

ST-II-Z. 616-2.4. 2025

Zat. 9

Opis zatwierdzenia

Nazwa oferenta:

Zadanie:

Numer wniosku:

Suma kontrolna:

Lokalna Grupa Działania "Bory Tucholskie"

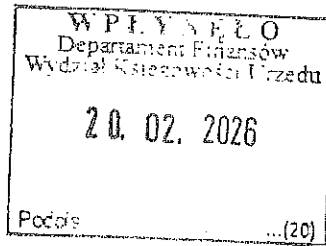
Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja,
integracja, współpraca

ST-II-Z.616.2.4.2025 (numer techniczny: 605396)

0260-3a11-d7dd

Sprawozdanie zostało zatwierdzone przez dyrektora Departamentu Sportu i Turystyki oraz przez Skarbnika Województwa

Departament Sportu i Turystyki
Biuro ds. Rozwoju Turystyki



Toruń, 19.02.2026

~~ST-H-Z.616.1.04.2025.~~

ST-H-Z.616.1.4.2025

1. Nr i data umowy: UM_ST.616.1.563.2025 z dnia 1.08.2025 r. ✓
2. Podmiot: Lokalna Grupa Działania "Bory Tucholskie" ✓
3. Nazwa zadania: Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca ✓
4. Termin złożenia sprawozdania:
 - 4.1. wynikający z umowy 30.01.2026 r. ✓
 - 4.2. data wpływu do urzędu / stempla pocztowego* 2.02.2026 r. ✓
 - 4.3. uzupełniono w dniu 19.02.2026 r.
5. Przyznano dotację w kwocie 20 000,00 zł ✓
 - 5.1. Przekazano kwotę 20 000,00 zł ✓
 - 5.2. Wykorzystano zgodnie z rozliczeniem 19 985,00 zł ✓
 - 5.3. Do zwrotu 15,00 zł ✓
 - 5.4. Do przekazania 0 zł
6. Koszt całkowity zadania:
 - planowany 21 060,00 zł ✓
 - faktyczny 21 043,58 zł ✓

7. Dodatkowe informacje: zwrot dotacji w kwocie 15,00 zł nastąpił w dniu 14.01.2026 r. ✓

8. Ocena merytoryczna:

Potwierdza się, że zadanie zostało wykonane zgodnie z umową i ofertą/aktualizacją oferty*.

Osiągnięto zakładane cele. Zadanie wykonano w sposób skuteczny i efektywny.

Środki budżetowe: dział 630, rozdział 63095, § 2360 ✓

Agnieszka Komorowska
Agnieszka Komorowska 18.02.2026
(sporządzający rozliczenie, data)

(bezpośredni przełożony, data)

Dyrektor
Departamentu Sportu i Turystyki
Zatwierdzono pod względem merytorycznym i finansowym *Krzysztof Wasita* 20.02.2026
(Dyrektor Departamentu, data)

Marcinowska Daria 09.03.2026
Sprawdzono pod względem formalno-rachunkowym
(Departament Finansów, data) 2026-03-09

Skarbnik Województwa
Dyrektor Departamentu Finansów
Paweł Adamczyk 17.03.2026
Sprawdzono zgodnie z ustawą o finansach publicznych i przyjęto rozliczenie
(Skarbnik Województwa, data)

Sprawozdanie złożone po terminie

19.02.2026, 11:20

Treść wiadomości

Identyfikator wiadomości:

*PPSA-E-2c2f64b5-7075-43ed-8757-3d6aca3dc3fa

Data doręczenia:

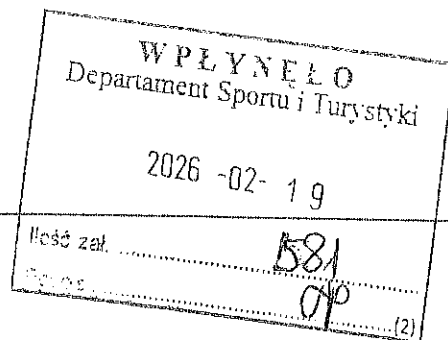
2026-02-18 09:11:58

Nadawca:

LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA "BORY TUCHOLSKIE" (AE:PL-39567-66869-CHJCI-18)

Temat:

Departament Sportu i Turystyki - sprawozdanie



Treść:

Przesyłam w załączeniu korektę sprawozdania z realizacji zadania publicznego " Turystyka naturalna w Borach" (umowa UM_ST.616.1.563.2025).

Magdalena Kurpinowicz
LGD Bory Tucholskie

Magdalena Kurpinowicz
19.02.2026
[Signature]

M. Kurpinowicz
18.02.2026
[Signature]

A. Komorowska
19.02.2026

Magdalena Kurpinowicz
Magdalena Kurpinowicz
18.02.2026

**SPRAWOZDANIE Z WYKONANIA ZADANIA PUBLICZNEGO,
O KTÓRYM MOWA W ART. 18 UST. 4 USTAWY Z DNIA 24 KWIETNIA
2003 R. O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU
PUBLICZNEGO I O WOLONTARIACIE (DZ. U. Z 2018 R. POZ. 450, Z
PÓŻN. ZM.)**

Pouczenie co do sposobu wypełniania sprawozdania:

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

W przypadku pól, które nie dotyczą danego sprawozdania, należy wpisać „nie dotyczy” lub przekreślić pole.

Zaznaczenie „**”, np. „Częściowe* / Końcowe**”, oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź i pozostawić prawidłową. Przykład: „~~Częściowe~~/Końcowe**”.



Rodzaj sprawozdania	Częściowe*/Końcowe*
Okres, za jaki jest składane sprawozdanie	Od: 2025-06-01 Do: 2025-12-31 ✓ ✓

Tytuł zadania publicznego	Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca ✓		
Nazwa Zleceńbiiorcy(-ców)	Lokalna Grupa Działania "Bory Tucholskie" ✓		
Data zawarcia umowy	2025-08-01 ✓	Numer umowy, o ile został nadany	UM_ST.616.1.563.2 025 ✓

Część I. Sprawozdanie merytoryczne

1. Opis osiągniętych rezultatów wraz z liczbowym określeniem skali działań zrealizowanych w ramach zadania (należy opisać osiągnięte rezultaty zadania publicznego i sposób, w jaki zostały zmierzone; należy wskazać rezultaty trwałe oraz w jakim stopniu realizacja zadania przyczyniła się do osiągnięcia jego celu)	
Dzięki realizacji założonych działań (kampania promocyjna, wpisy w mediach społecznościowych) zwiększyliśmy liczbę obserwatorów naszego profilu na Facebooku z niecałych 500 osób do ponad 5000 osób - jest to liczba osób, do których możemy z łatwością dotrzeć w kolejnych działaniach. Poprzez realizację dwóch wizyt studyjnych nawiązaliśmy roboczy kontakt pomiędzy podmiotami tworzącymi turystykę w Borach Tucholskich a podmiotami działającymi na rzecz sąsiednich marek należących do Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejs (partnerami wizyt były: LOT Bydgoszcz czyli ByLOT oraz LOT Doliny Dolnej Wisły z siedzibą w Chełmnie). Utworzyliśmy stronę internetową będącą wizytówką idei Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich, stronę która niezależnie od bieżących działań będzie wskazywała optymalne kierunki rozwoju turystyki w Borach Tucholskich wypracowane w ramach Strategii marki Bory Tucholskie.	

Dodatkowe informacje dotyczące rezultatów realizacji zadania publicznego		
Zakładane rezultaty	Poziom osiągnięcia	Monitorowanie rezultatów
Liczba wpisów w mediach społecznościowych	20	zdjęcia, sprawozdanie z realizacji

Liczba kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych	1	sprawozdanie
Liczba podmiotów branży turystycznej uczestniczących w kampanii promocyjnej	10	sprawozdanie
Liczba wizyt studyjnych	2	sprawozdanie
Udział przedstawicieli podmiotów branży turystycznej w wizytach studyjnych	8	lista obecności
Liczba stron internetowych utworzonych w ramach projektu	1	wydruk

2. Szczegółowy opis wykonania poszczególnych działań (opis powinien zawierać szczegółową informację o zrealizowanych działaniach zgodnie z umową, z uwzględnieniem stopnia oraz skali ich wykonania, a także wyjaśnić ewentualne odstępstwa w ich realizacji; w opisie należy przedstawić również informację o zaangażowanym wkładzie osobowym i wkładzie rzeczowym w realizację działań; w przypadku realizacji działania przez podmiot niebędący stroną umowy¹⁾ należy to wyraźnie wskazać w opisie tego działania)

1. Przygotowanie projektu

Zrealizowano w terminie: 2025-09-01 - 2025-11-30

Opis: Powołany został zespół projektowy; Podpisano umowy z koordynatorem, biurem rachunkowym, ustalono zakresy obowiązków; Przygotowany i udostępniony został opis projektu. Opracowany został regulamin rekrutacji i przeprowadzona została rekrutacja uczestników projektu. Nastąpiła promocja projektu, przygotowana została informacja dla mediów i na stronę internetową. Przygotowaliśmy ramy do organizacji projektu, promocji projektu, pozyskania uczestników projektu. Realizatorem zadania był Zarząd LGD, który wykonał przedmiotowe działania społecznie, nie pobierając za nie wynagrodzenia (co spowodowało w tym punkcie oszczędności w stosunku do założonego budżetu, wykorzystanie później na realizację kampanii promocyjnej). Dodatkowym elementem promującym projekt na poziomie regionalnym była prezentacja projektu na spotkaniu członków K-POT we Włodawku.

Informacje o wykonaniu działania przez podmiot niebędący stroną umowy: Nie podano

2. Obsługa mediów społecznościowych

Zrealizowano w terminie: 2025-10-01 - 2025-12-31

Opis: Realizacja obsługi mediów społecznościowych poprzez przygotowanie autorskich materiałów do prezentowania na stronie internetowej oraz na profilu w mediach społecznościowych. Uporządkowanie sieci dostępnych mediów społecznościowych, przygotowanie zasad spójnego przekazu, regularna realizacja przekazu. Grupą docelową była branża turystyczna Borów Tucholskich oraz potencjalni odwiedzający Bory Tucholskie.

Informacje o wykonaniu działania przez podmiot niebędący stroną umowy: Przygotowanie autorskich materiałów promujących Bory Tucholskie.

3. Kampania promocyjna w mediach społecznościowych

Zrealizowano w terminie: 2025-10-01 - 2025-12-29

Opis: Przeprowadziliśmy szeroką kampanię reklamową promującą profil FB "Bory Tucholskie Naturalnie", która zwiększyła liczbę obserwatorów tego profilu do 5 tysięcy osób. Pozwoli to na skuteczne kształtowanie wizerunku Borów Tucholskich, jak i promocję ich produktów turystycznych jako niezwykle wartościowego elementu turystyki województwa kujawsko-pomorskiego stanowiącego ważny element Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc. Celem było zwiększenie rozpoznawalności marki Borów Tucholskich i marki Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich, promocja idei Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich jako elementu Kuj.-Pom. Konstelacji dobrych miejsc, integracja branży turystycznej BT i budowa sieci ich współpracy, lepsze wykorzystanie potencjału podmiotów z branży turystycznej działających w Borach Tucholskich zgodnie z zasadami marki. Cel ten jest celem ciągłym, ale dzięki realizacji zadania i osiągniętych w tym czasie rezultatów jego dalsza realizacja będzie znacząco ułatwiona i skuteczniejsza. W związku z koniecznością pozyskania dodatkowych kompetencji związanych z obsługą kampanii promocyjnej realizowanej w mediach społecznościowych bezpośrednio w Irlandii (siedziba firmy META) konieczne było włączenie do obsługi kampanii ekspertów posiadających wiedzę na temat procedur dokonywania transakcji wewnątrzspółnotowych, co podwyższyło koszty w tym zakresie (poniesione w ramach wkładu własnego). Zgodnie z zapisami § 6 Umowy o dofinansowanie informujemy o dokonaniu przesunięcia kosztów z poz. 1.1.1 budżetu (Promocja projektu i rekrutacja uczestników) na pozycję 1.3.1 (Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej oraz jej obsługa).

Informacje o wykonaniu działania przez podmiot niebędący stroną umowy: Opracowanie zasad kampanii promocyjnej, realizacja kampanii promocyjnej wraz z podatkiem VAT, nadzór nad realizacją kampanii promocyjnej, usługi eksperckie.

4. Cykl wyjazdów studyjnych

Zrealizowano w terminie: 2025-09-01 - 2025-11-30

Opis: Odbyły się dwie wizyty studyjne w dwóch innych submarkach turystycznych województwa, z udziałem przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich. Celem wizyt była: 1) prezentacja oferty Borów Tucholskich partnerom regionalnym i zachęcenie ich do korzystania z naszej oferty (oraz poznanie ich oferty produktowej), 2) nawiązanie bezpośredniej współpracy służącej wzajemnej promocji produktów turystycznych naszego regionu, w tym zachęcenie do wzajemnego udziału w najważniejszych imprezach promocyjnych (np. w Święcie Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich), 3) nawiązanie ścisłej współpracy w zakresie wspólnej promocji w ramach Konstelacji Dobrych Miejsc (ułatwiającej wspólne przygotowanie promocji o szerokim, ponadregionalnym zasięgu). Mamy niedosyt praktycznej, skierowanej na konkretne rezultaty współpracy w ramach marki parasolowej, w szczególności w zakresie wymiany doświadczeń i wspólnej promocji i działanie to stanowi odpowiedź na ten problem. Uczestnikami wizyt byli przedstawiciele podmiotów branży turystycznej Borów Tucholskich realizujących założenia Turystyki Naturalnej.

Informacje o wykonaniu działania przez podmiot niebędący stroną umowy: Transport, zwiedzanie (oprowadzanie), wyżywienie

5. Stworzenie strony internetowej

Zrealizowano w terminie: 2025-10-01 - 2025-12-21

Opis: Stworzona została wizerunkowa strona internetowa „Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich”. Opracowano i uruchomiono stronę internetową borytucholskie-naturalnie.pl prezentującą ideę Turystyki Naturalnej, ofertę turystyczną regionu wpisującą się w tę ideę, zgodnie z wytycznymi marki „Kujawko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz wizję na przyszłość wynikającą ze Strategii marki Bory Tucholskie z konkretnymi planami i kamieniami milowymi. Wcześniej strona internetowa borytucholskie-naturalnie.pl miała charakter projektowy, promujący konkretne działania takie jak Święto Turystyki Naturalnej czy inne wydarzenia, brakowało nam jednak strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji. Strona ta opiera się na wykupionej przez nas domenie borytucholskie-naturalnie.pl. Nie stanowi ona platformy sprzedażowej (taką tworzy obecnie K-POT) ani dynamicznego środowiska dla zmieniających się informacji (które powinno w przyszłości znaleźć się na stronie borytucholskie.pl), ale profesjonalną wizytówkę regionu i wizji jego rozwoju w zakresie turystyki. Cel: Utworzenie na podstawie dostarczonych materiałów oficjalnej, spójnej strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji. Uczestnicy: realizator zadania, branża turystyczna (konsultacje)

Informacje o wykonaniu działania przez podmiot niebędący stroną umowy: Wykonawca strony internetowej borytucholskie-naturalnie.pl

6. Koordynacja projektu

Zrealizowano w terminie: 2025-06-01 - 2025-12-31

Opis: Koordynator projektu: nadzór nad realizacją umów, prowadzenie dokumentacji (listy obecności itp.), udział we wszystkich działaniach projektowych, raportowanie do zarządu, opracowanie sprawozdania z realizacji projektu i z poszczególnych zadań.

Informacje o wykonaniu działania przez podmiot niebędący stroną umowy: Koordynator - umowa zlecenie

Część II. Sprawozdanie z wykonania wydatków			
1. Rozliczenie wydatków za rok 2025			
Lp.	Rodzaj kosztu	Koszty zgodnie z umową (w zł)	Faktycznie poniesione wydatki (w zł)
I.	Koszty realizacji działań		
I.1.	Przygotowanie projektu	1 060,00	432,40
I.1.1	Promocja projektu (przygotowanie informacji o projekcie, przekazanie informacji mediom, promocja poszczególnych zadań), rekrutacja uczestników.	1 060,00	432,40
I.2.	Obsługa mediów społecznościowych	2 000,00	2 000,00
I.2.1	Obróbka, planowanie i udostępnianie wpisów w mediach społecznościowych, kontakt z przedstawicielami branży turystycznej	2 000,00	2 000,00
I.3.	Kampania promocyjna w mediach społecznościowych	3 000,00	3 911,18
I.3.1	Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej oraz jej obsługa	3 000,00	3 911,18
I.4.	Cykl wyjazdów studyjnych	6 000,00	5 700,00
I.4.1	Realizacja jednodniowego wyjazdu studyjnego: transport (średnio ok. 200 km), wyżywienie, bilety wstępu, drobne upominki dla strony goszczącej	6 000,00	5 700,00
I.5.	Stworzenie strony internetowej	6 000,00	6 000,00
I.5.1	Utworzenie, instalacja i wypełnienie treścią strony internetowej bortucholskie-naturalnie.pl jako wizytówki Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich	6 000,00	6 000,00
I.6.	Koordynacja projektu	3 000,00	3 000,00
I.6.1	Koordynator projektu: nadzór nad realizacją umów, prowadzenie dokumentacji (listy obecności itp.), udział we wszystkich działaniach projektowych, raportowanie do zarządu, opracowanie sprawozdania z realizacji projektu i z poszczególnych zadań	3 000,00	3 000,00
Suma kosztów realizacji zadania		21 060,00	21 043,58
II.	Koszty administracyjne		
Suma kosztów administracyjnych		0,00	0,00
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		21 060,00	21 043,58

2. Rozliczenie ze względu na źródło finansowania zadania publicznego			
Lp.	Źródło finansowania	Koszty zgodnie z umową	Faktycznie poniesione wydatki
1	Dotacja, w tym odsetki bankowe od dotacji oraz inne przychody ogółem:		19 985,00 zł
1.1	Kwota dotacji	20 000,00 zł	19 985,00 zł ✓
1.2	Odsetki bankowe od dotacji		0,00 zł
1.3	Inne przychody		0,00 zł
2	Inne środki finansowe ogółem ²⁾ : (należy zsumować środki finansowe wymienione w pkt 2.1–2.4)	1 060,00 zł ✓	1 058,58 zł ✓
2.1	Środki finansowe własne	1 060,00 zł	1 058,58 zł
2.2	Świadczenia pieniężne od odbiorców zadania publicznego	0,00 zł	0,00 zł
2.3	Środki finansowe z innych źródeł publicznych ^{2),3)} Nazwa(-wy) organu(-nów) administracji publicznej lub jednostki(-tek) sektora finansów publicznych, który(-ra,-re) przekazał(a, y) środki finansowe)	0,00 zł	0,00 zł
2.4	Pozostałe ²⁾	0,00 zł	0,00 zł
3	Wkład osobowy i wkład rzeczowy ogółem: (należy zsumować środki finansowe wymienione w pkt 3.1–3.2)	0,00 zł	0,00 zł
3.1	Koszty pokryte z wkładu osobowego	0,00 zł	0,00 zł
3.2	Koszty pokryte z wkładu rzeczowego ^{4),5)}	0,00 zł	0,00 zł
4	Udział kwoty dotacji w całkowitych kosztach zadania publicznego ⁶⁾	94,97 % ✓	94,97 % ✓
5	Udział innych środków finansowych w stosunku do otrzymanej kwoty dotacji ⁷⁾	5,30 % ✓	5,30 % ✓
6	Udział wkładu osobowego i wkładu rzeczowego w stosunku do otrzymanej kwoty dotacji ⁸⁾	0,00 %	0,00 %

3. Informacje o innych przychodach uzyskanych przy realizacji zadania publicznego (należy opisać przychody powstałe podczas realizowanego zadania, które nie były przewidziane w umowie, np. pochodzące ze sprzedaży towarów lub usług wytworzonych lub świadczonych w ramach realizacji zadania publicznego)
Nie uzyskano innych przychodów.

4. Informacje o świadczeniach pieniężnych pobranych w związku z realizacją zadania od odbiorców zadania (należy wskazać warunki, na jakich były pobierane świadczenia pieniężne, jaka była faktyczna wysokość świadczenia poniesiona przez pojedynczego odbiorcę oraz jaka była łączna wartość tych świadczeń)

Część III. Dodatkowe informacje
Dnia 14.01.2026 dokonano zwrotu niewykorzystanej kwoty dotacji w wysokości 15,- zł. W związku z koniecznością pozyskania dodatkowych kompetencji związanych z obsługą kampanii promocyjnej realizowanej w mediach społecznościowych bezpośrednio w Irlandii (siedziba firmy META) konieczne było włączenie do obsługi kampanii ekspertów posiadających wiedzę na temat procedur dokonywania transakcji wewnątrzspółnotowych, co podwyższyło koszty w tym zakresie (poniesione w ramach wkładu własnego). Zgodnie z zapisami § 6 Umowy o dofinansowanie informujemy o dokonaniu przesunięcia kosztów z poz. 1.1.1 budżetu (Promocja projektu i rekrutacja uczestników) na pozycję 1.3.1 (Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej oraz jej obsługa).

Oświadczam(-y), że:

- 1) od daty zawarcia umowy nie zmienił się status prawny Zleceniobiorcy(-ców);
- 2) wszystkie informacje podane w niniejszym sprawozdaniu są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;
- 3) 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 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 zakresie zobowiązań finansowych w imieniu Zleceniobiorców. W przypadku podpisów nieczytelnych należy czytelnie podać imię i nazwisko osoby podpisującej.⁹⁾



PODPIS ZAUFANY
Karol Aleksander GUTSZE
18.02.2026 08:49:11 GMT+1
Dokument podpisany elektronicznie
podpisem zaufanym



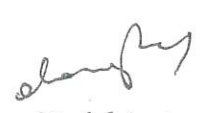
PODPIS ZAUFANY
MAGDALENA KURPINOWICZ
18.02.2026 09:03:53 GMT+1
Dokument podpisany elektronicznie
podpisem zaufanym

POUCZENIE

Sprawozdania składa się osobiście lub przesyła przesyłką poleconą na adres Zleceniodawcy w terminie przewidzianym w umowie. Termin uważa się za zachowany, jeżeli przed jego upływem pismo zostało wysłane w formie dokumentu elektronicznego w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (Dz. U. z 2017 r. poz. 570, z późn. zm.), za poświadczeniem przedłożenia Zleceniodawcy, lub nadane w polskiej placówce pocztowej operatora publicznego.

- ¹⁾ Dotyczy podzlecenia realizacji zadania, o którym mowa w art. 16 ust. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.
- ²⁾ Wypełnić jedynie w przypadku wsparcia realizacji zadania publicznego.
- ³⁾ Na przykład dotacje z budżetu państwa lub budżetu jednostki samorządu terytorialnego, funduszy celowych, środki z funduszy strukturalnych.
- ⁴⁾ Wypełnić jedynie w przypadku, gdy umowa dopuszczała wycenę wkładu rzeczowego.
- ⁵⁾ Wkładem rzeczowym są np. nieruchomości, środki transportu, maszyny, urządzenia. Zasobem rzeczowym może być również zasób udostępniony, względnie usługa świadczona na rzecz tej organizacji przez inny podmiot nieodpłatnie (np. usługa transportowa, hotelowa, poligraficzna itp.) wykorzystana w realizacji zadania publicznego.
- ⁶⁾ Procentowy udział kwoty dotacji, o której mowa w pkt 1.1, w całkowitych kosztach zadania publicznego należy podać z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- ⁷⁾ Procentowy udział innych środków finansowych, o których mowa w pkt 2, w stosunku do otrzymanej kwoty dotacji należy podać z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- ⁸⁾ Procentowy udział środków niefinansowych, o których mowa w pkt 3, w stosunku do otrzymanej kwoty dotacji należy podać z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- ⁹⁾ Nie dotyczy sprawozdania sporządzanego w formie dokumentu elektronicznego.

Sprawozdanie złożono po terminie
Sporządzono pod względem merytorycznym i
formalno-mechanicznym


Dyrektor
Departamentu Sportu i Turystyki
(2)
Krzysztof Wasita

Konkurs nr: 30/2025
Nazwa zadania: Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca ✓
Umowa nr UM_ST.616.1.563.2025 ✓

Załącznik nr 4
do uchwały Nr 32/1542/24
Zarządu Województwa
Kujawsko-Pomorskiego
z dnia 11 grudnia 2024 r.

Zestawienie dokumentów (faktur, rachunków, innych dokumentów) związanych z realizacją zadania publicznego
(do sprawozdania nie załącza się oryginałów ani kopii faktur, rachunków i innych dokumentów)

Lp.	Nazwa wydatku	Nazwa i numer dokumentu	Numer pozycji zgodnie z rozliczeniem wydatków*	Data wystawienia dokumentu księgowego	Data zapłaty (nie dotyczy wkładu osobowego i rzeczowego)	Wartość całkowita dokumentu (zł)	Koszt związany z realizacją zadania	Wydatek poniesiony z dotacji (zł)	Wydatek poniesiony ze środków finansowych, własnych, środków pochodzących z innych źródeł (zł)	Wkład osobowy (zł)	Wkład rzeczowy (zł)
I. Koszty merytoryczne (należy podać koszty poniesione przez każdego Zleceniobiorcę)											
1.	Przygotowanie i przekazanie 20 autorskich wpisów na temat Turystyki Naturalnej wraz z przeniesieniem praw autorskich ✓	do umowy 30/TN/2025	I.2.1 ✓	29.12.2025 r. ✓	29.12.2025 r. ✓	2 000,00	2 000,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00

2.	Optymalizacja treści reklamowych oraz materiałów zdjęciowych dla strony www oraz sieci reklamowych ✓	FV 10/12/2025	I.3.1 ✓	04.12.2025 r. ✓	05.12.2025 r. ✓	553,50	553,50	527,32	26,18	0,00	0,00
3.	Przygotowanie kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych – uruchomienie i nadzór nad realizacją płatnej kampanii promocyjnej zwiększającej liczbę obserwujących profili Turystyki Naturalnej na Facebooku do 5 tysięcy osób poprzez dedykowane konto reklamowe ✓	R/2025/12/01	I.3.1 ✓	28.12.2025 r. ✓	29.12.2025 r. ✓	700,00	700,00	700,00	0,00	0,00	0,00
4.	Koszt realizacji kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych (META) ✓	000134/ZK/ 25	I.3.1 ✓	29.12.2025 r. ✓	30.12.2025 r. ✓	1 672,68	1 672,68	1 672,68	0,00	0,00	0,00

5.	Koszt realizacji kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych (META VAT UE)	00060/WB-P/25	I.3.1 ✓	29.12.2025 r. ✓	29.12.2025 r. ✓	385,00	385,00	385,00	385,00	0,00	0,00	0,00
6.	Usługa gastronomiczna na podczas wizyty studyjnej w Bydgoszczy	43/11/2025	I.4.1 ✓	15.11.2025 r. ✓	04.12.2025 r. ✓	900,00	900,00	900,00	900,00	0,00	0,00	0,00
7.	Wizyta studyjna w Bydgoszczy 15.11.2025 (zwiedzanie Muzeum Kanału Bydgoskiego z kustoszem, rejs statkiem po Brdzie, zwiedzanie miasta z przewodnikiem, zwiedzanie Młynów Rothera)	17/11/2025	I.4.1 ✓	18.11.2025 r. ✓	19.11.2025 r. ✓	1 300,00	1 300,00	1 300,00	1 300,00	0,00	0,00	0,00
8.	Usługa gastronomiczna na podczas wyjazdu studyjnego w Chełmnie	0018/11/2025	I.4.1 ✓	24.11.2025 r. ✓	28.11.2025 r. ✓	490,00	490,00	490,00	490,00	0,00	0,00	0,00

9.	Warsztaty z tworzenia świątecznych kul do kąpiele podczas wyjazdu studyjnego ✓	28/11/2025	I.4.1 ✓		24.11.2025 r. ✓	28.11.2025 r. ✓	400,00	400,00	400,00	0,00	0,00	0,00
10.	PRZEWÓZ OSÓB - wizyta studyjna Chełmno 17.11.2025 ✓	299/2025	I.4.1 ✓		25.11.2025 r. ✓	28.11.2025 r. ✓	650,00	650,00	650,00	0,00	0,00	0,00
11.	PRZEWÓZ OSÓB - wizyta studyjna Bydgoszcz 15.11.2025 ✓	298/2025	I.4.1 ✓		25.11.2025 r. ✓	28.11.2025 r. ✓	850,00	850,00	850,00	0,00	0,00	0,00
12.	Wizyta studyjna w siedzibie Fundacji Anny Zawadzkiej-Gralec w Chełmnie w dniu 17.11.2025r. ✓	2/11/2025	I.4.1 ✓		29.11.2025 r. ✓	02.12.2025 r. ✓	800,00	800,00	800,00	0,00	0,00	0,00
13.	Wizyta studyjna w Chełmnie - opowieści o Chełmnie ✓	1/11/2025	I.4.1 ✓		30.11.2025 r. ✓	02.12.2025 r. ✓	310,00	310,00	310,00	0,00	0,00	0,00

14.	Wykonanie i instalacja strony internetowej "Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich"	5/12/2025	I.5.1	22.12.2025 r.	23.12.2025 r.	6 000,00	6 000,00	6 000,00	0,00	0,00	0,00
15.	Koordinacja projektu	Rachunek nr 1 z dnia 29.12.2025 do umowy 29/TN/2025	I.6.1	29.12.2025 r.	30.12.2025 r.	3 000,00	3 000,00	3 000,00	0,00	0,00	0,00
16.	Obsługa kampanii promocyjnej - usługi eksperckie w X 2025	96/2025	I.3.1	31.10.2025 r.	14.11.2025 r.	300,00	300,00	0,00	300,00	0,00	0,00
17.	Obsługa kampanii promocyjnej - usługi eksperckie w XI 2025	106/2025	I.3.1	30.11.2025 r.	16.12.2025 r.	300,00	300,00	0,00	300,00	0,00	0,00
18.	Prezentacja projektu na spotkaniu członków KPOT we Włodawku (delegacja)	2/2025	I.1.1	23.12.2025 r.	23.12.2025 r.	432,40	432,40	0,00	432,40	0,00	0,00
						razem	21 043,58	19 985,00	1 058,58	0,00	0,00
II. Koszty administracyjne zadania publicznego, w tym: koszty obsługowo-administracyjne oraz koszty sprzętu i wyposażenia (należy podać koszty poniesione przez każdego Zleceniobiorcę)**											
						razem	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III.						ogółem	21 043,58	19 985,00	1 058,58	0,00	0,00



PODPIS ZAUFANY
MAGDALENA
KURPINOWICZ
18.02.2026 08:05:57 GMT+1
Dokument podpisany elektronicznie
podpisem zaufanym

podpis/podpisy Zleceniobiorcy(ów)

.....



