

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

TURYSTYKA I KRAJOZNAWSTWO

.....
(rodzaj zadania publicznego/

**ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY
SMOŁDZINO..POPRZEZ PROMOCJE "BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH"**
(tytuł zadania publicznego)

w okresie od 01.03.2014 do .30.06..2014

W FORMIE
POWIERZENIE REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

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 SMOŁDZINO

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⁾
.....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 SMOŁDZINO,
-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 przedsiębiorcówNIE 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. Krótka charakterystyka zadania publicznego-

ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY SMOŁDZINO POPRZEZ PROMOCJE "BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH". W GMINIE SMOŁDZINO PRACUJE SIĘ POPRZEZ WIELE SKOORDYNOWANYCH DZIAŁAŃ I ZAANGAŻOWANIA KAPITAŁU SPOŁECZNEGO –NAD STWORZENIEM PRODUKTU LOKALNEGO I JEGO SIECOWANIA I PROMOCJI. W ZALEŻNOŚCI OD POTRZEB TURYSTY. JEST NIEOCENIONĄ WARTOŚCIĄ I NIEZBĘDNĄ DO REALIZACJI W NASZEJ GMINIE, CO POZWALA WYRÓŻNIĆ MIEJSCE I ZBUDOWAĆ PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ W OPARCIU O WALORY NP. HISTORYCZNE, KULTUROWE CZY PRZYRODNICZE. POZYTYWNE SKOJARZENIA POZWOLA PRZYCIĄGNAĆ TURYSTÓW A ZARAZEM WZMOCNIĄ MARKE 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 I MIEĆ PRODUKT TURYSTYCZNY, MUSI POSIADAĆ ŁATWE DO ZIDENTYFIKOWANIA WYRÓZNIAJĄCE SIĘ CECHY CHARAKTERYSTYCZNE JAK W NASZYM PRZYPADKU ZAPISANE W STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W GMINIE SMOŁDZINO. ELEMENTEM DECYDUJĄCYM O PRODUKCIE I JEGO JAKOŚCI –JEST TO CO SIĘ SKŁADA NA JEGO KONTEKST: T.J. WIZERUNEK REGIONU, WALORY PRZYRODNICZO-KULTUROWO-HISTORYCZNE, WARUNKI INFRASTRUKTURALNE, BEZPIECZEŃSTWO, CZYSTOŚĆ OTOCZENIA, ORAZ WŁADZE SAMORZĄDOWE I ICH POLITYKA ORAZ ZAANGAŻOWANIE. TURYSTA PRZYBYWAJĄCY DO

NASZEJ GMINY MOŻE BYĆ ZAINTERESOWANY WIELOMA PRODUKTAMI TURYSTYCZNYMI,-
TAKIE MAMY ZAPISANE W STRATEGII-NALEŻY TYLKO PODEJMOWAĆ SKOORDYNOWANE
DZIAŁANIA DO ICH WDRAŻANIA. DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA SĄ SPÓJNE Z DZIAŁANIAM
GMINY I KONCENTRUJĄ SIĘ W TYCH SAMYCH KIERUNKACH:

- BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH,
- W POSZUKIWANIU KULTURY SŁOWIŃCÓW
- AKTYWNE WAKACJE
- PTASI RAJ

TURYSTYKA W GMINIE JEST DOMINUJĄCĄ GAŁĘZIĄ GOSPODARKI I ZNACZĄCYM ŹRÓDŁEM
DOCHODÓW DLA MIEJSCOWEJ SPOŁECZNOŚCI ORAZ PANUJE PRZEKONANIE ,IŻ TURYSTA
MOŻE BYĆ MOTOREM NAPEŁDOWYM ROZWOJU I PRZEKŁADAĆ SIĘ NA WYMIERNE KORZESCI
FINANSOWE ORAZ POPRAWĘ ŻYCIA SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ.POZYSKANE ŚRODKI Z
FUNDUSZY UNIJNYCH WZBOGACAJĄ OFERTĘ TURYSTYCZNĄ ORAZ PODNOSZĄ JAKOŚĆ
ŚWIADCZONYCH USŁUG.WSZYSCY WZAJEMNIE ZACHĘCAMY DO BUDOWANIA PRODUKTÓW
NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI,POPURZEZ WSPÓŁPRACĘ I PROPONUJEMY TURYSTOM MIESZANKĘ
OFERTY WYPOCZYNKOWEJ.

