

SP

Załączniki do rozporządzenia Ministra Pracy i
Polityki
Społecznej z dnia 15 grudnia 2010 r. (poz. 25)
Załącznik nr 1

79 eda uty 5 21
Zastępca Prezydenta Miasta
Krzysztof Kawalko

OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

AKN
Urząd Miasta Opola
Biuro Organizacji Pozarządowych
Wpłynęło 13-08-2014
Podpis... UKP -091535/14
Data i miejsce złożenia oferty
(wypełnia organ administracji publicznej)

INICJATYWA WŁASNA

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

Działania w zakresie 13) kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i tradycji
(rodzaj zadania publicznego²⁾)

KULTURA W FORMACIE A2, 2014 c.d.
(tytuł zadania publicznego)

w okresie od 22 września 2014 do 30 listopada 2014

W FORMIE
POWIERZENIA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO/WSPIERANIA REALIZACJI ZADANIA
PUBLICZNEGO¹⁾

PRZEZ

PREZYDENTA MIASTA OPOLA
(organ administracji publicznej)

składana na podstawie art. 19a ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r.
o działalności pożytku publicznego i wolontariacie
(Dz. U. z 2010 r. Nr 234 poz. 1536 z późn. zm.)

Opinia naczelnicke urzad 18.08.2014r. Opie
Ze względu na potrzebę promocji w dziedzinie
propozycji przyznanej kwoty 1.000 zł celem
i realizacji od września do listopada br.

Kultura i sztuka - Opole
Naczelnik Wydziału
Kultury, Sportu i Turystyki
Dorota Michniewicz - Rybnik

I. Dane oferenta/oferentów^{1), 3)}

1) nazwa: Opolski Projektor Animacji Kulturalnych

2) forma prawna:⁴⁾

- stowarzyszenie fundacja
 kościelna osoba prawna kościelna jednostka organizacyjna
 spółdzielnia socjalna inna.....

3) numer w Krajowym Rejestrze Sądowym, w innym rejestrze lub ewidencji:⁵⁾

0000326670

4) data wpisu, rejestracji lub utworzenia:⁶⁾ 25.03.2009 r.

5) nr NIP: 7542969505 nr REGON: 160242160

6) adres:

miejsowość: Opole ul. Sienkiewicza 20 of.

dzielnica lub inna jednostka pomocnicza:⁷⁾

gmina: Opole powiat:⁸⁾ Opole

województwo: opolskie

kod pocztowy: 45-037 poczta: Opole

7) tel.: 602 286 480 // 692 053 544 faks:

e-mail: opak1234@gmail.com http:// www.opak.org.pl

8) numer rachunku bankowego: 40 1940 1076 3079 3831 0004 000

nazwa banku: Credit Agricole

9) nazwiska i imiona osób upoważnionych do reprezentowania oferenta/oferentów¹⁾:

a) Dominika Bilik, AUW 514617

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

Opolski Projektor Animacji Kulturalnych

ul. H. Sienkiewicza 20 of.

45-037 Opole

tel. 602 286 480 // 692 053 544

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

Dominika Bilik, 692 053 544

12) przedmiot działalności pożytku publicznego:

a) działalność nieodpłatna pożytku publicznego
- działalność fotograficzna,
- działalność wspomagająca wystawienie przedstawień artystycznych,
- działalność wspomagająca edukację,
- działalność usługowa związana z przygotowaniem do druku,
- działalność związana z projekcją filmów.

b) działalność odpłatna pożytku publicznego
- pozaszkolne formy edukacji artystycznej,
- działalność związana z wystawianiem przedstawień artystycznych,
- produkcja pozostałych wyrobów z tworzyw sztucznych,
- produkcja sztucznej biżuterii i wyrobów podobnych,
- artystyczna i literacka działalność twórcza
- pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna.

13) jeżeli oferent/oferenci¹⁾ prowadzi/przewodzą¹⁾ działalność gospodarczą:

- a) numer wpisu do rejestru przedsiębiorców: nie dotyczy
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