PODPIS ZAUFANY
Karol Aleksander
GUTSZE
18.02.2026 08:49:11 GMT+1
Dokument podpisany elektronicznie
podpisem zaufanym

*zaleca się wpisywanie kosztów zgodnie z kolejnością zawartą w rozliczeniu wydatków będącym częścią sprawozdania

** Koszty administracyjne do łącznej maksymalnej wysokości 40% udzielonej dotacji, w tym:

- a) do 20% koszty obsługowo-administracyjne oraz do 20% koszty sprzętu i wyposażenia - w przypadku udzielonej dotacji do 50 tys. zł;
- b) do 10% koszty obsługowo-administracyjne oraz do 30% koszty sprzętu i wyposażenia - w przypadku udzielonej dotacji powyżej 50 tys. zł.

W P Ł Y N Ę Ł O
Departament Sportu i Turystyki

ANEKS zawarty w dniu 26.11.2025 r.

do UMOWY nr UM_ST.616.1.563.2025 zawartej w dniu 01.08.2025 r. w Toruniu

2025 -12- 1 8
Ilość zał. 4254 10
Podpis [2]

między:

Województwem Kujawsko-Pomorskim z siedzibą w Toruniu, zwanym dalej "Zleceniodawcą",
reprezentowanym przez następujące osoby:

§ 1

W umowie nr UM_ST.616.1.563.2025 wprowadza się następujące zmiany:

1) w § 2:

a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

"1. Termin realizacji zadania publicznego ustala się: od dnia 01.06.2025 r. do dnia 31.12.2025 r.",

b) ust. 2 otrzymuje brzmienie:

"2. Termin poniesienia wydatków ustala się:

1) dla środków pochodzących z dotacji: od dnia 30.06.2025 r. do dnia 31.12.2025 r.; wydatki poniesione poza określonym terminem w żadnym wypadku nie będą uwzględniane;

2) dla innych środków finansowych: od dnia 11.05.2024 r. do dnia 31.12.2025 r.; wydatki poniesione poza określonym terminem w żadnym wypadku nie będą uwzględniane."

2) § 11 ust. 5 otrzymuje brzmienie:

"5. Sprawozdanie końcowe z wykonania zadania publicznego powinno zostać sporządzone przez Zleceniobiorcę według wzoru, o którym mowa w ust. 1, za pomocą generatora ofert oraz złożone w formie elektronicznej za pomocą generatora ofert, a następnie w wersji papierowej (wydruk z generatora ofert) z podpisami osób upoważnionych w terminie 30 dni od dnia zakończenia realizacji zadania publicznego, o którym mowa w § 2 ust. 1 do dnia 30.01.2026 r.";

3) w § 12:

a) ust. 1 pkt 2 otrzymuje brzmienie:

"2) nie później niż do dnia 31.12.2025 r.",

b) ust. 2 pkt 1 otrzymuje brzmienie:

"1) w terminie 15 dni od dnia zakończenia realizacji zadania publicznego, o którym mowa w § 2 ust. 1²⁰⁾* tj. do dnia 15.01.2026 r."

Exemplarz urzędowy

§ 2

Aktualizacja oferty, stanowiąca załącznik do umowy otrzymuje brzmienie, jak załącznik do niniejszego aneksu.

§ 3

Aneks obowiązuje od dnia zawarcia.

§ 4

Aneks sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, w tym dwa egzemplarze dla Zleceniodawcy, jeden dla Zleceniobiorcy.

Zleceniodawca:

Wicemarszałek Województwa
Kujawsko-Pomorskiego (1)

Aneta Jędrzejewska

Dyrektor
Departamentu Sportu i Turystyki (2)

Krzysztof Wasita

KONTRASYGNA

Skarbnik Województwa
Paweł Adamczyk (2)
Główny Księgowy
Budżetu Województwa

Zleceniobiorca:

PREZES
LGD „Bory Tucholskie”
Magdalena Kurpinowicz

WICEPREZES
LGD „Bory Tucholskie”
Michał Bucholz

LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
„BORY TUCHOLSKIE”
Plac Żemikowy 1, 89 500 Tuchola
BIURO: ul. Kolejowa 4, 89 500 Tuchola
tel/fax: 148 52 336 12 13
NIP: 5611542738

Nie wnoszę zastrzeżeń pod względem
formalno-prawnym (3)

Monika Boczulak
RADCA PRAWNY (Tr 615)

ST-II.2.616.2.4.2025

WPLYNEŁO
Departament Sportu i Turystyki

2025 -11- 24

Ilość zał.

3810

OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO*/

WPLYNEŁO
URZĄD MARSZAŁKOWSKI W TORUNIU
Biuro Podawczo-Kancelaryjne

2025 -11- 21

Podpis

(46)

~~OFERTA WSPÓLNA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO*~~

O KTÓRYCH MOWA ART. 14 UST. 1*/2* USTAWY z DNIA 24
KWIETNIA 2003 R.

O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU PUBLICZNEGO I O WOŁONTARIACIE

(DZ. U. Z 2018 R. POZ. 450, Z PÓŻN. ZM.)

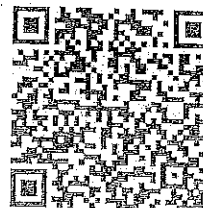
Zatwierdził do

aneksu zamiatęgo
i dnia 16.11.2025

POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

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

W przypadku pól, które nie dotyczą danej oferty, należy wpisać "nie dotyczy" lub przekreślić pole.



Zaznaczenie „*”, np., „Oferta realizacji zadania publicznego*/Oferta wspólna realizacji zadania publicznego*”, oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź i pozostawić prawidłową. Przykład: „Oferta realizacji zadania publicznego*/Oferta wspólna realizacji zadania publicznego*”.

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

1. Organ administracji publicznej, do którego jest adresowana oferta	Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego
2. Rodzaj zadania publicznego ¹⁾	19) turystyka i krajoznawstwo - 1) promocja lokalnych marek/krajin/produktów turystycznych (np. kampanie promocyjne, strony internetowe, szkolenia, warsztaty, konferencje) – działania lokalne

II. Dane oferenta(-tów)

1. Nazwa oferenta(-tów), forma prawna, numer w Krajowym Rejestrze Sądowym lub innej
.../strona www, adres do korespondencji, adres e-mail, numer telefonu

3. 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)

Celem projektu jest promocja Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich poprzez działania marketingowe, integrację z innymi subregionami województwa w celu wzajemnej promocji oraz budowanie trwałych relacji z partnerami branży turystycznej w celu planowania i realizacji wspólnych działań promocyjnych. Projekt wpisuje się w założenia marki parasolowej „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz realizuje cele operacyjne „Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego”, w tym rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Kraje.

Planowane działania:

1. Obsługa mediów społecznościowych

Zatrudnienie specjalisty ds. social media (Facebook, Instagram i YouTube) na 2 miesiące do zarządzania profilami, tworzenia treści i interakcji z odbiorcami. Obecnie w mediach społecznościowych marki Bory Tucholskie oraz Turystyki Naturalnej panuje chaos spowodowany zarządzaniem doraźnym, bez centralnego koordynatora. Posty wrzucane są na różne, czasami konkurujące ze sobą profile, w przypadkowej kolejności, nieregularnie, są one niejednorodne stylistycznie. W związku z tym, że social media coraz bardziej reagują na regularność i wysoką jakość postów, planujemy zatrudnienie osoby, która wprowadzi wysokie standardy w tym zakresie - opierając się na gotowych materiałach promocyjnych dostarczanych przez Partnerów oraz inne podmioty z branży turystycznej Borów Tucholskich.

2. Kampania promocyjna Turystyki Naturalnej w mediach społecznościowych
Przygotowanie i realizacja profesjonalnej kampanii promującej Turystykę Naturalną w Borach Tucholskich na platformach takich jak Facebook, Instagram i YouTube. Ze względu na coraz wyższe wymagania w stosunku do skutecznych, profesjonalnych kampanii planujemy zlecenie tego zadania podmiotowi/podmiotom specjalizującym się w tego typu zadaniach. Planujemy trzy moduły reklamowe: 1) Bory Tucholskie jako część Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, 2) Turystyka Naturalna jako specjalność Borów Tucholskich (Bory Tucholskie Naturalnie) oraz 3) Produkty turystyczne Borów Tucholskich jako elementy praktycznie realizujące zasady Turystyki Naturalnej. Wybór modułu/modułów lub ustalenie proporcji pomiędzy nimi nastąpi na etapie planowania kampanii promocyjnej. Pozwoli to na skuteczne kształtowanie wizerunku Borów Tucholskich, jak i promocję ich produktów turystycznych jako niezwykle wartościowego elementu turystyki województwa kujawsko-pomorskiego stanowiącego ważny element Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc.

3. Wizyty studyjne w innych submarkach turystycznych województwa, z udziałem przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich
Organizacja 2 wizyt studyjnych dla przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich u innych subregionów województwa ma na celu 1) prezentację oferty Borów Tucholskich partnerom regionalnym i zachęcenie ich do korzystania z naszej oferty (oraz poznanie ich oferty produktowej), 2) nawiązanie bezpośredniej współpracy służącej wzajemnej promocji produktów turystycznych naszego regionu, w tym zachęcenie do wzajemnego udziału w najważniejszych imprezach promocyjnych (np. w Świącie Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich), 3) nawiązanie ścisłej współpracy w zakresie wspólnej promocji w ramach Konstelacji Dobrych Miejsc (ułatwiającej wspólne przygotowanie promocji o szerokim, ponadregionalnym zasięgu). Mamy niedosyt praktycznej, skierowanej na konkretne rezultaty współpracy w ramach marki parasolowej, w szczególności w zakresie wymiany doświadczeń i wspólnej promocji i działanie to stanowi odpowiedź na ten problem.

4. Stworzenie wizerunkowej strony internetowej „Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich”
Opracowanie i uruchomienie strony internetowej prezentującej ideę Turystyki Naturalnej, ofertę turystyczną regionu wpisującą się w tę ideę, zgodnie z wytycznymi marki „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz wizję na przyszłość wynikającą ze Strategii marki Bory Tucholskie z konkretnymi planami i kamieniami milowymi. Obecna strona internetowa borytucholskie-naturalnie.pl ma charakter projektowy, promujący konkretne działania takie jak Święto Turystyki Naturalnej czy inne wydarzenia, brakuje nam jednak strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji. Strona ta będzie opierać się na wykupionej przez nas domenie borytucholskie-naturalnie.pl. Nie ma ona stanowić platformy sprzedażowej (taką tworzy obecnie K-POT) ani dynamicznego środowiska dla zmieniających się informacji (które powinno w przyszłości znaleźć się na stronie borytucholskie.pl), ale profesjonalną wizytówkę regionu i wizji jego rozwoju w zakresie turystyki, dlatego też przewidziany budżet powinien być wystarczający do tego celu.

Projekt odpowiada na potrzebę promocji Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich oraz integracji z innymi subregionami województwa kujawsko-pomorskiego w celu umożliwienia wspólnych działań promocyjnych zintegrowanych na poziomie regionu. Działania przewidziane w projekcie wpisują się w cele konkursu, takie jak promocja lokalnych marek i produktów turystycznych oraz kształtowanie współpracy liderów i partnerów w rozwoju marek turystycznych. Ponadto, projekt realizuje założenia Strategii, w tym rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajinie oraz integrację z

marką parasolową „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” . Zakładane rezultaty projektu to:

1. Zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej i turystów poprzez media społecznościowe.
2. Zwiększenie rozpoznawalności Borów Tucholskich jako destynacji Turystyki Naturalnej.
3. Nawiązanie współpracy z przedstawicielami branży turystycznej z innych subregionów województwa.
4. Stworzenie platformy informacyjno/wizerunkowej w postaci strony internetowej.

Projekt spełnia wszystkie kryteria wyznaczone dla zadań priorytetowych w konkursie:

1. jest realizowany przez podmioty z kilkuletnim doświadczeniem w zakresie celu konkursu, tj. przez LGD "Bory Tucholskie" pełniące od lat rolę Lokalnej Organizacji Turystycznej, prowadzącej też regularnie od wielu lat warsztaty i szkolenia dla branży turystycznej, oraz partnerów działających także od lat w/naz rzecz tej branży;
2. zaplanowane działania promują markę „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” spajając ofertę turystyczną województwa i Borów Tucholskich jako jednego z jej obszarów produktowych, w ramach wszystkich naszych działań promocyjnych pozycjonujemy się jako część „Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc”, zaplanowane działania w 100% wynikają z opracowanej w ramach "Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc" strategii marki Bory Tucholskie i stanowią ważny krok na drodze do jej wdrożenia;
3. wpłynie na wzrost konkurencyjności marki turystycznej Borów Tucholskich oraz Turystyki Naturalnej jako jej wyróżnika, jak też produktów turystycznych oferowanych w ramach tej marki;
4. ma potwierdzoną listami intencyjnymi formę współpracy między instytucjami, organizacjami, podmiotami branży turystycznej, koordynacja działań i pogłębianie współpracy podmiotów branży turystycznej jest jednym z celów niniejszego projektu;
5. ma charakter koordynujący działania i współpracę podmiotów branży turystycznej; jako związek stowarzyszeń bezpośrednio włączamy w nasze działania podmioty szeroko pojętej branży turystycznej: stowarzyszenia, przedsiębiorców, samorządy. Działamy dla nich, z ich upoważnienia, stanowiąc łącznik sieci współpracy - potwierdzeniem tego jest nasz statut oraz znajdująca się na stronie <https://lgd.borytucholskie.pl/index.php?id=16> lista naszych członków, do których w pierwszej kolejności zwrócony będzie projekt (jest to formalna współpraca o charakterze stałym, nie wymagająca dodatkowych listów intencyjnych lub umów partnerstwa);
6. poprzez nawiązanie współpracy z innymi submarkami województwa ma zasięg regionalny, wzmacniający współpracę w ramach "Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejszc"; zasięg projektu, także ze względu na zasięg marki Bory Tucholskie, wykracza poza obszar jednego powiatu - marka Bory Tucholskie na terenie naszego województwa współdzielona jest przez Powiat Tucholski, Powiat Świecki oraz częściowo przez Powiat Bydgoski, co oznacza regionalny zasięg działań (przy znacznie większym ich oddziaływaniu).

Projekt spełnia kryteria dostępności, co zostało opisane w punkcie 3.

Miejsce realizacji zadania

województwo kujawsko-pomorskie, ze szczególnym uwzględnieniem Borów Tucholskich (powiat tucholski, powiat świecki, powiat bydgoski)

Wizyty studyjne odbędą się w czterech lokalizacjach, wybranych w trakcie realizacji projektu spośród istniejących submarek turystycznych regionu: Bydgoszcz, Dolina Dolnej Wisły, Kujawy, Pałuki, Pojezierze Brodnickie, Toruń.

Grupa docelowa

Grupa docelowa projektu:

Potencjalni turyści, którzy stanowią grupę docelową marki "Bory Tucholskie Naturalnie" opisaną w strategii marki. Będą mogli oni odkryć możliwości i produkty zgodne ze strategią marki i zrównoważonym rozwojem oferowane w Borach Tucholskich, zainteresować się ideą Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, skorzystać z usług turystycznych naszego regionu i subregionu.

Lokalne społeczeństwo Borów Tucholskich. Dzięki realizacji projektu będzie ono lepiej poinformowane o idei Turystyki Naturalnej i jej zasadach, będzie bardziej identyfikować się z zawartą w niej wizją i sposobem jej realizacji.

10 podmiotów działających w szeroko pojętej branży turystycznej w Borach Tucholskich, identyfikujących się z marką "Bory Tucholskie Naturalnie", tworzących sieć działającą wspólnie na rzecz jej rozwoju. Uczestnictwo w projekcie ma na celu rozszerzenie ich perspektyw, umożliwienie nawiązania partnerstw oraz zwiększenie zasięgu działań promocyjnych.

Podmioty z branży turystycznej potencjalnie zainteresowane wdrażaniem zasad Turystyki Naturalnej. Dzięki realizacji projektu będą one mogły zapoznać się z ideą i z zasadami Turystyki Naturalnej i rozważyć przystąpienie do lokalnej sieci zrzeszającej tego typu podmioty oferującej wspólną promocję produktów spełniających zasady zawarte w Manifeście Turystyki Naturalnej.

Podmioty tworzące lokalną branżę turystyczną to głównie niewielkie organizacje, przedsiębiorcy, lokalne społeczności (np. rolnicy prowadzący agroturystykę), instytucje oraz samorządy. Działalność tych podmiotów ograniczają: brak kapitału, krótki sezon turystyczny, rozproszenie terytorialne, niewielka baza noclegowa, ograniczony dostęp do szkoleń i wsparcia ze względu na dużą odległość od większych ośrodków, niewystarczający budżet reklamowy. Jednocześnie stawiają sobie one za cel zrównoważony rozwój turystyki, w oparciu o lokalne zasoby, bez niszczenia środowiska, co ogranicza grupę odbiorców ich usług. Część barier może być znacząco zmniejszona dzięki realizacji projektu.

Sposób rozwiązywania problemów/zaspokajania potrzeb grupy docelowej

Problem niewystarczającej rozpoznawalności marki "Bory Tucholskie Naturalnie"

Zaplanowane działania promocyjne pozwolą na wzmocnienie marki "Bory Tucholskie Naturalnie". Ambasadorzy tej marki, korzystający z nowoczesnych technologii i promujący lokalne wartości, będą kojarzeni z innowacyjnością i postępem opartym na stabilnych fundamentach tradycji. Prezentacja ich dokonań w szerokiej kampanii promocyjnej, spójny przekaz medialny poprzez konsekwentnie prowadzone media społecznościowe oraz strona internetowa prezentująca w atrakcyjny sposób ideę i działania zmierzające do jej realizacji pozwolą na zwiększenie rozpoznawalności marki i jej większą komercjalizację. To z kolei spowoduje przyłączanie się kolejnych podmiotów do istniejącej sieci współpracy. Takie podejście jest zgodne z ideą Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, który został powołany w celu wzmocnienia połączenia tradycji z nowoczesnością. W ten sposób marka "Bory Tucholskie Naturalnie" stanie się wzorem dla innych regionów, łącząc lokalne dziedzictwo z nowoczesnymi rozwiązaniami technologicznymi. Turyści zainteresowani zrównoważoną turystyką dowiedzą się o oferowanych im możliwościach.

Problem niewystarczającego rozpowszechnienia/rozpoznawalności marki Bory Tucholskie Naturalnie

Wyjazdy studyjne pozwolą na integrowanie branży turystycznej Borów Tucholskich oraz na przybliżenie i

upowszechnienie idei marki Bory Tucholskie Naturalnie w ramach pozostałych submarek województwa, co jest podstawowym warunkiem do wzajemnej promocji oraz do podejmowania wspólnych działań promocyjnych. Marka Bory Tucholskie Naturalne będzie kojarzona z profesjonalną i skuteczną promocją, złączeniem tradycji z nowoczesnością, innowacji z lokalnym dziedzictwem, postępu opartego o stabilne wartości. Jest to doskonałe nawiązanie do idei Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, który został powołany specjalnie po to, by tego typu powiązania wzmacniać i stawiać innym za wzór.

Problem niskiego poziomu integracji branży

Brak spójnego przekazu w działaniach promocyjnych osłabia efektywność promocji Borów Tucholskich. Strategia marki opiera się na koncepcji Turystyki Naturalnej, jednak aby osiągnąć jej pełny potencjał, konieczna jest integracja lokalnych podmiotów. Wspólne działania promocyjne oraz propagowanie idei Turystyki Naturalnej przyczynią się do budowy silnej, spójnej marki "Bory Tucholskie" oraz Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc.

Problemy niewielkich podmiotów z branży turystycznej

Niewielkie podmioty, takie jak organizacje społeczne, przedsiębiorcy, agroturystyki czy lokale gastronomiczne, często borykają się z brakiem zasobów (czasu i środków finansowych) na skuteczne działania marketingowe i promocyjne. Jedynym racjonalnym rozwiązaniem dla nich jest łączenie sił w ramach marki lokalnej oraz marki parasolowej. Niniejszy projekt stanowi odpowiedź na te problemy poprzez zaoferowanie wartości dodanej do indywidualnych działań promocyjnych.

Komplementarność z innymi działaniami podejmowanymi przez organizację lub inne podmioty)

Projekt jest komplementarny przede wszystkim z wypracowaną Strategią marki Bory Tucholskie, realizowaną przez szereg niezależnych podmiotów (organizacje, przedsiębiorcy, samorządy). Realizacja projektu przewidziana jest wspólnie z grupą podmiotów z branży turystycznej, dla tych podmiotów. Idea projektu bazuje także na „Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego”, która przewiduje zarówno promocję produktu obszarowego Borów Tucholskich, jak i integrację podmiotów w ramach Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc.

Projekt jest komplementarny z wcześniejszymi naszymi działaniami na rzecz konkretnych grup organizujących lub wspierających turystykę w Borach Tucholskich:

1. utworzenie grupy przewodników terenowych przygotowanych do pełnienia tej funkcji w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
 2. utworzenie grupy instruktorów turystyki rowerowej wyszkolonych w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
 3. warsztaty dla podmiotów z branży turystyki wodnej, które integrowały się i wydały wspólne materiały promocyjne w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
 4. organizacja Święta Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich,
 5. rozwój marki "Bory Tucholskie Naturalnie" realizowany wspólnie z Fundacją "Cisowy Fyrtel".
- Działania te są też spójne z planami działań Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, w ramach którego dziedzictwo przyrodnicze i dziedzictwo kulturowe mogą i powinny stanowić element harmonijnego rozwoju, m.in. poprzez świadomą i dobrze zorganizowaną turystykę. Cały projekt jest spójny ze strategią województwa kujawsko-pomorskiego, w której Bory Tucholskie stanowią zaplecze turystyczne regionu.

4. Plan i harmonogram działań na rok 2025				
(należy wymienić i opisać w porządku logicznym wszystkie planowane w ofercie działania oraz określić ich uczestników i miejsce ich realizacji)				
Lp.	Nazwa działania	Opis	Grupa docelowa	Planowany termin realizacji
				Zakres działania realizowany przez podmiot niebędący stroną umowy ²⁾

1	Przygotowanie projektu	Opis: Powołany zostanie zespół projektowy; Podpisane zostaną umowy z koordynatorem, biurem rachunkowym, ustalone zakresy obowiązków; Przygotowany i udostępniony zostanie opis projektu, materiały informacyjne, promocja; Opracowany zostanie regulamin rekrutacji i przeprowadzona zostanie rekrutacja uczestników projektu; Nastąpi promocja projektu, przygotowana będzie informacja dla mediów i na stronę internetową, przygotowany zostanie mailing do uczestników Cel: Przygotowanie ram do organizacji projektu, promocja projektu, pozyskanie uczestników projektu Uczestnicy: Zarząd, Personel projektu, Potencjalni uczestnicy projektu Ryzyko: Brak zainteresowania projektem Minimalne ryzyko ze względu na istotny temat zgłaszany często przez przedstawicieli branży turystycznej, zapobiegać mu będziemy poprzez szeroką kampanię informacyjną. Ryzyko: Zbyt dużo chętnych do udziału w projekcie Bardzo duże ryzyko, przy czym dopuszczamy	1. Personel projektowy (działanie wewnętrzne, organizacyjne) 2. Podmioty branży turystycznej Borów Tucholskich potencjalnie zainteresowa ne udziałem w projekcie 3. Osoby działające w branży turystycznej zainteresowa ne udziałem w projekcie 4. Potencjalni wykonawcy planowanych działań	Od: 2025-06-02	Do: 2025-11-30	Promocja i rekrutacja - umowa
---	------------------------	--	---	----------------	----------------	-------------------------------

					możliwość zwiększenia grupy odbiorców poprzez udział w poszczególnych wyjazdach osób reprezentujących różne podmioty. Zapobieganie ryzyku polega na sformułowaniu jasnych kryteriów rekrutacji (max. 2 osoby z jednej organizacji, pierwszeństwo dla członków, pierwszeństwo dla podmiotów uczestniczących w poprzednich działaniach wspólnych, równość szans itp.). Ryzyko: Niewłaściwie dobrana grupa docelowa Średnie ryzyko. Zapobieganie polega na opisanu w zgłoszeniu motywacji do udziału i planowanego wkładu do działań promocyjnych, co będzie jednym z kryteriów wyboru uczestników w przypadku ich zbyt dużej liczby.				
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2	Obsługa mediów społecznościowych	Opis: Realizacja przez 2 miesiące obsługi mediów społecznościowych Cel: Uporządkowanie sieci dostępnych mediów społecznościowych, przygotowanie zasad spójnego przekazu, regularna realizacja przekazu przez 2 miesiące Uczestnicy: Branża turystyczna Borów Tucholskich, osoba/firma realizująca działania Ryzyko: Problemy z pozyskaniem osoby/firmy realizującej zlecenie Niewielkie ryzyko, zminimalizowane poprzez podjęcie wstępnych rozmów już na etapie przygotowywania wniosku. Ryzyko: Nieskuteczne działania Średnie ryzyko, zminimalizowane poprzez wybór osoby/firmy o dużym doświadczeniu. Ryzyko: brak zaangażowania ze strony branży (niedostarczanie wsadu do wpisów) Średnie ryzyko, zminimalizowane poprzez wybór osoby/firmy znającej lokalną specyfikę Borów Tucholskich oraz lokalną branżę.	1. turyści, którzy byli w Borach Tucholskich lub planują w nich być, 2. potencjalni klienci zastanawiający się nad wizytą w Borach, 3. osoby zainteresowane zrównoważoną turystyką, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich	Od: 2025-07-15	Do: 2025-12-31	Działania porządkujące i promocyjne w mediach społecznościowych - umowa zlecenie lub rachunek
---	---	---	---	-----------------------	-----------------------	--

3	Kampania promocyjna w mediach społecznościowych	Opis: Planujemy wybór jednego z trzech trybów modułów reklamowych, lub ich kombinację. Te moduły to: 1) Bory Tucholskie jako część Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, 2) Turystyka Naturalna jako specjalność Borów Tucholskich (Bory Tucholskie Naturalnie) oraz 3) Produkty turystyczne Borów Tucholskich jako elementy praktycznie realizujące zasady Turystyki Naturalnej. Pozwoli to na skuteczne kształtowanie wizerunku Borów Tucholskich, jak i promocję ich produktów turystycznych jako niezwykle wartościowego elementu turystyki województwa kujawsko-pomorskiego stanowiącego ważny element Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc. Cel: Zwiększenie rozpoznawalności marki Borów Tucholskich i marki Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich, promocja idei Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich jako elementu Kuj.-Pom. Konstelacji dobrych miejsc, integracja branży turystycznej BT i budowa sieci ich współpracy, lepsze wykorzystanie potencjału podmiotów z branży turystycznej działających w Borach Tucholskich zgodnie z zasadami marki,	1. turyści, którzy byli w Borach Tucholskich lub planują w nich być, 2. potencjalni klienci zastanawiający się nad wizytą w Borach, 3. osoby zainteresowane zrównoważoną turystyką, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich	Od: 2025-07-15 Do: 2025-12-31	Realizacja kampanii - umowa o dzieło lub rachunek
---	---	---	---	--	---