WŁAŚNIE TAKIE CECHY WYRAŻNE I PRZYCIĄGAJĄCE STANĄ SIĘ FUNDAMENTEM ,NA
KTÓRYM MOŻNA UCZYNIĆ MIEJSCE ATRAKCYJNE DLA TURYSTY, BIZNESU A TAKŻE DLA
MIESZKAŃCÓW ORAZ MIEJSCE DO OSIEDLANIA SIĘ.JEDNYM Z WIELU ETAPÓW BUDOWANIA
MARKI PRODUKTU TURYSTYCZNEGO W GMINIE SMOŁDZINO JEST BUDOWANIE WSPÓLNEJ I
SPÓJNEJ PROMOCJI, KTÓRĄ STOWARZYSZENIE ROZWOJU TURYSTYKI WIEJSKIEJ
„SŁOWINIEC” PROWADZI OD WIELU LAT JAKO CEL STATUTOWY,WPROWADZA TAKŻE NOWE
TECHNOLOGIE IMNFORMATYCZNE,STRONA WWW.SLOWINIEC.PL ORAZ
FACEBOK.PROWADZIMY WIEJSKIE CENTRUM TURYSTYKI/NAGRODZONE CERTYFIKATEM
MARKI ZIELONE SERCE POMORZA/. DLA UMOCNIENIA TEJ MARKI JEST UCZESTNICZTWO W
IMPREZACH PROMOCYJNYCH WYJAZDOWYCH TO NAJLEPSZA PROMOCJA, MUSI BYĆ
PROWADZONA WIELOPOZIOMOWO, SPÓJNIE I CIĄGLE.. JEDNĄ Z WIELU FORM PROMOCJI
JEST UCZESTNICZTWO W TARGACH TURYSTYCZNYCH, GDZIE PROMUJEMY SVOJE
PRODUKTY TURYSTYCZNE,KOLEJNYM ETAPEM JEST TAKŻE UMACNIANIE TEJ MARKI
POPURZEZ PROJEKT-ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY
SMOŁDZINO"BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH" POBYTOWY DLA MEDIÓW -BLOGERÓW Z
POLSKI NA ZASADZIE WIZYTY STUDYJNEJ DLA OKREŚLONEJ GRUPY,W OKREŚLONYM CZASIE
O CHARAKTERZE PROMOCYJNO-KULTUROWO-EDUKACYJNYM.PODCZAS BUDOWANIA
PAKIETU UWZGLĘDNIONO KONCEPCJĘ SKŁADAJĄCĄ SIĘ Z:ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO
SPN,HISTORIĘ I TRADYJCJĘ REGIONU-MUZEUM WSI SŁOWIŃSKIEJ,DZIDZICTWO
KULTUROWE/RĘKODZIELNICTWO,HAFTY/KUCHNIĘ REGIONALNĄ/KWATERODAWCY,KARCZMA
U DARGOSCHA/ATRAKCJE REGIONU,SPOŁECZNOŚĆ
LOKALNĄ/PRZEDSIĘWZIĘCIA,INICJATYWY/ WZIĘTO TAKŻE POD UWAGĘ REALIA
GEOGRAFICZNE,GOSPODARCZE,KULTUROWE,HISTORYCZNE,JĘZYKOWE ORAZ SPECYFIKĘ
REGIONU . PROMOCJA-BAŁTYK DKA WTAJEMNICZONUCH-POZWOLI ZAITERESOWANYM NA
WIELOPŁASZCZYZNOWE ZAINERESOWANIE GMINĄ .IDEA TEGO PRODUKTU TO TAKŻE
ELEMENT PROMOCYJNY W POSTACI TAJEMNICZOŚCI LOKALIZACJI GMINY. WSZYSTKIE
NASZE PRODUKTY ODZWIRCIEDLAJĄ TOŻSAMOŚĆ NASZEGO MIEJSCA I SĄ ADEKWATNE DO
RZECZYWISTOŚCI-NALEŻY TYLKO KROK PO KROKU PROWADZIĆ DO SPÓJNEGO BUDOWANIA
I WDRAŻANIA DO REALIZACJI. NALEŻY SKUPIĆ SIĘ NA BARDZIEJ AKTYWNEJ
WIELOPŁASZCZYZNOWEJ PROMOCJI-SPÓJNEJ, KTÓREJ CELEM BĘDZIE TAKŻE PODNIESIENIE
JAKOŚCI ŚWIADCZONYCH USŁUG JAK I PODNIESIENIE WIEDZY I UMIEJĘTNOŚCI NA TEMAT
TWORZENIA PAKIETÓW POBYTOWYCH ORAZ PAKIETÓW PROMOCYJNYCH,KTÓRYM JEST TEN
PROJEKT.WIARYGODNA MARKA MA NIEOCENIONĄ WARTOŚĆ I JEST NIEZBĘDNA W
TURYSTYCE I PROMOCJI,ODPOWIADA ZA PIERWSZE WRAŻENIA,POZWALA WYRÓŻNIĆ NA TEL
IINYCH MIEJSC ORAZ BUDOWAĆ PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ W OPARCIU O UNIKATOWE
WALORY PRZERODNICZE.GMINA SMOŁDZINO NIE BĘDZIE ANONIMOWYM OBSZAREM MIĘDZY
ROWAMI A ŁEBĄ ,PROMOCJA POZWOLI ODŚWIEŻYĆ I OŻYWIĆ OFERTĘ TURYSTYCZNĄ ORAZ
KOMERCJALIZOWAĆ JĄ W SPOSÓB NOWOCZESNY.NAJATRAKCYJNIEJSZE
MIEJSCA,ZACHĘCAJĄCE WYDARZENIA,ŻYWA KULTURA,WYSELEKJONOWANE INFORMACJE
TO ELEMENTY,KTÓRE WSPÓLNIE STWORZĄ SPÓJNĄ I WYRÓŻNIKOWĄ OFERTĘ
TURYSTYCZNĄ GMINY , BĘDZIE NOWOCZESNYM MATERIAŁEM PROMOCYJNYM.BĘDZIE TO
PODSTAWA NA KTOREJ OPRZE SIĘ MARKA BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH. SKUPIAJĄC
ESENCJĘ ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ NASZEJ GMINY ,PROMOCJA SPEŁNI

OCZEKIWANIA PRZEWAŻAJĄCEJ GRUPY TURYSTÓW.

W RAMACH PROJEKTU –ZADANIA PUBLICZNEGO-ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY SMOŁDZINO POPRZEZ PROMOCJE "BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH", STOWARZYSZENIE PLANUJE :

