

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

OFERTA/OFERTA WSPÓLNA<sup>1)</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 WOŁONTARIACIE (Dz. U. z 2010 r. Nr 234, poz. 1536)<sup>1)</sup>,~~

REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

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

Przeciwdziałanie uzależnieniom i patologiom społecznym

(tytuł zadania publicznego)

**Szczepienia Przeciwko Nudzie w Żorach**

w okresie od

01.09.2016 r. do 25.11.2016 r.

W FORMIE

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

PRZEZ

Prezydenta Miasta Żory

(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



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 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 /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 dzisiejszych czasach profilaktyka uzależnień powinna zmierzać do kształtowania pozytywnych postaw wśród dzieci i młodzieży, stylu życia stanowiącego alternatywę wobec zażywania narkotyków czy alkoholu, zamiast straszenia negatywnymi konsekwencjami stosowania używek. Aktywność społeczna młodych stanowi barierę przed zagrożeniem uzależnieniami. Ich aktywizacja powinna być związana z tworzeniem zaskakujących, kolorowych, zabawnych i oryginalnych działań, które przyciągają uwagę, wciągają do zabawy a przez to do działania. Nasz pomysł na promocję wolontariatu i zachęcanie młodych ludzi do uaktywniania się w swoim środowisku lokalnym jest realizowany na wielu płaszczyznach.

**W ramach trzyletniego projektu „Polska Fabryka Dobra” ogłosiliśmy rok 2016 „Rokiem Ogólnopolskich Szczepień Przeciw Nudzie”.**

„Szczepienia Przeciwko Nudzie ” to niekonwencjonalna, happeningowa forma popularyzacji wolontariatu młodzieżowego w środowiskach lokalnych poprzez działania edukacyjne i warsztatowe.

Warto zaznaczyć, że poprzez nasze działania nie tylko wzmacniamy lokalny wolontariat tam gdzie zawiązane są grupy wolontariackie ale promujemy wolontariat tam gdzie nie stworzono jeszcze grup młodzieżowych wolontariuszy.

Po konsultacjach z Waszym Urzędem ustalimy, do której szkoły przyjedzie nasz FAMbulans – specjalnie przygotowany do tego projektu samochód wyposażony w specjalistyczny sprzęt

do aktywizacji młodego pokolenia Polaków. Korzystając ze szkolnej infrastruktury przeprowadzimy w szkołach „Szczepienia Przeciwno Nudzie”. Podczas naszej wizyty w danej szkole animatorzy FAM przeprowadzą trzygodzinne warsztaty z wolontariuszami, członkami samorządu uczniowskiego lub po prostu najaktywniejszymi uczniami, zachęcając ich do wspólnego poszukiwania nowych form popularyzacji i uaktywniania młodych ludzi w środowisku lokalnym by zwiększyć zainteresowanie tą formą spędzania wolnego czasu wśród ich rówieśników. Wspólnie wypracujemy modele działań, które będą wykorzystane w kampanii skierowanej do szkolnych grup wolontariackich działających w całym województwie.

### **Happeningi „Szczepienia Przeciwno Nudzie”**

Na jednej godzinie lekcyjnej animatorzy wraz z wolontariuszami przygotowują happening „Szczepienia Przeciwno Nudzie”, który rozpocznie się na dużej przerwie i do którego zaproszą wszystkich uczniów danej szkoły. Podczas happeningu nasi sanitariusze przeprowadzą pomiar Stężenia Aktywności Społecznej we krwi, będą sprawdzać wydolność pozytywnej energii w płucach, zdolność prawidłowego oddziaływania na pozytywne wibracje w uszach czy też reakcje lewej i prawej półkuli na bodźce wywołane przez paniczne napady śmiechu. Nasze pielęgniarki sprawdzą czy młodzież nie ma insektów, które hamują rozwój empatii lub prowadzą do alergii na produkcję dobra. Ponadto zaprezentujemy wystawę 150 unikalnych zdjęć pokazujących wolontariuszy z całej Polski w akcji. Jest to największa tego typu wystawa w naszym kraju. Na happening zaprosimy przedstawicieli władz samorządowych oraz lokalne media.

