



Narodowy
Instytut
Muzyki
i Tańca

SZTUKA FUNDRAISINGU w świecie tańca

Przewodnik
po finansowaniu
ze środków
prywatnych



Sztuka fundraisingu w świecie tańca

Przewodnik po finansowaniu ze środków prywatnych

Projekty artystyczne i kulturalne mają ogromny potencjał w rozwijaniu fundraisingu prywatnego – a dziś dostępnych jest więcej narzędzi niż kiedykolwiek. **Kluczem do sukcesu jest wybór metody dopasowanej do własnych możliwości, wartości i charakteru działań.** Fundraising to także narzędzie do rozwoju publiczności, budujące relacje z Twoimi odbiorcami i partnerami. Kultura jest ważna nie tylko dla nas, ale także dla naszych odbiorców i odbiorczyń. Poprzez wspólne zaangażowanie tworzymy przestrzeń, w której każdy może współtworzyć i dbać o rozwój kultury.

Przygotowaliśmy dla Ciebie krótki, praktyczny przewodnik po świecie fundraisingu prywatnego, który pomoże Ci zorientować się w dostępnych możliwościach.

Autorka:

Maria Zięba, sztukafundraisingu.pl



Edukacja fundraisingowa – od czego zacząć?

Fundraisingu można się nauczyć! W Polsce działa coraz więcej inicjatyw edukacyjnych, które pomagają osobom ze świata kultury rozwijać umiejętności budowania relacji z darczyńcami i pozyskiwania środków prywatnych.

- **Kursodrom** – program e-learningowy dla kadr ngo i instytucji, w tym między innymi cykl kursów dotyczących fundraisingu: kursodrom.pl
- **Fundacja Akademia Organizacji Obywatelskich (FAOO)** – kursy i szkolenia fundraisingowe i menadżerskie: faoo.pl
- **Polskie Stowarzyszenie Fundraisingu** – szkolenia i wsparcie eksperckie: fundraising.org.pl

- **Sztuka fundraisingu** – edukacja fundraisingowa dla kadr kultury i przegląd dobrych praktyk: sztukafundraisingu.pl
- **Promo & Fund** – edukacja fundraisingowa i marketingowa dla NGO: promofund.pl
- **Portal NGO.pl** współpraca ngo z biznesem – [o CSR na ngo.pl](http://oCSR.na.ngo.pl)
- **Portal NGO.pl** – poradnik i wiele przydatnych materiałów publicystycznych i edukacyjnych na temat finansowania niepublicznego organizacji pozarządowych [jak finansować NGO](http://jakfinansowacNGO.pl)

Co o nas wiedzą nasi odbiorcy i odbiorczynie?

Bardzo często nasi odbiorcy i odbiorczynie nawet nie wiedzą, że mogą nas wspierać.

Ozy na stronie internetowej Twojej instytucji lub organizacji widnieje wyraźny komunikat, zachęcający do współpracy lub wsparcia? Jak opowiadasz o swoich działaniach i wartościach, które mogą inspirować do zaangażowania?

Warto zastanowić się nad tym, czy ta narracja jasno przekazuje misję i potrzeby organizacji.

Na dobry początek – zadbaj o podstawowe narzędzia do pracy!

Fundraising to nie tylko zbieranie środków w momencie potrzeby – to ciągły proces budowania zaufania i relacji. Aby skutecznie rozwijać współpracę z darczyńcami i partnerami biznesowymi, warto zadbać o podstawowe narzędzia, które powinny być zawsze gotowe i aktualne.

Co powinno znaleźć się w Twoim niezbędniku fundraisingowym?

