

UPROSZCZONA OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

Ofertę należy wypełnić wyłącznie w białych pustych polach, zgodnie z instrukcjami umieszczonymi przy poszczególnych polach lub w przypisach.

Zaznaczenie gwiazdką, np. "pobieranie*/niepobieranie*" oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź i pozostawić prawidłową. Przykład: "pobieranie*/niepobieranie*".

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta	Prezydent Miasta Szczecin
2. Rodzaj zadania publicznego¹⁾	18) ekologia i ochrona zwierząt oraz ochrona dziedzictwa przyrodniczego

II. Dane oferenta(-tów)

1. Nazwa oferenta(-tów), forma prawna, numer w Krajowym Rejestrze Sądowym lub innej ewidencji, adres siedziby, strona www, adres do korespondencji, adres e-mail, numer telefonu	
Nazwa: Fundacja Normalnie , Forma prawna: Fundacja , Numer Krs: 0000803510 , Kod pocztowy: 70-382 , Poczta: Szczecin , Miejscowość: Szczecin , Ulica: Jagiellońska , Numer posesji: 67, wej. B , Numer lokalu: pok.7 , Województwo: zachodniopomorskie , Powiat: Szczecin , Gmina: m. Szczecin , Strona www: , Adres e-mail: Numer telefonu: ,	
Adres do korespondencji jest taki sam jak adres oferenta	
2. Dane osoby upoważnionej do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej)	Adres e-mail: Telefon:

III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

1. Tytuł zadania publicznego	Kampania informacyjno-edukacyjna "Uwaga! Dzik!"			
2. Termin realizacji zadania²⁾	Data rozpoczęcia	01.11.2021	Data zakończenia	31.12.2021

3. Syntetyczny opis zadania (wraz ze wskazaniem miejsca jego realizacji)

Opis zadania

Dziki są problemem niemal w każdym polskim mieście, w tym również w mieście Szczecin, ponieważ niszczą uprawy, trawniki, rozgrzebują śmietniki i rozrzucają śmieci po okolicy. Ponadto zwierzęta te stanowią zagrożenie dla użytkowników ruchu drogowego i mogą być nosicielami chorób.

Informacje o wielkich lochach, które z warchlakami spacerują po mieście Szczecinie szokują coraz mniej. Ale równocześnie wciąż rodzą obawy. Bo trudno ze spokojem wyjść na wieczorny spacer z psem czy wystać dziecko do sklepu, gdy wiadomo, że okolicę upodobały sobie dziki, które potrafią być nieobliczalne. Dzik to bardzo inteligentne zwierzę i poszukując pożywienia np. w tornistrze idącego do szkoły dziecka, może je poturbować. W ostateczności może się to zakończyć tragicznie. Szczególnie niebezpieczne mogą okazać się spotkania z lochą prowadzącą warchlaki - matka jest na nie szczególnie wyczulona (wypowiedź Marka Pudełko z Polskiego Związku Łowieckiego, <https://turystyka.wp.pl>).

Problem dzików śmiało poczynających sobie na obszarach zamieszkiwanych przez ludzi istnieje i jest bardzo wyraźny na terenie miasta Szczecina. Dziki w Szczecinie są aktywne i obecne, odważnie podchodzą do domów i budynków, gdzie szukają dla siebie pożywienia (<https://wszczecinie.pl/>).