1) WYJAZD NA MIĘDZYNARODOWE TARGI AGROTURYSTYCZNE W GDAŃSKU

UL.Żagłowa 11- W KWIETNIU 11-12 2015R FESTIWAL TURYSTYKI I SPĘDZANIA CZASU WOLNEGO

IMPREZA SKUPIAJĄCA DZIAŁANIA POWIĄZANE Z TURYSTYKĄ WIEJSKĄ, AGROTURYSTYKĄ, SMAKAMI REGIONU ORAZ RĘKODZIEŁO I TRADYCJA. 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, POTRAW TRADYCYJNYCH DANEGO REGIONU, PANELE DYSKUSYJNE, SEMINARIA, KONKURSY WARSZTATY TO DZIAŁANIA ZNANE STOWARZYSZENIU Z WCZEŚNIEJSZEGO UCZESTNICTWA I POZWALAJĄCE W PEŁNI REALIZOWAĆ NASZE CELE STATUTOWE. PROMOCJA POPRZEZ UCZESTNICTWO W TYCH DZIAŁANIACH POZWOLI NAM NA ZAPREZENTOWANIE NASZYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH, SMAKÓW NASZEGO REGIONU NASZEGO MIEJSCA - NASZEJ GMINY, WALORÓW KULTUROWYCH JAK ELEMENTY ZDOBNICZE HAFTU KASZUBSKIEGO ORAZ PRACE RĘKODZIELNICZE NASZYCH PRZEDSIĘBIORCÓW I SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ Z WARSZTATÓW ROZMAITOŚCI.. WSPÓLNE INICJATYWY W ZAKRESIE ROZWOJU PRODUKTÓW NASZEGO REGIONU POZWOLĄ WYJŚĆ PONAD BIEŻĄCE DZIAŁANIA SAMYCH SAMORZĄDÓW. REALIZACJA WSPÓLNYCH SKOORDYNOWANYCH DZIAŁAŃ POZWALA NA WZMACNIANIE MARKI DANEGO PRODUKTU REGIONU I ZWIĘKSZA SPÓJNOŚĆ WIZERUNKU, UATRAKCYJNIA OFERTĘ, ORAZ ROZSZERZA OFERTĘ I POZWALA PRZEDŁUŻYĆ SEZON. BUDOWANIE TAJEMNICZOŚCI PRODUKTU-BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH WZBUDZI CIEKAWOŚĆ OFERTY I JEJ ZAINTERESOWANIE. POPRZEZ ORGANIZACJĘ WARSZTATÓW HAFTU KASZUBSKIEGO, ORAZ RĘKODZIELNICTWA, BĘDIEMY MIELI SZANSE POKAZANIA NASZYCH PRODUKTÓW ORAZ ZAPREZENTOWANIA SIĘ Z CAŁĄ OFERTĄ W TYM MATERIAŁY PROMOCYJNE, FILM, ORAZ ELEMENTY ZDOBNICZE WŁASNORĘCZNIE ROBIONE NA WARSZTATACH ROZMAITOŚCI W WCT. WSZYSTKIE ELEMENTY PROMOCYJNE ZOSTANĄ UDOSTĘPNIONE BEZPŁATNIE DLA ZWIEDZAJĄCYCH I ZAINTERESOWANYCH. WSZYSCY CHĘTNI BĘDĄ MIELI MOŻLIWOŚĆ UCZESTNICTWA W WARSZTATACH ORAZ ZDEGUSTOWAĆ NASZE PRODUKTY JAKO POCZĘSTUNEK, OTRZYMAĆ ELEMENT RĘKODZIELNICZY W PREZENCIE WRAZ Z MATERIAŁEM PROMOCYJNYM TYPU ULOTKA, MAPA, FILM, POCZTÓWKA

WYJAZD NA TARGI DO GDAŃSKA OBEJMUJE:

- ZAKUP PALIWA DO 2 SAMOCHODÓW PRYWATNYCH CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA W/G KM
- UBEZPIECZENIE WYJAZDU, UCZESTNIKÓW,
- OPLATA ZA WYNAJĘCIE STOISK WYSTAWIENNICZEGO,
- ZAKUP MATERIAŁÓW ORAZ PRODUKTÓW DO PRZEPROWADZENIA WARSZTATÓW 2DNIOWYCH -HAFTU KASZUBSKIEGO, RĘKODZIELNICZYCH Z PAPIERU-GUILLING
- ZAKUP PRODUKTÓW DO PRZYGOTOWANIA POTRAW DO POCZĘSTUNKU PODCZAS TARGÓW,
- PREZENTACJE MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH/FILM, MAPY, ULOTKI, POCZTÓWKI/ ORAZ WYROBÓW RĘKODZIELNIKÓW TJ. CERAMIKA, HAFTY, KOSZE WIKLINOWE, KLUMPY ORAZ INNE ELEMENTY RĘKODZIELNICZE Z WARSZTATÓW ROZMAITOŚCI- RĘKODZIEŁA LUDOWEGO. OGROMNYM ZAINTERESOWANIEM CIESZY SIĘ POKAZ HAFTU KASZUBSKIEGO ORAZ INNE WARSZTATY RĘKODZIELNICZE OFEROWANE BEZPŁATNIE DLA ZWIEDZAJĄCYCH. WIKLINA PAPIEROWA/
- WYDRUK MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA ORAZ KWATERODAWCÓW Z CAŁEJ GMINY WPISANYCH DO REJESTRU UG NA DZIEŃ 15.03.2015R
- ZAKUP PŁYT I NAGRANIE FILMU PROMOCYJNEGO O GMINIE SMOŁDZINO, W/G DOTYCHCZASOWYCH ZASAD/KOPIOWANIE/
- ZAKUP PRODUKTÓW DO SPORZĄDZENIA PAMIĄTEK REGIONALNYCH. WSZYSTKIE ELEMENTY ZAWARTE W BUDŻECIE ZOSTANĄ ROZDANE ZA DARMO W CELACH PROMOCYJNYCH, PRZEPROWADZANE BĘDĄ DEGUSTACJE, POKAZY, WARSZTATY, KOŁO HAFCIARSKIE, RĘKODZIELNICY, KWATERODAWCY/ZAKUPIMY PRODUKTY NA WARSZTATY TAKŻE, ELEM WYTWORZONE ROZDAMY. WSZYSTKIE ELEMENTY Z WARSZTATÓW ZOSTANĄ

ROZDANE ZA DARMO JAKO ELEMENT PROMOCYJNY LUB JAKO FANTY LUB NAGRODA ZA UCZESTNICTWO W WARSZTATACH.

-WYDRUK POCZTÓWEK Z GMINY SMOŁDZINO.

- KOSZTY WYJAZDU NA TARGI OBEJMUJĄ:

- 1) KOSZTY TRANSPORTU OGÓLEM KM -ZAKUP PALIWA DO 2 SAMOCHODÓWX175=350
- 2) ZAKUP PŁYT DVD I NAGRANIE FILMU REKLAMOWEGO O GMINIE SZT100X2,50=250
- 3) -UBEZPIECZENIE 1 WYJAZDÓW X100=100,
- 4) OPŁATA REJESTRACYJNA ZA STOISKO=300
- 5)ZAKUP MATERIAŁÓW DO SPORZĄDZANIA PAMIATEK REGIONALNYCH ORAZ DO PRZEPROWADZENIA WARSZTATÓW , , - RAZEM 1000ZŁ
- 6/ PŁAKATY I ULOTKI -WYDRUK 1000SZTX1,20=1200
- 7/ZAKUP PRODUKTÓW DO PRZYGOTOWANIA DEGUSTACJI 2DNI PO 500ZŁ=1000ZŁ
- 8/POCZTÓWKI ,KALENDARZYKI LISTKI-2015R 1800ZŁ
- OGÓLEM KOSZTY 6000ZŁ

INWESTYCJE W PROMOCJĘ GMINY SĄ NIEZBĘDNE I POZWALAJĄ NA MOŻLIWOŚCI ZAPREZENTOWANIA PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH NA WIELU PŁASZCZYZNACH ,W WIELU MIEJSCACH I NA WIELE SPOSOBÓW-JEDNYM ZE SPOSOBÓW ZAPREZENTOWANIA NASZEGO REGIONU NASZEJ GMINY SĄ TARGI TURYSTYCZNE.

