

**PREZYDENT  
MIASTA KALISZA**

Kalisz, dnia 31 lipca 2018 r.

WSR.BR.525.1.2018

**KOMUNIKAT**

Prezydent Miasta Kalisza informuje, że została złożona oferta na realizację zadania z zakresu działalności wspomagającej rozwój wspólnot i społeczności lokalnych w trybie art. 19a ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, tytuł zadania: *Kobiety w historii Kalisza. Działania edukacyjne i kulturalne wokół książki Wszystko dla pań. Alternatywny przewodnik po Kaliszu i okolicy.*

Uwagi dotyczące oferty można zgłaszać na piśmie w terminie 7 dni od dnia zamieszczenia oferty bezpośrednio w Biurze Rewitalizacji, Główny Rynek 20, pok. nr 11 na parterze w godzinach pracy urzędu.

Prezydent Miasta Kalisza

/.../

Grzegorz Sapiński

*P. J. Dęciński*  
*P. K. Otrębski*  
*mgr Urszula Bogacz*  
*mgr Stefan Kłobucki*  
*P. I. Gnesław*

Załączniki do rozporządzenia Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 24.07.2018 r. (poz. ...)

**URZĄD MIASTA KALISZA**  
**SEKRETARIAT PREZYDENTA**  
 WPL. DNIA 26. LIP. 2018  
 Nr kor. ....  
 Ilość zał. .... Podpis .....

**URZĄD MIASTA KALISZA**  
**KANCELARIA OGÓLNA**  
 WPL. DNIA 26. LIP. 2018  
 Nr kor. 002018.07.12343  
 Ilość zał. .... Podpis .....

**URZĄD MIASTA KALISZA**  
**WYDZIAŁ KULTURY I SZTUKI, SPORTU I TURYSTYKI**  
 WPL. DNIA 27. LIP. 2018  
 Ilość zał. .... Podpis .....

**UPROSZCZONA OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO**

**POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:**  
 Oferty 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**

<b>1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta</b>	Prezydent Miasta Kalisz		
<b>2. Tryb, w którym złożono ofertę</b>	Art. 19a ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie		
<b>3. Rodzaj zadania publicznego</b>	Działalność wspomagająca rozwój wspólnot i społeczności lokalnych		
<b>4. Tytuł zadania publicznego</b>	Kobiety w historii Kalisza. Działania edukacyjne i kulturalne wokół książki „Wszystko dla pań. Alternatywny przewodnik po Kaliszu i okolicy”		
<b>5. Termin realizacji zadania publicznego</b>	Data rozpoczęcia	02.09.2018	Data zakończenia 30.11.2018

**II. Dane oferenta (-ów)**

<b>1. Nazwa oferenta (-ów), forma prawna, numer Krajowego Rejestru Sądowego lub innej ewidencji, adres siedziby oraz adres do korespondencji (jeżeli jest inny od adresu siedziby)</b>	
Nazwa: Stowarzyszenie Promocji Sztuki Łyżka Mleka, Numer Krs: 0000371951, Kod pocztowy: 62-800, poczta: Kalisz, Miejscowość: Kalisz, ulica: Dworcowa 6/6. Adres do korespondencji: taki sam jak adres oferenta.	
<b>2. Inne dodatkowe dane kontaktowe, w tym dane osób upoważnionych do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. numer telefonu, adres poczty elektronicznej, numer faksu, adres strony internetowej)</b>	Dane kontaktowe: Adres Email: lvzkamleka@gmail.com, Numer telefonu: 602325016; Adres strony: http://lvzkamleka.poezia-art.eu, Dane osób upoważnionych: Imię i nazwisko: Izabela Fietkiewicz-Paszek, Adres Email:

**III. Zakres rzeczowy zadania publicznego**

<b>1. Opis zadania publicznego proponowanego do realizacji wraz ze wskazaniem, w szczególności celu, miejsca jego realizacji, grup odbiorców zadania oraz przewidywanego do wykorzystania wkładu osobowego lub rzeczowego</b>
---

