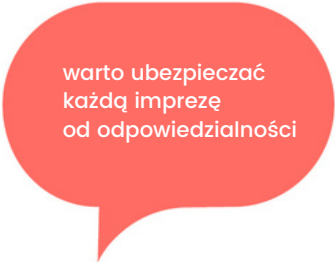


## Notatka 6.

### Jak zorganizować imprezę fundraisingową (webinarium 30 września 2021)

**Żadna społeczność nie jest zbyt mała, by zorganizować imprezę i żaden cel nie jest zbyt błahy, by zorganizować zbiórkę publiczną, festyn czy kiermasz. Jakie są prawne i formalne zasady organizacji takich wydarzeń? Czego powinien dopilnować organizator? O czym pamiętać, gdy zaprasza innych do wspólnej zabawy?**

#### Impreza masowa



warto ubezpieczać  
każdą imprezę  
od odpowiedzialności

Zanim zorganizujesz, upewnij się, czy Twoje wydarzenie spełnia kryteria imprezy masowej. Jej organizatorem może być każdy, także osoba fizyczna; niekoniecznie trzeba mieć organizację. Definicję imprezy masowej znajdziesz w ustawie o bezpieczeństwie imprez masowych, która nakłada na organizatora szereg obowiązków formalnych i organizacyjnych. Trzeba m.in. zdobyć opinię straży pożarnej, zapewnić bezpieczeństwo medyczne, wyposażyć miejsce imprezy w gaśnicę, przygotować regulamin wydarzenia. Jest jednak **dużo wyłączeń spod ustawy** i imprezą masową nie jest np. wydarzenie w filharmonii, nawet jeśli publiczność przekracza 1000 osób, ale widownia jest przewidziana na tak dużą liczbę osób.

Bez względu na wielkość imprezy, każdej towarzyszy pewne ryzyko, dlatego warto ją **ubezpieczyć od odpowiedzialności cywilnej**. Dodatkowo, jeśli podczas imprezy potrzebujesz zapewnić opiekę dla dzieci, musisz zweryfikować czy zaangażowana do tego osoba nie figuruje w prowadzonym przez Ministerstwo Sprawiedliwości rejestrze sprawców przestępstw na tle seksualnym.

## Na początek – zasoby

to właśnie zasoby są fundamentem każdej imprezy

Przygotowując imprezę, myśl celami – po co ją organizujesz, co chcesz uzyskać: zebrać pieniądze na cel charytatywny? Promować organizację? Integrować społeczność? Potem sprawdź, jakie masz zasoby (np. ludzi, umiejętności, sprzęt), bo to one nakreślą horyzont możliwości organizacyjnych, pokażą, co możesz zrobić o własnych siłach, a co przy wsparciu osób i organizacji z zewnątrz. Zastanów się, czy masz przestrzeń reklamową (potencjał reklamowy), którym możesz przyciągnąć sponsorów (np. koszulki przy biegu, streaming imprezy, przy którym może pojawić się reklama sponsora), media społecznościowe i obserwującą je społeczność.

## Prawo a imprezy fundraisingowe

proste imprezy dają efekt przy niewielkim nakładzie pracy organizacyjnej

Nie ma żadnych specjalnych przepisów regulujących organizację imprez fundraisingowych typu: aukcja, licytacja, wyprzedaż garażowa czy organizacja stoiska na festynie. **Wszystko to jest formą sprzedaży**, która nie wymaga zgłaszania gdziekolwiek, ani zakładania na tę okoliczność działalności gospodarczej. Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa prowadzona w sposób ciągły. Jeśli więc okazjonalnie prowadzisz sprzedaż, nie spełnia ona kryterium ciągłości. Kwalifikuje się ją jako tzw. **czynność pomocniczą**, którą organizacja może prowadzić sporadycznie i nieregularnie obok swojej działalności podstawowej.

Osoba fizyczna też może sprzedawać swoje rzeczy na rzecz organizacji i nie musi w tym celu zakładać działalności gospodarczej pod warunkiem, że sprzedaje daną rzecz po co najmniej pół roku od nabycia.

## Dobre praktyki

dobre działania  
oparte są  
na prostych pomysłach

Przy organizacji np. akcji charytatywnej zaproponuj uczestnikom dużo **zróżnicowanych działań**, które przyciągną osoby z różnymi potrzebami. Wśród atrakcji może być: licytacja, loteria fantowa, malowanie buzi dla dzieci, obecność animatorów zabaw. Maksymalnie wykorzystaj fakt, że już coś organizujesz i poświęcasz temu czas, dlatego obuduj wydarzenie wieloma elementami, zwłaszcza jeśli są bezkosztowe, bo oparte na własnych lub użyczonych zasobach.

Liczą się **proste pomysły** na działanie, które w dodatku można powtarzać co roku, np. malowanie bombek świątecznych i ich licytację. Jeśli dodatkowo umiesz wstrzelić się w **potrzeby ludzi**, osiągniesz większą skuteczność działania. Pamiętaj też, że ludzie kochają historie i rzeczy, które mają swoją indywidualność, tożsamość – ta wiedza może Ci się przydać w przygotowywaniu fantów na loterię lub przedmiotów na aukcję.

