działalność pozostałych organizacji członkowskich, gdzie indziej niesklasyfikowana (PKD 94.99.Z)
- pozostała sprzedaż (PKD 47.19.Z)
- sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet (PKD 47.91.Z)
- pozostała sprzedaż detaliczna poza siecią sklepową, straganami i targowiskami (PKD 47.99.Z)
- pozostała działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana (PKD 96.09.Z)
- pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna (PKD 93.29.Z)

13) jeżeli oferent /oferenci¹⁾ prowadzi/prowadzą¹⁾ działalność gospodarczą:

a) numer wpisu do rejestru przedsiębiorców

.....

b) przedmiot działalności gospodarczej

Nie dotyczy

II. Informacja o sposobie reprezentacji oferentów wobec organu administracji publicznej wraz z przytoczeniem podstawy prawnej¹⁰⁾

Nie dotyczy

III. Szczegółowy zakres rzeczowy zadania publicznego proponowanego do realizacji

1. Krótka charakterystyka zadania publicznego

W czasach, gdy Internet wchłania młodych ludzi, Galerie Handlowe stają się miejscem życia towarzyskiego, kreowania poglądów i postaw nastolatków, a zaangażowanie młodzieży w wolontariat na rzecz środowiska lokalnego w ciągu ostatnich lat systematycznie spada, trzeba zmienić diametralnie nasze podejście do animacji, pomagania i uczenia młodych bycia dobrymi dla siebie i dla innych. Jeżeli chcemy dać młodemu pokoleniu pozytywne wzorce, dać alternatywę musimy stać się w działaniu tak samo ciekawi i atrakcyjni jak usługi kuszące w Internecie czy „kolorowy świat Centrów Handlowych”. Ten projekt jest załącznikiem poszukiwania takich form, poszukiwania symboli i wzorców do naśladowania.

Projekt „Tuchola Fabryką Dobra” jest integralną częścią zadań, jakie będziemy realizować od 31.03.2014r w całej Polsce (prezentacja projektu „Poszukiwany Poszukiwana” i działań promujących wolontariat młodzieżowy, jakie planujemy zrealizować na terenie całej Polski w załączniku do projektu).

Ze względu na fakt, iż cały projekt w Waszym mieście trwa 8 miesięcy a realizacja przedsięwzięć finansowanych przez Urzędy w formie pozakonkursowej nie może przekraczać 3 miesięcy, w poniższym opisie przedstawiamy również zadania, które nie będą realizowane w tym wniosku, ale są integralną częścią całego projektu.

Opis zadań objętych w projekcie

Między sierpniem a listopadem stworzymy ciekawą formę ogólnopolskiej kampanii promującej wolontariat młodzieżowy na którą będzie się składać:

Kampania promująca wolontariat młodzieżowy

W połowie września poprosimy lokalne media działające na terenie Waszego regionu by poruszyły tematykę związaną z aktywnością młodych ludzi. Podczas uaktywnienia się w Waszym województwie wydrukujemy i rozkolportujemy 60 000 egz. Gazety „Fabryka Dobra” (z tego 500 egz. w Waszym mieście) tematycznie

związanej z aktywizacją młodzieży szkolnej. Również w tym okresie prześlemy pocztą do wszystkich szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w Waszym mieście/gminie plakaty i ulotki tematycznie związane z wolontariatem młodzieżowym. W tym okresie będziemy również prowadzić aktywną kampanię w Internecie pod nazwą - „**Wolontariat złapany w sieć**”, która będzie niekonwencjonalną formą promocji wolontariatu wśród młodych ludzi. Aby móc dotrzeć z naszym przekazem do wszystkich zainteresowanych szkół, poza wysłaniem informacji mailowej (posiadamy bazę mailową wszystkich szkół publicznych w kraju) stworzymy na portalu społecznościowym Facebook **sieć aktywnych szkół**, do których przesyłać będziemy aktualności dotyczące naszej akcji, materiały promujące wolontariat, linki do filmików zamieszczonych w Internecie. Profile szkół na Facebooku są obecnie nowoczesnym, innowacyjnym i modnym w środowisku młodych ludzi sposobem promocji szkoły i szkolnych grup wolontariackich, dlatego nasz projekt zakłada wykorzystanie tej formy komunikacji z młodzieżą szkolną.

Aby skutecznie promować wolontariat młodzieżowy w całej Polsce budujemy ponadlokalną i ponadregionalną platformę współpracy samorządów wręczając **Certyfikat Aktywnego Miasta** samorządom, które włączą się do naszego projektu. Również Burmistrzowi Państwa miasta wręczymy oficjalnie **Certyfikat Aktywnego Miasta**.

Filmy dokumentalne wraz z materiałami pomocniczymi dla Waszych szkół

W październiku z materiałów nakręconych podczas wizyt w 160 szkołach w całej Polsce zmontujemy **10 filmów dokumentalnych**, które w listopadzie wraz z materiałami pomocniczymi, będą bezpłatnie udostępnione pedagogom i nauczycielom szkół podstawowych, ponadpodstawowych i ponadgimnazjalnych na terenie Waszego miasta/gminy, by mogli na lekcjach wychowawczych czy tzw. „okienkach” przeprowadzić **10 prelekcji** zachęcających w ciekawy sposób młodych ludzi do uaktywniania się w środowisku lokalnym.

