

2%

TIPS&TRICKS

Cum să ai succes în campania de atragere de
fonduri anuală

Cu sprijinul



Positive Projects

Ce este 2%?

Campania 2% este un mecanism administrativ de atragere de fonduri.

Persoana care decide să dirijeze 2% din impozitul deja plătit pe veniturile realizate **NU FACE O DONAȚIE!**

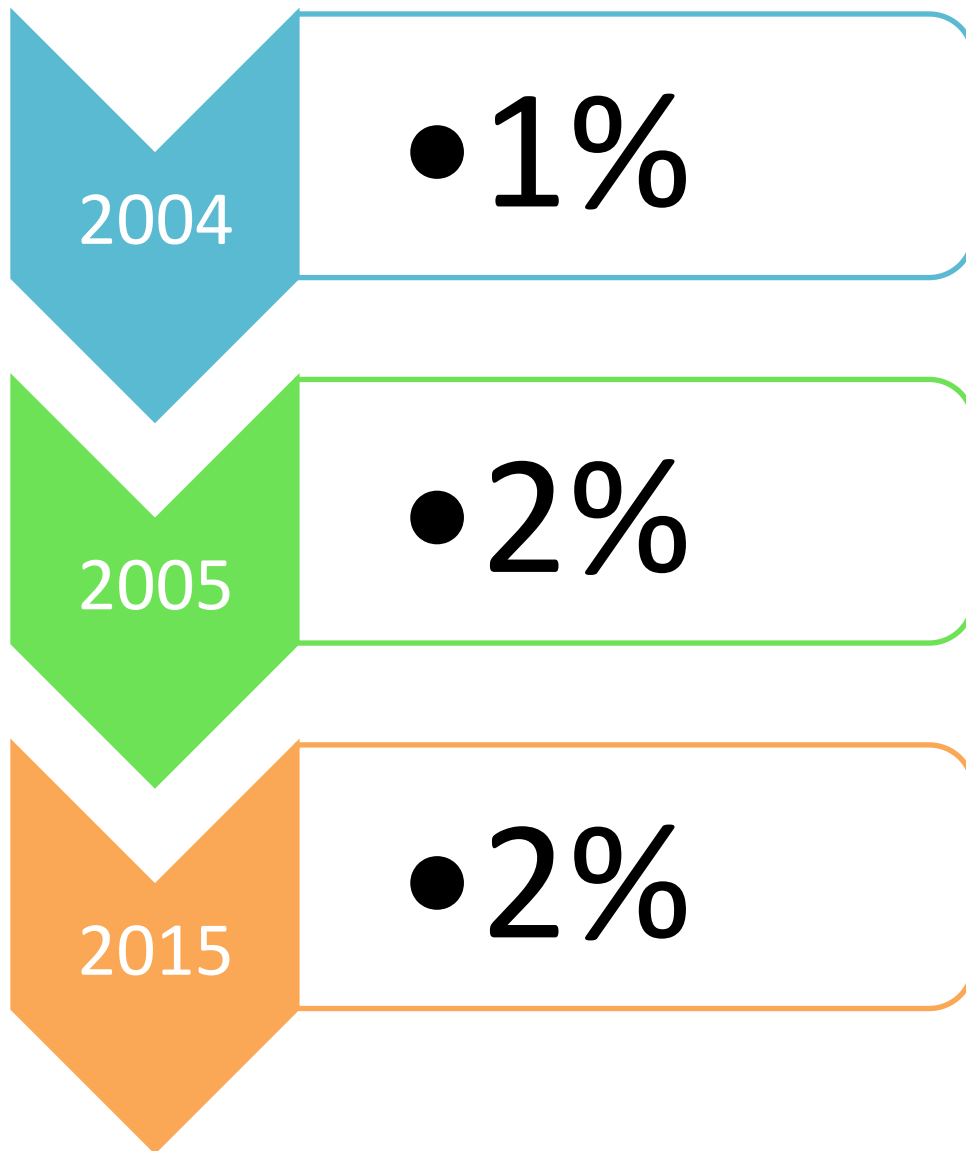
Fondurile atrase, venind de la Trezorerii, sunt **fonduri publice și trebuie raportate transparent.**

Nu vom intra în detalii cu privire la procedura administrativă a dirijării prin mecanismul 2%, cum se completează formularele, cum arată ele, etc.