### **Stworzymy materiały filmowe z wizyty w szkole**

W ramach działań w szkole nakręcimy materiały filmowe do teledysku „LUBIĘ TO”, którego reżyserami i aktorami będą uczniowie danej szkoły. Ponadto powstanie making-of, który w radosny i bardzo pozytywny sposób pokaże Waszą młodzież. Zmontowany teledysk i making-of opublikujemy na naszej stronie internetowej i Facebooku by pokazać je całej Polsce. Film udostępnimy również szkole aby mogła z niego korzystać w ramach swoich działań promujących.

### **Zaangażujemy lokalne media**

Projekt „Szczepienia Przeciwno Nudzie ” będzie miał również za zadanie zachęcać lokalne media do podjęcia dyskusji na temat znaczenia inwestowania w wolontariat młodzieżowy i zaangażowania nas dorosłych w jego rozwój. W ramach kampanii będziemy starali się zainteresować media tematyką aktywności wolontariackiej przesyłając im przygotowane przez nas materiały z prośbą o ich publikację.

### **Certyfikat Aktywnego MIASTA**

Punktem kulminacyjnym będzie nadanie Państwu Certyfikatu Aktywnego MIASTA, co będzie symbolem podziękowania za włączenie się do tak ważnej i potrzebnej dla młodzieży inicjatywy. Włączenie się do akcji równoznaczne jest z objęciem **Honorowym Patronatem** projektu „Polska Fabryka Dobra”. W tym celu przesłane zostaną do Was

wnioski o Honorowy Patronat.

### **Szczepienia w 50 miastach i gminach pozwolą na stworzenie ogólnopolskiej kampanii promującej wolontariat**

Chcemy w tym roku zawitać do 50 miast i gmin w Polsce by stworzyć ogólnopolską kampanię promującą aktywność wśród młodych ludzi. Z materiałów nakręconych w 50 szkołach stworzymy filmy dokumentalne i materiały promujące wolontariat, które prześlemy na początku 2017 r. do wszystkich szkół w całej Polsce. Dzięki temu z naszą kampanią dotrzemy do ogromnej grupy odbiorców. „Szczepienia Przeciw Nudzie” pozwolą na stworzenie kampanii promującej wolontariat w sposób jakiego nikt do tej pory nie próbował i w skali w jakiej nie podejmowano tego rodzaju inicjatyw (co wykazujemy w badaniach). Dzięki włączeniu się Państwa w nasz projekt będziemy mogli podczas wizyt, wspólnie z Waszymi wolontariuszami, stworzyć materiały, które będą mogły być wykorzystywane przez szkoły w każdej najmniejszej nawet miejscowości. Dla Państwa stanowić to będzie również formę promocji miasta, gdyż w materiałach ukażemy pozytywne przykłady społecznej aktywności ludzi młodych właśnie z Waszej miejscowości. W ten sposób staniecie się Państwo prekursorami i mecenasami akcji, która wypromuje aktywność wolontariacką w 20000 szkół w całej Polsce.

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

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 spadło o prawie 30%, 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”

Jest zbyt mało działań promujących wolontariat wśród młodych ludzi. Ostatnia atrakcyjna naszym zdaniem ogólnopolska akcja promująca młodzieżowy wolontariat została zorganizowana w 2006 r. przez Centrum Wolontariatu. W ramach kampanii „Pomaganie wzmacnia” strongman Mariusz Pudzianowski wystąpił w zabawnych filmach i wziął udział w sesji zdjęciowej, za pomocą których próbowano stworzyć modę na bezinteresowne pomaganie innym. Od tamtej pory sporadycznie podejmowano się kompleksowych działań mających zachęcać młodzież do aktywności. Wyjątkiem był rok 2011 ogłoszony przez UE rokiem wolontariatu. Jednak po tamtych działaniach pozostały jedynie nieaktualizowane strony internetowe.

Wpisując w Google hasło „wolontariat młodzieżowy” i wybierając grafikę okazuje się, że na 2500 gmin w Polsce, ponad 10 000 szkół gimnazjalnych i średnich, grafik różnych akcji jest około 100, bo większość z nich się powtarza. Ponadto nie zauważyliśmy jakichkolwiek akcji ogólnopolskich.

