

decz. 10/21/2012
**BIURO URZĘDU GMINY
W SMOŁDZINIE**

Wpłynęło dnia 21.02. 2012 r.

Nr. _____ Zł. _____

Referent _____

godz. 12 15

OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

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

OFERTA/OFFERTA 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

TURYSTYKA I KRAJOZNAWSTWO

.....
(rodzaj zadania publicznego/

KSZTAŁTOWANIE MARKI MIEJSCA JAKO SPOSÓB NA PROMOCJĘ GMINY SMOŁDZINO

.....
(tytuł zadania publicznego)

w okresie od 01.03.2012 do 30.05.2012

W FORMIE
WSPIERANIA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO¹⁾

PRZEZ

URZĄD GMINY SMOŁDZINO...

.....
(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:STOWARZYSZENIE ROZWOJU TURYSTYKI WIEJSKIEJ SŁOWINIEC W SMOŁDZINIE UL. BOHATERÓW WARSZAWY 30 76-214 SMOLDZINO

2) forma prawna:⁴⁾

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

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

.....0000057170.....SĄD REJONOWY GDAŃSK-PÓŁNOC VIII WYDZIAŁ KRS

4) data wpisu, rejestracji lub utworzenia:⁶⁾20.10.1999.....

5) nr NIP: ...8392622426..... nr REGON:771250530.....

6) adres:

miejsowość :SMOŁDZINO ul.: BOHATERÓW WARSZAWY 30

dzielnica lub inna jednostka pomocnicza:⁷⁾ ...NIE DOTYCZY.....

gmina:SMOŁDZINO..... powiat:⁸⁾SŁUPSKI.....

województwo: .POMORSKIE.....

kod pocztowy: 76-214..... poczta: SMOŁDZINO.....

7) tel.598117355: faks: .598117355.....

e-mail: komnino@op.pl..... [http:// ...www.slowiniec.pl](http://www.slowiniec.pl)

8) numer rachunku bankowego:73931500040014319820000010

nazwa banku: BANK SPÓŁDZIELCZY USTKA/ODDZIAŁ W SMOŁDZINIE

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

- a) RENATA KNITTER - PREZES
b) JANINA HYDZIK - VCE PREZES
c) KRZYSZTOF BARCZYK - SKARBNIK

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

STOWARZYSZENIE ROZWOJU TURYSTYKI WIEJSKIEJ SŁOWINIEC 76-214SMOŁDZINO
UL. BOHATERÓW WARSZAWY 30
598117355 603449826

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

RENATA KNITTER 603449826

12) przedmiot działalności pożytku publicznego:

a) działalność nieodpłatna pożytku publicznego
-WSPIERANIE DZIAŁAŃ ZMIERZAJĄCYCH DO ROZWOJU TURYSTYKI WIEJSKIEJ .
-PROMOCJA, PIELEGNOWANIE TOŻSAMOŚCI KULTUROWEJ, HISTORYCZNEJ I
PRZYRODNICZEJ GMINY
-PROMOCJA KWATERODAWCÓW ORAZ WSZELKICH PODMIOTÓW ZANGAŻOWANYCH W
DZIAŁALNOŚĆ TURYSTYCZNĄ NA TERENIE GMINY SMOLDZINO
-UAKTYWNIANIE SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ
-DZIAŁALNOŚĆ SZKOLENIOWO-WARSZTATOWĄ W ZAKRESIE DZIAŁALNOŚCI TURYSTYCZNEJ
-PROMOCJA GMINY, REGIONU

b) działalność odpłatna pożytku publicznego
NIE DOTYCZY

13) jeżeli oferent /oferenci¹⁾ prowadzi/prowadzą¹⁾ działalność gospodarczą:
a) numer wpisu do rejestru przedsiębiorców NIE DOTYCZY

NIE DOTYCZY

b) przedmiot 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.

1. Krótka charakterystyka zadania publicznego-

KREOWANIE MARKI W TURYSTYCE WIEJSKIEJ JEST NIEOCENIONĄ WARTOŚCIĄ I NIEZBĘDNĄ, POZWALA WYRÓŻNIĆ MIEJSCE I ZBUDOWAĆ PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ W OPARCIU O WALORY NP. HISTORYCZNE, KULTUROWE CZY PRZYRODNICZE. POZYTYWNE SKOJARZENIA POZWOLĄ PRZYCIĄGNAĆ TURYSTÓW A ZARAZEM WZMOCNIĄ MARKĘ LOKALNYCH PRZEDSIĘBIORCÓW, SAMORZĄDÓW CZY ORGANIZACJI. TO DZIAŁANIE DŁUGOFALOWE Z ZAANGAŻOWANIEM CAŁEJ SPOŁECZNOŚCI I SAMORZĄDU-MUSI MIEĆ SPÓJNE ZASADY. GMINA, KTÓRA CHCE SIĘ STAĆ DOBRĄ MARKĄ MUSI POSIADAĆ ŁATWE DO