4	Cykl wyjazdów studyjnych	Wizyty studyjne w dwóch innych submarkach turystycznych województwa, z udziałem przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich. Cel: 1) prezentacja oferty Borów Tucholskich partnerom regionalnym i zachęcenie ich do korzystania z naszej oferty (oraz poznanie ich oferty produktowej), 2) nawiązanie bezpośredniej współpracy służącej wzajemnej promocji produktów turystycznych naszego regionu, w tym zachęcenie do wzajemnego udziału w najważniejszych imprezach promocyjnych (np. w Święcie Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich), 3) nawiązanie ścisłej współpracy w zakresie wspólnej promocji w ramach Konstelacji Dobrych Miejsc (ułatwiającej wspólne przygotowanie promocji o szerokim, ponadregionalnym zasięgu). Mamy niedosyt praktycznej, skierowanej na konkretne rezultaty współpracy w ramach marki parasolowej, w szczególności w zakresie wymiany doświadczeń i wspólnej promocji i działanie to stanowi odpowiedź na ten problem.	1. lokalna branża turystyczna, która włącza się w realizację idei turystyki naturalnej, 2. przedstawiciele submarek zainteresowani wzajemną promocją lub wspólnymi działaniami promocyjnymi	Od: 2025-07-01	Do: 2025-11-15	transport, wyżywienie
---	--------------------------	--	--	----------------	----------------	-----------------------

5	Stworzenie strony internetowej	Opis: Stworzenie wizerunkowej strony internetowej „Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich” Opracowanie i uruchomienie strony internetowej prezentującej ideę Turystyki Naturalnej, ofertę turystyczną regionu wpisującą się w tę ideę, zgodnie z wytycznymi marki „Kujawko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz wizję na przyszłość wynikającą ze Strategii marki Bory Tucholskie z konkretnymi planami i kamieniami milowymi. Obecna strona internetowa borytucholskie-naturalnie.pl ma charakter projektowy, promujący konkretne działania takie jak Święto Turystyki Naturalnej czy inne wydarzenia, brakuje nam jednak strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejs oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji. Strona ta będzie opierać się na wykupionej przez nas domenie borytucholskie-naturalnie.pl. Nie ma ona stanowić platformy sprzedażowej (taką tworzy obecnie K-POT) ani dynamicznego środowiska dla zmieniających się informacji (które powinno w przyszłości znaleźć się na	1. Klienci i potencjalni klienci zainteresowani zasadami turystyki naturalnej, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, która chciałaby się włączyć w realizację idei turystyki naturalnej, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich, którzy będą dbali o realizację zasad turystyki naturalnej.	Od: 2025-07-01	Do: 2025-12-31	stworzenie strony - umowa o dzieło lub rachunek
---	--------------------------------	--	---	----------------	----------------	---

				stronie borytucholskie.pl), ale profesjonalną wizytówkę regionu i wizji jego rozwoju w zakresie turystyki, dlatego też przewidziany budżet powinien być wystarczający do tego celu. Cel: Utworzenie na podstawie dostarczonych materiałów oficjalnej, spójnej strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji Uczestnicy: realizator zadania, branża turystyczna (konsultacje) Ryzyko: Brak wystarczających materiałów do przygotowania strony lub ich zła jakość Niewielkie ryzyko, sposobem na jego minimalizację jest zebranie i udostępnienie wszystkich oficjalnych materiałów wypracowanych dotąd w jednym centralnym repozytorium, Ryzyko: Brak zainteresowania stroną Średnie ryzyko, sposobem na jego minimalizację jest przygotowanie strony w				
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		atrakcyjnej formie, także z elementami graficznymi, włączenie jej do kampanii promocyjnej Ryzyko: Niechęć do budowania sieci współpracy w ramach branży, postrzeganie innych wyłącznie jako konkurencji Średnie zagrożenie, obecne w całej branży turystycznej. Sposobem na jego minimalizację jest podejmowanie wspólnych działań, wymiana doświadczeń i szukanie efektów synergii pomiędzy poszczególnymi podmiotami.				
6	Koordynacja projektu	Koordynator projektu: nadzór nad realizacją umów, prowadzenie dokumentacji (listy obecności itp.), udział we wszystkich działaniach projektowych, raportowanie do zarządu, opracowanie sprawozdania z realizacji projektu i z poszczególnych zadań	Uczestnicy projektu	Od: 2025-06-01	Do: 2025-12-31	Koordynator - umowa zlecenie

5. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego

(należy opisać:

1. co będzie bezpośrednim efektem (materialne „produkty” lub „usługi” zrealizowane na rzecz uczestników zadania) realizacji oferty?
2. jaka zmiana społeczna zostanie osiągnięta poprzez realizację zadania?
3. czy przewidywane jest wykorzystanie rezultatów osiągniętych w trakcie realizacji oferty w dalszych działaniach organizacji? – trwałość rezultatów zadania)

Co będzie bezpośrednim efektem (materialne „produkty” lub „usługi” zrealizowane na rzecz uczestników zadania) realizacji oferty?

Przygotowanie i poprowadzenie przez 2 miesiące profili związanych z Borami Tucholskimi i Turystyką Naturalną

Wizerunkowa kampania promocyjna w mediach społecznościowych

Dwie wizyty studyjne łączące Bory Tucholskie z innymi submarkami regionu w celu wzajemnej promocji

Stworzenie wizerunkowej strony internetowej Turystyki Naturalnej

Udział 10 podmiotów branży turystycznej w działaniach projektowych

Jaka zmiana społeczna zostanie osiągnięta poprzez realizację zadania?

Dzięki realizacji zadania możliwe będzie rozpropagowanie Borów Tucholskich i oferowanych na tym terenie produktów turystycznych jako liderów Turystyki Naturalnej - turystyki wpisującej się bezpośrednio w obecne trendy, wynikającej ze strategii marki Bory Tucholskie oraz przybliżenie tej idei podmiotom branży turystycznej, zachęcając je do wspólnej promocji swoich produktów, Borów Tucholskich i Turystyki Naturalnej oraz Kuj.-Pom. Konstelacji dobrych miejsc.

Integracja lokalnej branży turystycznej pozwoli na stworzenie lokalnego centrum Turystyki Naturalnej, nieformalnej sieci wzajemnego wsparcia w tym temacie.

Koncentracja kompetencji wokół Turystyki Naturalnej, będącej specjalnością Borów Tucholskich, pozwoli na wzmocnienie tej marki i jej lepszą wspólną promocję.

Usprawnienie funkcjonowania 10 podmiotów z branży turystycznej Borów Tucholskich wzmocni lokalną ofertę turystyczną, polepszy promocję ich oraz marki parasolowej, jaką są Bory Tucholskie.

Wdrożymy w życie główny postulat Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, którym jest budowanie przyszłości przy użyciu współcześnie dostępnych środków, ale na bazie tradycji i lokalnego dziedzictwa.

Czy przewidywane jest wykorzystanie rezultatów osiągniętych w trakcie realizacji oferty w dalszych działaniach organizacji? – trwałość rezultatów zadania

Realizacja strategii marki Bory Tucholskie to zadanie wieloletnie, wymagające współdziałania wielu podmiotów z branży turystycznej. Przedstawione w niniejszym wniosku zadanie to jedynie drobny wycinek z tych działań, na bazie którego, dzięki lepszej integracji środowiska związanego z turystyką, podejmowane będą działania w kolejnych latach. Jest to krok w kierunku sformalizowania współpracy podmiotów turystycznych w zakresie promocji, które wymaga poznania się i integracji - oferowanych w ramach realizowanego działania. Skuteczna wspólna promocja oraz bardziej efektywne wykorzystanie posiadanych zasobów zwiększy konkurencyjność podmiotów branży turystycznej Borów Tucholskich.

6. Dodatkowe informacje dotyczące rezultatów realizacji zadania publicznego ³⁾		
Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Liczba wpisów w mediach społecznościowych	20	zdjęcia, sprawozdanie z realizacji
Liczba kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych	1	sprawozdanie
Liczba podmiotów branży turystycznej uczestniczących w kampanii promocyjnej	10	sprawozdanie
Liczba wizyt studyjnych	2	sprawozdanie
Udział przedstawicieli podmiotów branży turystycznej w wizytach studyjnych	8	lista obecności
Liczba stron internetowych utworzonych w ramach projektu	1	wydruk

IV. Charakterystyka oferenta

1. Informacja o wcześniejszej działalności oferenta, w szczególności w zakresie, którego dotyczy zadanie publiczne
LGD Bory Tucholskie jest trójsektorowym partnerstwem ok. 80 podmiotów, zrzeszającym m.in. branżę turystyczną. Od 2015 roku pełni funkcję lokalnego koordynatora turystyki w Borach Tucholskich, jest członkiem Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej, bierze aktywny udział w jej pracach, pełni rolę Lokalnej Org. Turystycznej sieciującej podmioty społeczne, gospodarcze i publiczne w dziedzinie turystyki. Przykłady realizowanych projektów (źródło finansowania): Forum Turystyki Borów Tucholskich 2016 r. (Woj. Kuj. -Pomorskie); "Tkanie produktu sieciowego" 2016 r. – tworzenie sieciowych produktów turystycznych (KSOW); "Bory Tucholskie dla seniora" 2017 r. - kurs przewodnika turystycznego dla seniorów, opracowanie tras dla seniorów w Borach Tucholskich (ASOS); "Bory Tucholskie w Kujawsko -Pomorskich Konstelacjach Dobrych Miejs" 2017r. -organizacja warsztatów dotyczących poszukiwania propozycji UDP (Woj. Kuj. -Pomorskie); "Poznajemy zaKaMARKI Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc (Bory Tucholskie)" 2018r. - (Woj. Kuj. -Pomorskie); „Jedźcie z blogiem! Dobre relacje promują Konstelacje - Bory Tucholskie” 2019 (Woj. Kuj.- Pomorskie); „Chwała w necie, dla dorosłych i dla dzieci - utworzenie systemu informatycznego promującego Bory Tucholskie” 2020-2021 (PROW); „Bory Tucholskie – błękit i zieleń w Kujawsko Pomorskich Konstelacjach Dobrych Miejs -

organizacja szkolenia dotyczącego bezpieczeństwa w turystyce" 2021 (PROW);
Bory Tucholskie - naturalnie! 2022 r. (Powiat Tucholski);
Rowerem przez Powiat Tucholski- szkolenie instruktorów 2023 r. (Powiat Tucholski);
Święto Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich 2024 r. (K-POT, Powiat Tucholski, Powiat Świecki);
Śladami budziszów tożsamości Borowiaków Tucholskich 2024 r. (Narodowe Centrum Kultury).

2. Zasoby kadrowe, rzeczowe i finansowe oferenta, które będą wykorzystane do realizacji zadania

Zasoby kadrowe

Planujemy wykorzystanie w projekcie wysoce wykwalifikowanej kadry, o wieloletnim doświadczeniu w działaniach na rzecz rozwoju turystyki oraz w realizacji i rozliczaniu projektów, w tym projektów Unijnych.

Koordynator: doświadczenie przy realizacji i rozliczeniu min. 3 projektów społecznych, min. 3 lata doświadczenia w działalności związanej z turystyką

Księgowość: zewnętrzne biuro rachunkowe prowadzące księgowość organizacji od wielu lat, zarówno w zakresie działalności bieżącej, jak i projektowej

Zarząd organizacji: zapewni bieżący monitoring realizacji działań projektowych, Zarząd posiada doświadczenie nadzorowaniu projektów, członkowie Zarządu posiadają wieloletnie doświadczenie zarówno przygotowaniu i realizacji projektów, jak i w ich rozliczaniu i ewaluacji.

Zasoby rzeczowe

Posiadamy biuro (z dostępem do biurka, internetu, telefonu, drukarki, szafy na akta itp.), posiadamy dostęp do sali konferencyjnej umożliwiającej organizację spotkań roboczych i niewielkich konferencji (z dostępem do toalety, zaplecza socjalnego, rzutnika itp.). Pomieszczenia te są dostępne także dla osób z niepełnosprawnościami, odpowiadają ustawowym wymogom dostępności. Posiadamy też bazę danych z adresami podmiotów zajmujących się turystyką, obejmującą zarówno członków naszej organizacji jak i podmioty spoza tego grona.

Zasoby finansowe

Nasza sytuacja finansowa jest stabilna, mamy zagwarantowane wpływy w postaci składek członkowskich oraz pozyskujemy środki na realizację projektów. Koszty stałe są minimalne (zatrudnienie personelu ma charakter wyłącznie projektowy). Posiadamy rezerwy finansowe pozwalające nam na poniesienie ew. nieprzewidzianych wydatków i gwarantujące prawidłową realizację zadania.

Przewidywana suma środków finansowych spoza dotacji: 1 060,00 zł

- *Wkład własny finansowy w kwocie: 1 060,00 zł, w tym:*
 - *Środki finansowe własne w kwocie: 1 060,00 zł*
 - *Środki finansowe z innych źródeł publicznych: 0,00 zł*
 - *Pozostałe środki finansowe w kwocie: 0,00 zł*
- *Świadczenia pieniężne od odbiorców zadania w kwocie: 0,00 zł*

V. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

V.A Zestawienie kosztów realizacji zadania							
(w sekcji V-A należy skalkulować i zamieścić wszystkie koszty realizacji zadania niezależnie od źródła finansowania wskazanego w sekcji V-B)							
Lp.	Rodzaj kosztu	Rodzaj miary	Koszt jednostkowy [PLN]	Liczba jednostek	Wartość [PLN]		
					Razem	Rok 1	Rok 2
						Rok 3 ⁴⁾	
I.	Koszty realizacji działań						
I.1	Działanie 1 - Przygotowanie projektu				1 060,00	1 060,00	
						-	

I.1.1	Promocja projektu (przygotowanie informacji o projekcie, przekazanie informacji mediom, promocja poszczególnych zadań), rekrutacja uczestników.	godz.	100,00	10,60	1 060,00	1 060,00	-	-
I.2	Działanie 2 - Obsługa mediów społecznościowych				2 000,00	2 000,00	-	-
I.2.1	Obróbka, planowanie i udostępnianie wpisów w mediach społecznościowych, kontakt z przedstawicielami branży turystycznej	msc	1 000,00	2	2 000,00	2 000,00	-	-

I.3	Działanie 3 - Kampania promocyjna w mediach społecznościowych					3 000,00	3 000,00	-	-
I.3.1	Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej oraz jej obsługa	szt.	3 000,00	1		3 000,00	3 000,00	-	-
I.4	Działanie 4 - Cykl wyjazdów studyjnych					6 000,00	6 000,00	-	-
I.4.1	Realizacja jednodniowego wyjazdu studyjnego: transport (średnio ok. 200 km), wyżywienie, bilety wstępu, drobne upominki dla strony goszczącej	szt	3 000,00	2		6 000,00	6 000,00	-	-

I.5	Działanie 5 - Stworzenie strony internetowej					6 000,00	6 000,00	-	-
I.5.1	Utworzenie, instalacja i wypełnienie treścią strony internetowej bortucholskie- naturalnie.pl jako wizytówki Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich	szt.	6 000,00	1		6 000,00	6 000,00	-	-
I.6	Działanie 6 - Koordynacja projektu					3 000,00	3 000,00	-	-

l.6.1	Koordynator projektu: nadzór nad realizacją umów, prowadzenie dokumentacji (listy obecności itp.), udział we wszystkich działaniach projektowych, raportowanie do zarządu, opracowanie sprawozdania z realizacji projektu i z poszczególnych zadań	godz.	100,00	30	3 000,00	3 000,00	-	-
Suma kosztów realizacji zadania								
tl.	Koszty administracyjne							
Suma kosztów administracyjnych					0,00	0,00	-	-
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania					21 060,00	21 060,00	-	-

V.B Źródła finansowania kosztów realizacji zadania			
Lp.	Źródła finansowania kosztów realizacji zadania	Wartość [PLN]	Udział [%]
1.	Suma wszystkich kosztów realizacji zadania	21 060,00	100,00
2.	Planowana dotacja w ramach niniejszej oferty	20 000,00	94,97
3.	Wkład własny ⁵⁾	1 060,00	5,03
3. 1.	Wkład własny finansowy	1 060,00	5,03
3. 2.	Wkład własny niefinansowy (osobowy i rzeczowy)	0,00	0,00
4.	Świadczenia pieniężne od odbiorców zadania	0,00	0,00

V.C Podział kosztów realizacji zadania pomiędzy oferentów ⁶⁾					
Lp.	Źródło finansowania kosztów realizacji zadania	Wartość [PLN]			
		Razem	Rok 1	Rok 2	Rok 3 ⁷⁾
1.	Oferent 1	-	-	-	-
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		-	-	-	-

VI. Inne informacje

1. Deklaracja o zamiarze odpłatnego lub nieodpłatnego wykonania zadania publicznego.
2. Działania, które w ramach realizacji zadania publicznego będą wykonywać poszczególni oferenci oraz sposób ich reprezentacji wobec organu administracji publicznej – w przypadku oferty wspólnej.
3. Inne działania, które mogą mieć znaczenie przy ocenie oferty, w tym odnoszące się do kalkulacji przewidywanych kosztów oraz oświadczeń zawartych w sekcji VII.

Deklaracja o zamiarze odpłatnego lub nieodpłatnego wykonania zadania publicznego.

Nie przewiduje się odpłatności wykonania zadania publicznego.

Działania, które w ramach realizacji zadania publicznego będą wykonywać poszczególni oferenci oraz sposób ich reprezentacji wobec organu administracji publicznej – w przypadku oferty wspólnej.

Nie dotyczy

Sposób reprezentacji

Inne działania, które mogą mieć znaczenie przy ocenie oferty, w tym odnoszące się do kalkulacji przewidywanych kosztów oraz oświadczeń zawartych w sekcji VII.

Wkład własny rzeczowy do projektu

Wkład własny rzeczowy obejmuje udostępnienie: Biura projektu wraz z wyposażeniem (komputer, Internet, drukarka), Zaplecza technicznego (rzutnik, Internet, toalety). Chociaż ten wkład rzeczowy nie został ujęty w budżecie ze względu na trudności w jego udokumentowaniu, jego wartość wynosi nie mniej niż 1500 zł.

Uzasadnienie kosztów przewidzianych w projekcie:

I.1.1 Praca członków Zarządu

Realizacja projektu nie byłaby możliwa bez nieodpłatnej pracy członków Zarządu. Ich zadania obejmują: Spotkania z personelem projektowym, Wsparcie merytoryczne działań projektowych, szczególnie w fazie przygotowawczej.

I.1.2 Promocja i organizacja naboru

Ten punkt obejmuje: Przygotowanie i promocję regulaminów naboru, Ewaluację formularzy naboru i wybór uczestników, Informowanie uczestników oraz mediów (tradycyjnych i społecznościowych). Ze względu na szeroki zakres działań realizacja w założonych godzinach będzie wyzwaniem.

VII. 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(-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* / właściwą ewidencją*;

6) wszystkie informacje podane w ofercie oraz załącznikach są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;

7) 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 dotyczą te dane, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych.

PREZES
LGD „Bory Tucholskie”

.....
Magdalena Kumpinowicz

Data

SEKRETARZ
LGD „Bory Tucholskie”

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

LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
„BORY TUCHOLSKIE”
Plac Zamkowy 1, 89-500 Tuchola
BIURO: ul. Kolejowa 4, 89-500 Tuchola
tel/fax: +48 52 336 12 13
NIP: 5611542738

Załączniki:

1. Aktualny odpis z rejestru lub wyciąg z ewidencji (w przypadku braku wpisu do KRS) *(fakultatywny - złożony elektronicznie)*
2. Szczególne upoważnienie osób do reprezentowania oferenta *(fakultatywny)*
3. Dokument potwierdzający upoważnienie do działania w imieniu oferenta w przypadku złożenia oferty wspólnej *(fakultatywny)*
4. Umowa partnerska, oświadczenie lub list intencyjny w przypadku projektów z udziałem partnera *(fakultatywny)*
5. Umowa lub statut 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)*
6. Oświadczenie RODO i o spełnieniu wymagań służących zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, o których mowa w art. 6 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz. U. z 2024 poz. 1411) *(obligatoryjny - złożony elektronicznie)*
7. Statut/regulamin (w przypadku braku określenia działalności statutowej w dokumencie rejestrowym) *(fakultatywny)*
8. Pełnomocnictwa udzielone przez zarząd główny w przypadku składania oferty przez terenowe oddziały organizacji, które nie posiadają osobowości prawnej *(fakultatywny)*

¹⁾ Wypełnić jedynie w przypadku, gdy oferta została złożona w związku z ogłoszonym przez organ otwartym konkursem ofert. Należy wskazać rodzaj zadania, o którym mowa w art. 13 ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, wynikający z ogłoszenia o otwartym konkursie ofert.

²⁾ Dotyczy zakresu działania tej części zadania, która będzie realizowana przez podmiot niebędący



(00)759007734556788852

ST-1-2.616.24.2025

M. Widmowski
24.11.25

WPLYNEŁO
URZĄD MARSZAŁKOWSKI W TORUNIU
Biuro Podawczy/Kancelaryjne
96998/11/2025
2025 -11- 21

Ilość załączników 1
Podpis (46)

M. Widmowski
24.11.2025 r. UW
Tuchola, 17.11.2025r.LGD Bory Tucholskie
plac Zamkowy 1
89-500 TucholaH. Głuchowski
24.11.2025
H. GłuchowskiOczekiwaniem
24.11.25
H. Głuchowski

WPLYNEŁO
Departament Sportu i Turystyki

2025 -11- 24

Ilość zał. 3810
Podpis (2)

Sz.P.
Krzysztof Wasita
Dyrektor Departamentu Sportu i Turystyki
Urząd Marszałkowski
Województwa Kujawsko – Pomorskiego w Toruniu

Dotyczy zadania "Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca" (umowa nr UM_ST.616.1.563.2025)

Wnosimy o zmianę terminu zakończenia realizacji projektu poprzez wydłużenie okresu jego realizacji z dotychczasowego terminu 30.11.2025 do 31.12.2025.

Konieczność wprowadzenia zmiany wynika z wystąpienia nieprzewidzianych wcześniej okoliczności wpływających na harmonogram prac. W szczególności dotyczy to:

- przejściowych problemów zdrowotnych części członków zespołu projektowego,
- trudności technicznych po stronie wykonawców realizujących wybrane zadania,
- opóźnień wynikających z dostępności i terminów działań partnerów oraz uczestników projektu.

Okoliczności te nie zagrażają wykonaniu projektu, jednak utrudniają jego realizację w pierwotnie przyjętym terminie przy zachowaniu oczekiwanej jakości rezultatów. Proponowane wydłużenie okresu realizacji do 31.12.2025 zapewni możliwość pełnego i właściwego wykonania zaplanowanych działań oraz osiągnięcia optymalnych efektów w stosunku do ponoszonych nakładów.

W związku z powyższym wnosimy o przygotowanie i podpisanie aneksu zmieniającego termin zakończenia realizacji projektu.

Prosimy też o wyrażenie zgody na dokonanie przesunięcia w budżecie polegającego na zmniejszeniu pozycji dotyczącej kampanii promocyjnej (poz. I.3.1) o kwotę 3000 zł wraz z jednoczesnym zwiększeniem pozycji dotyczącej przygotowania strony internetowej (poz. I.5.1) o tę samą kwotę. Zmiana ta nie wpływa na zakres merytoryczny ani na rezultaty projektu.

Akceptuję
24.11.25
Kierownik Biura
ds. Rozwoju Turystyki
Departament Sportu i Turystyki
(1)

SEKRETARZ
LGD „Bory Tucholskie”
Krzysztof Gutsze

PREZES
LGD „Bory Tucholskie”
Magdalena Kurpinowicz

Magdalena Kurpinowicz
Departament Sportu i Turystyki
(2)
Krzysztof Wasita

ST-112.616.2.4.2025

WPLYNEŁO
Departament Sportu i Turystyki

2025 -11- 24

Ilość zał. 3810

WPLYNEŁO
URZĄD MARSZAŁKOWSKI W TORUNIU
Biuro Podawczy-Kancelaryjne

86558/11/2025
2025 -11- 21

OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO*/

Podpis(46)

~~OFERTA WSPÓLNA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO*~~

O KTÓRYCH MOWA ART. 14 UST. 1*/2* USTAWY z DNIA 24
KWIECZNIA 2003 R.

O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU PUBLICZNEGO I O WOŁONTARIACIE

(DZ. U. Z 2018 R. POZ. 450, Z PÓŹN. ZM.)

Zatwierdził do
aneksu zawiązanego
w dniu 16.11.2025

POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

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

W przypadku pól, które nie dotyczą danej oferty, należy wpisać "nie dotyczy" lub
przekreślić pole.



Zaznaczenie „*”, np., „Oferta realizacji zadania publicznego*/Oferta wspólna
realizacji zadania publicznego*”, oznacza, że należy skreślić niewłaściwą
odповідź i pozostawić prawidłową. Przykład: „Oferta realizacji zadania
publicznego*/Oferta wspólna realizacji zadania publicznego*”.

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

1. Organ administracji publicznej, do którego jest adresowana oferta	Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego
2. Rodzaj zadania publicznego ¹⁾	19) turystyka i krajoznawstwo - 1) promocja lokalnych marek/krajin/produktów turystycznych (np. kampanie promocyjne, strony internetowe, szkolenia, warsztaty, konferencje) – działania lokalne

II. Dane oferenta(-tów)

oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej) telefon: 600890000

III. Opis zadania

1. Tytuł zadania publicznego	Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca			
2. Termin realizacji zadania publicznego	Data rozpoczęcia	2025-06-01	Data zakończenia	2025-12-31

3. 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)

Celem projektu jest promocja Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich poprzez działania marketingowe, integrację z innymi subregionami województwa w celu wzajemnej promocji oraz budowanie trwałych relacji z partnerami branży turystycznej w celu planowania i realizacji wspólnych działań promocyjnych. Projekt wpisuje się w założenia marki parasolowej „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz realizuje cele operacyjne „Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego”, w tym rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajinie.

Planowane działania:

1. Obsługa mediów społecznościowych

Zatrudnienie specjalisty ds. social media (Facebook, Instagram i YouTube) na 2 miesiące do zarządzania profilami, tworzenia treści i interakcji z odbiorcami. Obecnie w mediach społecznościowych marki Bory Tucholskie oraz Turystyki Naturalnej panuje chaos spowodowany zarządzaniem doraźnym, bez centralnego koordynatora. Posty wrzucane są na różne, czasami konkurujące ze sobą profile, w przypadkowej kolejności, nieregularnie, są one niejednorodne stylistycznie. W związku z tym, że social media coraz bardziej reagują na regularność i wysoką jakość postów, planujemy zatrudnienie osoby, która wprowadzi wysokie standardy w tym zakresie - opierając się na gotowych materiałach promocyjnych dostarczanych przez Partnerów oraz inne podmioty z branży turystycznej Borów Tucholskich.

2. Kampania promocyjna Turystyki Naturalnej w mediach społecznościowych
Przygotowanie i realizacja profesjonalnej kampanii promującej Turystykę Naturalną w Borach Tucholskich na platformach takich jak Facebook, Instagram i YouTube. Ze względu na coraz wyższe wymagania w stosunku do skutecznych, profesjonalnych kampanii planujemy zlecenie tego zadania podmiotowi/podmiotom specjalizującym się w tego typu zadaniach. Planujemy trzy moduły reklamowe: 1) Bory Tucholskie jako część Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, 2) Turystyka Naturalna jako specjalność Borów Tucholskich (Bory Tucholskie Naturalnie) oraz 3) Produkty turystyczne Borów Tucholskich jako elementy praktycznie realizujące zasady Turystyki Naturalnej. Wybór modułu/modułów lub ustalenie proporcji pomiędzy nimi nastąpi na etapie planowania kampanii promocyjnej. Pozwoli to na skuteczne kształtowanie wizerunku Borów Tucholskich, jak i promocję ich produktów turystycznych jako niezwykle wartościowego elementu turystyki województwa kujawsko-pomorskiego stanowiącego ważny element Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc.

3. Wizyty studyjne w innych submarkach turystycznych województwa, z udziałem przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich
Organizacja 2 wizyt studyjnych dla przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich u innych subregionów województwa ma na celu 1) prezentację oferty Borów Tucholskich partnerom regionalnym i zachęcenie ich do korzystania z naszej oferty (oraz poznanie ich oferty produktowej), 2) nawiązanie bezpośredniej współpracy służącej wzajemnej promocji produktów turystycznych naszego regionu, w tym zachęcenie do wzajemnego udziału w najważniejszych imprezach promocyjnych (np. w Święcie Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich), 3) nawiązanie ścisłej współpracy w zakresie wspólnej promocji w ramach Konstelacji Dobrych Miejsc (ułatwiającej wspólne przygotowanie promocji o szerokim, ponadregionalnym zasięgu). Mamy niedosyt praktycznej, skierowanej na konkretne rezultaty współpracy w ramach marki parasolowej, w szczególności w zakresie wymiany doświadczeń i wspólnej promocji i działanie to stanowi odpowiedź na ten problem.