Mamy świadomość, że większość tych akcji dotyczy większych miejscowości i małe gminy mogą jedynie pozazdrościć dużym aglomeracjom, które inwestują ogromne środki w rozwój aktywności społecznej. Dobrym przykładem jest Warszawa. W mieście stołecznym realizowany jest trzyletni projekt „Wolontariat Miejski”

**z budżetem ponad półtora mln zł.** Jaka Gmina może pozwolić sobie na przeznaczanie takich środków na rozwój wolontariatu? Aby rozwijać wolontariat w sposób kompleksowy, a więc w każdej, choćby najmniejszej miejscowości naszego kraju powstał nasz projekt.

Dlaczego powstał projekt Polska Fabryka Dobra a w jego ramach „Szczepienia Przeciwko Nudzie”

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 2000 respondentach - 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): 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.

Na kolejne pytanie – „czy jesteś w stanie wytrzymać 1 dzień bez Internetu. Tylko 128 na 2000 respondentów zaznaczyło odpowiedź tak.

Zawęża się aktywność młodych ludzi w środowisku lokalnym dlatego nasze działania nakierowane są na ich pobudzenie, w tym przypadku przez działania profilaktyczne.

### 3. Opis grup adresatów zadania publicznego

Głównymi adresatami projektu są:

- wolontariusze szkolnej grupy wolontariackiej, aktywni uczniowie biorących udział w warsztatach, happeningach i w materiałach kręconych do filmów dokumentalnych.
- młodzież szkolna, które będą mogła wziąć udział w happeningu „**Szczepienia Przeciwko Nudzie**”
- społeczność lokalna:
  - ✓ za pośrednictwem lokalnych mediów zaangażowanych w to przedsięwzięcie
  - ✓ czytająca nasze informacje w Internecie

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

Promowanie wolontariatu młodzieżowego wśród uczniów w Waszym Mieście poprzez przeprowadzenie działań w jednej z Waszych szkół.  
Przeprowadzenie warsztatów z zakresu popularyzacji uaktywniania się młodzieży w środowisku lokalnym poprzez przeprowadzenie 7 godzin warsztatów i zajęć (happening, kręcenie filmów) dla min. 20 uczniów Waszej szkoły.  
Stworzenie filmiku „Lubię to”, którego bohaterami będzie młodzież z Waszej szkoły  
Popularyzacje wolontariatu i ukazanie go w sposób bardzo pozytywny, np. poprzez wykorzystanie filmiku „Lubię to” w portalach społecznościowych i lokalnych mediach  
Podniesienie świadomości społecznej, odnośnie znaczenia aktywizacji młodych ludzi w ich środowiskach lokalnych i jego wpływu na rozwój społeczności lokalnych poprzez podjęcie tego tematu w lokalnych mediach.



Pobudzenie mediów lokalnych do podjęcia tematu dotyczącego wolontariatu młodzieżowego.  
Promocja Waszego Miasta jako aktywnie działającego na rzecz edukacji dzieci i młodzieży poprzez umieszczenie informacji o Honorowym Patronacie na wszystkich materiałach promujących projekt Polska Fabryka Dobra

## 7. Miejsce realizacji zadania publicznego

Województwo śląskie

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

Ustalenie z Urzędem szczegółów dot. wizyty w szkole. Nawiązanie kontaktu ze szkołą i zaplanowanie działań.

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

**Wizyta Animatorów w Waszej szkole** - 3 animatorów na pierwszych trzech lekcjach przeprowadzi warsztaty z 20 osobową grupą wolontariacką lub z przedstawicielami samorządu uczniowskiego/najaktywniejszymi uczniami w szkole. Na warsztatach poruszane zostaną tematy związane z promocją działalności wolontariackiej. Młodzi ludzie poznają sposoby na poprawę rozpoznawalności swojej grupy i działań w świadomości społeczności lokalnej. Wspólnie wypracujemy sposoby na to jak promować działalność wolontariacką młodzieży. Na czwartej lekcji przygotowujemy happening „Szczepienia Przeciwko Nudzie” co pozwoli w praktyce wykorzystać umiejętności wypracowane na warsztatach. Na dużej przerwie i 2 kolejnych wraz z uczniami przeprowadzimy happening, o którym szerzej w krótkiej charakterystyce. Ponadto zaprezentujemy wystawę składającą się ze 150 zdjęć wolontariuszy z całej Polski produkujących dobro w swoim środowisku lokalnym. Kolejnym zadaniem będzie nakręcenie teledysku „Lubię to” w radosny sposób ukazującego grupę wolontariacką i zachęcającego do aktywności.