ŻLIWOŚĆ WYJAZDU NA TARGI POZWOLI NA ZWIĘKSZENIE ILOŚCI PRZYBYŁYCH TURYSTÓW DO NASZEJ GMINY, CO BĘDZIE MIAŁO WPLYW 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. PRZEDSTAWI DZIAŁANIA SAMORZĄDU - AKTYWNOŚĆ I UCZESTNICTWO W IMPREZACH PROMOCYJNYCH POZWALA NA KSZTAŁTOWANIE MARKI PRODUKTU, 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 NASZEGO PRODUKTU"BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH", MIEJSCA ATRAKCYJNEGO DLA TURYSTY, BIZNESU, ZAMIESZKANIA .POKAZ RĘKODZIELNICTWA,HAFTU,KUCHNI REGIONALNEJ,POTRAW POZWOLI NA ROZWIŃCIE TURYSTYKI KULINARNEJ ZWIĄZANEJ Z DANYM REGIONEM I JEGO POTRAWAMI,WZBOGACI OFERTE TURYSTYCZNĄ NASZEJ GMINY.- MUSIMY BYĆ WCIAŻ OBECNI NA TAKICH IMPREZACH JAK TARGI.ABY ISTNIEĆ I BUDOWAĆ WIZERUNEK TRZEBA BYĆ-NIEOBECNI NIE MAJĄ GŁOSU.TRADYCYJNE METODY PROMOCJI MAJĄ TAKŻE ZNACZENIE GDYŻ OPRÓCZ TECHNOLOGII MULTIMEDIALNYCH MOŻNA NA ŻYWO ZASPOKOIĆ SWOJE WRAŻENIA WIZUALNIE ORAZ POZNAĆ WALORY SMAKOWE DANEGO REGIONU.TURYSTA W DZISIEJSZYCH CZASACH SZUKA TAKŻE TYCH DOZNAŃ,KTÓRE POTEM DECYDUJĄ O JEGO WYJAZDACH W DANY REGION.PRZEPROWADZENIE WARSZTATÓW POZWOLI ZAANGAŻOWAĆ CGĘTNYCH DO POZNANIA TAJNIKÓW NASZEGO RĘKODZIELNICTWA CHCEMY WSZYSTKIETE ELEMENTY POKAZAĆ I TYM TAKŻE ZACHĘCIĆ TURYSTÓW.

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 W GMINIE. 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, PRODUKTU „BAŁTYK DLA WTajemniczonych”, USŁUG NA WYSOKIM POZIOMIE ORAZ WALORÓW HISTORYCZNYCH, KULTUROWYCH I PRZYRODNICZYCH POWINIEN BYĆ MOCNO OSADZONY W CELACH LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI. PROMOCJA JEST NIEZBEDNA 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 PRZYCZYNIĄCYCH SIĘ DO ZWIĘKSZENIA ILOŚCI PRZYBYWAJĄCYCH TURYSTÓW. WYJAZD NA TARGI DO GDAŃSKA JEST KONIECZNY ZE WZGLĘDU NA WIELU TURYSTÓW Z TYCH OKOLIC NA WEEKEND- T.Z. TURYSTÓW WEEKENDOWYCH, A ORGANIZACJA POBYTU MEDIÓW STUDY TUR PRZYCZYNI SIĘ DO PROFESJONALNEJ PROMOCJI NASZEJ GMINY. POPRZECZ PATRONAT POLSKIEJ FEDERACJI TURYSTYKI WIEJSKIEJ GG W WARSZAWIE I STOWARZYSZENIE AGROTURYZMU Z GDAŃSKA NA TARGACH MAMY WIĘKSZE MOŻLIWOŚCI SPÓJNEJ PROMOCJI. POKAZANIE TAM TEŻ NASZEJ KULTURY W POSTACI WYROBÓW NASZYCH TWÓRCÓW LUDOWYCH, SMAKÓW NASZEGO REGIONU, DEGUSTACJI, POKAZÓW, WARSZTATÓW NA PEWNO SPOWODUJE WZROST ODWIEDZIN TURYSTÓW Z TAMTYCH OKOLIC. BEZ SPÓJNEJ, WSPÓLNEJ, KOMPLEKSOWEJ PROMOCJI, PROFESJONALNEJ NA CAŁĄ POLSKĘ ORAZ WYJAZDU NA TARGI NIE SPOWODUJEMY WIĘKSZEGO NAPŁYWU TURYSTÓW. DO PROMOCJI NALEŻY TAKŻE UŻYC NOWE TECHNOLOGIE MULTIMEDIALNE I DZIAŁANIE JEDNO I DRUGIE POWINNO WSPÓŁGRAC I TWORZYĆ RAZEM PAKIET PROMOCYJNY DLA NASZEJ GMINY, NASZA DUMA I PATRIOTYZM LOKALNY POZWALA NA ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ Z SZACUNKIEM DLA KULTURY, TRADYCJI, WALORÓW PRZYRODNICZYCH. POPRZECZ PROMOCJE TYPU BAŁTYK DLA WTajemniczonych UZYSKUJEMY WYRAŻNĄ, PRZYCIAGAJĄCĄ I WYJĄTKOWĄ MARKĘ MIEJSCA KTÓRA KUSI TURYSTÓW. PROMOCJA POWODUJE ZWIĘKSZENIE LICZBY TURYSTÓW CO ZATEM POWODUJE WZROST MIEJSC PRACY ORAZ ZASOBNOŚCI PORTFELA MIESZKAŃCÓW I SAMORZĄDU.

3. Opis grup adresatów zadania publicznego

PROJEKT REALIZOWANY M.IN. W POSTACI UCZESTNICTWA W TARGACH TURYSTYCZNYCH, ADRESOWANY JEST DO TURYSTÓW, KTÓRZY ZECHCIELIBY 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. DLA EDUKACJI SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ/DZIECI, DOROSŁYCH/WARSZTATY RĘKODZIEŁA LUDOWEGO, ROZWIĄZAŃ EKOLOGICZNYCH I BUDOWANIA PARTIOTYZMU LOKALNEGO .W CELACH PROMOCYJNYCH ABY MOŻNA BYŁO KSZTAŁTOWAĆ MARKĘ MIEJSCA JAKĄ JEST “BAŁTYK DLA WTajemniczonych” I WRÓZNIĆ JĄ ORAZ POPRZECZ PROMOCJĘ POPRAWNIE ZIDENTYFIKOWAĆ I ODWIEDZIĆ.

