

.....  
Data i miejsce złożenia oferty  
(wypełnia organ administracji publicznej)

URZĄD MIEJSKI w Cybince	
Wpł.	24-04-2014
L. Dz.	3353
Zał.	Podpis Sew

OFERTA/OFFERTA WSPÓLNA<sup>4)</sup>

ORGANIZACJI POZARZĄDOWEJ(-YCH)/PODMIOTU (-ÓW), O KTÓRYM (-YCH)  
MOWA W ART. 3 UST. 3 USTAWY Z DNIA 24 KWIEŃNIA 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)

Cybinka 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 Cybinka

(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



27, (PKD 94.11.7).

- 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 88.99.7),

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 47.19.7),
- 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. 7),
- przygotowywanie i podawanie napojów (PKD 56.30. Z),
- pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, gdzie indziej niesklasyfikowana (PKD 74.90.7),
- pozostałe sprzątanie (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 58.11.7)
- wydawanie gazet (PKD 58.13.Z)
- wydawanie czasopism i pozostałych periodyków (PKD 58.14.7)
- pozostała działalność wydawnicza (PKD 58.19.Z)
- działalność związana z organizacją targów, wystaw i kongresów (PKD 82.30.7)
- działalność pozostałych organizacji członkowskich, gdzie indziej niesklasyfikowana (PKD 94.99.Z)
- pozostała sprzedaż (PKD 47.19.7)
- 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. 7)
- pozostała działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana (PKD 96.09.Z)
- pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna (PKD 93.29.7)

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

### I. Krótka charakterystyka zadania publicznego

Ten projekt jest załącznikiem poszukiwania nowych form aktywizacji, symboli i wzorców do naśladowania dla młodzieży, by angażowali się w wolontariat na rzecz środowiska lokalnego. Stanowi inaugurację 3 letniego programu uaktywniania młodych ludzi przy zastosowaniu nowoczesnych i atrakcyjnych form komunikacji. Realizacja działań na przestrzeni kilku lat pozwoli na osiągnięcie długofalowych efektów i wprowadzenie trwałych zmian w świadomości młodych ludzi. Znajdzie to bezpośrednie przełożenie w aktywności środowiska lokalnego w Państwie mieście/gminie.

Projekt „Cybinka Fabryką Dobra” jest integralną częścią zadań, jakie realizujemy od 31.03.2014r w całej Polsce (prezentacja projektu „Poszukiwany Poszukiwana” w załączniku) i pierwszą fazą długoterminowego programu aktywizacji młodego pokolenia Polaków.

Ze względu na fakt, iż tegoroczny projekt w Waszym mieście/gminie 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 tegorocznego zadania.

### **Opis zadań objętych w projekcie**

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

#### **Kampania promująca wolontariat młodzieżowy**

Na początku września zostaną przygotowane i wydrukowane materiały wykorzystane do jesiennej kampanii w Waszym województwie. Na wszystkich będą umieszczone informacje o miastach i gminach wpierających i biorących udział w naszej inicjatywie. W połowie września poprosimy lokalne media działające na terenie Waszego regionu by wsparły nasze wspólne działania i poruszyły tematykę związaną z aktywnością młodych ludzi. 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 tych materiałach znajdą się również Gazety „Fabryka Dobra” tematycznie związanej z aktywizacją młodzieży szkolnej. Planujemy wydrukować i rozkolportujemy 60 000 egz. Również w tym okresie rozpoczniemy prowadzić aktywną kampanię w Internecie pod nazwą - „Wolontariat złapany w sieć”, która będzie niekonwencjonalną formą promocji wolontariatu wśród młodych ludzi na portalach społecznościowych, oraz integracją w Internecie szkół z całej Polski. Stworzymy miejsce w sieci, które będzie pokazywało produkcję dobra w naszym kraju. Powstanie 200 krótkich filmików promujących aktywność wśród młodzieży, które będą systematycznie publikowane w Internecie na portalach społecznościowych.