4. Stworzenie wizerunkowej strony internetowej „Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich”
Opracowanie i uruchomienie strony internetowej prezentującej ideę Turystyki Naturalnej, ofertę turystyczną regionu wpisującą się w tę ideę, zgodnie z wytycznymi marki „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz wizję na przyszłość wynikającą ze Strategii marki Bory Tucholskie z konkretnymi planami i kamieniami milowymi. Obecna strona internetowa borytucholskie-naturalnie.pl ma charakter projektowy, promujący konkretne działania takie jak Święto Turystyki Naturalnej czy inne wydarzenia, brakuje nam jednak strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji. Strona ta będzie opierać się na wykupionej przez nas domenie borytucholskie-naturalnie.pl. Nie ma ona stanowić platformy sprzedażowej (taką tworzy obecnie K-POT) ani dynamicznego środowiska dla zmieniających się informacji (które powinno w przyszłości znaleźć się na stronie borytucholskie.pl), ale profesjonalną wizytówkę regionu i wizji jego rozwoju w zakresie turystyki, dlatego też przewidziany budżet powinien być wystarczający do tego celu.

Projekt odpowiada na potrzebę promocji Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich oraz integracji z innymi subregionami województwa kujawsko-pomorskiego w celu umożliwienia wspólnych działań promocyjnych zintegrowanych na poziomie regionu. Działania przewidziane w projekcie wpisują się w cele konkursu, takie jak promocja lokalnych marek i produktów turystycznych oraz kształtowanie współpracy liderów i partnerów w rozwoju marek turystycznych. Ponadto, projekt realizuje założenia Strategii, w tym rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajinie oraz integrację z

marką parasolową „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” . Zakładane rezultaty projektu to:

1. Zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej i turystów poprzez media społecznościowe.
2. Zwiększenie rozpoznawalności Borów Tucholskich jako destynacji Turystyki Naturalnej.
3. Nawiązanie współpracy z przedstawicielami branży turystycznej z innych subregionów województwa.
4. Stworzenie platformy informacyjno/wizerunkowej w postaci strony internetowej.

Projekt spełnia wszystkie kryteria wyznaczone dla zadań priorytetowych w konkursie:

1. jest realizowany przez podmioty z kilkuletnim doświadczeniem w zakresie celu konkursu, tj. przez LGD "Bory Tucholskie" pełniące od lat rolę Lokalnej Organizacji Turystycznej, prowadzącej też regularnie od wielu lat warsztaty i szkolenia dla branży turystycznej, oraz partnerów działających także od lat w/naz rzecz tej branży;
2. zaplanowane działania promują markę „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” spajając ofertę turystyczną województwa i Borów Tucholskich jako jednego z jej obszarów produktowych, w ramach wszystkich naszych działań promocyjnych pozycjonujemy się jako część „Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc”, zaplanowane działania w 100% wynikają z opracowanej w ramach "Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc" strategii marki Bory Tucholskie i stanowią ważny krok na drodze do jej wdrożenia;
3. wpłynie na wzrost konkurencyjności marki turystycznej Borów Tucholskich oraz Turystyki Naturalnej jako jej wyróżnika, jak też produktów turystycznych oferowanych w ramach tej marki;
4. ma potwierdzoną listami intencyjnymi formę współpracy między instytucjami, organizacjami, podmiotami branży turystycznej, koordynacja działań i pogłębianie współpracy podmiotów branży turystycznej jest jednym z celów niniejszego projektu;
5. ma charakter koordynujący działania i współpracę podmiotów branży turystycznej; jako związek stowarzyszeń bezpośrednio włączamy w nasze działania podmioty szeroko pojętej branży turystycznej: stowarzyszenia, przedsiębiorców, samorządy. Działamy dla nich, z ich upoważnienia, stanowiąc łącznik sieci współpracy - potwierdzeniem tego jest nasz statut oraz znajdująca się na stronie <https://lgd.borytucholskie.pl/index.php?id=16> lista naszych członków, do których w pierwszej kolejności zwrócony będzie projekt (jest to formalna współpraca o charakterze stałym, nie wymagająca dodatkowych listów intencyjnych lub umów partnerstwa);
6. poprzez nawiązanie współpracy z innymi submarkami województwa ma zasięg regionalny, wzmacniający współpracę w ramach "Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejs"; zasięg projektu, także ze względu na zasięg marki Bory Tucholskie, wykracza poza obszar jednego powiatu - marka Bory Tucholskie na terenie naszego województwa współdzielona jest przez Powiat Tucholski, Powiat Świecki oraz częściowo przez Powiat Bydgoski, co oznacza regionalny zasięg działań (przy znacznie większym ich oddziaływaniu).

Projekt spełnia kryteria dostępności, co zostało opisane w punkcie 3.

Miejsce realizacji zadania

województwo kujawsko-pomorskie, ze szczególnym uwzględnieniem Borów Tucholskich (powiat tucholski, powiat świecki, powiat bydgoski)

Wizyty studyjne odbędą się w czterech lokalizacjach, wybranych w trakcie realizacji projektu spośród istniejących submarek turystycznych regionu: Bydgoszcz, Dolina Dolnej Wisły, Kujawy, Pałuki, Pojezierze Brodnickie, Toruń.

Grupa docelowa

Grupa docelowa projektu:

Potencjalni turyści, którzy stanowią grupę docelową marki "Bory Tucholskie Naturalnie" opisaną w strategii marki. Będą mogli oni odkryć możliwości i produkty zgodne ze strategią marki i zrównoważonym rozwojem oferowane w Borach Tucholskich, zainteresować się ideą Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, skorzystać z usług turystycznych naszego regionu i subregionu.

Lokalne społeczeństwo Borów Tucholskich. Dzięki realizacji projektu będzie ono lepiej poinformowane o idei Turystyki Naturalnej i jej zasadach, będzie bardziej identyfikować się z zawartą w niej wizją i sposobem jej realizacji.

10 podmiotów działających w szeroko pojętej branży turystycznej w Borach Tucholskich, identyfikujących się z marką "Bory Tucholskie Naturalnie", tworzących sieć działającą wspólnie na rzecz jej rozwoju. Uczestnictwo w projekcie ma na celu rozszerzenie ich perspektyw, umożliwienie nawiązania partnerstw oraz zwiększenie zasięgu działań promocyjnych.

Podmioty z branży turystycznej potencjalnie zainteresowane wdrażaniem zasad Turystyki Naturalnej. Dzięki realizacji projektu będą one mogły zapoznać się z ideą i z zasadami Turystyki Naturalnej i rozważyć przystąpienie do lokalnej sieci zrzeszającej tego typu podmioty oferującej wspólną promocję produktów spełniających zasady zawarte w Manifestie Turystyki Naturalnej.

Podmioty tworzące lokalną branżę turystyczną to głównie niewielkie organizacje, przedsiębiorcy, lokalne społeczności (np. rolnicy prowadzący agroturystykę), instytucje oraz samorządy. Działalność tych podmiotów ograniczają: brak kapitału, krótki sezon turystyczny, rozproszenie terytorialne, niewielka baza noclegowa, ograniczony dostęp do szkoleń i wsparcia ze względu na dużą odległość od większych ośrodków, niewystarczający budżet reklamowy. Jednocześnie stawiają sobie one za cel zrównoważony rozwój turystyki, w oparciu o lokalne zasoby, bez niszczenia środowiska, co ogranicza grupę odbiorców ich usług. Część barier może być znacząco zmniejszona dzięki realizacji projektu.

Sposób rozwiązywania problemów/zaspokajania potrzeb grupy docelowej

Problem niewystarczającej rozpoznawalności marki "Bory Tucholskie Naturalnie". Zaplanowane działania promocyjne pozwolą na wzmocnienie marki "Bory Tucholskie Naturalnie". Ambasadory tej marki, korzystający z nowoczesnych technologii i promujący lokalne wartości, będą kojarzeni z innowacyjnością i postępem opartym na stabilnych fundamentach tradycji. Prezentacja ich dokonań w szerokiej kampanii promocyjnej, spójny przekaz medialny poprzez konsekwentnie prowadzone media społecznościowe oraz strona internetowa prezentująca w atrakcyjny sposób ideę i działania zmierzające do jej realizacji pozwolą na zwiększenie rozpoznawalności marki i jej większą komercjalizację. To z kolei spowoduje przyłączanie się kolejnych podmiotów do istniejącej sieci współpracy. Takie podejście jest zgodne z ideą Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, który został powołany w celu wzmocnienia połączenia tradycji z nowoczesnością. W ten sposób marka "Bory Tucholskie Naturalnie" stanie się wzorem dla innych regionów, łącząc lokalne dziedzictwo z nowoczesnymi rozwiązaniami technologicznymi. Turyści zainteresowani zrównoważoną turystyką dowiedzą się o oferowanych im możliwościach.

Problem niewystarczającego rozpowszechnienia/rozpoznawalności marki Bory Tucholskie Naturalnie

Wyjazdy studyjne pozwolą na integrację branży turystycznej Borów Tucholskich oraz na przybliżenie i

upowszechnienie idei marki Bory Tucholskie Naturalnie w ramach pozostałych submarek województwa, co jest podstawowym warunkiem do wzajemnej promocji oraz do podejmowania wspólnych działań promocyjnych. Marka Bory Tucholskie Naturalne będzie kojarzona z profesjonalną i skuteczną promocją, złączeniem tradycji z nowoczesnością, innowacji z lokalnym dziedzictwem, postępu opartego o stabilne wartości. Jest to doskonałe nawiązanie do idei Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, który został powołany specjalnie po to, by tego typu powiązania wzmacniać i stawiać innym za wzór.

Problem niskiego poziomu integracji branży

Brak spójnego przekazu w działaniach promocyjnych osłabia efektywność promocji Borów Tucholskich. Strategia marki opiera się na koncepcji Turystyki Naturalnej, jednak aby osiągnąć jej pełny potencjał, konieczna jest integracja lokalnych podmiotów. Wspólne działania promocyjne oraz propagowanie idei Turystyki Naturalnej przyczynią się do budowy silnej, spójnej marki "Bory Tucholskie" oraz Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejs.

Problemy niewielkich podmiotów z branży turystycznej

Niewielkie podmioty, takie jak organizacje społeczne, przedsiębiorcy, agroturystyki czy lokale gastronomiczne, często borykają się z brakiem zasobów (czasu i środków finansowych) na skuteczne działania marketingowe i promocyjne. Jedynym racjonalnym rozwiązaniem dla nich jest łączenie sił w ramach marki lokalnej oraz marki parasolowej. Niniejszy projekt stanowi odpowiedź na te problemy poprzez zaoferowanie wartości dodanej do indywidualnych działań promocyjnych.

Komplementarność z innymi działaniami podejmowanymi przez organizację lub inne podmioty

Projekt jest komplementarny przede wszystkim z wypracowaną Strategią marki Bory Tucholskie, realizowaną przez szereg niezależnych podmiotów (organizacje, przedsiębiorcy, samorządy). Realizacja projektu przewidziana jest wspólnie z grupą podmiotów z branży turystycznej, dla tych podmiotów. Idea projektu bazuje także na „Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego”, która przewiduje zarówno promocję produktu obszarowego Borów Tucholskich, jak i integrację podmiotów w ramach Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejs.

Projekt jest komplementarny z wcześniejszymi naszymi działaniami na rzecz konkretnych grup organizujących lub wspierających turystykę w Borach Tucholskich:

1. utworzenie grupy przewodników terenowych przygotowanych do pełnienia tej funkcji w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
2. utworzenie grupy instruktorów turystyki rowerowej wyszkolonych w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
3. warsztaty dla podmiotów z branży turystyki wodnej, które integrowały się i wydały wspólne materiały promocyjne w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
4. organizacja Święta Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich,
5. rozwój marki "Bory Tucholskie Naturalnie" realizowany wspólnie z Fundacją "Cisowy Fyrtel".

Działania te są też spójne z planami działań Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, w ramach którego dziedzictwo przyrodnicze i dziedzictwo kulturowe mogą i powinny stanowić element harmonijnego rozwoju, m.in. poprzez świadomą i dobrze zorganizowaną turystykę.

Cały projekt jest spójny ze strategią województwa kujawsko-pomorskiego, w której Bory Tucholskie stanowią zaplecze turystyczne regionu.

4. Plan i harmonogram działań na rok 2025					
(należy wymienić i opisać w porządku logicznym wszystkie planowane w ofercie działania oraz określić ich uczestników i miejsce ich realizacji)					
Lp.	Nazwa działania	Opis	Grupa docelowa	Planowany termin realizacji	Zakres działań realizowany przez podmiot niebędący stroną umowy ²⁾

1	Przygotowanie projektu	Opis: Powołany zostanie zespół projektowy; Podpisane zostaną umowy z koordynatorem, biurem rachunkowym, ustalone zakresy obowiązków; Przygotowany i udostępniony zostanie opis projektu, materiały informacyjne, promocja; Opracowany zostanie regulamin rekrutacji i przeprowadzona zostanie rekrutacja uczestników projektu; Nastąpi promocja projektu, przygotowana będzie informacja dla mediów i na stronę internetową, przygotowany zostanie mailing do uczestników Cel: Przygotowanie ram do organizacji projektu, promocja projektu, pozyskanie uczestników projektu Uczestnicy: Zarząd, Personel projektu, Potencjalni uczestnicy projektu Ryzyko: Brak zainteresowania projektem Minimalne ryzyko ze względu na istotny temat zgłaszany często przez przedstawicieli branży turystycznej, zapobiegać mu będziemy poprzez szeroką kampanię informacyjną. Ryzyko: Zbyt dużo chętnych do udziału w projekcie Bardzo duże ryzyko, przy czym dopuszczamy	1. Personel projektowy (działanie wewnętrzne, organizacyjne) 2. Podmioty branży turystycznej Borów Tucholskich potencjalnie zainteresowane udziałem w projekcie 3. Osoby działające w branży turystycznej zainteresowane udziałem w projekcie 4. Potencjalni wykonawcy planowanych działań	Od: 2025-06-02	Do: 2025-11-30	Promocja i rekrutacja - umowa
---	------------------------	--	---	----------------	----------------	-------------------------------

2	Obsługa mediów społecznościowych	Opis: Realizacja przez 2 miesiące obsługi mediów społecznościowych Cel: Uporządkowanie sieci dostępnych mediów społecznościowych, przygotowanie zasad spójnego przekazu, regularna realizacja przekazu przez 2 miesiące Uczestnicy: Branża turystyczna Borów Tucholskich, osoba/firma realizująca działania Ryzyko: Problemy z pozyskaniem osoby/firmy realizującej zlecenie Niewielkie ryzyko, zminimalizowane poprzez podjęcie wstępnych rozmów już na etapie przygotowywania wniosku. Ryzyko: Nieskuteczne działania Średnie ryzyko, zminimalizowane poprzez wybór osoby/firmy o dużym doświadczeniu. Ryzyko: brak zaangażowania ze strony branży (niedostarczenie wsadu do wpisów) Średnie ryzyko, zminimalizowane poprzez wybór osoby/firmy znającej lokalną branżę. Borów Tucholskich oraz lokalną branżę.	1. turyści, którzy byli w Borach Tucholskich lub planują w nich być, 2. potencjalni klienci zastanawiający się nad wizytą w Borach, 3. osoby zainteresowane zrównoważoną turystyką, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich	Od: 2025-07-15 Do: 2025-12-31	Działania porządkujące i promocyjne w mediach społecznościowych - umowa zlecenie lub rachunek
---	----------------------------------	---	---	---	---

3	Kampania promocyjna w mediach społecznościowych	Opis: Planujemy wybór jednego z trzech trybów modułów reklamowych, lub ich kombinację. Te moduły to: 1) Bory Tucholskie jako część Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, 2) Turystyka Naturalna jako specjalność Borów Tucholskich (Bory Tucholskie Naturalnie) oraz 3) Produkty turystyczne Borów Tucholskich jako elementy praktycznie realizujące zasady Turystyki Naturalnej. Pozwoli to na skuteczne kształtowanie wizerunku Borów Tucholskich, jak i promocję ich produktów turystycznych jako niezwykle wartościowego elementu turystyki województwa kujawsko-pomorskiego stanowiącego ważny element Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc. Cel: Zwiększenie rozpoznawalności marki Borów Tucholskich i marki Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich, promocja idei Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich jako elementu Kuj.-Pom. Konstelacji dobrych miejsc, integracja branży turystycznej BT i budowa sieci ich współpracy, lepsze wykorzystanie potencjału podmiotów z branży turystycznej działających w Borach Tucholskich zgodnie z zasadami marki,	1. turyści, którzy byli w Borach Tucholskich lub planują w nich być, 2. potencjalni klienci zastanawiający się nad wizytą w Borach, 3. osoby zainteresowane zrównoważoną turystyką, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich	Od: 2025-07-15 Do: 2025-12-31	Realizacja kampanii - umowa o dzieło lub rachunek
---	---	---	---	---	---

4	Cykl wyjazdów studyjnych	Wizyty studyjne w dwóch innych submarkach turystycznych województwa, z udziałem przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich. Cel: 1) prezentacja oferty Borów Tucholskich partnerom regionalnym i zachęcenie ich do korzystania z naszej oferty (oraz poznanie ich oferty produktowej), 2) nawiązanie bezpośredniej współpracy służącej wzajemnej promocji produktów turystycznych naszego regionu, w tym zachęcenie do wzajemnego udziału w najważniejszych imprezach promocyjnych (np. w Świątce Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich), 3) nawiązanie ścisłej współpracy w zakresie wspólnej promocji w ramach Konstelacji Dobrych Miejsc (ułatwiającej wspólne przygotowanie promocji o szerokim, ponadregionalnym zasięgu). Mamy niedosyt praktycznej, skierowanej na konkretne rezultaty współpracy w ramach marki parasolowej, w szczególności w zakresie wymiany doświadczeń i wspólnej promocji i działanie to stanowi odpowiedź na ten problem.	1. lokalna branża turystyczna, która włącza się w realizację idei turystyki naturalnej, 2. przedstawiciele submarki zainteresowana wzajemną promocją lub wspólnymi działaniami promocyjnymi	Od: 2025-07-01	Do: 2025-11-15	transport, wyżywienie
---	--------------------------	--	--	----------------	----------------	-----------------------

5	Stworzenie strony internetowej	Opis: Stworzenie wizerunkowej strony internetowej „Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich” Opracowanie i uruchomienie strony internetowej prezentującej idee Turystyki Naturalnej, ofertę turystyczną regionu wpisującą się w tę ideę, zgodnie z wytycznymi marki „Kujawko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz wizję na przyszłość wynikającą ze Strategii marki Bory Tucholskie z konkretnymi planami i kamieniami milowymi. Obecna strona internetowa borytucholskie-naturalnie.pl ma charakter projektowy, promujący konkretne działania takie jak Święto Turystyki Naturalnej czy inne wydarzenia, brakuje nam jednak strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji. Strona ta będzie opierać się na wykupionej przez nas domenie borytucholskie-naturalnie.pl. Nie ma ona stanowić platformy sprzedażowej (taką tworzy obecnie K-POT) ani dynamicznego środowiska dla zmieniających się informacji (które powinno w przyszłości znaleźć się na	1. klienci i potencjalni klienci zainteresowani zasadami turystyki naturalnej, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, która chciałaby się włączyć w realizację idei turystyki naturalnej, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich, którzy będą dbali o realizację zasad turystyki naturalnej.	Od: 2025-07-01	Do: 2025-12-31	stworzenie strony - umowa o dzieło lub rachunek
---	--------------------------------	---	--	----------------	----------------	---

					stronie borytucholskie.pl), ale profesjonalną wizytówkę regionu i wizji jego rozwoju w zakresie turystyki, dlatego też przewidziany budżet powinien być wystarczający do tego celu. Cel: Utworzenie na podstawie dostarczonych materiałów oficjalnej, spójnej strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji Uczestnicy: realizator zadania, branża turystyczna (konsultacje) Ryzyko: Brak wystarczających materiałów do przygotowania strony lub ich zła jakość Niewielkie ryzyko, sposobem na jego minimalizację jest zebranie i udostępnienie wszystkich oficjalnych materiałów wypracowanych dotąd w jednym centralnym repozytorium, Ryzyko: Brak zainteresowania stroną Średnie ryzyko, sposobem na jego minimalizację jest przygotowanie strony w
--	--	--	--	--	--

		atrakcyjnej formie, także z elementami graficznymi, włączenie jej do kampanii promocyjnej Ryzyko: Niechęć do budowania sieci współpracy w ramach branży, postrzeganie innych wyłącznie jako konkurencji Średnie zagrożenie, obecne w całej branży turystycznej. Sposobem na jego minimalizację jest podejmowanie wspólnych działań, wymiana doświadczeń i szukanie efektów synergii pomiędzy poszczególnymi podmiotami.				
6	Koordynacja projektu	Koordinator projektu: nadzór nad realizacją umów, prowadzenie dokumentacji (listy obecności itp.), udział we wszystkich działaniach projektowych, raportowanie do zarządu, opracowanie sprawozdania z realizacji projektu i z poszczególnych zadań	Uczestnicy projektu	Od: 2025-06-01	Do: 2025-12-31	Koordinator - umowa zlecenie

5. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego

(należy opisać:

1. co będzie bezpośrednim efektem (materialne „produkty” lub „usługi” zrealizowane na rzecz uczestników zadania) realizacji oferty?
2. jaka zmiana społeczna zostanie osiągnięta poprzez realizację zadania?
3. czy przewidywane jest wykorzystanie rezultatów osiągniętych w trakcie realizacji oferty w dalszych działaniach organizacji? – trwałość rezultatów zadania)

Co będzie bezpośrednim efektem (materialne „produkty” lub „usługi” zrealizowane na rzecz uczestników zadania) realizacji oferty?

Przygotowanie i poprowadzenie przez 2 miesiące profili związanych z Borami Tucholskimi i Turystyką Naturalną

Wizerunkowa kampania promocyjna w mediach społecznościowych

Dwie wizyty studyjne łączące Bory Tucholskie z innymi submarkami regionu w celu wzajemnej promocji

Stworzenie wizerunkowej strony internetowej Turystyki Naturalnej

Udział 10 podmiotów branży turystycznej w działaniach projektowych

Jaka zmiana społeczna zostanie osiągnięta poprzez realizację zadania?

Dzięki realizacji zadania możliwe będzie rozpropagowanie Borów Tucholskich i oferowanych na tym terenie produktów turystycznych jako liderów Turystyki Naturalnej - turystyki wpisującej się bezpośrednio w obecne trendy, wynikającej ze strategii marki Bory Tucholskie oraz przybliżenie tej idei podmiotom branży turystycznej, zachęcając je do wspólnej promocji swoich produktów, Borów Tucholskich i Turystyki Naturalnej oraz Kuj.-Pom. Konstelacji dobrych miejsc.

Integracja lokalnej branży turystycznej pozwoli na stworzenie lokalnego centrum Turystyki Naturalnej, nieformalnej sieci wzajemnego wsparcia w tym temacie.

Koncentracja kompetencji wokół Turystyki Naturalnej, będącej specjalnością Borów Tucholskich, pozwoli na wzmocnienie tej marki i jej lepszą wspólną promocję.

Usprawnienie funkcjonowania 10 podmiotów z branży turystycznej Borów Tucholskich wzmocni lokalną ofertę turystyczną, polepszy promocję ich oraz marki parasolowej, jaką są Bory Tucholskie.

Wdrożymy w życie główny postulat Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, którym jest budowanie przyszłości przy użyciu współcześnie dostępnych środków, ale na bazie tradycji i lokalnego dziedzictwa.

Czy przewidywane jest wykorzystanie rezultatów osiągniętych w trakcie realizacji oferty w dalszych działaniach organizacji? – trwałość rezultatów zadania

Realizacja strategii marki Bory Tucholskie to zadanie wieloletnie, wymagające współdziałania wielu podmiotów z branży turystycznej. Przedstawione w niniejszym wniosku zadanie to jedynie drobny wycinek z tych działań, na bazie którego, dzięki lepszej integracji środowiska związanego z turystyką, podejmowane będą działania w kolejnych latach. Jest to krok w kierunku sformalizowania współpracy podmiotów turystycznych w zakresie promocji, które wymaga poznania się i integracji - oferowanych w ramach realizowanego działania. Skuteczna wspólna promocja oraz bardziej efektywne wykorzystanie posiadanych zasobów zwiększy konkurencyjność podmiotów branży turystycznej Borów Tucholskich.

6. Dodatkowe informacje dotyczące rezultatów realizacji zadania publicznego ³⁾		
Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Liczba wpisów w mediach społecznościowych	20	zdjęcia, sprawozdanie z realizacji
Liczba kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych	1	sprawozdanie
Liczba podmiotów branży turystycznej uczestniczących w kampanii promocyjnej	10	sprawozdanie
Liczba wizyt studyjnych	2	sprawozdanie
Udział przedstawicieli podmiotów branży turystycznej w wizytach studyjnych	8	lista obecności
Liczba stron internetowych utworzonych w ramach projektu	1	wydruk

IV. Charakterystyka oferenta

1. Informacja o wcześniejszej działalności oferenta, w szczególności w zakresie, którego dotyczy zadanie publiczne
LGD Bory Tucholskie jest trójsektorowym partnerstwem ok. 80 podmiotów, zrzeszającym m.in. branżę turystyczną. Od 2015 roku pełni funkcję lokalnego koordynatora turystyki w Borach Tucholskich, jest członkiem Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej, bierze aktywny udział w jej pracach, pełni rolę Lokalnej Org. Turystycznej sieciującej podmioty społeczne, gospodarcze i publiczne w dziedzinie turystyki. Przykłady realizowanych projektów (źródło finansowania): Forum Turystyki Borów Tucholskich 2016 r. (Woj. Kuj. -Pomorskie); "Tkanie produktu sieciowego" 2016 r. – tworzenie sieciowych produktów turystycznych (KSOW); "Bory Tucholskie dla seniora" 2017 r. - kurs przewodnika turystycznego dla seniorów, opracowanie tras dla seniorów w Borach Tucholskich (ASOS); "Bory Tucholskie w Kujawsko -Pomorskich Konstatacjach Dobrych Miejsc" 2017r. -organizacja warsztatów dotyczących poszukiwania propozycji UDP (Woj. Kuj. -Pomorskie); "Poznajemy zakaMARKI Kujawsko-Pomorskich Konstatacji dobrych miejsc (Bory Tucholskie)" 2018r. - (Woj. Kuj. -Pomorskie); „Jedźcie z blogiem! Dobre relacje promują Konstatacje - Bory Tucholskie” 2019 (Woj. Kuj.-Pomorskie); „Chwalba w necie, dla dorosłych i dla dzieci - utworzenie systemu informatycznego promującego Bory Tucholskie” 2020-2021 (PROW); „Bory Tucholskie – błękit i zieleń w Kujawsko Pomorskich Konstatacjach Dobrych Miejsc -

organizacja szkolenia dotyczącego bezpieczeństwa w turystyce” 2021 (PROW);
Bory Tucholskie - naturalnie! 2022 r. (Powiat Tucholski);
Rowerem przez Powiat Tucholski- szkolenie instruktorów 2023 r. (Powiat Tucholski);
Święto Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich 2024 r. (K-POT, Powiat Tucholski, Powiat Świecki);
Śladami budziszów tożsamości Borowiaków Tucholskich 2024 r. (Narodowe Centrum Kultury).

2. Zasoby kadrowe, rzeczowe i finansowe oferenta, które będą wykorzystane do realizacji zadania

Zasoby kadrowe

Planujemy wykorzystanie w projekcie wysoce wykwalifikowanej kadry, o wieloletnim doświadczeniu w działaniach na rzecz rozwoju turystyki oraz w realizacji i rozliczaniu projektów, w tym projektów Unijnych.

Koordynator: doświadczenie przy realizacji i rozliczeniu min. 3 projektów społecznych, min. 3 lata doświadczenia w działalności związanej z turystyką

Księgowość: zewnętrzne biuro rachunkowe prowadzące księgowość organizacji od wielu lat, zarówno w zakresie działalności bieżącej, jak i projektowej

Zarząd organizacji: zapewni bieżący monitoring realizacji działań projektowych, Zarząd posiada doświadczenie nadzorowaniu projektów, członkowie Zarządu posiadają wieloletnie doświadczenie zarówno w przygotowaniu i realizacji projektów, jak i w ich rozliczaniu i ewaluacji.

Zasoby rzeczowe

Posiadamy biuro (z dostępem do biurka, internetu, telefonu, drukarki, szafy na akta itp.), posiadamy dostęp do sali konferencyjnej umożliwiającej organizację spotkań roboczych i niewielkich konferencji (z dostępem do toalety, zaplecza socjalnego, rzutnika itp.). Pomieszczenia te są dostępne także dla osób z niepełnosprawnościami, odpowiadają ustawowym wymogom dostępności. Posiadamy też bazę danych z adresami podmiotów zajmujących się turystyką, obejmującą zarówno członków naszej organizacji jak i podmioty spoza tego grona.

