

ЛИЛИЯ АХМЕТЗЯНОВА
ОТВЕТСТВЕННАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Архангельск
2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1. Сбор средств через установку ящиков для пожертвований	4
Глава 2. Сбор средств с помощью акций в торговых центрах	8
Глава 3. Сбор товарных пожертвований с помощью акций в торговых центрах и магазинах	12
Глава 4. Сбор средств через фандрайзинг-событие на примере акции «Благотворительный забег»	17
Глава 5. Сбор средств через фандрайзинг-событие на примере акции «Благотворительная ярмарка»	20
Глава 6. Сбор средств в интернете через сайты, социальные сети, интернет-акции, краудфандинговые платформы	22
Заключение	28
Приложения	29
Список использованной литературы	58

ВВЕДЕНИЕ

Начиная привлекать средства в далеком 2007 году, я мечтала найти хоть какую-то информацию о том, как правильно юридически оформлять фандрайзинговые акции, как проводить сбор средств в ящики для пожертвований, как их вскрывать и оформлять денежные средства. В 2007 году такую информацию найти было практически невозможно! К сожалению, и в 2016 году в открытом доступе материалов по юридическому оформлению деятельности по привлечению средств также немного. Поэтому эта брошюра призвана помочь всем, кто только начинает некоммерческую деятельность и хочет учесть все требования законодательства в организации и проведении благотворительных акций!

В данной брошюре описаны основные этапы подготовки акции, механизмы их проведения, технология подведения итогов, дан анализ основных рисков и ошибок при проведении акции. А также приложены образцы всех необходимых документов. Собраны советы, приемы и секреты, которые помогут вам начать проводить фандрайзинговые мероприятия, которые вы еще не пробовали организовывать.

Некоторые акции, из описанных в данной брошюре, имеют схожий алгоритм, поэтому для полноты картины желательно прочесть все главы. Я также уверена, что лучше всего пояснять на примерах. Они в брошюре будут выделены курсивом.

Ну и самое главное: читать – мало, надо пробовать применять!

Удачи в вашем непростом, но очень важном деле!

*С уважением,
Лилия Ахметзянова,
заместитель директора по развитию
благотворительного фонда «Даунсайд Ап»,
автор проекта «Фандрайзинг в стиле FUN»*

ГЛАВА 1. СБОР СРЕДСТВ ЧЕРЕЗ УСТАНОВКУ ЯЩИКОВ ДЛЯ ПОЖЕРТВОВАНИЙ

Использование ящиков для пожертвований – наиболее популярный способ сбора средств. Со стороны он кажется наиболее простым и недорогим, хотя это не совсем так.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ

Мы не можем установить ящик в любом месте. Для того, чтобы в ящике появлялись деньги, место должно быть довольно проходным, а люди, которые там бывают, при себе должны иметь наличность. Этим двум требованиям удовлетворяют не все помещения. Студенческое общежитие, к примеру, имеет хорошую проходимость, но платёжеспособность студентов не самая высокая.

Оптимально устанавливать ящики в таком месте, где потенциальный донор уже держит в руках кошелек. Например, установка ящиков рядом с кассой повышает ваши шансы на успех, однако у касс люди стараются поскорее пройти дальше, чтобы не мешать другим, поэтому вдумчивого отношения к пожертвованию не получится, покупатель может машинально избавиться от мелочи, не вникая в суть. Но если ящик будет установлен на входе в торговый зал или в том месте, где люди упаковывают свои покупки, то шансов, что пожертвование будет выше, гораздо больше.

Итак, вы нашли хорошее место: торговый центр, банк, аптеку, спортивный зал, кинотеатр... Что дальше?

1. В первую очередь необходимо договориться с площадкой об установке ящика. Очень важно не только проговорить точное местоположение ящика, периодичность вскрытия, но и ответственность за его сохранность и целостность.

2. Закрепить все договоренности в письменном виде, заключив договор установки ящиков для сбора пожертвований (см. Приложение 1). Срок действия данного договора будет зависеть от продолжительности акции по сбору средств, которая может быть разовой или регулярной.

3. Поработать с персоналом площадки. Именно от них будет зависеть, станут ли клиенты или покупатели обращать внимание на ящик для пожертвований, который стоит рядом с кассой. Расскажите им о своем фонде, его проектах, о том, на что будут потрачены средства.

ВНЕШНИЙ ВИД ЯЩИКОВ

Давайте поговорим о самих ящиках, они могут быть любого размера. Стационарные ящики в торговых центрах довольно большие и громоздкие. Ящики, которые используются на акциях, значительно меньше и легче, чтобы сотрудникам, которые их носят, было удобнее. Нет требований к мате-

риалу, из которого должны быть выполнены ящики, однако, хорошим тоном является изготовление ящиков из прозрачного оргстекла, через которое хорошо видно, сколько денег собрано.

В холле нашего фонда «Даунсайд Ап» долгое время висел непрозрачный ящик для сбора пожертвований, после замены его на прозрачный, он стал приносить в 3 раза больше денег!

Ящик можно изготовить самим или приобрести. При заказе очень важно обращать внимание на размер отверстия для денег. Слишком маленькая щель создает неудобства для доноров, слишком большая оставляет возможность мошенникам вытащить деньги с помощью какого-либо приспособления.

Я очень люблю фонд «Рональда Мак Дональда» и жертвую им деньги, при посещении ресторана McDonalds, но ящики для пожертвований, которые стоят на кассах позволяют жертвовать только мелочь, т.к. их отверстие сконструировано таким образом, что бумажные деньги туда проходят с большим трудом. Обязательно думайте о таких вещах при заказе ящика.

На ящике следует разместить информацию о целях сбора средств, контактную информацию о фонде. Здорово, когда на ящике есть предусмотренный конструкцией карман для листовок, тогда каждый жертвователь сможет взять ее и узнать о фонде. Не забудьте указать контактный телефон и сайт.

Ящик должен быть прочным, особенно тот, за которым специально никто не будет смотреть. Ради надежности можно даже пренебречь красотой. Стационарный ящик должен быть максимально тяжелым, возможно даже громоздким, чтобы унести его было непросто. Такие ящики хорошо бы надежно закрепить.

Очень здорово, когда установка ящика приурочена к какой-либо акции или празднику. Зачастую сама площадка магазин или бизнес-центр включаются в создание хорошего настроения у своих клиентов или сотрудников. Это может быть просто хорошая музыка, воздушные шары, большая ваза с конфетами или апельсинами. Можно попросить площадку о продвижении акции у потенциальных жертвователей. Это могут быть плакаты и баннеры об акции в самых читаемых местах, аудиореклама в магазине, внутренние коммуникации среди сотрудников с просьбой о поддержке акции, раздача листовок о фонде или проекте.

21 марта – Международный день человека с синдромом Дауна. В этот день компании, которые поддерживают наш фонд, проводят следующую акцию: на ресепшн устанавливаются ящики для пожертвований и ваза с апельсинами, каждый сотрудник, который делает пожертвование, получает «оранжевое настроение» в виде апельсина, а также информационную брошюру «10 мифов о синдроме Дауна».

Проверяйте в каком состоянии ящики, не повреждены ли они, насколько они заполнены. Чем больше освещается акция в СМИ, тем больший интерес к ней у людей и тем больше шанс наполнить ящики.

Размер ящика зависит от того, где планируется его использовать. Обычно ящики применяют в следующих случаях:

1. Для постоянного сбора средств в учреждениях (в торговых центрах, в крупных офисах или в собственной организации)

2. Для сбора средств во время акций

3. Для сбора средств на улице.

Всю работу необходимо правильно оформить, чтобы соблюсти все юридические нормы. Для этого у вашей организации должна быть благотворительная программа, которая состоит из одного или нескольких проектов. Во внутреннем документообороте НКО должно быть указано, на какой проект привлекаются ресурсы с помощью ящиков для пожертвований.

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Обязательно издать приказ руководителя об установке ящика (*см. Приложение 2*) с указанием срока и адреса установки. Если ящик устанавливается в какой-либо другой организации, то необходимо направить запрос на установку ящика и получить письменное подтверждение согласия на установку. Либо заключить с организацией договор.

Ящик должен быть опечатан. Обычно наклейка с печатью размещается на том месте, через которое производится выемка средств. На этой наклейке размещены: дата, подпись ответственного лица и печать организации.

При установке ящика применяется заключение договора на основе публичной оферты (*см. Приложение 3*) (ст. 437 ГК РФ).

Если ящики устанавливаются не в вашей организации, вам может понадобиться помощь волонтеров. Очень важно брать самых надежных и проверенных из людей. У волонтеров должны быть четкие инструкции. Здорово, если этот человек будет мобилен, с машиной.

Как и любой другой способ сбор средств через ящики для пожертвований требует определенных затрат:

- Закупка ящика;
- Доставка ящика;
- Механизмы или приспособления для того, чтобы ящики не могли украсть;
- Замки и ключи;
- Изготовление листовок;
- Машина для развозки ящиков по учреждениям;
- Инкассация

Важно закладывать в бюджет всякие мелочи, например, запасные материалы на случай поломки каких-либо деталей. А также административные расходы: время работы сотрудников, интернет, телефон и прочее.

Может получиться так, что расходы на обслуживание ящика превышают средства, которые он приносит, тогда стоит подумать о том, чтобы убрать ящик или перенести его в другое место.

Забирается ящик по мере наполнения либо по истечении срока договора. Вскрытие ящика производится в присутствии комиссии с составлением акта вскрытия (*см. Приложение 4*). Подсчет средств также производится комиссионно. Деньги, изъятые из ящика, вносятся в кассу организации. В течение дня их нужно положить в банк на расчетный счет. Расходовать пожертвования сразу после их оприходования в кассу нельзя, т.к. это целевые средства на определенную программу или проект.

После того, как средства были потрачены, не забудьте поблагодарить жертвователей и написать финансовый и содержательный отчет. Распространить отчет очень хорошо в том месте, где производился сбор средств. Т.к. это не всегда реально, хорошо, если на ящиках для пожертвований вы укажете, где именно вы разместите отчет.

Несмотря на все плюсы данного вида сбора средств, стоит помнить о главном минусе – этим способом практически невозможно собирать контакты доноров для последующей работы с ними. Мировой тренд – это регулярные пожертвования, которые требуют постоянных коммуникаций с донорами.

Итак, для проведения акции вам понадобится:

- Договор с площадкой
- Приказ на установку ящика
- Опечатанный ящик
- Акт вскрытия ящика
- Волонтеры
- Благодарственные письма площадке, волонтерам, жертвователям

ГЛАВА 2. СБОР СРЕДСТВ С ПОМОЩЬЮ АКЦИЙ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ

В предыдущей главе мы обсудили сбор средств с помощью ящиков для пожертвований, в этой главе давайте подробнее остановимся на акциях в торговых центрах. Их главное отличие в том, что помимо установки ящиков, необходимо продумать яркую идею, организовать активность и подключить большое количество волонтеров или сотрудников.

Торговый центр – лучшее место для проведения акций по сбору средств, в них большая проходимость, люди находятся в них довольно продолжительное время, чтобы успеть вникнуть в происходящее и принять решение о пожертвовании.