#### **Nadanie Państwu Certyfikatu Aktywnego Miasta/Gminy**

będzie symbolem podziękowania za włączenie się do tak ważnej i potrzebnej naszej młodzieży inicjatywie, ale również integracji władz państwowych, wojewódzkich, samorządowych, znanych i szanowanych w całym kraju osobistości i celebrytów, by budować silne lobby na rzecz aktywizacji młodych Polaków.

#### **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 udostępnione pedagogom i nauczycielom szkół podstawowych, ponadpodstawowych i ponadgimnazjalnych na terenie Waszego miasta/Waszej gminy, by mogli oni na lekcjach wychowawczych czy tzw. „okienkach” przeprowadzić 10 prelekcji zachęcających w ciekawy sposób młodych ludzi do uaktywniania się w środowisku lokalnym.

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

W pierwszym kwartale 2013 r. Fabryka Aktywności Młodych (FAM) 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, wielkopolskie i przeprowadzono je na 1000 respondentów - uczniach szkół gimnazjalnych.

87% respondentów miało w swoim życiu styczność z wolontariatem uczestnicząc min. 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 z dziesięciu możliwych): 65% nikt o tym nie mówi, 59% są mało ciekawe, 34% nie interesuje mnie to, 28% - nie lubię pomagać. Te odpowiedzi młodzież wskazywała najczęściej. 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.

W kolejnej części ankiety zapytaliśmy gimnazjalistów czy w ostatnim roku zetknęli się z ciekawą kampanią zachęcających młodych ludzi do włączenia się w działania wolontariackie. Tylko 37% osób zaznaczyło odpowiedź „tak” w rubryce – ogólnopolskie, a ponad 80% z nich wskazało tylko WOŚP. Żadna z 1000 osób ankietowanych nie wymieniła akcji ogólnopolskiej, typowo skoncentrowanej na promocję wolontariatu młodzieżowego.

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 Roku z 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). Zaznaczamy, że są to badania z 2011r. Jak sądzimy w okresie trzech lat nie zmieniły się na lepsze.

### 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 obejrzenia 10 filmów dokumentalnych na 10 prelekcjach tematycznie związanych z promocją wolontariatu młodzieżowego
- nauczyciele i pedagodzy ze szkół 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, 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 to 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:

- ✓ Promocje wolontariatu młodzieżowego i zachęcanie młodego pokolenia do uaktywniania się w środowisku lokalnym przez przeprowadzenie w/w działań.
- ✓ Stworzenie 10 filmów promujących wolontariat młodzieżowy, które wraz z materiałami pomocniczymi, przekażemy do wszystkich szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w Waszym Mieście/Gminie by zachęcały młodych ludzi do uaktywniania się w środowisku lokalnym.
- ✓ Popularyzacje 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” oraz 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/Gminie i w całej Polsce
- ✓ Zwiększenie uczestnictwa w życiu publicznym społeczności z Waszego terenu.
- ✓ Tworzenie alternatywnych form spędzania wolnego czasu, odciągających młodych ludzi m.in. od komputera, narkotyków czy też alkoholu.

## 7. Miejsce realizacji zadania publicznego

Miasto Cybinka

## 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.

2) Nadanie **Certyfikatu Aktywnego Miasta/Gminy**, który będzie symbolem włączenia się Państwa w ogólnopolską akcję na rzecz promocji wolontariatu młodzieżowego.

3) **Kolportaż 500 egz. gazety „Fabryka Dobra” w Waszym Mieście/Gminie** ( 60 tys. w całym województwie).  
W gazecie poinformujemy, że Wasze Miasto/Gmina 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.

4) **Kampania plakatowo ulotkowa** – przesłanie pocztą plakatów i ulotek do wszystkich szkół w Waszym Mieście/Gminie.

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

6) **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 wydarzeń realizowanych w projekcie do wszystkich szkół w województwie, instytucji i NGO. Włączenie szkół z Państwa Miasta/Gminy do **sieci aktywnych szkół** na portalu społecznościowym Facebook i przesyłanie aktualnych informacji na temat promocji wolontariatu młodzieżowego.