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

ZADANIE PUBLICZNE –TURYSTYKA I KRAJOZNAWSTWO-KSZTAŁTOWANIE MARKI MIEJSCA JAKO SPOSÓB NA PROMOCJE GMINY SMOLDZINO-W OKRESIE OD 1.03.2012 DO 30.05.2012 W FORMIE WSPIERANIA ZADANIA PUBLICZNEGO PRZEZ URZĄD GMINY W SMÓLDZINIE-5.04.2012 KWOTA 8898 UMOWA NR21/3/12,ORAZ 2013R-INICJOWANIE DZIAŁAŃ NA RZECZ KSZTAŁTOWANIA I PROMOCJI PRODUKTU LOKALNEGO”BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH” OD 01.03.2013 DO30.05.2013R-KW 9.839,69.W 2014-PROMOCJA GMINY SMOLDZINO "BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH"POPRZEZ STUDY TOUR I WYJAZD NA TARGI TURYSTYCZNEod 01.03.2014 do 30.06.2014r

6. Zakładane cele realizacji zadania publicznego oraz sposób ich realizacji

CZŁONKOWIE STOWARZYSZENIA,PRZEDSIĘBIORCY, HAFCIARKI NA STOISKU WYSTAWIENNICZYM OFEROWALI BĘDĄ MATERIAŁY PROMOCYJNE,MAPY,ULOTKI,FILM, PRODUKTY REGIONALNE WYPRODUKOWANE PRZEZ NASZYCH TWÓRCÓW LUDOWYCH ORAZ PRZEDSTAWICIELI GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH I INNYCH TWÓRCÓW,Z WARSZTATÓW ROZMAITOŚCI STOWARZYSZENIA. POPRZEZ WYDAWNICTWA, ELEMENTY RĘKODZIEŁA LUDOWEGO, FILM PROMOCYJNY I DEGUSTACJE POTRAW REGIONALNYCH, ULOTKI PROMOCYJNE, MAPY BĘDZIEMY INFORMOWAĆ, ZACHĘCAĆ DO PRZYJAZDU W NASZE STRONY. PROMOCJA FILMU O NASZEJ GMINIE NA PEWNO PRZYCIAGNIE WIELU TURYSTÓW ZACIEKAWIONYCH POZNANIEM WALORÓW HISTORYCZNYCH, KULTUROWYCH I PRZYRODNICZYCH, ORAZ OFERTĄ BAZY NOCLEGOWEJ I ATRAKCJAMI.NA STOISKU BĘDĄ PROWADZONE POKAZY WARSZTATÓW RĘKODZIEŁA;HAFTY,WIKLINA PAPIEROWA, GULLING. CIEKAWOŚĆ NASZEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO "BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH". 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. - ROZDAWANE BĘDĄ PAMIĄTKI REGIONALNE WYPRODUKOWANE PRZEZ LOKALNYCH TWÓRCÓW I CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA ORAZ OSOBY NIEPELNOSPRAWNE, I INNYCH TWÓRCÓW,DEGUSTACJA POTRAW ,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-OSÓB ZAINTERESOWANYCH UPRAWĄ EKOTURYSTYKI ORAZ AKTYWNEGO SPĘDZENIA WOLNEGO CZASU W NASZEJ GMINIE ZNAJDUJĄCEJ SIĘ W 65% NA TERENIE SŁOWIŃSKIEGO PARKU NARODOWEGO

7 . Miejsce realizacji zadania publicznego

ZADANIE BĘDZIE REALIZOWANE NA IMPREZIE PROMOCYJNEJ TYPU TARGI TURYSTYCZNE W DNIACH 11-12.04.2015 W GDAŃSKU UL.żagłowa 11

8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego¹²⁾

-

-ZAKUP PŁYT DVD I NAGRANIE FILMU REKLAMOWEGO O GMINIE SMOŁDZINO SZT 100X2,50=250
 -UBEZPIECZENIE WYJAZDU 1 RAZYX100=100
 -OPŁATA ZA MIEJSCE WYSTAWIENNICZE =300
 -ZAKUP MATERIAŁÓW ORAZ PRODUKTÓW W CELU WŁASNORĘCZNEGO WYTWORZENIA PAMIĄTEK PROMOCYJNYCH ORAZ ZAKUP PRODUKTÓW NA WARSZTY1000ZŁ
 -WYDRUK MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH 100SZT-1200ZŁ
 -ZAKUP PALIWA DO 2 SAMOCHODÓW CZŁONKÓW STOWARZYSZENIE 2X175ZŁ=350ZŁ
 -ZAKUP PRODUKTÓW NA DEGUSTACJE 2DNIX500ZŁ=1000ZŁ
 -POCZTOWKI,KALENDARZYKI 1800ZŁ
 -ZAKUP PŁYT DO ZGRANIA FILMU 250ZŁ
 OGÓŁEM WYDATKI NA WYJAZD 6000ZŁ