Projekt powstał z myślą o zaktywizowaniu życia kulturalnego naszego miasta. Z powodzeniem istnieje już od marca 2012 roku (w 2012 roku wydano 18 000 egzemplarzy, w 2013 wydrukowanych zostało 12 000, w 2014 do września wydano 27 000 – został zwiększony nakład do 3000 szt. miesięcznie), wpisał się już w krajobraz naszego miasta i bardzo zależy nam na kontynuowaniu tego projektu. **Kultura w formacie A2 to plakat w nakładzie (od stycznia 2014 r.) 3000 egz.** zawierający informacje o wydarzeniach **kulturalnych** oraz różnorodnych akcjach społecznych odbywających się w mieście. Dwustronny plakat formatu A2 dostępny będzie **bezpłatnie** w wyselekcjonowanych lokalach, niezależnych sklepach, galeriach i siedzibach instytucji kulturalnych (zawieszony na ścianie – przez co informacja dostępna byłaby dłużej, dodatkowo egzemplarze do zabrania), a także podczas ciekawych wydarzeń (koncertów, wernisaży, pokazów filmowych etc.). Miejsca, gdzie dotychczas, co miesiąc dostarczana była **Kultura w formacie A2 to m.in.** : Wydział Kultury Urzędu Miasta Opola, Miejska Informacja Turystyczna, Ratusz, Kampus Uniwersytetu Opolskiego (wszystkie akademiki, Collegium Maius), Studenckie Centrum Kultury, Centrum Kultury Oleska 45, Kampus Politechniki Opolskiej (Osiedle Akademickie, biblioteka, Centrum Obsługi Studenta, „LAS”), Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Filharmonia Opolska, Narodowe Centrum Polskiej Piosenki, Miejska Biblioteka

Publiczna, Wojewódzka Biblioteka Publiczna, Młodzieżowy Dom Kultury, Teatr im. Jana Kochanowskiego, Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka, Teatr Lalki i Aktora, Galeria Biały Kruk, Galeria Sztuki Współczesnej, Księgarnia Supplement, Kiosk na pl. Wolności, Kiosk Kulturalny, Kasa MZK na ul. Ozimskiej, Kino Helios, Kino Studio, Szkoła Plastyczna, Kasa MZK na ul. Ozimskiej, Instytut Ćwiczeń Psychofizycznych ZEN, Zaulek Franciszkański, Winiarnia Strych, Pożegnanie z Afryką, Coffeemoment, Pub Highlander, Kawiarnia A propos, Pub Kontrabas, Pub - Hotel Szara Willa, Kawiarnia Coffee Cat, Quchnia, Kawiarnia Book a Coffee, Pub Tequilla, Masala Tea House, Kofeina, Kofeina 2.0, Pub Melon, Cafe Pauza, Legit Cafe, Kawiarnia Kafka, Naleśnikarnia Grabówka, Herbaciarnia Jasminum, Pub Ostrówek, Cafe Radiowa, Galeria ZPAP, Muzeum Śląska Opolskiego). Projekty graficzne plakatu tworzą artyści z regionu, co dodatkowo pozwala na **promocję i wsparcie** dla ich działania (**współpraca** m.in. z Instytutem Sztuki UO, Liceum Plastycznym, Młodzieżowym Domem Kultury). Taki projekt szeroko dostępny w bardzo wielu miejscach sprawi, że dzieło jego autora będzie mogło być docenione przez **wielu widzów**, co jest szalenie istotne zwłaszcza dla początkujących autorów. W czasie, gdy **młodym, debiutującym autorom** trudno dotrzeć do widza, taki plakat powieszony w różnorodnych miejscach stanie się w pewnym sensie innowacyjną, alternatywną galerią. **Publikacja** ta to przede wszystkim możliwość zdobycia doświadczenia i z bogaceniem kompetencji w dalszej działalności. Zainteresowanie tą akcją ze strony instytucji kulturowych jest znaczne (ankieta internetowa), gdyż jest to **innowacyjny** sposób promocji w naszym mieście. Ze strony stowarzyszenia OPAK, portalu Kulturalne Opole, na stronach i profilu Opole.pl można *Kulturę w formacie A2* ściągnąć w formacie PDF. Materiały do wydawnictwa pochodzą przede wszystkim od samych instytucji, z którymi koordynatorzy projektu są w **stałym kontakcie**. Innowacją jest też "**aktualizacja**" plakatu w formie specjalnego umieszczonego na nim **fotokodu QR** (korzysta się z niego przy użyciu telefonu komórkowego). Wersja papierowa plakatu jest cenna przede wszystkim dla osób starszych, które często są „**wykluczone cyfrowo**” (brak dostępu do Internetu, nieumiejętność korzystania z komputera), a dzięki temu informatorowi mogą stale korzystać przynajmniej z wyselekcjonowanych z wiadomości kulturalnych. Zależy nam na **szeroskim rozpowszechnianiu** informacji kulturalnych, informowaniu mieszkańców o bieżących wydarzeniach kulturalnych w mieście oraz **zachęcaniu** mieszkańców do aktywnego wyczynku. Miasto Opole posiada bogatą ofertę wydarzeń kulturalnych, lecz dotychczas nie posiadało **innowacyjnej** formy ich promocji. Dzięki naszemu projektowi mamy możliwość dotarcia do większej ilości osób, również tych, które może same nie sięgnęłyby do źródła, ale poprzez dostępność informacji zechcą skorzystać z oferty kulturalnej miasta, mimo, że nie robią tego na co dzień. Celem jest przedstawienie **różnorodnych ofert i szerokie grono odbiorców**. Odbiorca ma na bieżąco wgląd w wydarzenia, jest w stanie wybrać interesujące go wydarzenia i odpowiednio zaplanować czas.

