



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego

KAPITAŁ ŻELAZNY



Rządowy Program
Rozwoju Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018-2030
PROO

Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego | ul. Jana Pawła II 12, 00-124 Warszawa | www.niw.gov.pl | mail: kontakt@niw.gov.pl | tel. 22 468 44 02

Szanowni Państwo

Prezentujemy Państwu piąty numer periodyku „Kapitał Żelazny”. Na jego łamach przybliżamy Państwu działalność Stowarzyszenia Ochrony Konsumentów Aquila. Jest to Beneficjent Rządowego Programu Rozwoju Organizacji Obywatelskich PROO w Priorytecie 2a, który w 2022 roku zakończył

realizację zadania publicznego mającego na celu przygotowanie organizacji do budowy kapitału żelaznego. Stowarzyszenie Ochrony Konsumentów Aquila opisuje swoje działania oraz przedstawia własną perspektywę na temat niezależności finansowej. Jednocześnie, kontynuując wdrażanie Programu

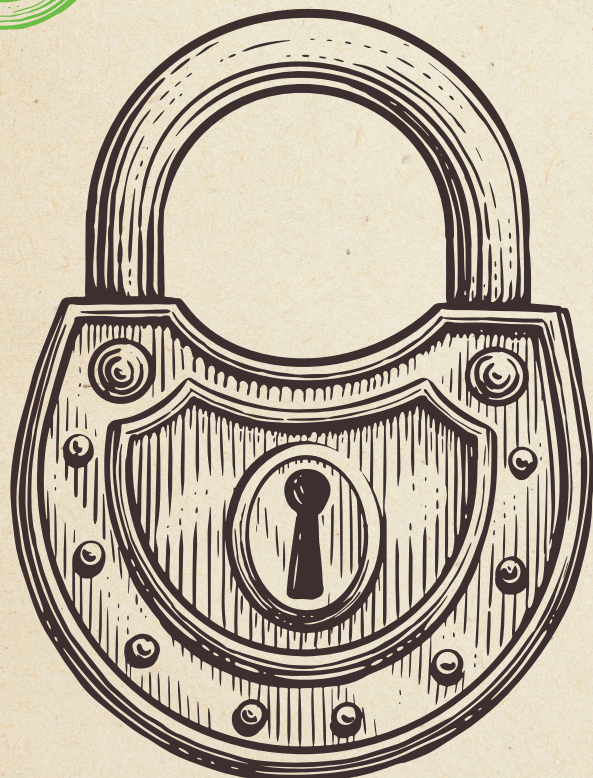
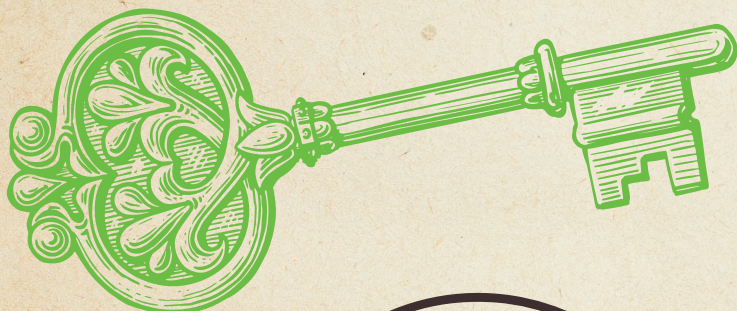
PROO, Instytut ogłosił pierwszy nabór w ramach PROO 2b stawiający za cel dofinansowanie początkowych kapitałów żelaznych. W periodyku znajduje się opis głównych założeń tego priorytetu. Serdecznie zachęcam wszystkich do lektury oraz korzystania z wymiany dobrych praktyk.