## Zbiórka publiczna

zbiórka nie zawsze  
musi być do puszki

Zbiórka publiczna jest formą łatwą organizacyjnie i dostępną dla każdej organizacji. Może towarzyszyć każdego typu imprezie. Ale **im kreatywniejszy będzie pomysł na zbieranie pieniędzy, tym bardziej działanie będzie efektywne**. Przykładowo mogą jej towarzyszyć działania angażujące uczestników, dodatkowe przyjemności – np. częstowanie kawą czy ciastem, wspólna zabawa czy działania społeczne, element rywalizacji. Warto dopytać też lokalnych przedsiębiorców, by podarowali coś, czym można urozmaicić zbiórkę, np. właśnie kawę. Znajdziesz jedną firmę, pojawi się kolejna – przecież nikt nie chce odstawać od reszty!


Pamiętaj jedynie, że zbiórkę publiczną należy zgłosić na [www.zbiorki.gov.pl](http://www.zbiorki.gov.pl) Zajmie Ci to jedynie 10-15 minut. Za niezgłoszenie grozi utrata całego efektu zbiórki i grzywna.

dobre działania  
oparte są  
na prostych pomysłach

## Co lubią firmy

Jakie atuty może widzieć w Tobie biznes? Że działasz z sercem, że masz oddanych wolontariuszy, że współpracują z Tobą autentyczni i zwyczajni ludzie, że masz siedzibę w centrum i być może przestrzeń reklamową w internecie, bo Twój profil obserwuje wiele osób. Do firmy możesz zwracać się nie tylko po pieniądze, ale też po wsparcie rzeczowe, ufundowanie voucherów, udostępnienie przestrzeni. **Szukaj firm, które mogą mieć powód do wspierania Ciebie**, bo produkują coś, co jest zbieżne z Twoimi celami lub adresowane do podobnej grupy docelowej. Spójność Twojego przekazu z oczekiwaniami firmy może okazać się kluczowa dla otrzymania wsparcia.

Pamiętaj, że **darowizna i sponsoring to jednak dwa różne modele finansowania**. Darowizna jest bezinteresowna z punktu widzenia firmy – może ona liczyć na rozgłos czy podziękowania, ale nie może od tego uzależniać wsparcia, byłoby to bowiem świadczenie wzajemne – nie musi towarzyszyć jej żadna umowa, odbywa się poza podstawową działalnością gospodarczą firmy. Natomiast sponsoring jest elementem promocji i marketingu, na który przeznaczają się dużo większy budżet niż na działania charytatywne, czyli darowiznę. O ile darowiznie nie musi towarzyszyć zawieranie umowy, to sponsoringowi najczęściej już tak (choć czasami jest ona błędnie nazywana "umową darowizny") i dotyczy gwarantowania firmie pewnych świadczeń promocyjnych na jej rzecz. **Bądź czujny na spójność nazwy umowy z jej faktycznym charakterem**, bo będzie to dla Ciebie oznaczało konieczność wystawienia faktury za np. wystawienie banera określonej firmy, czyli de facto sprzedaż przestrzeni reklamowej. Dlatego warto, abyś wiedział, o co prosisz firmę: czy chcesz zaproponować usługę promocyjną czy prosisz o darowiznę.



co na loterię,  
co na licytację

## Mała charytatywna loteria fantowa

W przeciwieństwie do aukcji czy wyprzedaży mała charytatywna loteria fantowa jest podporządkowana ustawie o grach hazardowych. Co prawda jej organizacja nie wymaga zezwoleń, ale **trzeba ją zgłosić do urzędu celno-skarbowego**. Na stronie [www.biznes.gov.pl](http://www.biznes.gov.pl) znajdziesz wzory, jak i gdzie ją zgłosić. Uwaga: za niezgłoszenie małej loterii fantowej grozi kara do 10 tysięcy zarówno dla organizatorów, jak i uczestników wydarzenia.

Atrakcyjność małej loterii fantowej polega na tym, że łączna wartość wszystkich losów, które możesz wyprodukować, jest zależna od łącznej wartości nagród dzielonej przez 0,3. Oznacza to – w dużym uproszczeniu – że na każdej rzeczy możesz zarobić około trzykrotnie więcej niż wynosi jej wartość. Jeśli dostajesz rzeczy w darowiźnie, przemyśl jednak, co chcesz dać na loterię fantową, a co na licytację. Rzeczy wyjątkowo cenne, o wartości sentymentalnej, nieobliczalnej wartości rynkowej, wystaw na licytację, bo możesz za nie uzyskać dużo wyższą cenę niż możesz zakładać. Miłośnik czy kolekcjoner potrafi zapłacić wiele za rzecz, która pasuje do jego zbiorów. Rzeczy, których wartość możesz ustalić, daj na loterię fantową, bo tu spieniężysz rzeczy łatwe do oszacowania pod względem wartości. Na małą loterię fantową warto też dać rzeczy, które produkują nasi podopieczni w ramach jakiegoś projektu, a których nie możemy sprzedać.

## Przydatne linki

Ustawa o bezpieczeństwie imprez masowych:

<http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20090620504/U/D20090504Lj.pdf>

Rejestr sprawców przestępstw na tle seksualnym:

<https://www.gov.pl/web/sprawiedliwosc/pobierz-informacje-z-rejestru-sprawcow-przestepstw-na-tle-seksualnym>

Ustawa o grach hazardowych:

<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20092011540/U/D20091540Lj.pdf>

Strony inspiracji: [proanima.pl](http://proanima.pl), <https://biurorekordow.pl/rekordy-guinnessa/>

Bezpłatne porady księgowe dla organizacji społecznych:

<https://frso.pl/doradztwo/>