Nu ne-am propus asta cu acest material.

Scopul pentru care am vrut să scriem acest e-book este de a fi un instrument util organizațiilor care, an de an, se zbat să atragă cât mai multe fonduri cu această campanie.

Scurt istoric



CUM am succes?

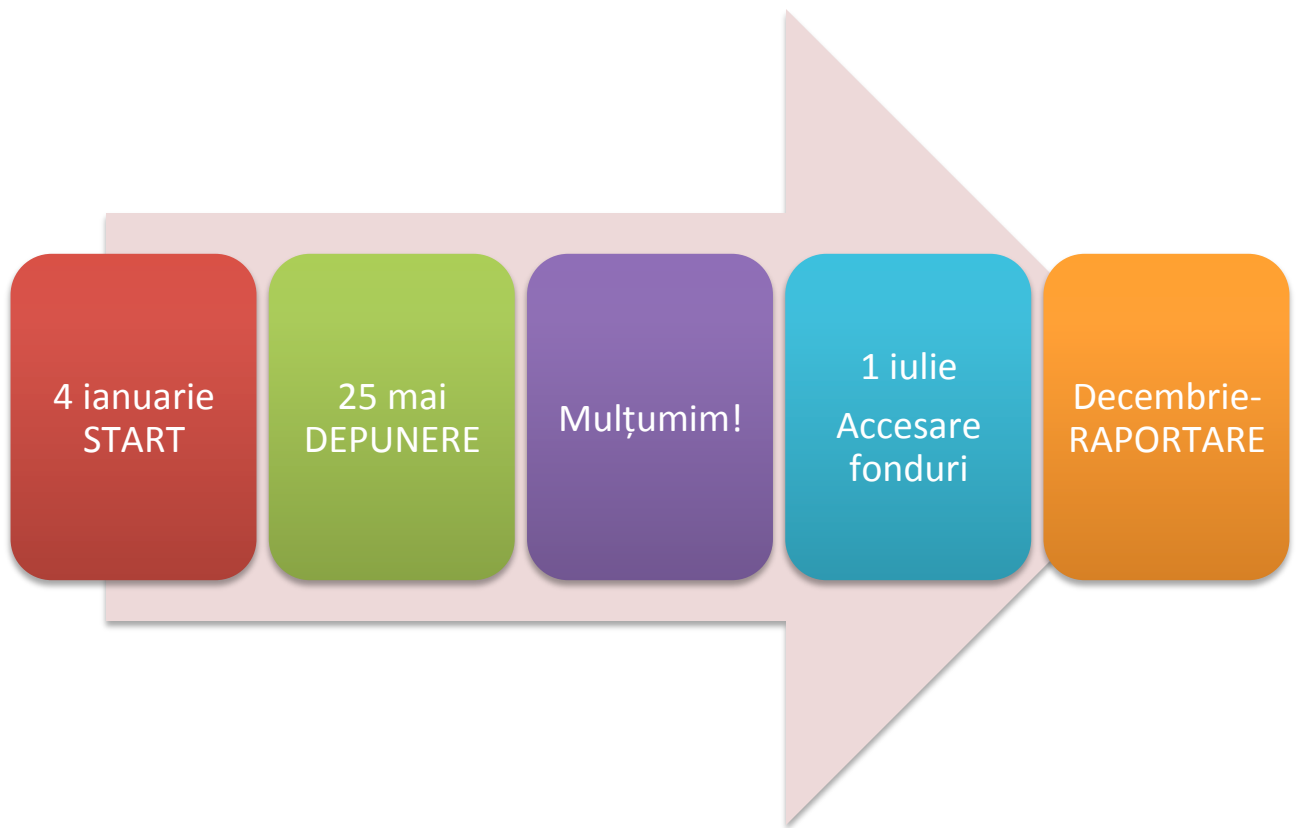
CAMPANIA 2% are o tipologie aparte, merge în ritmul ei și are câteva aspecte care o determină și îi determină succesul.

