

UPROSZCZONA OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

Ofertę należy wypełnić wyłącznie w białych pustych polach, zgodnie z instrukcjami umieszczonymi przy poszczególnych polach lub w przypisach.

Zaznaczenie gwiazdką, np. "pobieranie*/niepobieranie*" oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź i pozostawić prawidłową. Przykład: "pobieranie*/niepobieranie*".

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

| | |
|---|--|
| 1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta | Urząd Miasta Stołecznego Warszawy |
| 2. Rodzaj zadania publicznego¹⁾ | 1a) wspieranie rodziny i systemu pieczy zastępczej |

II. Dane oferenta(-tów)

| | |
|---|---|
| 1. Nazwa oferenta(-tów), forma prawna, numer w Krajowym Rejestrze Sądowym lub innej ewidencji, adres siedziby, strona www, adres do korespondencji, adres e-mail, numer telefonu | |
| Nazwa: 0000810721 , Forma prawna: Fundacja , Numer Krs: 0000810721 , Kod pocztowy: 01-510 , Poczta: Warszawa , Miejscowość: Warszawa , Ulica: Gen. Zajączka , Numer posesji: 11 , Numer lokalu: C5 , Województwo: mazowieckie , Powiat: Warszawa , Gmina: Żoliborz (dzielnica) , Strona www: , Adres e-mail: malgorzata.adamowicz@sharethecare.pl , Numer telefonu: 696 780 255 , | |
| Adres do korespondencji jest taki sam jak adres oferenta | |
| 2. Dane osoby upoważnionej do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej) | Małgorzata Adamowicz Adres e-mail: malgorzata.adamowicz@sharethecare.pl Telefon: 696 780 255 |

III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

| | | | | |
|--|-----------------------------|------------|------------------|------------|
| 1. Tytuł zadania publicznego | Warszawski Facet na 100 Pro | | | |
| 2. Termin realizacji zadania²⁾ | Data rozpoczęcia | 15.06.2026 | Data zakończenia | 11.09.2026 |

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

Opis zadania

Działanie ma na celu promowanie Miasta Stołecznego Warszawa jako sprzyjającego partnerstwu w rodzicielstwie oraz wsparcie dobrostanu warszawskich rodzin.

W ramach zadania planowane jest pokazanie zaangażowania samorządu we wspieranie nowoczesnego ojcostwa i promowanie równości rodzicielskiej i korzystania przez ojców z urlopów rodzicielskich.

Planowany udział miasta w konkursie i kampanii „Facet na 100 PRO” - to inicjatywa mająca na celu zebranie i nagrodzenie autentycznych historii ojców, którzy zdecydowali się na pełne zaangażowanie w opiekę nad dzieckiem i skorzystali z urlopu rodzicielskiego. Uczestnicy będą dzielić się swoimi doświadczeniami z okresu budowania samodzielnej relacji z maluchem, pokazując, że partnerski model rodziny to realna i satysfakcjonująca droga dla współczesnego mężczyzny. Spośród nadesłanych zgłoszeń jury wyłoni Ambasadorów, których historie staną się inspiracją dla innych ojców oraz pomogą promować zaangażowane ojcostwo.

Nasza propozycja współpracy z miastem Warszawa zakłada działania promujące miasto jako miejsce przyjazne rodzinom i otwarte na zmiany społeczne. W ramach działania planowane jest:

