

UPROSZCZONA OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

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

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

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta	Urząd Miasta Łodzi, Wydział Kultury
2. Rodzaj zadania publicznego ¹⁾	Sfera zadań publicznych: kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury i dziedzictwa narodowego

II. Dane oferenta(-tów)

1. Nazwa oferenta(-tów), forma prawna, numer w Krajowym Rejestrze Sądowym lub innej ewidencji, adres siedziby, strona www, adres do korespondencji, adres e-mail, numer telefonu	Fundacja ARTematywa, KRS 0000822267, ul. Sporna 72 m. 18, Łódź 91-748, http://arternatywa.eu/ , grupa.arternatywa@gmail.com , nr kontaktowy 507 244 980
2. Dane osoby upoważnionej do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej)	

III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

1. Tytuł zadania publicznego	"E-stetyczne migawki Łodzi"			
2. Termin realizacji zadania publicznego ²⁾	Data rozpoczęcia	17.08.2020	Data zakończenia	13.11.2020
3. Syntetyczny opis zadania (wraz ze wskazaniem miejsca jego realizacji)	Projekt "E-stetyczne migawki Łodzi" zakłada stworzenie 3 unikatowych animowanych filmów krótkometrażowych (5-8 minut), które zostaną zrealizowane w Łodzi. Każda z animacji opowie o wyjątkowych miejscach charakterystycznych dla naszego miasta:			

- Park "Śledzia" i jego okolice - to miejsce z bogatą historią sięgającą początków miasta, będzie punktem wyjścia do ukazania wielokulturowości Łodzi;
- obszary związane z postindustrialnym dziedzictwem Łodzi, w których aktualnie odradza się życie (m.in. Muzeum Książki Artystycznej, Art_Inkubator, Off Piotrkowska);
- budynki o cennych walorach architektonicznych (Domus, Central czy Manhattan) - budowle będące symbolami przyszłości, rozwoju i modernizacji miasta, będą tem dla opowieści o niedawnych dążeniach Łodzi do nowoczesności.

Filmy będą spełniały funkcje: edukacyjną, artystyczną oraz promocyjną (pro-turystyczną). Wartością edukacyjną dla widza będzie możliwość obcowania z historią i kulturą miasta poprzez doświadczenie filmowych narracji wypełnionych faktami i anegdotami. Zachętą do odwiedzenia miasta będzie doświadczenie filmowego e-oprowadzania zrealizowanego przy pomocy technik animacyjnych połączonych z autentycznymi materiałami archiwalnymi (m.in.: fotografie, pocztówki, ryciny).

Celem projektu jest zapis i popularyzacja lokalnego dziedzictwa. Realizacja cyklu filmów "E-stetyczne migawki Łodzi" jest szczególnie ważna ze względu na tempo zachodzących przemian w sposobach funkcjonowania łódzkiej społeczności, ale również zmianach zagospodarowania tkanki miejskiej. W ramach projektu chcemy odtworzyć historie z łódzkiej przestrzeni kulturowo - społecznej, które dotychczas nie zostały wyczerpująco opowiedziane. Stworzyć materiał, który zabierze widza w sentymentalną podróż, w świat 'migawek' z bogatej historii Łodzi. Narrację zbudujemy w oparciu o narzędzia i metody z pogranicza faktografii historycznej, gawędy miejskiej i publicystyki etnograficznej (fragmenty wywiadów, anegdoty mieszkańców, archiwalia). Dla lokalnej społeczności, takie podejście zawiera ładunek zarówno kulturotwórczy, jak i integracyjny. Wykorzystanie wybranych środków wyrazu nadaje przedsięwzięciu nowatorski charakter.

Do współpracy zaprosimy łódzkich artystów i twórców (m.in.: fotografa, grafika-animatora, muzyka). Ich dotychczasowa aktywność została ograniczona w dobie kryzysu pandemicznego, dlatego realizacja projektu będzie formą promocji ich twórczości. W projekt zaangażowani zostaną również przedstawiciele lokalnej społeczności, którzy "realizują szereg ważnych funkcji ekonomicznych (świadczenie usług), społecznych (budowanie tożsamości), politycznych (zarządzanie)" (źródło: https://mfiles.pl/pl/index.php/Spo%C5%82ecznie%C5%9B%C4%87_lokalna).