ZIDENTYFIKOWANIA WYRÓZNIAJĄCE SIĘ CECHY CHARAKTERYSTYCZNE JAK W NASZYM PRZYPADKU ZAPISANE W STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W GMINIE SMOŁDZINO. DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA SĄ SPÓJNE Z DZIAŁANAMI GMINY I KONCENTRUJĄ SIĘ W TYCH SAMYCH KIERUNKACH:

**-BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH,
-W POSZUKIWANIU KULTURY SŁOWIŃCÓW**

WŁAŚNIE TAKIE CECHY WYRAŻNE I PRZYCIĄGAJĄCE STANĄ SIĘ FUNDAMENTEM ,NA KTÓRYM MOŻNA UCZYNIĆ MIEJSCE ATRAKCYJNE DLA TURYSTY,BIZNESU A TAKŻE DLA MIESZKAŃCÓW.JEDNYM Z WIELU ETAPÓW KSZTAŁTOWANIA MARKI GMINY SMOŁDZINO JEST PROMOCJA,KTÓRĄ STOWARZYSZENIE ROZWOJU TURYSTYKI WIEJSKIEJ SŁOWINIEC PROWADZI OD WIELU LAT JAKO CEL STATUTOWY. UCZESTNICTWO W IMPREZACH PROMOCYJNYCH WYJAZDOWYCH TO NAJLEPSZA PROMOCJA, MUSI BYĆ PROWADZONA WIELOPOZIOMOWO, SPÓJNIE I CIĄGLE. JEDNĄ Z WIELU FORM PROMOCJI JEST UCZESTNICTWO W TARGACH TURYSTYCZNYCH.

W RAMACH PROJEKTU STOWARZYSZENIE PLANUJE :

1) WYJAZD NA MIĘDZYNARODOWE TARGI AGROTURYSTYCZNE W GDAŃSKU

UL.BENIOWSKIEGO 5 W DNIACH 13-15.04.2012R

2) WYJAZD DO KIELC W DNIACH 20-22.04.2012 NA MIĘDZYNARODOWE TARGI TURYSTYKI WIEJSKIEJ I AGROTURYSTYKI. IMPREZA SKUPIAJĄCA DZIAŁANIA POWIĄZANE Z TURYSTYKĄ WIEJSKĄ, POBYT STOWARZYSZENIA POD PATRONATEM POLSKIEJ FEDERACJI TURYSTYKI WIEJSKIEJ GOSPODARSTWA GOŚCINNE W WARSZAWIE I GDAŃSKIEGO STOWARZYSZENIA AGROTURYSTYCZNEGO TO ZWIELOKROTNIONE MOŻLIWOŚCI SPÓJNEJ,SKOORDYNOWANEJ I PRAWIDŁOWEJ PROMOCJI NASZEGO REGIONU, GMINY, KWATERODAWCÓW.

WYPRACOWANE WZORCE I SPOSOBY PROMOCJI POPRZEZ STOISKA WYSTAWIENNICZE, DEGUSTACJE, KONKURSY KULINARNE POTRAW TRADYCYJNYCH DANEGO REGIONU, PANELE DYSKUSYJNE, SEMINARIA, KONKURSY TO DZIAŁANIA ZNANE STOWARZYSZENIU Z WCEŚNIEJSZEGO UCZESTNICTWA I POZWALAJĄCE W PEŁNI REALIZOWAĆ NASZE CELE STATUTOWE. PROMOCJA POPRZEZ UCZESTNICTWO W TYCH DZIAŁANIACH POZWOLI NAM NA KSZTAŁTOWANIE MARKI NASZEGO MIEJSCA - NASZEJ GMINY. WSPÓLNE INICJATYWY W ZAKRESIE ROZWOJU MARKI REGIONU POZWOLĄ WYJŚĆ PONAD BIEŻĄCE DZIAŁANIA SAMYCH SAMORZĄDÓW. REALIZACJA WSPÓLNYCH SKOORDYNOWANYCH DZIAŁAŃ POZWALA NA WZMACNIANIE MARKI DANEGO REGIONU I ZWIĘKSZA SPÓJNOŚĆ WIZERUNKU.

WYJAZD NA TARGI DO GDAŃSKA I KIELC OBEJMUJE;

-WYNAJĘCIE BUSA Z KIEROWCĄ,

- WYNAJĘCIE STOISKA WYSTAWIENNICZEGO,

- ZAKWATEROWANIE I WYŻYWIENIE OSÓB UCZESTNICZĄCYCH.