Zadania, które zrealizujemy, ale nie są uwzględnione w tym wniosku

Rozpoczynamy 31 marca 2014r. ogłaszając w całym kraju poszukiwania najlepszych animatorów aktywności młodych i wolontariuszy. Poprosimy o wsparcie medialne tego przedsięwzięcia lokalne media. Do wszystkich szkół publicznych z terenu Waszego miasta/gminy prześlemy materiały promujące to przedsięwzięcie. Między majem a wrześniem 2014r. zawitamy z kamerami FAM TV do **10 kujawsko - pomorskich szkół** i odbierzemy „Serduchami” 5 animatorów aktywności młodych i 5 wolontariuszy. Podczas wizyt w tych szkołach nakręcimy ok. 20 godzin materiałów filmowych, które posłużą do stworzenia **10 filmów dokumentalnych o wolontariacie młodzieżowym**. Powstanie również **200 krótkich filmików** promujących aktywność wśród młodzieży, które będą systematycznie publikowane w Internecie.

2. Opis potrzeb wskazujących na konieczność wykonania zadania publicznego, opis ich przyczyn oraz skutków

Strategia Wspierania Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego na lata 2009-2015 jako jeden z celów strategicznych wyznacza osiągnięcie optymalnego uczestnictwa obywateli w życiu publicznym. Jest to warunek konieczny do stworzenia trwałych podstaw dla aktywności obywateli i ich wspólnot w kształtowaniu rozwoju społecznego.

W pierwszym kwartale 2013 r. Fabryka Aktywności Młodych w partnerstwie z Gorzowskim Stowarzyszeniem Studentów „GieSS” zaniepokojone bardzo wyraźnym spadkiem zaangażowania młodych ludzi w działania na rzecz środowiska przeprowadziły badania dot. postrzegania przez uczniów szkół gimnazjalnych wolontariatu, jako formy spędzania wolnego czasu. Badaniami objęto trzy województwa – lubuskie, zachodniopomorskie i wielkopolskie i przeprowadzono je na 1000 respondentów - uczniów szkół gimnazjalnych.

87% respondentów miało w swoim życiu styczność z wolontariatem uczestnicząc m.in. raz w jakimś działaniu. Dla 82 % ankietowanych wolontariat jest mało atrakcyjną formą spędzania wolnego czasu, a tylko 7% młodzieży deklaruje chęć i stałe włączanie się w akcje organizowane przez lokalne organizacje pozarządowe. Głównymi przyczynami małego uaktywniania się młodzieży są (można było wskazać trzy odpowiedzi): 65%- nikt o tym nie mówi, 59% - są mało ciekawe, 34% nie interesuje mnie to, 28% - nie lubię pomagać. Z przeprowadzonych badań i rozmów z respondentami wyraźnie wynika, że wolontariat jest odbierany przez młodych ludzi, jako coś mało interesującego. Badani wielokrotnie podkreślali, że działają w ich

szkołach grupy wolontariackie ale są mało widoczne i ich zdaniem słabo działają.

W kolejnej części ankiety zapytaliśmy gimnazjalistów czy w ostatnim roku zetknęli się z ciekawą kampanią zachęcającą młodych ludzi do włączenia się w działania wolontariackie. Tylko 37% osób zaznaczyło odpowiedź „tak” w rubryce – ogólnopolskie, ale ponad 80% z nich uważało że WOŚP jest taką kampanią.

Kolejne pytanie dotyczyło wymienienia 10 celebrytów, znanych Polaków, którzy swoją osobą i postawą promują wolontariat wśród młodzieży. Tu bezapelacyjnie wygrał Jurek Owsiak, którego 53% respondentów uważa za osobę kojarzoną z aktywizacją młodych, jednak tylko 126 na 1000 osób, wymieniło 2 nazwiska a jedynie 14 ankietowanym udało się podać trzy nazwiska.

Z przykrością musimy poinformować, że 83 % gimnazjalistów wymieniło min. 5 nazwisk znanych Polaków, celebrytów, którzy swoją postawą, zachowaniem czy działaniami, promują marihuanę i inne miękkie narkotyki. Prym tu wiodą znani muzycy.

W ostatniej turze pytań zapytaliśmy nastolatków o formy spędzania wolnego czasu:

Aż 67% młodzieży większość swojego wolnego czasu spędza przed komputerem a ponad 70% uważa, że najlepszy kontakt z przyjaciółmi jest przez Internet.

Te wyniki pokrywają się z kolejnymi, dot. wymierzania przez rodziców kar wobec respondentów. Okazało się, że największą karą dla badanych gimnazjalistów jest zakaz korzystania z Internetu, komórki i komputera - 87%. Tylko 76 osób na 1000 zaznaczyło „areszt domowy”.

Te wyniki pobudziły kolejne pytania, a one zmobilizowały „FAM” i „GieSS” do przeprowadzenia na początku tego roku kolejnych badań, czyli sprawdzenia w jaki sposób w 2013r promowano wolontariat młodzieżowy w Polsce, ile zorganizowano ogólnopolskich kampanii, w jaki sposób i na jaką skalę próbowano zachęcić młodych Polaków do uaktywniania się w środowisku lokalnym. Badanie przeprowadzono wykorzystując Internet a w nim różne źródła informacji.

Internet jest miejscem, w którym obecnie funkcjonuje młodzież ale w sieci znaleźliśmy wzmiankę jedynie o jednej akcji, która w 2013 r. miała promować wolontariat młodzieżowy na skalę ogólnopolską. Od 31 maja ubiegłego roku Stowarzyszenie Cztery Pory Rokuz Knuruwa realizuje kampanię społeczną "Obudź w sobie SŁOŃce!". Zasięg działania 7 miast.

