

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

OFERTA/OFERTA-WSPÓLNA¹⁾

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)¹⁾,

REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

(rodzaj zadania publicznego²⁾)

Przeciwdziałanie uzależnieniom i patologiom społecznym

(tytuł zadania publicznego)

Świnoujście Fabryką Dobra

w okresie od

16.09.2014 – 12.12.2014

W FORMIE

POWIERZENIA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO/WSPIERANIA REALIZACJI
ZADANIA PUBLICZNEGO¹⁾

PRZEZ

Prezydent Miasta Świnoujście

(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

”

2) forma prawna:⁴⁾

(x) fundacja

() kościelna jednostka organizacyjna

() inna.....

KRS 0000369294

5) nr NIP: 5993134960 nr REGON: 080479612

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

gmina: powiat:⁸⁾ **Gorzów Wlkp.**

kod pocztowy: 66-400 poczta: Gorzów Wlkp.

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

nazwa banku: **BZWBK**

a) Jarosław Marciniak

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

12) przedmiot działalności 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 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.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

Jednym ze sposobów skutecznej profilaktyki uzależnień wśród dzieci i młodzieży jest ich aktywizacja, rozbudzanie aktywności w kierunku zaspakajania potrzeb i zainteresowań.

Ten projekt jest załącznikiem poszukiwania nowych form aktywizacji, symboli i wzorców do naśladowania dla młodzieży, by angażowała się w wolontariat na rzecz swojego środowiska lokalnego. Stanowi inaugurację 3 letniego programu uaktywniania młodych ludzi przy zastosowaniu nowoczesnych i atrakcyjnych form komunikacji.

Projekt „Świnoujście Fabryką Dobra” jest integralną częścią zadań, jakie realizujemy od 31.03.2014r w całej Polsce (prezentacja projektu „Polska Fabryką Dobra” w załączniku)

Opis zadań objętych w projekcie

Kampania promująca wolontariat młodzieżowy

We wrześniu zostaną przygotowane i wydrukowane materiały wykorzystane do jesiennej kampanii w Waszym Mieście i w województwie (3 rodzaje plakatów i ulotek, banery promujące akcję „Polska Fabryką Dobra” i Miasteczko Aktywności Młodych, banery wystawy „Wolontariat Fabryką Dobra” oraz gazeta „Fabryka Dobra”). Na wszystkich w/w materiałach będą umieszczone informacje o miastach i gminach biorących udział w tej 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. Również w tym okresie rozpoczniemy aktywne działania 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. Stworzymy również miejsce w sieci, które będzie pokazywało produkcję dobra w naszym kraju.

W październiku prześlemy pocztą do wszystkich szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w Waszym Mieście 3 komplety plakatów i ulotek tematycznie związane z działaniami, do jakich chcemy zaprosić młodych ludzi z Waszego Miasta. Pierwszy z nich będzie informował o akcji „Polska Fabryką Dobra” i zachęcał do włączenia się w nasze ogólnopolskie działania, drugi zaprasza będzie do październikowej akcji „Tydzień Dobrych Uczynków” a trzeci w listopadzie zachęcać będzie młodych ludzi do otworzenia konta w naszym „Banku Uśmiechów”.

„Tydzień Dobrych Uczynków” to akcja, która w październiku ma zachęcać młodych ludzi do produkcji dobra w swoim środowisku lokalnym, do bezinteresownych działań na rzecz innych. Ma być inspiracją do zrobienia czegoś dobrego i pożytecznego. Temu wydarzeniu będzie towarzyszyć kampania w lokalnych mediach, w Internecie oraz plakaty i ulotki przesłane do szkół w całej Polsce. Internet daje możliwość pokazania wszystkich tych, którzy podejmą się w tym tygodniu produkowania dobra w swoim środowisku lokalnym.

28 listopada zaprosimy młodzież do wspólnej zabawy w pomnażanie pozytywnej energii drzemiącej w środowiskach lokalnych w całej Polsce i otworzenia konta w naszym „Banku Uśmiechu”. Przez kampanię w internecie, mediach i na plakatach zachęcimy młodzież by wzięła w ten dzień aparaty fotograficzne i zrobiła setki tysięcy radosnych, uśmiechniętych zdjęć sobie i swoim bliskim, znajomym, sąsiadom, nauczycielom czy urzędnikom. Zachęcać będziemy ich by wyszli na ulice miast, miasteczek i wiosek w całym kraju i fotografowali uśmiech na twarzach ludzi napotkanych po drodze, a następnie przesłali te zdjęcia do naszego „Banku Uśmiechu”.

W materiałach przesłanych szkołom znajdują się również Gazety „Fabryka Dobra” tematycznie związane z aktywizacją młodzieży szkolnej. Planujemy wydrukować i rozkolportujemy 60 000 egz. w Państwa województwie.

