

Załącznik nr 1

25. IV. 2014 Milanówek

Data i miejsce złożenia oferty  
(wypełnia organ administracji publicznej)

OFERTA/OFERTA WSPÓLNA<sup>4)</sup>

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

REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

(rodzaj zadania publicznego<sup>2)</sup>)

PROMOCJA WOLONTARIATU MŁODZIEŻOWEGO

(tytuł zadania publicznego)

Milanówek Fabryką Dobra

w okresie od

01.09.2014 – 28.11.2014

W FORMIE

POWIERZENIA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO/WSPIERANIA REALIZACJI  
ZADANIA PUBLICZNEGO<sup>1)</sup>

PRZEZ

Burmistrz Miasta Milanówek

(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

**I. Dane oferenta/offerentów<sup>1)3)</sup>**

1) nazwa: **Fabryka Aktywności Młodych**

2) forma prawna:<sup>4)</sup>

stowarzyszenie

fundacja

kościelna osoba prawna

kościelna jednostka organizacyjna

spółdzielnia socjalna

inna.....

3) numer w Krajowym Rejestrze Sądowym, w innym rejestrze lub ewidencji:<sup>5)</sup>

**KRS 0000369294**

4) data wpisu, rejestracji lub utworzenia:<sup>6)</sup> **28-10-2010**

5) nr NIP: **5993134960** nr REGON: **080479612**

6) adres:

miejsowość: **Gorzów Wlkp. ul.: Sikorskiego 49/7**

dzielnica lub inna jednostka pomocnicza:<sup>7)</sup> -

gmina: powiat:<sup>8)</sup> **Gorzów Wlkp.**

województwo: **lubuskie**

kod pocztowy: **66-400** poczta: **Gorzów Wlkp.**

7) tel.: **507092810** faks:-

e-mail: [marciniak.fam@gmail.com](mailto:marciniak.fam@gmail.com) [http:// www.fam.org.pl](http://www.fam.org.pl)

8) numer rachunku bankowego: 75109016230000000120225984

nazwa banku: **BZWBK**

9) nazwiska i imiona osób upoważnionych do reprezentowania oferenta/offerentów<sup>1)</sup>:

a) Jarosław Marciniak

10) nazwa, adres i telefon kontaktowy jednostki organizacyjnej bezpośrednio wykonującej zadanie, o którym mowa w ofercie:<sup>9)</sup>

-

11) osoba upoważniona do składania wyjaśnień dotyczących oferty (imię i nazwisko oraz nr telefonu kontaktowego)

**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 /oferenci<sup>1)</sup> prowadzi/prowadzą<sup>1)</sup> 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 prawnej<sup>10)</sup>

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 załączkiem poszukiwania takich form, poszukiwania symboli i wzorców do naśladowania.

Projekt „Milanówek 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 włączają 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 mazowieckich szkół** i obdarujemy „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 chętnie 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 Knurowa 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.<sup>11)</sup>

Nie dotyczy

**5. Informacja, czy w ciągu ostatnich 5 lat oferent/oferenci<sup>1)</sup> otrzymał/otrzymali<sup>1)</sup> dotację na dofinansowanie inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego z podaniem inwestycji, które zostały dofinansowane, organu który udzielił dofinansowania oraz daty otrzymania dotacji .<sup>11)</sup>**

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 Milanówka. 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 Milanówka 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 Milanówek

## 8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego<sup>12)</sup>

### 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 Miasta Milanówek) 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. Harmonogram<sup>13)</sup>

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 01.09.2014 do 28.11.2014

Poszczególne działania w zakresie realizowanego zadania publicznego <sup>14)</sup>	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 „ <b>Wolontariat złapany w sieć</b> ” i dołączenie szkół do <b>sieci aktywnych szkół</b> 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 publicznego<sup>15)</sup>