Realizacja filmów pełniących funkcję "e-przewodników" jest szczególnie istotna w obliczu kryzysu pandemicznego. Aktualne badania



wielką szansę dla mikroturystyki – podróży krótkich, często weekendowych, organizowanych indywidualnie i zazwyczaj mających charakter lokalny lub regionalny. Skorzystają na tym przede wszystkim te destynacje, które do tej pory nie były najbardziej oczywistym wyborem urlopowym(...)”. Dlatego tak ważne jest przygotowywanie atrakcyjnych materiałów zachęcających do eksploracji chociażby własnego miasta lub okolic, ponieważ (...) jeszcze dalej posuniętą formą mikroturystyki jest nakłonienie mieszkańców miast i aglomeracji do zwiedzania swojego miejsca zamieszkania². W związku z tym, grupą odbiorczą będą mieszkańcy naszego miasta, w szczególności ci nowoprzybyli, obcokrajowcy, turyści uprawiający mikroturystykę. O rosnącej liczbie osób zainteresowanych mikroturystyką świadczą m.in. dane z polskiej wyszukiwarki Google. Obserwujemy duże dodatnie nachylenie krzywej trendu dla wyszukiwań słowa "kamper". Wzrost liczby zapytań sięga kilkudziesięciu procent, zarówno w porównaniu do okresu sprzed początku pandemii Covid19, jak i analogicznych okresów w poprzednich latach (źródło: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2020-01-01%202020-12-31&geo=PL&q=kamper>). Wskazuje to na zmianę preferencji konsumentów i duży potencjał wzrostu popytu na rynku ściśle komplementarnym z mikroturystyką.

Jak podaje Urząd Miasta Łodzi "blisko 1/5 mieszkańców Łodzi to cudzoziemcy, w większości zza wschodniej granicy." (źródło: <https://umi.lodz.pl/aktualnosci/artikel/w-lodzi-przybywa-cudzoziemcow-id28687/2019/6/19/>) Pomimo wzrostu liczby wschodnich sąsiadów i łatwości z jaką się asymilują, obserwujemy bardzo ograniczone działania, mające na celu promocję kultury polskiej i lokalnej w tej grupie. Analiza ofert na rynku kultury wskazuje także lukę w ofercie wydawnictw działających w tym segmencie kultury. Zbieżne opinie wyrażają przedstawiciele środowiska łódzkich artystów oraz obcokrajowcy przebywających w regionie (wnioski na podstawie przeprowadzonych wywiadów m.in z osobami korzystającymi z usług szkół międzynarodowych w Łodzi).

W wyniku przyjętych założeń, projekt przyczyni się do przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu i kulturowemu (obcokrajowców, oraz osób niepełnosprawnych np. o ograniczonej mobilności i niedosłyszących). Aby umożliwić im uczestnictwo w kulturze naszego miasta, udostępnimy materiały z opcją wyświetlania napisów w języku angielskim i polskim oraz zapewnimy promocję filmów w portalach społecznościowych i informacyjnych. Działania te będą zgodne z łódzkim standardem dostępności. W celu dotarcia do obcokrajowców wykorzystamy media społecznościowe, m.in. grupy zrzeszające na portalu Facebook, takie jak: "Foreigners in Łódź", "ESN UŁ University of Łódź 2020/2021". W każdym działaniu przyświeca nam idea uniwersalnego projektowania.

