

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 Miejski w Gdańsku
2. Rodzaj zadania publicznego ¹⁾	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: Fundacja Share the Care , Forma prawna: Fundacja , Numer Krs: 0000810721 , Kod pocztowy: 01-510 , Poczta: Warszawa , Miejscowość: Warszawa , Ulica: Gen. Zajączka , Numer posesji: 32 , Województwo: mazowieckie , Powiat: Warszawa , Gmina: Żoliborz (dzielnica) , Strona www: www.sharethecare.pl , Adres e-mail: malgorzata.adamowicz@sharethecare.pl , Numer telefonu: 696780255 ,	
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	Jak zostać tatą zastępczym?			
2. Termin realizacji zadania ²⁾	Data rozpoczęcia	02.06.2025	Data zakończenia	30.08.2025

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

Opis zadania

Celem zadania jest budowanie rzetelnego, pozytywnego i angażującego wizerunku pieczy zastępczej oraz zachęcenie potencjalnych kandydatów do zostania rodzicami zastępczymi. Ważnym aspektem projektu jest promocja lokalnych rozwiązań w zakresie pieczy zastępczej oraz przedstawienie dobrych praktyk wypracowanych przez Miasto Gdańsk, które stanowi przykład skutecznego i odpowiedzialnego działania w tym obszarze.

Realizacja zadania obejmuje szereg zintegrowanych działań informacyjno-edukacyjnych, takich jak:

- produkcja podcastu i treści multimedialnych
- realizacja profesjonalnego odcinka podcastu z udziałem gdańskiego ojca zastępczego i eksperta MOPR Gdańsk ds. pieczy zastępczej, ilustrującego realne wyzwania i korzyści płynące z pełnienia tej roli. Powstanie również --transkrypcja i artykuł oparty na rozmowie,
- 5 dynamicznych szortów wideo oraz posty z cytatami, które zostaną szeroko wypromowane w mediach społecznościowych.
- webinar edukacyjno-informacyjny z udziałem eksperta ds. pieczy zastępczej z Miasta Gdańsk oraz ojca zastępczego mieszkającego w Gdańsku. Wydarzenie będzie transmitowane online i dostępne dla szerokiej publiczności – w szczególności osób rozważających zostanie rodziną zastępczą.

Temat webinaru „Jak zostać rodziną zastępczą w Gdańsku – praktyczne informacje i prawdziwa historia”

Cel:

- budowanie rzetelnego i angażującego wizerunku pieczy zastępczej.
- przedstawienie konkretnych informacji na temat procedur i wsparcia dostępnego w Gdańsku.
- zachęcenie uczestników do zadawania pytań i rozwiewania obaw.

- zaprezentowanie dobrych praktyk i rozwiązań lokalnych wdrażanych przez Miasto Gdańsk.

Część I (ekspercka): Przedstawienie systemu pieczy zastępczej w Gdańsku – krok po kroku, kto i jak może zostać rodziną zastępczą, jakie formy wsparcia oferuje miasto, jakie są obowiązki i prawa, przedstawienie procedury, formy wsparcia oraz systemowe podejście stosowane w mieście.

Część II (osobista historia): Rozmowa z ojcem zastępczym z Gdańska o jego motywacjach, doświadczeniach, wyzwaniach i radościach.

Część III (Q&A na żywo): Otwarta sesja pytań i odpowiedzi na czacie, moderowana przez zespół Fundacji. Dzięki formule Q&A uczestnicy mogą zadać pytania bezpośrednio, anonimowo i w komfortowych warunkach. To ważne, ponieważ wiele osób nie wie, do kogo zwrócić się z pierwszymi wątpliwościami a ten webinar daje im taką możliwość.

- cykl postów w przystępnej formie graficznej, promujących webinar edukacyjny, podcast oraz prezentujących kluczowe pojęcia, procedury i korzyści związane z pieczą zastępczą – w tym konkretnie w Gdańsku – publikowany na Facebooku, Instagramie i LinkedIn.

Dodatkowo zostanie zaplanowana i wdrożona promocja w mediach społecznościowych

Zostanie ona opracowana na bazie strategii komunikacji w kanałach Fundacji (Facebook, Instagram, LinkedIn) oraz targetowana promocja postów, podcastu i materiałów edukacyjnych w celu dotarcia do potencjalnych kandydatów na rodziców zastępczych.