Przekazanie szkołom w Waszym mieście/gminie 10 filmów dokumentalnych i materiałów umożliwiających 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 <sup>16)</sup>	Il ość je dn ost ek	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 <sup>17)</sup> (w zł)	Koszt do pokrycia z wkładu osobowego w tym prac społecznej członków i świadcze wolontariu (w zł)

I	Koszty merytoryczne <sup>189</sup> 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 <sup>200</sup> 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 <sup>17)</sup>	200 zł	2.79%
3	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3) <sup>11)</sup>	zł	%
3.1	wpłaty i opłaty adresatów zadania publicznego <sup>17)</sup>		.....%

		..... 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) <sup>17)</sup>	..... zł	.....%
3.3	pozostałe <sup>17)</sup>	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 publicznych<sup>21)</sup>

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 <sup>1)</sup>	

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 Mecenasów ) 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 Mecenat. 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 publicznego<sup>22)</sup>

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 Pocztove**. 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 Wydychanym 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/offerentów<sup>1)</sup> przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania<sup>23)</sup>

- 1) lokal Gorzowska Piwniczka o pow. 150m2 oraz lokal biurowy o pow. 40m2
- 2) sprzęt 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. Pomocnicy 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 Wąły Przeciwpowodziowe**”. Do 2-krotnie zalanej w tamtym roku Gminy Połaniec zawieźliśmy busa słodkości w tym 1000 czekolad i innych darów. Miło i słodko zaskoczyliśmy wóldarzy i mieszkańców Połania, 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 staże.

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 że nasi wolontariusze wykręcili i rozdali na różnych imprezach w ciągu 7 lat ponad **60 000** wat cukrowych.

Od 2009 - 2013 roku jesteśmy 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 przyjęła Anna Dymna

2009-2013- Mierzmy „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 Winobranium, 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/ofere<sup>ni</sup> 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/ofere<sup>ntów</sup>;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie<sup>1)</sup> opłat od adresatów zadania;
- 3) oferent/ofere<sup>ni</sup> jest/są<sup>1)</sup> 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/ofere<sup>ni</sup> składający niniejszą ofertę nie zalega (-ją)/zalega(-ją)<sup>1)</sup> z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych/składek na ubezpieczenia społeczne<sup>1)</sup>;
- 6) dane określone w części I niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym/właściwą ewidencją<sup>1)</sup>;
- 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/ofere<sup>ntów</sup>)

Data.. 10.04.2014

Załączniki:



Załączniki:

1. Kopia aktualnego odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego, innego rejestru lub ewidencji<sup>24)</sup>
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 oferty<sup>25)</sup>

Oferta złożona 25.IV.2014r. w Urzędzie Miasta Milanówka  
ul. Wojskowi 45.  
Mamowcy

Adnotacje urzędowe<sup>25)</sup>

OFERTA SPĘŁNIA WARUNKI OKREŚLONE W ART. 19a UST. 1 USTAWY  
Z DNIA 24 KWIETNIA 2003R. O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU PUBLICZNEGO I  
O WOLONTARIACIE. STWIERDZA SIĘ CELOWOŚĆ REALIZACJI  
PUBLICZNEGO

MILANÓWEK, 28.04.2014r.