Zadanie będzie składało się z trzech etapów. W pierwszym etapie zaczniemy od opracowania szczegółowego planu działań przez koordynatora i dotarcia do uwzględnionych w projekcie miejsc/obszarów kultury, które staną się tematem poszczególnych filmów. W tym celu stworzona zostanie szczegółowa lista i harmonogram realizacji materiałów z przydziałem dla realizatorów projektu. Podczas spotkań z przedstawicielami instytucji, miejsc kultury czy po prostu mieszkańcami, planujemy rejestrację rozmów oraz spisywanie anegdot, kopiowanie materiałów archiwalnych. Po kwerendzie prywatnych zbiorów, kolejnym zadaniem będzie zbieranie materiałów w archiwach, bibliotekach, antykwariatach oraz przygotowywanie skanów i zdjęć w odpowiedniej rozdzielczości przy pomocy profesjonalnego fotografa. Na podstawie zebranych materiałów stworzymy 3 scenariusze do filmów.

Drugi etap zakłada sukcesywną realizację materiałów filmowych przy współpracy ze specjalistami oraz działania promocyjne. W tym celu prześlemy grafikowi/Animatorowi zgromadzone zasoby audiowizualne oraz scenariusze, które posłużą do stworzenia elementów animacji. Koordynator zleci muzykowi stworzenie podkładów muzycznych. Równolegle przygotowywane będą napisy w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej oraz nagrania lektora, w wersji polskiej. Po dostarczeniu wszystkich niezbędnych elementów przez wymienionych specjalistów przejdziemy do montażu animacji, przy uwzględnieniu merytorycznej narracji, według sporządzonych scenariuszy. Etap realizacji będzie dotyczył także działań promocyjnych, ważnym zadaniem będzie stworzenie przez grafika krótkich materiałów promocyjnych (gifów-zajawek) na podstawie przygotowywanych filmów. Materiały promocyjne zostaną udostępnione głównie na portalach społecznościowych, takich jak: Pinterest, Instagram, a przede wszystkim Facebook, gdzie na fanpage'u fundacji (<https://www.facebook.com/fundacjaARTernatywa/>) utworzymy kolejno 3 wydarzenia, informujące o udostępnianiu filmów w cotygodniowym cyklu na stronie internetowej fundacji (www.arternatywa.eu). Kolejnym działaniem promocyjnym będzie kontakt z wybranymi mediami (m.in. Radio Kapitał, Radio Żak) przed publikacją pierwszego materiału w sieci.

W trzecim etapie rozpoczniemy dystrybucję filmów w założonej kolejności. Każda z powstałych w projekcie animacji będzie publikowana na stronie internetowej Fundacji ARternatywa za pośrednictwem serwisu Vimeo lub YouTube. Kontakt przez portale społecznościowe wykorzystamy jako narzędzie, dzięki któremu zainicjujemy również dyskusje na tematy poruszane w filmach, co pomoże włączyć żywo odbiorców. Przewidujemy również organizację co najmniej 3 publicznych pokazów we współpracy z innymi instytucjami, m.in. Biblioteką Miejską, Polskim Związkiem Głuchych (w Klubie Podróżnika) oraz Łódzkim Domu Kultury. Sposób i termin realizacji projekcji będzie dostosowany do panujących warunków w związku z aktualną sytuacją epidemiologiczną. Ww. instytucje kultury pomogą nam dotrzeć do wybranych grup odbiorców (m.in. poprzez profile w serwisie Facebook, czy newslettery).

¹ Jacek Cieśiewicz, *Turystyka po koronawirusie – nowe trendy [w:]* *Recepta dla turystyki. Informator WOT*, str. 29. (źródło: https://www.wot.org.pl/wp-content/uploads/Informator_koronawirus_wot.pdf)

² Tamże

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

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

4. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego		
Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
stworzenie 3 animowanych filmów edukacyjno-popularyzatorskich do dystrybucji online	3	linki do strony, na której będą zamieszczone filmy
upowszechnienie filmów wśród grupy odbiorców	3 000 odbiorców	statystyki odtworzeń/pobrań
zaangażowanie lokalnych artystów w realizację projektu	3 osoby	dokumenty potwierdzające współpracę (umowy bądź faktury)
zorganizowanie spotkań - projekcji filmów we współpracy z Biblioteką Miejską, Łódzkim Domem Kultury i Polskim Związkiem Głuchych	3 projekcje	dokumentacja fotograficzna