Ekspersi wskazują szereg przyczyn takiego stanu. Dziki jako jedno z pierwszych dużych ssaków pojawiały się w pobliżu siedzib ludzkich. Jest to związane z oportunistycznym pokarmowym – to zwierzęta wszystkożerne, które w naturze zjadają zarówno pokarm roślinny, ale nie pogardzą też napotkaną padliną. W miastach, na terenie osiedli, dziki wykorzystują rozmaite odpady żywnościowe. Przeszło 2,5-krotny wzrost populacji dzików w ostatnich dwóch dekadach to skutek sprzyjających tym ssakom warunków, w tym efekt łagodnych zim i zmian w rolnictwie. Dodatkowo rozbudowa miasta spowodowała, że dziki coraz chętniej i coraz liczniej podchodzą do domów (wypowiedź Anny Malinowskiej, rzeczniczki Dyrekcji Generalnej Lasów Państwowych, <https://turystyka.wp.pl>). Dzik oprócz dużej elastyczności - zdolności przystosowywania do zachodzących zmian w środowisku - jest także zwierzęciem niezwykle inteligentnym, które potrafi unikać niebezpieczeństw powodowanych zwiększoną presją łowiecką. Jedną z jego metod unikania niebezpieczeństwa jest ucieczka na tereny zabudowy miejskiej. Proces ten obserwuje się w całej Europie, Polsce i mieście Szczecinie. Dziki "kolonizują" tereny zielone, parki, lasy miejskie i ogródki działkowe (wypowiedź Romana Wasilewskiego, główny specjalista ds. łowiectwa w biurze Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Gdańsku, <https://turystyka.wp.pl>).

Oczywiście nie tylko zmiany klimatyczne czy przemiany w branży rolnej przyczyniają się do eskalacji problemu. Sami mieszkańcy, którzy narzekają na ekspansję tych zwierząt, nie pomagają w ograniczeniu skali zjawiska - choć mogliby zrobić wiele. Naganne jest dokarmianie zwierząt.

Mieszkańcy przywabiają je w ten sposób i przyzwyczajają do obecności. Aby uniknąć niebezpieczeństwa powinni wiedzieć, jak zachować się w sytuacji kiedy spotkają dzika/ów. Ważne jest również to, aby nie zachęcać dzikich zwierząt do opuszczania ich leśnych siedlisk. Szczególnie groźne są przypadki, gdy dziki są głodne. Zwierzę niekoniecznie będzie wówczas trzymało się od nas na dystans. Może wtedy się zdarzyć, że zacznie przeszukiwać siatkę z zakupami albo zagrozi wejście do domu. Mieszkańcy również powinni wiedzieć jak w tej sytuacji się zachować. Dlatego informowanie i edukowanie mieszkańców Szczecina odgrywa bardzo ważną rolę i powinno odbywać się regularnie. To przyczyni się z pewnością do zmniejszenia zagrożenia ze strony dzika/ów a także podniesie poziomu wiedzy wśród mieszkańców Szczecina o dzikach.

Dlatego niniejszy projekt przewiduje realizację KAMPANII INFORMACYJNO-EDUKACYJNEJ „UWAGA! DZIK!”, której głównym celem jest podniesienie poziomu wiedzy i świadomości wśród mieszkańców miasta Szczecina z zakresu specyfiki zachowań i życia dzików oraz różnych możliwości wyjść z sytuacji w przypadku spotkania z dzikiem/dzikami, poprzez realizację następujących działań:

