

## Planowanie kampanii crowdfundingowej krok po kroku

Przygotowując kampanię crowdfundingową:

**1. Zrób research** – zapoznaj się z innymi kampaniami podobnych projektów, przejrzyj dostępne portale crowdfundingowe pod kątem planowanej kampanii, zapoznaj się z ich regulaminami.

**2. Wybierz portal** – weź pod uwagę charakter Twojego projektu (kulturalny, charytatywny, sportowy itd.), możliwości zaangażowania czasu i pracy w realizację kampanii, możliwości sfinansowania/pozyskania nagród dla osób wspierających.

- › Zgłoś kampanię – atrakcyjnie opisz projekt, który chcesz sfinansować.
- › Pamiętaj! Opisz projekt czytelnie: podaj informacje o celu (określ go możliwie precyzyjnie), budżecie, zespole projektu oraz świadczeniach dla wspierających.
- › Przygotuj materiały dodatkowe: filmy, które opublikujesz w kampanii; strony z dodatkowymi informacjami, do których możesz odsyłać wspierających.
- › Weź także pod uwagę, że administratorzy niektórych portali będą chcieli zweryfikować Twoją tożsamość lub tożsamość Twojej organizacji. Mogą także domagać się dodatkowych informacji lub materiałów potwierdzających, że realizacja Twojego projektu jest fizycznie możliwa.

**3. Nagłośnij kampanię** – kontaktuj się z potencjalnymi wspierającymi i osobami, które już dofinansowały projekt przez media społecznościowe, fora dyskusyjne, e-maile. Zachęcaj je do rozpowszechniania informacji o Twoim projekcie.

**4. Zakończ kampanię** – wykorzystaj zebrane fundusze na realizację projektu, przekaz nagrody osobom wspierającym.

Więcej informacji o finansowaniu działań organizacji:

**warszawa.ngo.pl**  
**poradnik.ngo.pl**

**warszawa.ngo.pl**



Projekt współfinansuje m.st. Warszawa

## Wybrane portale crowdfundingowe

**polakpotrafi.pl** – projekty o tematyce ogólnej, wysokość prowizji to 7,4% od każdej zbiórki zakończonej sukcesem. Prowizja systemu płatności wynosi 2,5%.

**wspieram.to** – projekty o tematyce ogólnej, wysokość prowizji dla portalu to 8,5% w modelu „Wszystko albo nic” i 9,5% w modelu „Bierzesz, ile zbierzesz”. W obu przypadkach naliczana jest w momencie, gdy wartość zebranych środków wyniesie co najmniej 500 zł. Prowizja dla operatora płatności wynosi 2,5%.

**wspieramkulture.pl** – projekty kulturalne, wysokość prowizji od zbiórki zakończonej sukcesem wynosi 11% (w to wliczona jest opłata dla operatora systemu płatności).

**odpalprojekt.pl** – projekty o tematyce ogólnej, wysokość prowizji to 4,9% w przypadku opcji „Wszystko albo nic”, a 6,9% w przypadku opcji „Bierzesz, ile zbierzesz”. Prowizja jest pobierana od sumy środków pieniężnych zgromadzonych przez projektodawcę na jego koncie w serwisie. Prowizja systemu płatności wynosi 2,5%.

**pomagam.pl** – zbiórki na dowolny cel, od każdej wpłaty potrącanie jest 5% na promocję serwisu oraz 2,5% na pokrycie opłat operatorów płatności.

**siepomaga.pl** – 6% wpłat dokonywanych przez portal Siepomaga.pl to darowizna na cele statutowe Fundacji Siepomaga. Fundusze przeznaczane są na promocję zbiórek, opłacenie prowizji operatorów płatności (PayU, PayPal), a także na funkcjonowanie, utrzymanie i rozwój serwisu.