W TRAKCIE REALIZACJI ZADANIA STOWARZYSZENIE PROWADZI WARSZTATY REKODZIELA LUDOWEGO DLA LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI PROMUJĄC PRZY TYM WALORY GMINY SMOŁDZINO.PROWADZIMY WIEJSKIE CENTRUM TURYSTYKI –NAGRODZONA CERTYFIKATEM MARKI ZIELONE SERCE POMORZA,KTÓRE PEŁNI ROLĘ INFORMACYJNO-SZKOLENIOWO-WARSZTATOW–,ORGANIZUJEMY SPOTKANIA,POKAZY,WYSTAWY –NIEODPŁATNIE DLA SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ,PEŁNIMY DYŻURY,ORGANIZUJEMY KONKURSY/KONKURS NALEWEK,KONKURS KWATER „PRODUKTY ZAKUPUJĄ KWATERODAWCY ZRZESZENI W STOWARZYSZENIU I PRZEKAZUJĄ W FORMIE DAROWIZNY,Z TYCH ELEMENTÓW-PRODUKTÓW ROBIMY ELEMENTY REKODZIELA LUDOWEGO ,KTÓRE SĄ FANTAMI NA LOTERII FANTOWEJ ORAZ ROZDAWANE ZA DARMO JAKO ELEMENT PROMOCYJNY.UCZESTNICY ,KTÓRZY WYJEŻDŻAJĄ NA TARGI MAJĄ PODPISANE UMOWY WOLONTARIACKIE I SĄ UBEZPIECZENI,WYKONUJĄC PRACĘ NIEODPŁATNIE NA STOISKU WYSTAWIENNICZYM./PRACA JEST NASZYM WKŁADEM WŁASNYM/PRODUKTY ZAKUPIONE,REKODZIELA LUDOWE,SŁUŻYĆ BĘDĄ JAKO ELEMENT PROMOCYJNY I ZOSTANĄ ROZDANE ZA DARMO NA TARGACH W GDAŃSKU.PRODUKTY NA POTRAWY KUCHNI REGIONALNEJ -POCZĘSTUNEK ,ZAKUPIMY SAMI I PRZYGOTUJEMY PRODUKTY DO DEGUSTACJI- ROZDANE ZOSTANĄ ZA DARMO- BĘDĄ MOGLI ZASMAKOWAĆ NASZEJ KUCHNI I JEJ POTRAW.

9. Harmonogram¹³⁾

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 1.02.2014 do 30.06.2014R		
Poszczególne działania w zakresie realizowanego zadania publicznego ¹⁴⁾	Terminy realizacji poszczególnych działań	Oferent lub inny podmiot odpowiedzialny za działanie w zakresie realizowanego zadania publicznego
1)SPORZĄDZENIE I ZAKUP POLISY NA UBEZPIECZENIA WYJAZDÓW,W DNIU11-12.04.2015R -6OSÓB	KWIECIEŃ 2015R	STOWARZYSZENIE ROZWOJU
2) WYDRUK MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH W/G STAREGO PROJEKTU Z FIO W ILOŚCI 1000SZT	KWIECIEŃ 2015	TURYSTYKI
3)ZAKUP PŁYT DVD I NAGRANIE FILMU REKLAMOWEGO W	KWIECIEŃ 2015	WIEJSKIEJ

<p>ILOŚCI 100SZT</p> <p>4) REZERWACJA POWIERZCHNI WYSTAWIENNICZYCH NA TARGACH W GDAŃSKU I W KIELCACH</p> <p>5) ZAKUP MATERIAŁÓW I WYKONANIE PAMIĄTEK REGIONALNYCH ORAZ PRODUKTY DO PRZEPROWADZENIA WARSZTATÓW</p> <p>6) ZAKUP PRODUKTÓW DO SPORZĄDZENIA POTRAW REGIONALNYCH NA DEGUSTACJĘ PODCZAS TARGÓW,</p> <p>7) OBSŁUGA STOISKA WYSTAWIENNICZEGO OD 11.04.2015 DO 12.04.2015</p> <p>8) WYDRUK MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH, POCZTÓWEK, KALENDARZYKÓW</p> <p>9) ZAKUP PALIWA NA DOJAZD</p>	<p>WIECIEŃ 2015R</p> <p>KWIECIEŃ 2015R KWIECIEŃ 2015</p> <p>KWIECIEŃ 2014 KWIECIEŃ 2015R KWIECIEŃ 2015</p>	<p>SŁOWINIEC W</p> <p>SMOŁDZINIE</p>
<p>DODATKOWE DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA</p>		
<p>ZAKUP PRODUKTÓW PRZEZ KWATERODAWCÓW DO SPORZĄDZANIA ELEMENTÓW RĘKODZIEŁA LUDOWEGO I PRZEKAZANIE W FORMIE DAROWIZNY NA CELE STATUTOWE. PRODUKTY FINANSUJĄ KWATERODAWCY A UCZESTNICY WARSZTATÓW ROBIĄ ELEMENTY OZDOBNE NA WARSZTATACH ROZMAITOŚCI, KTÓRE ODBYWAJĄ SIĘ W SIEDZIBIE STOWARZYSZENIA W KAŻDY PONIEDZIAŁEK OD WRZEŚNIA DO MAJA 2014R</p> <p>WARSZTATY REKODZIEŁA LUDOWEGO PROWADZONE CYKLICZNIE OD TRZECH LAT W TYM SAMYM TERMINIE JESIENNO-ZIMOWYM OD WRZEŚNIA DO MAJA, W KAŻDY PONIEDZIAŁEK OD 16-18 W BIURZE STOWARZYSZENIA W SMOŁDZINIE UL. BOHATERÓW WARSZAWY 30 WIEJSKIE CENTRUM TURYSTYKI NAGRODZONE CERTYFIKATEM MARKI ZIELONE SERCE POMORZA-ZA DZIAŁALNOŚĆ SPOŁECZNĄ</p> <p>W RAMACH DWÓCH POPRZEDNICH PROJEKTÓW UNIJNYCH Z POKL REALIZOWANYCH W PART. Z GOPS W 2011 I 2012R NA BAZIE BIURA STOWARZYSZENIA POWSTAŁO WIEJSKIE CENTRUM TURYSTYKI, KTÓRE JEST CZYNNIE OD MAJA DO WRZEŚNIA OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU OD GODZ 16-18 I OD WRZEŚNIA DO MAJA W KAŻDY PONIEDZIAŁEK OD 16-18. DYŻURY W TYM CENTRUM TURYSTYKI WIEJSKIEJ PEŁNIĄ CZŁONKOWIE STOWARZYSZENIA ORAZ OSOBY WSPIERAJĄCE, BYLI BENEFICJENCI PROJEKTÓW NIEODPŁATNIE. NA STR WWW.SLOWINIEC.PL JEST UTWORZONA ZAKŁADKA WCT GDZIE SĄ WSZELKIE INFORMACJE DOTYCZĄCE: HISTORII, TRADYCJI, ATRAKCJI ITD. Z KTÓRYCH KORZYSTAJĄ TURYSŃCI W WCT, GDZIE JEST ZAKUPIONY SPRZĘT KOMPUTEROWY W RAMACH PROJEKTU DLA TURYSTÓW. MOŻNA OTRZYMAĆ ULOTKI, MAPY, ZOBACZYĆ ELEMENTY RĘKODZIEŁA LUDOWEGO NA WYSTAWACH, ORAZ MOŻNA UCZESTNICZYĆ W PRELEKCJACH, POKAZACH, WARSZTATACH. WCT PEŁNI ROLĘ INFORMACYJNO-SZKOLENIOWO-WARSZTATOWO-WYSTAWIENNICZĄ. DYŻURUJĄCY PEŁNIĄ DYŻURY.</p>		