Referatu Komunikacji Społecznej

Patrycja Jankowska

<sup>24)</sup> Należy określić adres.  
<sup>25)</sup> 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.  
<sup>26)</sup> Każdy z oferentów składających ofertę wspólną przedstawia swoje dane. Kolejni oferenci dołączają własne pola.  
<sup>27)</sup> Formy prawnej oznacza formę działalności organizacji pozarządowej, powołano: jednostki organizacyjne określonej na podstawie obowiązujących przepisów, w szczególności stowarzyszenia i fundacje, 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 statutowe obejmują prowadzenie działalności pożytku publicznego, stowarzyszenia klubów sportowych, stowarzyszenia o celach kulturalnych, stowarzyszenia o celach naukowych, stowarzyszenia o celach społecznych.  
<sup>28)</sup> Podkreślenie oznacza rodzaj lub świadczenie.  
<sup>29)</sup> W zależności od tego, w jaki sposób organizacja lub podmiot powstał.  
<sup>30)</sup> Osobie, selsztwu lub innemu jednolitemu podmiotowi. Należy wypełnić jeżeli zadanie publiczne przygotowano do realizacji lub być realizowane w okresie działalności jednostki.  
<sup>31)</sup> Nie wypełniać w przypadku miasta stołecznego Warszawy.  
<sup>32)</sup> Osoby odrębnie zarejestrowane, posiadające i innych jednostek organizacyjnych oferenta. Należy wypełnić jeżeli zadanie ma być realizowane w okresie działalności jednostki organizacyjnej.  
<sup>33)</sup> Należy określić czy podmiot ma siedzibę określone w statucie, jednolitego podmiotu, podmiotów czy też inną siedzibę. Dotyczy tylko oferty wspólnej.  
<sup>34)</sup> Wypełnić tylko w przypadku ubiegania się o dofinansowanie (inwestycji).  
<sup>35)</sup> Opis ma być spójny z harmonogramem i kosztorysem. W przypadku oferty wspólnej należy wskazać dokładny podział działań w ramach realizacji zadania publicznego między składającymi ofertę wspólnie.  
<sup>36)</sup> W harmonogramie należy podać terminy rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych działań oraz bezwzględnie określić skali działań planowanych przy realizacji zadania publicznego (tzn. oraz adekwatnych dla danego zadania publicznego, np. liczba świadczeń udzielonych tygodniowo, miesięcznie, liczba adresatów).  
<sup>37)</sup> Opis zgodny z kosztorysem.  
<sup>38)</sup> Należy opisać, jak będzie realizowane zadanie publiczne – czy będą trwały oraz w jakim stopniu realizacja zadania przyczyni się do rozwiązania problemu społecznego lub sfery jego negatywne skutki.  
<sup>39)</sup> Należy uwzględnić wszystkie planowane koszty, w szczególności zakup usług, zakup rzeczy, wynagrodzeń.  
<sup>40)</sup> Koszty jedynie wspierające zadania publicznego.  
<sup>41)</sup> Należy wpisać koszty bezpośrednio związane z celem realizowanego zadania publicznego.  
<sup>42)</sup> W przypadku oferty wspólnej kolejni oferenci dołączają do tabeli informację o swoich kosztach.  
<sup>43)</sup> Należy wpisać koszty związane z obsługą i administracją realizowanego zadania, które związane są z wykonaniem działań o charakterze administracyjnym, nadzorczym i kontrolnym, w tym obsługi finansowej i prawnej projektu.  
<sup>44)</sup> Wypełnienie, jeśli dotyczy – umowa o zawarcie w umowie postawienia, w której stronie w B. In. (zawarcie umowy umów, zawieranie) – zakres m. in. do przeprowadzenia Miasta Pacy (Patrycja Jankowska) - dnia 17 grudnia 2013 r. - zgodnie z art. 101.  
<sup>45)</sup> Harmonogram svara umowy dotyczący realizacji zadania publicznego oraz wdrożenia i wykonania tego zadania. Harmonogram svara umowy dotyczący realizacji zadania publicznego.  
<sup>46)</sup> Harmonogram kwalifikacji osób, które będą zatrudnione przy realizacji zadania publicznego, oraz kwalifikacji – dokumentacji. W przypadku oferty wspólnej należy przypisać osobę, która będzie odpowiedzialna za realizację zadania publicznego.  
<sup>47)</sup> Wpisać dane adresatariuszy. W przypadku oferty wspólnej należy przypisać osobę, która będzie odpowiedzialna za realizację zadania publicznego.  
<sup>48)</sup> Odpis ma być zgodny z aktualnym stanem faktycznym i prawnym, niezależnie od tego, kiedy został wydany.  
<sup>49)</sup> Wypełnia organ administracji publicznej.