- przygotowanie materiałów zachęcających do udziału w konkursie z logotypem miasta
- wyróżnienie miasta jako sprzyjającego partnerstwu w rodzicielstwie - ekspozycja logotypu miasta na stronie www.teamrodzina.pl oraz we wszystkich materiałach promocyjnych.
- przygotowanie i publikacja informacji prasowej oraz dedykowanych postów w mediach społecznościowych kampanii, projekt graficzny z logotypem miasta
- udział reprezentanta Miasta w Kapitulie Konkursu Facet na 100 Pro: Zaproszenie przedstawiciela do jury wyłaniającego Ambasadorów kampanii
- publikacja zdjęcia i cytatu na stronie konkursu
- przygotowanie materiału promującego zaangażowanie miasta we wspieranie rodzin (wywiad z przedstawicielem samorządu lub lokalnym ojcem, który był na urlopie rodzicielskim-jeżeli zgłosi się taki w konkursie) i jego publikacja na portalu www.teamrodzina.pl
- publikacja materiałów na portalu fundacji oraz mediach społecznościowych fundacji
- dostarczenie gotowych treści i grafik do wykorzystania w miejskich mediach społecznościowych oraz na portalach informacyjnych miasta.
- przeprowadzenie targetowanej promocji w Mediach Społecznościowych

Zadanie ma na celu wzmocnienie wizerunku miasta jako miejsca przyjaznego rodzinom oraz aktywne wsparcie postaw równościowych i zaangażowanego ojcostwa.

Prawa autorskie do materiałów zostaną przekazane rzecz Miasta Warszawa

Wszystkie materiały będą dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, zgodnie z wytycznymi ustawy z 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej.

Materiały będą przygotowane zgodnie z wytycznymi wizualnymi miasta Warszawa w odpowiedniej rozdzielczości i wielkości.

Cel projektu:

Projekt przekłada się na bezpośrednie korzyści dla mieszkańców Warszawy. Dzięki promowaniu partnerskiego podziału obowiązków, projekt wspiera profilaktykę zdrowia psychicznego i redukuje stres związany z opieką nad dziećmi w warszawskich rodzinach. Mieszkańcy zyskują również edukację prawną, w tym wiedzę o nowym, 9-tygodniowym urlopie rodzicielskim, co ułatwia ojcom budowanie samodzielnej relacji z dzieckiem. Autentyczne historie ojców zainspirują do zmian w codziennym życiu rodzinnym. Projekt wspiera również dzieci gdyż aktywne zaangażowanie taty na wczesnym etapie życia ma kluczowy wpływ na rozwój emocjonalny i psychiczny dziecka. Aktualne ustawodawstwo zachęca rodziców do dzielenia się urlopem rodzicielskim, wskazując, że obecność ojców w pierwszych miesiącach życia dziecka sprzyja budowaniu silnej więzi oraz rozwijaniu

umiejętności opiekuńczych.

W dłuższej perspektywie dobre relacje z ojcem chronią przed zaburzeniami psychicznymi, przyczyniają się do lepszego funkcjonowania społecznego i pomagają w profilaktyce zachowań ryzykownych. Warto również podkreślić, że większa rola ojca przekłada się na lepsze więzi z nastolatkiem w przyszłości. Przede wszystkim jednak dziecko buduje silną relację z obojgiem rodziców, która stanowi fundament na całe życie.

Bezpośrednimi adresatami działań są mieszkańcy miasta Warszawa w tym:

-Mężczyźni (ojcowie oraz przyszli ojcowie) – jako uczestnicy konkursu „Facet na 100 PRO.

Prawdziwe historie o urlopie rodzicielskim” oraz odbiorcy kampanii.

-Kobiety (matki oraz przyszłe matki) – jako partnerki i „influencerki” wewnątrz jednostki rodzinnej, które pełnią rolę kluczową w podejmowaniu decyzji o podziale urlopów.

-Rodzice i przyszli rodzice, którzy poszukują partnerskich wzorców opieki nad dzieckiem.

Adresaci to mieszkanki i mieszkańcy Miasta Warszawa, w szczególności ojcowie (obecni i przyszli) oraz ich partnerki,

Szczegółowa grupa to również rodziny z małymi dziećmi mieszkające w Warszawie, które szukają partnerskich wzorców i wiedzy o prawach. Skupienie się na ojcach bezpośrednio służy wzmocnieniu zdrowia psychicznego warszawskich rodzin poprzez promowanie partnerskiego modelu opieki.