- ZAKUP MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH TYPU BANER PROMOCYJNY Z LOGO GMINY, STOWARZYSZENIA,

- ZAKUP MAP ZE SZLAKAMI PIESZYMAMI, ROWEROWYMI,

- ZAKUP PŁYT I NAGRANIE FILMU PROMOCYJNEGO O GMINIE SMOLDZINO,

- ZAKUP PRODUKTÓW DO SPORZĄDZENIA PAMIĄTEK REGIONALNYCH PRZEZ TWÓRCÓW LUDOWYCH, CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA ORAZ OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH, ZAKUP PRODUKTÓW DO SPORZĄDZENIA POTRAW REGIONALNYCH W CELU UCZESTNICTWA W KONKURSACH.

- KOSZTY WYJAZDU NA TARGI OBEJMUJĄ:

- 1) UDZIAŁ 4 OSÓB+ KIEROWCY ZAKWATEROWANIE I WYŻYWIENIE 5 OSÓB X 90 X 6 DNI = 2.700,

- 2) KOSZTY TRANSPORTU OGÓŁEM KM 2000 X 1,30 = 2.600

- 3) ZAKUP BANERU 1 SZT - 500 ZŁ

- 4) ZAKUP MAP ZE SZLAKAMI TURYSTYCZNYMI 200 SZT X 3,99 = 798,

- 5) ZAKUP PŁYT DVD I NAGRANIE FILMU REKLAMOWEGO O GMINIE SZT 100 X 2,50 = 250,

- 6) UBEZPIECZENIE 2 WYJAZDÓW X 100 = 200,

- 7) OPŁATA REJESTRACYJNA ZA STOISKO 2 X 500 = 1000,

- 8) ZAKUP PRODUKTÓW NA WYKONANIE WŁASNORĘCZNIE PAMIĄTEK REGIONALNYCH POTRAW DO KONKURSÓW I NA DEGUSTACJE - RAZEM - 850.

MOŻLIWOŚĆ WYJAZDU NA TARGI POZWOLI NA ZWIĘKSZENIE ILOŚCI PRZYBYŁYCH TURYSTÓW W NASZE REGIONY, CO BĘDZIE MIAŁO WPŁYW NA PODNIESIENIE POZIOMU ŻYCIA NASZEJ SPOŁECZNOŚCI. WYJAZD CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA, HAFCIAREK ZACIEŚNI WSPÓŁPRACĘ, UAKTYWNI WSZYSTKICH UCZESTNIKÓW POŚREDNIO WPŁYNIE NA WSPÓŁPRACĘ W ZAKRESIE SPÓJNEJ PROMOCJI. POZWOLI STOWARZYSZENIU REALIZOWAĆ CELE STATUTOWE JAKIM JEST PROMOCJA REGIONU, GMINY A ZARAZEM WPISZE SIĘ W REALIZACJĘ ZADAŃ ZAPISANYCH W STRATEGI ROZWOJU TURYSTYKI W GMINIE. AKTYWNOŚĆ I UCZESTNICTWO W IMPREZACH PROMOCYJNYCH POZWALA NA KSZTAŁTOWANIE MARKI MIEJSCA JAKIM JEST NASZA GMINA-TO WYJĄTKOWE, ATRAKCYJNE MIEJSCA MAJĄCE CECHY WYRAŻNE I PRZYCIĄGAJĄCE ZE WZGLĘDU NA WYJĄTKOWOŚĆ WALORÓW HISTORYCZNYCH, KULTUROWYCH I PRZYRODNICZYCH. TAKIE CECHY TO STABILNY FUNDAMENT NASZEJ MARKI MIEJSCA ATRAKCYJNEGO DLA TURYSTY, BIZNESU, ZAMIESZKANIA - MUSIMY BYĆ WCIAŻ OBECNI NA TAKICH IMPREZACH JAK TARGI.