Nadanie Państwu Certyfikatu Aktywnego Miasta

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, 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

Nowoczesna profilaktyka uzależnień to uczenie dojrzałej i mądrej postawy we wszystkich dziedzinach życia. Liczba i różnorodność zagrożeń, jakie niesie ze sobą współczesna kultura, wymagają, aby wychowanie młodego pokolenia zostało uzupełniane przez działania chroniące młodzież przed zagrożeniami. Jednym ze sposobów skutecznej profilaktyki wśród uczniów jest ich aktywizacja, rozbudzanie aktywności w kierunku zaspakajania potrzeb i zainteresowań. Wolontariat i aktywne włączanie się w życie swojego środowiska lokalnego jest sposobem na nabywanie umiejętności społecznych przez dzieci i młodzież.

W pierwszym kwartale 2013 r. Fundacja Fabryka Aktywności Młodych (FAM) w partnerstwie z Gorzowskim Stowarzyszeniem Studentów („GieSS”) zaniepokojone bardzo wyraźnym spadkiem zaangażowania młodych ludzi w działania na rzecz środowiska lokalnego i wzrostem postaw związanych z przyzwoleniem na zażywanie substancji psychoaktywnych 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 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 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 zachęcającą 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 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). Zaznaczamy, że są to badania z 2011r. **Jak sądzimy w okresie ostatnich 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, które będą miały możliwość włączenia się do 2 akcji organizowanych w trakcie jesiennej kampanii, oraz obejrzenia 10 filmów dokumentalnych na 10 prelekcjach tematycznie związanych z promocją wolontariatu i stylem życia wolnym od narkotyków i alkoholu
- nauczyciele i pedagodzy ze szkół w Waszego Miasta, którym zostaną udostępnione materiały dydaktyczne, m.in. filmy edukacyjne o wolontariacie ukazujące lokalne dobre praktyki umożliwiające przeprowadzenie 10 prelekcji o wolontariacie.
- 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.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:

- ✓ Promocje wolontariatu młodzieżowego i zachęcanie młodego pokolenia do uaktywniania się w środowisku lokalnym jako alternatywy dla zagrożeń związanych z wszelakimi uzależnieniami.
- ✓ Stworzenie 10 filmów promujących wolontariat młodzieżowy i zdrowy styl życia, 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.
- ✓ 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.

- ✓ Wyposażenie nauczycieli i wychowawców w narzędzie umożliwiające w ciekawy sposób przekazanie młodzieży wiedzy i umiejętności społecznych pozwalających na bezpieczne radzenie sobie z uzależnieniami poprzez kształtowanie pozytywnych postaw wobec życia.
- ✓ Pomoc młodzieży w zaspokojeniu ważnych potrzeb (np. sukcesu, przynależności oraz osiągnięcia satysfakcji życiowej) przez stwarzanie możliwości zaangażowania się w działalność pozytywną
- ✓ 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
- ✓ Zwiększenie uczestnictwa w życiu publicznym społeczności z Waszego terenu.
- ✓ Tworzenie alternatywnych form spędzania wolnego czasu, odciągających młodych ludzi m.in. od komputera, narkotyków, alkoholu.

7. Miejsce realizacji zadania publicznego

Miasto Świnoujście

8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego¹²⁾

Zadania, które zrealizujemy w przedstawionym Państwu wniosku 16.09-12.12.2014

- 1) We wszystkich materiałach promujących kampanię w Waszym województwie umieszczone zostaną graficzne informacje o włączeniu się Waszego Miasta w to ogólnopolskie przedsięwzięcie.
- 2) **Kampania medialna w lokalnych mediach w Waszej Gminie** – przesłanie do lokalnych mediów materiałów promujących to przedsięwzięcie, gotowych tekstów, nagrań radiowych i TV
- 3) **Kampania „Wolontariat złapany w sieć”** – promocja wolontariatu i Waszego regionu w Internecie poprzez umieszczanie w sieci, w portalach społecznościowych i przysyłanie 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/gminy. Włączenie szkół z Państwa Miasta do **sieci aktywnych szkół** na portalu społecznościowym Facebook i przysyłanie aktualnych informacji na temat promocji wolontariatu młodzieżowego i zdrowego stylu życia.
- 4) **Kampania plakatowo-ulotkowa** – przesłanie pocztą 3 kompletów plakatów i ulotek oraz **gazety „Fabryka Dobra”** do wszystkich szkół w Waszym Mieście. W w/w materiałach 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 rozkolportowania jej wśród grona swoich znajomych. Podobna kampania promocyjna będzie przeprowadzona na portalach społecznościowych.
- 5) **Przeprowadzenie akcji „Tydzień Dobrych Uczynków”**. Opis akcji w krótkiej charakterystyce projektu.
- 6) **Przeprowadzenie akcji „Bank Uśmiechu”**. Opis akcji w krótkiej charakterystyce projektu.
- 7) **Bezpłatne udostępnienie 10 filmów dokumentalnych wraz z materiałami pomocniczymi** - zmontowanie przez specjalistów 10 filmów dokumentalnych promujących wolontariat młodzieżowy, postawę afirmacji życia w opozycji do aprobaty dla używek (umieszczenie w nich informacji o wsparciu tego przedsięwzięcia przez Wasz samorząd) i przesłanie ich do Waszych szkół.
- 2) **Nadanie Certyfikatu Aktywnego Miasta**, który będzie symbolem włączenia się Państwa w ogólnopolską akcję na rzecz promocji wolontariatu młodzieżowego jako alternatywy dla stylu życia opartego na zażywaniu substancji psychoaktywnych (alkohol, narkotyki).
- 8) **Zakończenie i rozliczenie projektu**