1. Przeprowadzenie warsztatów informacyjno-edukacyjnych dla uczniów szkół podstawowych i średnich, których celem jest podniesienie poziomu wiedzy i świadomości wśród uczniów z zakresu specyfiki zachowań i życia dzików oraz różnych możliwości wyjść z sytuacji w przypadku spotkania z dzikiem/dzikami. Odbędzie się 50 godzin lekcyjnych spotkań ze średnio 800-cami uczniów. Warsztaty prowadzone będą przez trenera/ów posiadających doświadczenie i wiedzę o dzikach oraz doświadczenie pracy z dziećmi. Sposób przekazywania wiedzy odbywać się będzie w sposób angażujący uczniów do myślenia, kreatywności w postaci różnego rodzaju zabaw, zagadek, scenek sytuacyjnych, itp. Warsztaty odbywać się będą na terenie miasta Szczecin, do końca grudnia 2021r. Na zakończenie każdego warsztatu uczniowie otrzymają gadżety (długopisy i odblaski) mające na celu przypominać uczniom o odbytych warsztatach i nabytej wiedzy. Na warsztatach obecni będą nauczyciele, co również ma przyczynić się do szerszego upowszechniania wiedzy o dzikach i zachowaniu podczas spotkań z nimi.
2. Przeprowadzenie kampanii informacyjno-edukacyjnej „Uwaga! Dzik!” na plakatach i ulotkach wśród mieszkańców Szczecina, której celem jest podniesienie poziomu wiedzy i świadomości z zakresu specyfiki zachowań i życia dzików oraz różnych możliwości wyjść z sytuacji w przypadku spotkania z dzikiem/dzikami. Zaplanowane jest opracowanie merytoryczne, graficzne, skład i druk 250 sztuk plakatów (format A3) i 2000 sztuk ulotek (format A3). Ulotki i plakaty dystrybuowane będą na terenie miasta Szczecin w miejscach najbardziej obleganych przez dziki m.in. na ogródkach, osiedlach na obrzeżach Szczecina, instytucjach powszechnie odwiedzanych przez mieszkańców Szczecina – przychodniach, urzędach, itp. Dystrybucja odbywać się będzie zarówno bezpośrednio, jak również drogą pocztową. Plakaty i ulotki w wersji elektronicznej rozsyłane będą również drogą mailową do instytucji, przedsiębiorstw, zarządów dzielnic, itp. Kampania trwać będzie do końca grudnia 2021.
3. Przeprowadzenie kampanii informacyjno-edukacyjnej „Uwaga! Dzik!” w Internecie, której celem jest podniesienie poziomu wiedzy i świadomości wśród mieszkańców Szczecina z zakresu specyfiki zachowań i życia dzików oraz różnych możliwości wyjść z sytuacji w przypadku spotkania z dzikiem/dzikami. Odbędzie się publikacja min. 50 postów na profilu Fundacji Normalnie portalu społecznościowym Facebook o tematyce związanej z dzikami, wskazówkami w przypadku spotkania z dzikiem/dzikami, itp. Odbywać się będą również kontakty z mediami/organizacjami/instytucjami celem upowszechniania informacji o dzikach. Publikowane będą również posty na bezpłatnych portalach internetowych. Kampania trwać będzie do końca grudnia 2021.

GRUPA DOCELOWA

Grupą docelową projektu są mieszkańcy miasta Szczecina z różnej grupy wiekowej i środowisk, w tym uczniowie szkół podstawowych i średnich (śr. 800 osób) . Wybór grupy docelowej podyktowany jest potrzebą dotarcia do jak najszerszego grona odbiorców. Problem braku wiedzy o dzikach a także zachowaniu się podczas spotkania się z dzikiem/dzikami jest powszechny wśród mieszkańców Szczecina, szczególnie wśród dzieci (własne wywiady Fundacji z mieszkańcami Szczecina/uczniami). Stąd propozycja przeprowadzenia w/w kampanii.

UTRWALENIE I PREZENTACJA REZULTATÓW PROJEKTU I UPOWSZECHNIENIE ICH W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ (NP. SPOT, FILM, WYSTAWA, ITP.), PROMOCJA MIASTA, ATRAKCYJNOŚĆ PLANOWANYCH DO WYKORZYSTANIA NARZĘDZI PROMOCYJNYCH.

Kampania informacyjno-edukacyjna „UWAGA! DZIK!” będzie utrwalana w przestrzeni miejskiej nie tylko do końca grudnia 2021r. lecz aktywna będzie przez długi czas po jej zakończeniu z uwagą na

m.in.:

- powstałe plakaty i ulotki, które dostępne będą dla mieszkańców Szczecina w miejscach rozdystrybuowanych. Natomiast forma elektroniczna plakatów będzie możliwa do dystrybucji przez długi czas.

- opublikowane posty w Internecie, w tym na portalu społecznościowym Facebook (i innych portalach), które dostępne będą dla wszystkich mieszkańców Szczecina o każdej porze. Rezultatem kontaktów z mediami/instytucjami będzie dotarcie do jeszcze większej grupy odbiorców.

- przeprowadzone warsztaty wśród uczniów szkół podstawowych o średnich, a także kadry nauczycielskiej, którzy upowszechniać będą nabytą wiedzę nie tylko wśród innych uczniów, ale także rodziców, rodziny i znajomych. Warsztaty prowadzone będą w sposób na tyle ciekawy, że uczniowie zapamiętają nabytą wiedzę na długi czas.