Ne-am propus să răspundem întrebărilor:

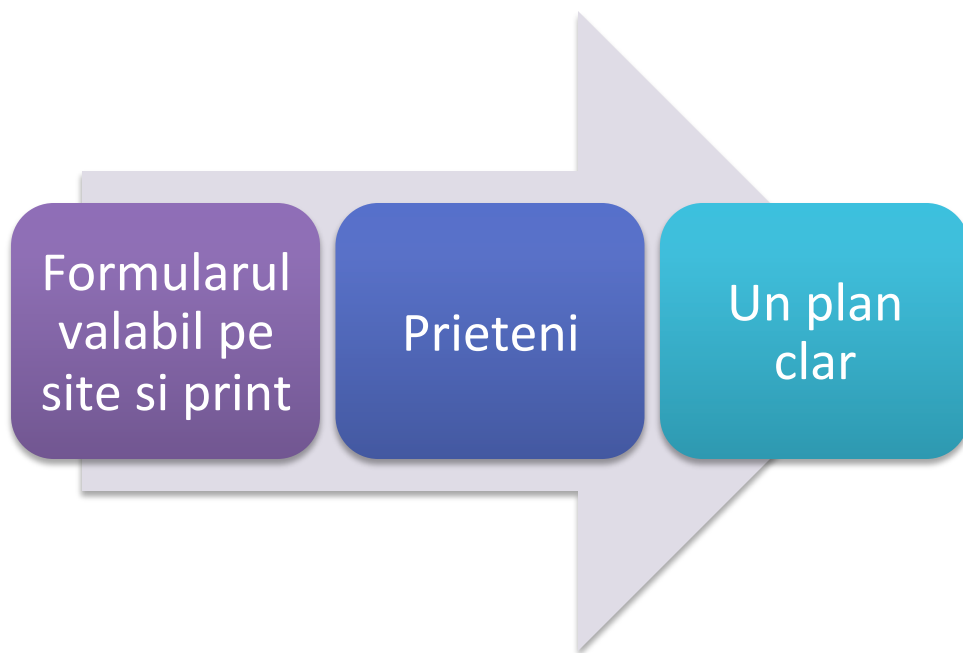
1. Cum funcționează?
2. Cine poate direcționa?
3. Când?
4. Cum atragi cât mai multe formulare?
5. Când începi?
6. Când intră banii?
7. Ce merge și ce nu?
8. Așa da, așa nu!

Când încep?

Repere calendaristice anuale



Ce ai nevoie? Pentru a avea succes



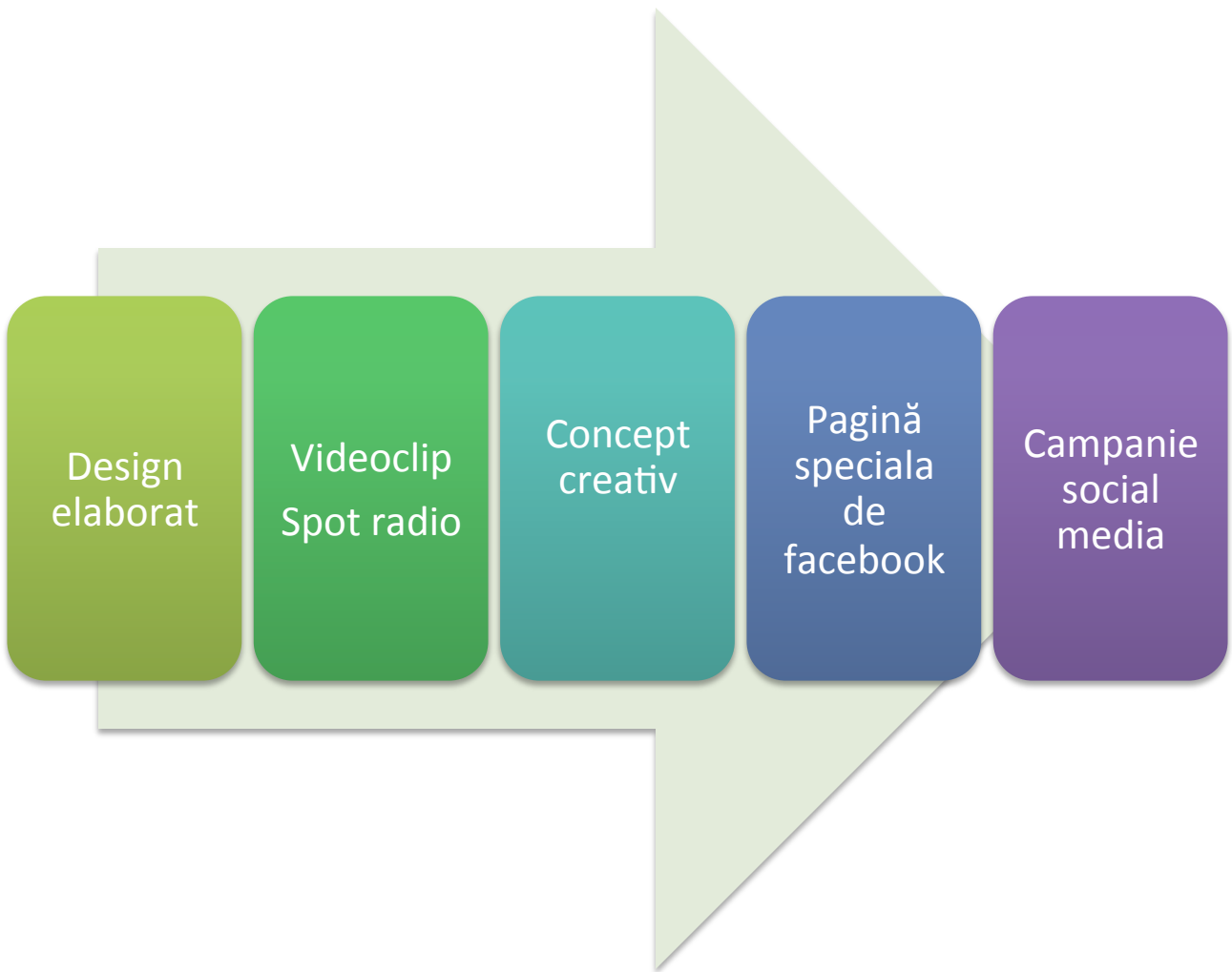
Este o campanie care are succes doar față în față!