- **Strona internetowa** z widoczną informacją o możliwościach wsparcia i/lub współpracy (zakładki typu „Wesprzyj nas”, „Współpraca”, „Oferta”) oraz zintegrowanym systemem wpłat darowizn online (np. Payu, Przelewy24, czy bezpłatna wtyczka ngo.pl – wplacam.ngo.pl).
- **Aktualne dane o realizowanych projektach** – prowadzone i zbierane na bieżąco, gotowe do przedstawienia potencjalnym darczyńcom, komunikowane na stronie www i w social mediach.
- **Broszura lub prezentacja online** – czytelny materiał, który w prosty sposób przedstawia Twoją działalność, wartości i osiągnięcia, portfolio.
- **Wzór umowy darowizny** – przygotowany wcześniej dokument, który można szybko przesłać firmie lub osobie prywatnej zainteresowanej wsparciem.
- **Wizytówki** – zarówno fizyczne, jak i cyfrowe, które łatwo przekazać podczas spotkań i wydarzeń.
- **Monitoring mediów** – zbieranie informacji o obecności organizacji w mediach.
- Jeśli prowadzisz organizację pozarządową – odpowiednie zapisy w statucie organizacji (cele pożytku publicznego, źródła przychodów) są podstawą do przyjmowania darowizn i współpracy z biznesem.

Dbaj o komunikację fundraisingową przez cały rok:

- Regularnie aktualizuj informacje na stronie internetowej i w mediach społecznościowych.
- Utrzymuj kontakt z darczyńcami i partnerami – wysyłaj podziękowania, pokazuj efekty wsparcia, opowiadaj o zmianach, które wspólnie osiągniecie.
- Buduj świadomość, na czym polega Twoja praca i jak Twoje działania wpływają na społeczność.
- Dbaj o spójny przekaz, który angażuje ich w Twoją misję.
- Przygotuj krótką prezentację o sobie, Twojej organizacji lub instytucji, którą zawsze masz „w zasięgu ręki” na spotkania czy wysyłkę do zainteresowanych firm i instytucji.

Portale crowdfundingowe – wybór platform

Crowdfunding to popularna forma finansowania projektów kulturalnych poprzez drobne wpłaty wielu osób. W Polsce działa kilka platform, które umożliwiają szybkie założenie kampanii i skuteczne dotarcie do społeczności. Po wybraniu dla siebie platformy, warto na etapie tworzenia profilu lub zbiórki skontaktować się z doradcami tej platformy lub skorzystać z bezpłatnych materiałów edukacyjnych zamieszczanych często przez te portale na przykład na platformie Youtube.com. Obecnie większość tych platform umożliwia również fundraising subskrypcyjny, czyli regularne wpłaty. Dużym udogodnieniem jest np. możliwość ustawienia takiej regularnej wpłaty za pośrednictwem BLIKa, bez konieczności podawania danych.

Zrzutka.pl – zrzutka.pl

Uniwersalna platforma do zbiórek na dowolne cele (społeczne, prywatne, artystyczne).

- Brak obowiązkowej prowizji podstawowej – tylko opłaty za płatności online.
- Wpłaty możliwe w dowolnym momencie, bez czekania na zakończenie zbiórki.
- Możliwość zakładania skarbonek – małych, indywidualnych celów w ramach większej zbiórki.
- Możliwość uruchomienia wpłat cyklicznych (abonamentowych).

PolakPotrafi.pl – polakpotrafi.pl

Platforma crowdfundingu kreatywnego dla projektów artystycznych, społecznych i innowacyjnych.

- Możliwość wyboru dwóch modeli zbiórki:
 - „Wszystko albo nic” (pieniądze trafiają tylko przy osiągnięciu celu) lub
 - „Bierzesz ile zbierzesz” (otrzymujesz wszystkie wpłaty niezależnie od celu).
- Wpłata po zakończeniu zbiórki, zgodnie z wybranym modelem.
- Możliwość tworzenia skarbonek powiązanych z główną kampanią.
- Aktualnie brak opcji wpłat cyklicznych.

BuyCoffee.to – buycoffee.to

Serwis do przyjmowania mikrodarowizn od użytkowników („wirtualne kawy”) – idealny dla twórców, artystów, organizacji kultury.

