

OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

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

OFERTA/OFERTA WSPÓLNA¹⁾

ORGANIZACJI POZARZĄDOWEJ(-YCH)/PODMIOTU (-ÓW), O KTÓRYM (-YCH) MOWA W ART. 3
UST. 3 USTAWY Z DNIA 24 KWIETNIA 2003 r. O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU PUBLICZNEGO
I O WOLONTARIACIE (Dz. U. z 2010 r. Nr 234, poz. 1536)¹⁾,
REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

ekologia i ochrona zwierząt oraz ochrona dziedzictwa przyrodniczego
(rodzaj zadania publicznego²⁾)

Kampania „Czyste Plaże” 2016 – XVII edycja
(tytuł zadania publicznego)

w okresie od **01.07.2016** do **28.09.2016**

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

PRZEZ

Miasto Puck
(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

I. Dane oferenta/oferentów¹⁾³⁾

1) nazwa: **Fundacja na rzecz Odzysku Aluminiowych Puszek po Napojach RECAL**

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⁾ **0000101538**

4) data wpisu, rejestracji lub utworzenia:⁶⁾ **data powołania 28 lipca 1995 rok**

5) nr NIP: **526-12-81-727** nr REGON: **011362401**

6) adres:

miejsceowość: **Warszawa ul.: Mariensztat 8**

dzielnica lub inna jednostka pomocnicza:⁷⁾ -

gmina: **Warszawa** powiat:⁸⁾ -

województwo: **Mazowieckie**

kod pocztowy: **00-302** poczta: **Warszawa**



7) tel.: 22 538 91 74 faks: 22 538 91 74

e-mail: artur.lobocki@recal.pl

[http:// www.recal.pl](http://www.recal.pl)

8) numer rachunku bankowego: 30 1030 1508 0000 0005 0088 2018

nazwa banku: Citibank Handlowy w Warszawie

9) nazwiska i imiona osób upoważnionych do reprezentowania oferenta/offerentów¹⁾:

a) Jacek Wodzisławski – prezes zarządu

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

Fundacja RECAL, ul. Mariensztat 8, 00-302 Warszawa, tel. 22 538 91 74

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

Artur Łobocki, tel. 605 591 865

12) przedmiot działalności pożytku publicznego:

a) działalność nieodpłatna pożytku publicznego

1. Popieranie i promocja na terenie Polski wszelkiego rodzaju działalności mającej na celu odzyskiwanie i ponowne przetwarzanie aluminiowych puszek po napojach.
2. Upowszechnianie w społeczeństwie wiedzy na temat możliwości odzyskiwania i ponownego przetwarzania aluminiowych puszek po napojach oraz płynących z tego pożytków ekologicznych i ekonomicznych.
3. Upowszechnianie najnowszych technik odzysku aluminiowych puszek po napojach i technologii ich przetwórstwa.

b) działalność statutowa odpłatna nie jest prowadzona.

13) jeżeli oferent /oferenci¹⁾ prowadzi/prowadzą¹⁾ działalność gospodarczą:

a) numer wpisu do rejestru przedsiębiorców

b) przedmiot działalności gospodarczej

Fundacja RECAL nie prowadzi działalności gospodarczej.

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

Kampania „Czyste Plaże” ma na celu edukację ekologiczną dotyczącą selektywnej zbiórki odpadów. W jej ramach, w różnych miejscach gmin nadmorskich, prowadzone będą warsztaty edukacyjne dla dzieci i młodzieży przebywających na koloniach i obozach letnich. Podczas warsztatów omawiane będą różne odpady powstające w gospodarstwie domowym, które możemy poddać recyklingowi oraz ich prawidłową segregację. Wskazywane będą korzyści płynące z ich ponownego wykorzystania. Całość warsztatów prowadzona będzie w formie zabawy z nagrodami. Podstawowym założeniem jest to, żeby warsztaty nie były kojarzone z lekcjami, a dobrą zabawą połączoną z konkurencjami sportowymi i integracją grupy. Zgodnie z zasadą – uczyć przez zabawę.