**zrzutka.pl** – platforma umożliwiająca zbieranie pieniędzy na projekty biznesowe, kulturalne, naukowe, społeczne, sprzedażowe oraz prywatne. Organizatorzy zrzutek nie ponoszą żadnych opłat ani prowizji za organizowanie zrzutek i wypłacanie środków ze zrzutka.pl. 100% zebranej kwoty możesz wypłacić w dowolnym momencie na własne konto bankowe.

**wspolnyprojekt.pl** – portal dla innowacyjnych twórców, którzy chcą pozyskać środki na realizację swoich planów. Prowizja dla administratora to 7% od sumy zebranej w zbiórce zakończonej sukcesem.

# Crowdfunding, czyli finansowanie społecznościami przez Internet

Magdalena Wroczyńska

## Co to jest crowdfunding?

Crowdfunding to inaczej mówiąc finansowanie różnego rodzaju projektów przez społeczność.

Wspierającymi mogą być wszystkie osoby, które uda się zainteresować projektem i które zechcą go wesprzeć jednorazowymi mikropłatnościami. Uiszczane przez nich drobne wpłaty składają się na pulę środków przeznaczoną na z góry określony cel.

W finansowaniu społecznościami kluczowe są internetowe portale crowdfundingowe, za pośrednictwem których twórcy i realizatorzy projektów mogą pozyskać pieniądze na swoje przedsięwzięcia społeczne, kulturalne i biznesowe.

Portale te służą zarówno do informowania o projekcie (i jego promocji), jak i do pobierania wpłat. Organizator przedsięwzięcia (osoba prywatna lub organizacja) zamieszcza na stronie opis swojego pomysłu, aby internauci mogli się z nim dokładnie zapoznać i podjąć decyzję, czy chcą go wesprzeć finansowo.

Niewątpliwą zaletą crowdfundingu jest brak ryzyka finansowego, tak charakterystycznego dla pożyczek i kredytów bankowych. Crowdfunding daje także możliwość zaprezentowania projektu potencjalnym darczyńcom przy relatywnie niewielkich nakładach finansowych.

Tę formę pozyskiwania funduszy charakteryzuje też przejrzystość przepływu środków. Portal crowdfundingowy umożliwia kontakt obywatel-obywatel lub organizacja-obywatel, a to pozwala na ograniczenie do minimum biurokracji.

Zamiast jednego donatora – wielu wspierających, zamiast jednej dużej kwoty – wiele drobnych wpłat, które składają się na pokaźną sumę. Organizacje pozarządowe, poszukujące środków na realizację swoich projektów, mogą skorzystać z crowdfundingu, czyli finansowania społecznościami. Podpowiadamy, jak się do tego zabrać.

## Rodzaje crowdfundingu

Crowdfunding można podzielić na dwa rodzaje:

**Crowdfunding udziałowy**, w którym wspierający, gdy już uda się zrealizować określony projekt, otrzymują konkretne udziały w danym przedsięwzięciu. Mogą to być udziały w spółce, wspólnie nabywanej nieruchomości albo papiery wartościowe. Tego rodzaju crowdfunding dotyczy na ogół projektów biznesowych (rzadko korzystają z niego inicjatywy z trzeciego sektora).

**Crowdfunding nieudziałowy**, w którym uczestnicy, w zamian za wsparcie, otrzymują od twórców projektu nagrody. Mogą to być zarówno kartki z podziękowaniami lub drobne upominki, jak np. zagwarantowanie wstępu na organizowane wydarzenie albo opublikowanie na stronie internetowej nazwisk osób wspierających.

Stołeczne Centrum  
Wspierania Organizacji  
Pozarządowych

SYSTEM BEZPŁATNEGO WSPARCIA DLA NGO

## Pamiętaj o przepisach!

W Polsce działalność crowdfundingowa nie jest regulowana odrębnymi przepisami (ustawą). Jednak, korzystając z tej formy pozyskiwania funduszy na działalność, trzeba pamiętać o przepisach prawnych o charakterze ogólnym lub specyficznych dla tej działalności.