WOJCIECH KACZMARCZYK

Dyrektor Narodowego Instytutu Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa
Obywatelskiego

W AKTUALNYM NUMERZE PREZENTUJEMY PAŃSTWU ARTYKUŁY:

- PROO 2B DOFINANSOWANIE POCZĄTKOWYCH KAPITAŁÓW ŻELAZNYCH - OMÓWIENIE ZAŁOŻEŃ KONKURSOWYCH.
- NIEZALEŻNOŚĆ W FINANSOWANIU TO NIEZALEŻNOŚĆ W DZIAŁANIU - NA PRZYKŁADZIE DZIAŁALNOŚCI STOWARZYSZENIA OCHRONY KONSUMENTÓW AQUILA.



PROO 2b Dofinansowanie początkowych kapitałów żelaznych

PIOTR ZIEMNICKI

Główny Specjalista, Biuro Programów Horyzontalnych, NIW-CRSO

W roku 2023 otwierają się nowe możliwości dla organizacji pozarządowych w zakresie zwiększenia swojej niezależności finansowej. W tym trudnym zadaniu ma pomóc uruchomienie zupełnie nowego priorytetu w ramach Rządowego Programu Rozwoju Organizacji Obywatelskich jakim jest PROO 2b. W ramach tego priorytetu wsparcie uzyskają organizacje które będą budować początkowe kapitały żelazne. Etap ten zweryfikuje, które organizacje należycie przepracowały okres przygotowawczy i są gotowe to wdrożenia założeń strategii i realnego zbierania środków finansowych przeznaczonych do zbudowania kapitału żelaznego.

NAJPIERW PRZYGOTOWANIE, POTEM DZIAŁANIE

Kiedy w 2020 roku ogłoszono pierwszą edycję konkursu PROO w priorytecie 2a, dla wielu organizacji był to znak, że należy przemyśleć swoją bieżącą działalność, przyjrzeć się dotychczasowemu funkcjonowaniu. Część podmiotów pierwszy raz usłyszało termin „kapitał żelazny”, część o nim słyszała, ale tylko w kontekście ogromnych pieniędzy przekazywanych na cele statutowe fundacji działających za oceanem. Tymczasem ukazała się polskim NGO'som perspektywa na niezależność finansową. NIW-CRSO ogłosił konkurs który miał organizacjom pozarządowym w Polsce w tym pomóc. W ramach PROO 2a w edycji 2019-2020 zostało złożonych 175 wniosków. Organizacje ubiegały się o otrzymanie dotacji operacyjnych na wsparcie budowy początkowych kapitałów żelaznych. Wszystkie wnioski przeszły pozytywnie proces oceny formalnej. Łącznie, do dofinansowania wybranych zostało 24 wniosków.

W ramach Priorytetu 2a w pierwszej kolejności udzielono wsparcia zadaniom, których celem było przygotowanie i realizacja działań zmierzających do zbudowania po okresie przygotowawczym, w oparciu o lokalne środowisko organizacji, jej partnerów społecznych i publicznych, początkowych kapitałów żelaznych organizacji obywatelskich. Organizacje przez trzy lata przygotowywały się do rozpoczęcia zbierania środków finansowych. Proces przygotowania był czasochłonny. Organizacje m.in.:

- pisały strategie bądź programy utworzenia i budowania kapitału żelaznego wraz ze strukturą oraz procedurami, dokumentacji prawnej;
- pisały strategie inwestycyjne kapitału żelaznego;
- uczestniczyły w wielu szkoleniach podnoszących kompetencje: zarządcze, marketingowe, PR'owe, związane z fundraisingiem oraz nowoczesnymi metodami zbierania środków finansowych;
- uczestniczyły w wielu wydarzeniach branżowych związanych z finansami, rynkami kapitałowymi, fundraisingiem;
- wyjeżdżały na międzynarodowe wizyty studyjne i kontaktowały się z innymi organizacjami pozarządowymi w Polsce mającymi doświadczenie w obracaniu kapitałem żelaznym.

W roku 2023 nadszedł czas, w którym Organizacje mogą podsumować okres przygotowawczy i stwierdzić czy są już we właściwym miejscu, aby podjąć decyzję o realnym zebraniu środków przeznaczonych na budowę początkowego kapitału żelaznego.