Конечно же нужно помнить о том, чтобы юридически правильно оформлять всю работу. Цель сбора средств должна быть указана во внутренней документации. Обязательно следует заключить договор с торговым центром и добровольцами, которые будут работать на вашей акции.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ АКЦИИ:

1. Договориться с площадкой

Хорошо, если площадка сетевая, когда договариваетесь один раз, а акция проходит сразу в нескольких магазинах. Договариваться необходимо с лицом, которое принимает решения. Очень важно четко проговорить взаимную ответственность, оптимально все прописать в договоре или соглашении с площадкой. Все, что возможно, делайте самостоятельно, так вы покажете вашим партнерам, что с вами легко работать. Все партнеры боятся дополнительной нагрузки, которая неизбежно появляется при проведении не основной работы.

Во многом руководство и сотрудники торгового центра могут вам помочь. Например:

- Дать аудиорекламу;
- Расклеить плакаты, анонсирующие акцию, в выигрышных местах (вход, выход, кассы, доски объявлений) до ее начала и во время проведения;
- Сделать фирменные кассовые чеки акции;
- Разместить информацию об акции на экранах и билбордах ТЦ;
- Изготовить пакеты с символикой акции, которые продаются на кассе;
- Определить пиковое время посещения в будни и выходные.

Проведение акции по сбору средств выгодно не только для НКО, но и для компании, это хороший способ продвижения на рынке. Какие выгоды может получить торговый центр:

- Повышение лояльности покупателей;
- Повышение лояльности сотрудников, для которых очень большое значение имеет работа в социально-ответственной компании;
- Компания получит дополнительный PR, т.к. СМИ активно и с интересом освещает благотворительные акции;
- Увеличение оборота за счет проданных во время акции товаров.

2. Продумать акцию

Необходимо поставить четкую измеримую цель, сколько средств вы планируете собрать во время акции. Просчитайте также все расходы, связанные с акцией. Вам потребуются:

- Футболки для волонтеров с логотипом акции;
- Баннер, плакат или ролл-ап;
- Листовки;
- Сувенирная продукция с символикой акции или организации (например, шарики, браслетки и т.д.)

Конечно же расходы по акции должны быть значительно меньше, чем сумма привлеченных средств.

Важно продумать, где будет находиться ящик для сбора пожертвований ночью, если акция проходит несколько дней. Если ящик закреплен, то нет никаких проблем, но, если закрепить его стационарно нет возможности, нужно либо договариваться о хранении в учреждении, либо самостоятельно забирать ящик вечером и возвращать его утром.

3. Найти и обучить волонтеров

Берите надежных людей, с которыми уже работали. Дайте каждому волонтеру четкие инструкции, а еще лучше пропишите все в договоре. Старайтесь так организовать работу добровольцев, чтобы им было удобно, иначе есть риск, что участие в акции станет их первым и последним проектом.

Зачем волонтерам участвовать в акциях НКО? Их может привлекать:

- Возможность попробовать себя в чем-то новом;
- Участие в мероприятии городского масштаба;
- Получение опыта;
- Развитие личностных качеств;
- Возможность помочь нуждающимся;
- Возможность весело и интересно провести время в компании единомышленников.

Постарайтесь после акции поблагодарить всех волонтеров, подготовьте для них благодарственные письма, подарите им атрибутику, в которой они участвовали в акции (футболки, бейсболки и т.д.).

4. Грамотно расставить волонтеров

Анна Смирнова в брошюре «Привлечение ресурсов с помощью акций в торговых центрах» предлагает следующую схему расстановки волонтеров. Эта схема применима к крупным торговым центрам, но конечно же, если ее адаптировать, то можно использовать и в небольших.

Вход. Здесь встают от 1 до 3 человек, которые раздают листовки с информацией о проходящей акции.

Ваша стойка. Здесь должно стоять 4-6 человек. Функционал волонтеров, которые здесь работают, следующий. Один человек работает с «трудными» покупателями (отвечает на вопросы, работает с возражениями). Второй раздает шарики или сувениры за пожертвования. Третий волонтер –

Торговый зал



«зазывала», который привлекает внимание проходящих прохожих к акции. Четвертый собирает контактные данные жертвователей, записывает статистику. Пятый надувает шарик.

Автор также рекомендует держать место проведения акции в чистоте, чтобы не было наваленных сумок, верхней одежды и т.д., т.к. это создает впечатление отсутствия профессионализма.

На стойке следует держать всю документацию: соглашение с площадкой, договоры с волонтерами, а также копии уставных документов, годовые отчеты за прошлый период (на случай проверки или особо бдительных посетителей ТЦ).

Выход. Здесь также можно поставить 1 или 2 человек, на случай, если покупатели зашли через него. Волонтеры также могут дать им листовки с информацией об акции.

Кассы и прикассовая зона. Здесь также могут стоять 1-3 волонтера. Если торговый центр крупный, а волонтеров мало, человек мог дойти до кассы и ничего не узнать об акции. Здесь волонтеры могут предложить сделать пожертвование.

5. Провести акцию ярко и необычно

Сбор средств можно сопровождать также мастер-классами по изготовлению каких-либо сувениров, лепке, валянию и т.д. Можно рисовать аквагримом на лицах детей, оформить место, в котором проходит акция, с использованием фотографий или поделок подопечных.

Не забудьте также попросить администрацию торгового центра разрешить вам давать аудиосообщения. Возможно вам удастся привлечь к записи звукового ролика кого-нибудь из местных звезд или радиоведущих.

6. Отчитаться и поблагодарить

Мы благодарим всех участников акции: руководство и сотрудников торгового центра, волонтеров, партнеров, доноров. Обязательно публикуем отчет о том, сколько было собрано пожертвований и на что они будут направлены. Если акцию освещают СМИ, постарайтесь направить им пост-релизы с данной информацией.

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Социально ориентированный маркетинг – это партнерство НКО и коммерческой организации по решению социально значимых проблем. Примером социального маркетинга может служить акция, в ходе которой 10 рублей с покупки того или иного товара идет в поддержку того или иного благотворительного фонда.

Такое партнерство должно быть оформлено договором или соглашением о партнерстве.

1. Соглашение о партнерстве (*см. Приложение 5*) является рамочным договором, в котором указывается наименование программы социального маркетинга, условия и порядок ее реализации, а также обязательства сторон по выполнению принятых на себя обязательств.

В соглашении о партнёрстве важно отразить порядок определения суммы пожертвований, периодичность их перечисления, какая информация о НКО размещается на продукции компании и в рекламных материалах.

2. Договор о пожертвовании (*см. Приложение 6*) заключается отдельно во исполнение Соглашения о партнерстве и содержит обязанность компании перечислить сумму пожертвования.

Если компания на момент начала программы социального маркетинга не может подсчитать сумму пожертвования (а зачастую это действительно так), то рекомендуется заключать договор со ссылкой, что сумма пожертвования будет определяться дополнительным соглашением по результатам акции.

Необходимо помнить, что:

- Компания не должна требовать доступа к базе жертвователей НКО;
- Компания не должна ставить условия, что НКО закупит товары или услуги у компании по коммерческим ценам;
- Компания пользуется только теми данными, которые предоставляет НКО;
- Компания и НКО взаимно согласовывают содержание публичных отчетов и пост-релизив.

Итак, для проведения акции вам понадобится:

- Договор с площадкой
- Креативная концепция
- Волонтеры и сотрудники
- Сувенирная продукция
- Активности для участников акции
- Благодарственные письма площадке, волонтерам, жертвователям

ГЛАВА 3. СБОР ТОВАРНЫХ ПОЖЕРТВОВАНИЙ С ПОМОЩЬЮ АКЦИЙ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ И МАГАЗИНАХ

(НА ПРИМЕРЕ АКЦИИ «КУПИЛ – ОТДАЛ»)

На акциях в торговых центрах можно привлекать не только денежные пожертвования, но и товары, которые продаются в магазине и могут быть переданы как пожертвование. Такие акции немного отличаются в части организации и оформления. Давайте немного подробнее.

Если мы просим пожертвовать те или иные товары, необходимо хорошо продумать коммуникации с покупателями, чтобы они имели точное представление о том, какая именно продукция необходима. Можно также подготовить пакеты с готовыми наборами благотворителя. Торговый центр с вашей помощью собирает наборы товаров, которые нужны вашим подопечным на разные суммы. Эти товары могут быть разложены как на определенной стойке в торговом зале, так и на кассе. Это хороший вариант для тех людей, которым некогда самостоятельно собирать наборы.

Но подготовить листовки с четкими списками необходимых товаров, тоже нужно. Возможно, некоторые покупатели захотят купить гораздо больше товаров, чем разложено в готовых наборах.

Администрация торгового центра также может вам помочь в проведении акции. Можно, например, вовлечь сотрудников:

- Привлечь их как волонтеров, которые смогут собирать пакеты с товарами;
- Заинтересовать кассиров, которые могут на кассе также предлагать приобрести товары по акции, которые будут переданы как пожертвования;
- Помочь рго-вопо в разработке PR продвижения акции;
- Разрешить волонтерам стоять в торговом зале рядом с продукцией, которая перечислена в листовках, чтобы покупателям было легче ориентироваться;
- Разрешить раздачу листовок при входе.

Также руководство торгового центра может вовлечь в проведение акции своих партнеров и клиентов:

- Попросить скидку у поставщиков товаров;
- Проинформировать своих клиентов о начале акции через e-mail, sms – рассылки, через листовки, на сайте и т.д.

Подробная схема расстановки волонтеров описана в предыдущей главе, здесь же давайте более подробно поговорим об оформлении стойки, за которой стоят волонтеры:

1. Стол, накрытый скатертью или красивой оформительской бумагой;
2. Ролл-ап с логотипом НКО или акции. Не забудьте также разместить логотипы всех, кто поддержал акцию;
3. Стул или стулья, на которых можно будет по очереди отдыхать;
4. Тележка или коробка, куда люди будут складывать товары в качестве пожертвования;

5. Ящик для пожертвований;
6. Листовки об организации;
7. Листовки с информацией об акции;
8. Сувенирная продукция (шарики, календарики, поделки и т.д.);
9. Листы для сбора контактной информации от доноров.

РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРОВЕДЕНИЕ АКЦИИ

Как и любая акция, сбор товарных пожертвований потребует определенных затрат, давайте подсчитаем хотя бы примерно, что понадобится:

- Футболки для волонтеров с логотипами – примерно 500 руб. за штуку, нужно не менее 5;
- Ролл-ап с логотипом акции или НКО – около 4 000 рублей;
- Листовки формата А6 – 2 руб. за 1 штуку. В день, в среднем, нужно 500 штук, итого 1 000 рублей;
- Сувенирная продукция, например, шарики с логотипами. 20 рублей за штуку, нужно хотя бы 300. Получается 6 000 рублей.

Итого: проведение акции (1 день) в одном торговом центре обойдется в 13 500 рублей (цены 2016 года). Если акция длится больше, а это конечно более правильно, то нужно увеличивать статьи бюджета «сувенирная продукция» и «листовки».

Как сделать расчет количества полученных товаров:

Например, мы поставили себе цель собрать товаров на сумму 100 000 рублей. Средняя сумма товарного пожертвования примерно 50 рублей. Итак, если мы хотим собрать 100 000, нам нужно, чтобы пожертвование сделали 2000 человек.

Узнаем у администрации проходимость ТЦ. Предположим, что проходимость в пиковое время равна 5 000 человек, но конечно же не каждый вошедший в магазин, станет жертвовать. Как показывает опыт, пожертвование сделает лишь каждый 30-й из узнавших об акции.