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

POTRZEBA PROMOCJI REGIONU, GMINY, KWATERODAWCÓW TO JEDNE Z WIELU CELÓW STATUTOWYCH STOWARZYSZENIA KWATERODAWCÓW. BEZ PROMOCJI NIE MA DZIAŁALNOŚCI TURYSTYCZNEJ. WŁAŚNIE POPRZECZ PROMOCJĘ WYPRACOWUJEMY SOBIE I CAŁEJ LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI POŚREDNIO I BEZPOŚREDNIO ZWIĄZANEJ Z DZIAŁANAMI W TURYSTYCE WIEJSKIEJ POJĘCIE MARKI – PRODUKTU KTÓRY W PRZYSZŁOŚCI ZWIĘKSZY NASZE DOCHODY. PROCES KSZTAŁTOWANIA MARKI MIEJSCA, USŁUG NA WYSOKIM POZIOMIE ORAZ WALORÓW HISTORYCZNYCH, KULTUROWYCH I PRZYRODNICZYCH POWINIEN BYĆ MOCNO OSADZONY W CELACH LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI. PROMOCJA JEST NIEZBĘDNA W CELU ROZWOJU NASZEJ GMINY, REGIONU ORAZ PODNOSZENIA ZAMOŻNOŚCI LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI, BIZNESU, SAMORZĄDU I WSZYSTKICH LUDZI PRACUJĄCYCH W TURYSTYCE. WYJAZD. NA IMPREZY PROMOCYJNE TYPU FESTYNY, PIKNIKI, TARGI TO JEDEN Z WIELU ELEMENTÓW PROMOCYJNYCH PRZYCZYNIAJĄCYCH SIĘ DO ZWIĘKSZENIA ILOŚCI PRZYBYWAJĄCYCH TURYSTÓW. WYJAZD NA TARGI DO GDAŃSKA JEST KONIECZNY ZE WZGLĘDU NA WIELU TURYSTÓW Z TYCH OKOLIC NA WEEKEND- TZ. TURYSTÓW WEEKENDOWYCH. TARGI W KIELCACH TO OKAZJA DO SZERSZEJ PROMOCJI GMINY SMOŁDZINO W POŁUDNIOWEJ CZĘŚCI KRAJU. WŁAŚNIE NA TYCH TARGACH/BADANIA ANKIETOWE/. POPRZECZ PATRONAT POLSKIEJ FEDERACJI TURYSTYKI WIEJSKIEJ GG W WARSZAWIE I STOWARZYSZENIE AGROTURYZMU Z GDAŃSKA MAMY WIĘKSZE MOŻLIWOŚCI SPÓJNEJ PROMOCJI. POKAZANIE TAM TEŻ NASZEJ KULTURY W POSTACI WYROBÓW NASZYCH TWÓRCÓW LUDOWYCH NA PEWNO SPOWODUJE TO WZROST ODWIEDZIN TURYSTÓW Z TAMTYCH OKOLIC. BEZ SPÓJNEJ, WSPÓLNEJ, KOMPLEKSOWEJ PROMOCJI NIE MA KSZTAŁTOWANIA MARKI MIEJSCA JAKO ELEMENTU NASZEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO, NASZA DUMA I PATRIOTYZM LOKALNY POZWALA NA ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ Z SZACUNKIEM DLA KULTURY, TRADYCJI, WALORÓW PRZYRODNICZYCH. POPRZECZ PROMOCJE TYPU BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH UZYSKUJEMY WYRAŻNĄ, PRZYCIĄGAJĄCĄ I WYJĄTKOWĄ MARKĘ MIEJSCA KTÓRA KUSI TURYSTÓW. PROMOCJA POWODUJE ZWIĘKSZENIE LICZBY TURYSTÓW CO ZATEM POWODUJE WZROST MIEJSC PRACY ORAZ ZASOBNOŚCI PORTFELA MIESZKAŃCÓW.

3. Opis grup adresatów zadania publicznego

NASZE ZADANIE PUBLICZNE REALIZOWANE M.IN. W POSTACI UCZESTNICTWA W TARGACH ADRESOWANE JEST DO TURYSTÓW, KTÓRZY ZEHCIELIBY ODPOCZAĆ W WJĄTKOWYM MIEJSCU-SKORZYSTAĆ Z OFERTY NASZYCH

GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH-ZASMAKOWAĆ TRADYCYJNEJ KUCHNI, POZNAĆ WALORY HISTORYCZNO – KULTUROWE I PRZYRODNICZE NASZEGO TERENU, DLA BIZNESU KTÓRY CHCIAŁBY ZAINWESTOWAĆ W ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ NASZYCH TERENÓW, DLA DZIECI W CELACH EDUKACJI HISTORYCZNEJ, KULTUROWEJ I PRZYRODNICZEJ NASZYCH TERENÓW WYJĄTKOWO CENNYCH, DLA PRZYRODNIKÓW, REPORTERÓW, AUTORÓW KSIĄŻEK, DLA HISTORYKÓW ZAJMUJĄCYCH SIĘ KULTURĄ SŁOWIŃCÓW, DLA EKOLOGÓW, DLA WSZYSTKICH ZAINTERESOWANYCH POZNANIEM WALORÓW NASZEJ GMINY.