Orice alt canal de comunicare nu aduce formulare semnate! Doar awareness.....

Asta vrei?

www.dreamcatchers.ro

Ce NU ai nevoie? Pentru a avea succes



Cum am aflat ce merge în 2%?

Premize:

- am derulat campanii 2% în fiecare an (în primul era 1%)
- am avut peste 30.000 formulare adunate într-un an
 - au fost venituri de 1 milion de lei/ campanie
- am folosit print, online, advertorial, LCD, outdoor, direct mailing, social media, spot radio, spot TV, evenimente, față în față, endorseri, cam tot! **La nivel național**
 - am avut armate de oameni în stradă pentru a colecta formulare

Cum am aflat ce merge în 2%?

Dezavantaje ale campaniei

- o iei de la zero, mereu, an de an
- faci matematici speciale ca să poți estima veniturile-
nu există un sistem aprobat și transparent de a afla
cine ți-a dirijat și cât
- o muncă acerbă de a obține datele de contact ale
celor care dirijează 2%, care **nu-s donatori**.
- o armată de voluntari/prieteni de coordonat
- an de an, ne transformăm în centrală telefonică de
stresat ANAF pentru a intra banii
- nu putem controla procentul corect de formulare
prelucrate, sume dirijate
 - 20% din formulare sunt invalide mereu
- nu putem îndrepta nimic din mecanismul acesta
consumator de timp în primele 4 luni ale anului.

Cum am aflat ce merge în 2%?

Avantaje ale campaniei

- Accesibilă organizațiilor mici
 - Costuri mici de derulare
 - Repetabilă
- Nu cere un grad mare de expertiză în coordonare
- Dacă investești în campanie, rezultatele nu întârzie să apară
- Nu are importanță cauza pentru care soliciți fondurile...chiar nu are!

Cu ce să completezi 2%?

Ce poți aduce alături de 2% pentru a avea fondurile necesare muncii și proiectelor tale?

- să derulați campanii de fundraising care să atragă fonduri predictibile, constante
- să deții controlul asupra mecanismului- să pot ști cine mi-a donat, cât, cât de des
 - să pot crește baza de date
- să poți loializa donatorii pentru mai mult de 5 ani
 - să poți urmări preferințele acestora și să-i pot upgrada la momentul potrivit
- să muncești la recrutare, dar să strângi roadele mai mulți ani la rând.

Donații lunare vs 2%?