12.11

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

Według danych polskiego Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) ilość odpadów wytworzonych na jednego mieszkańca w Polsce wynosi około 300 kg (314 kg w 2012 r. oraz 293 kg w 2013 r.). Choć coraz mniej odpadów w Polsce jest deponowanych na składowiskach (w 2011 roku 71%, a w 2013 63%), to nadal jesteśmy daleko za krajami UE, gdzie ok. 34% odpadów jest składowanych (za GUS „Ochrona Środowiska 2014”). Spośród całości odpadów odebranych w 2013 roku tylko nieco ponad 13% odpadów zostało zebranych selektywnie. Odpady opakowaniowe w 2013 roku stanowiły w Polsce 1/3 zebranych odpadów komunalnych (około 4,8 mln). Dlatego prawidłowe dalsze zagospodarowanie odpadów ma kluczowe znaczenie dla racjonalnego funkcjonowania całego systemu ochrony środowiska.

W 2012 r. firma TNS Polska przeprowadziła dla Ministerstwa Środowiska RP „Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski”. Wnioski z raportu wskazują, że poziom świadomości ekologicznej społeczeństwa nie jest zadowalający. Do największych wyzwań dla Polski tylko 7% badanych wskazuje ochronę środowiska (tutaj za najważniejszy problem uznają śmieci). Ponadto co czwarta osoba, uznająca problem śmieci za najważniejszy dla środowiska, nie segreguje odpadów. I to pomimo tego, że najczęstszą odpowiedzią na pytanie „od czego zależy stan środowiska?” była „od każdego z nas”. Zaledwie 45% badanych deklaruje, że regularnie segreguje odpady.

Krajowe regulacje prawne dotyczące odpadów opakowaniowych określają wymagane poziomy odzysku i recyklingu. Są one zgodne z dyrektywami UE (Dyrektywa 94/62/WE z dnia 20 grudnia 1994 r. w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych z późniejszymi nowelizacjami oraz Dyrektywą 2004/12/WE w sprawie zmiany dyrektywy o opakowaniach i odpadach opakowaniowych). Z kolei Dyrektywa 2008/98/WE w sprawie odpadów ustanawia ramy prawne dla przetwarzania odpadów w UE oraz wprowadza m.in. pięciostopniową hierarchię postępowania z odpadami (w miejsce starej 3 stopniowej). Polska przeniosła te wymagania z dwuletnim opóźnieniem, dopiero w grudniu 2012 r., a zgodnie z art. 40 dyrektywy 2008/98/WE państwa członkowskie powinny transponować jej zapisy do dnia 12 grudnia 2010 r.

Istotnym faktem prawnym w gospodarce odpadami jest zmiana władztwa nad odpadami, która została wdrożona od dnia 1 lipca 2013 r. przez nowelizację Ustawy o utrzymaniu porządku i czystości w gminach. Zmiana ma charakter fundamentalny dla systemu gospodarowania odpadami i wymaga prowadzenia działań edukacyjnych, których celem jest tłumaczenie zasad nowego ładu prawnego. Wprowadzenie ustawy spotyka się z obawami, a czasem niechęcią. Dlatego Projekt kładzie nacisk również na informacje o nowym ładzie prawnym w gospodarce odpadami i roli samorządów gminnych w funkcjonowaniu systemu selektywnej zbiórki odpadów opakowaniowych.

Wspomniane zadania stanowią ogromne wyzwanie stawiane przed polskimi władzami i społeczeństwem. Wymaga to obok inwestycji infrastrukturalnych, stałego podnoszenia świadomości społeczeństwa. Świadome społeczeństwo aktywnie uczestniczy w systemie odzysku i recyklingu odpadów. W ramach projektu zwracamy uwagę na obowiązki wynikające z przepisów prawa oraz mamy na celu zwiększenie poziomu odzysku i recyklingu, nie tylko opakowań wykonanych z metali, ale również pozostałych surowców wtórnych. Przy czym podstawowymi argumentami są korzyści ekologiczne. Ważne jest, aby segregowanie odpadów wynikało z dbania o zrównoważony rozwój, a nie tylko z przesłanek ekonomicznych. Aluminium jest najcenniejszym surowcem wtórnym, co jest jednym z powodów tego, że jest ono najlepiej odzyskiwanym spośród wszystkich surowców. W 2013 roku poziom odzysku alu-puszek wyniósł 79%. Jednak świadome społeczeństwo będzie segregowało odpady w oparciu o przesłanki ekologiczne, a nie ekonomiczne. Jest to ważne w kontekście bogacenia się społeczeństwa i prognozowanego dalszego wzrostu masy wytwarzanych odpadów komunalnych, w tym opakowaniowych. W ramach Kampanii „Czyste Plaże” zwracamy uwagę na obowiązki wynikające z przepisów prawa oraz mamy na celu zwiększenie poziomu odzysku i recyklingu, nie tylko aluminiowych puszek po napojach, ale również pozostałych odpadów.

