

## 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 oraz w przypisach.

Zaznaczenie gwiazdką, np.: „pobieranie\*/niepobieranie\*” oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź, pozostawiając prawidłową. Przykład: „pobieranie\*/niepobieranie\*”.

**I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie**

1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta	Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
2. Rodzaj zadania publicznego <sup>1)</sup>	Polityka społeczna z zakresu wychowania w trzeźwości i przeciwdziałania alkoholizmowi

**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	FUNDACJA MAZURYMEDIA , fundacja, KRS 0000543020 , siedziba ul. Profesorska 7 lok. 19, 10-080 Olsztyn, adres do korespondencji: Kopernik.tv, ul. Głowackiego 1 (budynek filharmonii) 10 – 447 Olsztyn  89 333 50 09, <a href="http://www.kopernik.tv">www.kopernik.tv</a> , kontakt@kopernik.tv
2. Dane osoby upoważnionej do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej)	[REDAKOWANE]

**III. Zakres rzeczowy zadania publicznego**

1. Tytuł zadania publicznego	Zagrożenia które niosą procenty. Niebezpieczeństwa związane z alkoholem.			
2. Termin realizacji zadania publicznego <sup>2)</sup>	Data rozpoczęcia	14.11.2022	Data zakończenia	13.12.2022

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

**Syntetyczny opis zadania** (należy wskazać i opisać: miejsce realizacji zadania, grupę docelową, sposób rozwiązywania jej problemów/zaspokajania potrzeb, komplementarność z innymi działaniami podejmowanymi przez organizację lub inne podmioty)

Zadanie polegać będzie na wyprodukowaniu dwóch materiałów audiowizualnych o czasie trwania ok. 3 minut. Każdy o roboczych tytułach: „Nie piję w ciąży”; „Alkohol rodzi agresję”. Proces produkcji każdego z materiałów rozpoczyna się od stworzenia jego scenariusza. Następnie na miejsce wykonywania zdjęć do danego materiału udaje się ekipa zdjęciowa składająca się co najmniej z operatora kamery oraz dziennikarza. Udział dziennikarza polega nie tylko na występowaniu w danym materiale jako osoba „prowadząca” (o ile zakłada to scenariusz) ale również na zadawaniu pytań wypowiadających się w danym materiale osób (znowuż, o ile zakłada to scenariusz) oraz na czuwaniu aby wykonywane zdjęcia były zgodne z zapotrzebowaniem wynikającym ze scenariusza. Obok tego utworzona zostanie oprawa graficzna dla materiałów (wszelkiego rodzaju plansze, loga, animacje komputerowe) . Po wykonaniu zdjęć i oprawy graficznej nagrywany jest podkład lektorski. Następnie materiał trafia w ręce montażysty i dźwiękowca, gdzie rezultatem ich pracy jest gotowy materiał audiowizualny. Gotowy



materiał zamieszczany jest w sieci Internet, na portalu <http://kopernik.tv>, oraz są promowane w taki sposób ,aby każdy z nich trafił do co najmniej 20 000 odbiorców. Promocja wycelowana będzie w mieszkańców województwa warmińsko- mazurskiego. Oprócz tego celem wzmocnienia działań promocyjnych każdemu z materiałów towarzyszyć będzie jeden odcinek audycji radiowo – telewizyjnej „Barwy Warmii i Mazur”.

Odnosnie procesu ich produkcji jest on bardzo podobny do procesu związanego z realizacją materiałów audiowizualnych. Główną różnicą jest mniejsza rola scenariusza, co wynika z charakteru audycji – gdzie są to zapisy rozmów z zaproszonymi gośćmi. Zrealizowane odcinki będą dostępne na portalu <http://kopernik.tv> oraz emitowane na antenach warmińsko - mazurskich stacji radiowych (co najmniej dwie stacje). Koszty związane z realizacją, publikacją i emisją odcinków cyklu „Barwy Warmii i Mazur” będą poniesione w całości przez Fundację.

#### **Miejsce realizacji zadania**

Województwo Warmińsko – Mazurskie; portal <https://kopernik.tv>;

#### **Grupa docelowa**

To mieszkańcy Warmii i Mazur, w tym również osoby pracujące z osobami uzależnionymi od alkoholu, pedagodzy szkolni, wychowawcy realizujący działania profilaktyczne.