Să explicăm cu cifre, cum îi șade bine fundraiserului:

1. Ipoteza- o asociație mică, cu 4 membri și 6 voluntari, de oriunde din România.
2. Campanie [donații lunare](#)
3. Timp de derulare- 1, 5 ani
4. Timp de retenție al donatorului- 5 ani
5. Donație lunară de 15 lei

Iată un scenariu pe 2 ani, recrutând 5 donatori noi lunar, în echipă de 10 oameni:

Donații lunare vs 2%?

REZULTATUL?

- Dacă reușim să atragem câte 5 noi donatori lunari, în primele 12 luni vom avea **55 donatori** ce ne vor da câte **15 lei lunar**, adică **1230 euro**.
- În următoarele luni putem ajunge la **70 de donatori lunari** a câte 15 lei, suma din anul al doilea fiind de **2730 euro**.
- **Cum va arăta planul de venituri, 100% predictibile, din următorii 3 ani?**
- Pentru a simplifica calculele nu am introdus rata de renunțare și nici campanii noi de recrutare în decursul celor 5 ani.
- **Câte voturi vă străduiți să strângeți pentru mai puține fonduri, nepredictibile sau unice? Câte formulare 2% credeți că veți avea în următorii 5 ani?**
- **V-am convins? Dar să nu neglijăm nici 2%!!!**

Cum funcționează?

Câteva aspecte asupra categoriilor de persoane care pot direcționa 2%! Cel mai des neaccesate de ONGuri

Cine sunt cei care pot redirectiona catre ONG-uri 2% din impozitul pe venit?

De cele mai multe ori, in cadrul atragerii de fonduri prin campaniile 2%, organizatiile neguvernamentale isi indreapta atentia catre o singura categorie de contribuabili: **salariatii**. Desi acestia reprezinta principalul segment al celor care pot redirectiona 2% din venit, totusi este bine sa stiti ca acestia nu sunt singurii care pot fi abordati.

Pe langa salariatii si cei care obtin alte venituri asimilate salariilor, un ONG poate solicita si sprijinul celor care se incadreaza in oricare din urmatoarele situatii:

Persoane care obtin venituri din activitati independente

Astfel, ONG-urile pot avea in vedere si: liber profesionisti (medici, avocati, notari, auditori financiari, consultanti fiscali, experti contabili si contabili autorizati, arhitecti sau alte profesii liberale), persoane care obtin venituri comerciale, drepturi de proprietate intelectuala (pentru brevete, marci, know-how, drepturi de autor etc.) sau chirii si care desfasoara o activitate independenta (de exemplu, ca persoane fizice autorizate).

diverse tipuri de indemnizatii aferente detinerii unei functii la o persoana juridica, remuneratii primite in baza unui contract de mandat, avantaje de natura salariala etc.

Cum funcționează? II

Persoane care obtin venituri din cedarea folosintei bunurilor

In aceasta categorie de contribuabili intra proprietarii care obtin venituri din chirii sau din arenda, atat din operatiuni cu bunuri imobile (de exemplu, cladiri sau terenuri), cat si din operatiuni cu bunuri mobile (masini, utilaje, echipamente).

Persoane care obtin venituri din activitati agricole, silvicultura si piscicultura

In special in cazul acelor organizatii nonprofit care vizeaza o implicare semnificativa in mediul rural, aceasta categorie de contribuabili ar putea fi o buna optiune in cadrul Campaniilor 2%.

Astfel, ONG-urile pot avea in vedere posesorii unor venituri din cultivarea produselor agricole, exploatarea diverselor tipuri de plantatii (viticole, pomicole, de arbusti), cresterea animalelor si exploatarea produselor provenite de la acestea, in stare naturala. Conditia este ca impunerea acestor venituri nete sa se faca in sistem real (pe baza volumului efectiv al activitatii) si nu pe baza unor norme de venit. De asemenea, pot fi vizati cei care obtin venituri din exploatarea produselor lemnoase/nelemnoase, precum si a amenajarilor piscicole.

Cum funcționează? III

Persoane care obtin alte venituri, conform prevederilor codului fiscal

In aceasta ultima categorie pot fi avuti in vedere cei care inregistreaza venituri din transferul titlurilor de valoare (cu exceptia partilor sociale si valorilor mobiliare in societati inchise) sau operatiuni de vanzare-cumparare de valuta la termen, pe baza de contract, insa nu pe o piata reglementata.