- Wpłata środków na żądanie, po zgromadzeniu minimalnej kwoty (ok. 50 zł).
- Skarbonki jako takich nie ma – ale każda strona działa jak indywidualny cel.
- Wpłaty cykliczne są dostępne – użytkownik może ustawić stałe wsparcie miesięczne.

Pomagam.pl – pomagam.pl

Platforma specjalizująca się w zbiórkach na cele społeczne, zdrowotne i kulturalne.

- Wpłaty możliwe na bieżąco, po osiągnięciu minimum 100 zł.
- Pomagam.pl pobiera niewielką prowizję + opłatę operatora płatności.
- Możliwość tworzenia skarbonki – osobnych celów przypisanych do głównej zbiórki.
- Dostępne są wpłaty cykliczne (comiesięczne).



Fundraising subskrypcyjny

Budowanie społeczności regularnych darczyńców to świetny sposób na stabilne wsparcie projektów artystycznych. Dziś możesz to zrobić dzięki prostym narzędziom opartym na subskrypcjach.

Patronite.pl – patronite.pl

Platforma oparta na regularnym wsparciu od społeczności (tzw. subskrypcyjnym modelu finansowania), idealna dla artystów, twórców, organizacji społeczno-kulturalnych.

- Działa na zasadzie comiesięcznych wpłat (subskrypcji) od indywidualnych patronów na wybrany cel lub działalność twórczą.
- Wpłaty środków możliwe są raz w miesiącu, po odliczeniu prowizji Patronite i kosztów operatora płatności.
- Możliwość tworzenia różnych progów wsparcia (np. 10 zł, 50 zł, 100 zł) z przypisanymi

benefitami dla patronów (np. dostęp do materiałów, spotkań, zakulisowych treści).

- Brak skarbonki w klasycznym rozumieniu – wsparcie jest ciągłe, nie na jeden, pojedynczy projekt.
- Platforma pobiera prowizję (około 8–10% łącznie z kosztami płatności).

Dla kogo?

→ Osoby twórcze, instytucje i organizacje kulturalne, które chcą budować długofalowe relacje ze wspierającą społecznością.

Wsparcie międzynarodowe

Jeśli Twoje projekty mają potencjał, by zaistnieć szerzej – warto skorzystać z międzynarodowych platform i sieci wspierających innowacyjne działania w sztuce tańca i operze.

- **FEDORA Platform** – europejska platforma wspierająca projekty artystyczne: fedora-platform.com
- Kickstarter – globalna platforma dla projektów kreatywnych: kickstarter.com

Zbiórki publiczne

Zbiórki publiczne to sposób pozyskiwania środków od osób nieznanym w przestrzeni publicznej. Podlegają prostym przepisom prawnym – wystarczy zgłoszenie zamiaru przeprowadzenia zbiórki na specjalnym portalu.

- Zbiórka publiczna polega na zbieraniu pieniędzy lub darów rzeczowych w miejscach publicznych od osób, których osobiście nie znamy.
 - Stowarzyszenia zwykłe
 - Organizacje kościelne i wyznaniowe
 - Komitety społeczne (minimum 3 osoby)
- Zgłoszenie zbiórki jest obowiązkowe, ale proste – odbywa się online poprzez portal zbiorki.gov.pl.

Więcej informacji i procedura zgłoszenia zbiórki
→ zbiorki.gov.pl
- Kto może organizować zbiórki publiczne?
 - Fundacje
 - Stowarzyszenia

Współpraca z biznesem – najważniejsze zasady prawne

1. Umowa darowizny

- Jeśli firma przekazuje środki lub rzeczy jako darowiznę, wystarczającym dowodem jest przelew z odpowiednim tytułem („darowizna na cele statutowe”), ale dobrze jest też zawrzeć umowę darowizny, zwłaszcza jeśli ma być przekazana w późniejszym czasie lub etapowo.
- Darczyńca (firma) może odliczyć darowiznę od podatku:
 - do 6% dochodu w PIT (osoby fizyczne)
 - do 10% dochodu w CIT (osoby prawne).