Zasoby finansowe

Nasza sytuacja finansowa jest stabilna, mamy zagwarantowane wpływy w postaci składek członkowskich oraz pozyskujemy środki na realizację projektów. Koszty stałe są minimalne (zatrudnienie personelu ma charakter wyłącznie projektowy). Posiadamy rezerwy finansowe pozwalające nam na poniesienie ew. nieprzewidzianych wydatków i gwarantujące prawidłową realizację zadania.

Przewidywana suma środków finansowych spoza dotacji: 1 060,00 zł

- *Wkład własny finansowy w kwocie: 1 060,00 zł, w tym:*
 - *Środki finansowe własne w kwocie: 1 060,00 zł*
 - *Środki finansowe z innych źródeł publicznych: 0,00 zł*
 - *Pozostałe środki finansowe w kwocie: 0,00 zł*
- *Świadczenia pieniężne od odbiorców zadania w kwocie: 0,00 zł*

V. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

V.A Zestawienie kosztów realizacji zadania							
(w sekcji V-A należy skalkulować i zamieścić wszystkie koszty realizacji zadania niezależnie od źródła finansowania wskazanego w sekcji V-B)							
Lp.	Rodzaj kosztu	Rodzaj miary	Koszt jednostkowy [PLN]	Liczba jednostek	Wartość [PLN]		
					Razem	Rok 1	Rok 2
						Rok 3 ⁴⁾	
I.	Koszty realizacji działań						
I.1	Działanie 1 - Przygotowanie projektu				1 060,00	1 060,00	
						-	

I.1.1	Promocja projektu (przygotowanie informacji o projekcie, przekazanie informacji mediom, promocja poszczególnych zadań), rekrutacja uczestników.	godz.	100,00	10,60	1 060,00	1 060,00	-	-
I.2	Działanie 2 - Obsługa mediów społecznościowych				2 000,00	2 000,00	-	-
I.2.1	Obróbka, planowanie i udostępnianie wpisów w mediach społecznościowych, kontakt z przedstawiciela mi branży turystycznej	msc	1 000,00	2	2 000,00	2 000,00	-	-

I.3	Działanie 3 - Kampania promocyjna w mediach społecznościowych					3 000,00	3 000,00	-	-
I.3.1	Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej oraz jej obsługa	szt.	3 000,00	1		3 000,00	3 000,00	-	-
I.4	Działanie 4 - Cykl wyjazdów studyjnych					6 000,00	6 000,00	-	-
I.4.1	Realizacja jednodniowego wyjazdu studyjnego: transport (średnio ok. 200 km), wyżywienie, bilety wstępu, drobne upominki dla strony goszczącej	szt	3 000,00	2		6 000,00	6 000,00	-	-

I.5	Działanie 5 - Stworzenie strony internetowej					6 000,00	6 000,00	-	-
I.5.1	Utworzenie, instalacja i wypełnienie treścią strony internetowej bortucholskie- naturalnie.pl jako wizytówki Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich	szt.	6 000,00	1		6 000,00	6 000,00	-	-
I.6	Działanie 6 - Koordynacja projektu					3 000,00	3 000,00	-	-

I.6.1	Koordynator projektu: nadzór nad realizacją umów, prowadzenie dokumentacji (listy obecności itp.), udział we wszystkich działaniach projektowych, raportowanie do zarządu, opracowanie sprawozdania z realizacji projektu i z poszczególnych zadań	godz.	100,00	30	3 000,00	3 000,00	-	-
Suma kosztów realizacji zadania								
II.	Koszty administracyjne							
Suma kosztów administracyjnych					0,00	0,00	-	-
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania					21 060,00	21 060,00	-	-

V.B Źródła finansowania kosztów realizacji zadania			
Lp.	Źródła finansowania kosztów realizacji zadania	Wartość [PLN]	Udział [%]
1.	Suma wszystkich kosztów realizacji zadania	21 060,00	100,00
2.	Planowana dotacja w ramach niniejszej oferty	20 000,00	94,97
3.	Wkład własny ⁵⁾	1 060,00	5,03
3.	Wkład własny finansowy	1 060,00	5,03
1.			
3.	Wkład własny niefinansowy (osobowy i rzeczowy)	0,00	0,00
2.			
4.	Świadczenia pieniężne od odbiorców zadania	0,00	0,00

V.C Podział kosztów realizacji zadania pomiędzy oferentów ⁶⁾					
Lp.	Źródło finansowania kosztów realizacji zadania	Wartość [PLN]			
		Razem	Rok 1	Rok 2	Rok 3 ⁷⁾
1.	Oferent 1	-	-	-	-
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		-	-	-	-

VI. Inne informacje

1. Deklaracja o zamiarze odpłatnego lub nieodpłatnego wykonania zadania publicznego.
2. Działania, które w ramach realizacji zadania publicznego będą wykonywać poszczególni oferenci oraz sposób ich reprezentacji wobec organu administracji publicznej – w przypadku oferty wspólnej.
3. Inne działania, które mogą mieć znaczenie przy ocenie oferty, w tym odnoszące się do kalkulacji przewidywanych kosztów oraz oświadczeń zawartych w sekcji VII.

Deklaracja o zamiarze odpłatnego lub nieodpłatnego wykonania zadania publicznego.

Nie przewiduje się odpłatności wykonania zadania publicznego.

Działania, które w ramach realizacji zadania publicznego będą wykonywać poszczególni oferenci oraz sposób ich reprezentacji wobec organu administracji publicznej – w przypadku oferty wspólnej.

Nie dotyczy

Sposób reprezentacji

Inne działania, które mogą mieć znaczenie przy ocenie oferty, w tym odnoszące się do kalkulacji przewidywanych kosztów oraz oświadczeń zawartych w sekcji VII.

Wkład własny rzeczowy do projektu

Wkład własny rzeczowy obejmuje udostępnienie: Biura projektu wraz z wyposażeniem (komputer, Internet, drukarka), Zaplecza technicznego (rzutnik, Internet, toalety). Chociaż ten wkład rzeczowy nie został ujęty w budżecie ze względu na trudności w jego udokumentowaniu, jego wartość wynosi nie mniej niż 1500 zł.

Uzasadnienie kosztów przewidzianych w projekcie:

I.1.1 Praca członków Zarządu

Realizacja projektu nie byłaby możliwa bez nieodpłatnej pracy członków Zarządu. Ich zadania obejmują: Spotkania z personelem projektowym, Wsparcie merytoryczne działań projektowych, szczególnie w fazie przygotowawczej.

I.1.2 Promocja i organizacja naboru

Ten punkt obejmuje: Przygotowanie i promocję regulaminów naboru, Ewaluację formularzy naboru i wybór uczestników, Informowanie uczestników oraz mediów (tradycyjnych i społecznościowych). Ze względu na szeroki zakres działań realizacja w założonych godzinach będzie wyzwaniem.

VII. 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(-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* / właściwą ewidencją*;

6) wszystkie informacje podane w ofercie oraz załącznikach są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;

7) 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 dotyczą te dane, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych.

PREZES
LGD „Bory Tucholskie”

.....
Magdalena Kurpińska

Data

SEKRETARZ
LGD „Bory Tucholskie”

.....
Karol Gutsze

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

LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
„BORY TUCHOLSKIE”
Plac Zamkowy 1, 89-500 Tuchola
BIURO: ul. Kolejowa 4, 89-500 Tuchola
tel/fax: +48 52 336 12 13
NIP: 561 1542738

Załączniki:

1. Aktualny odpis z rejestru lub wyciąg z ewidencji (w przypadku braku wpisu do KRS) *(fakultatywny - złożony elektronicznie)*
2. Szczególne upoważnienie osób do reprezentowania oferenta *(fakultatywny)*
3. Dokument potwierdzający upoważnienie do działania w imieniu oferenta w przypadku złożenia oferty wspólnej *(fakultatywny)*
4. Umowa partnerska, oświadczenie lub list intencyjny w przypadku projektów z udziałem partnera *(fakultatywny)*
5. Umowa lub statut 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)*
6. Oświadczenie RODO i o spełnieniu wymagań służących zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, o których mowa w art. 6 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz. U. z 2024 poz. 1411) *(obligatoryjny - złożony elektronicznie)*
7. Statut/regulamin (w przypadku braku określenia działalności statutowej w dokumencie rejestrowym) *(fakultatywny)*
8. Pełnomocnictwa udzielone przez zarząd główny w przypadku składania oferty przez terenowe oddziały organizacji, które nie posiadają osobowości prawnej *(fakultatywny)*

¹⁾ Wypełnić jedynie w przypadku, gdy oferta została złożona w związku z ogłoszonym przez organ otwartym konkursem ofert. Należy wskazać rodzaj zadania, o którym mowa w art. 13 ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, wynikający z ogłoszenia o otwartym konkursie ofert.

²⁾ Dotyczy zakresu działania tej części zadania, która będzie realizowana przez podmiot niebędący

stroną umowy, o którym mowa w art. 16 ust. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

³⁾ Organ w ogłoszeniu o otwartym konkursie ofert może odstąpić od wymogu składania dodatkowych informacji dotyczących rezultatów w realizacji zadania publicznego, jeżeli rodzaj zadania uniemożliwia ich określenie.

⁴⁾ Tabelę należy rozszerzyć w przypadku realizacji oferty w dłuższym okresie.

⁵⁾ Suma pól 3.1. i 3.2.

⁶⁾ Sekcję V.C należy uzupełnić w przypadku oferty wspólnej.

⁷⁾ Tabelę należy rozszerzyć w przypadku realizacji oferty w dłuższym okresie.

ST-11-2.616-2-4.2025

Marek Wiśniewski

Od: Marek Wiśniewski
Wysłano: wtorek, 18 listopada 2025 09:08
Do: 'Magdalena Kurpinowicz'
DW: Michał Bucholz; Karol Gutsze
Temat: RE: Prośba o aneks do umowy LGD Bory Tucholskie

Szanowni Państwo, informuję, że dyrektor zaakceptował Waszą prośbę o zmianę terminu zakończenia zadania na 31.12.2025 r.

Ofertę skierowałem do poprawy w Witkac. Proszę o wprowadzenie stosownych zmian w harmonogramie. Następnie ofertę należy złożyć w systemie oraz w wersji oryginalnej- papierowej. Po jej otrzymaniu sporządzą projekt aneksu.

Marek Wiśniewski

tel. 56 62 18 453
kom. 795 536 701

Biuro ds. Rozwoju Turystyki
Departament Sportu i Turystyki
Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego
ul. Pl. Teatralny 2 (pokój 307, 2. piętro)
87-100 Toruń

www.kujawypomorze.pl



From: Magdalena Kurpinowicz <kurpinowicz@gmail.com>
Sent: Monday, November 17, 2025 7:18 PM
To: Marek Wiśniewski <M.Wisniewski@kujawsko-pomorskie.pl>
Cc: Michał Bucholz <mbucholz46@gmail.com>; Karol Gutsze <kgutsze@gmail.com>
Subject: Prośba o aneks do umowy LGD Bory Tucholskie

W załączeniu przesyłam pismo z prośbą o sporządzenie aneksu do umowy nr **UM_ST.616.1.563.2025** zawartej w ramach realizacji zadania publicznego **"Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca"**.

Pozdrawiam
Magdalena Kurpinowicz
LGD Bory Tucholskie

ST-11-X. 616.2.4. 2025

LGD Bory Tucholskie
plac Zamkowy 1
89-500 Tuchola

W P Ł Y N Ę Ł O	
Departament Sportu i Turystyki	
2025 -11- 18	
Ilość zał.	3441
Podpis	OP (2)

Tuchola, 17.11.2025r.

określony
18.11.2025
HOG

określony
18.11.2025
WU

Sz.P.
Krzysztof Wasita
Dyrektor Departamentu Sportu i Turystyki
Urząd Marszałkowski
Województwa Kujawsko – Pomorskiego w Toruniu

Dotyczy zadania "Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca" (umowa nr UM_ST.616.1.563.2025)

Wnosimy o zmianę terminu zakończenia realizacji projektu poprzez wydłużenie okresu jego realizacji z dotychczasowego terminu 30.11.2025 do 31.12.2025.

Konieczność wprowadzenia zmiany wynika z wystąpienia nieprzewidzianych wcześniej okoliczności wpływających na harmonogram prac. W szczególności dotyczy to:

- przejściowych problemów zdrowotnych części członków zespołu projektowego,
- trudności technicznych po stronie wykonawców realizujących wybrane zadania,
- opóźnień wynikających z dostępności i terminów działań partnerów oraz uczestników projektu.

Okoliczności te nie zagrażają wykonaniu projektu, jednak utrudniają jego realizację w pierwotnie przyjętym terminie przy zachowaniu oczekiwanej jakości rezultatów. Proponowane wydłużenie okresu realizacji do 31.12.2025 zapewni możliwość pełnego i właściwego wykonania zaplanowanych działań oraz osiągnięcia optymalnych efektów w stosunku do ponoszonych nakładów.

W związku z powyższym wnosimy o przygotowanie i podpisanie aneksu zmieniającego termin zakończenia realizacji projektu.



PODPIS ZAUFANY
MAGDALENA
KURPINOWICZ
17.11.2025 18:38:02 GMT+1
Dokument podpisany elektronicznie
podpisem zaufanym



PODPIS ZAUFANY
MICHAŁ BRONISŁAW
BUCHOLZ
17.11.2025 19:01:14 GMT+1
Dokument podpisany elektronicznie
podpisem zaufanym

Marek Wiśniewski

Od: Magdalena Kurpinowicz <kurpinowicz@gmail.com>
Wysłano: poniedziałek, 17 listopada 2025 19:18
Do: Marek Wiśniewski
DW: Michał Bucholz; Karol Gutsze
Temat: Prośba o aneks do umowy LGD Bory Tucholskie
Załączniki: pismo - aneks-1 MK_MB.pdf

W załączeniu przesyłam pismo z prośbą o sporządzenie aneksu do umowy nr **UM_ST.616.1.563.2025** zawartej w ramach realizacji zadania publicznego "Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca".

Pozdrawiam
Magdalena Kurpinowicz
LGD Bory Tucholskie

ST-11-Z. 616.2.4. 2025



Województwo
Kujawsko-Pomorskie



kujawsko
pomorskie
konstytucja
dotyczy miejsc

WPLYNĘŁO
Departament Sportu i Turystyki

26.7.1
2025 - 0926071

Ilość zał.
Podpis publicznego (2)

Umowa o realizację zadania publicznego,
o którym mowa w art. 16 ust. 1 i 6 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2024 r. poz. 1491, 1761, 1940)

Nr UM_ST.616.1.563.2025

o wsparcie realizacji zadania publicznego pod tytułem:

Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca

zawarta w dniu 01. 08. 2025 r. w Toruniu

między:

1. Zleceniodawca zleca Zleceniobiorcy, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2024 r. poz. 1491, 1761, 1940), zwanej dalej „ustawą” oraz uchwałą nr 61/2924/25 Zarządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego z dnia 30.06.2025 r. (w sprawie rozstrzygnięcia otwartego konkursu ofert nr 30/2025 na wykonywanie zadań publicznych związanych z realizacją zadań Samorządu Województwa w 2025 r. pod nazwą: „Rozwój i promocja turystyki w województwie kujawsko-pomorskim – edycja druga”), na realizację zadania publicznego pod tytułem: ***Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca*** określonego szczegółowo w ofercie złożonej przez Zleceniobiorcę w dniu 10.06.2025 r., /z uwzględnieniem aktualizacji oferty*, zwanego dalej „zadaniem publicznym”, a Zleceniobiorca zobowiązuje się wykonać zadanie publiczne w zakresie określonym i na warunkach określonych w niniejszej umowie.
2. Zleceniodawca przyznaje Zleceniobiorcy środki finansowe, o których mowa w § 3, w formie dotacji, której celem jest realizacja zadania publicznego w sposób zgodny z postanowieniami tej umowy.
3. Niniejsza umowa jest umową o wsparcie realizacji zadania publicznego¹⁾ w rozumieniu art. 16 ust. 1 ustawy.
4. Wykonanie umowy nastąpi z dniem zaakceptowania przez Zleceniodawcę sprawozdania końcowego, o którym mowa w § 11 ust. 5.
5. Oferta/aktualizacja oferty*, stanowiąca załącznik do niniejszej umowy, jest integralną częścią umowy w ustalonym końcowym brzmieniu.
6. Osobami do kontaktów...

§ 2

Sposób wykonania zadania publicznego

1. Termin realizacji zadania publicznego ustala się: od dnia 01. 06. 2025 r. do dnia 30. 11. 2025 r.
2. Termin poniesienia wydatków ustala się:
 - 1) dla środków pochodzących z dotacji: od dnia 30. 06. 2025 r. do dnia 14. 12. 2025 r. - wydatki poniesione poza określonym terminem w żadnym wypadku nie będą uwzględniane;
 - 2) dla innych środków finansowych: od dnia 11. 05. 2025 r. do dnia 14. 12. 2025 r. - wydatki poniesione poza określonym terminem w żadnym wypadku nie będą uwzględniane.

3. Zleceniobiorca zobowiązuje się wykonać zadanie publiczne zgodnie z ofertą/aktualizacją oferty*, w terminie określonym w ust. 1;
4. Zleceniobiorca zobowiązuje się do wykorzystania środków, o których mowa w § 3 ust. 1 i 6/8*, zgodnie z celem, na jaki je uzyskał, i na warunkach określonych w niniejszej umowie. Dopuszcza się wydatkowanie uzyskanych przychodów, w tym także odsetek bankowych od środków przekazanych przez Zleceniodawcę, na realizację zadania publicznego wyłącznie na zasadach określonych w umowie. Niewykorzystane przychody Zleceniobiorca zwraca Zleceniodawcy na zasadach określonych w § 12.
5. Wydatkowanie osiągniętych przychodów, w tym także odsetek bankowych od środków przekazanych przez Zleceniodawcę z naruszeniem postanowień ust. 4 uznaje się za dotację pobraną w nadmiernej wysokości.

§ 3

Finansowanie zadania publicznego

1. Zleceniodawca zobowiązuje się do przekazania na realizację zadania publicznego środków finansowych w wysokości 20 000,00 zł (słownie: dwadzieścia tysięcy), na rachunek bankowy Zleceniobiorcy - Lokalna Grupa Działania "Bory Tucholskie" - 40 8174 0004 0000 0651 2000 0001 w następujący sposób:
 - 1) w przypadku zadania publicznego realizowanego w roku budżetowym (istnieje możliwość przekazania dotacji jednorazowo, w pełnej wysokości, albo w transzach):
 - a) w terminie 30 dni od dnia zawarcia niniejszej umowy, jednak nie wcześniej niż 21 dni przed rozpoczęciem zadania w pełnej wysokości*; albo
 - b) I transza w terminie 30 dni od dnia zawarcia niniejszej umowy w wysokości (słownie)
II transza w terminie w wysokości (słownie)
 - 2) w przypadku zadania publicznego realizowanego w okresie od 2 do 5 lat budżetowych (należy wskazać wysokość dotacji przekazywanej w poszczególnych latach realizacji zadania. Istnieje możliwość wypłaty dotacji na dany rok w transzach)*:
 - a) dotacja w r. w terminie do 30 dni od dnia zawarcia niniejszej umowy w wysokości (słownie) ..*
 - b) dotacja w r. w terminie w wysokości (słownie) ..*
 - 3) w formie refundacji, w terminie 14 dni roboczych od daty zatwierdzenia przez Zleceniodawcę sprawozdania końcowego z realizacji zadania.
2. W przypadku oferty wspólnej, ust. 1 stosuje się odpowiednio dla każdego ze Zleceniobiorców.
3. Wysokość dotacji przekazanej w kolejnym roku budżetowym jest uzależniona od wysokości środków publicznych zaplanowanych w budżecie dysponenta części budżetowej na realizację zadań publicznych przez organizacje pozarządowe lub podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 ustawy³⁾.
4. Za dzień przekazania dotacji uznaje się dzień obciążenia rachunku Zleceniodawcy.
5. Zleceniobiorca oświadcza, że jest jedynym posiadaczem wskazanego w ust. 1 rachunku bankowego i zobowiązuje się do utrzymania rachunku wskazanego w ust. 1 nie krócej niż do dnia zaakceptowania przez Zleceniodawcę sprawozdania końcowego, o którym mowa w § 11. W przypadku braku możliwości utrzymania rachunku, o którym mowa w ust. 1, Zleceniobiorca zobowiązuje się do niezwłocznego poinformowania Zleceniodawcy o nowym rachunku bankowym i jego numerze.
6. Zleceniobiorca zobowiązuje się do przekazania na realizację zadania publicznego⁴⁾ (w przypadku zadania publicznego realizowanego w okresie od 2 do 5 lat budżetowych należy wskazać wysokość środków oraz wartość wkładu w poszczególnych latach):
 - 1) innych środków finansowych w wysokości⁵⁾ 1 060,00 zł (słownie: jeden tysiąc sześćdziesiąt), w tym:
 - a) środków finansowych własnych w wysokości: 1 060,00 zł (słownie: jeden tysiąc sześćdziesiąt)*,
 - b) środków ze świadczeń pieniężnych od odbiorców zadania publicznego w wysokości: 0 zł (słownie)*,
 - c) środków finansowych z innych źródeł publicznych w wysokości: 00 zł (słownie)*,
 - d) pozostałych środków w wysokości: 0 zł (słownie)*;
 - 2) wkładu osobowego o wartości 0 zł (słownie)*;
 - 3) wkładu rzeczowego o wartości 0 zł (słownie)*.
7. Dokumenty dotyczące dotacji oraz wkładu własnego, muszą być wystawione na Zleceniobiorcę oraz opatrzone opisem zgodnie z § 11 ust. 7-8 umowy.
8. Zleceniobiorca zobowiązuje się do przekazania na realizację zadania publicznego środków finansowych własnych, środków pochodzących z innych źródeł, wkładu osobowego lub rzeczowego⁶⁾ (w przypadku zadania publicznego realizowanego w okresie przekraczającym rok budżetowy należy wskazać wysokość środków oraz wartość wkładu w poszczególnych latach): 0,00 zł (słownie: złotych 00/100)*.
9. Całkowity koszt zadania publicznego stanowi sumę kwot dotacji i środków, o których mowa w ust. 6/8*, i wynosi łącznie 21 060,00 zł (słownie: dwadzieścia jeden tysięcy sześćdziesiąt).
Z tego (w przypadku zadania publicznego realizowanego w okresie od 2 do 5 lat budżetowych należy wskazać koszt całkowity zadania publicznego w poszczególnych latach):
 - 1) w r. (słownie) ..*
 - 2) w r. (słownie) ..*
10. Wysokość środków ze źródeł, o których mowa w ust. 6 pkt 1, oraz wartość wkładu osobowego oraz wkładu rzeczowego, o których mowa w ust. 6 pkt 2 i 3, może się zmieniać, o ile nie zmniejszy się wartość tych środków w stosunku do wydatkowanej kwoty dotacji⁷⁾, z uwzględnieniem § 5 ust. 3, oraz przy zachowaniu minimalnego wkładu finansowego Zleceniobiorcy we wskazanej regulaminem konkursu wartości procentowej tj.% całkowitych kosztów zadania publicznego*.
11. Naruszenie postanowień, o których mowa w ust. 5-10, uważa się za pobranie dotacji w nadmiernej wysokości.

12. Wysokość świadczenia pieniężnego pobranego od pojedynczego odbiorcy zadania publicznego nie może się zwiększyć o więcej niż 0 % w stosunku do wysokości świadczenia pieniężnego planowanej w ofercie⁹⁾.
13. Przekazanie kolejnej dotacji nastąpi, z zastrzeżeniem ust. 3, po złożeniu*/zaakceptowaniu* sprawozdania częściowego, o którym mowa w § 11 ust. 4⁹⁾.
14. Przekazanie kolejnej transzy dotacji nastąpi po złożeniu*/zaakceptowaniu* sprawozdania częściowego, o którym mowa w § 11 ust. 3¹⁰⁾.
15. Zleceniodawca uzależnia przekazanie kolejnych transz dotacji od wydatkowania i rozliczenia co najmniej 60% przekazanych środków¹¹⁾ z zastrzeżeniem, iż w sytuacji realnego zagrożenia rozliczenia całości zadania, istnieje możliwość wstrzymania przekazania kolejnej/kolejnych transzy/transz dotacji, pomimo wydatkowania i rozliczenia 60 % przekazanych środków.

§ 4

Wykonanie części zadania przez podmiot niebędący stroną umowy (zgodnie z art. 16 ust. 4 ustawy)*

1. Zleceniodawca wyraża zgodę na realizację przez Zleceniobiorcę następujących działań we współpracy z podmiotem trzecim (określenie części zadania publicznego wraz ze wskazaniem nazwy działania zgodnie z ofertą/kierunką lub pozycji kalkulacji przewidywanych kosztów¹²⁾).
2. Za działania bądź zaniechania podmiotu, o którym mowa w ust. 1, Zleceniobiorca odpowiada jak za własne.

§ 5

Procentowy udział dotacji w kosztach zadania publicznego

1. Procentowy udział dotacji w całkowitym koszcie zadania publicznego wynosi nie więcej niż 94,97%.
2. Zleceniobiorca jest zobowiązany zachować procentowy udział dotacji, o którym mowa w ust. 1, w całkowitym koszcie zadania publicznego, o którym mowa w § 3 ust. 9 z uwzględnieniem § 5 ust.3.
3. Obowiązek zachowania procentowego udziału dotacji, o którym mowa w ust. 2, uważa się za zachowany, jeżeli procentowy udział dotacji, o którym mowa w ust. 1, w całkowitym koszcie zadania publicznego nie zwiększy się o więcej niż 5 punktów procentowych przy zachowaniu minimalnego wkładu finansowego, o którym mowa w § 3 ust. 10.
4. Przekroczenie limitu, o którym mowa w ust. 3, uważa się za pobranie dotacji w nadmiernej wysokości.
5. Koszty administracyjne nie mogą przekroczyć 40 % wysokości dotacji, tym:
 - a) w przypadku udzielonej dotacji do 50 tys. zł, koszty administracyjne ustala się w podziale: do 20% koszty obsługowo-administracyjne oraz do 20% koszty sprzętu i wyposażenia*;
 - b) w przypadku udzielonej dotacji powyżej 50 tys. zł, koszty administracyjne ustala się w podziale: do 10% koszty obsługowo-administracyjne oraz do 30% koszty sprzętu i wyposażenia*;
 z zastrzeżeniem, że wartość jednostkowa składnika majątkowego nie przekracza 10 000,00 zł, tj. wartości uprawniającej do jednorazowego odpisu amortyzacyjnego (umorzenia w całości w momencie oddania go do użytkowania).

§ 6

Dokonywanie przesunięć w zakresie ponoszonych wydatków

1. Dopuszcza się dokonywanie przesunięć pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów określonymi w kalkulacji przewidywanych kosztów, bez limitu, przy czym koszty administracyjne nie mogą przekroczyć 40% wysokości dotacji, z uwzględnieniem § 5 ust. 5. O przesunięciach, wraz z uzasadnieniem należy poinformować w sprawozdaniu częściowym/końcowym z realizacji zadania.
2. Naruszenie postanowienia, o którym mowa w ust. 1, uważa się za pobranie części dotacji w nadmiernej wysokości.

§ 7

Dokumentacja związana z realizacją zadania publicznego

1. Zleceniobiorca jest zobowiązany do prowadzenia wyodrębnionej dokumentacji finansowo-księgowej i ewidencji księgowej zadania publicznego, zgodnie z zasadami wynikającymi z ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2023 r. poz. 120, z późn. zm.), w sposób umożliwiający identyfikację poszczególnych operacji księgowych.
2. Zleceniobiorca zobowiązuje się do przechowywania dokumentacji, w tym dokumentacji finansowo-księgowej, związanej z realizacją zadania publicznego przez 5 lat, licząc od początku roku następującego po roku, w którym Zleceniobiorca realizował zadanie publiczne.
3. Zleceniobiorca zobowiązuje się do opisywania dokumentacji finansowo-księgowej związanej z realizacją zadania, dotyczącej zarówno dotacji, jak i innych środków finansowych, zgodnie z wymogami określonymi w art. 21 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2023 r. poz. 120, z późn. zm.).
4. Niedochowanie zobowiązania, o którym mowa w ust. 1–3, uznaje się, w zależności od zakresu jego naruszenia, za niezrealizowanie części albo całości zadania publicznego, chyba że z innych dowodów wynika, że część albo całość zadania została zrealizowana prawidłowo.