W 2011 roku opublikowano raport z badań EU Kids Online, z którego wynika, że 35 proc. nastolatków w Polsce (w wieku 11–16 lat) zaniedbuje rodzinę, znajomych, naukę lub hobby z powodu spędzania czasu w Internecie. Nieco więcej (ponad 38 proc.) bardziej czuje się sobą „online” niż w bezpośrednich kontaktach z innymi ludźmi. Prawie co piąty badany jest tak pochłonięty surfowaniem, że z tego powodu nie je albo nie śpi. Atrakcyjność spędzania czasu przed ekranem komputera i brak atrakcyjnych form spędzania wolnego czasu sprawiają, iż młodzi ludzie w Polsce przestają podejmować jakąkolwiek aktywność społeczną w realnym życiu ograniczając się do wirtualnego świata. Prowadzi to do zaniedbywania wielu obszarów ich funkcjonowania: rodziny, znajomych, szkoły. Istnieje wiele negatywnych skutków nadmiernego korzystania z komputera. Są to: *zaniedbywanie swoich obowiązków (w przypadku uczniów jest to szkoła), utrata dotychczasowych zainteresowań, zaniedbywanie relacji z innymi, obniżona troska o swoje zdrowie, tj. sen, dietę, ćwiczenia, o higienę, lub utrata tych wartości, obniżenie samooceny, wyalienowanie, depresja, zaburzenia snu itp.* W przypadku co dziesiątego młodego człowieka w naszym kraju możemy mówić o uzależnieniu od Internetu na co wskazuje Instytut Psychologii Zdrowia Polskiego Towarzystwa Psychologicznego (badania z 2011 r. na zlecenia samorządów miast i województw (Warszawy, Krakowa, Łodzi, Kalisza, Siedlec, Radomia, Rudy Śląskiej, Sosnowca oraz województwa łódzkiego i podkarpackiego).

3. Opis grup adresatów zadania publicznego

Głównymi adresatami projektu są:

- Dzieci i młodzież ze wszystkich szkół publicznych w Waszym mieście/gminie, które będą miały możliwość uczestniczenia w 10 prelekcjach tematycznie związanych z promocją wolontariatu młodzieżowego i obejrzenia 10 filmów dokumentalnych pobudzających dyskusję na ten temat
- Nauczyciele i pedagodzy szkół podstawowych, gimnazjalnych, ponadgimnazjalnych w Waszym mieście/gminie, którym zostaną udostępnione materiały dydaktyczne, m.in. filmy edukacyjne o wolontariacie ukazujące lokalne dobre praktyki
- wolontariusze nieformalnych i formalnych grup wolontariackich i ich opiekunowie ze wszystkich szkół publicznych, podstawowych, ponadpodstawowych i ponadgimnazjalnych i z terenu Waszego miasta/gminy, dla których jest organizowany konkurs „Poszukiwany Poszukiwana”
- społeczność lokalna
- ✓ czytająca specjalny numer gazety „Fabryka Dobra”
- ✓ czytająca nasze informacje w Internecie
- ✓ za pośrednictwem lokalnych mediów zaangażowanych w nasze przedsięwzięcie.

4. Uzasadnienie potrzeby dofinansowania z dotacji inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego, w szczególności ze wskazaniem, w jaki sposób przyczyni się to do podwyższenia standardu realizacji zadania.¹¹⁾

Nie dotyczy

5. Informacja, czy w ciągu ostatnich 5 lat oferent/oferenci¹⁾ otrzymał/otrzymali¹⁾ dotację na dofinansowanie inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego z podaniem inwestycji, które zostały dofinansowane, organu który udzielił dofinansowania oraz daty otrzymania dotacji.¹¹⁾

Nie

6. Zakładane cele realizacji zadania publicznego oraz sposób ich realizacji

Projekt ma na celu w szczególności:

- Promocja wolontariatu młodzieżowego i zachęcanie młodego pokolenia do uaktywniania się w środowisku lokalnym przez przeprowadzenie w/w działań promujących.
- Stworzenie 10 filmów promujących wolontariat młodzieżowy, które wraz z materiałami pomocniczymi, prześlemy do wszystkich szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w Waszym mieście by zachęcały młodych ludzi do uaktywniania się w środowisku lokalnym.
- Popularyzacja wolontariatu i ukazanie go w sposób bardzo pozytywny, np. poprzez wykorzystanie portali społecznościowych i lokalnych mediów
- Podniesienie świadomości społecznej, odnośnie znaczenia aktywizacji młodych ludzi w ich środowiskach lokalnych i jego wpływ na rozwój społeczności lokalnych poprzez wydanie i kolportaż gazety „Fabryka Dobra” i podjęcie tego tematu w lokalnych mediach.
- Pobudzenie mediów lokalnych do podjęcia tematu dotyczącego wolontariatu młodzieżowego nawiązanie kontaktu i zachęcanie ich do poruszania w/w tematyki.
- Integracja wielu środowisk i budowanie lobby na rzecz rozwoju wolontariatu młodzieżowego w Waszym mieście i w całej Polsce dzięki wspólnemu sfinansowaniu tego przedsięwzięcia (władze wojewódzkie, władze samorządowe, organizacje pozarządowe i przedstawiciele biznesu) i wsparciu medialnemu min. 60 mediów w każdym województwie
- Zwiększenie uczestnictwa w życiu publicznym mieszkańców Tucholi. Rozwój wolontariatu w regionie prowadzić będzie do zwiększenia zainteresowania sprawami społecznymi. Wolontariat to jeden z filarów społeczeństwa obywatelskiego, zatem jego rozwijanie przyczynia się do większej aktywności mieszkańców Tucholi w życiu publicznym.
- Tworzenie alternatywnych form spędzania wolnego czasu odciągających młodych ludzi min. od komputera, narkotyków czy też alkoholu.