Każdy portal crowdfundingowy opierając się na obowiązującym prawie działa na własnych zasadach. Mogą się one różnić zarówno zakresem praw chroniących twórców i wspierających jak i obowiązkami podatkowymi organizacji czy też osób wspierających. Zasady funkcjonowania danego portalu są opisane w dostępnym na nim **regulaminie**. Lektura regulaminu to ważna część wyboru portalu odpowiedniego dla naszego projektu, możliwości i oczekiwań, dlatego warto poświęcić na to czas i uwagę.

Przed prezentacją projektu na portalu warto rozważyć zastrzeżenie praw autorskich do danej inicjatywy. W przeciwnym razie nic nie stanie na przeszkodzie, aby ktoś inny przechwycił promowany pomysł.

Decydując się na określony rodzaj crowdfundingu, należy wziąć pod uwagę to, jakie rodzi on obowiązki podatkowe – zarówno po stronie osób wspierających, jak i realizatorów projektu. Mamy tu zasadniczo do czynienia z dwoma formami:

**Darowizna** – najpopularniejsza forma prawna wykorzystywana w crowdfundingu, najczęściej występująca w projektach, w których finansujący nie otrzymuje świadczenia wzajemnego za udzielone finansowanie, a jedynie podziękowania. Pomiedzy darczyńcą a twórcą dochodzi do zawarcia umowy darowizny w rozumieniu Kodeksu cywilnego. Darowiznę dokonaną za pośrednictwem portalu crowdfundingowego darczyńca może odliczyć od swojego dochodu stanowiącego podstawę opodatkowania. Darowizna musi jednak spełniać warunki określone w ustawie o podatku dochodowym od osób fizycznych. Darczyńca może odliczyć od podatku wyłącznie darowizny przekazane organizacjom zajmującym się działalnością pożytku publicznego.

**Przedsprzedaż** – w zamian za wpłaty donatorów, projektodawca ofiarowuje świadczenie wzajemne, które polega na dostarczeniu określonego produktu lub zapewnieniu określonej nagrody wspierającemu. Tego typu rozwiązanie prawne charakteryzuje na ogół projekty biznesowe.

W zależności od tego, jaką formę prawną wybierzemy, mamy do czynienia z **różnorodnymi formami opodatkowania**:

**Darowizna:** Co do zasady osoby prawne są opodatkowane 19% lub 15% podatkiem dochodowym do osób prawnych. Jednak organizacje pozarządowe nie płać podatku dochodowego od osób prawnych, jeśli otrzymana przez nie darowizna zostanie przekazana na cele statutowe, które zawierają się w katalogu celów zwolnionych z podatku dochodowego od osób prawnych (art. 17 ustawy o pdop).

**Przedsprzedaż:** Otrzymywane przez projektodawców kwoty są traktowane jako wynagrodzenie z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej albo odpłatnej działalności pożytku publicznego. Organizacja oferując w zamian za wpłaty towary lub usługi, musi mieć pewność, że może dokonywać tego typu sprzedaży.

Organizacje pozarządowe korzystające ze środków w ramach crowdfundingu sprzedażowego lub przedsprzedażowego, nie są bezpośrednio zwolnione z podatku dochodowego od osób prawnych (19% albo 15%). Z zasady objęte są też podatkiem VAT jak przy „normalnej” sprzedaży.

**Pamiętaj!** Wszelkie wątpliwości, dotyczące właściwego zaklasyfikowania danej transakcji crowdfundingowej i związanych z nią skutków fiskalnych dobrze jest skonsultować z księgowym lub odpowiednim organem podatkowym.