PROO 2B, CZYLI DOFINANSOWANIE POCZĄTKOWYCH KAPITAŁÓW ŻELAZNYCH

Jednym z warunków powodzenia tworzenia początkowego kapitału żelaznego jest uzyskanie efektu skali przedsięwzięcia. W ramach PROO 2b zainteresowana stworzeniem kapitału żelaznego organizacja ma za zadanie zrealizować projekt fundraisingowy. W praktyce oznacza to, że organizacja ma zacząć wdrażać opracowaną wcześniej strategię. Może to zaplanować w perspektywie kilkuletniej, czyli nawet do końca 2025 roku. Przez ten czas ma dążyć do osiągnięcia najważniejszego rezultatu jakim jest zebranie środków finansowych przeznaczonych na utworzenie początkowego kapitału żelaznego. W trakcie tego procesu organizacja powinna posiłkować się m.in. podpisanymi wcześniej listami intencyjnymi. To właśnie przy okazji wcześniejszych spotkań z potencjalnymi darczyńcami, Beneficjenci PROO 2a podpisali



„... Jednym z warunków powodzenia tworzenia początkowego kapitału żelaznego jest uzyskanie efektu skali przedsięwzięcia...”

deklaracje przyszłej współpracy oraz listy intencyjne. Teraz jest odpowiedni czas, aby odświeżyć nawiązane znajomości i przekuć je w realne czyny. Należy w tym miejscu przypomnieć, że fundusz wieczysty będący przedmiotem dotowanego zadania musi mieć charakter publiczny i musi realizować cel pożytku publicznego. Publiczny charakter funduszu wieczystego oznacza, iż nie może być on związany z jedną osobą, rodziną, instytucją, a środki na utworzenie funduszu wieczystego muszą pochodzić z różnych źródeł finansowania. Fundusz wieczysty powinien w dłuższym czasie zachować realną wartość

PROO 2b Dofinansowanie początkowych kapitałów żelaznych

zgrupowanych aktywów. Jednocześnie, powinien być inwestowany przy unikaniu wykorzystania instrumentów finansowych o wysokim poziomie ryzyka. Fundusz wieczysty powinien mieć charakter aktywów finansowych trwałych, a przychody uzyskane dzięki kapitałowi żelaznemu powinny być przeznaczane na zdefiniowany przez Wnioskodawcę cel społeczny.

W ramach Konkursu PROO 2b organizacje mogą ubiegać się o dofinansowanie w wysokości od 200 tys. zł do 500 tys. zł. Zgodnie z założeniami konkursu wysokość wypłaconego dofinansowania równać się będzie wysokości środków zebranych w ramach zadania przez organizację - z przeznaczeniem na

utworzenie początkowego kapitału żelaznego. W praktyce oznacza to, że NIW podwoi zebraną przez organizację kwotę kapitału żelaznego jeśli uda jej się zebrać środki finansowe w wspomnianym przedziale (nie mniej niż 200 tys. zł, nie więcej niż 500 tys. zł). Realnie organizacja, za trzy lata może obracać już kapitałem żelaznym o wartości 1 mln zł. Jest to ogromna szansa dla organizacji pozarządowych w Polsce na zbudowanie solidnych podstaw do dalszego funkcjonowania i realizacji celów statutowych nie martwiąc się o pokrycie kosztów stałych w sytuacji braku otrzymania kolejnego grantu.

“...W ramach Konkursu PROO 2b organizacje mogą ubiegać się o dofinansowanie w wysokości od 200 tys. zł do 500 tys. zł...”

Niezależność w finansowaniu to niezależność w działaniu

MAŁGORZATA MIŚ

Prezes Zarządu Stowarzyszenia Ochrony Konsumentów Aquila

KIM JESTEŚMY?