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/oferenci¹⁾ otrzymał/otrzymali¹⁾ dotację** na dofinansowanie inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego z podaniem inwestycji, które zostały dofinansowane, organu który udzielił dofinansowania oraz daty otrzymania dotacji.¹¹⁾

STOWARZYSZENIE NIE KORZYSTAŁO Z DOTACJI

6. **Zakładane cele realizacji zadania publicznego oraz sposób ich realizacji**

CZŁONKOWIE STOWARZYSZENIA, HAFCIARKI NA STOISKU WYSTAWIENNICZYM OFEROWALI BĘDĄ PRODUKTY REGIONALNE WYPRODUKOWANE PRZEZ NASZYCH TWÓRCÓW LUDOWYCH ORAZ PRZEDSTAWICIELI GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH. POPRZEZ WYDAWNICTWA, ULOTKI PROMOCYJNE BĘDZIEMY INFORMOWAĆ, ZACHĘCAĆ DO PRZYJAZDU W NASZE STRONY. PROMOCJA FILMU O NASZEJ GMINIE NA PEWNO PRZYCIĄGNIĘ WIELU TURYSTÓW ZACIEKAWIONYCH POZNANIEM WALORÓW HISTORYCZNYCH, KULTUROWYCH I PRZYRODNICZYCH, ORAZ OFERTĄ BAZY NOCLEGOWEJ I ATRAKCJAMI. WSZYSCY UCZESTNICY BĘDĄ UBRANI W STROJE REGIONALNE CO BĘDZIE CIESZYŁO SIĘ DUŻYM ZAINTERESOWANIEM I CHĘCIĄ POZNANIA NASZYCH TERENÓW. MATERIAŁY PROMOCYJNE POZWOLĄ NA ZAPRASZANIE INFORMOWANIE POTENCJALNYCH TURYSTÓW. UCZESTNICTWO W KONKURSACH TO TEŻ RODZAJ ZAPROMOWANIA POTRAW KUCHNI REGIONALNEJ, REGIONU, GMINY, STOWARZYSZENIA GOSPODARSTWA. ROZDAWANE BĘDĄ PAMIĄTKI REGIONALNE WYPRODUKOWANE PRZEZ LOKALNYCH TWÓRCÓW I CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA ORAZ OSOBY NIEPEŁNOSPRAWNE Z OŚRODKA POMOCY W GARDNIE. KOLPORTAŻ ULOTEK MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH POPRZEZ FEDERACJĘ NA POZOSTAŁYCH TARGACH W CAŁEJ POLSCE TO WIELKI ATRYBUT I ELEMENT SPÓJNEJ PROMOCJI CO W PRZYSZŁOŚCI SPOWODUJE WIĘKSZY NAPŁYW TURYSTÓW.

7. Miejsce realizacji zadania publicznego

ZADANIE BĘDIE REALIZOWANE NA IMPREZIE PROMOCYJNEJ TYPU TARGI TURYSTYCZNE W DNIACH 13-15.04.2012 W GDAŃSKU UL. BINIOWSKIEGO5 GDAŃSK-OLIWA ORAZ NA TARGACH TURYSTYCZNYCH W DNIACH 20-22.04.2012R W KIELCACH AGROTRAWEL ORAZ NA TERENIE GMINY I POWIATU SŁUPSKIEGO W OKRESIE od 01.03.2012 do .30.05.2012

8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego¹²⁾

-WYNAJEM BUSA Z KIEROWCĄ W CELU DOJAZDU NA TARGI OGÓŁEM KM 2000X1.30=2.600
 -ZAKWATEROWANIE I WYŻYWIENIE 5OSOBX 90X6DNI=2.700
 -ZAKUP BANERU PROMOCYJNEGO 1SZT=500
 -ZAKUP MAP ZE SZLAKAMI TURYSTYCZNYMI 200SZTX3,99=798
 -ZAKUP PŁYT DVD I NAGRANIE FILMU REKLAMOWEGO O GMINIE SMOLDZINO SZT 100X2,50=250
 -UBEZPIECZENIE WYJAZDU 2 RAZYX100=200
 -OPŁATA ZA MIEJSCE WYSTAWIENNICZE 2MIEJSCAX500=1.000
 -ZAKUP MATERIAŁÓW ORAZ PRODUKTÓW CELU WŁASNORĘCZNEGO WYTWORZENIA PAMIĄTEK PROMOCYJNYCH ORAZ WYPRODUKOWANIA POTRAW REGIONALNYCH 1 ZDARZENIAX850=850
 -WYDRUK ULOTKI Z BAZĄ NOCLEGOWĄ ZE ŚRODKÓW FINANSO STOWARZYSZENIA W IL 1000SZTX1.25=1.250 POKRYTE Z KONTA STOWARZYSZENIA
 -OBSŁUGA STOISKA WYSTAWIENNICZEGO DNIA 13.04.2012 DO 15.04.2012 ORAZ 20.04.2012 DO 22.04.2012 5 OSÓBX8GODZ=48X6DNIX5ZŁ/GODZ=1440-WKŁAD WŁASNEJ PRACY CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA
 OGÓŁEM WYDATKI NA DWA WYJAZDY NA TARGI PROMOCYJNE TO 11.588 W TYM WKŁAD FINANSOWY STOWARZYSZENIA 1.250 ZŁ I NIE FINANSOWY 1.440-
 WNIOSKOWANA KWOTA NA REALIZACJĘ ZADANIA PUBLICZNEGO **8.898,00ZŁ**
 WTRAKCIE REALIZACJI ZADANIA STOWARZYSZENIE PROWADZI WARSZTATY RĘKODZIELA LUDOWEGO DLA LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI PROMUJĄC PRZY TYM WALORY GMINY SMOLDZINO.