3. Opis grup adresatów zadania publicznego

Adresatami zadania publicznego są:

- dzieci i młodzież (w tym kolonie letnie, obozy i stanice harcerskie),
- turyści,
- lokalna społeczność,
- samorządy lokalne,
- parki narodowe i krajobrazowe,
- media.

4. **Uzasadnienie potrzeby** dofinansowania z dotacji inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego, w szczególności ze wskazaniem w jaki sposób przyczyni się to do podwyższenia standardu realizacji zadania.¹¹⁾

Nie dotyczy

5. **Informacja, czy w ciągu ostatnich 5 lat oferent/offerenci¹¹⁾ otrzymał/otrzymali¹¹⁾ dotację** na dofinansowanie inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego z podaniem inwestycji, które zostały dofinansowane, organu który udzielił dofinansowania oraz daty otrzymania dotacji.¹¹⁾

Nie dotyczy

6. Zakładane cele realizacji zadania publicznego oraz sposób ich realizacji

- Edukacja ekologiczna poprzez wyrabianie nawyku segregacji odpadów – warsztaty edukacyjne oraz informacje w mediach i na materiałach Kampanii, a także
- Wsparcie zbiórki selektywnej, odzysku i recyklingu puszek aluminiowych – zachęcanie do zbiórki puszek po napojach oraz ich sprzedaży w punktach skupu.
- Poprawa czystości plaż wybrzeża Bałtyku – zachęcanie do recyklingu puszek po napojach.
- Odciążenie składowisk odpadów gmin nadmorskich, poprzez uświadamianie konieczności intensyfikacji zbiórki i segregacji surowców wtórnych.
- Promocja gmin, dbających o środowisko i swój wizerunek ekologiczny – za pośrednictwem plakatów, kartek pocztowych oraz mediów.

7. Miejsce realizacji zadania publicznego

Gminy nadmorskie wybrzeża Bałtyku

8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego¹²⁾

1. Działania edukacyjne kierowane do dzieci i młodzieży:
 - Warsztaty edukacyjne dotyczące recyklingu i racjonalnej gospodarki odpadami – na przykładzie recyklingu aluminiowych puszek po napojach, w kontekście zmian władztwa nad odpadami wprowadzonymi przez znowelizowaną Ustawę o utrzymaniu porządku i czystości w gminach. Ustalane na bieżąco terminy warsztatów dla zorganizowanych grup dzieci i młodzieży (kolonie, obozy). Warsztaty realizowane w przyjemnej atmosferze w miarę możliwości na wolnym powietrzu (np. przed ośrodkiem, na plaży). Warsztaty mają być dobrą zabawą, podczas której uczestnicy dowiedzą się o tym dlaczego warto segregować odpady i jak należy to robić. Podczas warsztatów będzie mowa o różnych odpadach opakowaniowych. Dlatego w ich trakcie będą realizowane konkursy z nagrodami (łącznie aktywność sportową z wiedzą w zakresie recyklingu). Czas trwania jednego warsztatu to 1 godzina. Planuje się przeprowadzenie minimum 100 warsztatów (dla około 4 tysięcy dzieci i młodzieży) w ramach Kampanii „Czyste Plaże”, w tym minimum 8 na terenie Miasta Puck. Organizowane po ustaleniu terminu z grupami uczestniczącymi, przez okres lipiec-wrzesień 2016.
2. Działania edukacyjne kierowane do mieszkańców i turystów za pośrednictwem mediów:
 - Pozyskanie mediów współpracujących (w miarę możliwości także patronatu medialnego).
 - Informacje na temat Kampanii, jej celach oraz organizatorach i partnerach Kampanii oraz recyklingu na przykładzie aluminiowych puszek po napojach.
 - Promowanie zbiórki surowców wtórnych na przykładzie aluminiowych puszek po napojach.
 - Duży efekt medialny dzięki współpracy partnerami medialnymi (prasa, radio, telewizja). Pozwoli to na dotarcie z informacją do kilkuset tysięcy odbiorców.
3. Działania edukacyjne kierowane bezpośrednio do mieszkańców i turystów za pośrednictwem materiałów informacyjno-promocyjnych:
 - Plakaty promujące cele Kampanii i zawierające logotypy organizatorów i partnerów Kampanii. Ponadto będą zawierały kod QR, który po zeskanowaniu odpowiednim telefonem pozwoli przejść na stronę internetową Kampanii.
 - Kartki pocztowe zawierające logotypy organizatorów i partnerów Kampanii. Ponadto będą także zawierały kod QR.
 - Dystrybucja plakatów i kartek pocztowych w widocznych i uczęszczanych miejscach.
 - Promocja Kampanii za pośrednictwem profilu RECAL na Facebooku oraz strony www.recal.pl.