W Stowarzyszeniu Ochrony Konsumentów Aquila od 7 lat działamy aktywnie na rzecz ochrony i upowszechniania praw konsumenta, którym najczęściej jest tzw. przeciętny Kowalski. Pracujemy przede wszystkim z ludźmi i dla ludzi, pomagając w rozwiązaniu codziennych problemów z zakupionymi towarami i usługami, ze zwrotami, reklamacjami i innymi problemami dotyczącymi konsumentów. Edukujemy konsumentów, a główny nacisk kładziemy na młodzież i seniorów. Staramy się by nowoczesne technologie pomagały na co dzień konsumentom. Próbuje współtworzyć takie otoczenie instytucjonalne, w tym również w sektorze organizacji pozarządowych, aby konsument zawsze mógł liczyć na wsparcie. Dlatego szkolimy i wspieramy Rzeczników Konsumentów i zainicjowaliśmy powstanie Forum Organizacji Konsumentekich – FORKON. Podejmujemy starania mające na celu to, by wszyscy – tak konsumenci,



jak i przedsiębiorcy – będąc na rynku, czuli się bezpiecznie, a przymiotnik uczciwy dotyczył jak największej liczby uczestników wymiany rynkowej. To jak widzimy przyszłość zdefiniowaliśmy jako [...] świat, w którym konsumenci i przedsiębiorcy czują się bezpiecznie oraz dbają o uczciwość i wzajemny szacunek. Chcemy, aby każdy uczestnik rynku miał zagwarantowane prawa i zapewnione wsparcie. W obszarze prawa konsumenckiego działamy od 2016 roku i obecnie jesteśmy jedną z wiodących organizacji konsumentekich w kraju.

Niezależność w finansowaniu to niezależność w działaniu

OTOCZENIE - DLACZEGO JESTEŚMY POTRZEBNI?

Specyfiką działań Stowarzyszenia jest niewątpliwie ich „eksperski” charakter. Eksperskość, o której mówimy, to z jednej strony kwestia skomplikowania materii jaką jest prawo konsumenckie, z drugiej to także pochodna względnej niszowości tej gałęzi prawa w Polsce. Jest to dziedzina, o której można śmiało powiedzieć, że jako społeczeństwo mało o niej wiemy, ale wszyscy o niej słyszeliśmy – m.in. przez głośne sprawy polisolokat, kredytów walutowych (głównie frankowych) innych medialnych spraw prowadzonych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Niestety w niewielkim stopniu wpływa to na poziom wiedzy i świadomości społecznej.

Smutną konstatacją jest również to, że skala problemów konsumenckich nie odpowiada możliwościom sieci instytucjonalnej wsparcia i ochrony konsumentów, jaką stworzyło państwo. Podamy tylko kilka liczb dla zilustrowania skali problemów. W Polsce jeden Powiatowy (Miejski) Rzecznik Konsumentów przypada na ok. 100 tys. mieszkańców i według danych udziela statystycznie ok. 1600 porad rocznie. Cały system poradnictwa generuje między 700 a 800 tys. porad konsumenckich w różnych sprawach. W przeliczeniu rzecznik udziela rocznie 1 porady na ok. 47 – 54 mieszkańców. Pomocy konsumentom w sądzie udziela zaledwie ok. 4,5% rzeczników. Sieć instytucjonalną uzupełniają m.in.: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który zajmuje się głównie ochroną zbiorowych interesów konsumentów (indywidualnie konsument nie otrzyma wsparcia w swojej sprawie), a także Inspekcja Handlowa, Rzecznik Finansowy, Urząd Regulacji Energetyki, Urząd Komunikacji Elektronicznej i Rzecznik Praw Pasażera Kolei. Niestety cały ten system nie jest w stanie spełnić swojego zadania – konsumenci czekają w wielomiesięcznych kolejkach i są w stanie otrzymać pomoc w mocno ograniczonym zakresie (najczęściej jedynie informację).

“...Specyfiką działań Stowarzyszenia jest niewątpliwie ich „eksperski” charakter....”