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

W 2019 roku działaliśmy jako grupa nieformalna - ARTernatywa. W tym czasie zdołaliśmy zorganizować kilka wydarzeń m.in. targ staroci wraz z grupą nieformalną Krzyżówka, gry miejskie z Agencją APLAN MEDIA dla EXPO Łódź 2024, projekt teatralny "Z teatrem przez świat", współrealizowany z domem kultury AOiA dla dzieci i młodzieży ze środowisk defaworyzowanych, wieczór poetycki w kawiarni Szykier, a także performans dla środowiska artystycznego w Łodzi. Każda z przyszłych fundatorek miała również okazję podejmować indywidualną współpracę z wieloma instytucjami, takimi jak Centrum Dialogu im. M. Edelmana, Akademicki Ośrodek Inicjatyw Artystycznych czy Muzeum Sztuki w Łodzi. Ważnym punktem w rozwoju działań grupy było otrzymanie wsparcia w postaci mikrograntu z Centrum Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich OPUS. Dzięki temu przeprowadziliśmy cykl warsztatów z elementami języka angielskiego dla seniorów w Łódzkim Domu Kultury, stworzyliśmy identyfikację graficzną (logotyp, wizytówki) oraz stronę internetową stanowiącą jeden z ważniejszych punktów działań promocyjnych naszej fundacji. W tym czasie, poszerzyliśmy naszą wiedzę z zakresu zarządzania, korzystaliśmy z doradztwa prawnego i finansowego oraz uczestniczyliśmy w szkoleniach merytorycznych.

Od stycznia 2020 formalnie działamy jako Fundacja ARTernatywa. Zakres działalności fundacji obejmuje usługi w obrębie edukacji kulturalnej, takie jak: spacer tematyczny, gry miejskie, wydarzenia kulturalno-integracyjne ("Przeptyw"), warsztaty ("Warsztaty ze wspomnień"), konwersacje tematyczne w językach obcych ("Kulturalne pogad@nki"), produkcja materiałów edukacyjnych, np. broszur, mapek, nagrań rozszerzających wiedzę zdobywaną podczas naszych zajęć, w szczególności w formie (podcastów). Realizacja projektu "E-stetyczne migawki Łodzi" wpisuje się ściśle w program i misję przyświecającą fundacji. Jest to punkt niezbędny do rozwoju dalszej tego typu działalności, mocno ukierunkowanej na nowych odbiorców i poszerzenie oferty. Realizacja projektu "E-stetyczne migawki Łodzi" pozwoli na zdobycie nowych umiejętności, profesjonalne udostępnienie autorskich materiałów, a także współpracę z różnymi twórcami, z którymi mamy nadzieję realizować przyszłe projekty. Ze względu na brak własnej siedziby, działania staramy się współorganizować z innymi organizacjami czy instytucjami, które dysponują przestrzeniami warsztatowymi. Chętnie też działamy mobilnie, w przestrzeni miasta, np. podczas gier miejskich.

Karolina Karolak - prezes Fundacji ARTernatywa. Absolwentka łódzkiego liceum plastycznego, magister historii sztuki (UŁ). Pracuje jako koordynator w Dziale Realizacji Wystaw w Muzeum Sztuki w Łodzi. Koordynowała wydarzenia artystyczno-kulturalne, np. Festiwal Galeria Urban Forms, Międzynarodowa Konferencja Aesthetic Energy of The City, Stary Rynek restART, MuraLove gry, festiwal "Streets of Manufaktura". Współpracowała z UŁ przy konferencji InnoConcrete Workshop, zrealizowała wystawę fotografii architektury T. Sumińskiego. Koordynator gier miejskich, m. in. dla EXPO Horticultural 2024. W projekcie odpowiedzialna za koordynację, merytoryczną i artystyczną koncepcję projektu, zbieranie materiałów, wolontarystyczne pisanie scenariuszy.