Zaangażowanie ojca od pierwszych miesięcy życia dziecka buduje fundament stabilnej relacji, co redukuje poziom stresu u obojga rodziców i zapobiega wypaleniu rodzicielskiemu. Projekt ma na celu normalizację nowoczesnego ojcostwa poprzez nagrodzenie i

pokazywanie autentycznych historii ojców, którzy zdecydowali się na pełne zaangażowanie w opiekę. Pokazuje to, że partnerski model rodziny jest realną i satysfakcjonującą drogą dla

współczesnego mężczyzny, pozwalającą na przełamywanie szkodliwych stereotypów. Kluczowa jest również rola kobiet w promowaniu partnerstwa. Choć konkurs skierowany jest do mężczyzn, kampania w sposób świadomy adresowana jest również do kobiet. To często partnerki stoją za pierwszą decyzją o podziale urlopu rodzicielskiego i to one najskuteczniej

zachęcają swoich partnerów do publicznego dzielenia się historią o ojcostwie. Angażując kobiety, zwiększamy szansę na dotarcie do ojców, którzy w innym przypadku mogliby nie rozważyć udziału w takiej inicjatywie.

Wybór obu grup wynika z faktu, że model partnerstwa w rodzinie opiera się na dialogu i wspólnym podejmowaniu decyzji. Wspieranie kobiet w zachęcaniu partnerów do zaangażowanego ojcostwa jest niezbędne dla trwałej zmiany postaw społecznych w Warszawie. Skierowanie działań do całych rodzin bezpośrednio realizuje cel projektu, jakim jest wzmocnienie dobrostanu i zdrowia psychicznego warszawskiej rodziny.

Pośredni uczestnicy (odbiorcy kampanii promocyjnej i edukacyjnej):

Zasięg ogólnopolski kampanii: Szacuje się, że kampania osiągnie zasięg na poziomie ok. 3 mln osób, co jest wynikiem zbieżnym z sukcesem ubiegłorocznej edycji projektu. Fundacja Share the Care posiada udokumentowane doświadczenie w realizacji działań o tak dużej skali.

Planowany zasięg całej kampanii to osiągnięcie łącznego zasięgu na poziomie ok. 3 mln odbiorców.

Sposób monitorowania: raporty analityczne z systemów Meta Business Suite, Wyniki z raportu IMM, Google Analytics oraz statystyki portalu teamrodzina.pl.

Termin realizacji poszczególnych działań

Przygotowanie strony kampanii- 15.06.2026

Publikacja logotypu miasta, zdjęcia reprezentanta miasta oraz cytatu na stronie kampanii - 15.06.2026

Publikacja informacji prasowej o rozpoczęciu kampanii - 15.06.2026

Przygotowanie grafik wizualnych z wizerunkiem miasta Warszawa jako partnera kampanii grafiki, rolki, posty) z logotypem Miasta-min. 10 szt. materiałów - 15 - 23.06.2026

Przeprowadzenie i publikacja wywiadu z przedstawicielem miasta (ojcem po rodzicielskim lub reprezentatem UM) na portalu teamrodzina.pl - 04.07-12.07.2026

Przygotowanie wpisów na portale miasta Warszawa (2 szt) - 13.07-31.07.2026

Przygotowanie grafik i treści postów na media społecznościowe do promocji wywiadu (2 szt.) - 13.07-31.07.2026