**7) Bezpłatne udostępnienie 10 filmów dokumentalnych wraz z materiałami pomocniczymi** - zmontowanie przez specjalistów 10 filmów dokumentalnych promujących wolontariat młodzieżowy (umieszczenie w nich informacji o wsparciu tego przedsięwzięcia przez Wasz samorząd) i przesłanie ich do Waszych szkół.

**8) Zakończenie i rozliczenie projektu**

## 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>1-4)</sup>	Terminy realizacji poszczególnych działań	Oferent lub inny podmiot odpowiedzialny za działanie w zakresie realizowanego zadania publicznego
1)Umieszczenie graficznych symboli włączenia się Waszego Miasta/Gminy w Kampanię w materiałach promujących to przedsięwzięcie.	01.09.-10.09.2014	Fabryka Aktywności Młodych
2)Przekazanie Certyfikatu Aktywnego Miasta/Gminy władzom samorządowym, poinformowanie lokalnych mediów	01.09-30.10.2014	Fabryka Aktywności Młodych
3)Kolportaż 500 egz. gazety „Fabryka Dobra” w Waszym Mieście/Gminie	15-30.09.2014	Fabryka Aktywności Młodych
4)Przesłanie do wszystkich szkół publicznych materiałów promujących wolontariat młodzieżowy (plakaty, ulotki)	16.09-25.09.2014	Fabryka Aktywności Młodych
5)Przesłanie materiałów promocyjnych o wolontariacie młodzieżowym lokalnym mediom	01.10.-28.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
6)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
7)Montaż 10 filmów dok. i przygotowanie materiałów dydak., przesłanie ich do szkół	10-20.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
8)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, 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 <sup>16)</sup>	Il ość je dn os te k	Kos zt jedn ostk owy (w zł)	Rodz aj miary	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 świadczeń wolontarius (w zł)
-----	-------------------------------	--	---	---------------------	------------------------------	---	--	---

I	Koszty merytoryczne <sup>18)</sup> po stronie Fabryki Aktywności Młodych:							
	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
3) Koszt przygotowania i przekazania do Waszych szkół 10 filmów i materiałów promujących wolontariat młodzieżowy.	1	200	usługa	200		200		
II	Koszty obsługi <sup>20)</sup> zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie Fabryki Aktywności Młodych:							
	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

<p>III</p> <p>inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie Fabryki Aktywności Włódych:</p> <p>I) Projekt, grafika, skład i druk, wysłanie, przekazanie:</p> <p>plakatów B2 i ulotek A6 przesyłanych do Waszych szkół, wykonanie i przekazanie Włodarzom „Certyfikatu Aktywnego Miasta /Gminy” - usługa grafiki - umieszczonej we wszystkich materiałach promujących Kampanię informacyjną o włączeniu się Waszego Prezydenta/Burmistrza do ogólnopolskiego przedsięwzięcia. (w gazecie, plakatach, ulotkach, w informacjach przekazywanych drogą mailową)</p>	<p>1</p>	<p>290</p>	<p>Usługa</p>	<p>290</p>	<p>290</p>		
<p>IV Ogółem:</p>				<p>7165</p>	<p>290</p>	<p>200</p>	<p>6675</p>

## 2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

<p>1</p>	<p>Wnioskowana kwota dotacji</p>	<p>290 zł</p>	<p>4.05%</p>
<p>2</p>	<p>Środki finansowe własne<sup>17)</sup></p>	<p>200 zł</p>	<p>2.79%</p>
<p>3</p>	<p>Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3)<sup>11)</sup></p>	<p>zł</p>	<p>%</p>
<p>3.1</p>	<p>wpłaty i opłaty adresatów zadania publicznego<sup>17)</sup></p>	<p>..... zł</p>	<p>.....%</p>
<p>3.2</p>	<p>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></p>	<p>..... zł</p>	<p>.....%</p>
<p>3.3</p>	<p>pozostałe<sup>17)</sup></p>	<p>zł</p>	<p>%</p>