**Nadanie Certyfikatu Aktywnego Miasta** - będzie symbolem podziękowania za włączenie się do tak ważnej i potrzebnej dla młodzieży inicjatywy. Certyfikat chcielibyśmy wręczyć oficjalnie przedstawicielom władz Miasta podczas zorganizowanej wspólnie konferencji prasowej.

**Nakręcenie i montaż materiałów filmowych** - Operatorzy TV FAM zmontują teledysk „Lubię to” i przekażą go Waszej młodzieży w ciągu dwóch tygodni od dnia naszej wizyty.

**Zakończenie i rozliczenie projektu**

## 9. Harmonogram<sup>13)</sup>

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 01.09.2016r. do 25.11.2016r.		
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
<i>Nawiązanie kontaktu z Urzędami i szkołami. Ustalenie terminu szczepień w Waszej szkole</i>	01-15.09.2016 r.	Fabryka Aktywności Młodych
<i>Przeprowadzenie Szczepień w jednej z Waszych szkół, Wręczenie Certyfikatu Aktywnego Miasta</i>	15.09-20.11.2016 r.	Fabryka Aktywności Młodych
<i>Nakręcenie, montaż i przekazanie teledysku „Lubię to” i making ofu do szkół</i>	15.09-25.11.2016r.	Fabryka Aktywności Młodych
<i>Zakończenie i rozliczenie projektu</i>	20-25.11.2016r.	Fabryka Aktywności Młodych

## 10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego<sup>15)</sup>

Przeprowadzenie 7 godzin warsztatów i zajęć (happening, kręcenie filmów) dla 20 uczniów Waszej szkoły dot. aktywności wolontariackiej i promowania działalności w środowisku lokalnym.

Przeprowadzenie happeningu „Szczepienia Przeciwko Nudzie” i popularyzacja tematyki uaktywniania się w środowisku lokalnym wśród uczniów Waszej szkoły.

Zwiększenie świadomości w środowisku lokalnym na temat: czym jest wolontariat oraz budowanie ciepłego wizerunku wolontariatu i aktywności społecznej w szczególności wśród młodych ludzi, dzięki przeprowadzeniu kampanii w lokalnych mediach.

Promocja Waszego Miasta w całym kraju jako aktywnie działającego na rzecz popularyzacji wolontariatu młodzieżowego poprzez umieszczeni informacji o tym we wszystkich naszych materiałach promujących projekt „Polska Fabryka Dobra”

## IV. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

### 1. Kosztorys ze względu na rodzaj kosztów:

Lp.	Rodzaj kosztów <sup>16)</sup>	Il ość je d n os te k	Kos zt jed nos tko wy (w zł)	Rodz aj miar y	Koszt całkowity (w zł)	z tego do pokrycia z wnioskowanej dotacji (w zł)	z tego z finansowych środków własnych, środków z innych źródeł , w tym wpłat i opłat adresatów zadania publicznego <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>18)</sup> po stronie Fabryki Aktywności Młodych:							
	1) Koszty związane z przeprowadzeniem 1- dniowej imprezy happeningowej, - amortyzacja sprzętu wykorzystanego w happeningu ( namioty, stelaże, flagi, sprzęt potrzebny do przeprowadzenia happeningu, - transportem sprzętu z Gorzowa Wlkp. do Waszego Miasta. -obsługa, montażu i demontażu elementów happeningu. - koszt materiałów wykorzystanych podczas przeprowadzania działań happeningowych ( banery, brystole, farby, mazaki itp.)	1	2000	usługa	2000	1000	1000	
	2) wynagrodzenie animatorów prowadzących zajęcia warsztatowe. ( 3 animatorów x 8 godz. x 50)	24	50	godzin	1200	1200		
	2) Koszty związane z kręceniem i montażem materiałów filmowych przez TV FAM podczas wizyty w Waszym mieście. Koszt produkcji teledysku i ma king of i jego przekazania Waszej Młodzieży	1	2000	usługa	2000	1000	1000	
	3) praca wolontariacka członków FAM przy realizacji poszczególnych zadań projektowych – Aktywność w sieci – wysyłanie informacji drogą mailową do szkoły, Gminy, mediów , aktywność w regionalnych portalach społecznościowych - umowa wolontariacka ( 2 wolontariuszy x 25 godz)	50	30	godzin	1500			1500