Promocja projektu w mediach społecznościowych - 13.07-11.09.2026

Miejsce realizacji

Warszawa

| 4. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego | | |
|--|--|--|
| Nazwa rezultatu | Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa) | Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika |
| Ekspozycja logotypu miasta na stronie kampanii | Publikacja logotypu | Opublikowanie logotypu na stronie kampanii-link do strony konkursowej z widoczną identyfikacją wizualną partnera. |
| Wywiad z przedstawicielem miasta (ojcem po rodzicielskim lub reprezentatem UM) na portalu teamrodzina.pl | Liczba artykułów lub wywiadów na portalu teamrodzina.pl - 1 szt | 1 opublikowany artykuł-link do gotowej publikacji na portalu. |
| Udział Miasta w Kapitulie Konkursu i wyborze Ambasadorów-Publikacja 1 zdjęcia, bio i cytatu eksperckiego przedstawiciela samorządu na stronie www | Liczba przedstawicieli Miasta w jury oraz liczba cytatów eksperckich na stronie www. | Liczba przedstawicieli Miasta w jury oraz liczba cytatów eksperckich na stronie www. |
| Dostarczenie profesjonalnego „contentu” do mediów miejskich-dostarczenie 2 gotowych pakietów materiałów (tekst + grafika) do redakcji portali miejskich (np. warszawa rodzinie). | Liczba gotowych pakietów (tekst + grafika) przekazanych do redakcji portali miejskich i social mediów miejskich-2 pakiety materiałów | Liczba przygotowanych materiałów-2 pakiety-potwierdzenie wysyłki lub publikacji materiałów. |
| Promocja wizerunku miasta Warszawa jako partnera kampanii | Liczba materiałów promocyjnych (grafiki, rolki, posty) z logotypem Miasta-min. 10 materiałów | Przygotowanie min. 10 materiałów-dokumentacja cyfrowa w formie plików graficznych, zrzuty ekranu oraz linki do konkretnych publikacji. |

| | | |
|--|---|---|
| Targetowana kampania w Mediach Społecznościowych | Zasięg kampanii promocyjnej-osiągnięcie łącznego zasięgu na poziomie ok. 50 tys. odbiorców. | Raporty analityczne z systemów Meta Business Suite. |
|--|---|---|

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

Charakterystyka oferenta

Fundacja Share the Care działa na rzecz równości rodzicielskiej, partnerskiego podziału opieki i wzmocnienia roli ojców w życiu rodziny. Fundacja od lat zabiega o rozwiązania systemowe, które wspierają aktywne ojcostwo, równe korzystanie z urlopów rodzicielskich oraz lepsze przygotowanie obojga rodziców do opieki nad dzieckiem.

Fundacja jest pionierem w obszarze edukacji o partnerskim modelu rodziny, pomagając pracodawcom i instytucjom publicznym w tworzeniu rozwiązań wspierających godzenie ról zawodowych i prywatnych.

Poprzez ogólnopolskie kampanie społeczne oraz współpracę z sektorem publicznym, skutecznie odczarowujemy stereotypy wokół ról płciowych i podziału obowiązków oraz opieki nad dziećmi w polskich domach i firmach. Promuje partnerski model rodziny, taki który pozwala rodzicom - mamie i tacie - realizować się we wszystkich sferach życia: prywatnej, zawodowej i społecznej. Fundacja od samego początku swojej działalności zabiegała o praktyczne wdrożenie dyrektywy work-life balance w Polsce.

Fundacja jest autorem wielu publikacji i raportów na temat stanu równości rodzicielskiej w Polsce. Głównym celem fundacji jest edukowanie społeczeństwa oraz wspieranie ojców w budowaniu silnych relacji z dziećmi od pierwszych chwil ich życia. Poprzez realizację ogólnopolskich kampanii społecznych, takich jak „Facet na 100 PRO”, fundacja skutecznie przełamuje krzywdzące stereotypy dotyczące tradycyjnych ról płciowych w domu.

Współpracując z biznesem, instytucjami publicznymi oraz wiodącymi organizacjami ochrony praw dziecka, Share the Care dążymy do tworzenia przyjaznego środowiska dla pracujących rodziców.