*1*

„Wszystko dla pań” autorstwa Anny Tabaki to alternatywny przewodnik po Kaliszu i okolicy. Publikacja przedstawia portrety historycznych postaci związanych z Kaliszem i regionem, które stają się przewodnikami po mieście. Bohaterkami przewodnika jest 20 postaci (19 kobiet i 1 mężczyzna) z wielu epok, od średniowiecza (bł. Jolenta) przez 1917 r. (pomoc ligi kobiet dla legionistów internowanych w podkaliskim Szczypiornie) po współczesność. Wśród bohaterek przewodnika znalazły się m.in. patriotki, społeczniczki, nauczycielki i lekarki, a zarazem postaci do tej pory nieobecne w społecznej świadomości (Melania Parczewska, Emilia Bohowicz, Maria Scholtzowa, Maria Gałczyńska, Debora Gross-Schinagel, Felicja Łączkowska), kobiety bardzo znane (Maria Dąbrowska, Maria Konopnicka, księżna Izabella Czartoryska), wybitne artystki (Alina Szapocznikow), literatki odkrywane ponownie, wadzące się z historią i polskością (Wanda Karczewska), oraz często bezimienne służące, prostytutki i robotnice, które tworzyły pejzaż miasta przez stulecia. Portret męski jest dedykowany Adamowi Chodyńskiemu, wielkiemu kronikarzowi i historykowi Kalisza, obrońcy praw kobiet do samostanowienia (autonomiczności, wolności zarobkowania, decydowania o sobie). Sylwetki kobiet stanowiąc będą punkt wyjścia do działań popularyzujących również samą historię Kalisza, ale pokażą ją z nowej perspektywy. W centrum uwagi znajdują się kobiety i ich codzienność — zarówno postaci wybitne, zasłużone dla miasta i kraju, jak i bezimienne postaci, które tworzyły obraz miasta przez stulecia.

Kalisz przez wiele lat budował swoją tożsamość głównie w oparciu o jego najdawniejsze dzieje. W narracji tej brakowało i nadal brakuje perspektywy życia codziennego czasów nieodległych oraz historii osób, zasłużonych dla miasta lub ważnych w perspektywie ogólnopolskiej, z którymi kaliszanie i kaliszanki mogliby się identyfikować i w oparciu o historię których mogliby budować zbiorową tożsamość. Spalone przez Prusaków w 1914 roku śródmieście Kalisza oraz dwie wojny światowe oprócz zniszczenia miasta, miały też swój niszczycielski wpływ na tożsamość historyczną, społeczną i kulturową kaliszian. Wiedza o lokalnych postaciach historycznych, zwłaszcza kobiecych, jest bardzo niska zarówno wśród młodego, jak i starszego pokolenia. Powszechna jest opinia, że to w większych miastach działa się i dzieje się Historia. Potrzebne jest rozszerzenie narracji, która ze świeżej perspektywy i w kreatywny sposób odnosić będzie się do postaci i miejsc związanych z Kaliszem oraz przywróci je do zbiorowej pamięci. Rozmowy ze środowiskiem uczestników i twórców kultury potwierdzają tę potrzebę, a wydarzenia, proponujące właśnie taką narrację, cieszą się niestabnym zainteresowaniem kaliszank i kaliszian (np. cykliczne spotkania „Fotoplastikon” z autorką publikacji). Anna Tabaka ma w Kaliszu i regionie stałe grono publiczności, zainteresowane „starym Kaliszem”, mieszkającymi w nim ludźmi, ich obyczajami, stylem życia). Opowieść o Kaliszu poprzez historię kobiet, skrótkowo zaprezentowane dwukrotnie przez autorkę na Uniwersytecie III Wieku (liczba słuchaczy - ok. 200 osób), rozbudziła zainteresowanie projektem i podsycała oczekiwanie na książkowe wydanie.

Główny tekst przewodnika powstał w ramach stypendium Marszałka Województwa Wielkopolskiego przyznanego Annie Tabace w 2016 r. w dziedzinie kultury. Druk publikacji planowany jest na wrzesień 2018 r. i jest finansowany ze środków Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego oraz Miasta Kalisza.