II	Koszty obsługi <sup>20)</sup> zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie <i>Fabryki Aktywności Młodych</i> :  1) koordynator – nadzór nad realizacją projektu i jego rozliczeniem (20godz x 40 zł/h) - umowa wolontariacka	20	40	Godzin	800			800
III	<i>Inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie Fabryki Aktywności Młodych:</i>							
IV	Ogółem:				7500	3200	2000	2300

## 2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

1	Wnioskowana kwota dotacji	3200 zł	42,67%
---	---------------------------	---------	--------

2	Środki finansowe własne <sup>17)</sup>	2000 zł	26.67%
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)	2300 zł	30,66%
5	Ogółem (środki wymienione w pkt. 1- 4)	7500 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 Mecenatów) by wspólnymi siłami udźwignąć ten ciężar finansowy nie narażając żadnej ze stron na znaczące obciążenie finansowe.

Dotychczasowa działalność Fabryki Aktywności Młodych jest wyłącznie dotowana przez 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 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 „Latającej Wytwórni Waty Cukrowej”. Powołał do życia Miasteczko Aktywności Młodych i Mikołajowe Centrum Pocztowe. Pomysłodawca Akademii Aktywności Młodych i nowatorskich form promocji wolontariatu młodzieżowego w Polsce. Autor wielu programów, konkursów i happeningów realizowanych na terenie województwa lubuskiego takich jak „Uczmy się pomagać sobie”, „Poszukiwany Poszukiwana”, czy też „Pomiaru Aktywności w Wydechanym Powietrzu u Lubuszan”. Założyciel Ruchu Społecznego „Gorzów Bezpieczna Przystań” i Kuźni Gorzowskich Organizacji Pozarządowych. Pionier organizowania akcji aktywizujących młodzież w Centrach Handlowych. 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.

**Animatorzy warsztatów** - to animatorzy z wieloletnim stażem pracy zrzeszeni w w Fundacji „Animatorzy Przyszłości”. To oni w ubiegłym roku obsługiwali Miasteczko Aktywności Młodych które zawitało do 20 gmin w całej Polsce.

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

**TV FAM** Od wielu lat angażuje się w produkcje materiałów promujących aktywność społeczno-obywatelską w środowiskach lokalnych

### 2. Zasoby rzeczowe oferenta/offerentów<sup>1)</sup> przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania<sup>23)</sup>

- 1) lokal Gorzowska Piwniczka o pow. 160m<sup>2</sup> oraz lokal biurowy o pow. 40m<sup>2</sup>
- 2) 4 komputery stacjonarne
- 3) urządzenie wielofunkcyjne (drukarka, skaner, kopiarka)
- 4) osprzęt potrzebny do przeprowadzenia imprez plenerowych
- 5) samochody ( samochód osobowy5-cio osobowy)

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.

2014-2016 – Realizacja ogólnopolskiego projektu **Polska Fabryka Dobra** którego jednym z elementów są tegoroczne „Szczepienia przeciw nudzie” Na chwilę obecną nasz projekt objął Honorowym Patronatem Minister Pracy i Polityki Społecznej, 56 Wojewodów, Marszałków, Prezydentów Miasta Wojewódzkich i Wojewódzkich Kuratorów Oświaty oraz 220 Gmin wiejskich i wiejsko-miejskich w całej Polsce.

2004-2014 – „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 - 2015- „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 „Bałów 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 Polanice zawieźliśmy busa słodkości w tym 1000 czekolad i innych darów. Miło i słodko zaskoczyliśmy włodarzy i mieszkańców Polańca, ponieważ zazwyczaj z całej Polski przysyłano koce, których w pewnym momencie liczba przekroczyła 10.000 i nie było gdzie ich składować.