9. Harmonogram¹³⁾

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 1.03.2012 do 30.05.2012		
R	Terminy realizacji poszczególnych działań	Oferent lub inny podmiot odpowiedzialny za działanie w zakresie realizowanego zadania publicznego
Poszczególne działania w zakresie realizowanego zadania publicznego ¹⁴⁾		
1) PODPISANIE UMOWY WSTĘPNEJ O WYNAJEM BUSA W CELU DOJAZDU NA TARGI W GDAŃSKU I KIELCACH –	1.03.2012	STOWARZYSZENIE
2)SPORZĄDZENIE WSTĘPNEJ UMOWY NA TEMAT UBEZPIECZENIA WYJAZDÓW,	-MARZEC 2012	ROZWOJU
3)REZERWACJA ZAKWATEROWANIA ,WYŻYWIENIA W GDAŃSKU W DOMU WZASOWYM RZEMIEŚLNIAK UL PIASTOWSKA 206 I WPLATA ZADATKU	-MARZEC 2012	TURYSTYKI
4)REZERWACJA ZAKWATEROWANIA I WYŻYWIENIA W HOTELU BARTEK KIELCE UL PIEKOSZOWSKA27 ORAZ WPLATA ZADATKU, ,	MARZEC 2012,	WIEJSKIEJ
5)ZAPROJEKTOWANIE I ZLECENIE WYKONANIA TABLICY TYPU		SŁOWINIEC W SMOŁDZINIE

BANER REKLAMOWEJ STOJĄCEJ, 6) ZAKUP MAP ZE SZLAKAMI PIESZYM I ROWEROWYMI W ILOŚCI 200SZT 7)ZAKUP PŁYT DVD I NAGRANIE FILMU REKLAMOWEGO W ILOŚCI 100SZT 8)REZERWACJA POWIERZCHNI WYSTAWIENNICZYCH NA TARGACH W GDAŃSKU I W KIELCACH 9)ZAKUP MATERIAŁÓW I WYKONANIE PAMIĄTEK REGIONALNYCH PRZEZ TWÓRCÓW LUDOWYCH, CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA ORAZ OSOBY NIEPEŁNOSPRAWNE Z ŚRODOWISKOWEGO DOMU POMOCY W GARDNIE WIELKIEJ ORAZ ZAKUP PRODUKTÓW DO SPORZĄDZENIA POTRAW REGIONALNYCH NA DEGUSTACJĘ PODCZAS TARGÓW, -WYDRUKOWANIE ULOTKI BAZA NOCLEGOWA Z FUNDUSZY STOWARZYSZENIA 1000SZTX1,25=1.250POKRYTYE ZE ŚRODKÓW FINANSOWYCH STOWARZYSZENIA, -OBSŁUGA STOISKA WYSTAWIENNICZEGO OD13.04.2012DO 15.04.2012 ORAZ OD 20.04.2012 DO 22.04.2012 JAKO WKŁAD WŁASNEJ PRACY WYCENIONY 6OSÓBX8GODZ=48X6DNIX5ZŁ/GODZ=1.440, - WARSZTATY REKODZIEŁA LUDOWEGO	MARZEC 2012, MARZEC 2012, -MARZEC 2012 -MARZEC 2012, -MARZEC 2012 -MARZEC 2012, KWIECIEŃ 2012, MARZEC-MAJ 2012 -	
---	---	--