Значит, в день будут жертвовать примерно 150-160 человек, соответственно, чтобы собрать 100 000 необходимо проводить акцию в течение 12 дней.

Это приблизительные расчеты, конечно же могут жертвовать больше чем 50 рублей и чаще, чем каждый 30-й, но эти прикидки позволяют нам понять соотношение вкладываемых ресурсов и получаемых, первые всегда должны быть меньше последних.

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Про то, как оформлять деньги, мы уже говорили. Товары же оформляются актом учета пожертвований в неденежной форме (см. Приложение 7).

Не забудьте, что передачу товаров вашим подопечным также нужно оформлять:

- Договором пожертвования материальных средств (см. Приложение 8) (если передача осуществляется в виде товаров);
- Договором пожертвования физическому лицу (см. Приложение 9) (если средства передаются человеку напрямую).

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

После проведения акции обязательно обсудите ее итоги. Отметьте плюсы и минусы, что можно сделать лучше в следующем году. Постарайтесь поддерживать хорошие отношения с площадкой, чтобы в следующем году уже не тратить ресурсы на ее поиски.

Также, как и при проведении любой другой акции, необходимо поблагодарить всех участников: работников торгового центра, волонтеров, доноров, партнеров. Предоставляем всем финансовую и содержательную отчетность о том, сколько было собрано средств в денежном и товарном эквиваленте, куда они пошли, как изменилась жизнь подопечных.

Давайте рассмотрим плюсы и минусы такого способа привлечения средств как проведение акций в торговых центрах.

Плюсы:

- Повышение узнаваемости организации;
- Привлечения внимания к проблеме;
- Высокий уровень сбора товарных пожертвований;
- Привлечение новых волонтеров и доноров;
- Привычный для жертвователя способ сбора средств.

Минусы:

- Высокие затраты (временные, человеческие, организационные ресурсы);
- Не все товары, которые требуются, есть в ассортименте торгового центра;
- Закупки оптом этих товаров могут стоить значительно дешевле;
- Риск человеческого фактора (волонтер в плохом настроении может загубить акцию);
- Большое количество подобных акций различными НКО снижает интерес населения к ним.

Итак, для проведения акции вам понадобится:

- Договор с площадкой
- Волонтеры и сотрудники
- Пакеты с товарами для пожертвований
- Листовки с информацией об акции и об организации
- Сувенирная продукция
- Акты учета нематериальных пожертвований
- Благодарственные письма площадке, волонтерам, жертвователям
- Договор пожертвования материальных ценностей или договор пожертвования физическому лицу
- Финансовая и содержательная отчетность

ГЛАВА 4. СБОР СРЕДСТВ ЧЕРЕЗ ФАНДРАЙЗИНГ – СОБЫТИЕ НА ПРИМЕРЕ АКЦИИ «БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ЗАБЕГ»

Благотворительный забег – акция по сбору средств, которая пришла к нам с запада. В 1896 году марафон как дисциплина был введен в программу Олимпийских игр. Но уже через несколько десятков лет появились коммерческие, организованные не только для олимпийских чемпионов. По мере того, как массовый бег становился популярнее, росло и марафонское движение. В настоящее время в одной только России проводится порядка 50 марафонов ежегодно. Коммерческие марафоны открыты для участия любителей бега. Очень часто марафоны включают в себя благотворительную составляющую, часть средств от организаторов марафонов передается некоммерческим организациям на реализацию программ.

Официальная длина марафонской дистанции 41,195 метров. Организовать такое событие некоммерческим организациям довольно проблематично. Поэтому благотворительные организации чаще проводят благотворительные забеги. В них помимо мужского и женского зачета, может быть включена небольшая программа для детского забега, забега на инвалидных колясках, костюмированного забега и т.д. Однако, следует заметить, что несмотря на благие цели данных мероприятий, участников более всего привлекает спортивная составляющая, поэтому с учетом возрастающего количества пробегов, нельзя экономить на статьях бюджета, отвечающих за качество.

Подготовка к пробегу начинается минимум за 4 месяца. Начать лучше всего с поиска подходящей площадки и ее согласования с органами власти. В нашей стране с учетом климата лучше всего проводить пробеги в апреле-мае или сентябре-октябре, летом слишком жарко. Соответственно, чтобы провести соревнование в мае, уже в январе вы должны понимать дату, закрепить ее в свое плане и писать письма собственнику площадки.

Как правильно выбрать площадку? Заранее продумайте, какие дистанции будут в зачете, будут ли детские забеги, эстафета и костюмированный забег. На площадке должно быть возможно проложить все эти дистанции, а также разместить не только участников, но и зрителей.

Также вам понадобится место для:

- Стартового городка (3 палатки для переодевания и камеры хранения, размер 4,5 м. х 6 м. + 2 палатки для зоны регистрации);
- Площадка для установки сцены и/или пьедестала для награждения;
- Установки стартового и финишного створа. Старт и финиш должны быть разнесены в разные места для безопасности, для финиша нужно предусмотреть финишный коридор и зону выдачи воды;
- Место для звукового оборудования и колонок;
- Размещения туалетных кабинок (2-6 шт.);
- Точки электроснабжения для компьютера судей (генератор);
- Организации подвижных игр для детей, гостей и болельщиков.

Площадка должна иметь хорошую транспортную доступность, парковку для автомобилей. Желательно, чтобы трасса проходила по зеленому массиву с ровными асфальтированными дорожками.

Далее организаторам необходимо составить примерный план площадки, где определяют места для размещения зоны регистрации, награждения, старта, финиша, пунктов выдачи воды, машины скорой помощи и т.д. После согласования площадки схема размещается на сайте организаторов.

После того, как площадка выбрана, необходимо выяснить, кто ее собственник, получить разрешение на использование площадки. После это необходимо написать письмо-обращение в орган местной власти с просьбой разрешить проведение мероприятия и оказать содействие в его организации. Пример такого письма находится в приложении. К письму следует приложить согласование собственника площадки, план размещения объектов на площадке. В данном письме можно попросить обеспечить мероприятие сопровождением УВД, ГИБДД, скорой помощи.

В зависимости от возможностей площадки, а также собственных возможностей, организаторы и главный судья определяют типы соревнований: длину и количество дистанций, детский забег, эстафету и т.д. Эта информация размещается в Положении о пробеге (см. Приложение 10). Также в Положении отражается следующая информация:

- Порядок и сроки регистрации участников;
- Требования к участникам;
- Порядок приема благотворительных взносов за участие, а также их размер;
- Информация об организаторах;
- Информация о трассе;
- Порядок определения победителей и т.д.

После того, как определены дата и место проведения мероприятия, а также виды соревнований, необходимо определить потребность в материально-техническом обеспечении мероприятия. Смета будет включать доходную и расходные части.

Пример бюджета:

Доходная часть	Сумма
Взносы от индивидуальных участников	
Взносы от корпоративных участников	
Субсидии или гранты	
ИТОГО:	

Расходная часть			
Позиция	Цена за ед	Кол-во	Стоимость
Аренда палаток			
Аренда электронного хронометража			
Монтаж сцены			
Аренда звукового оборудования			
Изготовление бренд-волла			
Подготовка трассы			
Судейская бригада			

Разгрузка-погрузка			
Транспортные расходы			
Аниматоры для детей			
Мешки для камеры хранения			
Вода, стаканчики			
Ведущий			
Аренда туалетов			
Дипломы, кубки, призы			
Печать номеров			
Атрибутика			
Питание			
Другое			
ИТОГО:			

Чтобы сократить расходы, попробуйте как можно больше продукции привлечь бесплатно: призы, вода, анимация и т.д.

Обязательно привлечите профессиональную судейскую бригаду, можно обратиться в спорткомитет, спортивные секции города, сборные. Именно судейская бригада разрабатывает положение, регистрирует участников в день пробега, фиксирует результаты соревнований, готовит протоколы.

После подготовки плана мероприятий, станет понятно какое количество сотрудников и волонтеров понадобится для проведения пробега. Со всеми сотрудниками и волонтерами необходимо провести собрание, объяснить им, что мероприятие носит благотворительный характер, дать инструкции, а также советы по стилю общения с участниками. Все сотрудники и волонтеры должны быть знакомы с площадкой, а также знать всю информацию, которая дается участникам.

Позиции волонтеров на пробеге:

- Регистрация участников;
- Раздача воды/обливание на трассе;
- Работа в камере хранения;
- Сбор чипов на финише;
- Выдача медалей финишера;
- Организация игр с детьми;
- Сбор и погрузка оборудования;
- Нахождение на трассе во избежание столкновений с гуляющими;
- Навигация и др.

На основании программы примерно за неделю до пробега пишется сценарий, поиском ведущего необходимо заняться значительно раньше, также, как и подготовкой развлекательной программы. Пока судьи будут подводить результаты, необходимо как-то развлекать участников, поэтому творческие коллективы, ансамбли будут весьма кстати.

Для дальнейшего продвижения мероприятия, а также для отчета всем партнерам необходимо обеспечить фото/ видео съемку. Рекомендуется иметь минимум двух фотографов, а также подготовить им подробное техническое задания о том, что нужно запечатлеть и как. По окончании мероприя-

тия необходимо в кратчайшие сроки рассортировать фото по тематическим папкам и выложить на сайте.

Привлечение участников на пробег и их регистрация. Самая сложная часть в событийном фандрайзинге – привлечение участников. Сообщение для потенциальных участников должно быть составлено привлекательно. Распространять такие сообщения можно при помощи листовок, на специализированных беговых форумах, в СМИ, в социальных сетях. Регистрацию участников лучше всего осуществлять на сайте, таким образом вся информация будет подготовлена единообразно, а выгруженные списки помогут судьям подготовить протоколы в нужном порядке. Существуют специализированные интернет-площадки, которые позволяют не только регистрировать участников, но и сразу же оплачивать свое участие в мероприятии.

Работа с благополучателями. Очень важно, чтобы на мероприятии находились люди, ради которых проводится пробег. Отлично, когда благополучатели и их родственники также становятся участниками пробега или волонтерами.

Привлечение партнеров. Привлечение партнеров мероприятия также начинается примерно за 3 месяца. Готовятся презентационные мероприятия, с выделением преимуществ, которые они получают от участия, формируются пакеты с различными опциями, чтобы компания могла принять решение об участии.

Что можно предложить компаниям:

- Корпоративную эстафету;
- Участие сотрудников в брендированной форме;
- Сплочение команды;
- PR;
- Размещение логотипа на сайте, баннере;
- Раздачу продукции компании всем участникам;
- Промо-активность на площадке мероприятия;
- Продвижение листовок и каталогов компании в пакетах участников и т.д.

С компаниями-участниками пробега заключаются договоры пожертвований. Компания направляет организаторам регистрационную форму на всех участников, а также информацию для подготовки благодарственных писем, которые направляются всем партнерам после окончания. Найдите время, чтобы обзвонить ключевых партнеров и поблагодарить их за поддержку и участие.

После проведения мероприятия обязательно соберите отзывы с участников, это можно сделать через интернет. Соберитесь с командой, чтобы обсудить плюсы и минусы пробега, зафиксируйте их для того, что в следующем году сделать мероприятие еще лучше.

