

# 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

<b>1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta</b>	Prezydent Miasta Szczecin
<b>2. Rodzaj zadania publicznego<sup>1)</sup></b>	14) nauka, szkolnictwo wyższe, edukacja, oświata i wychowanie 15) działalności na rzecz dzieci i młodzieży, w tym wypoczynku dzieci i młodzieży 32a) rewitalizacja

## II. Dane oferenta(-tów)

<b>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</b>	
Nazwa: <b>Polska Fundacja Przeciwdziałania Uzależnieniom</b> , Forma prawna: <b>Fundacja</b> , Numer Krs:	
Adres do korespondencji jest taki sam jak adres oferenta	
<b>2. Dane osoby upoważnionej do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej)</b>	

## III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

<b>1. Tytuł zadania publicznego</b>	Kampania Społeczna "Cały Szczecin mówi o Emocjach"			
<b>2. Termin realizacji zadania<sup>2)</sup></b>	Data rozpoczęcia	01.04.2025	Data zakończenia	29.06.2025

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

#### Opis zadania

##### Idea kampanii:

W biegu codzienności często zapominamy, jak ważne są nasze emocje. Czasem tłumimy je, bo boimy się oceny, innym razem nie wiemy, jak o nich mówić. Kampania „Cały Szczecin mówi o Emocjach” powstała, by odczarować tabu wokół emocji, nauczyć nas otwarcie o nich rozmawiać i budować miasto, w którym każdy czuje się wysłuchany i zrozumiany. Fundacja organizuje w Szczecinie nowatorską kampanię społeczną, której celem jest edukacja mieszkańców szczególnie dzieci i młodzieży w zakresie zarządzania emocjami oraz budowanie mostów między różnymi środowiskami – sportowcami, biznesmenami oraz społecznością lokalną.

W ramach kampanii nakręcimy filmy ze znanymi w Szczecinie sportowcami, lokalnymi biznesmenami uczniami, nauczycielami, a także ze specjalistami (psychologowie Fundacji, terapeuci) .

Poprzez ich osobiste historie, doświadczenia i interaktywne działania, odbiorcy dowiedzą się, jak emocje wpływają na podejmowanie decyzji, radzenie sobie ze stresem oraz osiąganie sukcesu zarówno na boisku, jak i w sali konferencyjnej.

##### Dlaczego to ważne?

Emocje to fundamentalna część naszego życia – zarówno radość, jak i smutek, złość czy lęk- wszystkie są równie ważne. Jednak zbyt często ukrywamy je, zamiast je wyrażać. A przecież rozmowa może leczyć, budować mosty i zmieniać nasze relacje na lepsze.

##### Cele kampanii:

- Przełamywanie tabu wokół zdrowia psychicznego i emocji;
- Zachęcanie mieszkańców Szczecina do otwartych rozmów o uczuciach; Zwracanie uwagi mieszkańcom Szczecina ,na to, jak ważne są otwarte rozmowy
- Tworzenie przestrzeni, w której każdy głos ma znaczenie;
- Edukacja w zakresie emocji.

Do udziału w kampanii zaangażujemy drużyny piłkarskie ze Szczecina (Pogoń Szczecin oraz Świt Skolwin), drużynę w-ce Mistrza Polski King Wilki Morskie. Lokalnych przedsiębiorców rodziców nauczycieli i uczniów szczecińskich szkół podstawowych i średnich. Psychologów i terapeutów. Jesteśmy już po rozmowach i każdy z potencjalnych uczestników wyraża chęć zaangażowania się widząc istotę problemu.

Poprzez kampanię chcemy pokazać, że sport może być alternatywą dla zachowań ryzykownych takich jak: uzależnienie od gier, Internetu czy telefonu, a także możliwością spędzania wolnego czasu. Jednocześnie sport kształtuje zdrowe nawyki w zakresie współpracy w grupie, systematyczności, odpowiedzialności, dyscypliny, nawiązywania relacji między ludzkich.

Kampania ma na celu pokazanie, że emocje nie są przeszkodą, lecz siłą, która(buduje moc), może prowadzić do sukcesu i budowania lepszego społeczeństwa. Szczecin staje się miejscem dialogu, inspiracji i pozytywnej zmiany!

## Miejsce realizacji

Filmy nagrywane będą w Szczecinie. Promowane na kanałach i w social mediach Fundacji stronie Internetowej, a także drużyn sportowych jak i stronach lokalnych biznesmenów. Zasięg regionalny dzięki kampanii internetowej.

## 4. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego

Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Podniesienie wiedzy na temat zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży.	Zasięg ok. 500 osób	Ilość odsłon i udostępnień w mediach społecznościowych.
Propagowanie informacji na temat emocji, i sposobów radzenia sobie z nimi.	Zasięg ok. 500 osób	Ilość odsłon i udostępnień w mediach społecznościowych.
Wzrost wiedzy na temat roli sportu w życiu młodych ludzi jako alternatywa dla zachowań ryzykownych.	Zasięg ok. 500 osób	Ilość odsłon i udostępnień w mediach społecznościowych. Bieżące komentowanie pod postami łącznie z odniesieniem psychologa do dyskusji.

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

### Charakterystyka oferenta

Polska Fundacja Przeciwdziałania Uzależnieniom od lat aktywnie działa na rzecz walki z uzależnieniami, propagowaniem zdrowego stylu życia, bezpiecznych zachowań, kultury i sportu. Regularnie realizuje projekty kierowane do dzieci i młodzieży, a także do rodziców. Realizowane są w szczecińskich szkołach podstawowych i średnich. Fundacja oferuje wsparcie psychologiczne terapię uzależnień, ale przede wszystkim realizuje projekty na terenie miasta Szczecin. Szerzy wiedzę dotyczącą emocji, a przede wszystkim tego jak bardzo wpływają one na nasze samopoczucie, budowanie relacji i funkcjonowanie we współczesnym świecie. Projekty/kampanie zawsze były realizowane sumiennie i terminowo z wykorzystaniem pełnego potencjału Fundacji i jej zasobów. Wielokrotnie tematem projektów były problemy emocjonalne uczucia i wsparcie w panowaniu nad nimi. Fundacja zrealizowała dwa projekty dotyczące stresu i emocji. Posiadamy doświadczenie i cenną wiedzę wiemy jak duże jest zapotrzebowanie na oferowane przez nas działania.