1.2. W

9. Harmonogram¹³⁾

Fundacia RECAL

10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego¹⁵⁾

- a) Edukacja ekologiczna dzieci i młodzieży oraz turystów i mieszkańców w zakresie racjonalnej gospodarki odpadami.

Bardzo szeroki zasięg akcji dzięki zastosowaniu różnorodnych form dotarcia do odbiorców: warsztaty edukacyjne, plakaty, kartki pocztowe, media, w tym społecznościowe. Działania edukacyjne i nawiązane kontakty z okresu prowadzenia Kampanii owocują kontynuacją programu edukacji ekologicznej Fundacji RECAL w zainteresowanych placówkach w nowym roku szkolnym.

Przeprowadzenie minimum 100 warsztatów edukacyjnych (dla około 4 tysięcy dzieci i młodzieży), w tym minimum 8 na terenie Miasta Puck.

- b) Akcja informacyjno – promocyjna.

Promocja recyklingu oraz partnerów Kampanii za pośrednictwem mediów, plakatów i kartek pocztowych. Duży efekt medialny dzięki współpracy z wieloma partnerami medialnymi (prasa, radio, telewizja). 20-30 informacji w mediach – dotarcie z informacją do dodatkowych kilkuset tysięcy odbiorców.

- c) Zachęcenie do zbiórki i segregacji surowców wtórnych – zmniejszenie ilości odpadów trafiających na składowiska.

Kampania to kolejny krok do podniesienia świadomości społeczeństwa w zakresie recyklingu. Jest to długi i stopniowy proces, a tego typu działania z pewnością go wspierają.

- d) Poprawa czystości polskiego wybrzeża.

Mniej puszek zalegających i zaśmiecających gminy polskiego wybrzeża.

B. L. W.

IV. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

4. 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 merytoryczne ¹⁸⁾ po stronie (Fundacji RECAL) ¹⁹⁾ 1) Warsztaty edukacyjne 2) Nagrody dla dzieci	100 400 – 800	80,00 8,00 – 3,50	szt. szt.	8.000,00 6.000,00	1.000,00 1.000,00	7.000,00 5.000,00	0,00 0,00
II	Koszty obsługi ²⁰⁾ zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie (Fundacji RECAL) ¹⁹⁾ 1) Wydatki administracyjne (koordynacja, przejazdy i noclegi koordynatora)	-	-	-	10.000,00	0,00	10.000,00	0,00
III	Inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie (Fundacji RECAL) ¹⁹⁾ 1) Plakaty 2) Kartki pocztowe 3) Dystrybucja plakat. i kartek	700 6.000 6.700	1,50 0,15 -	szt. szt. szt.	1.050,00 900,00 1.000,00	250,00 250,00 0,00	800,00 650,00 1.000,00	0,00 0,00 0,00
IV	Ogółem:	-	-	-	26.950,00	2.500,00	24.450,00	0,00

5. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

1	Wnioskowana kwota dotacji	2.500,00 zł	9,28 %
2	Środki finansowe własne ¹⁷⁾	24.450,00 zł	90,72 %
3	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3) ¹¹⁾	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)	26.950,00 zł	100%

6. Finansowe środki z innych źródeł publicznych²¹⁾

Nazwa organu administracji publicznej lub innej jednostki sektora finansów publicznych	Kwota środków (w zł)	Informacja o tym, czy wniosek (oferta) o przyznanie środków został (-a) rozpatrzony(-a) pozytywnie, czy też nie został(-a) jeszcze rozpatrzony(-a)	Termin rozpatrzenia – w przypadku wniosków (ofert) nierozpatrzonych do czasu złożenia niniejszej oferty
		TAK/NIE ¹⁾	

Uwagi, które mogą mieć znaczenie przy ocenie kosztorysu:

Fundacja RECAL składa wnioski o dofinansowanie Kampanii „Czyste Plaże” w 2016 roku do nadmorskich gmin i sponsorów. Do chwili złożenia niniejszego wniosku nie została podpisana żadna umowa. W przypadku braku innego dofinansowania Fundacja RECAL posiada zabezpieczony wkład własny w wysokości 24.450,00 zł.