Важные аспекты: для участия в пробегах от участников иногда требуется предоставление медицинских справок. Возможно, для небольших пробегов это требование излишне, оно действительно может отпугнуть потенциальных участников. Однако, это хорошая подстраховка для организаторов соревнований. Обязательным требованием при регистрации участников является указание экстренного контакта (имя, отношение, телефон), по которому организаторы могут связаться при необходимости. Чтобы не утруждать участников, но снять с себя ответственность, можно просить участников под-

писывать расписки об ответственности за свое здоровье на время проведения мероприятия.

Итак, для проведения акции вам понадобится:

- Договор с площадкой
- Согласование даты и площадки с органами местной власти
- Сопровождение УВД, ГИБДД, скорой помощи
- Договор с судейской бригадой
- Положение о забеге
- План привлечения партнеров и участников
- Подробная смета мероприятия
- Интернет-площадка для регистрации участников
- Волонтеры и сотрудники
- Финансовая и содержательная отчетность

ГЛАВА 5. СБОР СРЕДСТВ ЧЕРЕЗ ФАНДРАЙЗИНГ-СОБЫТИЕ НА ПРИМЕРЕ АКЦИИ «БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ЯРМАРКА»

Благотворительные ярмарки набирают всю большую популярность в нашей стране. Это эффективный способ сбора пожертвований, который довольно просто организовать.

Для начала нужно определиться, что будет реализовываться на ярмарке. Ярмарки бывают тематические, например, рождественские или, как Фестиваль яблочной шарлотки фонда «Детские сердца», где продаются только кулинарные изыски из яблок и т.д. Когда тематика будет определена, нужно привлечь волонтеров или благополучателей к подготовке товаров. Зачастую это именно вещи, которые сделаны своими руками: фоторамки, мыло, сваренное вручную, вязаные рукавички, валяные игрушки и многое другое. Главное, эти вещи должны быть сделаны довольно качественно.

Иногда можно даже организовать мастер-класс в офисе организации или дружественной компании, где группа волонтеров или сотрудников сможет приобщиться к какой-либо новой технике изготовления сувениров, а подготовленные таким образом сувениры будут реализованы на ярмарке.

Очень важно заранее запланировать мероприятие, найти помещение для его проведения. Таким местом может быть кафе, холл в офисном здании, школа, площадка на улице или в бизнес-центре.

Кроме подготовки лотов на продажу важно устроить всем людям, которые будут на вашей ярмарке, праздник. Украсить помещение, приготовить угощение, устроить небольшой концерт или мастер-классы, пригласить аниматоров или мастеров по аквагриму. Важно, чтобы ярмарка стала действительно праздником для всех, кто будет принимать в ней участие.

Информировать посетителей нужно различными способами, тут будут уместны и рассылки, постоянные публикации в социальных сетях, работа со СМИ.

Будет отлично, если к изготовлению какой-либо поделки или продукта будут привлечены звезды. Из этого можно сделать настоящий инфо-повод, когда фотографии известной личности будут размещены в социальных сетях. Такие уникальные призы могут привлечь много внимания публики, а также реализованы за достаточно большое пожертвование.

Вопрос установок цен остается на ваше усмотрение, кто-то ставит цену изделиям, кто-то считает, что покупатели решат на свое усмотрение, какое пожертвование делают. Но бывает очень обидно, когда искусно сделанная вещь ручной работы уходит за символическую сумму...

Как еще можно улучшить эффективность ярмарки? Можно рядом с каждым лотом разместить фотографию и историю автора. Особенно хорошо это работает, когда авторами работ являются благополучатели: дети с ограниченными возможностями, дети, оставшиеся без попечения родителей и т.д.

Такие ярмарки можно также проводить в компаниях, для этого хорошо бы заключить соглашение о сотрудничестве. Очень много внимания важно

уделить подготовке качественных коммуникаций с компаниями. Этим должна озаботиться именно некоммерческая организация. На что пойдут средства, почему важно поддержать именно ваш фонд, как это можно сделать, вы должны все написать для рассылки по офису.

Не забудьте взять на ярмарку не только опечатанные ящики для пожертвований, но и, по возможности, терминал для приема пожертвований. Так как очень часто бывает, что у людей в офисе нет наличных денег, но они часто готовы оплатить картой.

Не стесняйтесь брать контакты людей, их электронную почту, потом можно будет сделать адресную рассылку с результатами ярмарки, а также поделиться суммой финансовых сборов. В любом случае, даже если контактов у вас нет, не забудьте подготовить пост-релиз контактному лицу из компании с просьбой разослать его всем сотрудникам офиса. Успех ярмарок в офисе – именно информированность всех сотрудников.

Итак, для проведения акции вам понадобятся:

- Договор с площадкой
- Креативная концепция
- Сувениры, лоты на продажу
- Приглашение участников ярмарки
- Фотографии подопечных и их истории
- Опечатанные ящики
- Волонтеры
- Активности для участников
- Договор с судейской бригадой
- Благодарственные письма площадке, участникам, жертвователям
- Финансовая и содержательная отчетность

ГЛАВА 6. СБОР СРЕДСТВ В ИНТЕРНЕТЕ ЧЕРЕЗ САЙТЫ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ИНТЕРНЕТ-АКЦИИ, КРАУДФАНДИНГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ

Интернет уже давно перестал быть чем-то необычным и превратился в постоянного спутника нашей жизни. Количество пользователей сети в нашей стране составляет примерно 70 миллионов человек, и это количество постоянно растет. Мы являемся заложниками сети. Даже, когда едем в отпуск, в первую очередь интересуемся, есть ли Wi-Fi или хотя бы мобильное покрытие, жутко нервничаем, когда не можем обновить ленту в социальной сети. Человек не отрывается от сети ни на минуту: дешевый трафик, бесплатные сервисы, куча полезных приложений... Все это работает на то, что остаться офлайн гораздо сложнее, чем онлайн.

Интернет – мощнейшее средство для привлечения сторонников и денег, потому что в сети огромное количество людей. Присутствие в Интернет обязательно для фондов, если у организации нет своего сайта и странички в социальных сетях, ее словно не существует!

Главным средством общения и распространения информации между людьми стали социальные сети, события там происходят ежеминутно, а прошлое забывается и трудновоспроизводимо. Социальная сеть предназначена для эмоционального обмена информацией, люди ходят в сети, чтобы «других посмотреть и себя показать». Человек в социальной сети постоянно находится в возбужденном состоянии, ему не нужно делать ничего сложного, но вполне возможно чувствовать себя причастным к чему-то важному и интересному: сделать репост просьбы о помощи, проголосовать за чью-то инициативу, поставить лайк фотографии бездомного котенка. Все эти действия не требуют сложных физических действий, однако оставляют ощущение собственной значимости.

Каждый сайт стремится к тому, чтобы привлечь внимание пользователя, упрощая контент и увеличивая его привлекательность. Тексты четко структурируются, дополнительно выделяются наиболее важные мысли, обязательно сопровождается яркой картинкой или четкой инфографикой. Все эти особенности поведения человека в сети важны, потому что только, зная эти особенности, можно добиться внимания к сайту и странице в социальной сети вашей организации.

Что еще важно помнить? Все пользователи Интернета прекрасно знают, что они бесцельно тратят свое время, поэтому они стараются себя оправдать, наполняя серфинг по сети смыслом – получением эмоций. Авторитетом в Интернете пользуются те, кто сделал что-то в реальном мире и сумел это красиво рассказать в сети. Именно на этой особенности – делать что-то полезное, не вставая из-за компьютера, жидется большое количество желающих распространять те или иные тексты о благотворительности, вести дискуссии на различные темы.

Все средства в сети придуманы для того, чтобы сделать общение максимально простым. 2 главных инструмента: лайк и репост. Чужой лайк – лучший способ определить, что то или иное твое действие было одобрено.

Лайки поддаются подсчету, лайк – это способ формировать ленту новостей и формировать сообщество, в котором тебе интересно.

Репост – это полное копирование чужого контента независимо от формата. Это самый простой способ поделится информацией.

Важной стороной популярности в сети является эффект постоянного присутствия – если вы не напоминаете о себе, о вас забудут.

Особенности российских жертвователей. Не секрет, что пожертвования в России, в первую очередь, совершаются на эмоциях. По данным исследования ВЦИОМ и «Добро Mail.ru» 58% всех пожертвований совершается наиболее простым способом, требующим минимума усилий – через СМС на короткий номер». И эта характерная черта сформировала всю систему отечественной интернет-благотворительности. Практически все сборы средств в сети – адресные, то есть направлены на конкретных людей, чаще всего на больных детей. Большая часть таких сборов – это «дикая благотворительность», когда люди взаимодействуют друг с другом напрямую, без участия благотворительных фондов. Деньги при этом аккумулируются на личные счета. Такие сборы часто проводятся в группах в социальных сетях. Тон сообщений очень эмоциональный, давящий на жалость, сентиментальный. И это работает. Традиция для таких сборов – публикация фото и отчетности, сколько собрали, как планируется потратить и т.д.

Следует помнить, что именно «дикая благотворительность» несет с собой большое количество мифов о благотворительных фондах. Публика в социальных сетях довольно эмоциональная, поэтому при одном сообщении, что существуют определенные правила фонда, которым нужно следовать, вы легко можете превратиться в бездушного человека, а возможно и врага. В социальных сетях практически невозможно привлечь деньги на что-то иное кроме адресной помощи.

Если вы все же решите привлекать деньги через социальные сети, старайтесь делать это очень прозрачно, не копируя методы сетевых волонтеров, действия которых зачастую очень легко отнести к мошенническим. Средства необходимо собирать только на счет организации, публиковать документы – подтверждения, обосновывать необходимые траты, которые будут осуществлены на эти средства.

ДЛЯ УСПЕШНОГО СБОРА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Хорошо, когда сбор запускает не страничка фонда, а кто-то из фонда: руководитель, пиарщик, просто хорошо пишущий сотрудник, у которого много друзей в сети. Если за сбором стоит личность, это всегда эмоциональнее и трогательнее, чем организация.

Сбор средств должен иметь конкретный повод, а не просто быть направлен на поддержание деятельности. Известно, на что нужны деньги, сколько, какова проблема, сроки ее решения и т.д.

Текст должен быть написан грамотно, четко структурирован, без сложных терминов и понятий.

К тексту прилагаются картинки. Может быть просто для привлечения внимания. Если это изображение человека, оно должно быть эстетичным, иначе никто не станет делать его репост.

Вместо картинки можно использовать инфографику – схематичное изображение проблемы, которую нужно решить.

Просьба должна быть разумной и логичной. Если выбрана та или иная клиника или аппарат, то нужно объяснить, почему именно это поможет.

Но нельзя сводить активность в сети только к просьбам о помощи, это очень быстро надоедает.

ЧЕГО НЕЛЬЗЯ ДЕЛАТЬ В СЕТИ:

- Ни в коем случае не врите! Не пытайтесь подделать документы в фотополе, умолчать о важных обстоятельствах. Репутацию потом не вернуть.

- Не рассуждайте о том, в чем вы дилетанты. Если вас почитает специалист, вам обеспечены негативные комментарии.

- Отчитывайтесь о деньгах: как о тратах, так и о поступлениях.

- Если есть возможность, сопровождайте свои отчеты копиями документов. Их редко кто читает, но такая открытость очень нравится людям.

- Не ввязывайтесь в ссоры и ругань, увлекшись дискуссией, легко потерять лицо.

- Принимайте запросы на дружбу. Никогда не известно, от кого может поступить помощь.