NASZE DZIAŁANIA I KILKA LICZB

Biorąc pod uwagę skalę problemów, z jaką mamy do czynienia, przy sprawach konsumenckich skupiliśmy się głównie na wspomoczeniu już istniejącej sieci instytucjonalnej przez świadczenie nieodpłatnych porad dla konsumentów. Porad tych udzielamy stale i bezpośrednio oraz przy pomocy stworzonego przez nas narzędzia w postaci strony internetowej e-konsument.com. Narzędzie to pomaga konsumentom w szybkim uzyskaniu fachowej porady konsumenckiej w sprawach typowych, na podstawie predefiniowanych ścieżek zapytań.

Podajemy również bezpośrednie interwencje u przedsiębiorców w imieniu konsumentów oraz wydajemy opinie prawne w sprawach. Do tej pory podjęliśmy ponad 500 takich działań. Jako Stowarzyszenie monitorujemy również tzw. nieuczciwe praktyki rynkowe. Do końca 2021 roku wykryliśmy i podjęliśmy działania w blisko 600 takich przypadkach.

Nasza podstawowa działalność to także wsparcie konsumenta w momencie, kiedy zdecyduje

się on na wejście w spór z przedsiębiorcą na drodze sądowej. Wspieramy wtedy konsumenta począwszy od analizy sprawy przez przygotowanie odpowiednich dokumentów i złożenie pozwu (przy równoczesnym zapewnieniu reprezentacji profesjonalnego pełnomocnika), a także przystępując jako Stowarzyszenie do toczącej się sprawy. Wkład finansowy konsumenta to 37 zł (opłata za pełnomocnictwo i zaliczka na koszty kancelaryjne). Do tej pory uczestniczyliśmy w kilkuset postępowaniach przed sądami.

Prowadzimy również szeroko zakrojone działania edukacyjne w zakresie prawa konsumenckiego, ekologii i wpływu konsumentów na rynek. W trakcie zajęć pokazujemy uczestnikom, głównie młodzieży i seniorom, jakie prawa im przysługują, jak ich zachowania rynkowe wpływają na działania biznesu i środowisko, jak chronić się przed nieuczciwymi praktykami i działaniami, jak dochodzić swoich praw. Do tej pory przeprowadziliśmy blisko 1400 takich spotkań.

Niezależność w finansowaniu to niezależność w działaniu

JAK MYŚLELIŚMY O FINANSACH I DLACZEGO MYLILIŚMY SIĘ

Jak większość organizacji pozarządowych w Polsce działalność zaczynaliśmy od realizacji niewielkich projektów w ramach dotacji celowych od instytucji publicznych, fundacji, samorządów itd. Początkowo, jako stosunkowo niewielka organizacja, bazowaliśmy na pracy wolontariackiej członków Stowarzyszenia. Wkład członków naszej organizacji pozwolił rozpocząć pozyskiwanie środków i profesjonalizację działalności, a z czasem realizację większych projektów, co przełożyło się na możliwość stworzenia i utrzymania grona wykwalifikowanych współpracowników. Realizacja zadań projektowych wydawała nam się przez długi czas jedyną możliwością pozyskiwania środków na działania statutowe Stowarzyszenia. Przez kilka lat działalności bardzo dużo nauczyliśmy się o pozyskiwaniu funduszy w oparciu o zdania publiczne oraz o nawiązywaniu współpracy z innymi organizacjami, dzięki czemu stale zwiększaliśmy skalę działalności.

Przyjęty przez nas model funkcjonowania, oparty o pozyskiwanie funduszy na zadania publiczne, był modelem z jakim spotykaliśmy się w innych organizacjach i który w dużej mierze bezrefleksyjnie przejęliśmy. Doprowadziło to do sytuacji, w której 95% środków na nasze działania statutowe pochodziło z dotacji projektowych.