**Sposób rozwiązywania problemów/zaspokajania potrzeb grupy docelowej**  
Wymienione wyżej osoby uzyskają dostęp do fachowej wiedzy, którą będą mogły wykorzystywać podczas swojej codziennej pracy m.in. z młodzieżą. Dodatkowo materiały zrealizowane w przystępnej formie byłyby wartościowym źródłem informacji również dla osób dotkniętych chorobą alkoholową oraz ich najbliższych.

Ważnym celem materiałów będzie przeciwdziałanie inicjacji w zakresie zachowań ryzykownych związanych z używaniem alkoholu poprzez dostarczenie odpowiedniej informacji oraz identyfikację i wzmacnianie czynników chroniących oraz identyfikację i redukcję czynników ryzyka.

Rezultatem realizacji zadania będą 2 materiały audiowizualne o czasie trwania ok. 3 minut każdy. Materiały zostaną opublikowane na portalu Telewizji Kopernik - [kopernik.tv](http://kopernik.tv). Wskutek zastosowanych działań promocyjnych każdy z nich trafi do co najmniej 20 000 odbiorców. Oprócz tego zrealizowane, wyemitowane i opublikowane w sieci Internet będą 2 odcinki audycji „Barwy Warmii i Mazur”, które będą powiązane z tematyką wyprodukowanych materiałów audiowizualnych.

Wśród ich odbiorców nastąpi efekt w postaci wzmocnienia wiedzy w zakresie problematyki związanej z nadużywaniem alkoholu oraz ukazanie nowych pól istotnych z punktu widzenia profilaktyki i zdrowia.

#### **Trwałość**

Materiały i odcinki audycji „Barwy Warmii i Mazur” będą dostępne na portalu <http://kopernik.tv> przez okres co najmniej roku

---

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.



4. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego		
Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Oczekiwany poziom ilości odbiorców treści	20 000 odbiorców dla jednego filmu, 40 000 odbiorców dla obu łącznie	Na podstawie raportu menadżera reklam i promocji (narzędzie informatyczne facebook)

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

Podstawowym celem Fundacji jest promowanie i popularyzowanie działań związanych z historią kulturą, edukacją, sportem i rekreacją, ochroną środowiska oraz gospodarką i szeroko rozumianą problematyką społeczną, w tym również profilaktyki uzależnień przede wszystkim Olsztyna i regionu Warmii i Mazur z zastosowaniem nowoczesnych i tradycyjnych mediów. Istotnym celem jest kształtowanie postawy świadomego odbiorcy mediów.

Fundacja zajmuje się produkcją materiałów audiowizualnych, których tematyką są działania prowadzone na polach wskazanych powyżej, na terenie przede wszystkim Warmii i Mazur. Wyprodukowane materiały audiowizualne Fundacja zamieszcza na portalu kopernik.tv. Promuje je również w Internecie, przede wszystkim za pośrednictwem portali społecznościowych takich jak m.in. Facebook. Na portalu kopernik.tv dla organizacji współpracującej tworzona jest dedykowana danemu Partnerowi podstrona. Partnerami Fundacji są przede wszystkim jednostki samorządu terytorialnego, ich organy oraz jednostki zależne. Spośród innych partnerów wymienić można m.in. Fundację Ochrony Wielkich Jezior Mazurskich, Wspólnotę Kulturową Borussia, Forum Dialogu Publicznego, i inne. Pełna lista Partnerów Fundacji dostępna jest pod adresem: <http://kopernik.tv/partnerzy>

Fundacja rocznie produkuje i publikuje w Internecie oraz trzech regionalnych stacjach radiowych (Radio UWM FM, Radio Melo, Radio Plus) ok. 150 materiałów audiowizualnych, gdzie za ich produkcję Fundacja nie pobiera żadnej odpłatności i są one w całości realizowane w ramach działalności statutowej. Odnośnie form radiowych - jest to przede wszystkim cykl Barwy Warmii i Mazur, czyli rozmowy z zaproszonymi gośćmi na aktualne i ważne dla społeczności regionu tematy. Dodatkowo od 2021 roku, Fundacja realizuje regularnie program radiowo -telewizyjny Kierunek SUKCES

Fundacja materiały te realizuje w formie audio (wywiad radiowy) oraz jego nagrania audiowideo dostępnego później na stronie kopernik.tv. Ogólnie Fundacja rocznie produkuje i publikuje ok 500 materiałów, z czego ok. 150 to materiały realizowane nieodpłatnie.