7. Miejsce realizacji zadania publicznego

Miasto i gmina Tuchola

8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego¹²⁾

Zadania które zrealizujemy w przedstawionym Państwu wniosku 01.09-28.11.2014

1) We wszystkich materiałach promujących Kampanię w Waszym województwie umieszczone zostaną graficzne informacje o włączeniu się Waszego miasta /gminy w to ogólnopolskie przedsięwzięcie. Burmistrzowi Państwa miasta wręczymy oficjalnie **Certyfikat Aktywnego Miasta**. Przedstawiciele Fabryki Aktywności Młodych osobiście zawitają do Państwa miejscowości i wręczą certyfikat, który będzie symbolem włączenia się w ogólnopolską akcję na rzecz promocji wolontariatu młodzieżowego.

2) Kolportaż 500 egz. gazety „Fabryka Dobra” w Waszym Mieście (60 tys. w całym województwie). W gazecie poinformujemy, że Wasze Miasto włączyło się do ogólnopolskich działań na rzecz uaktywnienia młodzieży. Wersja elektroniczna gazety będzie promowana w sieci podczas kampanii „**Wolontariat złapany w sieć**”. Posiadamy bazę maili firm, urzędów, instytucji, NGO (15 tys. adresów mailowych z każdego

województwa). dzięki czemu będziemy regularnie wysyłać informacje o przebiegu naszej akcji. Jedną z tych informacji będzie zachęcała do przeczytania naszej gazety i rozkolportowanie jej wśród grona swoich znajomych. Podobna kampania promocyjna będzie przeprowadzona na portalach społecznościowych.

3) Kampania plakatowo ulotkowa – przesłanie pocztą plakatów i ulotek do wszystkich szkół w Waszym mieście/gminie.

4) Kampania medialna w lokalnych mediach w Waszym mieście – przesłanie do lokalnych mediów materiałów promujących to przedsięwzięcie, gotowych tekstów, nagrań radiowych i TV

5) Kampania „Wolontariat złapany w sieć” – promocja wolontariatu i Waszego regionu w Internecie poprzez umieszczanie w sieci, w portalach społecznościowych i przesyłanie mediom internetowym zabawnych i pouczających filmików, memów, zdjęć zarejestrowanych podczas odwiedzin w Państwa mieście, ukazujących w ciekawym i dobrym świetle wolontariat i społeczność lokalną Waszego miasta. Czterokrotne przesłanie informacji drogą mailową o konkursie i innych wydarzeniach realizowanych w projekcie do wszystkich szkół w województwie, instytucji i NGO. Włączenie szkół z Państwa gminy do **sieci aktywnych szkół** na portalu społecznościowym Facebook i przesyłanie aktualnych informacji na temat promocji wolontariatu młodzieżowego.

6) Bezpłatne udostępnienie 10 filmów dokumentalnych wraz z materiałami pomocniczymi. – Zmontowanie przez specjalistów 10 filmów dokumentalnych promujących wolontariat młodzieżowy (umieszczenie w nich informacji o wsparciu Burmistrza Tucholi) i przygotowanie ich do przesłania wszystkim szkołom podstawowym, gimnazjalnym i ponadgimnazjalnym w Waszym mieście/gminie.

7) Zakończenie i rozliczenie projektu

Zadania realizowane przed datą rozpoczęcia działań w tym wniosku 31.03 – 30.09.2014

Przeprowadzenie Konkursu „Poszukiwany/Poszukiwana” - Przesłanie drogą mailową materiałów promocyjnych, oraz wysłanie pocztą do szkół, instytucji i NGO's materiałów promujących konkurs (plakaty, ulotki), umieszczenie informacji w 20 mediach lokalnych. Przez prawie miesiąc przyjmowanie zgłoszeń kandydatów. Zebranie członków kapituły i wybranie 10 laureatów w Waszym województwie.

Kręcenie i montowanie materiałów filmowych z wydarzeń objętych projektem – Wyjazd z ekipą FAM TV do Waszego województwa. Odwiedzenie szkół laureatów Konkursu w w/w województwie, (5 wolontariuszy i 5 animatorów), wręczenie im „Serduch Akademii Aktywności Młodych”. nakręcenie materiałów filmowych z tych wydarzeń i montaż filmów dokumentalnych

9. Harmonogram¹³⁾

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 01.09.2014 do 28.11.2014

Poszczególne działania w zakresie realizowanego zadania publicznego ¹⁴⁾	Terminy realizacji poszczególnych działań	Oferent lub inny podmiot odpowiedzialny za działanie w zakresie realizowanego zadania publicznego
Umieszczenie graficznych symboli włączenia Waszego miasta/gminy w Kampanię do materiałów promujących to przedsięwzięcie.	01.09.-10.09.2014	Fabryka Aktywności Młodych
Przekazanie Certyfikatu Aktywnego Miasta władzom samorządowym, poinformowanie lokalnych mediów	01.09-30.10.2014	Fabryka Aktywności Młodych
Kolportaż 500 egz. gazety „Fabryka Dobra” w Waszym mieście/gminie	15-30.09.2014	Fabryka Aktywności Młodych
Przesłanie do wszystkich szkół publicznych materiałów promujących wolontariat młodzieżowy (plakaty, ulotki)	16.09- 25.09.2014	Fabryka Aktywności Młodych
Przesłanie materiałów promocyjnych o wolontariacie młodzieżowym lokalnym mediom	01.10. - 28.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
Włączenie Państwa miasta do kampanii internetowej „ Wolontariat złapany w sieć ” i dołączenie szkół do sieci aktywnych szkół na portalach społecznościowych	01.10-09.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
Montaż 10 filmów dokumentalnych. I przygotowanie materiałów dydaktycznych		
Przesłanie materiałów dydaktycznych do szkół	10 - 20.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
Zakończenie i rozliczenie projektu	20-28.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych

10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego¹⁵⁾

Przekazanie szkołom w Waszym mieście/gminie 10 filmów dokumentalnych i materiałów umożliwiające przeprowadzenie 10 prelekcji o wolontariacie.