W ramach zadania planowane są następujące działania, dzięki którym publikacja i przedstawione w niej postaci kobiece zaprezentowane zostaną szerokiej publiczności i zafunkcjonują poza samym przewodnikiem, m.in. w przestrzeni publicznej i wirtualnej:

1) prowadzenie facebookowego profilu, działania media relations, koordynacja działań promocyjnych — działania w kanale społecznościowym (Facebook) zostaną zaplanowane w taki sposób, żeby w pełni wykorzystać potencjał tego medium oraz dotrzeć do szerokiej grupy odbiorców pośrednich i bezpośrednich (młodzieży i osób dorosłych). Dzięki dostępowi do licznych atrakcyjnych materiałów (archiwaliów, ilustracji, tekstów, wycinków prasowych itd.) oraz wykorzystując stworzone na potrzeby publikacji grafiki i ilustracje, będziemy systematycznie i aktywnie aktualizować facebookowy profil publikacji, tworząc wartościowy merytorycznie i artystycznie kontent. Strategia naszego działania w tym

zakresie zaspokoi potrzebę odbiorców tych kanałów na interesujące treści oraz atrakcyjność wizualną i merytoryczną materiałów. Profil facebookowy będzie także dla odbiorców zadania źródłem wiedzy na temat kolejnych działań w ramach projektu. Profil będzie prowadzony także po zakończeniu zadania publicznego. W ramach działań promocyjnych będą prowadzone także działania media relations, zakładające przygotowanie i rozdysponowanie minimum trzech informacji prasowych do mediów lokalnych i ogólnopolskich na temat zadania.

Aby wzbogacić materiały promocyjne o interesujące treści nawiązano współpracę w Archiwum Państwowym w Kaliszu, dysponującym szerokimi źródłami wizualnymi i tekstowymi.

2) dwa spacer w przestrzeni miasta — to wydarzenia skierowane do wszystkich grup odbiorców (młodzieży, osób dorosłych i seniorów). Każdy z dwóch spacerów zostanie poświęcony innej postaci, opisywanej w publikacji, a scenariusz każdego z nich zostanie przygotowany w taki sposób, aby zaspokoić potrzeby i uszanować możliwości wszystkich grup społecznych i demograficznych (m.in. każdy spacer będzie angażował jego uczestników w przebieg i dzięki temu będzie atrakcyjny również dla osób młodych, każdy spacer będzie trwał do 1,5 godziny, a na jego trasie zostaną zaplanowane przystanki na odpoczynek). Oba spacer w będą prowadzone przez obszar rewitalizowany Miasta Kalisza. Na trasie spaceru będą zaplanowane przystanki przy miejscach ważnych dla wybranych postaci z książki. Miejsca te dla uczestników spacerów - mieszkańców obszaru rewitalizowanego - mogą nabrać nowych znaczeń lub wzmocnić znaczenia, związane z historią postaci książkowych (wśród miejsc na trasie znajdują się przykładowe miejsce: pl. Kilińskiego - Dobora Gross-Schinagel; Babina 2 - Helena Semadeniowa; Zbieg Głównego Rynku z Piekarską - Bazar Szkolny Marii Gałczyńskiej; ul. Św. Stanisława - „Zytki”; zbieg ulic Parczewskiego i Piskorzewskiej - dąb i budynek dawnego Domu Dziecka; Kilińskiego 4, Pałac Puchalskiego - Maria Konopnicka). Naszym celem jest jak największe zainteresowanie spacerami mieszkańców obszaru rewitalizowanego oraz mieszkańców miejsc na trasie spacerów. W toku spaceru i na przystankach w trakcie spaceru będziemy zachęcać przechodniów do dołączenia do grupy.

3) jedno spotkanie autorskie/konferencja prasowa — to spotkanie autorskie i konferencja prasowa w jednym. Wydarzenie będzie skierowane do wszystkich odbiorców bezpośrednich projektu (młodzieży, osób dorosłych i seniorów) oraz przedstawicieli mediów. Spotkanie umożliwi interakcję publiczności z autorką i zadawanie pytań. W swoim charakterze spotkanie będzie odwoływać się do organizowanych już przez nas spotkań z autorką, dzięki czemu zachęci do uczestniczenia dotychczasową publiczność tego typu spotkań. Spotkanie autorskie/konferencja prasowa odbędzie się w wybranej lokalizacji na obszarze rewitalizowanym Miasta Kalisza.