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

Dzięki wprowadzeniu informacji drogą **plakatów oraz portalu społecznościowego** (od samego początku projektu **codziennie** udostępniane są informacje o **wszystkich** wydarzeniach danego

dnia, na profilu na Facebooku www.facebook.com/kulturawformaciea2; średni tygodniowy zasięg to blisko 2000 osób), mieszkańcy mają pełen wgląd w wydarzenia, są lepiej poinformowani o terminie i miejscu odbywania się atrakcji kulturalnych. Opole jest miastem studenckim, liczba studentów wynosi tu ok. **20 tys.** Dużo pochodzi spoza regionu, więc forma plakatu będzie dla nich dodatkową możliwością poznania miasta i jego walorów kulturalnych. Wydarzenia promowane na plakacie wyróżnia ciekawa oprawa graficzna, a one same są **różnorodne** – od koncertów rockowych, operę, po festiwale muzyki elektronicznej i imprezy w klubach. Co bardzo istotne projekty graficzne plakatu tworzyliby artyści z regionu, co dodatkowo pozwoliłoby na ich promocję i wsparcie dla ich działania (współpraca m.in. z Instytutem Sztuki UO, Liceum Plastycznym, Młodzieżowym Domem Kultury). Ideą projektu **Kultura w formacie A2** jest stworzenie **platformy komunikacji** i przenikania się sztuki wysokiej (muzea, galerie, teatry) ze sztuką niezależną, uliczną, ofensywną oraz promocja lokalnych twórców. Miasto Opole posiada bogatą ofertę wydarzeń kulturalnych, lecz dotychczas nie posiadało **innowacyjnej** formy ich promocji. Wykorzystując ją mamy możliwość dotarcia do większej ilości osób, również tych, które może same nie sięgnęłyby do źródła, ale zachęczone przystępnością informacji zechcą skorzystać z oferty kulturalnej mimo, że nie robią tego na co dzień. Celem jest przedstawienie **różnorodnych ofert i szerokie grono odbiorców**. Odbiorca ma na bieżąco wgląd w wydarzenia, jest w stanie wybrać interesujące go wydarzenia i odpowiednio zaplanować czas. Oferta skierowana jest **szerokiego grona mieszkańców** miasta, poszukujących kontaktu z **kulturą** na różnych poziomach. Plakat jest dla nich swoistym przewodnikiem, agendą i **kompedium wiedzy** o najciekawszych wydarzeniach kulturalnych.

Dodatkowo podsumowując lata 2012, 2013 oraz część 2014 zauważyliśmy, że poprzez realizację zadania *Kultura w formacie A2* osiągnęliśmy **cele** takie jak:

1. **Informacyjny** – rozpowszechnienie informacji i dotarcie do jak największej liczby osób w bardzo **zróżnicowanym wieku** z informacjami o wydarzeniach kulturalnych oraz różnorodnych akcjach społecznych odbywających się w mieście, dzięki temu, że informator dostępny był **bezpłatnie** w wyselekcjonowanych lokalach, niezależnych sklepach, galeriach i siedzibach instytucji kulturalnych (zawieszony na ścianie – przez co informacja dostępna była dłużej, dodatkowo egzemplarze do zabrania), wersja papierowa plakatu była cenna przede wszystkim dla osób starszych, które często są „wykluczone cyfrowo” (brak dostępu do Internetu, nieumiejętność korzystania z komputera), a dzięki temu informatorowi mogą stale korzystać przynajmniej z wyselekcjonowanych z wiadomości kulturalnych, dodatkowo kilkakrotnie informacje o projekcie przedstawiane były szeroko w wielu mediach.
2. **Edukacja artystyczna** – projekty graficzne plakatu tworzyli artyści z regionu, co pozwoliło na promocję i wsparcie dla ich działania, dotarcie do publiczności i umożliwienie obcowania

z „młodą sztuką”, po raz pierwszy pokazywaną szerszej publiczności (wydawnictwo dostępne w różnorodnych, uczęszczanych miejscach takich jak Miejska Biblioteka Publiczna, Teatr im. Jana Kochanowskiego, Teatr Lalki i Aktora, Miejska Informacja Turystyczna, Filharmonia Opolska, Galeria Sztuki Współczesnej, kioski z prasą codzienną oraz wiele opolskich kawiarni i pubów, uczelnie wyższe, licea).