Технические средства для пожертвований. Главное правило гласит – внести пожертвование должно быть легко. Для социальных сетей подходит не так много способов: короткое СМС и ссылка на страницу, где можно сделать пожертвование различными способами. Это может быть как страница вашего сайта, так и страница вашего проекта на краудфандинговой платформе. На этой странице должны быть представлены основные используемые в нашей стране варианты пожертвований: банковские карты, «Яндекс.Деньги», платежные терминалы, СМС, реквизиты для платежей.

Важно размещать эту ссылку в каждом сообщении.

Рекомендации по заключению договоров с посредниками по сбору «электронных пожертвований» Все виды пожертвований, перечисленные в этой главе, можно осуществить на сайте. Для этого устанавливаются специальные программы. Данные программы устанавливаются посредниками, с которыми НКО заключают договор возмездного оказания услуг. Договор может быть как двухсторонний, с коммерческой организацией или банком, на установку и наладку работы программы на сайте, так и трехсторонний: между НКО, коммерческой организацией и банком.

Первое, в чем должна убедиться некоммерческая организация, которая собирается привлекать средства в сети Интернет, это обязательное наличие лицензии у банка либо посредника по переводу пожертвований.

По закону осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов признается банковской операцией, на осуществление которой требуется лицензия (п.9 ч. 1 ст. 5 ФЗ «О банках и банковской деятельности»).

Для организации сбора пожертвований НКО необходимо разместить на своем сайте документы, регламентирующие порядок сбора пожертвований, а также документы, оформляющие взаимоотношения с жертвователями.

Перечень документов законом не установлен. Обычно размещаются следующие документы:

- Положение (политику) о проведении кампании по сбору пожертвований;
 - Приказ (распоряжение) исполнительного органа НКО о начале кампаний по сбору пожертвований;
 - Публичную оферту (для жертвователей).
- Желательными документами на сайте НКО, в зависимости от специфики ее деятельности, станут:
- Публичная благодарность жертвователям;
 - Отчеты о целевом использовании средств;
 - Годовой отчет НКО.

НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ ДОГОВОРА НА СБОР ПОЖЕРТВОВАНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БАНКОВСКИХ КАРТ ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ И «ЭЛЕКТРОННЫХ КОШЕЛЬКОВ» ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ

При сборе пожертвований с использованием жертвователями банковских карт НКО необходимо заключить договор с банком или небанковской кредитной организацией о предоставлении услуг эквайринга.

Также необходимо обратить внимание на то, что пожертвования посредством банковских карт могут делать только жертвователи – физические лица. НКО обязаны информировать об этом своих потенциальных жертвователей при размещении на своем сайте публичной оферты.

Как правило, у банков или небанковских кредитных организаций уже разработан договор возмездного оказания услуг по эквайрингу, однако он может не учитывать специфики НКО. Важно учесть следующее:

- Включить в договор условие о том, что переводимые денежные средства являются пожертвованием в соответствии со ст. 582 Гражданского кодекса РФ;
- Предусмотреть в договоре ссылку на реквизиты публичной оферты, размещенной на сайте НКО, например, «Денежные средства в виде пожертвований принимаются в рамках публичной оферты, утвержденной Приказом директора Фонда №... от __/__/2016 г.

НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НКО ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ ДОГОВОРА НА СБОР ПОЖЕРТВОВАНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СМС-СООБЩЕНИЙ И ПЛАТЕЖНЫХ ТЕРМИНАЛОВ

Заключаемые договоры должны учитывать все предыдущие рекомендации. Особенностью такого договора является его трехсторонний характер, когда сторонами договора выступают не только НКО и банк или небанковская кредитная организация, но и, например, оператор связи.

Платежные терминалы (QIWI, Элекснет и др.) также используются многими НКО для сбора пожертвований. Однако принимать от населения налич-

ные денежные средства в виде пожертвований платежный агент не вправе. Т.к. по закону агент принимает средства только для оплаты товаров и услуг. При сборе пожертвований таким способом НКО будет довольно сложно доказать, что полученные средства являются пожертвованием, а не платой за услугу, что может повлечь за собой уплату НКО налогов.

Для решения этой проблемы предлагается заключать договор пожертвования с агентом. Оператор связи принимает наличные средства и потом перечисляет их по договору пожертвования.

Важно также учесть, что все посредники берут комиссию за свои услуги, что нужно учитывать в процессе сбора и распространения информации на сайте.

Немного о краудфандинге. Краудфандинг (от англ. *crowdfunding*: *crowd* – «толпа», *funding* – «финансирование») – это способ финансирования проектов, при котором деньги поступают от пользователей, получающих взамен какие-то товары или услуги, в том числе и возможность пользоваться продуктом. История этого понятия уходит своими корнями в стартапы, когда собирались средства на ту или иную идею, зачастую именно на реализацию какого-то технического или программного продукта. Краудфандинг позволял не только найти финансирование, но и проверить идею на прочность, а также продвигать ее среди пользователей, т.к. об идее могут узнать еще до ее выхода на рынок.

Краудфандинг – это не совсем благотворительность, т.к. подразумевает то или иное вознаграждение за вклад в проект. Но яркие проекты, где акцент делается на активность проекта, а не на жалость, вполне могут собрать финансирование.

Краудфандинговый проект запускается на профильных площадках. Самые известные в России – это Planeta.ru и Boomstarter.ru. Краудфандинговые платформы дают вам несколько плюсов:

1. Расширение аудитории
2. Различные опции по оплате
3. Встроенные возможности ведения статистики

Правила запуска проекта таковы: вы запускаете проект, ставите определенную денежную цель и сроки ее достижения. Если к определенной дате финансовая цель достигнута, площадка возьмет с вас какой-то процент. Если же цель не достигнута, то все средства возвращаются людям, которые поддержали проект, и вы ничем не рискуете, так как фонд не затратит никаких средств. Однако, для того, чтобы проект был успешен, придется довольно много вложиться в его продвижение.

При планировании финансовой цели важно учесть, что она складывается не только из суммы на реализацию. Важно также учесть комиссию краудфандинговой платформы и платежных систем, налогов, затрат на подготовку к акции (съемку видео, оплату труда сотрудников на продвижение, подготовку и отправку бонусов для поддержавших ваш проект).

Важно: средства, перечисляемые по итогам сбора на краудфандинговой платформе, считаются доходом и предполагают выплату налогов. Необходимо прописать этот момент в договоре с краудфандинговой площадкой, чтобы средства считались именно пожертвованиями, а не иными поступлениями.

Еще одна важная вещь: нельзя использовать в видеообращении кадры и музыку, права на которые вам не принадлежат.

Какие благодарности можно использовать:

- Упоминание имени на сайте;
- Билеты или приглашения на мероприятие;
- Обед с лидером проекта или звездой;
- Видеоблагодарность;
- Консультация по скайпу;
- Сувенир;
- Фотография или фотосессия с автором и т.д.

Как привлечь сторонников проекта? В первую очередь нужно обратиться к ближнему кругу – друзьям, сторонникам организации, подписчикам в социальных сетях. Они поддержат вас лично, а не проект, но и заложат в проект первые средства, которые повысят ценность вашего проекта для тех, кто с вами пока не знаком. Можно сделать личные обращения, e-mail рассылки и телефонные звонки.

Не очень лояльная к организации публика, совсем не знакомая также должна быть включена. Работа с такими сторонниками как раз заключается в постоянном напоминании о себе, публикации информации о проекте, различных инфо-поводах, привлечении блогеров и СМИ.

Завершение проекта должно быть красивым независимо от того, удалось ли вам достигнуть цели сбора. Обязательно нужно поблагодарить каждого за доверие и вклад. В случае успеха, очень ответственно подойти к выдаче обещанных бонусов. Можно также публиковать отзывы поддержавших ваш проект и их фотографии с бонусами, если таковые будут появляться.

Итак, для проведения акции вам понадобится:

- Положение (политика) о проведении кампании по сбору пожертвований
- Приказ (распоряжение) исполнительного органа НКО о начале кампаний по сбору пожертвований
- Публичная оферта (для жертвователей)
- План продвижения кампании
- Договор с посредниками по сбору «электронных пожертвований»
- Финансовая и содержательная отчетность на сайте

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дорогие коллеги! Читать книги мало, важно применять на практике все идеи, которые пришли вам в голову при прочтении.

Просто соберитесь с коллегами или волонтерами и проведите мозговой штурм по запуску той или иной фандрайзинговой акции, составьте план. Потом ложитесь спать и утром полностью перепишите свой план. ☺

Желаю вам, чтобы все ваши мероприятия завершались крупными пожертвованиями и новыми полезными контактами!

Помните, что не ошибается только тот, кто ничего не делает!

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ДОГОВОР установки ящиков для сбора пожертвований

г. _____ «__» _____ 201__ г.

_____ (далее – Организация 1), в лице _____, действующего на основании Устава, с одной стороны, и _____ (далее – Организация 2) в лице _____, действующего на основании Устава, с другой стороны, совместно именуемые Стороны, заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Организация 1, в рамках своей благотворительной деятельности, изготавливает, транспортирует и устанавливает ящики для сбора пожертвований, с номерами согласно списку (Приложение 1), а Организация 2 безвозмездно, в качестве благотворительной помощи, предоставляет места для их установки по адресам, согласно списку (Приложение №1).

1.2. В рамках настоящего Договора Организация 1 осуществляет сбор пожертвований на ведение уставной деятельности и содержание Организации 1/реализацию программы _____.

2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Организация 1 обязана в местах установки ящиков для сбора пожертвований разместить информацию об Организации 1, ее программах и проектах Организации, целях сбора пожертвований.

2.2. Организация 1 обязуется установить ящики для сбора пожертвований исключительно в местах, согласованных с Организацией 2.

2.3. Организация 1 обязуется по мере наполнения ящиков, но не реже _____ раз в месяц, совместно с представителем Организации 2 извлекать пожертвования и составлять соответствующие акты. Ящики для сбора пожертвований должны быть соответствующим образом оформлены и опечатаны.

2.4. Организация 1 обязуется использовать собранные средства исключительно в благотворительных целях, в соответствии с п. 1.2. настоящего договора.

2.5. Организация 2 вправе самостоятельно определить место размещения ящика для пожертвования.

2.6. Организация 2 обязуется предоставить место для установки ящика для сбора пожертвований и обеспечивать его сохранность.

2.7. Организация 2 обязуется незамедлительно информировать Организацию 1 о случаях повреждения ящика для сбора пожертвований, нарушении целостности пломбы.

2.8. Организация 2 обязуется назначить своих представителей для работы в комиссии при вскрытии ящика для сбора пожертвований, а также ответственных за установку, сохранность ящика.

2.9. Организация 2 обязана обеспечить представителям Организации 1 доступ к ящику для сбора пожертвований.

3. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

3.1. Настоящий договор вступает в силу с момента его подписания и действует по _____.

4. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1. Стороны договорились, что финансовая, коммерческая и иная информация, связанная с настоящим Договором, считается конфиденциальной.

4.2. Настоящий Договор может быть изменен Сторонами в период его действия на основе их взаимного согласия и наличия объективных причин, вызвавших такие действия Сторон. Любые соглашения Сторон по изменению условий Договора имеют силу в том случае, если они оформлены письменно и подписаны Сторонами договора.

4.3. Договор может быть расторгнут либо по соглашению сторон, либо по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации и настоящим Договором. Сторона, решившая расторгнуть Договор, согласно положениям настоящей статьи, направляет письменное уведомление другой стороне.