2. Sponsoring a darowizna

- Sponsoring to świadczenie wzajemne – firma daje pieniądze lub wsparcie, w zamian za promocję.
- Sponsoring to forma działalności gospodarczej, wymaga innej umowy niż darowizna i rodzi obowiązek zapłaty podatku VAT oraz PIT/CIT.
- Darowizna jest jednostronna – nie może wiązać się z reklamą czy wzajemnym świadczeniem!

3. Ulga podatkowa na kulturę dla firm

- Przedsiębiorca może odliczyć od podstawy opodatkowania dodatkowe 50% kosztów poniesionych na działalność kulturalną (ulga sponsoringowa).

Wsparcie musi trafić do podmiotów wskazanych w przepisach – przede wszystkim instytucji kultury wpisanych do rejestru oraz publicznych szkół i uczelni artystycznych.

4. CSR i ESG

- Coraz więcej firm uwzględnia wspieranie kultury w ramach swoich strategii CSR (Corporate Social Responsibility) i obowiązkowych raportów ESG (Environmental, Social, Governance).
- Warto przygotować propozycje współpracy w sposób pokazujący wpływ społeczny projektu, nie tylko korzyści marketingowe.

Kultura i sztuka to ważny czynnik zrównoważonego rozwoju – warto znać zdefiniowane cele zrównoważonego rozwoju, które realizuje biznes i potraktować je jako kompas do odnajdywania partnerów o podobnych celach i wartościach.

Wiele przydatnych materiałów i informacji, w tym Bazę wiedzy o ESG znajdziesz na stronie [Forum Odpowiedzialnego Biznesu](#).



fot. Wojtek Radwański

Wolontariat pracowniczy

Wolontariat pracowniczy to forma współpracy z firmami, w której ich pracownicy angażują się w działania społeczne i kulturalne – często w godzinach pracy. Dla organizacji kultury to szansa na dodatkowe wsparcie, a dla firm – realizacja celów społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).

Formy wolontariatu pracowniczego:

- Wolontariat akcyjny – pomoc w organizacji wydarzeń, akcji specjalnych.
- Wolontariat kompetencyjny – wykorzystanie wiedzy i umiejętności pracowników (np. wsparcie PR, księgowości, IT).
- Wolontariat długoterminowy – regularna współpraca przy wybranych projektach.

System Benevity (benevity.com)

- Benevity to międzynarodowa platforma obsługująca programy CSR i wolontariatu pracowniczego.
- W wielu firmach za każdą godzinę wolontariatu pracownik może wygenerować darowiznę finansową na rzecz organizacji (system matching gifts).
- Organizacja kultury może zostać zarejestrowana jako partner w systemie Benevity, aby móc przyjmować darowizny wygenerowane przez wolontariat.

Dlaczego warto?

- Wolontariat pracowniczy buduje długofalowe relacje z firmami.
- Daje możliwość poznania organizacji od środka – co zwiększa szanse na przyszłe wsparcie finansowe lub sponsoring.
- Angażuje społeczność biznesową w rozwój kultury lokalnej.

fot. Wojtek Radwański



Fundacje korporacyjne – partnerzy dla kultury

Fundacje korporacyjne to organizacje tworzone przez firmy w celu realizowania działań społecznych, edukacyjnych, kulturalnych lub charytatywnych.

Często stanowią one odrębną strukturę, zarządzającą środkami przeznaczonymi na działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) i filantropii.

Wiele przydatnych materiałów i informacji, w tym Bazę wiedzy o ESG znajdziesz na stronie [Forum Odpowiedzialnego Biznesu](#).

Co warto wiedzieć o fundacjach korporacyjnych:

- Mogą finansować projekty kulturalne poprzez granty, darowizny, programy partnerskie lub konkursy grantowe.
- Każda fundacja ma własny profil działań – np. kultura, edukacja, ekologia, wsparcie lokalnych społeczności.
- Współpraca z fundacją korporacyjną często wymaga wpisania projektu w misję firmy i długofalowego budowania relacji.
- Warto śledzić aktualne nabory wniosków i programy otwarte dla organizacji pozarządowych i instytucji kultury.
- Fundacje korporacyjne mogą być także świetnym partnerem przy działaniach

lokalnych lub o wysokim wpływie społecznym.