Działania te wpisują się w misję Fundacji Share the Care, promującej partnerski model rodziny, równość rodzicielską i kulturę równych szans. Projekt odpowiada na potrzeby Miasta Gdańsk w zakresie budowania świadomości społecznej i rozwoju systemu pieczy zastępczej. Dzięki partnerstwu z miastem możliwe jest dotarcie do szerokiej grupy odbiorców z regionu, wzmocnienie wizerunku Gdańska jako miasta otwartego i wspierającego rodziny oraz inspirowanie do lokalnych działań na rzecz dzieci wymagających opieki zastępczej.

Zadanie "Jak zostać tatą zastępczym" jest działaniem uzupełniającym do oferty "Tata zastępczy-prawdziwa historia".

Miejsce realizacji

Gdańsk

4. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego

Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Produkcja odcinka podcastu z ojcem zastępczym i ekspertem ds. pieczy z MOPR Gdańsk	1 odcinek	Liczba opublikowanych odcinków
Przygotowanie 5 shortów z podcastu	5 shortów	Liczba opublikowanych shortów
Artykuł i transkrypcja z podcastu	1 artykuł	Liczba opublikowanych artykułów
Przygotowanie i opublikowanie materiałów oraz zaplanowanie promocji w mediów społecznościowych	10 szt	Liczba opublikowanych materiałów
Webinar edukacyjny	1 szt	Liczba przeprowadzonych webinarów
Promocja w mediach społecznościowych	zasięg kampanii 100 000	osiągnięty zasięg kampanii

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

Fundacja od samego początku swojej działalności zabiegała o praktyczne wdrożenie dyrektywy work-life balance w Polsce. Zajmujemy się edukowaniem 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. 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 też badania pozwalające lepiej zrozumieć potrzeby współczesnych rodziców. Przygotowujemy przewodniki oraz kampanie dla rodziców i pracodawców. 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. W 2024 r. podpisaliśmy 5-letnie partnerstwo z 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".

W roku 2024 przeprowadziliśmy bezpłatne Eventy-wydarzenia dla rodziców oraz pracodawców dotyczące partnerstwa i wyrównywania szans na rynku pracy oraz w domu- 2 z nich pod patronatem honorowym Ministerstwa Rodziny Pracy i Polityki Społecznej.

Fundacja prowadzi co roku również swoje kampanie społeczne: Równi w domu-Równi w pracy-wspierające pracodawców w dążeniu do równości rodzicielskiej na rynku pracy, Proud to be a working Mum-kampanii promująca aktywność zawodową kobiet oraz Facet na 100 Pro-kampania 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. Więcej o Fundacji: www.sharethecare.pl, Portal fundacji: www.teamrodzina.pl

Doświadczenia w realizacji działań planowanych w ofercie

Fundacja ma na swoim koncie realizację kilku projektów grantowych, których realizacja zakończyła się sukcesem (Aktywni Obywatele, Inkubator Innowacji Społecznych Transer Hub)

W roku 2023 i 2024 przeprowadziliśmy 6 projektów realizowanych jako zadanie publiczne z art 19a dotyczące edukacji i promowania praw przysługujących rodzicom po urodzeniu się dziecka z miastami: Kraków, Warszawa, Wrocław i Łódź. Wszystkie projekty zostały zakończone sukcesem, założone rezultaty zrealizowane i sprawozdania zatwierdzone.

Fundacja ma również duże doświadczenie w prowadzeniu webinarów. W ramach swojej misji edukacyjnej Fundacja przeprowadziła ok 50 bezpłatnych webinarów prawnych i psychologicznych z udziałem ekspertów.

W roku 2025 Fundacja organizuje już po raz czwarty Fundacja prowadzi kampanię „Facet na 100 Pro” stawia na autentyczność i moc życiowych opowieści. Chcemy pokazać, że ojcostwo nie ma jednej, idealnej formuły – każdy tata ma swoją niepowtarzalną drogę, pełną wyzwań, radości i codziennych odkryć.

Celem kampanii jest edukacja na temat tego, jak ważna jest rola taty w życiu dzieci, ale też jak ojcostwo służy samym mężczyznom. Jej celem jest również edukacja rodziców na temat nowych praw ojców, które weszły w życie w 2023 roku. Dzięki nowym uprawnieniom, w 2024 roku już 42,000 ojców skorzystało z urlopu rodzicielskiego (17 % versus 1% przed wejściem w życie dyrektywy work-life balance).