9. Harmonogram¹³⁾

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 16.09.2014 do 12.12.2014		
Poszczególne działania w zakresie realizowanego zadania publicznego ¹⁴⁾	Terminy realizacji poszczególnych działań	Oferent lub inny podmiot odpowiedzialny za działanie w zakresie realizowanego zadania publicznego
1) Umieszczenie graficznych symboli włączenia się Waszego Miasta w Kampanię w materiałach promujących to przedsięwzięcie (plakaty, ulotki, banery gazeta, materiały filmowe). Druk w/w materiałów.	16.09.-30.09.2014	Fabryka Aktywności Młodych
2) Włączenie Państwa Miasta do kampanii internetowej „Wolontariat złapany w sieć” i dołączenie szkół z Waszego terenu do sieci aktywnych szkół na portalach społecznościowych.	16.09-30.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
3) Przesłanie lokalnym mediom materiałów promocyjnych o wolontariacie młodzieżowym, jako alternatywie dla stylu życia opartego na stosowaniu używek.	25-30.09.2014	Fabryka Aktywności Młodych
4) Przesłanie do wszystkich szkół publicznych w Waszym Mieście materiałów promujących wolontariat młodzieżowy (3 rodzaje plakatów i ulotek oraz gazety „Fabryka Dobra”)	10 - 20.10.2014	Fabryka Aktywności Młodych
5) Montaż 10 filmów dokumentalnych i przygotowanie materiałów dydaktycznych.	10.10 - 10.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
6) Realizacja akcji „Tydzień dobrych uczynków” w Fabryce Dobra	20 - 26.10.2014	Fabryka Aktywności Młodych
7) Przekazanie 10 filmów i materiałów dydaktycznych do Waszych szkół.	12.11- 30.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
8) Przeprowadzenie akcji „Bank Uśmiechu” Fabryki Dobra	28.11.2014	Fabryka Aktywności Młodych
9) Przekazanie Certyfikatu Aktywnego Miasta władzom samorządowym, poinformowanie lokalnych mediów.	10-12.12.2014	Fabryka Aktywności Młodych
10) Zakończenie i rozliczenie projektu	10-12.12.2014	Fabryka Aktywności Młodych

10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego¹⁵⁾

Przekazanie 10 filmów dokumentalnych i materiałów, umożliwiających nauczycielom i pedagogom przeprowadzenie 10 prelekcji o wolontariacie, jako alternatywie dla stylu życia opartego na zażywaniu alkoholu lub narkotyków we wszystkich szkołach podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w Waszym Mieście, wzbudzenie zainteresowania wolontariatem dzieci i młodzież.

Zwiększenie liczby wolontariuszy aktywnie działających w środowiskach lokalnych na terenie Waszego Miasta.

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 jedn ostk owy (w zł)	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 ¹⁷⁾ (w zł)	Koszt do pokrycia z wkładu osobowego w tym prac społecznej członków i świadczeń wolontarius (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 8 godz.)	80	20	godzin	1600			1600
	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 8 godz.)	240	20	godzin	4800			4800
	3) 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 księgowa	1	300	Usługa	300			300

III	Inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie Fabryki Aktywności Młodych: 1) Projekt, grafika, skład i druk, wysłanie materiałów promocyjnych: - druk 3 rodzajów plakatów B2 i ulotek A6, gazety Fabryka Dobra i przesłanie w/w materiałów do Waszych szkół , - wykonanie i przekazanie Włodarzom „Certyfikatu Aktywnego Miasta” - usługa - grafiki - umieszczonej we wszystkich materiałach promujących Kampanię, informacji o włączeniu się Waszego Miasta do ogólnopolskiego przedsięwzięcia. (w gazecie, plakatach, ulotkach, w informacjach przekazywanych drogą mailową)	1	290	Usługa	290	290		
IV	Ogółem:				7565	290	200	7075