4.4. В случае расторжения договора, Сторона 1 обязана в течение трех дней с момента расторжения Договора вскрыть ящики для сбора пожертвований, активировать содержимое ящиков и вывезти ящики с места их установки.

4.5. Все споры или разногласия, возникающие между сторонами по настоящему договору или в связи с ним, разрешаются путем переговоров между сторонами. В случае невозможности разрешения разногласий путем переговоров, они подлежат рассмотрению в установленном законодательством Российской Федерации порядке.

4.6. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

5. РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

АКТ
установки ящика для сбора пожертвований
с номером № _____

г. _____ « ____ » _____ 201__ г.

Настоящим актом Стороны по договору № _____ от _____ об установке ящиков для сбора пожертвований: Организация 1 в лице _____, действующего на основании Устава, и Организация 2, в лице _____, действующего на основании Устава,

подтверждают, что Организацией 1 установлен и опломбирован ящик для сбора пожертвований с номером № _____ на срок до « ____ » _____ 201__ г. по адресу _____

Подписи сторон:

От Организации 1:

_____ / _____

От Организации 2:

_____ / _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

ПРИКАЗ

дата _____

№ _____

Об установке ящиков для сбора пожертвований

В целях привлечения денежных средств для _____ в рамках уставной деятельности Организации

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Установить с «__» _____ 201__ г. по «__» _____ 201__ г. в _____ (указать местонахождение и название организации, где будут установлены ящики) ящики для сбора пожертвований.

2. На ящике для сбора пожертвований поместить информацию следующего содержания: «Собранные средства пойдут на _____ в рамках _____ программы/проекта _____ Организации».

3. Информацию о расходовании поступивших средств разместить на сайте Организации в разделе _____.

4. Создать Комиссию по вскрытию ящика для сбора пожертвований (далее – Комиссия) в составе:

Председатель комиссии: должность, ФИО

Члены комиссии:

должность, ФИО

должность, ФИО

5. Установить периодичность вскрытия ящиков для сбора пожертвований: вскрывать ящики по мере их наполнения, но не реже одного раза в _____ месяца. Вскрытие производить по месту нахождения ящиков.

6. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на _____.

Руководитель Организации _____ / _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Просим Вас внимательно прочитать текст Договора и, если Вы не согласны с его условиями (полностью или в части), откажитесь от заключения данного Договора.

ПУБЛИЧНАЯ ОФЕРТА О ЗАКЛЮЧЕНИИ ДОГОВОРА ПОЖЕРТВОВАНИЯ № ____ (стандартная форма)

Настоящая публичная оферта адресована физическим и (или) юридическим лицам (далее – Благотворители) и является официальным предложением _____ (далее – Организация, в лице _____, действующего на основании _____) заключить договор пожертвования денежных средств (далее – Договор) в соответствии с п. 2 ст. 437 Гражданского кодекса Российской Федерации.

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Благотворитель безвозмездно передает Организации денежные средства (далее – Пожертвование) на ведение уставной деятельности Организации и ее содержание.

1.2. Организация принимает пожертвование, поступившее в рамках Договора, для финансирования программ и проектов Организации, направленных на: _____ (указать цели деятельности Организации).

1.3. Договор является договором присоединения (ст. 428 Гражданского кодекса РФ). Условия Договора принимаются Благотворителем путем присоединения к настоящему договору в целом. При этом Благотворитель подтверждает, что Договор не содержит обременительных для него условий, которые он не принял бы при наличии у него возможности участвовать в определении условий настоящего Договора.

2. ПОРЯДОК ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА

2.1. Договор считается заключенным в письменной форме с момента передачи Благотворителем Организации Пожертвования в порядке, определенном настоящим Договором, что означает безоговорочное принятие всех его условий без каких-либо изъятий или ограничений.

2.2. Благотворитель самостоятельно определяет размер Пожертвования и вносит Пожертвование путем перечисления денежных средств на банковский счет Организации, указанный в статье 4 настоящего Договора любым удобным способом, указанным на сайте _____.

2.3. В графе «назначение платежа» Благотворитель указывает следующее: «Пожертвование».

2.4. Благотворитель может также дополнительно указать конкретную цель использования пожертвования из числа указанных Организацией на сайте, в социальных сетях или СМИ.

В случае невозможности использовать Пожертвование на определенную Благотворителем цель, Организация имеет право по своему усмотрению использовать Пожертвование на ведение уставной деятельности и содержание Организации.

Пожертвования, полученные Организацией без указания конкретной цели использования, направляются на ведение уставной деятельности и содержание Организации.

2.5. При перечислении пожертвования в целях идентификации Благотворитель указывает свои контакты: ФИО/наименование юридического лица, адрес электронной почты и/или телефонный номер.

2.6. Пожертвование считается переданными Организации с момента его зачисления на банковский счет Организации.

2.7. Оферта является бессрочной и действует до дня, следующим за днем размещения на сайте Организации извещения о прекращении действия оферты.

2.8. Местом заключения Договора является место нахождения Организации.

3. УСЛОВИЯ ДОГОВОРА

3.1. Организация обязана публиковать отчеты о целевом использовании Пожертвований, полученных ею в течение календарного года. Отчеты публикуются в сети Интернет на сайте Организации _____ не позднее 1 апреля года, следующего за отчетным.

3.2. Организация обязана использовать полученное по настоящему Договору Пожертвование исключительно на цели, указанные в п. 1.2. Договора.

3.3. Заключая Договор, Благотворитель, действуя своей волей и в своем интересе, дает согласие на обработку Организацией его персональных данных, а именно на совершение, в том числе, следующих действий: сбора, систематизации, накопления, хранения, уточнения (обновления, изменения), использования, распространения, обезличивания, блокирования и уничтожения любой информации, относящейся к персональным данным Благотворителя, с целью заключения и исполнения настоящего Договора.

В соответствии с Федеральным законом «О персональных данных» Организация не разглашает предоставленные Благотворителем при перечислении Пожертвования персональные данные без его письменного согласия.

3.4. Стороны несут полную ответственность за соблюдение требований Договора, в том числе ответственность о предоставленных сведениях о себе.

Каждая из Сторон подтверждает, что она имеет все права и полномочия на заключение Договора и исполнение установленных им обязательств, а также что заключение Договора не нарушает условий иных обязательств Сторон перед третьими лицами.

3.5. Стороны освобождаются от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору, если это неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, возникших после заключения договора в результате событий чрезвычайного характера, которые Сторона(ы) не могла(и) ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами (форс-мажора).

3.6. Все споры между Сторонами подлежат рассмотрению в суде по месту нахождения Организации.

3.7. Во всем остальном, что не предусмотрено Договором, Стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

4. РЕКВИЗИТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Наименование Организации _____

Юридический адрес _____

ИНН/КПП _____

Руководитель Организации _____

М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

АКТ вскрытия ящика для сбора частных пожертвований с номером № _____

г. _____ « ___ » _____ 201__ г.

Настоящий Акт составлен комиссией _____
_____ (далее – Организация), сформированной в соответствии с приказом руководителя Организации от _____ № ____ в составе:

Председатель комиссии: должность, ФИО _____

Члены комиссии:

должность, ФИО _____

должность, ФИО _____

о том, что они вскрыли ящик для пожертвований № __, установленный в рамках уставной деятельности организации/программы/проекта « _____ » по адресу: _____.

Ящик заперт и опечатан, печати не нарушены.

В присутствии всех членов комиссии ящик для частных пожертвований вскрыт.

При вскрытии в ящике находилось _____ рублей

а именно:

купюры достоинством 5 000 рублей – _____ шт.

купюры достоинством 1 000 рублей – _____ шт.

купюры достоинством 500 рублей – _____ шт.

купюры достоинством 100 рублей – _____ шт.

купюры достоинством 50 рублей – _____ шт.

купюры достоинством 10 рублей – _____ шт.

монеты достоинством 10 рублей – _____ шт.

монеты достоинством 5 рублей – _____ шт.

монеты достоинством 2 рубля – _____ шт.

монеты достоинством 1 рубль – _____ шт.

монеты достоинством 50 копеек – _____ шт.

Иностраннных денежных знаков (включая купюры и монеты), а также посторонних предметов в ящике не обнаружено.

Собранные денежные средства подлежат незамедлительной передаче председателем комиссии _____ (Ф.И.О.) в кассу Организации.

Председатель комиссии:

должность, ФИО _____

Члены комиссии:

должность, ФИО _____

должность, ФИО _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

СОГЛАШЕНИЕ О ПАРТНЕРСТВЕ № _____

Место заключения (город, населенный пункт и т.д.) «__» _____20__ г.

(Наименование коммерческой организации), именуемое в дальнейшем «Компания», в лице (должность и ФИО (полностью) лица, имеющего право действовать от имени Компании), действующего на основании Устава (или доверенности – выходные данные), с одной стороны, и (Наименование некоммерческой организации), именуемая в дальнейшем «Организация», в лице (должность и ФИО (полностью) лица, имеющего право действовать от имени Организации), действующей на основании Устава (или доверенности – выходные данные), в дальнейшем совместно именуемые «Стороны», и каждая в отдельности «Сторона», признавая важным значение взаимного сотрудничества в области (далее необходимо указать цель создания некоммерческой организации, например, в области защиты детства и профилактики социального сиротства), заключили настоящее соглашение о нижеследующем:

1. Предмет соглашения

1.1. Стороны совместно организуют деятельность, нацеленную на *(далее необходимо указать основную цель сотрудничества для некоммерческой организации, например, оказания содействия в организации лечения тяжелобольных детей).*

1.2. Стороны выражают свою готовность к объединению усилий для максимальной реализации положений настоящего Соглашения и установлению между Сторонами партнерских отношений.

1.3. Настоящее Соглашение определяет основные направления и формы сотрудничества Сторон в реализации программ/проектов (мероприятий) *(далее необходимо указать их названия).*

1.4. Передача денежных средств между Сторонами оформляется и регулируется отдельным договором пожертвования, в котором указываются обязанности Сторон и требования к отчетным документам.

2. Направления сотрудничества

2.1. Сотрудничество между Сторонами будет осуществляться по следующим направлениям:

(здесь необходимо указать направления сотрудничества для обеих Сторон – цели и задачи программ/проектов (мероприятий) некоммерческих организаций)

2.1.1. *(как пример) профилактика социального сиротства;*

2.1.2. *(как пример) улучшение жизни детей-сирот и подготовка к самостоятельной жизни подростков, проживающих в детских домах и интернатах;*

2.1.3. *(как пример) социальная адаптация и профессиональная ориентация старших школьников и студентов из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей;*

2.1.4.

2.1.5..

2.2. Перечень направлений сотрудничества может дополняться и уточняться по согласованию между Сторонами.

3. Формы сотрудничества

3.1. Сотрудничество в рамках настоящего Соглашения может реализовываться в следующих формах:

(здесь необходимо указать конкретные договоренности Сторон обо всех условиях взаимодействия по совместной реализации программ/проектов (мероприятий), далее в качестве примера:

3.1.1. размещение на упаковке продукции Компании информации о том, что «1 рубль с каждой проданной упаковки продукции будет перечислен в Благотворительный фонд поддержки детей «Детское сердце»;

3.1.2. ежемесячная сумма пожертвования, перечисляемая в Фонд, определяется как твердая сумма в размере 500 000 (пятьсот тысяч) рублей и 1% (процент) от оборота продукции за месяц;

3.1.3.