### Doświadczenia w realizacji działań planowanych w ofercie

Polska Fundacja Przeciwdziałania Uzależnieniom od początku swojej działalności podejmuje się licznych działań na rzecz zmian społecznych. Zarówno w zakresie przeciwdziałania uzależnieniom, ale także propaguje sport i zdrowe zachowania, czy swoim działaniem obejmuje różne emocjonalne zagadnienia. Duża część projektów, kierowana jest do młodszych odbiorców, czyli dzieci i młodzież, a także ich rodziców. Przykładowe projekty, które były realizowane dzięki dotacjom: 2014: Ministerstwo Sportu. Nazwa zadania: „Festiwal Sportu”, 40.000 zł rozliczone rzetelnie i terminowo. 2015: Urząd Miasta Szczecin Spotkanie Organizacji Pozarządowych pod Platanami XVI edycja, 10.000 zł rozliczone rzetelnie i terminowo. 2015: Urząd Miasta Szczecin „Festiwal Sportu I Muzyki” 5.300 zł rozliczone rzetelnie i terminowo 2015: Urząd Miasta Szczecin “Baltic Tall Ships Regatta” 5.000 zł rozliczone rzetelnie i terminowo 2015: Urząd Miasta Szczecin „ Pasja Zamiast Używek” 8.000 zł rozliczone rzetelnie i terminowo. 2016: Urząd Miasta Szczecin Spotkanie Organizacji Pozarządowych pod Platanami XVI edycja, 15.000 zł rozliczone rzetelnie i terminowo w ofercie zbiorowej 2017: podwykonawca dla TUIKS Spotkanie Organizacji Pozarządowych pod Platanami XVII edycja, 8.000 zł rozliczone rzetelnie i terminowo 2018: Urząd Miasta Szczecin mała dotacja Kampania społeczna na Bulwarach Szczecińskich “Przejdź na Jasną Stronę Mocy” 10.000 zł rozliczone rzetelnie i terminowo 2019: Urząd Miasta Szczecin mała dotacja Kampania społeczna na Bulwarach Szczecińskich „Przejdź na jasną stronę mocy” 35.000 zł rozliczone rzetelnie i terminowo 2020: Urząd Miast Szczecin, zadanie publiczne "Bulwary Miejscem Pozytywnych Osobowości", 35.000 zł, rozliczono rzetelnie i terminowo W 2020 roku w ramach projektu ABC Inteligencji Emocjonalnej "Społecznik na lata 2019-2021 - Program Marszałkowski", zostały zrealizowane nagrania dla rodziców i nauczycieli, które miały na celu wspieranie budowanie młodego pokolenia. W roku 2021 Fundacja przeprowadziła dwa projekty dofinansowane z budżetu miasta Szczecin w ramach Szczecin tworzymy' 21 oraz małej dotacji "Wróć do szkoły bez stresu!" oraz "W stronę słońca". Oba projekty cieszyły się dużym zainteresowaniem, zostały rozliczone rzetelnie i terminowo.

#### **Zasoby, które będą wykorzystywane w realizacji zadania**

Podczas realizacji Kampanii Fundacja będzie korzystała z własnych zasobów rzeczowych: komputery, materiały dydaktyczne, drukarka, telefony. Zasoby osobowe psycholog i pedagog zatrudniony na etacie. Dodatkowo w kampanię zaangażowany będzie pracownik Fundacji zajmujący się administracją i stroną Internetową oraz mediami społecznościowymi. Posiadamy też auto, które będzie niezbędnym elementem przeprowadzenia kampanii.

#### **6. Opis sposobu zapewnienia dostępności architektonicznej, cyfrowej oraz informacyjno-komunikacyjnej, zgodnie z wymaganiami o których mowa w art. 6 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o poprawie zapewnienia dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami.**

Filmy będą docelowo nagrywane w miejscach gdzie pracują/treningują uczestnicy Kampanii są to obiekty dostosowane architektonicznie m.in Netto Arena czy Stadion Pogoni Szczecin, Szkoły Integracyjne. Prywatne firmy położone w Centrum Szczecina w budynkach bez barier. Dodatkowo Fundacja dysponuje gabinetem w Szczecinie przy ul Wierzbowej 99. Działania internetowe czyli cała kampania z treściami będzie wstawiana dodatkowo dużą czcionką, zdjęcia będą opisywane. Teksty zaś będą dostępne w wersji audio. Wszystkie ewentualne problemy z dostępnością będą na bieżąco weryfikowane i rozwiązywane tak, aby każda osoba miała dostęp do kampanii.

#### IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego

Lp.	Rodzaj kosztu	Wartość PLN	Z dotacji	Z innych źródeł
1.	Nagranie 8 filmów.	8 000,00		
2.	Koszty transportu (paliwo i eksploatacja samochodu)	1 000,00		
3.	Koszty księgowo.	500,00		
4.	Materiały biurowe.	500,00		
<b>Suma wszystkich kosztów realizacji zadania</b>		<b>10 000,00</b>	<b>10 000,00</b>	<b>0,00</b>

## 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*)

<sup>1)</sup> 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.).

<sup>2)</sup> Termin realizacji zadania nie może być dłuższy niż 90 dni.