§ 8

Obowiązki i uprawnienia informacyjne

1. Zleceniobiorca zobowiązuje się do odpowiedniego oznakowania oraz informowania o tym, że zadanie jest współfinansowane z budżetu Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Informacja na ten temat powinna się znaleźć we wszystkich materiałach, publikacjach, informacjach dla mediów, ogłoszeniach oraz wystąpieniach publicznych dotyczących realizowanego zadania publicznego. Zleceniobiorca stosuje oznaczenia promocyjne samorządu województwa oraz kujawsko-pomorskich konstelacji dobrych miejsc.
2. W przypadku współfinansowania/finansowania* zadania ze środków zewnętrznych będących w dyspozycji Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego (np. PFRON), Zleceniobiorca jest także zobowiązany do zamieszczenia informacji na ten temat (wraz z odpowiednim logotypem) we wszystkich materiałach, publikacjach, informacjach dla mediów, ogłoszeniach oraz wystąpieniach publicznych dotyczących realizowanego zadania publicznego.
3. Zleceniobiorca zobowiązuje się do umieszczania oznaczeń promocyjnych Województwa Kujawsko-Pomorskiego i informacji, że zadanie publiczne jest współfinansowane z budżetu Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz logotypu kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc również na zakupionych przedmiotach, o ile ich wielkość i przeznaczenie to umożliwiają, proporcjonalnie do wielkości innych oznaczeń, w sposób zapewniający jego dobrą widoczność – zgodnie z wytycznymi dostępnymi pod adresem <https://kujawsko-pomorskie.pl/promocja-wojewodztwa/materialy-do-pobrania/32038-informacja-o-dofinansowaniu>) oraz w poradniku promocyjnym zamieszczonym w Generatorze ofert.
4. Zleceniobiorca zobowiązuje się do zapoznania się z wytycznymi w zakresie graficznych form promocji województwa, a w przypadku dotacji udzielonej w kwocie 50 tysięcy złotych i wyższej, pomiędzy Zleceniodawcą a Zleceniobiorcą zostanie podpisane porozumienie, określające szczegółowy zakres obowiązków informacyjnych Zleceniobiorcy.
5. Zleceniobiorca pobiera pliki graficzne dotyczące obowiązku, o których mowa w ust. 1 z następujących stron:
 - 1) <https://kujawsko-pomorskie.pl/promocja/informacja-o-dofinansowaniu-do-stosowania-w-2025r-information-on-co-financing-to-be-used-in-2025/>
 - 2) <http://k-pot.pl/logotyp-i-brand-book/>
6. Zleceniobiorca upoważnia Zleceniodawcę do rozpowszechniania w dowolnej formie, w prasie, radiu, telewizji, internecie oraz innych publikacjach, nazwy oraz adresu Zleceniobiorcy, przedmiotu i celu, na który przyznano środki, informacji o wysokości przyznanych środków oraz informacji o złożeniu lub niezłożeniu sprawozdania z wykonania zadania publicznego.
7. Zleceniobiorca jest zobowiązany informować na bieżąco, jednak nie później niż w terminie 14 dni od daty zaistnienia zmian, w szczególności o:
 - 1) zmianie adresu siedziby oraz adresów i numerów telefonów osób upoważnionych do reprezentacji;
 - 2) ogłoszeniu likwidacji lub wszczęciu postępowania upadłościowego.
8. W przypadku finansowania zadania z różnych źródeł informacja o podmiotach współfinansujących zadanie winna być adekwatna do proporcji udziału finansowego Zleceniodawcy w ogólnym koszcie zadania.
9. W przypadku niewywiązania się z obowiązków, o których mowa w ust. 1, 2, 3, 4 i 8, Zleceniobiorca zobowiązany jest do zapłacenia kary umownej w wysokości: zł (słownie: zero zł). W przypadku, gdy kara umowna została naliczona od dotacji ze środków PFRON będących w dyspozycji samorządu województwa to naliczona kwota zostaje zwrócona do Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.
10. W przypadku dotacji z budżetu państwa lub państwowych funduszy celowych przekraczających 50 000 złotych, Zleceniobiorca zobowiązany jest do wypełniania obowiązków informacyjnych wynikających z Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 7 maja 2021 r. w sprawie określenia działań informacyjnych podejmowanych przez podmioty realizujące zadania finansowane lub dofinansowane z budżetu państwa lub państwowych funduszy celowych (Dz. U. z 2021 r. poz. 953).

§ 9

Kontrola zadania publicznego

1. Zleceniodawca sprawuje kontrolę prawidłowości wykonywania zadania publicznego przez Zleceniobiorcę, w tym wydatkowania przekazanej dotacji oraz środków, o których mowa w § 3 ust. 6/8*. Kontrola może być przeprowadzona w toku realizacji zadania publicznego oraz po jego zakończeniu do czasu ustania zobowiązania, o którym mowa w § 7 ust. 2.
2. W ramach kontroli, o której mowa w ust. 1, osoby upoważnione przez Zleceniodawcę mogą badać dokumenty i inne nośniki informacji, które mają lub mogą mieć znaczenie dla oceny prawidłowości wykonywania zadania, oraz żądać udzielenia ustnie lub na piśmie informacji dotyczących wykonania zadania publicznego. Zleceniobiorca na żądanie kontrolującego zobowiązuje się dostarczyć lub udostępnić dokumenty i inne nośniki informacji oraz udzielić wyjaśnień i informacji w terminie określonym przez kontrolującego.
3. Prawo kontroli przysługuje osobom upoważnionym przez Zleceniodawcę zarówno w miejscu realizacji zadania publicznego lub w siedzibie Zleceniobiorcy. Dopuszcza się również możliwość przeprowadzenia kontroli w innym wcześniej ustalonym miejscu.
4. Kontrola lub poszczególne jej czynności mogą być przeprowadzane również w siedzibie Zleceniodawcy.
5. O wynikach kontroli, o której mowa w ust. 1, Zleceniodawca poinformuje Zleceniobiorcę, a w przypadku stwierdzenia nieprawidłowości przekaże mu wnioski i zalecenia mające na celu ich usunięcie.
6. Zleceniobiorca jest zobowiązany w terminie nie dłuższym niż 14 dni od dnia otrzymania wniosków i zaleceń, o których mowa w ust. 5, do ich wykonania i powiadomienia o sposobie ich wykonania Zleceniodawcy.

§ 10

Obowiązki wynikające z przepisów ustawy o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami

1. Zleceniobiorca, w ramach realizacji umowy jest zobowiązany do zapewnienia dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, zgodnie z tematyką zadania publicznego i w sposób adekwatny do zakresu zadania, w zakresie określonym w art. 6, ust. 1, 2 i 3 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz. U. z 2024 r. poz. 1411).
2. Szczegółowe wytyczne dotyczące kwestii realizacji obowiązków zapewnienia dostępności zawarto w dokumencie pn. Minimalne warunki służące zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami w związku z realizacją zadań publicznych w trybie konkursowym oraz uproszczonym, dofinansowanych z budżetu Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, wynikające z art. 6 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz. U. z 2024 r. poz. 1411) będącym załącznikiem do Procedur zlecenia, realizacji i rozliczania zadań publicznych dofinansowanych z budżetu Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych w trybie ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2024 r., poz. 1491 z późn. zm.).

§ 11

Obowiązki sprawozdawcze Zleceniobiorcy

1. Zleceniodawca może wezwać do złożenia sprawozdania częściowego z wykonywania zadania publicznego według wzoru stanowiącego załącznik nr 5 do rozporządzenia Przewodniczącego Komitetu do Spraw Pożytku Publicznego z dnia 24 października 2018 r. w sprawie wzorów ofert i ramowych wzorów umów dotyczących realizacji zadań publicznych oraz wzorów sprawozdań z wykonania tych zadań (Dz. U. poz. 2057).^{*} Sprawozdanie powinno zostać przesłane w formie elektronicznej za pomocą generatora ofert i w wersji papierowej (wydruk z generatora ofert) w terminie 30 dni od dnia doręczenia wezwania.
2. Akceptacja sprawozdania i rozliczenie dotacji polega na weryfikacji przez Zleceniodawcę założeń w ofercie rezultatów i działań Zleceniobiorcy.
3. ~~W przypadku umów wieloletnich rozliczeniu częściowemu podlegają środki przekazane w danym roku kalendarzowym. Sprawozdania częściowe z wykonania zadania publicznego sporządzone według wzoru, o którym mowa w ust. 1, będą składane w następujących terminach¹⁶⁾:~~
 - 1) sprawozdanie częściowe za okres od do do dnia
 - 2) sprawozdanie częściowe za okres od do do dnia
4. Zleceniobiorca składa sprawozdanie częściowe z wykonania zadania publicznego sporządzone według wzoru i na zasadach, o którym mowa w ust. 1, w terminie 30 dni od dnia zakończenia roku budżetowego¹⁷⁾.
5. **Sprawozdanie końcowe** z wykonania zadania publicznego powinno zostać sporządzone przez Zleceniobiorcę według wzoru, o którym mowa w ust. 1, za pomocą generatora ofert oraz **złożone w formie elektronicznej za pomocą generatora ofert, a następnie w wersji papierowej** (wydruk z generatora ofert) z podpisami osób upoważnionych w terminie 30 dni od dnia zakończenia realizacji zadania publicznego, o którym mowa w § 2 ust. 1 **do dnia 30. 12. 2025 r.**
6. **Sprawozdanie częściowe i końcowe należy uzupełnić o wykaz wszystkich dokumentów potwierdzających poniesione koszty ze wskazaniem źródeł ich finansowania wg wzoru stanowiącego załącznik nr 4 oraz oświadczenie o wypełnieniu obowiązków informacyjnych wg wzoru stanowiącego załącznik nr 5 do uchwały w sprawie procedur zlecenia, realizacji, rozliczenia i kontroli zadań publicznych dofinansowanych z budżetu Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.** Do sprawozdania Zleceniobiorca nie załącza kopii dokumentów finansowych i merytorycznych, związanych z realizacją zadania publicznego, jednakże jest on zobowiązany posiadać ww. dokumentację i udostępnić ją na żądanie Zleceniodawcy.
7. Wymaga się, aby dokumentacja dotycząca rozliczenia zadania publicznego będąca w posiadaniu Zleceniobiorcy zawierała:
 - 1) **dokumenty finansowe wystawione na Zleceniobiorcę** (rachunki, faktury, noty księgowe itp.), dotyczące wydatków finansowanych z dotacji Województwa lub ze środków PFRON, opatrzone przez Zleceniobiorcę:
 - a) opisem merytorycznym, uzasadniającym poniesienie wydatku na realizację przez Zleceniobiorcę zadania ze wskazaniem numeru umowy,
 - b) klauzulą do wyboru (w zależności z jakich źródeł pochodziła dotacja): „Płatne ze środków Województwa Kujawsko-Pomorskiego w wysokości” (kwota) lub „Płatne ze środków PFRON będących w dyspozycji Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego w wysokości” (kwota) oraz, w przypadku dzielenia wydatku na kilka źródeł finansowania, wskazanie pozostałych źródeł finansowania wraz z kwotami,
 - c) stwierdzeniem, że dokument sprawdzono pod względem merytorycznym i formalno-rachunkowym;
 - 2) przelewy lub inne dowody przekazania środków odnoszące się do wydatków realizowanych w formie bezgotówkowej;
 - 3) **listy uczestników, wydruki ze stron internetowych/mediów społecznościowych, itp.;**
 - 4) ~~dokumenty potwierdzające odbiór nagród;~~
 - 5) materiały dokumentujące konieczne w trakcie realizacji zadania czynności prawne: kopie umów, kopie dowodów przeprowadzenia odpowiedniego postępowania w ramach zamówień publicznych;
 - 6) opinie, recenzje, artykuły prasowe, płyty CD/DVD, publikacje, raporty związane z realizowanym zadaniem;

- 7) dokumenty potwierdzające podawanie do publicznej wiadomości informacji o dofinansowaniu zadania przez Województwo lub oświadczenie o zrealizowaniu tych czynności;
- 8) oświadczenie, że organizacja dokonała sprawdzenia osób dopuszczonych do działalności związanej z wychowaniem, edukacją, wypoczynkiem, leczeniem małoletnich lub opieką nad nimi, w Rejestrze Sprawców Przepływów na Tle Seksualnym (RSTPS);
- 9) inne dokumenty mogące mieć znaczenie dla oceny prawidłowości wykonania zadania.
8. Wszystkie dokumenty merytoryczne, dotyczące sprawozdania z realizacji zadania publicznego winny być opatrzone opisem merytorycznym zawierającym: nazwę zadania, nr umowy i podpis osoby uprawnionej do składania oświadczeń woli w imieniu Zleceniobiorcy/koordynatora zadania.
9. ~~Dopuszcza się dokonywanie przesunięć pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów określonymi w kalkulacji przewidywanych kosztów, bez limitu, przy czym koszty administracyjne nie mogą przekroczyć 40% wysokości udzielonej dotacji, z uwzględnieniem § 5 ust. 5. O przesunięciach, wraz z uzasadnieniem, należy poinformować w sprawozdaniu końcowym z realizacji zadania.~~
10. Obowiązek, o którym mowa w § 5 ust. 2, uważa się za zachowany, jeżeli procentowy udział dotacji, o którym mowa w § 5 ust. 1, w całkowitym koszcie zadania publicznego dotacji nie zwiększy się o więcej niż 5 punktów procentowych przy zachowaniu minimalnego wkładu finansowego o którym mowa w § 3 ust. 10*.
11. Przekroczenie limitów, o których mowa w ust. 9 i 10, uważa się za pobranie dotacji w nadmiernej wysokości.
12. Dopuszcza się wydatkowanie środków finansowych jedynie w terminach, o którym mowa w § 2 ust. 2.
13. Wydatki z dotacji poniesione pomiędzy datą rozpoczęcia realizacji zadania przez Zleceniobiorcę, a dniem podpisania umowy będą refundowane przez Zleceniodawcę, pod warunkiem poniesienia ich od dnia podjęcia przez Zarząd Województwa Kujawsko-Pomorskiego uchwały rozstrzygającej dany konkurs/uchwały przyznającej dotację w trybie pozakonkursowym (uproszczonym).
14. Zleceniodawca ma prawo żądać, aby Zleceniobiorca, w wyznaczonym terminie, przedstawił dodatkowe informacje i wyjaśnienia do sprawozdania, o którym mowa w ust. 1-5.
15. W przypadku niezłożenia sprawozdań, o których mowa w ust. 1-5 w terminie, Zleceniodawca wzywa pisemnie Zleceniobiorcę do ich złożenia w terminie 7 dni od dnia otrzymania wezwania.
16. Niezastosowanie się do wezwania, o którym mowa w ust. 15, skutkuje uznaniem dotacji za wykorzystaną niezgodnie z przeznaczeniem na zasadach, o których mowa w ustawie z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2024 r., poz. 1530 z późn. zm.).
17. Niezastosowanie się do wezwania, o którym mowa w ust. 1, 14 lub 15, może być podstawą do natychmiastowego rozwiązania umowy przez Zleceniodawcę.
18. Złożenie sprawozdania końcowego przez Zleceniobiorcę jest równoznaczne z udzieleniem Zleceniodawcy prawa do rozpowszechniania informacji w nim zawartych w sprawozdaniach, materiałach informacyjnych i promocyjnych oraz innych dokumentach urzędowych.
19. W przypadku realizacji zadań wieloletnich w sytuacji, gdy Zleceniobiorca zrealizował zadanie za dany rok budżetowy i złożył sprawozdanie częściowe, które zostało zaakceptowane przez Zleceniodawcę, zadanie uznaje się za częściowo zrealizowane, a dotację w tej części za rozliczoną, co nie powoduje konieczności zwrotu dotacji rozliczonej za lata poprzednie.

§ 12

Zwrot środków finansowych

1. Przyznane środki finansowe z dotacji, określone w § 3 ust. 1, oraz uzyskane w związku z realizacją zadania przychody, w tym odsetki bankowe od przekazanej dotacji Zleceniobiorca jest zobowiązany wykorzystać w terminie:
 - 1) do 21 dni przed rozpoczęciem realizacji zadania – jednak nie wcześniej, niż od dnia podjęcia uchwały przez Zarządu Województwa tj. od dnia 30.06.2025 r.;
 - 2) do 14 dni od dnia zakończenia realizacji zadania publicznego¹⁸⁾ tj. do dnia 14.12.2025 r.
 - 3) ~~do 21 dni od dnia zakończenia realizacji zadania publicznego¹⁹⁾ tj. do dnia~~

~~Nie później jednak niż do dnia 31 grudnia każdego roku, w którym realizowane jest zadanie publiczne.*~~
2. Niewykorzystaną kwotę dotacji przyznaną na dany rok Zleceniobiorca jest zobowiązany zwrócić:
 - 1) w terminie 15 dni od dnia zakończenia realizacji zadania publicznego, o którym mowa w § 2 ust. 1²⁰⁾* tj. do dnia 15.12.2025 r.
 - 2) ~~w terminie 30 dni od dnia zakończenia realizacji zadania publicznego, o którym mowa w § 2 ust. 1²¹⁾* tj. do dnia;~~
 - 3) ~~odpowiednio do dnia 31 stycznia następnego roku kalendarzowego lub w przypadku gdy termin wykorzystania dotacji jest krótszy niż rok budżetowy, w terminie 15 dni od dnia zakończenia realizacji zadania publicznego, o którym mowa w § 2 ust. 1²²⁾* tj. do dnia 27.06.2025 r.~~
3. ~~W przypadku umów wieloletnich środki niewykorzystane w danym roku kalendarzowym należy zwrócić w terminie do 31 grudnia roku, w którym przekazano środki z danej transzy dotacji*. Niewykorzystane środki z transzy/transz* przeznaczonej/przeznaczonych* na dany rok kalendarzowy przepadają z upływem danego roku, pomniejszając ogólną wartość przyznanej dotacji.~~
4. Niewykorzystana kwota dotacji podlega zwrotowi na rachunek bankowy Zleceniodawcy:
 - a) w przypadku dotacji ze środków Województwa Kujawsko-Pomorskiego na rachunek o numerze: 12 1020 5011 0000 9802 0119 5700,
 - b) w przypadku dotacji ze środków PFRON na rachunek o numerze: 67 1020 5011 0000 9902 0119 5825.
5. Odsetki od niewykorzystanej kwoty dotacji zwróconej po terminie, o którym mowa w ust. 2, podlegają zwrotowi w wysokości określonej jak dla zaległości podatkowych na rachunek bankowy Zleceniodawcy:

- a) w przypadku dotacji ze środków Województwa Kujawsko-Pomorskiego na rachunek o numerze: 12 1020 5011 0000 9702 0201 8794,
 - b) w przypadku dotacji ze środków PFRON na rachunek o numerze: 67-1020-5011-0000-9902-0119-5825,
- Odsetki nalicza się, począwszy od dnia następującego po dniu, w którym upłynął termin zwrotu niewykorzystanej kwoty dotacji.
6. Niewykorzystane przychody i odsetki bankowe od przyznanej dotacji podlegają zwrotowi na zasadach określonych w ust. 2-5 na rachunek bankowy Zleceniodawcy:
 - a) w przypadku dotacji ze środków Województwa Kujawsko-Pomorskiego na rachunek o numerze: 12 1020 5011 0000 9702 0201 8794,
 - b) w przypadku dotacji ze środków PFRON, na rachunek o numerze: 67-1020-5011-0000-9902-0119-5825.
 7. Kwota dotacji:
 - 1) wykorzystana niezgodnie z przeznaczeniem,
 - 2) pobrana nienależnie lub w nadmiernej wysokości

– podlega zwrotowi wraz z odsetkami w wysokości określonej jak dla zaległości podatkowych, na zasadach określonych w przepisach o finansach publicznych i przekazywana będzie na rachunek bankowy Zleceniodawcy:

 - a) w przypadku dotacji ze środków Województwa Kujawsko-Pomorskiego na rachunek o numerze: 12 1020 5011 0000 9702 0201 8794,
 - b) w przypadku dotacji ze środków PFRON na rachunek o numerze: 67-1020-5011-0000-9902-0119-5825.

§ 13

Rozwiązanie umowy za porozumieniem Stron

1. Umowa może być rozwiązana na mocy porozumienia Stron w przypadku wystąpienia okoliczności, za które Strony nie ponoszą odpowiedzialności, w tym w przypadku siły wyższej w rozumieniu ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 2024 r. poz. 1061, z późn. zm.), które uniemożliwiają wykonanie umowy.
2. W przypadku rozwiązania umowy w trybie określonym w ust. 1 skutki finansowe i obowiązek zwrotu środków finansowych Strony określą w protokole.

§ 14

Odstąpienie od umowy przez Zleceniobiorcę

1. W przypadku uprawdopodobnienia wystąpienia okoliczności uniemożliwiających wykonanie niniejszej umowy Zleceniobiorca może odstąpić od umowy, składając stosowne oświadczenie na piśmie nie później niż do dnia przekazania dotacji/i transzy dotacji*, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. Zleceniobiorca może odstąpić od umowy, nie później jednak niż do dnia przekazania dotacji/i transzy dotacji*, jeżeli Zleceniodawca nie przekaze dotacji w terminie określonym w umowie.
3. W uzasadnionych przypadkach Zleceniobiorca może odstąpić od umowy również po przekazaniu dotacji/i transzy dotacji*, składając w tym zakresie stosowne oświadczenie na piśmie. Kwotę przekazanej dotacji należy zwrócić na rachunek bankowy, o którym mowa w § 12 ust. 4 lit. a / b wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od dnia przekazania dotacji na rachunek Zleceniobiorcy. Odsetki od przekazanej dotacji należy zwrócić na rachunek bankowy wskazany w § 12 ust. 5 lit a / b.
4. W przypadku wystąpienia okoliczności, za które Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności, w tym ogłoszonego stanu zagrożenia epidemicznego albo stanu epidemii, Zleceniobiorca może odstąpić od umowy również po przekazaniu dotacji/i transzy dotacji*, składając w tym zakresie stosowne oświadczenie na piśmie. Kwotę przekazanej dotacji należy zwrócić na rachunek bankowy, o którym mowa w § 12 ust. 4 lit. a / b.
5. W przypadku zaistnienia okoliczności, o których mowa w ust 3 i 4, § 13 ust. 2 stosuje się odpowiednio.

§ 15

Rozwiązanie umowy przez Zleceniodawcę

1. Umowa może być rozwiązana przez Zleceniodawcę w drodze uchwały Zarządu ze skutkiem natychmiastowym w przypadku:
 - 1) wykorzystywania udzielonej dotacji niezgodnie z przeznaczeniem lub pobrania w nadmiernej wysokości lub nienależnie, tj. bez podstawy prawnej;
 - 2) nieterminowego oraz nienależytego wykonywania umowy, w szczególności zmniejszenia zakresu rzeczowego realizowanego zadania publicznego;
 - 3) przekazania przez Zleceniobiorcę części lub całości dotacji osobie trzeciej w sposób niezgodny z niniejszą umową;
 - 4) nieprzedłożenia przez Zleceniobiorcę sprawozdania z wykonania zadania publicznego w terminie określonym i na zasadach określonych w niniejszej umowie;
 - 5) odmowy poddania się przez Zleceniobiorcę kontroli albo niedoprowadzenia przez Zleceniobiorcę w terminie określonym przez Zleceniodawcę do usunięcia stwierdzonych nieprawidłowości;
 - 6) stwierdzenia, że oferta na realizację zadania publicznego była nieważna lub została złożona przez osoby do tego nieuprawnione.
2. Zleceniodawca, rozwiązując umowę, określi kwotę dotacji podlegającą zwrotowi w wyniku stwierdzenia okoliczności, o których mowa w ust. 1, wraz z odsetkami w wysokości określonej jak dla zaległości podatkowych, naliczanymi od dnia przekazania dotacji, termin jej zwrotu oraz nazwę i numer rachunku bankowego, na który należy dokonać wpłaty.

3. Zleceniodawca zastrzega sobie prawo do rozwiązania umowy w przypadku braku w budżecie Województwa Kujawsko-Pomorskiego środków finansowych na realizację zadania w danym roku kalendarzowym.
4. W sytuacji wystąpienia okoliczności, o których mowa w ust. 1 pkt 1-6 Zleceniodawca ma prawo żądać szczegółowych wyjaśnień, co do zaistniałych okoliczności, a w przypadku stwierdzenia rażących naruszeń postanowień umowy, żądać zwrotu dotacji w pełnej wysokości wraz z odsetkami, wskazanymi w ust. 2.
5. W przypadku zaistnienia okoliczności, których mowa w ust. 4, § 13 ust. 2 stosuje się odpowiednio.

§ 16

Nieuzyskanie dotacji z innego źródła publicznego*

1. Jeżeli nie zostaną przyznane finansowe środki z innych źródeł publicznych, o których mowa w § 3 ust. 6 pkt 1 lit. c, Zleceniobiorca ma obowiązek przekazać Zleceniodawcy informację o tym niezwłocznie, jednakże nie później niż w ciągu 7 dni od stosownego rozstrzygnięcia właściwego organu.
2. Jeżeli z informacji, o której mowa w ust. 1, wynika, że zrealizowanie zadania publicznego przez Zleceniobiorcę na warunkach niniejszej umowy nie jest możliwe, każda ze Stron może odstąpić od umowy.
3. Jeżeli z informacji, o której mowa w ust. 1, wynika, że zadanie publiczne może być zrealizowane w ograniczonym zakresie, Strony mogą dokonać stosownej zmiany treści umowy.
4. W razie nieprzekazania informacji w terminie, o którym mowa w ust. 1, Zleceniobiorca nie może odstąpić od umowy w trybie, o którym mowa w ust. 2, i ma obowiązek zagwarantować na realizację zadania środki w wysokości środków wnioskowanych, które nie zostały Zleceniobiorcy przyznane.

§ 17

Zabezpieczenie*

1. Zleceniobiorca po zawarciu umowy, jednak nie później niż przed przekazaniem środków wnosi poprawnie ustanowione zabezpieczenie prawidłowej realizacji umowy.
2. Zleceniobiorca składa zabezpieczenie w formie: a) weksla in blanco opatrzonego klauzulą „bez protestu” wraz z „deklaracją wekslową”*, b) notarialnego oświadczenia o dobrowolnym poddaniu się egzekucji w trybie art. 777 §1 pkt 5 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego zawierającego zobowiązanie do zwrotu otrzymanej sumy pieniężnej do wysokości zł (słownie złotych : ...). Zwrot nastąpi wraz z odsetkami w wysokości określonej jak dla zaległości podatkowych, liczonymi od dnia przekazania środków Zleceniobiorcy, tj. od dnia obciążenia rachunku bankowego Urzędu Marszałkowskiego do dnia poprzedzającego dzień wpływu środków na rachunek bankowy Urzędu Marszałkowskiego, tj. do kwoty poprzedzającej 200 % przyznanej dotacji. Na podstawie tego aktu Województwo będzie miało prawo prowadzić egzekucję przeciwko Zleceniobiorcy do dnia wprost z tego aktu, w razie niedotrzymania przez Zleceniobiorcę zobowiązań określonych w umowie, zgodnie z upoważnieniem zawartym w treści aktu notarialnego*.
3. Koszty związane z ustanowieniem prawnych zabezpieczeń, o których mowa w ust. 2 ponosi Zleceniobiorca.
4. Po upływie terminu, na który złożono prawne zabezpieczenia oraz po stwierdzeniu prawidłowego wypełnienia przez Zleceniobiorcę wszelkich zobowiązań określonych w niniejszej umowie, Województwo poinformuje pisemnie Zleceniobiorcę o możliwości odbioru wniesionych zabezpieczeń, wskazując termin ich odbioru.
5. W przypadku nieodebrania wniesionych zabezpieczeń w terminie wyznaczonym przez Województwo lub wyrażenia przez Zleceniobiorcę woli fizycznej ich utylizacji, nieodebrane zabezpieczenia zostaną komisyjnie zniszczone, a informacja z wykonanych czynności zostanie zamieszczona w protokole zniszczenia.
6. Szczegółowy tryb związany z prawnymi zabezpieczeniami umowy określa uchwała Nr 36/1614/19 Zarządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego z dnia 18 września 2019 r. w sprawie ustanowienia i wprowadzenia zasad przyjęcia, przechowywania, zwrotu i komisyjnego niszczenia zabezpieczeń prawidłowej realizacji umów dla zadań i projektów współfinansowanych w ramach środków przyznanych przez Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.”

§ 18

Zakaz zbywania rzeczy zakupionych za środki pochodzące z dotacji

1. Zleceniobiorca zobowiązuje się do niezbywania związanych z realizacją zadania rzeczy zakupionych na swoją rzecz za środki pochodzące z dotacji przez okres 5 lat od dnia dokonania ich zakupu.
2. Z ważnych przyczyn Zleceniodawca może wyrazić zgodę na zbycie rzeczy przed upływem terminu, o którym mowa w ust. 1, pod warunkiem że Zleceniobiorca zobowiąże się przeznaczyć środki pozyskane ze zbycia rzeczy na realizację celów statutowych.

§ 19

Forma pisemna oświadczeń

1. Wszelkie zmiany (za wyjątkiem, wskazanych w § 11 ust. 9), uzupełnienia i oświadczenia składane w związku z niniejszą umową wymagają formy pisemnej (w tym drogą elektroniczną) pod rygorem nieważności. O tym, czy zgłoszone zmiany zakresu merytorycznego i finansowego zadania wymagają formy aneksu do niniejszej umowy, decyduje dana komórka organizacyjna.
2. Zgłoszenia zmian, o których mowa w ust. 1, należy dokonać nie później niż do dnia zakończenia realizacji zadania.
3. Wszelkie wątpliwości związane z realizacją niniejszej umowy będą wyjaśniane w formie pisemnej lub za pomocą środków komunikacji elektronicznej.