3.1.4.

3.1.5.

3.2. Сотрудничество Сторон может осуществляться в иных взаимосогласованных формах, обеспечивающих реализацию данного Соглашения.

4. Обязательства сторон

4.1. Стороны будут стремиться оказывать максимальное содействие друг другу в выполнении принятых по настоящему Соглашению обязательств.

4.2. Стороны обязуются:

4.2.1 осуществлять содействие в реализации совместных программ/проектов (мероприятий) *(далее название)* в порядке и размере, предусмотренным отдельным договором пожертвования, заключенным во исполнение настоящего Соглашения;

4.2.2 своевременно и в полном объеме выполнять юридические и фактические действия, необходимые для реализации совместных программ/проектов (мероприятий) *(далее название)*;

4.2.3 обмениваться с соблюдением законодательства имеющимися в их распоряжении информационными ресурсами;

4.2.4. назначать ответственных лиц от каждой Стороны;

4.2.5. своевременно и в полном объеме исполнять принятые на себя обязательства по участию в программах/проектах (мероприятиях) *(далее название)*, предоставлять необходимую информацию по направлениям сотрудничества Сторон;

4.2.6. согласовывать содержание публичной отчетности, пресс-релизов и иных публичных заявлений, касающихся партнерства.

4.3. Положения настоящего Соглашения не могут рассматриваться как ущемляющие права Сторон по самостоятельной реализации программ/проектов (мероприятий) и действий по направлениям, перечисленным в настоящем Соглашении.

5. Заключительные положения

5.1. Настоящее Соглашение вступает в силу с момента его заключения Сторонами и действует бессрочно.

5.2. Соглашение может быть изменено или дополнено по взаимному согласию Сторон. Дополнения и изменения настоящего Соглашения оформляются письменно в двух экземплярах и подписываются Сторонами.

5.3. Каждая из Сторон имеет право прекратить действие настоящего Соглашения путем письменного уведомления другой Стороны. Действие Соглашения в этом случае прекращается по истечении 2 (двух) месяцев с момента получения другой Стороной такого уведомления.

РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

КОМПАНИЯ

ОРГАНИЗАЦИЯ

Наименование юридического лица –
партнера некоммерческой организации

Наименование некоммерческой
организации

Должность

Должность

_____ /Инициалы, Фамилия/

_____ /Инициалы, Фамилия/

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

ДОГОВОР ПОЖЕРТВОВАНИЯ № _____ (Жертвователю – коммерческая организация)

Место заключения (город, населенный пункт и т.д.) «___» _____ 2016 г.

(Наименование организации – жертвователя), именуемое в дальнейшем «Жертвователю», в лице (должность и ФИО (полностью) лица, имеющего право действовать от имени Жертвователя), действующего на основании Устава (или доверенности, выходные данные), с одной стороны, и (Наименование некоммерческой организации), именуемая в дальнейшем «Получателю пожертвования», в лице (должность и ФИО (полностью) лица, имеющего право действовать от имени Некоммерческой организации), действующей на основании Устава (или доверенности, выходные данные), в дальнейшем совместно именуемые «Стороны», и каждая в отдельности «Сторона», заключили настоящий Договор пожертвования (далее – «Договор») о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. В соответствии с настоящим Договором Жертвователю обязуется безвозмездно передать(вать) Получателю пожертвования в виде денежных средств в размере _____ (указывается размер пожертвования, если он может быть определен на момент начала программы СОМ) на его содержание и ведение им уставной деятельности. Денежные средства, переданные по настоящему договору, в дальнейшем именуются «Пожертвование» согласно статье 582 Гражданского кодекса РФ.

1.2. Пожертвование перечисляется Жертвователем на расчетный счет Получателя пожертвования, указанный в статье 8 настоящего Договора, не позднее «___» _____ 20__ г.
(или выбрать соответствующее)

1.2. Пожертвование перечисляется Жертвователем отдельными траншами на расчетный счет Получателя пожертвования, указанный в статье 8 настоящего Договора. Размер каждого транша и сроки его перечисления определяются в отдельных дополнительных соглашениях к настоящему Договору.

1.3. (необязательное условие) Срок использования Пожертвования устанавливается до _____ 20__ года.

1.4. Получение Пожертвования обусловлено его целевым использованием. Жертвователю признает использование Пожертвования целевым в том случае, если его расходование осуществляется в строгом соответствии с пунктом 1.1 настоящего Договора.

1.5. Денежные средства, переданные Жертвователем Получателю пожертвования как Пожертвование, и не использованные Получателем пожертвования в сроки, определенные настоящим Договором, или использованные нецелевым образом должны быть возвращены Получателем пожертвования Жертвователю по реквизитам, указанным в статье 8 настоящего Договора, в следующем порядке:

1.5.1. в течение ____ (прописью) рабочих дней со дня предоставления Жертвователю итогового отчета Получателю пожертвования обязуется перечислить неиспользованные денежные средства Жертвователю;

1.5.2. в течение ___ (*прописью*) рабочих дней с момента получения от Жертвователя письменного требования Получатель пожертвования обязуется перечислить использованные нецелевым образом денежные средства Жертвователю.

2. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПОЛУЧАТЕЛЯ ПОЖЕРТВОВАНИЯ

2.1. Получатель пожертвования обязуется:

2.1.1. осуществлять обособленный учет Пожертвования, полученного от Жертвователя по настоящему Договору;

2.1.2. использовать полученное Пожертвование исключительно в целях, указанных в п. 1.1 настоящего Договора;

2.1.3. допускать уполномоченное лицо (представителя) Жертвователя для проведения инспекции учета и расходования Пожертвования с целью осуществления контроля за целевым использованием средств Пожертвования. При этом Жертвователь обязан уведомить Получателя пожертвования о визите своего представителя не позднее, чем за 2 (Два) рабочих дня до предполагаемого визита;

2.1.4. предоставить Жертвователю до «___» _____ 201_ года Итоговый отчет о целевом использовании Пожертвования по форме, предусмотренной в Приложении № 1 к Договору, с приложением к нему копий всех первичных учетных документов, связанных с использованием Пожертвования.

3. ОТЧЕТНОСТЬ И ДОКУМЕНТЫ

3.1. Целевое использование Пожертвования подтверждается предоставленным Жертвователю итоговым отчетом о целевом использовании Пожертвования (далее – отчет), с приложенными к нему копиями всех первичных учетных документов, связанных с использованием Пожертвования.

3.2. Отчёт направляется Получателем пожертвования в адрес Жертвователя с помощью услуг Почты России, курьерских организаций или вручается лично представителю Жертвователя. Датой предоставления отчета считается дата его фактического получения Жертвователем.

3.3. Жертвователь в течение ___ (*прописью*) рабочих дней с даты получения отчёта утверждает его, о чём незамедлительно сообщает Получателю пожертвования в письменной форме.

3.4. В случае если отчёт представлен не по утверждённой Сторонами форме (Приложение №1 к настоящему Договору), либо содержит ошибки, либо представлен без приложения всех или части копий первичных учётных документов, связанных с использованием Пожертвования, то Жертвователь в течение ___ (*прописью*) рабочих дней направляет Получателю пожертвования свои замечания, а Получатель пожертвования в течение ___ (*прописью*) рабочих дней с даты получения замечаний Жертвователя должен их устранить и отчитаться надлежащим образом.

4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

4.1. За неисполнение и/или ненадлежащее исполнение Сторонами обязательств по настоящему Договору они несут ответственность в соответствии с законодательством РФ.

4.2. Получатель пожертвования несет ответственность за нецелевое использование Пожертвования в соответствии с законодательством РФ.

5. ПОРЯДОК РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ И РАЗНОГЛАСИЙ

5.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть при исполнении настоящего Договора, будут по возможности разрешаться путем переговоров между Сторонами.

5.2. Споры Сторон, не урегулированные путем переговоров, передаются для разрешения в _____, в соответствии с законодательством РФ.

6. ИЗМЕНЕНИЕ И РАСТОРЖЕНИЕ ДОГОВОРА

6.1. Все изменения и дополнения к настоящему Договору принимаются Сторонами в письменном виде и являются неотъемлемой частью настоящего Договора.

6.2. Прекращение настоящего Договора возможно по взаимному письменному соглашению Сторон, а также в иных случаях в соответствии с законодательством РФ.

6.3. Жертвователю может расторгнуть настоящий Договор в одностороннем порядке в случае использования Пожертвования или его части на цели, не предусмотренные настоящим Договором.

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Подписанием данного Договора Получатель пожертвования подтверждает, что: он имеет все полномочия на заключение настоящего Договора; должностные лица, подписавшие Договор, имеют все полномочия подписать его; заключение Договора не нарушает ни одного положения учредительных документов Получателя пожертвования или иного нормативного акта, которые касаются правового статуса и деятельности Получателя пожертвования и его должностных лиц; выполнение условий Договора не повлечет за собой нарушение какого-либо иного соглашения и/или договора, которые заключены с третьими лицами; им не предпринято никаких действий, направленных на его ликвидацию или реорганизацию, и на момент подписания Договора не существует никаких оснований для принятия уполномоченным государственным органом РФ решения о его ликвидации; со стороны уполномоченных государственных органов РФ, субъектов РФ и органов местного самоуправления не предпринято каких-либо действий по приостановлению его деятельности; на день подписания Договора отсутствуют предъявленные Получателю пожертвования в рамках арбитражного или гражданского процессов иски, нет судебных решений об обращении взыскания на имущество Получателя пожертвования, в отношении Получателя пожертвования не ведётся исполнительное производство, отсутствуют претензии со стороны государственных (муниципальных) органов, которые могут существенным образом и/или отрицательно влиять на финансовое состояние Получателя пожертвования; его имущество не состоит под арестом и в споре; у него отсутствует задолженность перед бюджетами и внебюджетными фондами всех уровней.

7.2. В случае если одна из Сторон инициирует сообщение для СМИ или выступает с сообщениями о взаимодействии на публичных мероприятиях, то она должна уведомить любым удобным способом другую Сторону о содержании этого сообщения не позднее, чем за 3 (три) рабочих дня до опубликования сообщения.

7.3. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим Договором, Стороны руководствуются законодательством РФ.

7.4. К настоящему Договору прилагаются:

Приложение №1 – форма итогового отчёта о целевом использовании Пожертвования.

7.5. Настоящий Договор подписан в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

8. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

Настоящий Договор вступает в силу с даты его заключения Сторонами и действует до полного исполнения Сторонами обязательств по нему.

9. РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

ЖЕРТВОВАТЕЛЬ

ПОЛУЧАТЕЛЬ ПОЖЕРТВОВАНИЯ

Наименование юридического лица –
Жертвователя

Наименование некоммерческой ор-
ганизации

Должность

_____ /Инициалы, Фамилия/

Должность

_____ /Инициалы, Фамилия/

Приложение №1 к Договору пожертвования
от «___» _____ 20__ г. №___

Форма Итогового отчета о целевом использовании Пожертвования

Наименование Получателя пожертвования, получил Пожертвование от *Наименование Жертвователя* в виде денежных средств на сумму _____ (*прописью*) рублей. Сумма пожертвования не облагается НДС на основании пп.1 п.2 ст. 146 Налогового кодекса РФ.