O sursa buna de informare si usor accesibila cu privire la aceste detalii se regaseste in instructiunile de completare aferente Formularului 200.

Cum funcționează? IV

Declaratiile specifice

Redirectionarea sumelor reprezentand 2% din impozitul pe venit se face prin intermediul a doua declaratii:

Declaratia 230 pentru veniturile din salarii si asimilate salariilor;

Declaratia 200 privind veniturile realizate din Romania, pentru toate celelalte categorii de venituri eligibile.

Declaratiile pot fi depuse si electronic sau personal de catre contribuabili la organul fiscal competent, inasa atat cat este posibil - in cazul Declaratiilor 230 - pentru a permite organizatiilor nonprofit sa mentina legatura cu acestia si ulterior desfasurarii Campaniilor 2%, este preferata transmiterea prin posta a formularelor completate, ulterior centralizarii lor de catre ONG-ul beneficiar.

Mecanismul de redirectionare

In toate cazurile, autoritatile fiscale romane (reprezentate de organul fiscal competent, ce variaza in functie de adresa contribuabilului) sunt cele care au obligatia calcularii, retinerii si virarii sumelor constituind 2% din impozitul pe venit. Astfel, campul referitor la suma din cadrul declaratiilor poate fi lasat necompletat, urmand ca autoritatile sa preia informatiile din baza de date proprie.

RESURSE

- În cele ce urmează am vrea să vă indicăm câteva campanii care au reușit să facă milioane de lei din zeci de mii de formulare semnate.
- Puterea unei organizații nu semnifică automat și succesul în campania 2%.
- Succesul vine din atitudine, din ambiție și determinare, din munca susținută în teren, nu în fața computerului.
- Astfel, exemplul Asociației HELP Autism, ce a reușit să convingă același număr de oameni ca și mai puternica sa colegă, Hospice Casa Speranței, este demn de laudă.
- Un exemplu vine și din Polonia, de la SOS Satele Copiilor

Cum faci primul milion? La ei

Țara: campania din **Polonia**, unde procentul este de 1%, nu ca in Romania

Anul: 2008

Venitul brut: 1 875 206 Euro

Buget investit: 174 210 Euro

Organizatia: SOS Satele Copiilor Polonia

S-au folosit toate canalele de comunicare, exceptând social media.

Concluzii?

Bagi bani ca să scoți bani!

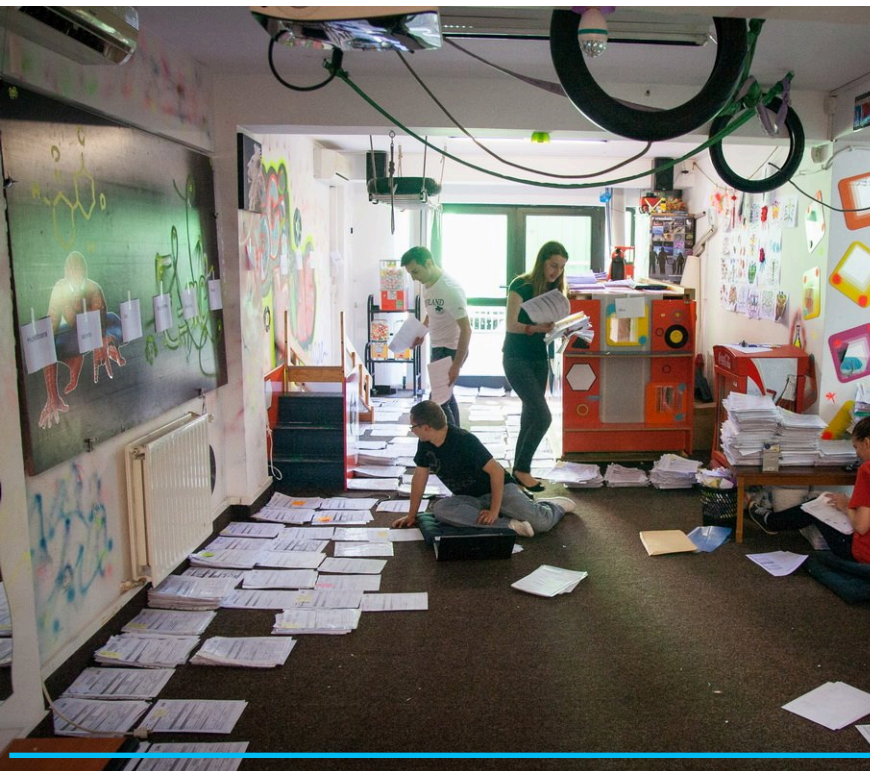
Nu poți face intern o campanie atât de mare, e nevoie săa pelezi la resurse suplimentare- agenții advertising, PR, etc