2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

1	Wnioskowana kwota dotacji	290 zł	3.83%
2	Środki finansowe własne ¹⁷⁾	200 zł	2.65%
3	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3) ¹¹⁾	0zł	0%
3.1	wpłaty i opłaty adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾	0zł	0%
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⁾	0 zł	0%
3.3	pozostałe ¹⁷⁾	0zł	0%

4	Wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków)	7075 zł	93.52 %
5	Ogółem (środki wymienione w pkt. 1- 4)	7565 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, władze samorządowe Miast i Gminy oraz 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 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 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 Młasteczko 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 „Pomiar Aktywności w Wyдыхanym Powietrzu u Lubuszan”. Zadanie w projekcie: nadzór nad realizacją projektu i merytoryką materiałów przekazanych do szkół. 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. 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. Wolontariusze – 20 osób tworzących trzon Fundacji Fabryka Aktywności Młodych to wieloletni wolontariusze realizujący od wielu lat zadania projektowe Fabryki.

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) 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) 2 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 słodczy. 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 najśodsza akcja w Polsce. Podczas 8 edycji zebraliśmy 14 000 czekolad i ok. tonę wszelakich słodkości. Takie złoza pozwoliły nam na zorganizowanie 42 „Bałów 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 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”,

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

2009- 2013 - Inicjatywa powołania Akademii Aktywności Młodych

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

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

4. Informacja, czy oferent/oferenci¹⁾ 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/oferentów¹⁾;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie¹⁾ opłat od adresatów zadania;
- 3) oferent/oferenci¹⁾ jest/są¹⁾ związany(-ni) niniejszą ofertą do dnia podpisania umowy
- 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.);

- 

Im oślaw Marciniak

Date 01.01.2016

Poświadczenie złożenia oferty²⁵⁾

Adnotacje urzędowe²⁵⁾[illegible]¹ Nägelsches Institut

² Rodzajem zakładu jest jedno lub więcej zadań publicznych określonych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Wzrost z okresu składowego oferty, w tym przedstawi swoje dane. Kolejni oferenci dołączają własne pole.

Forma prawna i zakres funkcji działalności organizacji powstają z punktu widzenia jednostki organizacyjnej określonej na podstawie obowiązujących przepisów, w szczególności Kowalewski i Kurland, analizy prawnej i jednostki organizacyjnej działającej na podstawie przepisów o stowarzyszeniach Państwa do Kościoła Katolickiego w Rzeczypospolitej Polskiej, o stowarzyszeniach do innych Kościołów i związków wyznaniowych oraz o gwarancjach wolności sumienia i wyznania, jeżeli ich cele statutowe obejmują prowadzenie działalności polityki publicznej

⁸¹ Fodor's example, which is also rejected by Davidson.

[illegible]

⁹ Nie wypełniał w przypadku zmiasta szkolnego Własowy.

¹¹ អង្គជំនុំជម្រះវិសាមញ្ញក្នុងតុលាការកម្ពុជា ទំព័រ ១៤៧។

² Opis masy byłby spójny z hermetyzmem i kowariansem. W przypadku oferty wspólnej należy wskazać dodatkowy podział danych w ramach realizacji zadania publicznego między dodatkowymi oferty wspólnej.

¹ W tym przypadku należy podać również nazwę oraz adres siedziby przedsiębiorstwa, w którym nastąpiła zmiana siedziby przedsiębiorstwa, np. firma prowadząca działalność w gminie, w której siedziba została przeniesiona.

²⁴⁵ Opix / gndty / kxwvqy vca.

¹² Należy oprzeć rezultaty realizacji zadania publicznego – czy będą trwałe oraz w jakim stopniu realizacja zadania przyczyni się do rozwiązania problemu społecznego lub złagodzenia jego negatywnych skutków.

¹⁰ Nakazy uwzględniać w tym celu planowanie kosztów, w szczególności zakresu usług, zakresu realizacji, wynagrodzenia

¹⁸ Dotyczy jedynie wsparcia ze środków publicznych.

¹⁹ Ibid., 10–11.

34. *Nalanda* ... *...*

²⁰ Wydziałowa Komisja Ekspertów, powołana przez Komitet Nadzoru, z udziałem m.in. 5-16 ekspertów z zakresu planowania strategicznego, zainicjowała z 2 do 4 czerwca 2010 r. w siedzibie Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej z dnia 15 sierpnia 2010 r. w sprawie uzgodnienia

1. podjęto w/wywu decyzji o realizacji zadania publicznego oraz w/wywu sprawozdania z wykonania tego zadania. Dotyczy jedynie skutku wyłączenia realizacji zadania publicznego

[illegible]²⁴¹ Oblique muscle has been shown to stimulate segmental fat removal in a program of exercise and diet. *High-Intensity Interval*²² Winter 1979-80, 2000-01.