3. **Promocja działalności artystycznej i osiągnięć artystów** – projekt był szeroko dostępny w bardzo wielu miejscach sprawił, że dzieło jego autora mogło być docenione przez wielu widzów, co jest szalenie istotne zwłaszcza dla początkujących autorów. W czasie, gdy młodym, debiutującym autorom trudno dotrzeć do widza, taki plakat powieszony w wielu różnych miejscach stał się w pewnym sensie innowacyjną, alternatywną galerią.
4. **Doświadczenie dla twórców** – publikacja ta, to przede wszystkim możliwość zdobycia doświadczenia i wzbogacenie kompetencji w dalszej działalności.
5. **Upowszechnianie współczesnych postaw artystycznych** poprzez pokazanie twórczości artystów związanych z Regionem.
6. **Rozpowszechnienie zainteresowania sztuką** wśród społeczności opolan, poprzez szeroką promocję wydarzenia.
7. **Propagowanie idei wychowania przez sztukę** – kształtowanie wrażliwości i świadomości plastycznej społeczności opolskiej.
8. **Promowanie miejskiego środowiska artystycznego** poprzez materiały promocyjne również w regionalnych mediach i przy użyciu portali społecznościowych (od samego początku projektu **codziennie** udostępniane są informacje o **wszystkich** wydarzeniach danego dnia, na profilu na Facebooku www.facebook.com/kulturawformaciea2; średni tygodniowy zasięg to blisko 2000 osób), wykorzystanie nowoczesnego fotokodu, dzięki współpracy ze Stowarzyszeniem *Kulturalne Opole* i połączeniu projektu z ich portalem informacyjnym, a także od kilku miesięcy grafika pojawia się też regularnie na stronach urzędu miasta (www.opole.pl). Możliwość pokazania atutów miasta i przełamanie stereotypów („w Opolu się nic nie dzieje”).

3. Opis grup adresatów zadania publicznego

Projekt **Kultura w formacie A2** kierowany jest do bardzo szerokiego grona odbiorców. Plakat dostępny jest **bezpłatnie**. Zależy nam, aby zainteresować wydarzeniami kulturalnymi jak największą liczbę osób z **różnych grup społecznych jak i wiekowych**. Szacowany przedział wieku to 12 – 75 lat. Co bardzo istotne projekty graficzne plakatu tworzyliby artyści z regionu, co dodatkowo pozwoliłoby na ich promocję i wsparcie dla ich działania (współpraca m.in. z Instytutem Sztuki UO, Liceum Plastycznym, Młodzieżowym Domem Kultury). Wykorzystanie nowatorskiej formy i nowoczesnych technologii jest dodatkowym atutem co pozwoli na dotarcie z informacją do szerokiego grona odbiorców. Zależy nam na dotarciu do **młodzieży szkolnej** (gimnazja, licea). Z przeprowadzonych obserwacji wynika, że do tej grupy wiekowej

najtrudniej dotrzeć z wartościową informacją dotyczącą wydarzeń kulturalnych. Chcemy zachęcić młodzież również poprzez ciekawą oprawę graficzną plakatów, do uczestnictwa w wydarzeniach miasta Opola.. W ostatnim czasie udało nam się podpisać umowy współpracy z kilkoma opolskimi liceami (m.in. III L.O., ZSZ nr 4) *Kultura w formacie A2* będzie wisiała w gablotach szkolnych. Miasto posiada też dużą liczbę studentów, którzy czynnie uczestniczą w życiu kulturalnym miasta. Zależy nam również bardzo na dotarciu do **osób starszych**, dla których wersja papierowa jest bardziej przystępna, przede wszystkim ze względu na to, że są one „**wykluczone cyfrowo**”, a dzięki temu informatorowi mogą stale korzystać, przynajmniej z wyselekcjonowanych z wiadomości kulturalnych. Adresatami projektu są również **goście i turyści** odwiedzający miasto, którym plakat posłuży, jako **przewodnik po wydarzeniach kulturalnych**.