Przeprowadzenie 10 prelekcji o wolontariacie we wszystkich szkołach podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w Waszej Gminie, wzbudzenie zainteresowania wolontariatem dzieci i młodzieży.

Zwiększenie liczby wolontariuszy aktywnie działających w środowiskach lokalnych na terenie Waszego miasta/gminy.

Zwiększenie świadomości, w środowisku lokalnym, czym jest wolontariat oraz budowanie ciepłego wizerunku wolontariatu i aktywności społecznej w szczególności wśród młodych ludzi, dzięki zaplanowanym w projekcie zadaniom.

Tworzenie pozytywnych alternatyw w stosunku do zagrożeń, na jakie narażeni są młodzi ludzie (internetoholizm, uzależnienia od substancji psychoaktywnych).

Zwiększenie zainteresowania mediów lokalnych kwestią wolontariatu i aktywności społecznej w „małych ojczyznach”, a co za tym idzie popularyzacja tego tematu.

IV. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

1. Kosztorys ze względu na rodzaj kosztów:

Lp.	Rodzaj kosztów ¹⁶⁾	Il ość je d n os te k	Kos zt jed nos tko wy (w zł)	Rodz aj miar y	Koszt całkowity (w zł)	z tego do pokrycia z wnioskowanej dotacji (w zł)	z tego z finansowych środków własnych, środków z innych źródeł, w tym wpłat i opłat adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾ (w zł)	Koszt do pokrycia z wkładu osobowego w tym prac społecznej członków i świadcze wolontariu (w zł)

I	Koszty merytoryczne ¹⁸⁾ po stronie <i>Fabryki Aktywności Młodych</i> :							
	1) Koszty związane z przygotowaniem do realizacji projektu – tworzenie bazy danych, kontakt z lokalnymi mediami przygotowywanie materiałów informacyjnych dla szkół itp. – umowa wolontariacka (1 mies.x 10 os.x 10 godz.)	100	15	godzin	1500			1500
	2) praca wolontariacka członków FAM przy realizacji poszczególnych zadań projektowych–Aktywność w sieci – wysyłanie informacji drogą mailową do szkół instytucji i NGO, aktywność w regionalnych portalach społecznościowych, stałe aktualizowanie strony, FB itp. - umowa wolontariacka (3 mies.x10 os. x 10 godz.)	300	15	godzin	4500			4500
	4) Koszt przygotowania i przekazania do Waszych szkół 10 filmów i materiałów promujących wolontariat młodzieżowy.	1	200	usługa	200		200	
II	Koszty obsługi ²⁰⁾ zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie <i>Fabryki Aktywności Młodych</i> :							
	1) koordynator (3mies.x 5 godz x 25 zł/h)- umowa wolontariacka	15	25	Godzin	375			375
	2) obsługa księgową	1	300	Usługa	300			300

III	<p>Inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie Fabryki Aktywności Młodych:</p> <p>1) Projekt, grafika, skład i druk, wysłani, przekazanie</p> <p>- plakatów B2 i ulotek A6 przesłanych do Waszych szkół, - dyplomów, certyfikatu dla Wład: Miasta/Gminy - grafika - umieszczenie we wszystkich materiałach promujących Kampanię informacji o włączeniu się Waszego Prezydenta/Burmistrza do ogólnopolskiego przedsięwzięcia. (w gazecie, plakatach, ulotkach, w informacjach przekazywanych drogą mailową) - wykonanie i przekazanie Włodarzom Miasta /Gminy „Certyfikatu Aktywnego Miasta /Gminy” - usługa</p>	1	290	Usługa	290	290		
IV	Ogółem:				7165	290	200	6675

2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

1	Wnioskowana kwota dotacji	290 zł	4.05%
2	Środki finansowe własne ¹⁷⁾	200 zł	2.79%
3	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3) ¹¹⁾	zł	%
3.1	wpłaty i opłaty adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾	%

	 zł	
3.2	środki finansowe z innych źródeł publicznych (w szczególności: dotacje z budżetu państwa lub budżetu jednostki samorządu terytorialnego, funduszy celowych, środki z funduszy strukturalnych) ¹⁷⁾ zł%
3.3	pozostałe ¹⁷⁾	zł	%
4	Wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków)	6675 zł	93.16 %
5	Ogółem (środki wymienione w pkt. 1- 4)	7165 zł	100%

3. Finansowe środki z innych źródeł publicznych²¹⁾

Nazwa organu administracji publicznej lub innej jednostki sektora finansów publicznych	Kwota środków (w zł)	Informacja o tym, czy wniosek (oferta) o przyznanie środków został (-a) rozpatrzony(-a) pozytywnie, czy też nie został(-a) jeszcze rozpatrzony(-a)	Termin rozpatrzenia – w przypadku wniosków (ofert) nierozpatrzonych do czasu złożenia niniejszej oferty
		TAK/NIE ¹⁾	

Uwagi, które mogą mieć znaczenie przy ocenie kosztorysu:

Chcemy zaznaczyć że to przedsięwzięcie nie jest projektem dofinansowywanym przez środki unijne czy ministerialne lecz jest oddolną inicjatywą Fabryki Aktywności Młodych. Mając świadomość że w obecnych czasach żadnej organizacji w Polsce nie stać byłoby na przeprowadzenie tak dużej ogólnopolskiej kampanii a potrzeba takich działań jest ogromna postanowiliśmy zintegrować różne środowiska (Wojewodów, Marszałków, Prezydentów Miast wojewódzkich i Mecenatów) by wspólnymi siłami udźwignąć ten ciężar finansowy nie narażając żadnej ze stron na znaczące obciążenie finansowe.