Szczególnie cenne dla realizacji celów projektu są działania w przestrzeni miasta, które pozwolą na osobiste spotkanie z autorką osób starszych. Dla wielu seniorów, związanych całe życie z Kaliszem i regionem, realizacja projektu i działania w jego ramach, mogą mieć także charakter sentymentalny (część seniorów mogła znać osobiście wybrane postaci kobiece lub pamiętać opisywane wydarzenia i miejsca). Takie międzypokoleniowe spotkanie może być również cenne dla pozostałych osób, biorących udział w spacerach i spotkaniu autorskim/konferencji prasowej.

4) warsztat — w ramach zadania przeprowadzony zostanie jeden warsztat o charakterze artystyczno-merytorycznym, w czasie którego jego uczestnicy będą twórczo pracować nad historiami wybranych postaci kobiecych. Celem warsztatu będzie zaangażowanie jego uczestników w proces oraz pogłębione poznanie wybranych postaci. Warsztat odbędzie się na obszarze rewitalizowanym Miasta Kalisza - w zależności od warunków pogodowych przewidujemy warsztat prowadzony na otwartym powietrzu lub w pomieszczeniu w dogodnej lokalizacji.

5) nagrania wideo — wyprodukowane na potrzeby projektu nagrania wideo uatrakcyjnią komunikację w kanale social media, ale będą także osobnym narzędziem dotarcia do odbiorców projektu. Poprzez nagrania wypowiedzi przedszkolaków z kaliskich przedszkoli, o projekcie dowiedzą się także pracownicy placówek i rodzice dzieci. Materiały te będą miały charakter rozrywkowy, dlatego ich odbiorcami będzie przede wszystkim młodzież i osoby dorosłe.

6) przygotowanie materiałów promocyjnych — na potrzeby promocji publikacji oraz prezentowanych postaci kobiecych wyprodukowane zostaną torby promocyjne oraz plakaty, dystrybuowane podczas działań organizowanych w ramach zadania.

Miejsce realizacji: Kalisz i wielkopolska.

Cele zadania:

- zwiększenie poziomu aktywności i partycypacji mieszkańców obszaru rewitalizowanego i mieszkańców pozostałych części Kalisza w wydarzeniach o charakterze kulturalnym i edukacyjnym poprzez organizację otwartych dla szerokiej publiczności spacerów szlakiem wybranych postaci kobiecych i spotkania autorskiego/konferencji prasowej. Dzięki otwartemu charakterowi oraz niestandardowej formule, spacerzy nie tylko zwiększą wiedzę na temat prezentowanych we „Wszystko dla pań” postaci kobiecych i historii Kalisza opowiadanej z osobistej perspektywy, ale również zachęcą do dalszego uczestniczenia w zadaniu. Spacerzy będą miały także charakter integrujący lokalną społeczność jako wydarzenia kulturalno-edukacyjne, skierowane i dostosowane do zróżnicowanych odbiorców o różnym wieku i statusie społecznym. Podobnie otwarty charakter będzie miało spotkanie autorskie/konferencja prasowa,
- zwiększenie poziomu uczestnictwa osób zagrożonych wykluczeniem w wydarzeniach o charakterze kulturalno-edukacyjnym dzięki bezpłatnemu charakterowi spacerów, spotkania autorskiego/konferencji prasowej i warsztatu merytoryczno-artystycznego,
- włączanie osób starszych w działania o charakterze kulturalnym oraz zwiększenie poziomu ich uczestnictwa w życiu publicznym poprzez organizację spaceru, otwartego i dostosowanego do zróżnicowanej grupy odbiorców, w tym także do seniorów oraz spotkania autorskiego/konferencji prasowej o podobnie otwartym charakterze,
- wsparcie instytucji edukacji formalnej w zakresie zwiększenia wiedzy o wybitnych kaliszankach oraz ich losach i osiągnięciach, w tym zwiększenie wiedzy wśród dzieci i młodzieży oraz rozbudzenie zainteresowania lokalną historią ukazaną z nowej i atrakcyjnej dla współczesnego odbiorcy perspektywy, za pomocą nowoczesnych narzędzi, takich jak facebookowy profil zadania (w którym prezentowane będą treści także edukacyjne i artystyczne) i nagrania wideo, które będą okazją do promowania idei, prezentowanej w książce „Wszystko dla pań”,
- kształtowanie świadomych własnej tożsamości postaw mieszkanki i mieszkańców Kalisza i okolic poprzez popularyzację życiorysów opisywanych kobiet i opisu życia miasta oraz tworzenie zachęt do integrowania się mieszkańców miasta wokół promowanej idei zadania,
- przywrócenie pamięci o losach kobiet ważnych dla historii Kalisza i regionu, do tej pory nieobecnych w społecznej świadomości oraz budowanie poprzez tożsamości mieszkańców obszaru rewitalizowanego,
- wypromowanie lokalnego dziedzictwa kulturowego w skali miasta i regionu poprzez popularyzację wiedzy o losach kobiet w polskich miastach, a dzięki temu budowanie poczucia dumy z bogatej