Doświadczenia w realizacji działań planowanych w ofercie

Od początku działalności misją fundacji jest edukowanie społeczeństwa w temacie partnerstwa i równości w rodzicielstwie. Regularnie prowadzimy bezpłatne webinary prawne dla rodziców na temat ich praw po urodzeniu się dziecka, oraz webinary psychologiczne na temat partnerstwa w rodzicielstwie. Od roku 2023 przeprowadziłyśmy 10 projektów realizowanych jako zadanie publiczne z art 19a dotyczące edukacji i promowania praw przysługujących rodzicom po urodzeniu się dziecka- w tym 5 zadań zrealizowane z miastem Warszawa.

Wszystkie projekty zostały zakończone sukcesem, założone rezultaty zrealizowane.

Prowadzimy portal www.teamrodzina.pl - pierwszy w Polsce portal parentingowy, w którego centrum są rodzice (a nie dzieci!). Piszemy o relacjach między rodzicami, o relacjach rodziców z dziećmi, potrzebie realizowania się w innych sferach życia, kwestiach zawodowych, finansowych, prawnych i społecznych. Nagrywamy od 4 lat podcast Team Rodzina-rozmowy o partnerstwie - rozmowy na temat różnych aspektów rodzicielstwa. Prowadzimy badania pozwalające lepiej zrozumieć potrzeby współczesnych rodziców. Przygotowujemy przewodniki oraz kampanie dla rodziców i pracodawców, między innymi kampanię Facet na 100 Pro oraz

kampanię "Równi w domu, równi w pracy", która objęta jest patronetem Wojewody Mazowieckiego oraz Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Prowadzimy bezpłatne konsultacje prawne dla rodziców na temat dzielenia się urlopem rodzicielskim. Współpracujemy z innymi organizacjami pozarządowymi, którym przyświeca ten sam cel – budowanie równości we wszystkich obszarach życia. Od 2024 roku jesteśmy partnerem ZUS, by wspólnie działać na rzecz równości rodzicielskiej w Polsce. Fundacja była partnerem merytorycznym kampanii i rankingów dotyczących równości w rodzicielstwie między innymi: w konkursie "Równowaga"-organizowanym przez Fundację Kulczyk, "Rodzice na Etacie"-organizowanym przez Forbes, "Tata w domu"-kampanię społeczną organizowaną przez Onet oraz najnowszą Kampanię OLX-"Praca z korzyścią dla wszystkich" Przeprowadziliśmy bezpłatne Eventy-wydarzenia dla rodziców oraz pracodawców dotyczące partnerstwa i wyrównywania szans na rynku pracy oraz w domu pod patronatem honorowym Ministerstwa Rodziny Pracy i Polityki Społecznej. Fundacja ma również na swoim koncie realizację projektów grantowych, których realizacja zakończyła się sukcesem (Aktywni Obywatele, Inkubator Innowacji Społecznych Transer Hub, NIW oraz jest partnerem projektów międzynarodowych z organizacjami Codace Families Europe i Men Engage Europe) Dodatkowo Fundacja prowadziła badania z ojcami i matkami na temat znajomości przysługujących im praw. Podczas tego badania ojcowie, którzy brali w nim udział deklarowali, że jest to jedno z pierwszych miejsc gdzie mogą rozmawiać na temat rodzicielstwa i brak im miejsca gdzie mogą pozyskiwać informacje na tematy ojcowskie (również tematy prawne). Dlatego tak ważne jest dla nas edukowanie ojców na temat przysługujących im praw i przekazywanie im tej wiedzy w dostępny dla nich sposób oraz promowanie jej.

Zasoby, które będą wykorzystywane w realizacji zadania

Fundacja ściśle współpracuje z wieloma ekspertami psychologii, socjologii i prawa oraz od roku 2024 partnerem Fundacji jest Zakład Ubezpieczeń Społecznych. Wszystkie nasze publikacje są oparte na danych oraz wiedzy profesjonalistów.

W ramach zadania planowane jest pokazanie zaangażowania samorządu we wspieranie nowoczesnego ojcostwa i promowanie równości rodzicielskiej i korzystania przez ojców z urlopów rodzicielskich. Kluczowym elementem kampanii jest konkurs „Facet na 100 PRO. Prawdziwe historie o urlopie rodzicielskim”.