V. Inne wybrane informacje dotyczące zadania publicznego

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

Planowane jest zatrudnienie 2-4 osób do prowadzenia warsztatów edukacyjnych na terenie Kampanii „Czyste Plaże”. Przed rozpoczęciem pracy zostanie przeprowadzone szkolenie dla tych osób. Przy czym jest duża szansa, że zostanie zatrudniona osoba/osoby, które prowadziły warsztaty we wcześniejszych latach. Ponadto Kampania będzie koordynowana przez Artura Łobockiego, pracownika Fundacji RECAL. Jest to osoba, która od 14 lat koordynuje tą Kampanię, a także inne projekty Fundacji RECAL.

2. Zasoby rzeczowe oferenta/ofereń¹⁾ przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania²³⁾

Fundacja RECAL posiada 2 samochody osobowe, z tego jeden będzie wykorzystywany do przemieszczania się koordynatora Kampanii „Czyste Plaże”. Ponadto koordynator wyposażony jest w przenośny komputer i telefon Fundacji. Fundacja RECAL wynajmuje biuro w Warszawie, jako zaplecze administracyjno-biurowe.

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

1. Program Szkolny – dziewiętnaście edycji programu edukacyjnego w zakresie recyklingu aluminiowych puszek po napojach. Każda edycja realizowana była przy współpracy z kilkudziesięcioma partnerami (w tym większość to pomioty administracji publicznej – gminy i powiaty oraz ich związki, parki narodowe i krajobrazowe, firmy komunalne) i kilkakrotnie przy współfinansowaniu ze środków m.in. NFOŚiGW.
2. Wakacyjne kampanie edukacji recyklingowej były finansowane w latach wcześniejszych ze środków Unii Europejskiej, Funduszu Inicjatyw Obywatelskich oraz Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej:
 - a) Kampania „Czyste Plaże” – szesnaście edycji realizowanych we współpracy z administracją publiczną.
 - b) Kampania „Czyste Góry” – piętnaście edycji kampanii podobnej do Kampanii „Czyste Plaże” realizowanej w górach we współpracy z administracją publiczną.
 - c) Kampania „Czyste Jeziora” – trzynaście edycji kampanii podobnej do Kampanii „Czyste Plaże” realizowanej na Mazurach oraz regionach z jeziorami we współpracy z administracją publiczną.

4. Informacja, czy oferent/ofereń¹⁾ 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.

Fundacja będzie realizowała Kampanię we własnym zakresie

Oświadczam (-y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne w całości mieści się w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta/ofereń¹⁾;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie¹⁾ opłat od adresatów zadania;
- 3) oferent/ofereń¹⁾ jest/są¹⁾ związany(-ni) niniejszą ofertą do dnia **31.10.2016**;
- 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/ofereń¹⁾ składający niniejszą ofertę nie zalega (-ją)/zalega(-ją)¹⁾ 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 ewidencją¹⁾;

[Podpis]

7) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym.

Artur Łobocki
Członek Zarządu
Fundacji RECAL

recal
FUNDACJA NA RZECZ ODZYSKU
ALUMINIOWYCH PUSZEK PO NAPOJACH
00-302 Warszawa, ul. Mariensztat 8
(3) NIP 526-12-81-727 www.recal.pl

(podpis osoby upoważnionej lub podpisy osób upoważnionych
do składania oświadczeń woli w imieniu oferenta/oferentów¹⁾)

Data 21.03.2016

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).~~
3. Statut Fundacji RECAL

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 fundację, 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 nie obowiązkowe. 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.
- ²⁰⁾ 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.
- ²¹⁾ 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 i ramowego wzoru umowy dotyczących realizacji zadania publicznego oraz wzoru sprawozdania z wykonania tego zadania. Dotyczy jedynie oferty wspierania realizacji zadania publicznego.
- ²²⁾ 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.
- ²³⁾ Np. lokal, sprzęt, materiały. W przypadku oferty wspólnej należy przyporządkować zasoby rzeczowe do dysponujących nimi oferentów.
- ²⁴⁾ Odpis musi być zgodny z aktualnym stanem faktycznym i prawnym, niezależnie od tego, kiedy został wydany.
- ²⁵⁾ Wypełnia organ administracji publicznej.