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 zadania¹¹⁾

Nie dotyczy

5. Informacja, czy w ciągu ostatnich 5 lat oferent/ofereci¹⁾ otrzymał/otrzymali¹⁾ dotację na dofinansowanie inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego z podaniem inwestycji, które zostały dofinansowane, organu, który udzielił dofinansowania, oraz daty otrzymania dotacji¹¹⁾

Nie dotyczy

6. Zakładane cele realizacji zadania publicznego oraz sposób ich realizacji

Zależy nam na **zachowaniu ciągłości projektu**, który doskonale wpisał się w krajobraz kulturalny naszego miasta i odpowiedział na potrzeby jego mieszkańców. Również na **rozpowszechnianiu** informacji kulturalnych, informowaniu mieszkańców o bieżących wydarzeniach kulturalnych w mieście oraz **zachęcaniu** mieszkańców do aktywnego wyczynku. Celem jest przedstawienie **różnorodnych ofert**, dzięki czemu zyskamy **szerokie grono odbiorców**. Odbiorca ma na bieżąco wgląd w wydarzenia, jest w stanie wybrać interesujące go wydarzenia i odpowiednio zaplanować czas. Plakat jest dla nich swoistym przewodnikiem, **kompedium wiedzy** o najciekawszych wydarzeniach kulturalnych. Istotne jest również to, że autorami plakatów **będą twórcy z regionu**. Jest to dla nich duża szansa na wypromowanie własnej twórczości, możliwość rozwoju, a także cenne osiągnięcie, które mogą wpisać w swój życiorys. Plakat dostępny będzie **bezpłatnie** w wyselekcjonowanych lokalach, niezależnych sklepach, galeriach i siedzibach instytucji kulturalnych a także podczas ciekawych wydarzeń (koncertów, wernisaży, pokazów filmowych). Dodatkowo od samego początku projektu **codziennie** udostępniane są informacje o **wszystkich** wydarzeniach danego dnia, na profilu na Facebooku www.facebook.com/kulturawformaciea2; średni tygodniowy zasięg to blisko 2000 osób. Poprzez współpracę z **instytucjami kultury** (MDK, teatr, filharmonia), uzyskiwanie od nich informacji i selekcjonowaniu tych najbardziej wartościowych, chcemy przedstawić ciekawą ofertę

mieszkańcom Miasta Opola. Realizowanie całego projektu pozwoli też jego twórcom zdobyć wiedzę oraz doświadczenie w realizacji takiego przedsięwzięcia. Przede wszystkim będzie miał charakter popularyzatorski, aby dotrzeć do jak największej grupy potencjalnych odbiorców i nakłonić ich poprzez użycie innowacyjnych środków do uczestniczenia w życiu kulturalnym miasta.

7. Miejsce realizacji zadania publicznego

Miejscem realizacji zadania publicznego jest **teren miasta Opola**. Plakat będzie znajdować się w **wyselekcjonowanych lokalach**, niezależnych sklepach, galeriach i siedzibach instytucji kultury, a także podczas ciekawych wydarzeń (koncertów, wernisaży, pokazów filmowych). Trafiamy do mieszkańców poprzez miejsca, w których bywają codziennie.

8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego¹²⁾

Zadanie byłoby kontynuacją działań z roku 2012, 2013 oraz dziewięciu miesięcy roku 2014 (zostało już wydanych 9 numerów – od stycznia do września). Na poszczególnych etapach pracy nad składem (comiesięcznie) – zbierane będą informacje o wydarzeniach kulturalnych od wszystkich chętnych organizacji oraz dzięki współpracy z portalem Kulturalne Opole. Kolejne wydanie plakatu planowane jest na **październik 2014 roku**. Wcześniej zadanie ponownie promowane będzie w lokalnych mediach (np. kulturalneopole.pl, tekturaopolska.pl, NTO, Radio Opole, Radio Plus, TVP Opole). Promocja odbywać się będzie także za pośrednictwem studenckich mediów: Radio Sygnały, Radio Emiter, SETA Telewizja Studencka UO. Następnym etapem jest przygotowanie **oprawy graficznej** plakatu. Plakat w formie A2, po jednej stronie, stanowi **zbiór informacji** o wydarzeniach odbywających się w wybranych instytucjach kulturalnych w Opolu, natomiast z drugiej strony znajdować się grafika – autorska praca **opolskiego artysty**. Następnie plakat trafia do wielu miejsc na terenie miasta od instytucji do kawiarni, pubów, sklepów, punktów informacji. Promocję przeprowadzimy przy użyciu **portali społecznościowych** oraz ponownie przez kontakt z **mediami** (radio, gazety, inne portale internetowe). Dużym plusem jest współpraca ze Stowarzyszeniem Kulturalne Opole, które oferuje nam swój portal internetowy z opisem wydarzeń kulturalnych w danym dniu.

Zebrane zostaną wszystkie faktury i rachunki. Rozliczenie projektu „Kultura w formacie A2 – 2014” nastąpi do końca 2014 roku, po zakończeniu realizacji zadania publicznego. Również w tym terminie nastąpi przedłożenie sprawozdań finansowych i merytorycznych z realizacji zadania.