Cum faci primul milion? La noi

**Hospice Casa Speranței
2012**

Help Autism 2014

Ambele campanii cu 1
milion de lei încasați din
2%



20%

**PENTRU CLIPE DE VIAȚĂ
FĂRĂ DURERE**

Redirecționează 2% din Impozitul pe 2011 și
ajută un bolnav cu cancer să învingă durerea.

Descarcă formularul de redirecționare de pe

www.hospice.ro

RESURSE

Noi 2 construim viața!

"SOS Satele Copiilor. Modelul este austriac. De prin 1950. Case tradiționale românești, foarte confortabile, organizate ca întreg un sat. În fiecare casă, vreo 6-7 copii, împreună cu mamele sociale. Familie, educație, integrare socială. Cam asta ar fi oferta acestei organizații."
Revista 22



"Sunt o mama cu 12 ani vechime și cu mai multe generații la activ. Am și copii care au dat la facultate: o fată care a terminat Sociologia și un băiat (fratele ei) student. Nu miza fost ușor, dar îmi place."
Mama Lucia, interviu în revista Ioana

"E ușor să faci bine dacă și ceilalți te ajută!"

Hermann Gmeiner (1919 - 1986)
fondatorul SOS Satele Copiilor



"Gigă Popescu a oferit unui copil aflat în îngrijirea SOS Satele Copiilor România șansa de a se alătura la școala sa de fotbal din Craiova. Cum altfel poate fi catalogat decât miracol faptul ca visul unui copil talentat poate deveni realitate?"
Cotidianul Sport Total



"Comunitatea de Tineri. Sugestiv titlu pentru tinerii care făcuse împreună în acest loc! Viața de tânăr presupune și libertăți, însă și multă muncă, perseverență, credință și dragoste pentru a reuși să ne atingem scopurile în viață."
Alexandra, 19 ani



Nu toți copiii au parte de o familie fericită, dar cu ajutorul tău, SOS Satele Copiilor le poate oferi o casă, frați și surori și un viitor sigur. Donează 2% din impozitul pe venit reținut pentru anul 2006 pentru copiii îngrijiți de noi. Nu te costă nimic!

SOS Satele Copiilor România - Str. Natației 66B, Sector 1, București
Tel: 021 668 00 90; 021 668 00 77, Fax: 021 668 00 72
CUI: 7108752 IBAN: RO84CITI0000000825018018
www.satele-copiilor.ro
E-mail: sos@sos-satelecopiilor.ro



SOS Satele Copiilor
Romania



SOS Satele Copiilor România

PLIANT 2% CU FORMULAR INSERAT

despre noi

SOS Satele Copiilor este o organizație umanitară ce ocrotește copiii care nu pot fi îngrijiți de proprii părinți, asigurându-le o familie substitutivă și un cămin permanent, până la integrarea lor socială și profesională. În plus, SOS Satele Copiilor România desfășoară activități în beneficiul copiilor și familiilor aflate în dificultate, în cadrul proiectelor din Sibiu, Bacău și București.

Peste 30 de copii visează ca acest an să aducă o schimbare în viața și șansa lor – să primească și să se bucure de o nouă familie într-unul dintre Satele Copiilor SOS, alături de ceilalți.

Viziunea noastră: Fiecare copil trebuie să aibă o familie care îl iubește, îl respectă și îi oferă siguranță.

Misiunea noastră: Noi oferim o familie substitutivă copiilor ajunși în dificultate. Îi ajutăm să-și găsească singuri un viitor. Contribuim la dezvoltarea comunităților în care ei trăiesc.

parteneri

DDB Coșniceru
COMMERCIAL

THE INVESTOR **CARIERE** Business Woman
FATA SAU MAMA SAU VATA

Ioana **FINANCIARĂ**

MONEY **SIBIU STANDARD**

OBSERVATOR **Ioana** **copiilor**
EDITIE DE BACAU - partener media

 **SOS SATELE
COPILOR
ROMANIA**

www.sos-satelecopiilor.ro



*Investește
în viitorul tău*

Semnează formularul 2% pentru SOS Satele Copiilor

 **SOS SATELE
COPILOR
ROMANIA**

Așa NU!