§ 20

Odpowiedzialność wobec osób trzecich

1. Zleceniobiorca ponosi wyłączną odpowiedzialność wobec osób trzecich za szkody powstałe w związku z realizacją zadania publicznego.
2. W zakresie związanym z realizacją zadania publicznego, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, Zleceniobiorca postępuje zgodnie z postanowieniami rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólnego rozporządzenia o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1).
3. Dane osób reprezentujących każdą ze Stron oraz osób zaangażowanych w realizację niniejszej Umowy przetwarzane będą wyłącznie w celu i w czasokresie niezbędnym do jej zawarcia i/lub wykonania oraz dochodzenia roszczeń z niej wynikających.
4. Strony oświadczają, że wprowadziły odpowiednie środki techniczne i organizacyjne, aby przetwarzanie danych osobowych odbywało się zgodnie z przepisami prawa, w szczególności rozporządzenia 2016/679.
5. Strony zobowiązują się do wykonania obowiązku informacyjnego określonego w art. 14 rozporządzenia 2016/679 wobec osób wskazanych w niniejszej Umowie, w imieniu drugiej Strony.
6. Klauzula informacyjna dla Zleceniobiorcy dostępna jest na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego – www.bip.kujawsko-pomorskie.pl/ochrona-danych-osobowych.

§ 21

Postanowienia końcowe

1. W odniesieniu do niniejszej umowy mają zastosowanie przepisy prawa powszechnie obowiązującego, w szczególności przepisy ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 1530), ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2023 r. poz. 120, z późn. zm.), ustawy z dnia 11 września 2021 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 1320) oraz ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 104).
2. W zakresie nieuregulowanym umową stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 2024 r. poz. 1061, z późn. zm.).

§ 22

Ewentualne spory powstałe w związku z zawarciem i wykonywaniem niniejszej umowy Strony będą się starały rozstrzygać polubownie. W przypadku braku porozumienia spór zostanie poddany pod rozstrzygnięcie sądu powszechnego właściwego ze względu na siedzibę Zleceniodawcy.

§ 23

Niniejsza umowa została sporządzona w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z tego jeden egzemplarz dla Zleceniobiorcy i dwa dla Zleceniodawcy.

Zleceniobiorca:

Zleceniodawca:

PREZES

LGD „Bory Tucholskie”

Magdalena Kurpinowicz

WICEPREZES

LGD „Bory Tucholskie”

Michał Bucholz

Wicemarszałek Województwa
Kujawsko-Pomorskiego

(1)

Aneta Jędrzejewska

LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA

„BORY TUCHOLSKIE”

Plac Zamkowy 1, 89-500 Tuchola

BIURO: ul. Kolejowa 4, 89-500 Tuchola

tel/fax: +48 52 336 12 13

NIP: 5611542738

Dyrektor
Departamentu Sportu i Turystyki

(1)

KONTRASYGNA
Skarbnik Województwa

Paweł Adamczyk

Główny Księgowy

Budżetu Województwa

(2)

Nie wnoszę zastrzeżeń pod względem
formalno-prawnym

(3)

Agata Rudnicka

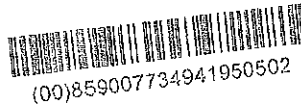
RADCA PRAWNY (Tr 553) Strona: 9

Załączniki:

1. Oferta realizacji zadania publicznego/ aktualizacja oferty;
2. Kopia aktualnego wyciągu z właściwego rejestru lub ewidencji* / pobrany samodzielnie wydruk komputerowy aktualnych informacji o podmiocie wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego*;
3. Umowa pomiędzy Zleceniobiorcami, którzy złożyli ofertę wspólną, określającą zakres ich świadczeń składających się na realizację zadania publicznego*.

* oznacza - niepotrzebne skreślić.

- 1) Należy wybrać „powierzenie realizacji zadania publicznego”, jeżeli Zleceniobiorca(-cy) nie zobowiązuje(-ją) się do wykorzystania środków finansowych innych niż dotacja, a „wsparcie realizacji zadania publicznego”, jeżeli zobowiązuje(-ją) się do wykorzystania innych środków finansowych.
- 2) Dotyczy jedynie zadania realizowanego w trybie art. 19a ustawy (tzw. małych dotacji).
- 3) Należy zawrzeć tylko w przypadku zadania publicznego realizowanego w okresie od 2 do 5 lat budżetowych.
- 4) Nie dotyczy zadania realizowanego w trybie art. 19a ustawy (tzw. małych dotacji). W treści umowy należy zawrzeć tylko ust. 6 lub ust. 8.
- 5) Dotyczy wyłącznie umów o wsparcie realizacji zadania publicznego.
- 6) Dotyczy jedynie zadania realizowanego w trybie art. 19a ustawy (tzw. małych dotacji). Dotyczy wyłącznie umów o wsparcie realizacji zadania publicznego. W treści umowy należy zawrzeć tylko ust. 6 lub ust. 8.
- 7) Nie dotyczy zadania realizowanego w trybie art. 19a ustawy (tzw. małych dotacji).
- 8) Dotyczy wyłącznie umów o wsparcie realizacji zadania publicznego. Nie dotyczy zadania realizowanego w trybie art. 19a ustawy (tzw. małych dotacji). Postanowienie fakultatywne.
- 9) Dotyczy zadania publicznego realizowanego w okresie od 2 do 5 lat budżetowych. Postanowienie fakultatywne.
- 10) Postanowienie fakultatywne.
- 11) Postanowienie fakultatywne.
- 12) W przypadku zadania realizowanego w trybie art. 19a ustawy (tzw. małych dotacji) należy wskazać część zadania publicznego, która będzie realizowana we współpracy z podmiotem trzecim, wraz z pozycją szacunkowej kalkulacji.
- 13) W treści umowy należy zawrzeć tylko jedno spośród trzech wskazanych brzmień ust. 4.
- 14) Postanowienie fakultatywne.
- 15) Dotyczy jedynie zadania realizowanego w trybie art. 19a ustawy (tzw. małych dotacji).
- 16) Dotyczy zadania publicznego finansowanego w sposób określony w § 3 ust. 1 pkt 1 lit. b i pkt 2 (w transzach). Postanowienie fakultatywne.
- 17) Dotyczy zadania publicznego realizowanego w okresie od 2 do 5 lat budżetowych.
- 18) Dotyczy zadania realizowanego w kraju.
- 19) Dotyczy zadania realizowanego za granicą.
- 20) Dotyczy zadania realizowanego w kraju.
- 21) Dotyczy zadania realizowanego za granicą.
- 22) Dotyczy umowy zawieranej przez zlecniodawcę będącego jednostką samorządu terytorialnego.



WPLYNEŁO
Departament Sportu i Turystyki
2025 -07- 28
Ilość zał. 2285
Podpis

WPLYNEŁO
URZĄD MARSZAŁKOWSKI W TORUNIU
Biuro Podawczo-Kancelaryjne
64012/07/2025
2025 -07- 28
Ilość załączników 3
Podpis (46)

OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO*/

~~OFERTA WSPÓLNA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO*~~

O KTÓRYCH MOWA ART. 14 UST. 1*/2* USTAWY z DNIA 24
KWIETNIA 2003 R.

O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU PUBLICZNEGO I O WOŁONTARIACIE

(DZ. U. Z 2018 R. POZ. 450, Z PÓŹN. ZM.)

Zat. do umowy

nr UM-ST. 616.1.563.2025

Osoba
M. Stojan
28.07.25

M. U. i. me...
28.07.25

określenie 28.07.2025

POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

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

W przypadku pól, które nie dotyczą danej oferty, należy wpisać "nie dotyczy" lub przekreślić pole.



Zaznaczenie „*”, np., „Oferta realizacji zadania publicznego*/Oferta wspólna realizacji zadania publicznego*”, oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź i pozostawić prawidłową. Przykład: „Oferta realizacji zadania publicznego*/Oferta wspólna realizacji zadania publicznego*”.

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

1. Organ administracji publicznej, do którego jest adresowana oferta	Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego
2. Rodzaj zadania publicznego ¹⁾	19) turystyka i krajoznawstwo - 1) promocja lokalnych marek/krajin/produktów turystycznych (np. kampanie promocyjne, strony internetowe, szkolenia, warsztaty, konferencje) – działania lokalne

II. Dane oferenta(-tów)

III. Opis zadania

1. Tytuł zadania publicznego	Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca			
2. Termin realizacji zadania publicznego	Data rozpoczęcia	2025-06-01	Data zakończenia	2025-11-30

3. 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)

Celem projektu jest promocja Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich poprzez działania marketingowe, integrację z innymi subregionami województwa w celu wzajemnej promocji oraz budowanie trwałych relacji z partnerami branży turystycznej w celu planowania i realizacji wspólnych działań promocyjnych. Projekt wpisuje się w założenia marki parasolowej „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz realizuje cele operacyjne „Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego”, w tym rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajinie.

Planowane działania:

1. Obsługa mediów społecznościowych

Zatrudnienie specjalisty ds. social media (Facebook, Instagram i YouTube) na 2 miesiące do zarządzania profilami, tworzenia treści i interakcji z odbiorcami. Obecnie w mediach społecznościowych marki Bory Tucholskie oraz Turystyki Naturalnej panuje chaos spowodowany zarządzaniem doraźnym, bez centralnego koordynatora. Posty wrzucane są na różne, czasami konkurujące ze sobą profile, w przypadkowej kolejności, nieregularnie, są one niejednorodne stylistycznie. W związku z tym, że social media coraz bardziej reagują na regularność i wysoką jakość postów, planujemy zatrudnienie osoby, która wprowadzi wysokie standardy w tym zakresie - opierając się na gotowych materiałach promocyjnych dostarczanych przez Partnerów oraz inne podmioty z branży turystycznej Borów Tucholskich.

2. Kampania promocyjna Turystyki Naturalnej w mediach społecznościowych

Przygotowanie i realizacja profesjonalnej kampanii promującej Turystykę Naturalną w Borach Tucholskich na platformach takich jak Facebook, Instagram i YouTube. Ze względu na coraz wyższe wymagania w stosunku do skutecznych, profesjonalnych kampanii planujemy zlecenie tego zadania podmiotowi/podmiotom specjalizującym się w tego typu zadaniach. Planujemy trzy moduły reklamowe: 1) Bory Tucholskie jako część Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, 2) Turystyka Naturalna jako specjalność Borów Tucholskich (Bory Tucholskie Naturalnie) oraz 3) Produkty turystyczne Borów Tucholskich jako elementy praktycznie realizujące zasady Turystyki Naturalnej. Wybór modułu/modułów lub ustalenie proporcji pomiędzy nimi nastąpi na etapie planowania kampanii promocyjnej. Pozwoli to na skuteczne kształtowanie wizerunku Borów Tucholskich, jak i promocję ich produktów turystycznych jako niezwykle wartościowego elementu turystyki województwa kujawsko-pomorskiego stanowiącego ważny element Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc.

3. Wizyty studyjne w innych submarkach turystycznych województwa, z udziałem przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich

Organizacja 2 wizyt studyjnych dla przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich u innych subregionów województwa ma na celu 1) prezentację oferty Borów Tucholskich partnerom regionalnym i zachęcenie ich do korzystania z naszej oferty (oraz poznanie ich oferty produktowej), 2) nawiązanie bezpośredniej współpracy służącej wzajemnej promocji produktów turystycznych naszego regionu, w tym zachęcenie do wzajemnego udziału w najważniejszych imprezach promocyjnych (np. w Święcie Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich), 3) nawiązanie ścisłej współpracy w zakresie wspólnej promocji w ramach Konstelacji Dobrych Miejsc (ułatwiającej wspólne przygotowanie promocji o szerokim, ponadregionalnym zasięgu). Mamy niedosyt praktycznej, skierowanej na konkretne rezultaty współpracy w ramach marki parasolowej, w szczególności w zakresie wymiany doświadczeń i wspólnej promocji i działanie to stanowi odpowiedź na ten problem.

4. Stworzenie wizerunkowej strony internetowej „Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich”

Opracowanie i uruchomienie strony internetowej prezentującej ideę Turystyki Naturalnej, ofertę turystyczną regionu wpisującą się w tę ideę, zgodnie z wytycznymi marki „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz wizję na przyszłość wynikającą ze Strategii marki Bory Tucholskie z konkretnymi planami i kamieniami milowymi. Obecna strona internetowa borytucholskie-naturalnie.pl ma charakter projektowy, promujący konkretne działania takie jak Święto Turystyki Naturalnej czy inne wydarzenia, brakuje nam jednak strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zapleczu w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji. Strona ta będzie opierać się na wykupionej przez nas domenie borytucholskie-naturalnie.pl. Nie ma ona stanowić platformy sprzedażowej (taką tworzy obecnie K-POT) ani dynamicznego środowiska dla zmieniających się informacji (które powinno w przyszłości znaleźć się na stronie borytucholskie.pl), ale profesjonalną wizytówkę regionu i wizji jego rozwoju w zakresie turystyki, dlatego też przewidziany budżet powinien być wystarczający do tego celu.

Projekt odpowiada na potrzebę promocji Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich oraz integracji z innymi subregionami województwa kujawsko-pomorskiego w celu umożliwienia wspólnych działań promocyjnych zintegrowanych na poziomie regionu. Działania przewidziane w projekcie wpisują się w cele konkursu, takie jak promocja lokalnych marek i produktów turystycznych oraz kształtowanie współpracy liderów i partnerów w rozwoju marek turystycznych. Ponadto, projekt realizuje założenia Strategii, w tym rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajinie oraz integrację z

marką parasolową „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” . Zakładane rezultaty projektu to:

1. Zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej i turystów poprzez media społecznościowe.
2. Zwiększenie rozpoznawalności Borów Tucholskich jako destynacji Turystyki Naturalnej.
3. Nawiązanie współpracy z przedstawicielami branży turystycznej z innych subregionów województwa.
4. Stworzenie platformy informacyjno/wizerunkowej w postaci strony internetowej.

Projekt spełnia wszystkie kryteria wyznaczone dla zadań priorytetowych w konkursie:

1. jest realizowany przez podmioty z kilkuletnim doświadczeniem w zakresie celu konkursu, tj. przez LGD "Bory Tucholskie" pełniące od lat rolę Lokalnej Organizacji Turystycznej, prowadzącej też regularnie od wielu lat warsztaty i szkolenia dla branży turystycznej, oraz partnerów działających także od lat w/naz rzecz tej branży;
2. zaplanowane działania promują markę „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” spajając ofertę turystyczną województwa i Borów Tucholskich jako jednego z jej obszarów produktowych, w ramach wszystkich naszych działań promocyjnych pozycjonujemy się jako część „Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc”, zaplanowane działania w 100% wynikają z opracowanej w ramach "Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc" strategii marki Bory Tucholskie i stanowią ważny krok na drodze do jej wdrożenia;
3. wpłynie na wzrost konkurencyjności marki turystycznej Borów Tucholskich oraz Turystyki Naturalnej jako jej wyróżnika, jak też produktów turystycznych oferowanych w ramach tej marki;
4. ma potwierdzoną listami intencyjnymi formę współpracy między instytucjami, organizacjami, podmiotami branży turystycznej, koordynacja działań i pogłębianie współpracy podmiotów branży turystycznej jest jednym z celów niniejszego projektu;
5. ma charakter koordynujący działania i współpracę podmiotów branży turystycznej; jako związek stowarzyszeń bezpośrednio włączamy w nasze działania podmioty szeroko pojętej branży turystycznej: stowarzyszenia, przedsiębiorców, samorządy. Działamy dla nich, z ich upoważnienia, stanowiąc łącznik sieci współpracy - potwierdzeniem tego jest nasz statut oraz znajdująca się na stronie <https://lgd.borytucholskie.pl/index.php?id=16> lista naszych członków, do których w pierwszej kolejności zwrócony będzie projekt (jest to formalna współpraca o charakterze stałym, nie wymagająca dodatkowych listów intencyjnych lub umów partnerstwa);
6. poprzez nawiązanie współpracy z innymi submarkami województwa ma zasięg regionalny, wzmacniający współpracę w ramach "Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc"; zasięg projektu, także ze względu na zasięg marki Bory Tucholskie, wykracza poza obszar jednego powiatu - marka Bory Tucholskie na terenie naszego województwa współdzielona jest przez Powiat Tucholski, Powiat Świecki oraz częściowo przez Powiat Bydgoski, co oznacza regionalny zasięg działań (przy znacznie większym ich oddziaływaniu).

Projekt spełnia kryteria dostępności, co zostało opisane w punkcie 3.

Miejsce realizacji zadania

województwo kujawsko-pomorskie, ze szczególnym uwzględnieniem Borów Tucholskich (powiat tucholski, powiat świecki, powiat bydgoski)

Wizyty studyjne odbędą się w czterech lokalizacjach, wybranych w trakcie realizacji projektu spośród istniejących submarek turystycznych regionu: Bydgoszcz, Dolina Dolnej Wisły, Kujawy, Pałuki, Pojezierze Brodnickie, Toruń.

Grupa docelowa

Grupa docelowa projektu:

Potencjalni turyści, którzy stanowią grupę docelową marki "Bory Tucholskie Naturalnie" opisaną w strategii marki. Będą mogli oni odkryć możliwości i produkty zgodne ze strategią marki i zrównoważonym rozwojem oferowane w Borach Tucholskich, zainteresować się ideą Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, skorzystać z usług turystycznych naszego regionu i subregionu.

Lokalne społeczeństwo Borów Tucholskich. Dzięki realizacji projektu będzie ono lepiej poinformowane o idei Turystyki Naturalnej i jej zasadach, będzie bardziej identyfikować się z zawartą w niej wizją i sposobem jej realizacji.

10 podmiotów działających w szeroko pojętej branży turystycznej w Borach Tucholskich, identyfikujących się z marką "Bory Tucholskie Naturalnie", tworzących sieć działającą wspólnie na rzecz jej rozwoju. Uczestnictwo w projekcie ma na celu rozszerzenie ich perspektyw, umożliwienie nawiązania partnerstw oraz zwiększenie zasięgu działań promocyjnych.

Podmioty z branży turystycznej potencjalnie zainteresowane wdrażaniem zasad Turystyki Naturalnej. Dzięki realizacji projektu będą one mogły zapoznać się z ideą i z zasadami Turystyki Naturalnej i rozważyć przystąpienie do lokalnej sieci zrzeszającej tego typu podmioty oferującej wspólną promocję produktów spełniających zasady zawarte w Manifestie Turystyki Naturalnej.

Podmioty tworzące lokalną branżę turystyczną to głównie niewielkie organizacje, przedsiębiorcy, lokalne społeczności (np. rolnicy prowadzący agroturystykę), instytucje oraz samorządy. Działalność tych podmiotów ograniczają: brak kapitału, krótki sezon turystyczny, rozproszenie terytorialne, niewielka baza noclegowa, ograniczony dostęp do szkoleń i wsparcia ze względu na dużą odległość od większych ośrodków, niewystarczający budżet reklamowy. Jednocześnie stawiają sobie one za cel zrównoważony rozwój turystyki, w oparciu o lokalne zasoby, bez niszczenia środowiska, co ogranicza grupę odbiorców ich usług. Część barier może być znacząco zmniejszona dzięki realizacji projektu.

Sposób rozwiązywania problemów/zaspokajania potrzeb grupy docelowej

Problem niewystarczającej rozpoznawalności marki "Bory Tucholskie Naturalnie"

Zaplanowane działania promocyjne pozwolą na wzmocnienie marki "Bory Tucholskie Naturalnie". Ambasadory tej marki, korzystający z nowoczesnych technologii i promujący lokalne wartości, będą kojarzeni z innowacyjnością i postępem opartym na stabilnych fundamentach tradycji. Prezentacja ich dokonań w szerokiej kampanii promocyjnej, spójny przekaz medialny poprzez konsekwentnie prowadzone media społecznościowe oraz strona internetowa prezentująca w atrakcyjny sposób ideę i działania zmierzające do jej realizacji pozwolą na zwiększenie rozpoznawalności marki i jej większą komercjalizację. To z kolei spowoduje przyłączanie się kolejnych podmiotów do istniejącej sieci współpracy. Takie podejście jest zgodne z ideą Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, który został powołany w celu wzmocnienia połączenia tradycji z nowoczesnością. W ten sposób marka "Bory Tucholskie Naturalnie" stanie się wzorem dla innych regionów, łącząc lokalne dziedzictwo z nowoczesnymi rozwiązaniami technologicznymi. Turyści zainteresowani zrównoważoną turystyką dowiedzą się o oferowanych im możliwościach.

Problem niewystarczającego rozpowszechnienia/rozpoznawalności marki Bory Tucholskie Naturalnie

Wyjazdy studyjne pozwolą na integrację branżę turystycznej Borów Tucholskich oraz na przybliżenie i

upowszechnienie idei marki Bory Tucholskie Naturalnie w ramach pozostałych submarek województwa, co jest podstawowym warunkiem do wzajemnej promocji oraz do podejmowania wspólnych działań promocyjnych. Marka Bory Tucholskie Naturalne będzie kojarzona z profesjonalną i skuteczną promocją, z łączeniem tradycji z nowoczesnością, innowacji z lokalnym dziedzictwem, postępu opartego o stabilne wartości. Jest to doskonałe nawiązanie do idei Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, który został powołany specjalnie po to, by tego typu powiązania wzmacniać i stawiać innym za wzór.

Problem niskiego poziomu integracji branży

Brak spójnego przekazu w działaniach promocyjnych osłabia efektywność promocji Borów Tucholskich. Strategia marki opiera się na koncepcji Turystyki Naturalnej, jednak aby osiągnąć jej pełny potencjał, konieczna jest integracja lokalnych podmiotów. Wspólne działania promocyjne oraz propagowanie idei Turystyki Naturalnej przyczynią się do budowy silnej, spójnej marki "Bory Tucholskie" oraz Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc.

Problemy niewielkich podmiotów z branży turystycznej

Niewielkie podmioty, takie jak organizacje społeczne, przedsiębiorcy, agroturystyki czy lokale gastronomiczne, często borykają się z brakiem zasobów (czasu i środków finansowych) na skuteczne działania marketingowe i promocyjne. Jedynym racjonalnym rozwiązaniem dla nich jest łączenie sił w ramach marki lokalnej oraz marki parasolowej. Niniejszy projekt stanowi odpowiedź na te problemy poprzez zaoferowanie wartości dodanej do indywidualnych działań promocyjnych.

Komplementarność z innymi działaniami podejmowanymi przez organizację lub inne podmioty

Projekt jest komplementarny przede wszystkim z wypracowaną Strategią marki Bory Tucholskie, realizowaną przez szereg niezależnych podmiotów (organizacje, przedsiębiorcy, samorządy). Realizacja projektu przewidziana jest wspólnie z grupą podmiotów z branży turystycznej, dla tych podmiotów. Idea projektu bazuje także na „Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego”, która przewiduje zarówno promocję produktu obszarowego Borów Tucholskich, jak i integrację podmiotów w ramach Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc.

Projekt jest komplementarny z wcześniejszymi naszymi działaniami na rzecz konkretnych grup organizujących lub wspierających turystykę w Borach Tucholskich:

1. utworzenie grupy przewodników terenowych przygotowanych do pełnienia tej funkcji w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
2. utworzenie grupy instruktorów turystyki rowerowej wyszkolonych w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
3. warsztaty dla podmiotów z branży turystyki wodnej, które integrowały się i wydały wspólne materiały promocyjne w ramach zrealizowanego przez nas projektu,
4. organizacja Święta Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich,
5. rozwój marki "Bory Tucholskie Naturalnie" realizowany wspólnie z Fundacją "Cisowy Fyrtel".

Działania te są też spójne z planami działań Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, w ramach którego dziedzictwo przyrodnicze i dziedzictwo kulturowe mogą i powinny stanowić element harmonijnego rozwoju, m.in. poprzez świadomą i dobrze zorganizowaną turystykę.

Cały projekt jest spójny ze strategią województwa kujawsko-pomorskiego, w której Bory Tucholskie stanowią zaplecze turystyczne regionu.

4. Plan i harmonogram działań na rok 2025					
(należy wymienić i opisać w porządku logicznym wszystkie planowane w ofercie działania oraz określić ich uczestników i miejsce ich realizacji)					
Lp.	Nazwa działania	Opis	Grupa docelowa	Planowany termin realizacji	Zakres działania realizowany przez podmiot niebędący stroną umowy ²⁾

1	Przygotowanie projektu	Opis: Powołany zostanie zespół projektowy; Podpisane zostaną umowy z koordynatorem, biurem rachunkowym, ustalone zakresy obowiązków; Przygotowany i udostępniony zostanie opis projektu, materiały informacyjne, promocja; Opracowany zostanie regulamin rekrutacji i przeprowadzona zostanie rekrutacja uczestników projektu; Nastąpi promocja projektu, przygotowana będzie informacja dla mediów i na stronę internetową, przygotowany zostanie mailing do uczestników Cel: Przygotowanie ram do organizacji projektu, promocja projektu, pozyskanie uczestników projektu Uczestnicy: Zarząd, Personel projektu, Potencjalni uczestnicy projektu Ryzyko: Brak zainteresowania projektem Minimalne ryzyko ze względu na istotny temat zgłaszany często przez przedstawicieli branży turystycznej, zapobiegać mu będziemy poprzez szeroką kampanię informacyjną. Ryzyko: Zbyt dużo chętnych do udziału w projekcie Bardzo duże ryzyko, przy czym dopuszczamy	1. Personel projektowy (działanie wewnętrzne, organizacyjne) 2. Podmioty branży turystycznej Borów Tucholskich potencjalnie zainteresowane udziałem w projekcie 3. Osoby działające w branży turystycznej zainteresowane udziałem w projekcie 4. Potencjalni wykonawcy planowanych działań	Od: 2025-06-02	Do: 2025-08-31	Promocja i rekrutacja - umowa
---	------------------------	---	--	----------------	----------------	-------------------------------

		możliwość zwiększenia grupy odbiorców poprzez udział w poszczególnych wyjazdach osób reprezentujących różne podmioty. Zapobieganie ryzyku polega na sformułowaniu jasnych kryteriów rekrutacji (max. 2 osoby z jednej organizacji, pierwszeństwo dla członków, pierwszeństwo dla podmiotów uczestniczących w poprzednich działaniach wspólnych, równość szans itp.). Ryzyko: Niewłaściwie dobrana grupa docelowa Średnie ryzyko. Zapobieganie polega na opisanu w zgłoszeniu motywacji do udziału i planowanego wkładu do działań promocyjnych, co będzie jednym z kryteriów wyboru uczestników w przypadku ich zbyt dużej liczby.				
--	--	---	--	--	--	--

2	Obsługa mediów społecznościowych	Opis: Realizacja przez 2 miesiące obsługi mediów społecznościowych Cel: Uporządkowanie sieci dostępnych mediów społecznościowych, przygotowanie zasad spójnego przekazu, regularna realizacja przekazu przez 2 miesiące Uczestnicy: Branża turystyczna Borów Tucholskich, osoba/firma realizująca działanie Ryzyko: Problemy z pozyskaniem osoby/firmy realizującej zlecenie Niewielkie ryzyko, zminimalizowane poprzez podjęcie wstępnych rozmów już na etapie przygotowywania wniosku. Ryzyko: Nieskuteczne działania Średnie ryzyko, zminimalizowane poprzez wybór osoby/firmy o dużym doświadczeniu. Ryzyko: brak zaangażowania ze strony branży (niedostarczanie wsadu do wpisów) Średnie ryzyko, zminimalizowane poprzez wybór osoby/firmy znającej lokalną specyfikę Borów Tucholskich oraz lokalną branżę.	1. turyści, którzy byli w Borach Tucholskich lub planują w nich być, 2. potencjalni klienci zastanawiający się nad wizytą w Borach, 3. osoby zainteresowane zrównoważoną turystyką, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich	Od: 2025-07-15	Do: 2025-11-15	Działania porządkujące i promocyjne w mediach społecznościowych - umowa zlecenie lub rachunek
---	----------------------------------	--	---	----------------	----------------	---