Koordinatorami projektu są członkowie Stowarzyszenia Opolski Projektor Animacji Kulturalnych.

9. Harmonogram¹³⁾

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 22.09.2014 – 30.11.2014		
Poszczególne działania w zakresie realizowanego zadania publicznego ¹⁴⁾	Terminy realizacji poszczególnych działań	Oferent lub inny podmiot odpowiedzialny za działanie w zakresie realizowanego zadania publicznego
Spotkanie organizacyjne	1 każdego miesiąca	Stowarzyszenie Opolski Projektor Animacji Kulturalnych
Przyjmowanie ofert od instytucji	10- 20 każdego miesiąca	Stowarzyszenie Opolski Projektor Animacji Kulturalnych
Przygotowanie plakatu	20- 22 każdego miesiąca	Stowarzyszenie Opolski Projektor Animacji Kulturalnych
Druk plakatu	22–29 każdego miesiąca	Stowarzyszenie Opolski Projektor Animacji Kulturalnych
Kolportaż	pierwszy poniedziałek do środy każdego miesiąca	Stowarzyszenie Opolski Projektor Animacji Kulturalnych
Zakończenie projektu	30 listopada 2014	Stowarzyszenie Opolski Projektor Animacji Kulturalnych
Rozliczenie projektu	30 grudnia 2014	Stowarzyszenie Opolski Projektor Animacji Kulturalnych

10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego¹⁵⁾

- Zwiększenie czynnego udziału w wydarzeniach kulturalnych przez mieszkańców miasta Opola.
- Wzrost zainteresowania wśród mieszkańców tematyką kulturalną.
- Zwiększenie poziomu rozwoju kulturalnego, przez co staną się bardziej wrażliwi na kulturę.
- Rozwój poprzez aktywne spędzanie czasu.
- Możliwość obcowania z kulturą, sztuką, poszerzania zainteresowań, a także tworzenie życia towarzyskiego.
- Możliwość pokazania atutów miasta i przełamanie stereotypów („W Opolu się nic nie dzieje”).
- Szansa dla młodych, twórczych **opolskich artystów**, na wypromowanie siebie i swojej twórczości tworząc projekt graficzny plakatu.

IV. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

1. Kosztorys ze względu na rodzaj kosztów:

Lp.	Rodzaj kosztów ¹⁶⁾	Ilość jednostek	Koszt jednostkowy (w zł)	Rodzaj 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 pracy społecznej członków i świadczeń wolontariuszy (w zł)
I	Koszty merytoryczne¹⁸⁾ po stronie ... (nazwa Oferenta)¹⁹⁾:							
1.	wydruk plakatu	3000 × 3 m-ce	1 500 zł	szt.	4 500 zł	4 000 zł	500 zł	0 zł
2.	Koordinator projektu (umowa cywilnoprawna)	10 h x 3 m-ce	20 zł	H	600 zł	0 zł	600 zł	0 zł
3.	Osoba ds. Kolportażu (umowa cywilnoprawna)	10 h x 3 m-ce	10 zł	H	300 zł	0 zł	300 zł	0 zł
II	Koszty obsługi²⁰⁾ zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie (nazwa Oferenta)¹⁹⁾:							
1.	Grafik – łamie teksty i przygotowuje pliki do druku (umowa o dzieło)	1	500 zł	os.	500 zł	0 zł	500 zł	0 zł
III	Inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie ... (nazwa Oferenta)¹⁹⁾:							

1.	Zaprojektowanie plakatów (umowa o dzieło)	3	210 zł	szt.	630 zł	0 zł	630 zł	0 zł
IV	Ogółem				6 530 zł	4 000 zł	2 530 zł	0 zł

2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

1.	Wnioskowana kwota dotacji	4 000 zł	61,26 %
2.	Środki finansowe własne ¹⁷⁾	2 530 zł	38,74 %
3.	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt 3.1—3.3) ¹⁷⁾	0 zł	0 %
3.1	wpłaty i opłaty adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾	0 zł	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⁾	0 zł	0 %
4.	Wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków)	0 zł	0 %
5.	Ogółem (środki wymienione w pkt 1—4)	6 530 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⁾	
		TAK/NIE ¹⁾	
		TAK/NIE ¹⁾	
		TAK/NIE ¹⁾	

Uwagi, które mogą mieć znaczenie przy ocenie kosztorysu:

.....

.....