PRZY REALIZACJI KAMPANII ZASTOSOWANE ZOSTANIE OZNAKOWANIE SPÓJNE Z IDENTYFIKACJĄ GRAFICZNĄ PROJEKTU DOTACYJNEGO „SZCZECIN TWORZYMY '21”, logo miasta Szczecina, a także informację o finansowaniu kampanii ze środków Miasta Szczecin, co zapewni aktywną promocję miasta Szczecin. Sama tematyka kampanii jest również promocją miasta Szczecina, ponieważ jej dba o dobro mieszkańców Szczecina i ich bezpieczeństwo.

Miejsce realizacji

Kampania informacyjno-edukacyjna „Uwaga! Dzik!” prowadzona będzie na terenie miasta Szczecina i obejmie swoim zasięgiem całe miasto Szczecin.

4. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego		
Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Liczba opracowanych, wydrukowanych i rozdystrybuowanych plakatów (format A3)	250 sztuk	Wydrukowane plakaty, faktura, dokumentacja fotograficzna, mailowa z dystrybucji plakatów/potwierdzenie wysyłki.
Liczba opracowanych, wydrukowanych i rozdystrybuowanych ulotek (format A5)	2000 sztuk	Wydrukowane ulotki, faktura, dokumentacja fotograficzna, mailowa z dystrybucji ulotek/potwierdzenie wysyłki.

Liczba godzin lekcyjnych warsztatów informacyjno-edukacyjnych dla uczniów szkół podstawowych i średnich	50 godzin	Dziennik zajęć z długością trwania danego warsztatu potwierdzony przez nauczyciela/dyrektora Szkoły, umowa zlecenia
Liczba uczniów szkół podstawowych i średnich podczas warsztatów	800 osób	Dziennik zajęć z ilością uczniów na danym warsztacie potwierdzony przez nauczyciela/dyrektora Szkoły.
Liczba opublikowanych postów na portalu społecznościowym Facebook	50	Screeny z opublikowanych postów
Wzrost poziomu wiedzy i świadomości wśród mieszkańców miasta Szczecina z zakresu specyfiki zachowań i życia dzików oraz różnych możliwości wyjść z sytuacji w przypadku spotkania z dzikiem/dzikami	700	Ankiety na początku i na zakończenie warsztatów

5. Krótka charakterystyka Oferenta, jego doświadczenia w realizacji działań planowanych w ofercie oraz zasobów, które będą wykorzystywane w realizacji zadania.

Charakterystyka oferenta

Wnioskodawca jest nowo powstałą Fundacją (wrzesień 2019r.) utworzoną m.in. w celu realizacji działań na rzecz zmian klimatu i ochrony środowiska naturalnego. Fundacja działa w sposób ciągły (działalność fundacji docelowo ma być niezależna od otrzymywanych dotacji zewnętrznych), na terenie województwa zachodniopomorskiego, jak również Polski. Na chwilę obecną prowadzona jest społecznie przez członka zarządu i członków Rady Fundacji, a od października 2020 r. działa w niej wolontariuszka. Osoby będące członkami zarządu i rady fundacji posiadają ponad 11-letnie doświadczenie w realizacji projektów finansowanych ze źródeł zewnętrznych a także krajowych.

Doświadczenia w realizacji działań planowanych w ofercie

Wnioskodawca funkcjonuje od niedawna i nie zdążył jeszcze rozwinąć swojej działalności, przy czym dodatkową barierę w rozwoju organizacji stanowiła sytuacja pandemii, która zaskoczyła jej założycieli. Wnioskodawca miał ograniczone możliwości, jeśli chodzi o pozyskiwanie środków zewnętrznych.