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, W OBECNYM ROKU JAK I NA PRZYSZŁOŚĆ BĘDZIE POZYTYWNYM ELEMENTEM KSZTAŁTOWANIA MARKI PRODUKTU TURYSTYCZNEGO "BAŁTYK DLA WTajemniczonych" MIEJSCA JAKIM JEST NASZA GMINA. POZWOLI NA PRZEDSTAWIENIE ATRAKCYJNOŚCI NASZEGO TERENU JEJ TAJEMNICZOŚCI, RODZAJU PRODUKTU W CELU ODWIEDZENIA. PROFESJONALNA PROMOCJA TAKŻE POPRZEZ POBYT MEDIÓW NA NASZYM TERENIE POZWOLI NA POKAZANIE WALORÓW KULTUROWYCH, HISTORYCZNYCH, PRZYRODNICZYCH ORAZ KUCHNIA TRADYCYJNA-DEGUSTACJA PRZYCIĄGNIJE CHETNYCH DO ODWIEDZANIA I ZASMAKOWANIA NASZEJ KUCHNI, ZWIĘKSZY ILOŚĆ TURYSTÓW-TZ. TURYSTYKA KULINARNA, CIEKAWI NASZYCH WALORÓW HISTORYCZNYCH, KULTUROWYCH, PRZYRODNICZYCH, EKOTURYSTÓW. ORAZ TYCH, KTÓRZY CHCIELIBY ZAINWESTOWAĆ LUB OSIEDLIĆ SIĘ. MATERIAŁY PROMOCYJNE POZWOJĄ NA POZNANIE TERENÓW PRZEZ WIELU TURYSTÓW CO SPOWODUJE ROZWÓJ NASZEJ GMINY, PODNIESIENIE JAKOŚCI ŚWIADCZONYCH USŁUG I ZAMOŻNOŚCI, UATRAKCYJNI OFERTĘ TURYSTYCZNĄ, STANIE SIĘ ELEMENTEM DO PRZEDŁUŻENIA SEZONU TURYSTYCZNEGO W GMINIE, POZWOLI ZAPREZENTOWAĆ PRODUKTY TURYSTYCZNE W GMINIE I ICH POZNAĆ. UCZESTNICTWO 6 OSÓB W TARGACH SPOWODUJE ZACIEŚNIENIE WIĘZI WSPÓŁPRACY MIĘDZY STOWARZYSZENIEM, LOKALNYMI TWÓRCAMI I SAMORZĄDEM, PRZEDSIĘBIORSTWAMI A WZORCE ZACZERPNIĘTE Z PODRÓŻY POZWOLĄ NA UATRAKCYJNIENIE NASZEJ OFERTY TURYSTYCZNEJ, WZBOGACENIE O DOBRE PRAKTYKI. ZAPRASZANIE, INFORMOWANIE, PRZEDSTAWIANIE OFERTY POPRZEZ UCZESTNICTWO W IMPREZACH PROMOCYJNYCH POWODUJE NAWIAZYWANIE NOWYCH KONTAKTÓW BIZNESOWYCH MIĘDZY STOWARZYSZENIOWYCH, TOWARZYSKICH. ..PROMOCJA JEST KONIECZNA I POTRZEBNA Z KORZYŚCIĄ DLA KAŻDEGO ZAANGAŻOWANEGO PODMIOTU, ORAZ DLA MIESZKAŃCÓW I TURYSTÓW TAKŻE. REZULTATY TYCH WYJAZDÓW TO NAPŁYW WIĘKSZEJ LICZBY TURYSTÓW POPRZEZ KSZTAŁTOWANIE MARKI PRODUKTU TURYSTYCZNEGO GMINY "BAŁTYK DLA WTajemniczonych"- MIEJSCA TAJEMNICZEGO POŁOŻONEGO NA TERENACH PRZYRODNICZO CENNYCH, O CIEKAWEJ HISTORII, TRADYCJI REGIONU -MIEJSCA W KTÓRYM PATRIOTYZM LOKALNY JEST NAM NIE OBCY -TAKIM MIEJSCEM JEST NASZA GMINA. MUSIMY JĄ PROMOWAĆ I BYWAĆ W TAKICH MIEJSCACH - GDYŻ NIEOBECNI NIE MAJĄ GŁOSU.

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, 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)
	1) POLISA UBEZP. WYJAZDÓW	1	100	POLISA	100	100	0,00	0,00
	2/ZAKUP PALIWA NA PODRÓŻ 2 SAMX2DNI	2	175	FAKTURY	350	350		

•II	(Koszty obsługi ²⁰⁾ zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie ... (nazwa Oferenta) ¹⁹⁾ : 1) .							
-----	---	--	--	--	--	--	--	--

inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie ... (nazwa Oferenta)19)							
2MATERIAŁY PROM.W/G DOTYCH.PROJ	1000	1,20	FAKTURA	1.200	1.200	0,00	0,00
3) PŁYTY DVD do nagrania filmu	100	2,50	FAKTURA	250	250	0,00	0,00
4)REZERWACJA POWIERZCHNI WYSTAWIENNICZ Y	1	300	FAKTURA	300	300	0,00	0,00
5)ZAKUP PRODUKTÓW DO SPORZ.REKODZ LUDOWEGO I NA WARSZTATY	1	1000	FAKTURY	1.000	1000	0,00	0,00
6)ZAKUP PRODUKTÓW DO SPORZ.POTRAW KUCHNI REGION NA DEGUSTACJE 2 DNI X500ZL	2	500	FAKTURY	1000	1000	0,00	0,00
7/POCZTÓW KI,KALEND			FAKTURA	1800	1800	0,00	0,00

№										0
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

1	Wnioskowana kwota dotacji	6000	100%
2	Środki finansowe własne ¹⁷⁾	0,00	0,00
3	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3) ¹¹⁾	0,00	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	0,00
4	Wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków)	0,00	0,00
5	Ogółem (środki wymienione w pkt 1- 4)	6000	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 WYROBY RĘKODZIELNICZE JAKO ELEMENT PROMOCYJNY I ZACHĘCAJĄCY DO UCZESTNICZTWA W WARSZTATACH.KOŁO HAFCIARSKIE –PAŃ HAFCIAREK UCZESTNICZEK W TARGACH.ZAKUPOJEMY PRODUKTY NA WARSZTATY POKAZY DEKORACYJNE,RĘKODZIELNICZE-HAFT I GULLING. ,POTRAWY DO DEGUSTACJI, NA STOISKU.