Ada Słowikowska - wiceprezes. Magister sztuki (Akademia Muzyczna w Łodzi), magister filologii romańskiej (UŁ). Prowadziła zajęcia muzyczno-ruchowe w British International School of the University of Łódź, zajęcia teatralne w liceum 34 im. K. Kieślowskiego w Łodzi. Odbiła staż w AOIA, gdzie współtworzyła i realizowała projekt "Z teatrem przez świat" oraz opracowała muzycznie spektakl "Piekielniebo". Uczestniczyła w koncertach edukacyjnych, kursach i projektach w zakresie muzyki, teatru czy storytellingu. W projekcie odpowiedzialna za gromadzenie materiałów audio oraz przygotowanie podkładów muzycznych, wolontarystyczne pisanie scenariuszy.

Sonia Szechowska - sekretarz. Absolwentka filozofii i socjologii (UŁ). Uczestniczyła w wielu warsztatach dla animatorów kultury. Jako członkini stowarzyszenia Sztuka Obiecana zrealizowała grę miejską "Szlakiem znanych łodzianek". Współpracowała z Centrum Dialogu, Fundacją Urban Forms, gdzie prowadziła warsztaty z edukacji artystycznej. Pracuje w Bibliotece Miejskiej w Łodzi. W projekcie odpowiedzialna za realizację wywiadów, pisanie scenariuszy, gromadzenie i tłumaczenie materiałów audio-wizualnych oraz wolontarystyczną promocję projektu.

Witold Krymays - artysta fotograf. Członek Związku Polskich Artystów Fotografików oraz Łódzkiego Towarzystwa Fotograficznego. Związany z łódzkim środowiskiem fotograficznym od początku lat 70. Miejsce szczególne w jego twórczości zajmuje fotografia poruszona, fotografia architektury, fotografię kreacyjną, fotografię portretową – od 1982 roku prowadzi atelier w Łodzi. Aktywny uczestnik świata kultury, juror konkursów fotograficznych. W projekcie odpowiedzialny za udostępnienie zbiorów materiałów fotograficznych oraz przygotowanie skanów i plików potrzebnych do realizacji animacji.

Adrian Ciszek - absolwent Wydziału Sztuk Wizualnych ASP w Łodzi. Jego realizacje łączą grafikę warsztatową, cyfrową i animacje. Jego projekty związane są z Łodzią, jej tkanką miejską. Kilukrotnie stypendysta, otrzymał m.in. stypendium artystyczne Marszałka Województwa Łódzkiego; rektorskie na ASP w Łodzi oraz stypendium ramach programu One Asia. Brał udział w wystawach (Prime Time - najlepsze dyplomy magisterskie, wystawa indywidualna w przestrzeni Księżego Młyna, Międzynarodowego Biennale małej formy graficznej w Belgii). W projekcie odpowiedzialny jest za stworzenie i montaż 3 filmów animowanych oraz przygotowanie materiałów promocyjnych.

IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego

Lp.	Rodzaj kosztu	Wartość PLN	Z dotacji	Z innych źródeł
1.	Wynagrodzenie dla artysty-animatora przygotowującego animację - projekt, montaż (umowa c-p)	6 000 zł	6 000 zł	0
2.	Wynagrodzenie koordynatora projektu (umowa c-p)	800 zł	800 zł	0
3.	Wynagrodzenie dla muzyka za realizację dźwięku do filmów (umowa c-p)	800 zł	800 zł	0
4.	Koszt usługi finansowej i księgowej (faktura)	1 000 zł	1 000 zł	0
6.	Promocja w mediach społecznościowych (faktura)	200 zł	200 zł	0
7.	Koszt usługi digitalizacji materiałów, wykonanie zdjęć przez fotografa, pokrycie kosztów uzyskania licencji/majątkowych praw autorskich (faktura)	400 zł	400 zł	0
8.	Wynagrodzenie za przygotowanie scenariuszy do filmów oraz tłumaczenie i przygotowanie napisów (umowa c-p)	800 zł	800 zł	0
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		10 000 zł	10 000zł	0

V. Oświadczenia

Oświadczam(-my), że:

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

.....
Karolina Komolek

Ada Siawkowska

Data 29.05.2020r.

29.05.2020r.

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