W pewnym momencie taki model przestał się sprawdzać. Jednym z powodów było to, że obszar, w którym działamy, jest bardzo skrajnie niedofinansowany, a sytuacja ta powoli ale stale

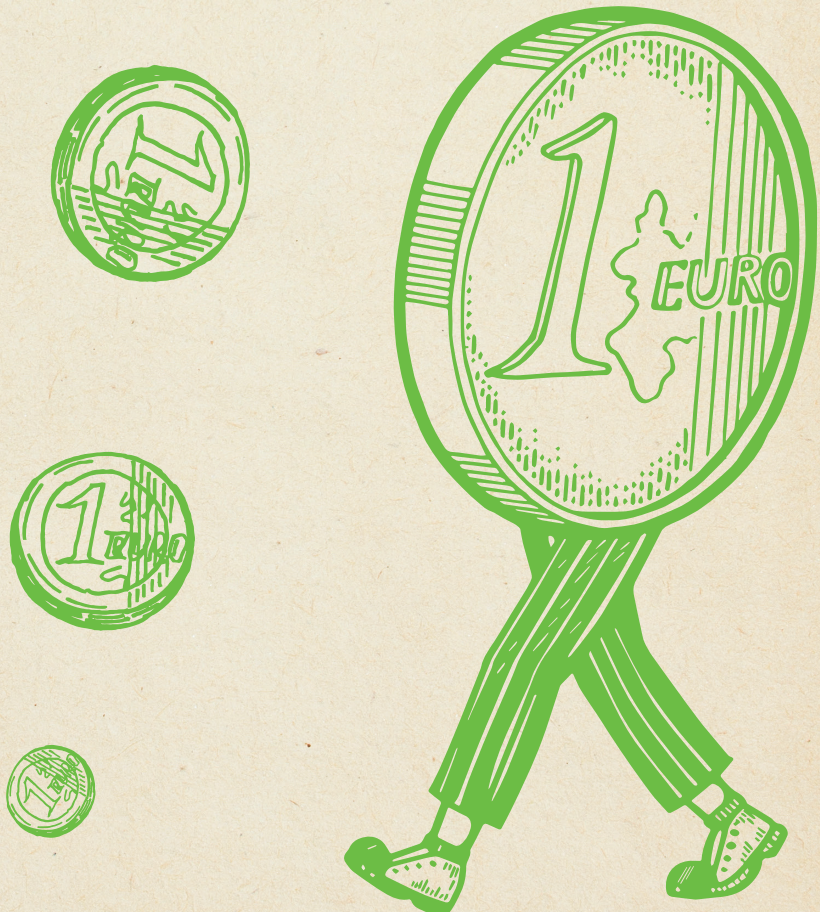
“...Dzięki udziałowi w programie uczestniczyliśmy w warsztatach z Tonym Myersem, po których zmieniliśmy optykę w patrzeniu na swoją sytuację finansową i własne możliwości.....”

się pogarsza. Aktualny stan rzeczy obrazuje przeprowadzone przez nas w 2022 roku badanie Realizacja przez powiatowe i wojewódzkie JST zadań z obszaru upowszechniania i ochrony praw konsumentów w latach 2019-2021. W badaniu okazało się, że jedynie 10 na 397 Jednostek Samorządu Terytorialnego (JST) (czyli 2,52%) realizuje działania na rzecz upowszechniania i ochrony praw konsumentów przy współpracy z organizacjami konsumenckimi, przeznaczając na to z reguły poniżej 1% puli środków przeznaczanych przez daną jednostkę na współpracę z NGO w danym okresie. Swoimi siłami JST prowadzą działalność, którą można określić jako szczytkową w tym zakresie.

NASZ SPOSÓB NA NIEZALEŻNOŚĆ FINANSOWĄ

W tym kontekście nietrudno domyślić się, że zaczęliśmy myśleć o zmianach, jakich powinniśmy dokonać w sposobach pozyskiwania funduszy. W 2020 roku pojawiła się dla nas ogromna szansa w postaci Konkursu PROO-2a organizowanego przez Narodowy Instytut Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego. Udało nam się znaleźć w gronie 24 organizacji pozarządowych wybranych do dofinansowania, co stanowiło impuls do późniejszych decyzji i działań.