10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego¹⁵⁾

ZAKŁADANE REZULTATY ZADANIA SĄ TRUDNE DO OKREŚLENIA W LICZBACH, GDYŻ NASZE ZADANIE ADRESOWANE JEST DO OGÓŁU TURYSTÓW, NA PEWNO PRZYCZYNI SIĘ DO ZWIĘKSZENIA ILOŚCI PRZYJAZDÓW TURYSTÓW W NASZE OKOLICE, BĘDZIE POZYTYWNYM ELEMENTEM KSZTAŁTOWANIA MARKI MIEJSCA JAKIM JEST NASZA GMINA. POZWOLI NA PRZEDSTAWIENIE ATRAKCYJNOŚCI NASZEGO TERENU W CELU ODWIEDZENIA.PROMOCJA POZWOLI NA POKAZANIE WALORÓW KULTUROWYCH TYPU KUCHNIA TRADYCYJNA-DEGUSTACJA PRZYCIĄGNIĘ CHETNYCH DO ODWIEDZNI I ZASMAKOWANIA NASZEJ KUCHNI,ZWIĘKSZY ILOŚĆ TURYSTÓW CIEKAWYCH NASZYCH WALORÓW HISTORYCZNYCH, KULTUROWYCH, PRZYRODNICZYCH, EKOTURYSTÓW. MATERIAŁY PROMOCYJNE POZWOJĄ NA POZNANIE TERENÓW PRZEZ WIELU TURYSTÓW CO SPOWODUJE ROZWÓJ NASZEJ GMINY, PODNIESIENIE JAKOŚCI ŚWIADCZONYCH USŁUG I ZAMOŻNOŚCI. UCZESTNICZTWO 5 OSÓB W TARGACH SPOWODUJE ZACIEŚNIENIE WIĘZI WSPÓŁPRACY MIEDZY STOWARZYSZENIEM, LOKALNYMI TWÓRCAMI I SAMORZĄDEM A WZORCE ZACZERPNIĘTE Z PODRÓŻY POZWOLĄ NA UATRAKCYJNIENIE NASZEJ OFERTY TURYSTYCZNEJ. ZAPRASZANIE POPRZEZ UCZESTNICZTWO W IMPREZACH PROMOCYJNYCH POWODUJE NAWIĄZYWANIE NOWYCH KONTAKTÓW BIZNESOWYCH MIEDZYSTOWARZYSZENIOWYCH. W CELU POPRAWNEJ PROMOCJI DANEGO REGIONU.PROMOCJA JEST KONIECZNA I POTRZEBNA Z KORZYŚCIĄ DLA KAŻDEGO ZAANGAŻOWANEGO. REZULTATY TYCH WYJAZDÓW TO NAPŁYW WIĘKSZEJ LICZBY TURYSTÓW ORAZ KSZTAŁTOWANIE MARKI MIEJSCA-MIEJSCA JAKIM JEST NASZA GMINA .

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)
	FIRMA TRANSPORTOWA PIOTR STACHURSKI 76- 200SŁUPSK							
	Koszty merytoryczne ¹⁸⁾ po stronie ... (nazwa Oferenta) ¹⁹⁾ : 1) .UMOWA O TRANSPORT...-KM FIRMA TRANSP..... 2) ZAKWATEROWANIE I WYŻYWIENIE 3) POLISA UBEZP. WYJAZDÓW	2000	1,30	KM	2.600	2.600	0,00	0,00
		5	540	FAKTURA	2.700	2.700	0,00	0,00
		2	100	FAKTURA	200	200	0,00	0,00
II	Koszty obsługi ²⁰⁾ zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie ... (nazwa Oferenta) ¹⁹⁾ : 1) .OBSŁUGA STOISKA WYSTAWIENNICZEGO 5 OSÓB X 8 GODZ X 6 DN X 5 ZŁ.	288god	5 zł/h	OŚWIADCZENIA	1.440	0,00	0,00	1,440

	inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie ... (nazwa Oferenta) 19) :							
	1) TABLICA PROMOCYJNA	1	500	FAKTURA	500	500	0,00	0,00
	2) MAPY Z TRASAMI ROWEROWYMI I PIESZYMI	200	3,99	FAKTURA	798	798	0,00	0,00
	3) PŁYTY DVD do nagrania filmu	100	2,50	Rachunek	250	250	0,00	0,00
	4) ZAKUP MATERIAŁÓW DO WYKONANIA PAMIĄTEK REGIONALNYCH PRODUKTÓW DO WYKONANIA POTRAW	1	850	UMOWA O DZIEŁO	850	850	0,00	0,00
	5) REZERWACJA POWIERZCHNI WYSTAWIENNICZYCH	2	500	FAKTURY	1.000	1.000	0,00	0,00
	6) WYDRUK ULOTKI Z BAZĄ NOCLEGOWĄ	1000	1,25	R-KI	1.250	0,00	1.250	0,00
IV	Ogółem:				11.588	8.898	1.250	1.440

2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

1	Wnioskowana kwota dotacji	8.898	76,78%
2	Środki finansowe własne ¹⁷⁾	1.250 zł	11,13 %
3	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3) ¹¹⁾	0,00 zł	0,00 %
3.1	wpłaty i opłaty adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾	0,00 zł	0,00 %
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⁾	0,00 zł	0,00 %
3.3	pozostałe ¹⁷⁾	0,00 zł	0,00%
4	Wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków)	1.440 zł	9,09%
5	Ogółem (środki wymienione w pkt 1- 4)	11.588Zł	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
NIE DOTYCZY	NIE DOTYCZY	TAK/NIE ¹⁾	NIE DOTYCZY
		TAK/NIE ¹⁾	
		TAK/NIE ¹⁾	
		TAK/NIE ¹⁾	