V. Inne wybrane informacje dotyczące zadania publicznego

1. Zasoby kadrowe przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania publicznego²²⁾

Dominika Bilik - absolwentka Filologii Czeskiej Uniwersytetu Wrocławskiego oraz Filologii Polskiej spec. Wiedza o Kulturze Uniwersytetu Opolskiego. Studiowała również za granicą – w Opawie i Ołomuńcu – Republika Czeska. Od 2010 r. do grudnia 2012r. pracownica Mediateki Miejskiej Biblioteki Publicznej w Opolu. Pomysłodawczyni, koordynatorka i organizatorka wielu imprez w MBP, m. in. *Morderstwo w bibliotece Operacja: KOMIKS* – mini festiwal komiksowy Inicjatorka,

organizatorka oraz prowadząca zajęcia konwersacyjne z języka angielskiego pt. *Language Zone*. Przez wiele lat współorganizatorka festiwalu filmowego *Opolskie Lamy*. Od września 2012 r. nauczycielka języka polskiego w Szkole Podstawowej nr 15 w Opolu. Animatorka kultury, wiceprezes Stowarzyszenia Opolski Projektor Animacji Kulturalnych OPAK. Twórczyni, organizatorka i koordynatorka wielu projektów Stowarzyszenia m.in. *Kultura w formacie A2* – comiesięczne wydawnictwo, nie tylko informujące o wydarzeniach kulturalnych w mieście, lecz również promujące twórczość artystów związanych z Opolem, poprzez umieszczenie ich prac na łamach wydawnictwa (m.in. Bartosz Minkiewicz – twórca komiksu *Wilq*); *Ulica Kultury* – coroczny festiwal kulturalny konkurs fotograficzny *Moja Europa* – stworzony we współpracy z Opolskim Centrum Rozwoju Gospodarki – Europe Direct Opole; konkurs dziennikarski *Opolskim Szlakiem po Mapie Kultury* – tworzony we współpracy z Narodowym Centrum Kultury.

Karolina Machura - absolwentka filologii polskiej na Uniwersytecie Opolskim oraz Podyplomowych Studiów Dziennikarstwa i PR na Uniwersytecie Wrocławskim o specjalizacji "Dziennikarstwo". Pracowała w kinie Helios, na stanowisku Specjalisty ds. Kluczowych Klientów, gdzie odpowiadała za organizację uroczystych premier i pokazów specjalnych, a także koordynowała i prowadziła projektu "Kino Kobiet". W 2012 roku współorganizowała XXXII Forum Wokół Kina w Opolu. Obecnie pracuje w jednym z wydawnictw w Katowicach.

Katarzyna Martyniuk – studentka I roku studiów magisterskich Zarządzania kulturą i mediami na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Odyła wolontariat w Wydziale Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Miasta. Czynny udział w warsztatach teatralnych w Teatrze Kochanowskiego w Opolu.

Katarzyna Krzyżok – absolwentka Uniwersytetu Opolskiego. Od 2009 r. sekretarz Stowarzyszenia Opolski Projektor Animacji Kulturalnych. Posiada doświadczenie w organizowaniu imprez, wydarzeń kulturalnych (*Ulica Kultury*, *Zbiórka Publiczna na rzecz Rzeźby „Pegaz”*, *Kultura w formacie A2*). Współpracuje, jako wolontariuszka ze Stowarzyszeniem Klub Suterena w projekcie *Fabryka Inspiracji* oraz *Kopalnia Dźwięków*.

2. Zasoby rzeczowe oferenta/offerentów¹⁾ przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania²³⁾

1. biuro projektu
2. sprzęt komputerowy z oprogramowaniem

3. Dotychczasowe doświadczenia w realizacji zadań publicznych podobnego rodzaju (ze wskazaniem, które z tych zadań realizowane były we współpracy z administracją publiczną)

Do najbardziej znanych wydarzeń organizowanych przez stowarzyszenie OPAK jest „Ulica Kultury”. Dotacje w latach: 2010, 2011, 2012 i 2013 na realizację 2-giej (5000zł), 3-iej (12000zł), 4-tej (18 500 zł) i 5-tej edycji (15 000 zł) „Ulicy Kultury” Stowarzyszenie otrzymało z Urzędu Miasta Opola. Ponadto, członkowie Stowarzyszenia czterokrotnie zrealizowali projekt „Schron Sztuki”, na którego realizację również zostały przyznane środki z Urzędu Miasta Opola (Schron Sztuki 2 – Bufest dotacja w wysokości 3 000zł, Schron Sztuki 3 – dotacja w wysokości 4 000zł, Schron Sztuki 4 – dotacja w wysokości – 11 000 zł. Fundusze na realizację projektu „Dyplomy 2010” Stowarzyszenie pozyskało z Urzędu Miasta Opole dotację w wysokości 6 000 zł oraz z Urzędu Marszałkowskiego w wysokości 4 000 zł; „Dyplomy 2011” pozyskało z Urzędu Miasta Opole dotację w wysokości 6 000 zł oraz z Urzędu Marszałkowskiego w wysokości 2 000 zł, z kolei na „Dyplomy 2012” Stowarzyszenie otrzymało dotację w wysokości 7 000 zł z Urzędu Miasta Opole, a z Urzędu Marszałkowskiego 2 500 zł, a na „Dyplomy 2013” otrzymano dotację w wysokości 5 000 zł z Urzędu Miasta Opole, a z Urzędu Marszałkowskiego 2 500 zł.