Deși tentația de a da exemple clare de **așa nu** e mare, am decis să spunem doar care sunt greșelile făcute cel mai des de ONGuri în campania 2%:

1. Startul întârziat
2. "Arderea" pieței cu mesaje zilnice care includ și formularul 2%
3. Comunicarea exclusiv online
4. Utilizarea exagerată a social media
5. Campanii elaborate de marketing, design.....
6. Postarea formularului organizației, foarte des, pe toate canalele de comunicare
7. Comunicate de presă, conferințe de lansare a campaniei, etc
8. Evitarea contactului față în față
9. Necolectarea datelor celor care dirijează 2% către organizație
10. Nu se MULȚUMEȘTE, nu se anunță rezultatele și unde s-au cheltuit banii!

Caută să înveți mai multe



PARTICIPĂ

la oricare din modulele programului **SUSTAIN TOMORROW**, un program premiat în 2014 pentru rezultatele sale.

www.dreamcatchers.ro

SUSTAIN TOMORROW 2014

> REZULTATE <

Pornit în 2012, cu scopul de a educa, forma, inspira oameni și organizații în munca zilnică de a atrage fonduri, de a prezenta exemple de bună practică, de a analiza campanii de atragere de fonduri, programul SUSTAIN TOMORROW a devenit un etalon. Participanții s-au integrat într-o comunitate profesională puternică și săritoare, comunitatea Dreamcatchers Romania.

Anul 2014 i-a adus recunoașterea publică odată cu premiul BEST FUNDRAISER oferit de Revista Avantaje.

21
module
training

578
participanți

528
ore
mentoring
gratuit

158
Ore
curs



Peste 200.000
Eur atrași de
participanți

2
traininguri
internaționale

21
speakeri

MULȚUMIM!

#sustaintomorrow

Cursuri de fundraising

10
module

1
tabără
de vară

1 Festival
Internațional

Explicații pas cu
pas

Speakeri cu
experiență
remarcabilă

Module special
destinate
începătorilor

Suporturi de curs
utile, studii de
caz, bune practici

 Înscrierile se fac la email: dreamcatchersromania@gmail.com

www.dreamcatchers.ro

CALENDAR SUSTAIN TOMORROW 2015

20
IAN

NO COST
FUNDRAISING

7-8
FEB

FR
MENTORING
WEEKEND
Alfabetizarea
online

17 FEB

CROWD-
FUNDING?
Yes, please!

17
MAR

2%
TIPS&TRICKS

14
APR

INDIVIDUALS
FUNDRAISING

12
MAI

CORPORATE
FUNDRAISING

4-5
IUN

Romanian
International
Fundraising
Festival

30
IUL-2
AUG

FR SUMMER
CAMP

8 SEPT

FUNDRAISING
PE MOBIL

6 OCT

DIRECT
MAILING

3 NOI

ONLINE
FUNDRAISING

9 DEC

STRATEGIC
BUSINESS
PLAN

Fundraising ebooks 2015

A

Puterea lui
Mulțumesc

B

Primii pași
în
fundraising

C

1 idee pe zi

D

Ce aș Sfătui

E

Așa DA, așa
NU în
fundraising

F

Scrisori care
aduc
fonduri

G

Radiothon
și
campaniile
prin SMS

H

Dicționarul
fundraiserului

Ce urmează?

- ✓ **Ține acest material la îndemână**
- ✓ **Citește-l din când în când**
- ✓ **Discută-l cu echipa ta**
- ✓ **Notează toate ideile care îți vin când citești**
- ✓ **Păstrează legătura cu noi**
- ✓ **Citește articolele-resursă de pe blogul**

dreamcatchersromania.wordpress.com

Acest material este protejat de drepturi de autor si este numai pentru uzul tau personal. El nu poate fi folosit in scop comercial, integral sau partial, iar utilizarea sa in orice alt mod este posibila numai cu acordul autorilor.

Contact: dreamcatchersromania@gmail.com

Mulțumiri Positive Projects, Irina Popescu!

MULȚUMIM!