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>

<p>W realizacji zadania wezmą udział specjaliści, członkowie i wolontariusze Fabryki Aktywności Młodych oraz firmy wyspecjalizowane w realizacji poszczególnych zadań.</p> <p><b>Koordynator projektu:</b>  <b>Jarosław Marciniak</b> - 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 Fabryki Aktywności Młodych FAM i akcji realizowanych w ramach tego projektu m.in.: „Magazyny Św. Mikołaja”, „15 lutego Dzień Miłości do Siebie”, „Kopalnie Czekolady” i „Łatającej 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 Wydychanym Powietrzu u Lubuszan”.</p> <p>/zadanie w projekcie: nadzór nad realizacją projektu i merytoryką materiałów przekazanych do szkół.</p> <p>Firma poligraficzna ANART – 20 letnie doświadczenie w poligrafii, ścisła współpraca z FAM od 2004r  Zadanie w projekcie: przygotowanie, skład i druk gazety, plakatów, ulotek, wykonanie banerów i rollup'u.</p> <p>Specjalista ds. rozliczeń - 5 letnie doświadczenie pracy w zawodzie, doświadczenie w rozliczaniu projektów  /zadanie w projekcie: przygotowania umów dla specjalistów, firm, opracowanie dokumentacji księgowej projektu, rozliczenie projektu.</p> <p>Wolontariusze – 20 osób tworzących trzon Fundacji Fabryka Aktywności Młodych to wieloletni wolontariusze realizujący od wielu lat zadania projektowe Fabryki.</p>
---

2. Zasoby rzeczowe oferenta/offerentów<sup>1)</sup> przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania<sup>2,3)</sup>

- 1) lokal Gorzowska Piwniczka o pow. 150m<sup>2</sup> oraz lokal biurowy o pow. 40m<sup>2</sup>
- 2) sprzęt potrzebny do postawienia i działalności Miasteczka Aktywności Młodych
- 3) 2 x samochody ( bus i samochód 5-cio osobowy)
- 4) przyczepka samochodowa
- 5) 6 komputerów stacjonarnych
- 6) urządzenia 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 / **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.

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

W tym okresie zarejestrowało się w Fabryce **3246** gimnazjalistów ze szkół / **23** gmin północnej części naszego województwa i **1537** / 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”,

2008- 2013 Odpaliliśmy **Latającą Wytwórnice Waty Cukrowej.** / 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 / gorzowskich przedszkoli dobroci i pomagania innym

2009- 2013 - inicjatywa powołania Akademii Aktywności Młodych

2009-2013- Mierzenie „Aktywności w wydychanym powietrzu” u mieszkańców miast północnej części Polski

2009-2013 /budowaliśmy Miasteczko Aktywności Młodych, które promuje wolontariat na różnego rodzaju imprezach

4. Informacja, czy oferent/offerenci<sup>4)</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/offerentów<sup>4)</sup>;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie<sup>1)</sup> opłat od adresatów zadania;
- 3) oferent/offerenci<sup>4)</sup> jest/są<sup>4)</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/ofereci<sup>24)</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>2)</sup>;

7) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym.



P R E Z E S

Jarosław Marciniak

(podpis osoby upoważnionej  
lub podpisy osób upoważnionych  
do składania oświadczeń woli w imieniu  
oferenta/ofereńców<sup>24)</sup>)

Data: 22.09.2016r.

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).

Poswiadczenie złożenia oferty<sup>25)</sup>

Adnotacje urzędowe<sup>25)</sup>

<sup>1)</sup> Niepotrzebne skreślić.

<sup>2)</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>3)</sup> Każdy z oferentów składający ofertę wspólną przedstawia swoje dane. Kolejni oferenci dołączają właściwe pola.

<sup>4)</sup> Formą prawna może być forma działalności organizacji pozarządowej, podmiotu, jednostki organizacyjnej określonej na podstawie odnoszących przepisów, w szczególności stowarzyszenie i fundacja, osoby prawne i jednostki organizacyjne działające na podstawie przepisów o stosunku Państwa do Kościoła rzymskokatolickiego w Rzeczypospolitej, o stosunku Państwa do innych Kościołów i związków wyznaniowych oraz o gwarantujących wolności sumienia i wyznania, jeżeli ich cele statutowe obejmują prowadzenie działalności pożytku publicznego, uczniowski, klub sportowy, ochotnicze straże pożarne oraz inne. Należy zaznaczyć odpowiednią formę lub wpisać inną.