3	Kampania promocyjna w mediach społecznościowych	Opis: Planujemy wybór jednego z trzech trych modułów reklamowych, lub ich kombinację. Te moduły to: 1) Bory Tucholskie jako część Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc, 2) Turystyka Naturalna jako specjalność Borów Tucholskich (Bory Tucholskie Naturalnie) oraz 3) Produkty turystyczne Borów Tucholskich jako elementy praktycznie realizujące zasady Turystyki Naturalnej. Pozwoli to na skuteczne kształtowanie wizerunku Borów Tucholskich, jak i promocję ich produktów turystycznych jako niezwykle wartościowego elementu turystyki województwa kujawsko-pomorskiego stanowiącego ważny element Kujawsko-Pomorskich Konstelacji Dobrych Miejsc. Cel: Zwiększenie rozpoznawalności marki Borów Tucholskich i marki Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich, promocja idei Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich jako elementu Kuj.-Pom. Konstelacji dobrych miejsc, integracja branży turystycznej BT i budowa sieci ich współpracy, lepsze wykorzystanie potencjału podmiotów z branży turystycznej działających w Borach Tucholskich zgodnie z zasadami marki,	1. turyści, którzy byli w Borach Tucholskich lub planują w nich być, 2. potencjalni klienci zastanawiający się nad wizytą w Borach, 3. osoby zainteresowane zrównoważoną turystyką, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich	Od: 2025-07-15	Do: 2025-11-30	Realizacja kampanii - umowa o dzieło lub rachunek
---	---	--	---	----------------	----------------	---

		Uczestnicy: Branża turystyczna Borów Tucholskich, osoba/firma realizująca działanie Ryzyko: Niezadawalający efekty kampanii promocyjnej Średnie ryzyko, zapobiegniemy mu poprzez wybór profesjonalnych podmiotów realizujących kampanię i precyzyjne określenie jej celów, monitorowanie postępów i ewentualne korygowanie błędów Ryzyko: Brak zainteresowania branży udziałem we wspólnej promocji Średnie ryzyko, zapobiegniemy mu poprzez kontakt z uczestnikami, nagłośnienie medialne projektu, zaakcentowanie wartości dodanej dla uczestników Ryzyko: Niechęć do budowania sieci współpracy, postrzeganie innych wyłącznie jako konkurencji Średnie zagrożenie, obecne w całej branży turystycznej. Sposobem na jego minimalizację jest podejmowanie wspólnych działań, wymiana doświadczeń i szukanie efektów synergii pomiędzy poszczególnymi podmiotami.				
--	--	--	--	--	--	--

4	Cykl wyjazdów studyjnych	Wizyty studyjne w dwóch innych submarkach turystycznych województwa, z udziałem przedstawicieli branży turystycznej Borów Tucholskich. Cel: 1) prezentacja oferty Borów Tucholskich partnerom regionalnym i zachęcenie ich do korzystania z naszej oferty (oraz poznanie ich oferty produktowej), 2) nawiązanie bezpośredniej współpracy służącej wzajemnej promocji produktów turystycznych naszego regionu, w tym zachęcenie do wzajemnego udziału w najważniejszych imprezach promocyjnych (np. w Święcie Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich), 3) nawiązanie ścisłej współpracy w zakresie wspólnej promocji w ramach Konstelacji Dobrych Miejsc (ułatwiającej wspólne przygotowanie promocji o szerokim, ponadregionalnym zasięgu). Mamy niedosyt praktycznej, skierowanej na konkretne rezultaty współpracy w ramach marki parasolowej, w szczególności w zakresie wymiany doświadczeń i wspólnej promocji i działanie to stanowi odpowiedź na ten problem.	1. lokalna branża turystyczna, która włącza się w realizację idei turystyki naturalnej,	Od: 2025-07-01	Do: 2025-11-15	transport, wyżywienie
---	--------------------------	---	---	----------------	----------------	-----------------------

		Uczestnicy: przedstawiciele podmiotów branży turystycznej Borów Tucholskich realizujących założenia Turystyki Naturalnej Ryzyko: małe zainteresowanie projektem Średnie ryzyko, zapobiegniemy mu poprzez kontakt z uczestnikami, nagłośnienie medialne projektu, zaakcentowanie wartości dodanej dla uczestników Ryzyko: Niechęć do budowania sieci współpracy, postrzeganie innych wyłącznie jako konkurencji Średnie zagrożenie, obecne w całej branży turystycznej. Sposobem na jego minimalizację jest podejmowanie wspólnych działań, wymiana doświadczeń i szukanie efektów synergii pomiędzy poszczególnymi podmiotami.				
--	--	---	--	--	--	--

5	Stworzenie strony internetowej	Opis: Stworzenie wizerunkowej strony internetowej „Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich” Opracowanie i uruchomienie strony internetowej prezentującej ideę Turystyki Naturalnej, ofertę turystyczną regionu wpisującą się w tę ideę, zgodnie z wytycznymi marki „Kujawko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” oraz wizję na przyszłość wynikającą ze Strategii marki Bory Tucholskie z konkretnymi planami i kamieniami milowymi. Obecna strona internetowa borytucholskie-naturalnie.pl ma charakter projektowy, promujący konkretne działania takie jak Święto Turystyki Naturalnej czy inne wydarzenia, brakuje nam jednak strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zaplecza w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji. Strona ta będzie opierać się na wykupionej przez nas domenie borytucholskie-naturalnie.pl. Nie ma ona stanowić platformy sprzedażowej (taką tworzy obecnie K-POT) ani dynamicznego środowiska dla zmieniających się informacji (które powinno w przyszłości znaleźć się na	1. klienci i potencjalni klienci zaangażowani ni zasadami turystyki naturalnej, które chcemy zachęcić do wizyty w Borach, 4. lokalna branża turystyczna, która chciałaby się włączyć w realizację idei turystyki naturalnej, 5. mieszkańcy Borów Tucholskich, którzy będą dbali o realizację zasad turystyki naturalnej.	Od: 2025-07-01	Do: 2025-09-30	stworzenie strony - umowa o dzieło lub rachunek
---	--------------------------------	---	---	----------------	----------------	---

		stronie borytucholskie.pl), ale profesjonalną wizytówkę regionu i wizji jego rozwoju w zakresie turystyki, dlatego też przewidziany budżet powinien być wystarczający do tego celu. Cel: Stworzenie na podstawie dostarczonych materiałów oficjalnej, spójnej strony zbierającej informacje o idei Turystyki Naturalnej, możliwościach certyfikacji w tym zakresie, zaplecza w postaci Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, powiązaniu z ideą Konstelacji Dobrych Miejsc oraz strategią marki Bory Tucholskie - jako odnośnika do tych najważniejszych, rzadko zmieniających się informacji Uczestnicy: realizator zadania, branża turystyczna (konsultacje) Ryzyko: Brak wystarczających materiałów do przygotowania strony lub ich zła jakość Niewielkie ryzyko, sposobem na jego minimalizację jest zebranie i udostępnienie wszystkich oficjalnych materiałów wypracowanych dotąd w jednym centralnym repozytorium, Ryzyko: Brak zainteresowania stroną Średnie ryzyko, sposobem na jego minimalizację jest przygotowanie strony w				
--	--	---	--	--	--	--

		atrakcyjnej formie, także z elementami graficznymi, włączenie jej do kampanii promocyjnej Ryzyko: Niechęć do budowania sieci współpracy w ramach branży, postrzeganie innych wyłącznie jako konkurencji Średnie zagrożenie, obecne w całej branży turystycznej. Sposobem na jego minimalizację jest podejmowanie wspólnych działań, wymiana doświadczeń i szukanie efektów synergii pomiędzy poszczególnymi podmiotami.				
6	Koordinacja projektu	Koordinator projektu: nadzór nad realizacją umów, prowadzenie dokumentacji (listy obecności itp.), udział we wszystkich działaniach projektowych, raportowanie do zarządu, opracowanie sprawozdania z realizacji projektu i z poszczególnych zadań	Uczestnicy projektu	Od: 2025-06-01	Do: 2025-11-30	Koordinator - umowa zlecenie

5. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego

(należy opisać:

1. co będzie bezpośrednim efektem (materialne „produkty” lub „usługi” zrealizowane na rzecz uczestników zadania) realizacji oferty?
2. jaka zmiana społeczna zostanie osiągnięta poprzez realizację zadania?
3. czy przewidywane jest wykorzystanie rezultatów osiągniętych w trakcie realizacji oferty w dalszych działaniach organizacji? – trwałość rezultatów zadania)

Co będzie bezpośrednim efektem (materialne „produkty” lub „usługi” zrealizowane na rzecz uczestników zadania) realizacji oferty?

Przygotowanie i poprowadzenie przez 2 miesiące profili związanych z Borami Tucholskimi i Turystyką Naturalną
Wizerunkowa kampania promocyjna w mediach społecznościowych
Dwie wizyty studyjne łączące Bory Tucholskie z innymi submarkami regionu w celu wzajemnej promocji
Stworzenie wizerunkowej strony internetowej Turystyki Naturalnej
Udział 10 podmiotów branży turystycznej w działaniach projektowych

Jaka zmiana społeczna zostanie osiągnięta poprzez realizację zadania?

Dzięki realizacji zadania możliwe będzie rozpropagowanie Borów Tucholskich i oferowanych na tym terenie produktów turystycznych jako liderów Turystyki Naturalnej - turystyki wpisującej się bezpośrednio w obecne trendy, wynikającej ze strategii marki Bory Tucholskie oraz przybliżenie tej idei podmiotom branży turystycznej, zachęcając je do wspólnej promocji swoich produktów, Borów Tucholskich i Turystyki Naturalnej oraz Kuj.-Pom. Konstelacji dobrych miejsc.
Integracja lokalnej branży turystycznej pozwoli na stworzenie lokalnego centrum Turystyki Naturalnej, nieformalnej sieci wzajemnego wsparcia w tym temacie.
Koncentracja kompetencji wokół Turystyki Naturalnej, będącej specjalnością Borów Tucholskich, pozwoli na wzmocnienie tej marki i jej lepszą wspólną promocję.
Usprawnienie funkcjonowania 10 podmiotów z branży turystycznej Borów Tucholskich wzmocni lokalną ofertę turystyczną, polepszy promocję ich oraz marki parasolowej, jaką są Bory Tucholskie.
Wdrożymy w życie główny postulat Rezerwatu Biosfery Bory Tucholskie, którym jest budowanie przyszłości przy użyciu współcześnie dostępnych środków, ale na bazie tradycji i lokalnego dziedzictwa.

Czy przewidywane jest wykorzystanie rezultatów osiągniętych w trakcie realizacji oferty w dalszych działaniach organizacji? – trwałość rezultatów zadania

Realizacja strategii marki Bory Tucholskie to zadanie wieloletnie, wymagające współdziałania wielu podmiotów z branży turystycznej. Przedstawione w niniejszym wniosku zadanie to jedynie drobny wycinek z tych działań, na bazie którego, dzięki lepszej integracji środowiska związanego z turystyką, podejmowane będą działania w kolejnych latach. Jest to krok w kierunku sformalizowania współpracy podmiotów turystycznych w zakresie promocji, które wymaga poznania się i integracji - oferowanych w ramach realizowanego działania. Skuteczna wspólna promocja oraz bardziej efektywne wykorzystanie posiadanych zasobów zwiększy konkurencyjność podmiotów branży turystycznej Borów Tucholskich.

6. Dodatkowe informacje dotyczące rezultatów realizacji zadania publicznego ³⁾		
Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Liczba wpisów w mediach społecznościowych	20	zdjęcia, sprawozdanie z realizacji
Liczba kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych	1	sprawozdanie
Liczba podmiotów branży turystycznej uczestniczących w kampanii promocyjnej	10	sprawozdanie
Liczba wizyt studyjnych	2	sprawozdanie
Udział przedstawicieli podmiotów branży turystycznej w wizytach studyjnych	8	lista obecności
Liczba stron internetowych utworzonych w ramach projektu	1	wydruk

IV. Charakterystyka oferenta

1. Informacja o wcześniejszej działalności oferenta, w szczególności w zakresie, którego dotyczy zadanie publiczne
LGD Bory Tucholskie jest trójsektorowym partnerstwem ok. 80 podmiotów, zrzeszającym m.in. branżę turystyczną. Od 2015 roku pełni funkcję lokalnego koordynatora turystyki w Borach Tucholskich, jest członkiem Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej, bierze aktywny udział w jej pracach, pełni rolę Lokalnej Org. Turystycznej sieciującej podmioty społeczne, gospodarcze i publiczne w dziedzinie turystyki. Przykłady realizowanych projektów (źródło finansowania): Forum Turystyki Borów Tucholskich 2016 r. (Woj. Kuj. -Pomorskie); "Tkanie produktu sieciowego" 2016 r. – tworzenie sieciowych produktów turystycznych (KSOW); "Bory Tucholskie dla seniora" 2017 r. - kurs przewodnika turystycznego dla seniorów, opracowanie tras dla seniorów w Borach Tucholskich (ASOS); "Bory Tucholskie w Kujawsko -Pomorskich Konstatacjach Dobrych Miejs" 2017r. -organizacja warsztatów dotyczących poszukiwania propozycji UDP (Woj. Kuj. -Pomorskie); "Poznajemy zakamarki Kujawsko-Pomorskich Konstatacji dobrych miejsc (Bory Tucholskie)" 2018r. - (Woj, Kuj. -Pomorskie); „Jedźcie z blogiem! Dobre relacje promują Konstatacje - Bory Tucholskie” 2019 (Woj. Kuj.- Pomorskie); „Chwała w necie, dla dorosłych i dla dzieci - utworzenie systemu informatycznego promującego Bory Tucholskie” 2020-2021 (PROW); „Bory Tucholskie – błękit i zieleń w Kujawsko Pomorskich Konstatacjach Dobrych Miejs -

organizacja szkolenia dotyczącego bezpieczeństwa w turystyce" 2021 (PROW);
Bory Tucholskie - naturalnie! 2022 r. (Powiat Tucholski);
Rowerem przez Powiat Tucholski- szkolenie instruktorów 2023 r. (Powiat Tucholski);
Święto Turystyki Naturalnej w Borach Tucholskich 2024 r. (K-POT, Powiat Tucholski, Powiat Świecki);
Śladami budziszów tożsamości Borowiaków Tucholskich 2024 r. (Narodowe Centrum Kultury).

2. Zasoby kadrowe, rzeczowe i finansowe oferenta, które będą wykorzystane do realizacji zadania

Zasoby kadrowe

Planujemy wykorzystanie w projekcie wysoce wykwalifikowanej kadry, o wieloletnim doświadczeniu w działaniach na rzecz rozwoju turystyki oraz w realizacji i rozliczaniu projektów, w tym projektów Unijnych.

Koordinator: doświadczenie przy realizacji i rozliczeniu min. 3 projektów społecznych, min. 3 lata doświadczenia w działalności związanej z turystyką

Księgowość: zewnętrzne biuro rachunkowe prowadzące księgowość organizacji od wielu lat, zarówno w zakresie działalności bieżącej, jak i projektowej

Zarząd organizacji: zapewni bieżący monitoring realizacji działań projektowych, Zarząd posiada doświadczenie nadzorowaniu projektów, członkowie Zarządu posiadają wieloletnie doświadczenie zarówno przygotowaniu i realizacji projektów, jak i w ich rozliczaniu i ewaluacji.

Zasoby rzeczowe

Posiadamy biuro (z dostępem do biurka, internetu, telefonu, drukarki, szafy na akta itp.), posiadamy dostęp do sali konferencyjnej umożliwiającej organizację spotkań roboczych i niewielkich konferencji (z dostępem do toalety, zaplecza socjalnego, rzutnika itp.). Pomieszczenia te są dostępne także dla osób z niepełnosprawnościami, odpowiadają ustawowym wymogom dostępności. Posiadamy też bazę danych z adresami podmiotów zajmujących się turystyką, obejmującą zarówno członków naszej organizacji jak i podmioty spoza tego grona.

Zasoby finansowe

Nasza sytuacja finansowa jest stabilna, mamy zagwarantowane wpływy w postaci składek członkowskich oraz pozyskujemy środki na realizację projektów. Koszty stałe są minimalne (zatrudnienie personelu ma charakter wyłącznie projektowy). Posiadamy rezerwy finansowe pozwalające nam na poniesienie ew. nieprzewidzianych wydatków i gwarantujące prawidłową realizację zadania.

Przewidywana suma środków finansowych spoza dotacji: 1 060,00 zł

- *Wkład własny finansowy w kwocie: 1 060,00 zł, w tym:*
 - *Środki finansowe własne w kwocie: 1 060,00 zł*
 - *Środki finansowe z innych źródeł publicznych: 0,00 zł*
 - *Pozostałe środki finansowe w kwocie: 0,00 zł*
- *Świadczenia pieniężne od odbiorców zadania w kwocie: 0,00 zł*

V. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

V.A Zestawienie kosztów realizacji zadania								
(w sekcji V-A należy skalkulować i zamieścić wszystkie koszty realizacji zadania niezależnie od źródła finansowania wskazanego w sekcji V-B)								
Lp.	Rodzaj kosztu	Rodzaj miary	Koszt jednostkowy [PLN]	Liczba jednostek	Wartość [PLN]			
					Razem	Rok 1	Rok 2	Rok 3 ⁴⁾
I.	Koszty realizacji działań							
I.1	Działanie 1 - Przygotowanie projektu				1 060,00	1 060,00	-	

V.B Źródła finansowania kosztów realizacji zadania			
Lp.	Źródła finansowania kosztów realizacji zadania	Wartość [PLN]	Udział [%]
1.	Suma wszystkich kosztów realizacji zadania	21 060,00	100,00
2.	Planowana dotacja w ramach niniejszej oferty	20 000,00	94,97
3.	Wkład własny ⁵⁾	1 060,00	5,03
3. 1.	Wkład własny finansowy	1 060,00	5,03
3. 2.	Wkład własny niefinansowy (osobowy i rzeczowy)	0,00	0,00
4.	Świadczenia pieniężne od odbiorców zadania	0,00	0,00

V.C Podział kosztów realizacji zadania pomiędzy oferentów ⁶⁾					
Lp.	Źródło finansowania kosztów realizacji zadania	Wartość [PLN]			
		Razem	Rok 1	Rok 2	Rok 3 ⁷⁾
1.	Oferent 1	-	-	-	-
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		-	-	-	-

VI. Inne informacje

1. Deklaracja o zamiarze odpłatnego lub nieodpłatnego wykonania zadania publicznego.
2. Działania, które w ramach realizacji zadania publicznego będą wykonywać poszczególni oferenci oraz sposób ich reprezentacji wobec organu administracji publicznej – w przypadku oferty wspólnej.
3. Inne działania, które mogą mieć znaczenie przy ocenie oferty, w tym odnoszące się do kalkulacji przewidywanych kosztów oraz oświadczeń zawartych w sekcji VII.

Deklaracja o zamiarze odpłatnego lub nieodpłatnego wykonania zadania publicznego.

Nie przewiduje się odpłatności wykonania zadania publicznego.

Działania, które w ramach realizacji zadania publicznego będą wykonywać poszczególni oferenci oraz sposób ich reprezentacji wobec organu administracji publicznej – w przypadku oferty wspólnej.

Nie dotyczy

Sposób reprezentacji

Inne działania, które mogą mieć znaczenie przy ocenie oferty, w tym odnoszące się do kalkulacji przewidywanych kosztów oraz oświadczeń zawartych w sekcji VII.

Wkład własny rzeczowy do projektu

Wkład własny rzeczowy obejmuje udostępnienie: Biura projektu wraz z wyposażeniem (komputer, Internet, drukarka), Zaplecza technicznego (rzutnik, Internet, toalety). Choć ten wkład rzeczowy nie został ujęty w budżecie ze względu na trudności w jego udokumentowaniu, jego wartość wynosi nie mniej niż 1500 zł.

Uzasadnienie kosztów przewidzianych w projekcie:

I.1.1 Praca członków Zarządu

Realizacja projektu nie byłaby możliwa bez nieodpłatnej pracy członków Zarządu. Ich zadania obejmują: Spotkania z personelem projektowym, Wsparcie merytoryczne działań projektowych, szczególnie w fazie przygotowawczej.

I.1.2 Promocja i organizacja naboru

Ten punkt obejmuje: Przygotowanie i promocję regulaminów naboru, Ewaluację formularzy naboru i wybór uczestników, Informowanie uczestników oraz mediów (tradycyjnych i społecznościowych). Ze względu na szeroki zakres działań realizacja w założonych godzinach będzie wyzwaniem.

VII. 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(-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* / właściwą ewidencją*;

6) wszystkie informacje podane w ofercie oraz załącznikach są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;

7) 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 dotyczą te dane, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych.

PREZES
LGD „Bory Tucholskie”

Magdalena Kurpiumiec.....

Data Tuchols 23.07.2025

WICEPREZES
LGD „Bory Tucholskie”

Michał Bucholz.....

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

Załączniki:

1. Aktualny odpis z rejestru lub wyciąg z ewidencji (w przypadku braku wpisu do KRS) *(fakultatywny - złożony elektronicznie)*
2. Szczególne upoważnienie osób do reprezentowania oferenta *(fakultatywny)*
3. Dokument potwierdzający upoważnienie do działania w imieniu oferenta w przypadku złożenia oferty wspólnej *(fakultatywny)*
4. Umowa partnerska, oświadczenie lub list intencyjny w przypadku projektów z udziałem partnera *(fakultatywny)*
5. Umowa lub statut 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)*
6. Oświadczenie RODO i o spełnieniu wymagań służących zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, o których mowa w art. 6 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz. U. z 2024 poz. 1411) *(obligatoryjny - złożony elektronicznie)*
7. Statut/regulamin (w przypadku braku określenia działalności statutowej w dokumencie rejestrowym) *(fakultatywny)*
8. Pełnomocnictwa udzielone przez zarząd główny w przypadku składania oferty przez terenowe oddziały organizacji, które nie posiadają osobowości prawnej *(fakultatywny)*

¹⁾ Wypełnić jedynie w przypadku, gdy oferta została złożona w związku z ogłoszonym przez organ otwartym konkursem ofert. Należy wskazać rodzaj zadania, o którym mowa w art. 13 ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, wynikający z ogłoszenia o otwartym konkursie ofert.

²⁾ Dotyczy zakresu działania tej części zadania, która będzie realizowana przez podmiot niebędący

Status oceny: Pozytywna
 Numer oferty: ST-II-Z.616.2.4.2025
 Tytuł oferty: Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca
 Nazwa organizacji / grupy: Lokalna Grupa Działania "Bory Tucholskie"
 Data: 2025-06-10 16:12

Karta Oceny Formalnej

oferty złożonej w konkursie:

30/2025 Rozwój i promocja turystyki w województwie kujawsko-pomorskim - edycja druga

Lp.	Tytuł	Wartość
1.	Czy oferta została złożona przez podmiot uprawniony?	Tak
2.	Czy cele statutowe podmiotu są zgodne z konkursem (ze sferą pożytku publicznego określoną w konkursie)?	Tak
3.	Czy oferta stanowi odpowiedź na przedmiotowy konkurs? (cele/tematyka konkursu)	Tak
4.	Czy oferta została złożona w terminie określonym w ogłoszeniu o konkursie?	Tak
5.	Czy jest zachowany wymagany minimalny wkład własny w budżecie zadania?	Tak
6.	Czy zadanie spełnia dodatkowe kryteria, ustalone dla zadań wieloletnich?	nie dotyczy
7.	Czy jest zachowana górna/dolna granica dotacji, określona w regulaminie konkursu?	Tak
8.	Czy oferta została złożona wyłącznie w niniejszym konkursie? (dotyczy konkursów ogłoszonych przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego)	Tak
9.	Czy do oferty zostały załączone skany wymaganych załączników: a) dokumenty rejestrowe: - dokument rejestrowy (z wyłączeniem odpisu z KRS), statut (w przypadku braku określenia działalności statutowej w dokumencie rejestrowym); - w przypadku braku wpisania podmiotu do rejestru ogólnodostępnego (dot. stowarzyszeń zwykłych, rejestrów prowadzonych przez starostów, itp.) dokument rejestrowy, statut/regulamin (w przypadku braku określenia działalności statutowej w dokumencie rejestrowym), upoważnienia/ppełnomocnictwa do reprezentacji podmiotu.	Tak
10.	Czy do oferty zostały załączone skany wymaganych załączników: b) umowa lub statut w przypadku, gdy oferent jest spółką prawa handlowego, o której mowa w art. 3 ust. 3 pkt 4 ustawy kopia innego dokumentu rejestrowego (z wyłączeniem odpisu z KRS)	nie dotyczy
11.	Czy do oferty zostały załączone skany wymaganych załączników: c) inne – wymagane regulaminem konkursu (np.: pełnomocnictwa, ewentualne umowy partnerskie, listy intencyjne, oświadczenia: RODO, o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, itp.)	Tak

Status oceny: Pozytywna
 Numer oferty: ST-II-Z.616.2.4.2025
 Tytuł oferty: Turystyka Naturalna w Borach Tucholskich – promocja, integracja, współpraca
 Nazwa organizacji / grupy: Lokalna Grupa Działania "Bory Tucholskie"

Karta Oceny Merytorycznej

oferty złożonej w konkursie:

30/2025 Rozwój i promocja turystyki w województwie kujawsko-pomorskim - edycja druga

Lp.	Kryterium	Wynik oceny
1	Możliwość realizacji zadania publicznego (w odniesieniu do priorytetów i celów konkursu): (0,00 - 16) a) Syntetyczny opis zadania: (max 6 pkt) - Czy wskazano i opisano miejsce realizacji zadania? - Czy wskazano i opisano grupę docelową zadania? - Czy wskazano i opisano sposób rozwiązywania jej problemów/zaspokojenia potrzeb? - Czy wskazano i opisano komplementarność z innymi działaniami podejmowanymi przez organizację lub inne podmioty? - Czy wskazano i opisano cel zadania? - Jakiego znaczenia ma zadanie dla środowiska lokalnego lub regionalnego oraz dla sfery zadań publicznych, w ramach której będzie realizowane? (max 3 pkt) b) Plan i harmonogram działań: (max 4 pkt) - Czy uwzględniono i opisano wszystkie działania projektu w porządku logicznym? - Czy określono uczestników poszczególnych działań? - Czy określono miejsce i terminy ich realizacji? c) opis zakładanych rezultatów realizacji zadania (ilościowe i jakościowe): (max 3 pkt) - Czy wymieniono bezpośrednie efekty realizacji oferty? - Czy opisano jaką zmianę społeczną zostanie osiągnięta poprzez realizację zadania? - Czy efekty po zakończeniu realizacji zadania będą trwałe?	13,00
	<i>Członek komisji konkursowej 1</i> brak wskazania w opisie terminów realizacji	
2	Analiza i ocena realizacji zleconych zadań publicznych, w przypadku organizacji, które w okresie ostatnich trzech lat realizowały zlecone zadania publiczne /rzetelność, terminowość, sposób rozliczenia otrzymanych na ten cel środków w ramach konkursów w trybie pożytku publicznego, ogłaszanych przez Zarząd Województwa Kujawsko-Pomorskiego/ (0,00 - 3) Ocena obejmuje organizacje, które wcześniej terminowo i prawidłowo rozliczyły dotację – inne nie otrzymują punktu	3,00

3	Charakterystyka Oferenta (doświadczenie oferenta oraz zasoby osobowe i rzeczowe. (0,00 - 9) a) W jakim stopniu poziom kwalifikacji i doświadczenia osób zaangażowanych w realizację zadania jest adekwatny do zaplanowanych działań (ocenie podlega również opis kwalifikacji) (max 4 pkt) b) Doświadczenie organizacji w realizacji podobnych zadań - dotyczy oferenta i partnerów (merytoryczne i co do skali projektu) (max 3 pkt) c) Czy oferta zakłada partnerstwo formalne lub nieformalne, które przyczyni się do skutecznej realizacji projektu? W jakim stopniu do realizacji zadania zaangażowano różne środowiska (z wyłączeniem odbiorców zadania) (max 2 pkt)	9,00
4	Kryteria strategiczne - a) Projekt jest realizowany przez podmiot, działający nie dłużej niż 2 lata (liczy się data wpisu, rejestracji w KRS lub innym rejestrze bądź data utworzenia) (0,00 - 1)	0,00
5	Kryteria strategiczne - b) Projekt jest realizowany przez podmiot mający swoją siedzibę w jednym z powiatów charakteryzujących się najniższą aktywnością na danym terenie (0,00 - 1) Powiaty charakteryzujące się najniższą aktywnością zostaną wskazane w poszczególnych regulaminach konkursowych	0,00
6	Prawidłowość i przejrzystość budżetu. (0,00 - 5) /czy budżet jest prawidłowo sporządzony, kompleksowy, czytelny (zrozumiały,) czy jest zachowana kwalifikowalność kosztów, kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego, w tym w odniesieniu do zakresu rzeczowego zadania/	3,00
7	Efektywność ekonomiczna zadania. (0,00 - 10) /adekwatność proponowanych kosztów do planowanych działań, zasadność przyjętych stawek jednostkowych w odniesieniu do średnich cen rynkowych, relacje kosztów do planowanych rezultatów/	6,00
<i>Członek komisji konkursowej 1</i> niektóre koszty nie są rozpisane w związku z czym brak im uzasadnienia, np. podsumowanie działań		
8	Planowany udział środków finansowych własnych lub środków pochodzących z innych źródeł na realizację zadania publicznego oraz planowany wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków) i rzeczowy (0,00 - 5)	2,00
<i>Członek komisji konkursowej 1</i> brak wkładu osobowego i rzeczowego		
SUMA PUNKTÓW		36,00