Konkurs będzie odbywać się online (zgłoszenia przez stronę [www-landing page kampanii](#)). Finałowe nagrania z laureatami odbędą się 4 lipca w profesjonalnym studio.

Wyłonione historie będą szeroko komunikowane w kanałach własnych Fundacji Share the Care (social media, portal [teamrodzina.pl](#)), na mediach społecznościowych Jury Konkursu składającej się z influencerów, socjologów i psychologów oraz u partnerów wspierających fundację (pracodawcy, firmy rekrutacyjne, inne organizacje pozarządowe takie jak: Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, Socjolożki PL, Portal Zaufaj Położnej)

Koordynatorem projektu będzie członkini zarządu Fundacji Fundacji Karolina Andrian-uczestniczka międzynarodowego programu Vital Voices Grow. Ukończyła studia na London School of Economics z zakresu polityki społecznej. W Fundacji Share the Care odpowiada m.in. za koordynację pracy Rady Programowej Fundacji i działania lobbyngowe. Ma ona też doświadczenie w prowadzeniu projektów grantowych. W ramach grantu będzie odpowiedzialna za:

- koordynację całego projektu
- przygotowanie dokumentacji projektowej
- przygotowanie harmonogramu działań
- monitorowanie postępów projektu

-identyfikacja i zarządzanie potencjalnymi opóźnieniami lub problemami -zarządzanie budżetem projektu

-dokumentacje i raportowanie

-zapewnienie zgodności z regulacjami i wytycznymi grantodawcy

-rozliczenie projektu

-sprawozdawczość końcową

Łączny koszt koordynacji zadania wynosi 3 000 zł brutto, przy czym należy zaznaczyć, że połowa tej kwoty (1 500 zł brutto) stanowi wkład własny fundacji. Realny koszt za koordynację ponoszony przez Miasto to jedynie 1 500 zł. Wskazana kwota obejmuje szeroki zakres obowiązków o charakterze merytorycznym, wykraczający poza zwykłe zarządzanie administracyjne.

Dodatkowe osoby w projekcie:

Aleksandra Wałęsa wraz z dedykowanym dziennikarzem współpracującym z redakcją portalu teamrodzina.pl zajmie się obsługą redakcyjnąprzeprowadzeniem wywiadu z przedstawicielem miasta lub ojcem po rodzicielskim lub reprezentatem UM, przygotowaniem publikacji na portal teamrodzina.pl oraz przygotowaniem i aktualizacją strony i konkursu i kampanii, w tym publikacji logotypu, zdjęcia i cytatów.

Małgorzata Adamowicz będzie odpowiedzialna za obsługę komunikacyjną. -przygotowanie treści pod kontem graficznym

-przygotowanie grafik oraz treści postów

-przygotowanie materiałów i promocją projektu

-przygotowanie kampanii promującej projekt w mediach społecznościowych

-koordynacją publikacji na portalu TeamRodzina oraz www.sharethecare.pl oraz na stronie kampanii

Fundacja Share the Care posiada niezbędną infrastrukturę techniczną oraz zasoby cyfrowe, które zostaną w pełni wykorzystane przy realizacji projektu "Facet na 100 Pro":

Landing page kampanii oraz portal tematyczny: Fundacja udostępnia własną infrastrukturę portalu www.teamrodzina.pl, który jest pierwszym w Polsce portalem parentingowym skoncentrowanym na partnerstwie rodzicielskim. W ramach tych zasobów zostanie wydzielona i przygotowana dedykowana sekcja (landing page) dla tej edycji konkursu, co pozwoli na profesjonalną ekspozycję logotypu Miasta oraz historii Ambasadorów kampanii wybranych w konkursie.

Oferent posiada prawa do domen www.sharethecare.pl oraz www.teamrodzina.pl, co zapewnia stabilną obecność kampanii w sieci.