W katalogu zrealizowanych projektów przez osoby będące członkami zarządu i rady fundacji znajduje się m.in. kampania społeczna na rzecz zatrudnienia osób niesłyszących i niedosłyszących „Przełam Barierę Dźwięku” – o zasięgu na województwo zachodniopomorskie, z programami TV, kampanią prasową, publikacjami, spotkaniami, z budżetem ponad 1 mln zł (2010-2011r) – w ramach PO KL 2007-2013. Również przeprowadzona została kampania dla Stowarzyszenia Rodzin i Przyjaciół Osób Mniejszych Szans "Więź" - „MISTRZOWIE ŻYCIA – kampania informacyjno-edukacyjna na rzecz zwiększenia akceptacji i przeciwdziałania dyskryminacji osób z zaburzeniami psychicznymi”, w

okresie 07-12.2016r., dofinansowana ze środków Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego w ramach realizacji zadania publicznego Promocja zdrowia psychicznego i zapobieganie zaburzeniom psychicznym. W ramach kampanii prowadzono profil Facebook, opracowano merytorycznie, wydano i dystrybuowano Biuletyn o zaburzeniach psychicznych, opracowano i wydrukowano ulotki i plakaty oraz je rozdystrybuowano. W latach 2014-2020 osoby będące członkami zarządu i rady fundacji prowadziły wielokanałową kampanię informacyjno-promocyjną projektów przez nich realizowanych tj. "Fabryka Aktywności", 01.10.2016-31.08.2017, w RPO WZ 2014-2020, działanie 6.5, „Fabryka Aktywności biernych zawodowo”, 01.09.2017-30.11.2018, RPO WZ, działanie 6.5, "Fabryka Aktywności Zawodowej", 01.08.2018-30.11.2019, RPO WZ, działanie 6.5, "Fabryka Aktywnych Zawodowo", 01.12.2019-31.12.2021, RPO WZ, działanie 6.5, „Program aktywizacji społeczno-zawodowej osób niepełnosprawnych”, RPO WZ, działanie 7.1, „Zakład Integracji Społeczno-Zawodowej w Szczecinie”, 01.04.2017-30.04.2018, RPO WZ, działanie 7.2, „Ośrodek aktywizacji społeczno-zawodowej”, 01.09.2020-31.08.2021, RPO WZ, działanie 7.2, „Dzienny Klub Wsparcia Społeczno-Zawodowego”, 01.06.2020-31.07.2021, RPO WZ, działanie 7.2. Kampanie w/w projektów obejmowały m.in.: utworzenie podstron www w/w projektów, publikowano na bieżąco posty na profilu Facebook, opracowano merytorycznie, graficznie, wydrukowano i rozdystrybuowano plakaty i ulotki, prowadzone były działania PR – kontakty z mediami, instytucjami, przedsiębiorstwami, itp., prowadzono mailig, publikowano posty/artykuly na różnego rodzaju portalach internetowych, itp.

Zasoby, które będą wykorzystywane w realizacji zadania

Obecnie Wnioskodawca nie zatrudnia stałego personelu, a jedynie od października 2020r. współpracuje na stałe z wolontariuszką, która zajmuje się pozyskiwaniem finansowania zewnętrznego dla Fundacji. Sprawy Fundacji i jej bieżącą działalność prowadzą zatem nieodpłatnie członek Zarządu oraz członkinie rady Fundacji. Księgowość Fundacji prowadzona jest aktualnie przez organizację zewnętrzną - bezpłatnie w ramach wsparcia ze środków unijnych.

ZASOBY OSOBOWE:

Do celów realizacji niniejszego zadania planowany jest następujący personel:

1. I (Prezes Zarządu Fundacji) - koordynator nadzorujący przebieg kampanii i organizujący usługi w jej ramach, utrzymujący kontakty z otoczeniem, dbający o rozliczenie projektu. posiada wykształcenie wyższe ekonomiczne i szeroką wiedzę z zakresu prowadzenia kampanii informacyjnych, promocyjnych itp. Swoją pracę będzie wykonywać społecznie, bez wynagrodzenia.
2. (członek rady Fundacji) – opracowanie merytoryczne postów na portalu społecznościowym Facebook - min. 50 postów, kontakty z mediami/organizacjami/instytucjami, publikacja postów na bezpłatnych portalach internetowych, itp. I posiada wykształcenie wyższe ekonomiczne z zakresu publicystyki ekonomicznej i public relations oraz ukończone studia podyplomowe z zakresu pedagogiki i doradztwa zawodowego, jest autorką wielu materiałów promocyjnych i publikacji.
3. – wolontariuszka wspomagająca realizację kampanii w trakcie jej realizacji oraz po zakończeniu okresu realizacji niniejszego zadania, w okresie społecznego prowadzenia kampanii

przez Fundację Normalnie po jej zakończeniu; posiada wykształcenie wyższe z zakresu zarządzania projektami europejskimi oraz kilkuletnie doświadczenie w prowadzeniu projektów i realizacji usług oraz akcji społecznych.