W tegorocznej kampanii Facet na 100 PRO stawiamy na autentyczne historie ojców z całej Polski, czyli siłę ROLE-MODELS

W kwietniu zorganizowany został konkurs na Ambasadorków kampanii Facet na 100 pro. Autorów 10 najciekawszych historii zaproszeni zostaną na nagrania video i przyznamy status Ambasadora tegorocznej kampanii Facet na 100 PRO. PRAWDZIWE HISTORIE.

W czerwcu w 10 wyjątkowych historii ojców z całej Polski, które zilustrują różne oblicza zaangażowanego taty – od tych stawiających pierwsze kroki w ojcostwie, po doświadczonych rodziców, którzy z dumą opowiadają o swoich pociechach. Jedną z tych historii będzie dotyczyła ojca zastępczego-będzie to ojciec z Gdańska.

Dlaczego to tak ważne?

-przełamywanie stereotypów-pokazując prawdziwe doświadczenie rodziny zastępczej,

uświadamiamy, że opieka nad dziećmi to nie wyłącznie „zadanie” rodziców biologicznych, lecz przede wszystkim misja pełna miłości i poświęcenia.

-pokazywanie lokalnego wzoru do naśladowania- historia taty z Gdańska jako Ambasadora kampanii pozwoli mieszkańcom zobaczyć, że w ich otoczeniu działają ludzie gotowi otworzyć swoje serca i dom. To buduje dumę z miasta i zachęca kolejnych kandydatów do podjęcia roli rodzica zastępczego.

-wzmocnienie równości rodzicielskiej-rodzina zastępcza to kolejny wymiar zaangażowanego ojcostwa – tutaj równie ważna jest gotowość do wspólnego wychowywania, dzielenia obowiązków i budowania bezpiecznej więzi. Promując te historie we współpracy z miastem Gdańsk, podkreślamy, że nowoczesne ojcostwo i wsparcie dla dzieci w trudnej sytuacji to priorytety lokalnej polityki rodzinnej.

-budowanie sieci wsparcia-pokazanie gdańskiego taty zastępczego w ramach ogólnopolskiej kampanii to sygnał dla instytucji, organizacji pozarządowych i samych mieszkańców, że temat pieczy zastępczej jest ważny, widoczny i godny wsparcia – także na poziomie samorządu.

Zasoby, które będą wykorzystywane w realizacji zadania

1.Produkcja podcastu-stworzenie profesjonalnego odcinka podcastu z udziałem eksperta i ojca zastępczego – rozmowa na temat wyzwań, motywacji i doświadczeń związanych z pieczą zastępczą z gdańskim ojcem zastępczym i ekspertem ds. pieczy z MOPR Gdańsk

Zasoby:

Dziennikarz / Redaktor merytoryczny – przygotowanie scenariusza rozmowy, przeprowadzenie wywiadu, redakcja treści.

Koordynator projektu (Karolina Andrian) – zapewnienie udziału odpowiednich ekspertów i gościa, nadzór nad zgodnością z celami projektu, koordynacja produkcji.

Zasoby technologiczne – sprzęt audio (własny lub wynajęty), studio nagraniowe (jeśli konieczne), oprogramowanie do montażu dźwięku.

Zasoby merytoryczne – konsultacje z ekspertami oraz specjalistami z zakresu pieczy zastępczej w zakresie doboru treści i pytań.

2. Przygotowanie 5 shortów z podcastu (klipy wideo 1–2 minuty) wycięcie i opracowanie najciekawszych fragmentów podcastu w formie dynamicznych, krótkich materiałów wideo do promocji w social media.

Zasoby:

Grafik / specjalista ds. social media (Aleksandra Wałęsa) – montaż szortów (wideo + napisy), przygotowanie miniatur, dostosowanie formatów do Facebooka, Instagrama, LinkedIna.

Koordynator projektu (Karolina Andrian) – zatwierdzenie wyboru fragmentów, nadzór nad harmonogramem i publikacją.

Zasoby technologiczne – oprogramowanie do montażu i narzędzia do dodawania napisów.

3.Artykuł i transkrypcja z podcastu-stworzenie artykułu opartego na treści podcastu oraz transkrypcji całej rozmowy – publikacja na stronie kampanii i w portalu TeamRodzina.pl.

Zasoby:

Dziennikarz / Redaktor merytoryczny – przygotowanie artykułu w oparciu o treść rozmowy, redakcja językowa i merytoryczna transkrypcji.