POZYSKUJEMY WE WŁASNYM ZAKRESIE MATERIAŁY PROMOCYJNE OD:

- SŁOWIŃSKIEGO PARKU NARODOWEGO
- MUZEUM WSI SŁOWIŃSKIEJ W KLUKACH
- PRZEDSIĘBIORCOW

UCZESTNICY TARGÓW PRACUJĄ NA PODSTAWIE UMÓW WOLONTARIACKICH

NA CO DZIEŃ PROWADZONE SĄ WARSZTATY RĘKODZIEŁA LUDOWEGO W SIEDZIBIE STOWARZYSZENIA RAZ W TYGODNIU W KAŻDY PONIEDZIAŁEK OD 16-18

-FUNKCJONUJE WIEJSKIE CENTRUM TURYSTYKI RAZ W TYGODNIU OD 16-16 –PEŁNI ROLĘ INFORMACYJNO-SZKOLENIOWO-WARSZTATOWĄ-MOŻNA SKORZYSTAĆ ZE STOISKA INFORM ,DOSTAĆ ULOTKĘ I WIEDZĘ NA TEMAT ATRAKCJI,OFERTY NOCLEGOWEJ I INNYCH INF NIEZBĘDNYCH TURYSŒI NAGRODZONE CERTYFIKATEM MARKI ZIELONE SERCE POMORZA ZA DZIAŁALNOŚĆ SPOŁECZNĄ.

-PROWADZIMY KONKURSY /KONKURS NALEWEK,KWATER,SPOTKANIA Z CIEKAW.LUDZMI./

-ZALEŻY NAM JAKO LOKALNYM PATRIOTOM NA KSZTAŁTOWANIU MARKI PRODUKTU TURYSTYCZNEGO „BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH” ORAZ POZOSTAŁYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH NASZEJ GMINY.BUDOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU,UATRAKCYJNIANIE OFERTY PROMOCYJNEJ ,PODNOSENIE JAKOŚCI ŚWIADCZONYCH USŁUG ORAZ NABYWANIE UMIEJĘTNOŚCI WSPÓLNEJ I SPÓJNEJ PROMOCJI TO CELE STATUTOWE STOWARZYSZENIA,KTÓRE SĄ SPÓJNE Z DZIAŁANIAM WŁADZ SAMORZĄDOWYCH.

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,CZŁONKOWIE KOŁA HAFCIARSKIEGO- LOKALNI PATRIOCI. WSPÓŁPRACA ZE SP, ,MUZEUM WSI SŁOWIŃSKIEJ, PRYWATNYM BIZNESEM, PRZEDSTAWICIELE TWÓRCÓW LUDOWYCH-HAFCIARK,I ZNAJĄCY TRADYCJE REGIONALNE.FIRMA ZDROWE KOŁA,DYREKCJA SPN,SAMORZĄD,PRZEDSIĘBIORCY,SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA,WOLONTARIUSZE.

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, KATALOG KWATER, FILM PROMOCYJNY NAGRANY NA PŁYTY SPRZĘT FOTOGRAFICZNY STOWARZYSZENIA, WYDAWNICTWA NA TEMAT REGIONU, ULOTKI Z BAZĄ NOCLEGOWĄ CZŁONKÓW STOWARZYSZENIA, BANERY STOWARZYSZENIA. ZASOBY PAŃ KOŁA HAFCIARSKIEGO TŻ. OBRUSY, SERWETKI, ELEM DEK Z HAFTEM KASZUBSKIM, PRZETWORY, PRODUKTY, POTRAWY, WYROBY SPORZĄDZ PRZEZ WŁAŚC GOSP. AGROT., RĘKODZIELNIKÓW, PRZEDSIĘBIORCÓW. WSZYSTKIE PRZEDSIĘWZIĘCIA ZOSTANĄ SFOTOGRAFOWANE I UMIESZCZONE NA STR WWW.SLOWINIEC.PL ORAZ NA STR URZĘDU GMINY I PARTNERÓW. MATERIAŁY PROMOCYJNE, ART., FILMY, ZDIĘCIA PRZYGOTOWANE PODCZAS POBYTU BĘDĄ ELEMENTEM PROMOCJI. W PRZYSZŁOŚCI ZOSTANIE WYK. JAKO MAT. PROMOCYJNE W PROJEKTACH. ZADANIE PUBLICZNE REALIZOWANE Z URZĘDEM GMINY SMOŁDZINO. LICZYMY NA WSPARCIE MERYTORYCZNE.

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

ZADANIE PUBLICZNE REALIZOWANE W 2012R „KSZTAŁTOWANIE MARKI MIEJSCA JAKO SPOSOB NA PROMOCJE GMINY SMOŁDZINO” REALIZOWANE WE WSPÓŁPRACY Z URZĘDEM GMINY W SMOŁDZINIE OD 1.03.2012R DO 30.05.2012R.
2013R ZADANIE PUBLICZNE ORGANIZOWANE WE WSPÓŁPRACY Z URZĘDEM GMINY „INICJOWANIE DZIAŁAŃ NA RZECZ KSZTAŁTOWANIA I PROMOCJI PRODUKTU LOKALNEGO - BAŁTYK DLA WTAJEMNICZONYCH OD 1.03.2013R DO 30.05.2013R
ZADANIE PUBLICZNE Z 2014R

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 (-ja)/zalega(-ja)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**

„Słowiniec”

76-214 Smoldzino, ul. Bon. Warszawy 30
tel. 059 811 73 55

WICEPREZES
Stowarzyszenia Rozwoju Turystyki
Wiejskiej „SŁOWINIEC”

PREZES

Stowarzyszenia Rozwoju Turystyki
Wiejskiej „SŁOWINIEC”

Renata Kufler

Janine Sydek

(podpis osoby upoważnionej
lub podpisy osób upoważnionych
do składania oświadczeń woli w imieniu
oferenta¹⁾)

Data 27.03.2015

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 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.