i różnorodnej historii miasta wśród mieszkańców Kalisza, co pozytywnie wpłynie także na zwiększenie aktywności i identyfikację kaliszczan z własnym miastem,

- wzmocnienie narracji o Kaliszu jako mieście o bogatej i zróżnicowanej tradycji, co wpłynie pozytywnie na integrację mieszkańców, skupionych wokół idei przedstawionej w książce „Wszystko dla pań”, identyfikowanie się mieszkańców (w tym przede wszystkim kobiet) z miastem oraz rozwój lokalnej wspólnoty - zdecydowana większość działań w ramach zadania zostanie zrealizowana na obszarze rewitalizowanym Miasta Kalisza.

#### Grupy odbiorców:

Bezpośrednimi odbiorcami projektu są młodzież i osoby pełnoletnie mieszkające w Kaliszu i regionie, zainteresowane historią Kalisza i regionu oraz chcące poszerzyć swoją wiedzę w tym zakresie. To osoby, związane z Kaliszem, dla których temat publikacji jest świeży i atrakcyjny literacko. To także osoby aktywnie uczestniczące w spotkaniach o tematyce historycznej, zajmujące się historią, zabytkami i kulturą.

Drugą grupę osób z Kalisza i regionu stanowią osoby, które nie znają historii Kalisza lub znają ją słabo, ale dla których temat publikacji jest atrakcyjny, wpisuje się w trend opowiadania o historii z osobistej perspektywy i z perspektywy kobiet. To osoby, które interesują się szeroko pojętymi kwestiami społecznymi, kulturalnymi i historycznymi, związanymi z lokalnymi społecznościami i ośrodkami miejskimi.

Szacujemy, że bezpośrednimi odbiorcami projektu jest grupa około 2500 osób w Kaliszu i regionu.

#### Pośredni odbiorcy projektu:

To osoby, mieszkające poza Kaliszem i regionem (zarówno mieszkańcy miast dużych, wojewódzkich, jak i mieszkańcy miast o podobnej wielkości co Kalisz), dla których interesująca jest tematyka projektu: lokalne ujęcie historii opowiedzianej z kobiecej perspektywy oraz świeża narracja o mieście i mieszkających w nim społecznościach. Od lat obserwujemy zainteresowanie lokalnością w projektach literackich, artystycznych czy społecznych (np. projekt i publikacja „Miasto Archipelag” F. Springera, projekt Łódzki Szlak Kobiet, Uliczka cieszyńskich kobiet czy wystawa „Obywatelki. Kobiety Śląska Cieszyńskiego dla Niepodległej”). Jesteśmy przekonani, że realizacja naszego projektu wpisuje się w to zapotrzebowanie. Szacujemy, że tę grupę odbiorców może stanowić 5 000 osób w całej Polsce.