W roku 2012 Stowarzyszenie realizowało zadanie „Kultura w formacie A2”, które sfinansowane było z środków Urzędu Miasta Opole w wysokości 18 000 zł, a w roku 2013 Stowarzyszenie na ten projekt otrzymało 12 000 zł.

We współpracy z Narodowym Centrum Kultury Stowarzyszenie zrealizowało projekt „Opolskim szlakiem po Mapie Kultury”. Otrzymując na realizację tego zadania 10 000 zł. OPAK posiada również doświadczenie w realizacji projektów unijnych – w 2010 roku otrzymało dotację w wysokości 50 000zł na realizację projektu Sztuka Nie Śpi.

4. Informacja, czy oferent/ferenci¹⁾ przewiduje(-ą) zlecać realizację zadania publicznego w trybie, o którym mowa w art. 16 ust. 7 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie

Nie dotyczy

Oświadczam(-y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne w całości mieści się w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta/ferentów¹⁾;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie¹⁾ opłat od adresatów zadania;
- 3) oferent/ferenci¹⁾ jest/są¹⁾ związany(-ni) niniejszą ofertą do dnia 30.11.2014 r. ;
- 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/ferenci¹⁾ składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)/zalega(-ją)⁴⁾ z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych/składek na ubezpieczenia społeczne¹⁾;
- 6) dane określone w części I niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym/właściwą ewidencją⁴⁾;
- 7) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym

.....

.....

Dominika Bilik, wiceprezes Stowarzyszenia

(podpis osoby upoważnionej
lub podpisy osób upoważnionych
do składania oświadczeń woli w imieniu
oferenta/offerentów¹⁾)

Data 13.08.2014 r.

Stowarzyszenie
Opolski Projektor Animacji Kulturalnych
ul. H. Sienkiewicza 20of, 45-037 Opole
KRS 0000326670
NIP 7542969505, REGON 160242160

Załączniki:

1. Kopia aktualnego odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego, innego rejestru lub ewidencji²⁴⁾.
2. W przypadku wyboru innego sposobu reprezentacji podmiotów składających ofertę wspólną niż wynikający z Krajowego Rejestru Sądowego lub innego właściwego rejestru — dokument potwierdzający upoważnienie do działania w imieniu oferenta(-ów).

Poświadczenie złożenia oferty²⁵⁾

Adnotacje urzędowe²⁵⁾

1) Niepotrzebne skreślić.

2) 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.

3) Każdy z oferentów składających ofertę wspólną przedstawia swoje dane. Kolejni oferenci dołączają właściwe pola.

4) Forma prawna oznacza formę działalności organizacji pozarządowej, podmiotu, jednostki organizacyjnej określoną 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 straże pożarne oraz inne. Należy zaznaczyć odpowiednią formę lub wpisać inną.

5) Podać nazwę właściwego rejestru lub ewidencji.

6) W zależności od tego, w jaki sposób organizacja lub podmiot powstał.

7) Osiedle, sołectwo lub inna jednostka pomocnicza. Wypełnienie nieobowiązkowe. Należy wypełnić, jeżeli zadanie publiczne proponowane do realizacji ma być realizowane w obrębie danej jednostki.

8) Nie wypełniać w przypadku miasta stołecznego Warszawy.

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

10) Należy określić, czy podstawą są zasady określone w statucie, pełnomocnictwo, prokura czy też inna podstawa. Dotyczy tylko oferty wspólnej.

11) Wypełnić tylko w przypadku ubiegania się o dofinansowanie inwestycji.

12) 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.

13) 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).

14) Opis zgodny z kosztorysem.

15) 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.

16) Należy uwzględnić wszystkie planowane koszty, w szczególności zakupu usług, zakupu rzeczy, wynagrodzeń.

17) Dotyczy jedynie wspierania zadania publicznego.

18) Należy wpisać koszty bezpośrednio związane z celem realizowanego zadania publicznego.

19) W przypadku oferty wspólnej kolejni oferenci dołączają do tabeli informację o swoich kosztach.