Prawa autorskie i własność intelektualna: Fundacja posiada pełne autorskie prawa majątkowe do marki, formatu oraz treści publikacji w ramach konkursu „Facet na 100 Pro” oraz do dotychczas wypracowanych materiałów edukacyjnych, scenariuszy do nagrań i grafik. Pozwala to na szybką i efektywną adaptację sprawdzonych rozwiązań na potrzeby kampanii bez generowania dodatkowych kosztów licencyjnych. Fundacja dysponuje własnym sprzętem komputerowym, profesjonalnym oprogramowaniem graficznym do przygotowania „contentu” dla mediów miejskich oraz zapleczem do produkcji materiałów wideo (spotów konkursowych).

Posiadane zasoby cyfrowe (strona www) są zgodne z wymogami ustawy o dostępności cyfrowej, co zapewnia inkluzywność projektu.

IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego

| Lp. | Rodzaj kosztu | Wartość PLN | Z dotacji | Z innych źródeł |
|-----|---------------|-------------|-----------|-----------------|
|-----|---------------|-------------|-----------|-----------------|

| | | | | |
|---|--|------------------|------------------|-----------------|
| 1. | Przeprowadzenie i publikacja wywiadu z przedstawicielem miasta na portalu teamrodzina.pl | 2 000,00 | | |
| 2. | Przygotowanie publikacji (logotyp/zdjęcia/cytat) na stronę kampanii | 2 000,00 | | |
| 3. | Przygotowanie materiałów promocyjnych (grafiki/ rolki/ posty) z logotypem Miasta | 1 500,00 | | |
| 4. | Przygotowanie „contentu” do mediów miejskich | 1 000,00 | | |
| 5. | Targetowana kampania w Mediach Społecznościowych | 1 000,00 | | |
| 6. | Koordinacja | 3 000,00 | | |
| 7. | Przekazanie praw autorskich do materiałów na rzecz Miasta Warszawa | 1 000,00 | | |
| Suma wszystkich kosztów realizacji zadania | | 11 500,00 | 10 000,00 | 1 500,00 |

V. Oświadczenia

Oświadczam(y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne będzie realizowane wyłącznie w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta(-tów);
- 2) pobieranie świadczeń pieniężnych będzie się odbywać wyłącznie w ramach prowadzonej odpłatnej działalności pożytku publicznego;
- 3) oferent* / oferenci* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)* / zalega(-ją)* z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych;
- 4) oferent* / oferenci* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)* / zalega(-ją)* z opłacaniem należności z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne;
- 5) dane zawarte w części II niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym* / inną właściwą ewidencją* ;
- 6) wszystkie informacje podane w ofercie oraz załącznikach są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;
- 7) w zakresie związanym ze składaniem ofert, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, osoby, których dotyczą te dane, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych.

.....

....

.....

....

.....

....

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

Data.....

Załączniki:

1. w przypadku, gdy oferent nie podlega wpisowi w Krajowym Rejestrze Sądowym – kopię aktualnego wyciągu z innego rejestru lub ewidencji, ewentualnie inny dokument potwierdzający status prawny oferenta. Odpis musi być zgodny ze stanem faktycznym i prawnym, niezależnie od tego, kiedy został wydany; *(fakultatywny)*
2. w przypadku wyboru innego sposobu reprezentacji oferentów składających ofertę niż wynikający z Krajowego Rejestru Sądowego lub innego właściwego rejestru - dokument potwierdzający upoważnienie do działania w imieniu oferenta(-ów); *(fakultatywny)*
3. kopię umowy lub statutu spółki - w przypadku gdy oferent jest spółką prawa handlowego, o której mowa w art. 3 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. *(fakultatywny)*
4. Fakultatywne załączniki oferenta. *(fakultatywny)*

¹⁾ Rodzaj zadania zawiera się w zakresie zadań określonych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2018 r. poz. 450, z późn. zm.).

²⁾ Termin realizacji zadania nie może być dłuższy niż 90 dni.