Przykłady fundacji korporacyjnych aktywnych w Polsce:

- Fundacja Orange (edukacja i kultura cyfrowa)
- Fundacja PZU (edukacja, kultura, bezpieczeństwo)
- Fundacja Santander (lokalne projekty społeczne i kulturalne)
- Fundacja BGK (projekty społeczne i rozwojowe)
- Fundacja LOTTO (sport, edukacja, kultura)

Więcej o fundacjach korporacyjnych, aktualnych konkursach i dobrych praktykach współpracy znajdziesz na stronie: [forumdarczyncow.pl](#)



Inspiracje, artykuły, porady

Jeśli szukasz gotowych porad, przykładów, inspirujących historii lub narzędzi do pracy – znajdziesz je w profesjonalnych serwisach online, prowadzonych przez osoby z doświadczeniem w fundraisingu. Poniżej znajdziesz linki do materiałów audio i video, dotyczących fundraisingu w sektorze kultury:

- **Konferencja kultura się liczy**
 - konferencja online zorganizowana przez portal [Pomagam.pl](#)
 - [Kultura się liczy! Zapis konferencji online](#)
- **Polskie Forum Darczyńców**
 - materiały i raporty o darczyńcach: [forumdarczynow.pl](#)
- **Kadra Kultury NCK** – webinar zawierający przegląd narzędzi i case studies dotyczących współpracy kultury z biznesem – [webinar Kreatywność, która napędza rozwój: jak łączyć biznes i kulturę?](#)
- **Praktyki kultury** – 10 odcinek podcastu w ramach cyklu Praktyki Kultury. Rozmowy – [Wszelkie dobra chętnie pozyskam – o fundraisingu w kulturze /podcast](#)
- **Narodowe Forum Muzyki debata Biznes w kulturze – kultura w biznesie**
 - dobre praktyki współpracy kultury i biznesu, nowoczesne modele mecenatu, korzyści dla firm inwestujących w kulturę oraz administracyjne ułatwienia: [biznes w kulturze debata NFM](#)
- **Dwór Artusa Toruń – debata Biznes w kulturze (2023): [biznes w kulturze debata Artus Festival](#)**
- **Catalyst: Evolve realizowany przez Arts Council England** – program Catalyst: Evolve realizowany przez Arts Council England (2016–2019), który wspierał 160 małych i średnich organizacji artystycznych w Anglii w rozwijaniu fundraisingu i pozyskiwaniu prywatnych źródeł finansowania. na stronie z podsumowaniem programu znajdziecie również studia przypadków oraz podcasty – [Catalyst: Evolve raport i materiały edukacyjne](#)
- **Publikacja Fundraising Relacji** – na stronie Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu możecie bezpłatnie pobrać książkę dotyczącą budowania relacji z darczyńcami – [Ken Burnett Fundraising Relacji](#)
- **Artystyczna Podróż Hestii Art branding**
 - wystąpienie Igora Gałązkiewicza, autora książek “Art Branding”, “Art branding II” i “Projektowanie doświadczeń” na temat sztuki jako nowoczesnego narzędzia komunikowania marek – [Igor Gałązkiewicz – Art branding – projektowanie \(istotnych\) doświadczeń w czasach wszystkiego](#)
- **Wrocławski Kongres Kultury**
 - debata na temat różnych form pozyskiwania środków na działalność kulturalną oraz działaniach na styku kultury i biznesu – [panel FINANSE – MECENAT – BIZNES](#)

Życzymy powodzenia w Waszych działaniach fundraisingowych!



**Życzymy powodzenia
w Waszych działaniach
fundraisingowych!**



Narodowy
Instytut
Muzyki
i Tańca