Do realizacji usług zewnętrznych oraz w roli ekspertów w ramach zadania zatrudnione zostaną podmioty zewnętrzne/osoby posiadające wiedzę, doświadczenie i kompetencje, które zapewnią najwyższą jakość świadczonych usług.

Trenerami prowadzącymi warsztaty dla uczniów szkół podstawowych i średnich będą osoby posiadające doświadczenie z kontaktami z dziećmi oraz niezbędną wiedzę w tym zakresie. Trenerzy posiadać będą również min. 1-letnie doświadczenie w prowadzeniu warsztatów dla dzieci i młodzieży.

ZASOBY RZECZOWE:

Fundacja korzysta z lokalu i wyposażenia w lokalu (biurko, krzesło, laptop, urządzenie wielofunkcyjne) użyczonego przez firmę Unipromotion Magdalena Kosobucka.

Oferent prowadzi stronę internetową pod adresem www.fundacjanormalnie.pl, na której publikuje aktualności oraz statut, władze Fundacji, informacje na temat bieżącej działalności i źródeł jej finansowania.

ZASOBY FINANSOWE:

Wnioskodawca prowadzi działalność gospodarczą nie generującą zysków. Planowane główne źródła finansowania Fundacji Normalnie to: wpłaty sponsorów, darczyńców, dotacje zewnętrzne, itp.

Wnioskodawca działa zgodnie ze swoim statutem (dostępnym na stronie: www.fundacjanormalnie.pl) i obowiązującymi przepisami prawa.

IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego

Lp.	Rodzaj kosztu	Wartość PLN	Z dotacji	Z innych źródeł
1.	Wynagrodzenie trenera/ów za przeprowadzenie warsztatów wśród uczniów szkół podstawowych i średnich - umowa zlecenia, 50 godzin lekcyjnych x śr. 100 zł	5 000,00		
2.	Gadżety dla uczniów podczas warsztatów - 800 kompletów x śr.2,5 zł	2 000,00		
3.	Plakaty (250 sztuk, A3) i ulotki (2000 sztuk,A5) - opracowanie merytoryczne, skład i druk - usługa zewnętrzna	1 000,00		
4.	Dystrybucja plakatów i ulotek m.in. drogą pocztową, bezpośrednią, itp.- usługa zewnętrzna	900,00		

5.	Publikacja postów na portalu społecznościowym Facebook - min. 50 postów, kontakty z mediami/organizacjami/institucjami, publikacja postów na bezpłatnych portalach internetowych, itp. - umowa zlecenia	1 100,00		
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		10 000,00	10 000,00	0,00

V. Oświadczenia

Oświadczam(y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne będzie realizowane wyłącznie w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta(-tów);
- 2) pobieranie świadczeń pieniężnych będzie się odbywać wyłącznie w ramach prowadzonej odpłatnej działalności pożytku publicznego;
- 3) oferent* / oferenci* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)* / zalega(-ją)* z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych;
- 4) oferent* / oferenci* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)* / zalega(-ją)* z opłacaniem należności z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne;
- 5) dane zawarte w części II niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym* / inną właściwą ewidencją* ;
- 6) wszystkie informacje podane w ofercie oraz załącznikach są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;
- 7) w zakresie związanym ze składaniem ofert, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, osoby, których dotyczą te dane, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

Data.....

Załączniki:

1. Oświadczenie do umowy (*fakultatywny - złożony elektronicznie*)
2. Dodatkowy załącznik (np. pełnomocnictwo, upoważnienie) (*fakultatywny*)

¹⁾ Rodzaj zadania zawiera się w zakresie zadań określonych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2018 r. poz. 450, z późn. zm.).

²⁾ Termin realizacji zadania nie może być dłuższy niż 90 dni.