Platformy publikacyjne – CMS portalu TeamRodzina.pl, strona kampanii „Facet na 100 Pro” (www.tata.teamrodzina.pl).

4.Grafiki i posty do podcastu-przygotowanie materiałów graficznych zapowiadających podcast, webinar oraz szorty – w formacie zgodnym z kanałami social media.

Zasoby: (Aleksandra Wałęsa)– projektowanie layoutów graficznych (okładka odcinka, cytaty, grafiki

do reelsów i stories), redakcja treści postów, przygotowanie copy i hashtagów.

5. Webinar edukacyjny-Zasoby wykorzystane w realizacji webinaru:

Zasoby ludzkie:ekspert z Miasta Gdańsk – specjalista ds. pieczy zastępczej, który przedstawi procedury, formy wsparcia oraz lokalne rozwiązania stosowane w Gdańsku, ojciec zastępczy z Gdańska – gość specjalny webinaru, który opowie o własnych doświadczeniach i odpowie na pytania uczestników, moderator z ramienia Fundacji Share the Care – prowadzenie wydarzenia, moderacja dyskusji i sesji Q&A. Obsługa platformy webinarowej, transmisji na żywo, czatu,

Zasoby promocyjne i komunikacyjne:

Posty promujące wydarzenie w kanałach Fundacji Share the Care: Facebook, Instagram, LinkedIn – zapowiedzi, przypomnienia, podziękowania po wydarzeniu oraz mailingi do bazy Fundacji.

Zostaną przygotowane profesjonalne grafiki do promocji webinaru – przygotowane przez grafika na potrzeby mediów społecznościowych i mailingów.

Zasoby merytoryczne: scenariusz webinaru – opracowany we współpracy z ekspertami i moderatorem oraz lista Q&A i najczęstszych pytań kandydatów na rodziców zastępczych przygotowana wspólnie z zespołem merytorycznym Fundacji i Miasta Gdańsk.

6. Promocja w mediach społecznościowych-dotarcie do potencjalnych kandydatów na rodziców zastępczych oraz szerokiej opinii publicznej z przesłaniem edukacyjnym i inspirującym.

Zasoby:(Aleksandra Wałęsa)– publikacja i zarządzanie kampanią w kanałach: Facebook, Instagram, LinkedIn.

7. Koordynator projektu (Karolina Andrian), która ma duże doświadczenie w koordynowaniu projektami grantowymi - 0,25 ETATU przez 3 miesiące

-weryfikacja merytoryczna i finalna akceptacja materiałów.

-opracowanie harmonogramu publikacji i strategii komunikacji, zatwierdzanie treści.

-zapewnienie spójności działań, terminowej realizacji i osiągnięcia wskaźników.

-planowanie harmonogramu produkcji i promocji,

-kontakt z gośćmi podcastu, dziennikarzem, grafikiem i zespołem social media,

-kontrola budżetu i spójność z celami zadania,

-sprawozdawczość i analiza rezultatów kampanii podcastowej.

IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego

Lp.	Rodzaj kosztu	Wartość PLN	Z dotacji	Z innych źródeł
1.	Produkcja odcinka podcastu z ojcem zastępczym i ekspertem ds. pieczy z MOPR Gdańsk	2 000,00		
2.	Przygotowanie 5 shortów z podcastu	300,00		
3.	Artykuł i transkrypcja z podcastu	400,00		
4.	Przygotowanie i opublikowanie materiałów oraz zaplanowanie promocji w mediów społecznościowych	1 250,00		
5.	promocja projektu w social mediach	1 250,00		
6.	webinar	2 300,00		
7.	koordynator projektu	2 500,00		

Suma wszystkich kosztów realizacji zadania	10 000,00	10 000,00	0,00
--	-----------	-----------	------

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. Aktualny dokument potwierdzający status prawny oferenta i umocowanie osób go reprezentujących - o ile nie jest on dostępny w internetowej Wyszukiwarce Podmiotów Krajowego Rejestru Sądowego (*fakultatywny*)

2. W przypadku wyboru innego sposobu reprezentacji podmiotu składającego ofertę niż wynikający z KRS lub innego, właściwego rejestru – pełnomocnictwo oraz potwierdzenie uiszczenia opłaty skarbowej, jeśli nie obowiązuje zwalenie z opłaty (*fakultatywny*)
 3. Kopia 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. Umowę pomiędzy Oferentami, którzy złożyli ofertę wspólną, określającą zakres ich świadczeń, składających się na realizację zadania publicznego (*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.