## Wybór portalu crowdfundingowego

Wybierając portal crowdfundingowy, warto zwrócić uwagę na takie kwestie jak:

**Specyfika portalu** Portale crowdfundingowe specjalizują się w określonych rodzajach przedsięwzięć. Na przykład niektóre oferują przestrzeń do realizowania projektów charytatywnych, inne biznesowych, a jeszcze inne do takich, które są związane z nauką albo kulturą. Warto przyrzeć się zatem projektom już zrealizowanym i skorzystać z portalu, który wcześniej z powodzeniem wypromował przedsięwzięcie podobne do naszego.

**Opłaty dla portalu** Osoby, które decydują się na skorzystanie ze społecznościowego finansowania swoich projektów muszą wziąć pod uwagę, że portale crowdfundingowe niemal zawsze pobierają **provizję od zebranego kapitału**. Opłaty te, zazwyczaj określone jako wartość procentowa od szacowanej wartości przedsięwzięcia, różnią się między portalami. Niektóre z nich dopuszczają negocjowanie obowiązujących stawek. Provizje dla portalu pobierane są od zbiorów na projekty, które zakończą się sukcesem.

Portale pobierają także dodatkową **provizję dla operatora płatności elektronicznych**. Wynosi ona zazwyczaj ok. 2,5%.

Poszukując portalu najodpowiedniejszego dla określonego projektu, dobrze jest dokładnie zapoznać się z regulaminem danej strony internetowej, żeby uniknąć przykrych niespodzianek w postaci nieprzewidzianych kosztów.

**Powiązanie portalu z mediami społecznościowymi** Poszczególne portale współpracują z różnymi platformami medialnymi lub wykorzystują narzędzia, które ułatwiają twórcom projektów ich rozpowszechnianie w mediach społecznościowych. To daje większe szanse na powiększanie grona osób wspierających i powodzenie przedsięwzięcia.

**Dodatkowa pomoc w projekcie** Wybierając portal, warto zainteresować się również ofertą dodatkową, proponowaną na portalach. Są to na ogół usługi płatne. Część portali oferuje projektodawcom wsparcie w przygotowaniu kompleksowej propozycji dla potencjalnych darczyńców. Oferty obejmują zarówno płatne konsultacje, jak i możliwość zamówienia artykułu na temat działalności. Niektóre portale dają również możliwość najmu powierzchni reklamowych oraz przeprowadzenia różnego typu akcji promocyjnych. Twórcy projektów na portalach crowdfundingowych mogą skorzystać także ze szkoleń z obsługi portalu, doradztwa prawnego oraz wzorów umów.

**Wypłata środków** Wypłata środków twórcom projektów odbywa się na dwóch zasadach:

**„Wszystko-albo-nic”** (np. portal wspieram.to, polakpotrafi.pl) – aby twórca otrzymał pieniądze na swój projekt, musi zebrać całą założoną wcześniej sumę. Jeśli środków nie uda się zgromadzić przed końcem terminu wyznaczonego na ich zebranie, wpłaty wracają na portalowe konta osób wspierających.

**„Bierzesz, ile zbierzesz”** (np. portal beesfund.com, odpalprojekt.pl) – projektodawca ustala cel finansowy, lecz jeśli nie uda mu się go osiągnąć w 100 procentach, może dostać te pieniądze, które zostały zebrane. Jeśli autor projektu stwierdzi, że kwota nie wystarczy na realizowanie przedsięwzięcia i tym samym na wypełnienie zobowiązań wobec wspierających, może zwrócić wspierającym otrzymaną kwotę.

Każda osoba, która chce poprzez portal crowdfundingowy wesprzeć daną inicjatywę – musi najpierw zarejestrować się w portalu (założyć konto). Jeśli zbiórka na dany projekt się nie powiedzie (upłynął termin i nie osiągnięto założonego celu lub projektodawca uznał, że zebrano za mało pieniędzy, by zrealizować projekt) wpłacone przez osoby wspierające pieniądze wracają na ich konta portalowe. Następnie mogą oni zdecydować, czy chcą wykorzystać te pieniądze na wsparcie innej inicjatywy prezentowanej w portalu, czy przenieść je na swoje konto bankowe.