Uwagi, które mogą mieć znaczenie przy ocenie kosztorysu:

WE WŁASNYM ZAKRESIE SPORZĄDZAMY POTRAWY REGIONALNE DO DEGUSTACJI I UCZESTNICTWA W KONKURSACH KULINARNYCH, WE WŁASNYM ZAKRESIE PIECZEMY CIASTA JAKO DEGUSTACJA, WE WŁASNYM ZAKRESIE DEKORUJEMY I ARANŻUJEMY STOISKO WYSTAWIENNICZE Z MATERIAŁÓW DOSTĘPNYCH W STOWARZYSZENIU TYPU ELEMENTY TRADYCYJNE, ULOTKI, ZAKŁADKI
 POZYSKUJEMY WE WŁASNYM ZAKRESIE MATERIAŁY PROMOCYJNE OD
 -SŁOWIŃSKIEGO PARKU NARODOWEGO
 -MUZEUM WSI SŁOWIŃSKIEJ W KLUKACH
 OD POZOSTAŁYCH PRZEDSIĘBIORCÓW KWATERODAWCÓW
 -PROWADZIMY AKCJE PROMOCYJNO INFORMACYJNĄ NA STRONIE STOWARZYSZENIA POSZCZ. KWATERODAWCÓW.
 PROWADZONE SĄ WARSZTATY RĘKODZIEŁA LUDOWEGO W SIEDZIBIE STOWARZYSZENIA

-ZALEŻY NAM JAKO LOKALNYM PATRIOTOM NA KSZTAŁTOWANIU MARKI MIEJSCA JAKIM JEST NASZA GMINA

V. Inne wybrane informacje dotyczące zadania publicznego

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

WŁAŚCICIELE GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH PROWADZĄCYCH DZIAŁALNOŚĆ TURYSTYCZNĄ, UCZESTNICZĄCYCH WE WCZEŚNIEJSZYCH SZKOLENIACH, ZNAJĄCYCH KUCHNIĘ TRADYCYJNĄ, ZNAJĄCYCH WALORY PRZYRODNICZE, HISTORYCZNE, KULTUROWE NASZEJ GMINY, LOKALNI PATRIOCI. WSPÓŁPRACA ZE SP, „MUZEUM WSI SŁOWIŃSKIEJ, PRYWATNYM BIZNESEM, PRZEDSTAWICIELE TWÓRCÓW LUDOWYCH-HAFCIARK,I ZNAJĄCY TRADYCJE REGIONALNE.

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

SPRZĘT KOMPUTEROWY STOWARZYSZENIA DO PREZENTACJI FILMU REKLAMOWEGO ULOTKI DOTYCZĄCE TRADYCJI REGIONU MUZEUM WSI SŁOWIŃSKIEJ MAPY ZE SZLAKAMI ROWEROWYMI, PIESZYMI, SPRZĘT FOTOGRAFICZNY PRYWATNY KWATERODAWCÓW, WYDAWNICTWA NA TEMAT REGIONU, ULOTKI, I BAZA NOCLEGOWĄ.

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

WYJAZD NA TARGI TURYSTYCZNE WCZEŚNIEJ DO WARSZAWY I DO GDAŃSKA FINANSOWANY PRZEZ URZĄD GMINY W POPRZEDNICH LATACH.

4. Informacja, czy oferent/offerenci¹⁾ przewiduje(-ą) zlecać realizację zadania publicznego w trybie, o którym mowa w art. 16 ust. 7 ustawy dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

NIE DOTYCZY

Oświadczam (-y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne w całości mieści się w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta/offerentów¹⁾;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie¹⁾ opłat od adresatów zadania;
- 3) oferent/offerenci¹⁾ jest/są¹⁾ związany(-ni) niniejszą ofertą do dnia
- 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/offerenci¹⁾ 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⁾;
- 7) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym.

**Stowarzyszenie Rozwoju
Turystyki Wiejskiej
„Słowniec”**
76-214 Smolczyno, ul. Boh. Warszawy 30
tel. 059 811 73 55

PREZES

Stowarzyszenia Rozwoju Turystyki
Wiejskiej „SŁOWNIEC”



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

WICEPREZES

Stowarzyszenia Rozwoju Turystyki
Wiejskiej „SŁOWNIEC”



Data... 24.02.2012.....

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 straż 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 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.