<sup>5)</sup> Podaje nazwę właściwego rejestru lub ewidencji.

<sup>6)</sup> W zakresie, w jakim jest to organizacja lub podmiot powstał.

<sup>7)</sup> Osobliwie, kolektory lub inną osobistą pomocniczą. Wypełnienie nieobowiązkowe. Należy wypełnić jeżeli zadanie publiczne proponowane do realizacji ma być realizowane w strukturze danej jednostki.

<sup>8)</sup> Nie wypełniać w przypadku omówienia zadania w Warszawie.

<sup>9)</sup> Dotyczy oddziałów terenowych, placówek i innych jednostek organizacyjnych oferenta. Należy wypełnić jeśli zadanie ma być realizowane w obrębie danej jednostki organizacyjnej.

<sup>10)</sup> Należy określić, czy podstawa jest zasadnie określona w statucie, pełnomocnictwo, prokura czy też inna podstawa. Dotyczy tylko oferty wspólnej.

<sup>11)</sup> Wypełnia tylko w przypadku oferty wspólnej o dofinansowanie inwestycji.

<sup>12)</sup> Opis musi być spójny z harmonogramem i kosztorysem. W przypadku oferty wspólnej - należy wskazać dokładnie podział działań w ramach realizacji zadania publicznego między składającymi ofertę wspólną.

<sup>13)</sup> W harmonogramie należy podać terminy rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych działań oraz liczbowe określenie skali działań planowanych przy realizacji zadania publicznego (tzn. liczbę świadczeń odrzielnych i zgodności miesięcznej, liczby świadczeń).

<sup>14)</sup> Opis zgodny z kosztorysem.

<sup>15)</sup> Należy wpisać, składane rezultaty zadania publicznego - czy będą trwałe oraz w jakim stopniu realizacja zadania przyczyni się do rozwiązania problemu społecznego lub złagodzi jego negatywne skutki.

<sup>16)</sup> Należy uwzględnić wszystkie planowane koszty, w szczególności zakup usług, zakupu rzeczy, wynagrodzeń.

<sup>17)</sup> Dotyczy jedynie wspierania zadania publicznego.

<sup>18)</sup> Należy wpisać koszty bezpośrednio związane z celem realizowanego zadania publicznego.

<sup>19)</sup> W przypadku oferty wspólnej i kilku ofertcy dołączają do tabeli informacje o swoich kosztach.

<sup>20)</sup> Należy wpisać koszty związane z obsługą i administracją realizowanego zadania, które związane są z wykonywaniem działań o charakterze administracyjnym, nadzorczym i kontrolnym w tym obsługa finansowa i prawna projektu.

<sup>21)</sup> Wypełnienie fakultatywne - umożliwia zawarcie w umowie postanowienia, o którym mowa w § 16 ramowego wzoru umowy, stanowiącego załącznik nr 2 do rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 15 grudnia 2010 r. w sprawie wzoru oferty ramowego wzoru umowy dotyczącej realizacji zadania publicznego oraz wzoru sprawozdania z wykonania tego zadania. Dotyczy jedynie oferty wspierania realizacji zadania publicznego.

<sup>22)</sup> Informacje o kwalifikacjach, które będą zatrudnione przy realizacji zadania publicznego, oraz o kwalifikacjach wolontariuszy. W przypadku oferty wspólnej należy przyporządkować zasoby kadrowe do dysponujących nimi oferentów.

<sup>23)</sup> Np. lokal, sprzęt, materiały. W przypadku oferty wspólnej należy przyporządkować zasoby rzeczowe do dysponujących nimi oferentów.

<sup>24)</sup> Należy musi być zgodny z aktualnym stanem faktycznym i prawnym, niezależnie od tego, kiedy został wydan.

<sup>25)</sup> Wypełnia organ administracji publicznej.