## 2. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego

1. Zwiększenie poziomu aktywności i partycypacji mieszkańców obszaru rewitalizowanego i mieszkańców pozostałych części Kalisza w wydarzeniach o charakterze kulturalnym i edukacyjnym.
2. Zwiększenie poziomu uczestnictwa osób zagrożonych wykluczeniem w wydarzeniach o charakterze kulturalno-edukacyjnym.
3. Włączenie osób starszych w działania o charakterze kulturalnym oraz zwiększenie poziomu ich uczestnictwa w życiu publicznym.
4. Wzrost aktywnego zainteresowania uczestników zadania wybranymi postaciami kobiecymi i inną perspektywą w opowiadaniu o historii Kalisza.
5. Rozbudzenie zainteresowania lokalną historią i przywrócenie pamięci o losach kobiet ważnych dla historii Kalisza w skali miasta i regionu.
6. Utrwalenie postaw świadomych własnej tożsamości mieszkańców i mieszkank.
7. Upowszechnienie w skali miasta, regionu i kraju wiedzy o losach kobiet ważnych dla historii Kalisza oraz o losach społeczności miasta.
8. Zwiększenie wiedzy na temat losów i osiągnięć kobiet związanych z Kaliszem, wykształcenie zainteresowania lokalną historią, utrwalenie postaw świadomych własnej tożsamości mieszkańców i mieszkank.
9. Przeprowadzenie dwóch spacerów performatywnych dla ok. 20 osób każdy.
10. Utworzenie i prowadzenie jednego profilu społecznościowego (Facebook).
11. Przeprowadzenie jednego spotkania o charakterze spotkania autorskiego/konferencji prasowej.
12. Przeprowadzenie jednego warsztatu dla grupy ok. 20 osób.

**IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego** (w przypadku większej liczby kosztów istnieje możliwość dodania kolejnych wierszy)

Lp	Rodzaj kosztu	Koszt całkowity (zł)	do poniesienia z wnioskowanej dotacji (zł)	do poniesienia ze środków finansowych własnych, środków pochodzących z innych źródeł, wkładu osobowego lub rzeczowego (zł)
1.	Prowadzenie facebookowego profilu (koszty wynagrodzenia: 3 miesiące x 5 godzin x 55 zł), działania media relations (koszty wynagrodzenia: 3 miesiące x 5 godzin x 55 zł), koordynacja działań promocyjnych (koszty wynagrodzenia 3 miesiące x 10 godzin x 55 zł)	3 300	3 300	-
2.	Prowadzenie spacerów performatywnych (koszty wynagrodzenia prowadzącego spacer, przygotowanie scenariusza spacerów: 2 x 750 zł)	1 500	1 500	-

3.	Przeprowadzenie konferencji prasowej/ spotkania autorskiego (wynagrodzenie prowadzącego, wynagrodzenie prelegentów, koszty wynajmu sali, koszty materiałów prasowych)	700	700	-
4.	Przygotowanie i przeprowadzenie warsztatu (wynagrodzenie prowadzącego, koszty materiałów)	1 500	1 500	-
5.	Przygotowanie materiałów filmowych	1 000	1 000	-
6.	Przygotowanie materiałów promocyjnych (gadżety)	2 000	2 000	-
<b>Koszty ogółem:</b>		10 000	10 000	-

Oświadczam(-y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne będzie realizowane wyłącznie w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy ~~pobieranie~~\*/niepobieranie\* świadczeń pieniężnych od adresatów zadania;
- 3) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;
- 4) oferent\*/oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega (-ja)\*/zalega (-ja)\* z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych;
- 5) oferent\*/oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega (-ja)\*/zalega (-ja)\* z opłacaniem należności z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne.

STOWARZYSZENIE PROMOCJI SZTUKI

*Beata Katarzyna Dąbrowska*  
 .....  
 Beata Katarzyna Dąbrowska .....  
 .....  
 PREZES ZARZĄDU

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

STOWARZYSZENIE PROMOCJI SZTUKI

**ŁYŻKA MLEKA**

[www.lyzkamleka.poezja-art.eu](http://www.lyzkamleka.poezja-art.eu)  
 ul. Dworcowa 6/6, 62-800 Kalisz  
 tel. 602 325 016, 601 22 99 73  
[lyzkamleka@gmail.com](mailto:lyzkamleka@gmail.com)

REGON 301611423 NIP 6182127671

Data 24.07.2018

**Załącznik:**

W przypadku gdy oferent nie jest zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym – potwierdzona za zgodność z oryginałem kopia aktualnego wyciągu z innego rejestru lub ewidencji.