Fundacja działa w sposób ciągły, Spośród materiałów wyprodukowanych przez Fundację część tworzy cykle "Olsztyński Wehikuł Czasu" "Barwy Warmii i Mazur", czy EKOpernik. Serwis kopernik.tv jest nadto podzielony na sekcje tematyczne: kultura, auto, zdrowie, nauka, kobieta, biznes i styl życia.

Fundacja dysponuje profesjonalnym studio nagraniowym zlokalizowanym w budynku Filharmonii



Warmińsko Mazurskiej. Fundacja zatrudnia i współpracuje z dziennikarzami, montażystami, operatorami kamer, dźwiękowcami oraz specjalistami od komunikacji w sieci Internet. Zespół jest doświadczony, znaczna większość specjalistów współpracuje z Fundacją od kilku lat.

Działania organizacji skierowane są do społeczności lokalnej regionu Warmii i Mazur.

Fundacja prowadzi działalność gospodarczą, w następujących przedmiotach działalności zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności:

działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych – 59.11.Z, działalność post produkcyjna związana z filmami, nagraniami Wideo i programami telewizyjnymi – 59.12, działalność w zakresie nagrań dźwiękowych i muzycznych - 59.20, nadawanie programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych - 60.20, pozostała działalność wydawnicza - 58.19, działalność związana z wystawianiem przedstawień artystycznych - 90.01, nadawanie programów radiofonicznych - 60.10, działalność portali internetowych - 63.12, działalność związana z reprezentowaniem mediów – 73.12

Fundacja działa od 2015 roku. Wśród sukcesów Fundacji należy wskazać rozszerzenie współpracy także o media tradycyjne w postaci wyżej wskazanych stacji radiowych oraz regionalnej telewizji TVP, Współpraca zapoczątkowana w 2017, początkowo tylko Radio Plus, obecnie obejmuje już 4 stacje radiowe, w tym Polskie Radio Olsztyn. . Osoba reprezentująca Fundację została zaproszona do udziału w pracach drugiej kadencji Regionalnego Komitetu Rozwoju Ekonomii Społecznej na Warmii i Mazurach. Jest to duży awans dla Fundacji, ponieważ w komitecie zasiadają tak ważne dla regionu podmioty jak Uniwersytet Warmińsko Mazurski w Olsztynie, czy największy pracodawca w Olsztynie - Michelin. Marek Jarmołowicz - wiceprezes zarządu Fundacji jest również członkiem Rady Mediów działającej przy Uniwersytecie Warmińsko - Mazurskim w Olsztynie

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

Lp.	Rodzaj kosztu	Wartość PLN	Z dotacji	Z innych źródeł
1.	Zdjęcia do materiałów wraz z montażem	7000	7000	0
2.	Oprawa graficzna	1000	1000	0
3.	Udźwiękowanie wraz z publikacją w sieci Internet	800	800	0
4.	Scenariusze materiałów, podkład lektorski oraz wynagrodzenie dziennikarza	1200	1200	0
5.	Realizacja, emisja 2 programów z cyklu Barwy Warmii i Mazur	6000	0	6000
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		16000	10000	6000

#### V. Oświadczenia

Oświadczam(-my), 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(-ja)\* / zalega(-ją)\* z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych;
- 4) oferent\* / oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ja)\* / 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.

..... Data 28.10.2011.....

.....  
.....  
.....  
**MAZURYMEDIA**

FUNDACJA

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

**MAZURYMEDIA**

FUNDACJA

**FUNDACJA MAZURYMEDIA**  
**ul. Profesorska 7/19 10-080 Olsztyn**  
**NIP: 7393873360 REGON: 36095151**  
**KRS: 0000542730**