2007-2015 – Zainicjowaliśmy i co rok obchodzimy „15 lutego -Dzień Miłości do Siebie”.

2008 - 2015 – 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.

2009 - 2015 roku - jesteśmy inicjatorami Fabryki Dobra, ucząc dzieci z gorzowskich przedszkoli dobroci i pomagania innym oraz akcji

2009- 2015 Inicjatywa powołania Akademii Aktywności Młodych Jej głównym celem promocja wolontariatu młodzieżowego np. przez poszukiwanie poprzez konkurs „Poszukiwany Poszukiwana”, najlepszych wolontariuszy i Animatorów Aktywności Młodych. Konkurs realizowany był 3 krotnie obejmując swoim zasięgiem 800 szkół ponadpodstawowych i ponadgimnazjalnych województwa Lubuskiego. Pierwszym profesorem naszej Akademii (instytucji, która nagradza) został sam Jurek Owsiak. Obszar: woj. Lubuskie. W 2011 roku Profesurę przyjął Anna Dymna

2009-2015- Mierzymy „Aktywność w wydychanym powietrzu” u mieszkańców miast północnej części Polski oraz Miasteczka Aktywności Młodych

2009 – 2015 - Zbudowaliśmy Miasteczko Aktywności Młodych, które promuje wolontariat na największych imprezach w lubuskim. m.in. na Winobranii, Dniach Województwa Lubuskiego czy Woodstock.

01-04.2011 – współrealizacja z nieformalną grupą projektu „W poszukiwaniu Zaginionej Serotoniny” w ramach programu Młodzież w działaniu. 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 – inicjatywa mająca na celu ochronę gorzowskich dzieci i młodzieży przed uzależnieniami, głównie narkotykami.



4. Informacja, czy oferent/ofere<sup>ni</sup> przewiduje(-a) 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>+</sup> 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.);
- 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

Jarostaw Marciniak

**Fabryka Aktywności Młodych**  
ul. Sikorskiego 49/7  
66-400 Gorzów Wlkp.  
NIP 5993134960. KRS 0000360204

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

Data... 18.02.2016

Załączniki:

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

2. Pełnomocnictwo

Poświadczenie 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 składających ofertę wspólną przedstawia swoje dane. Kolejni oferenci dołączają właściwe pola.

<sup>4)</sup> Forma prawna oznacza formę działalności organizacji pozarządowej, podmiotu, jednostki organizacyjnej określonej na podstawie obowiązujących przepisów, w szczególności stowarzyszenie 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, uczniowskie kluby sportowe, ochotnicze strażackie i inne. Należy zaznaczyć odpowiednią formę lub wpisać inną.

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

<sup>6)</sup> W zależności od tego, w jaki sposób organizacja lub podmiot powstał

<sup>7)</sup> Osiedle, sołectwo lub inna jednostka pomocnicza. Wypełnienie nie obowiązkowe. Należy wypełnić jeżeli zadanie publiczne proponowane do realizacji ma być realizowane w obrębie danej jednostki.

<sup>8)</sup> Nie wypełniać w przypadku miasta stołecznego Warszawy.

<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 podstawą są zasady określone w statucie, pełnomocnictwo, prokura czy też inna podstawa. Dotyczy tylko oferty wspólnej.

<sup>11)</sup> Wypełnić tylko w przypadku ubiegania się o dofinansowanie inwestycji.

<sup>12)</sup> Opis musi być spójny z harmonogramem i kosztorysem. W przypadku oferty wspólnej - należy wskazać dokładny 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. miar adekwatnych dla danego zadania publicznego, np. liczba świadczeń udzielanych tygodniowo, miesięcznie, liczba adresatów).

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

<sup>15)</sup> Należy opisać zakładane 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 zakupu 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 kolejni oferenci dołączają do tabeli informację 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 obsługą finansową i prawną 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 publicznego i ramowego wzoru umowy dotyczących realizacji zadania publicznego oraz wzoru sprawozdania z wykonania tego zadania. Dotyczy jedynie oferty wspierania realizacji zadania publicznego

<sup>22)</sup> Informacje o kwalifikacjach osób, 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> Odpis musi być zgodny z aktualnym stanem faktycznym i prawnym, niezależnie od tego, kiedy został wydany.

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