Dotychczasowa działalność Fabryki Aktywności Młodych jest wyłącznie dotowana przez Mecenasat. Umiejętność pozyskiwania w ten sposób środków pozwala nam na realizowanie zadań ważnych dla naszego społeczeństwa, choć nie priorytetowych dla polityki Unii Europejskiej, władz państwowych czy terytorialnych.

V. Inne wybrane informacje dotyczące zadania publicznego

1. Zasoby kadrowe przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania publicznego²²⁾

W realizacji zadania wezmą udział specjaliści, członkowie i wolontariusze Fabryki Aktywności Młodych oraz firmy wyspecjalizowane w realizacji poszczególnych zadań.

Koordynator projektu

Jarosław Marciniak - od 31 lat animator głównie aktywności młodych. Laureat ogólnopolskiego Konkursu im. Heleny Radlińskiej na animatorów społecznych w 2011 roku. Założyciel i prezes 5 organizacji pozarządowych w tym m. in. **Fundacji Empatia i Gorzowskiego Stowarzyszenia Studentów „GieSS”** Pomysłodawca i koordynator **Fabryka Aktywności Młodych FAM** i akcji realizowanych w ramach tego projektu m.in.: **„Magazyny Św. Mikołaja”**, **„15 lutego Dzień Miłości do Siebie”**, **„Kopalnie Czekolady”** i **„Latającej Wytwórni Waty Cukrowej”**. Powołał do życia **Miasteczko Aktywności Młodych i Mikołajowe Centrum Pocztowe**. Pomysłodawca **Akademii Aktywności Młodych** i nowatorskich form promocji wolontariatu młodzieżowego w Polsce. Autor wielu programów, konkursów i happeningów realizowanych na terenie województwa lubuskiego takich jak **„Uczmy się pomagać sobie”**, **„Poszukiwany Poszukiwana”**, czy też **„Pomiaru Aktywności w Wydechanym Powietrzu u Lubuszan”**. Założyciel Ruchu Społecznego **„Gorzów Bezpieczna Przystań”** i **Kuźni Gorzowskich Organizacji Pozarządowych**. Pionier organizowania akcji aktywizujących młodzież w Centrach Handlowych. Przeprowadził ponad 3000 prelekcji promujących wolontariat wśród młodzieży szkolnej i studentów. Delegat z ramienia „GieSS” do **Polskiej Rady Młodych**. Instruktor terapii uzależnień, wieloletni działacz Ruchu Trzeźwościowego specjalizujący się w pomaganiu rodzinom dotkniętym uzależnieniem. Lubuski delegat do **Polskiej Rady Ruchu Abstynenckiego**. W młodości sportowiec, kabareciarz, harcerz i najmłodszy w historii PZM przewodniczący klubu motorowego.

Zadanie w projekcie: nadzór nad realizacją projektu, merytoryką materiałów przekazanych do szkół, nawiązywanie kontaktów z mecenasami i patronami, bieżąca korespondencja ze szkołami, urzędami, odbiorcami projektu i monitoring jego realizacji.

Firma poligraficzna ANART – 20 letnie doświadczenie w tworzeniu poligraficznych materiałów promocyjnych oraz organizowaniu kampanii promocyjnych na terenie miasta Gorzowa. Ścisła współpraca z naszą Fabryką od 2004r

Zadanie w projekcie: przygotowanie, skład i druk gazety, plakatów format B2, full kolor, ulotek format A6, dwustronnych, kolorowych, wykonanie banerów i rollup'u.

Specjalista ds. rozliczeń – 5-letnie doświadczenie pracy w zawodzie, doświadczenie w rozliczaniu projektów z funduszy ministerialnych i unijnych, doświadczenie w obsłudze księgowej NGO w zakresie wszelkich płatności i rozliczeń.

Zadanie w projekcie: przygotowania umów dla specjalistów, firm, opracowanie dokumentacji księgowej projektu, rozliczenie projektu.

Wolontariusze – 20 osób tworzących trzon Fundacji Fabryka Aktywności Młodych to wieloletni wolontariusze realizujący od wielu lat zadania projektowe Fabryki.

Zadanie w projekcie: przygotowanie baz danych, wysyłanie informacji drogą mailową, wysyłanie plakatów i ulotek itp.

2. Zasoby rzeczowe oferenta/oferentów¹⁾ przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania²³⁾

1) lokal Gorzowska Piwniczka o pow. 150m² oraz lokal biurowy o pow. 40m²

2) osprzęt potrzebny do postawienia i działalności Miasteczka Aktywności Młodych

3) 2 x samochody (bus i samochód osobowy5-cio osobowy)

4) przyczepka samochodowa

5) 4 komputery stacjonarne

6) urządzenie wielofunkcyjne (drukarka, skaner, kopiarka)

3. Dotychczasowe doświadczenia w realizacji zadań publicznych podobnego rodzaju (ze wskazaniem, które z tych zadań realizowane były we współpracy z administracją publiczną).