Dzięki udziałowi w programie uczestniczyliśmy w warsztatach z Tonym Myersem, po których zmieniliśmy optykę w patrzeniu na swoją sytuację finansową i własne możliwości. Przede wszystkim uporządkowaliśmy i ubraliśmy w spójną całość konieczne do przeprowadzenia zmiany w strukturze finansowania organizacji. Wcześniej bazowaliśmy na własnych „przecuciach” i ogólnej wizji – warsztaty



Niezależność w finansowaniu to niezależność w działaniu



“...Staramy się propagować ideę, że sprawy konsumenckie silnie oddziałują na społeczeństwo jako całość i odgrywają istotną rolę w tworzeniu aktywnego społeczeństwa obywatelskiego.”

zdecydowanie usystematyzowały nam kierunek działań na drodze do zbudowania niezależności finansowej. Pogłębiliśmy swoją wiedzę na temat możliwych źródeł finansowych, z których możemy zbudować kapitał żelazny. Uświadomiło nam to ogrom możliwości, z których możemy skorzystać jako organizacja. Od tamtego czasu stale poszerzamy swoją wiedzę na temat różnych metod pozyskiwania funduszy. Pod koniec roku 2020 stworzyliśmy „Strategię tworzenia i budowania kapitału żelaznego”, w której określiliśmy priorytetowe obszary działania Stowarzyszenia do 2023 roku związane z kampanią pozyskiwania kapitału żelaznego.

Zrozumieliśmy również, że musimy nauczyć się przedstawiać potencjalnym darczyńcom naszą działalność. Kwesie storytellingu były dla nas odkryciem. Dostrzegliśmy, że dzięki naszej działalności możemy opowiedzieć wiele pięknych autentycznych historii, które są dobitnym dowodem na to, że nasza działalność jest bardzo potrzebna. Zmodyfikowaliśmy również sposób informowania o aktualnych inicjatywach i pomysłach organizacji:

zmieniliśmy stronę internetową i zaktualizowaliśmy treści; założyliśmy profile Stowarzyszenia w social mediach – Facebook i LinkedIn; rozpoczęliśmy kampanię promocyjną w internecie; rozpoczęliśmy pisanie prasówek i ich dystrybucję do mediów, a także zaczęliśmy się pojawiać w branżowych mediach prawnych – np. w serwisie prawo.pl, Dzienniku Gazecie Prawnej, Business Insiderze. Zaczęliśmy w większym zakresie uczestniczyć w różnego rodzaju konferencjach (często w charakterze prelegentów) i wydarzeniach branżowych.

Staramy się propagować ideę, że sprawy konsumenckie silnie oddziałują na społeczeństwo jako całość i odgrywają istotną rolę w tworzeniu aktywnego społeczeństwa obywatelskiego.

Odkryliśmy też, że możemy pomóc konsumentom wspierając przedsiębiorców. Dlatego środowisku biznesowemu zaproponowaliśmy konkretne, odpłatne oferty wsparcia. Biznesowi pomagamy przede wszystkim dostosować procesy firmowe do wypełnienia wymogów prawa w taki sposób, aby firmy

stały się przyjazne dla konsumentów – tak powstała marka Przyjazny Biznes, którą współtworzymy z Federacją Konsumentów i Stowarzyszeniem Euro-Concret. Co istotne, w warunkach funkcjonowania naszej organizacji współpraca z biznesem jest sprawą delikatną, gdyż sprawy konsumenckie dotyczą relacji osoba prywatna (fizyczna) – przedsiębiorca. Priorytetową kwestią dla Stowarzyszenia jest to, że nie może stracić wiarygodności w oczach konsumentów i musi prowadzić działalność transparentnie.

Jako organizacja przeszliśmy długą drogę. Włożyliśmy ogromny wysiłek we wprowadzenie wielu zmian i jesteśmy bardzo zadowoleni z osiągniętych rezultatów. W chwili obecnej czujemy również, że staliśmy się organizacją dojrzałą i bardziej świadomą swojego potencjału oraz możliwości, jakie stoją przed nami otworem w kontekście budowania kapitału żelaznego. Wierzymy, że jest to dopiero początek dobrych zmian i szansa na stabilizację naszej działalności oraz możliwość stałego pomagania ludziom.