Od 2007r projekty Fabryki Aktywności Młodych systematycznie uzyskują Honorowy Patronat **Wojewody Lubuskiego, Marszałka Województwa Lubuskiego, Rady Miasta, Prezydenta Miasta Gorzowa Wlkp. i Lubuskiego Kuratora Oświaty.**

2004-2013 – „Magazyny Świętego Mikołaja” stały się największą lokalną akcją w Polsce. Trwają ponad miesiąc i zapraszają do wspólnej zabawy w pomaganiu młodych wolontariuszy, społeczność lokalną, instytucje i firmy. Podczas dziesięciu edycji zebraliśmy ok. **230 000** zabawek, **1** tonę żywności i tonę słodyczy. Pomoce Świętego Mikołaja zrobili i dostarczyli w Wigilię **15 600** paczek dla dzieci i ponad **1 200 paczek** żywnościowych dla ich rodzin. Największą akcją, jaką udało nam się zorganizować były Magazyny Św. Mikołaja w **2008r.** - **1400** wolontariuszy z **18 gmin** otworzyło **21 „Magazynów Św. Mikołaja”** i obdarowało w Wigilię prezentami **3125** dzieci. **2636** dzieci skorzystało z „Mikołajowego Centrum Poczтового” wrzucając do naszych skrzynek listy do Świętego Mikołaja. Odpisano na ponad **1400** listów.

2005 - 2013- „Lubuskie Kopalnie Czekolady” to prawdopodobnie **najsłodsza** akcja w Polsce. **Podczas 8 edycji zebraliśmy 14 000 czekolad** i ok. tonę wszelakich słodkości. Takie złoże pozwoliły nam na zorganizowanie **42 „Balów Czekoladowych”**, na które zaprosiliśmy **1 820** dzieci z rodzin o trudnej sytuacji materialnej. W 2010 r. w ramach Kopalni zorganizowaliśmy „Czekoladowe Wały Przeciwpowodziowe”. Do 2-krotnie zalanej w tamtym roku Gminy Połaniec zawieźliśmy busa słodkości w tym 1000 czekolad i innych darów. Miło i słodko zaskoczyliśmy wódaty i mieszkańców Połanica, ponieważ zazwyczaj z całej Polski przysyłano koce, których w pewnym momencie liczba przekroczyła 10.000 i nie było gdzie ich składować.

2005 - 2013 przeprowadziliśmy ponad **4000** prelekcji promujących wolontariat i FAM w **67** szkołach gimnazjalnych, zespołach szkół i na uczelniach północnej części naszego województwa;

W tym okresie zarejestrowało się w Fabryce **3246** gimnazjalistów ze szkół z **23** gmin północnej części naszego województwa i **1537** z Gorzowa Wlkp. Każdy z nich otrzymał identyfikator FAM;

204 studentów gorzowskich uczelni wspierało budowę i działalność Fabryki odrabiając u nas praktyki lub staze.

2007-2013 – Zainicjowaliśmy i co rok obchodzimy „15 lutego -Dzień Miłości do Siebie”. akcji towarzyszą liczne Happeningi, główną atrakcją obchodów jest „BANKU UŚMIECHU”.

2008 - 2013 – Odpaliliśmy **Latającą Wytwórnice Waty Cukrowej**. Z faktur zakupu patyczków do waty cukrowej wynika ze nasł wolontariusze wykrecili i rozdali na różnych imprezach w ciągu 7 lat ponad **60 000 wat cukrowych**.

Od 2009 - 2013 roku jestełmy inicjatorami **Fabryki Dobra**, ucząc dzieci z gorzowskich przedszkoli dobroci i pomagania innym oraz akcji

2009- 2013 Inicjatywa powołania Akademii Aktywności Młodych Jej głównym celem promocja wolontariatu młodzieżowego np. przez poszukiwanie poprzez konkurs „Poszukiwany Poszukiwana”, najlepszych wolontariuszy i Animatorów Aktywności Młodych. Konkurs realizowany był 3 krotnie obejmując swoim zasięgiem 800 szkół ponadpodstawowych i ponadgimnazjalnych województwa Lubuskiego. Pierwszym profesorem naszej Akademii (instytucji, która nagradza) został sam Jurek Owsiak . Obszar: woj. Lubuskie. W 2011 roku Profesurę przyjął Anna Dymna

2009-2013- Mierzymy „Aktywność w wydychanym powietrzu” u mieszkańców miast północnej części Polski oraz Miasteczka Aktywności Młodych

2009 – 2013 Zbudowaliśmy Miasteczko Aktywności Młodych które promuje wolontariat na największych imprezach w lubuskim, m.in. na Winobranii, Dni Województwa Lubuskiego czy Woodstock.

01-04.2011 – współrealizacja z nieformalną grupą projektu „W poszukiwaniu Zaginionej Serotoniny” w ramach programu Młodzież w działaniu, na kwotę 25 000 zł. Projekt realizowany w Gorzowie. Skorzystało z niego 500 mieszkańców miasta.

06-12.2011 – Realizator zadań w projekcie „Wolontariat Wart Zachodu” realizowanym przez **Gorzowskie Stowarzyszenie Studentów** dla Urzędu Marszałkowskiego Woj. Lubuskiego, zasięg projektu województwo Lubuskie.

2013 - Gorzów Bezpieczna Przystań – nowa inicjatywa mająca na celu ochronę gorzowskich dzieci i młodzieży przed uzależnieniami, głównie narkotykami.

4. Informacja, czy oferent/~~oferenci~~¹⁾ przewiduje(-ą) zlecać realizację zadania publicznego w trybie, o którym mowa w art. 16 ust. 7 ustawy dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

nie

Oświadczam (-y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne w całości mieści się w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta/~~oferentów~~¹⁾;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie¹⁾ opłat od adresatów zadania;
- 3) oferent/~~oferenci~~¹⁾ jest/są¹⁾ związany(-ni) niniejszą ofertą do dnia podpisania umowy otwartego konkursu ofert;
- 4) w zakresie związanym z otwartym konkursem ofert, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, osoby, których te dane dotyczą, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926, z późn. zm.);
- 5) oferent/~~oferenci~~¹⁾ składający niniejszą ofertę nie zalega (-ją)/zalega(-ją)¹⁾ z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych/składek na ubezpieczenia społeczne¹⁾;
- 6) dane określone w części I niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym/~~właściwą ewidencją~~¹⁾;
- 7) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym.



PREZES

Jarosław Marciniak

(podpis osoby upoważnionej
lub podpisy osób upoważnionych
do składania oświadczeń woli w imieniu
oferenta/~~oferentów~~¹⁾)

Data.....10.04.2014.....

Załączniki:

1. Kopia aktualnego odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego, innego rejestru lub ewidencji²⁴⁾

2. W przypadku wyboru innego sposobu reprezentacji podmiotów składających ofertę wspólną niż wynikający z Krajowego Rejestru Sądowego lub innego właściwego rejestru - dokument potwierdzający upoważnienie do działania w imieniu oferenta(-ów).

Poświadczenie złożenia oferty²⁵⁾

Adnotacje urzędowe²⁵⁾

²⁴⁾ Wyprostowane skróty.

²⁵⁾ Rodzajem zadania jest jedno lub więcej zadań publicznych określonych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

²⁶⁾ Karty i oferty złożone przez osoby fizyczne lub przedsiębiorstwa nie posiadają prawa do udziału w przetargu.

²⁷⁾ Formy prawne stowarzyszenia: forma działalności organizacyjnej pozarządowej, podmiotem jednostki organizacyjnej określonej na podstawie obowiązujących przepisów, w szczególności o stowarzyszeniu i fundacji, osoby prawne i jednostki organizacyjne działające na podstawie przepisów o stosunku Państwa do Kościoła katolickiego w Rzeczypospolitej, Polskiej, o stosunku Państwa do innych kościołów i związków wyznaniowych oraz o gwarancjach wolności sumienia i wyznania, jeżeli ich cele stanowią obszar działania prowadzonej działalności społecznej publicznej, o stowarzyszeniu klubów sportowych, ochotniczych straży pożarnej oraz inne. Należy zaznaczyć odpowiednią formę lub wpisać inną.

²⁸⁾ Podaje nazwę właściwego rejestru lub ewidencji.

²⁹⁾ W zależności od tego, w jaki sposób organizacja lub podmiot powstał.

³⁰⁾ Osobie, stowarzyszeniu lub innej jednostce pomocniczej. Wypełnienie nie obowiązkowe. Należy wypełnić, jeżeli zadanie publiczne propozycją do realizacji ma być realizowane w formie danej jednostki.

³¹⁾ Należy wypełnić w przypadku miasta stołecznego Warszawy.

³²⁾ Dotyczy oddziałów terenowych placówek oświatowych i jednostek organizacyjnych, o których mowa w art. 10 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. - Kodeks Sądowy.

³³⁾ Należy określić czy podstawa jest zasada określona w statucie, jednolitym akcie, podmiocie, podmiocie lub innej jednostce. Dotyczy tylko ofert wspólnych.

³⁴⁾ Wypełnić tylko w przypadku obciążenia się o dofinansowanie inwestycji.

³⁵⁾ Opis innych bezspornych i harmonogramów i kosztorysów. W przypadku oferty wspólnej - należy wskazać dokładnie podział działań w ramach realizacji zadania publicznego między składających ofertę wspólnie.

³⁶⁾ W harmonogramie należy podać terminy rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych działań oraz liczbowe określenie skali działań planowanych przy realizacji zadania publicznego oraz inne adekwatnych dla danego zadania publicznego, np. liczbę osób przewidzianych do wykonania określonych funkcji adresatów.

³⁷⁾ Opis zgodny z rzeczywistością.

³⁸⁾ Należy wpisać, zakładając rezultat zadania publicznego, czy będzie to stało się jakimś etapem realizacji zadania publicznego, czy będzie to stało się etapem realizacji zadania publicznego lub etapem jego negatywnego skutku.

³⁹⁾ Należy uwzględnić wszystkie planowane koszty, w szczególności zakup usług, zakup rzeczy, wynagrodzeń.

⁴⁰⁾ Dotyczy jedynie wspierania zadania publicznego.

⁴¹⁾ Należy wpisać koszty bezpośrednio związane z realizacją zadania publicznego.

⁴²⁾ W przypadku oferty wspólnej kolonami oferty należy dołączyć do tabeli informacje o swoich kosztach:

– Należy wpisać koszty związane z obsługą i administracją realizowanego zadania, które związane są z wykonywaniem działań o charakterze administracyjnym, merytorycznym i komunikacyjnym, w tym obsługa finansowa i prawną projektów.

⁴³⁾ Wypełnienie fakultatywne - umożliwia zarobienie w ramach postawienia, o którym mowa w § 16 niniejszego rozporządzenia, stanowczego zakazania w 2. do rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 15 grudnia 2009 r. w sprawie wzoru oferty ramowego w rozumieniu dotyczących realizacji zadania publicznego oraz wykonania tego zadania. Dotyczy jedynie ofert wspierania realizacji zadania publicznego.

⁴⁴⁾ Informacje o kwalifikacjach osób, które będą zatrudnione przy realizacji zadania publicznego oraz o kwalifikacjach wykonawcy. W przypadku oferty wspólnej należy przysłać także, jeżeli będzie to do dysponacji w momencie realizacji.

⁴⁵⁾ Np. lokal, sprzęt, materiały. W przypadku oferty wspólnej należy przysłać także, jeżeli będzie to do dysponacji w momencie realizacji.

⁴⁶⁾ Odpis musi być zgodny z aktualnym stanem faktycznym i powinien być datowany od dnia, w którym został wydany.

⁴⁷⁾ Wypełnia organ administracji publicznej.