Пожертвование израсходовано следующим образом:

Номер П/П	Состав пожертвования	Целевое использование	Номер платежного документа	Дата платежного документа	Сумма, руб.
		Итого денежных средств:			

Целевое использование Пожертвования подтверждаю:

Лицо, имеющее право действовать от имени Жертвователя _____

**«ФОРМА СОГЛАСОВАНА»
ЖЕРТВОВАТЕЛЬ**

**«ФОРМА СОГЛАСОВАНА»
ПОЛУЧАТЕЛЬ ПОЖЕРТВОВАНИЯ**

Наименование Жертвователя

Наименование
Получателя пожертвования

Должность

Должность

_____ */Инициалы, Фамилия/*

_____ */Инициалы, Фамилия/*

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ № _____
К ДОГОВОРУ ПОЖЕРТВОВАНИЯ № _____
ОТ _____ 201_ г.

(для случаев, когда размер пожертвования не может быть определен на начало программы СОМ)

г. Москва

«___» _____ 20__ г.

(Наименование организации – жертвователя), именуемое в дальнейшем «Жертвователь», в лице (должность и ФИО (полностью) лица, имеющего право действовать от имени Жертвователя), действующего на основании Устава (или доверенности, выходные данные), с одной стороны, и (Наименование некоммерческой организации), именуемая в дальнейшем «Получатель пожертвования», в лице (должность и ФИО (полностью) лица, имеющего право действовать от имени Некоммерческой организации), действующей на основании Устава (или доверенности, выходные данные), в дальнейшем совместно именуемые «Стороны», и каждая в отдельности «Сторона», заключили настоящее Дополнительное соглашение к Договору пожертвования от «__» _____ 201_ г. № __ (далее – «Договор») о нижеследующем:

1. В соответствии с п. 1.2. Договора Стороны договорились, что Жертвователь перечисляет Получателю пожертвования трансжертвования в размере _____ (прописью) рублей до «__» _____ 20__ года. Сумма пожертвования не облагается НДС на основании пп.1 п.2 ст. 146 Налогового кодекса РФ.

2. Настоящее Дополнительное соглашение вступает в силу с момента его заключения Сторонами и является неотъемлемой частью Договора.

3. Настоящее Дополнительное соглашение составлено в 2 (двух) экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, и подписано уполномоченными представителями обеих Сторон.

РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

ЖЕРТВОВАТЕЛЬ

ПОЛУЧАТЕЛЬ ПОЖЕРТВОВАНИЯ

Наименование юридического лица – Жертвователя

Наименование некоммерческой организации

Должность

Должность

_____/Инициалы, Фамилия/

_____/Инициалы, Фамилия/

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

Акт №
учета пожертвований в не денежной форме,
собранных по адресу:

г. _____ «___» _____ 20__ г.

Настоящий Акт составлен «___» _____ 20__ г. комиссией по вскрытию ящика для сбора пожертвований и учета пожертвований в не денежной форме, сформированной

(Название организации)

в соответствии с приказом

(Должность, название организации, ФИО)

№от «___» ___ 20 г. в составе:

Председатель комиссии:

(Должность, ФИО)

Члены комиссии:

(Должность, ФИО)

(Должность, ФИО)

о том, что они произвели учет и прием пожертвований в не денежной форме, собранных путем помещения в корзину без указания имени жертвователя,

установленной по адресу: _____, для сбора средств в пользу _____ на уставную деятельность (Название организации)

в рамках акции (проекта)

Вышеуказанная корзина для сбора пожертвований в не денежной форме установлена в соответствии с приказом

(Должность, название организации, ФИО)

№ ___ от «___» _____ 20__ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 8

Договор пожертвования № _____

г. _____ « ____ » _____ 20__ г.
_____, именуемый в
(Название организации)
дальнейшем «Благотворитель», в лице _____
(Должность, Ф.И.О)
действующего на основании _____, с одной стороны, и
_____, именуемая в
(Название организации)
«Благополучатель», в лице _____,
(Должность, Ф.И.О)
действующего на основании _____, с другой стороны, заключили
настоящий Договор о нижеследующем:

1. Общие положения

В рамках своей благотворительной деятельности в целях _____
Благотворитель безвозмездно передает Благополучателю в собственность,
а Благополучатель принимает благотворительное пожертвование для осу-
ществления Благополучателем своей уставной деятельности.

В настоящем договоре под благотворительным пожертвованием понима-
ется:

1) Материальные ценности согласно прилагаемому «Перечню матери-
альных ценностей» (Приложение 1). Стоимость передаваемых материаль-
ных ценностей указана в Приложении 1 к настоящему Договору.

2) Денежные средства в размере _____ (_____)
рублей.

1.1. Указанное благотворительное пожертвование должно использовать-
ся для _____

1.2. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания обе-
ими сторонами и действует до полного исполнения обязательств обеими
сторонами.

2. Порядок предоставления и расходования пожертвования

2.1. Пожертвование считается переданным Благополучателю после под-
писания последним:

■ акта приема-передачи материальных ценностей (пожертвования)
(Приложение 2 к настоящему договору) (перечень материальных ценностей
должен соответствовать Приложению 1 к настоящему Договору);

■ с момента перечисления денежных средств на расчетный счет Благо-
получателя.

2.2. Благополучатель обязан использовать благотворительное пожертво-
вание по определенному Благотворителем назначением: для осуществления
своей уставной деятельности для нужд воспитанников Благополучателя.

2.3. Благополучатель не имеет права отчуждать или передавать в поль-
зование третьим лицам полученное благотворительное пожертвование без
согласия Благотворителя, а в случае ликвидации юридического лица- Благо-
творителя – без соответствующего решения суда.

**Приложение 1 к Договору пожертвования № ____
от « ____ » _____ 20__ г.**

Перечень материальных ценностей

№	Наименование	Стоимость за шт.	Количество
	Итого:		

Благотворитель

Благополучатель

_____ / _____

М.П.

М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ 9

Договор № _____ благотворительного пожертвования

г. _____ «__» _____ 20 г.

Благотворительный Фонд _____, в дальнейшем именуемый «Благотворитель» в лице _____, действующего на основании _____ с одной стороны, и гражданин (Ребенок) _____, _____ г.р., в лице законного представителя (Опекуна) _____, паспорт № _____, выдан _____, в дальнейшем именуемый «Благополучатель», вместе именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. Предмет Договора

1.1. Благотворитель безвозмездно передает, а Благополучатель принимает благотворительное пожертвование в сумме _____ (_____) руб. в период с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

1.2. Благотворительное пожертвование направляется на содержание Ребенка _____ и расходуется Опекуном исключительно на нужды Ребенка в соответствии с п. 1 ст. 37 ГК РФ. Благотворительное пожертвование расходуется на содержание Ребенка, приобретение одежды, обуви, на получение образования. Опекун не имеет право использовать благотворительное пожертвование на собственные нужды.

1.3. Благотворительное пожертвование осуществляется путем перечисления денежных средств на р/счет Опекуна ежемесячными равными частями по реквизитам:

1.4. Благотворительное пожертвование предоставляется в рамках благотворительной программы _____ не позднее ____ числа каждого месяца

2. Условия выполнения Договора

2.1. Благотворитель:

2.1.1. Производит благотворительное пожертвование в адрес Благополучателя путем перечисления денежных средств в соответствии с п.1.3. настоящего Договора.

2.1.2. Осуществляет контроль над целевым использованием благотворительного пожертвования, переданного в соответствии с условиями настоящего Договора.

2.1.3. Отменяет благотворительное пожертвование в полном объеме или частично в случае нецелевого использования Благополучателем благотворительного пожертвования, а также в случае прекращения опеки, согласно ст. 29 Федерального закона «Об опеке и попечительстве» от 24.04.2008 г. №48-ФЗ, ст.40 ГК РФ.

2.2. Благополучатель:

2.2.1. Благополучатель обязан представить Благотворителю отчет в письменной форме об использовании полученного благотворительного пожертвования на содержание Ребенка, с приложением документов, подтверждающих целевое использование (копий товарных чеков, квитанций об уплате за обучение, лечение, налогов, страховых сумм и других платежных документов).

Отчет должен быть предоставлен:

- первый отчет – не позднее «__» _____ 20__ г. за период с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.;
- второй отчет – не позднее «__» _____ 20__ г. за период с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

2.2.2. Если целевое использование благотворительного пожертвования становится невозможным, оно может быть использовано по другому назначению лишь с письменного согласия Благотворителя, оформленного дополнительным соглашением к настоящему Договору.

2.2.3. Благополучатель вправе в любое время до передачи ему благотворительного пожертвования от него отказаться. Отказ Благополучателя от благотворительного пожертвования должен быть совершен в письменной форме. В этом случае настоящий Договор считается расторгнутым с момента получения Благотворителем отказа.

3. Ответственность Сторон

3.1. За неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств Стороны несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4. Разрешение споров

4.1. Все споры и разногласия, возникающие в ходе исполнения настоящего Договора, Стороны будут стремиться решать путем переговоров.

ПРИЛОЖЕНИЕ 10

ПОЛОЖЕНИЕ О ЗАБЕГЕ ADIDAS БЕГУЩИЕ СЕРДЦА

1. Организация

Организаторы: благотворительный фонд «Обнаженные сердца», Подиум Маркет, спортивный клуб «Зспорт».

2. Трасса. Старт. Финиш

Дата старта 29 мая 2016 года

Место старта: Москва, Университетская площадь в направлении ул. Косыгина.

Трасса соревнований проходит по маршруту: Университетская площадь – ул. Косыгина – разворот 50 метров до пересечения с проспектом Вернадского- ул. Косыгина – разворот 100 метров до ул. Мосфильмовская – ул. Косыгина – поворот на Мичуринский проспект – поворот на Университетский проспект- поворот на Менделеевскую улицу- разворот на пересечении с ул. Академика Хохлова – ул. Менделеевская – поворот на Университетский проспект в направлении Университетской площади.

Дисциплины: 21,1 км, 10 км, 3 км. Отдельный соревновательный зачет на 10 км для людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), пользующихся инвалидной коляской.

Точная длина дистанций: 3140 м, 10635 м и 21100 м.

Лимит на преодоление дистанции: 3 часа.

3. Участники

К участию допускаются мужчины и женщины 18 лет и старше.

Возраст участника для определения возрастных групп определяется по состоянию на 31 декабря 2016 года.

При получении стартового пакета участник обязан подписать заявление, в соответствии с которым он полностью снимает с организаторов ответственность за возможный ущерб здоровью, полученный им во время соревнований.

Количество участников соревнования ограничено и составляет совокупно 10000 человек.

В забеге предусмотрен отдельный соревновательный зачет для корпоративных команд.

4. Подсчет результатов для корпоративного зачета

Корпоративный зачет предусмотрен для команд, оплативших корпоративный благотворительный взнос, а также для команд прессы и СМИ.

В корпоративный зачет идут только результаты спортсменов, заявленных капитаном команды отдельной заявкой.

Участники одной команды могут быть зарегистрированы на разные дистанции, при этом баллы для корпоративного зачета начисляются за результаты участника в своей возрастной группе и в Абсолюте среди спортсменов своего пола.

Баллы, набранные участниками команды, суммируются. Команда с наибольшей суммой баллов побеждает в корпоративном зачете. При равенстве

баллов у двух и более команд преимущество получает команда с большим количеством участников на финише. Если участников в этих командах поровну, то побеждает команда, чей участник показал лучший результат в абсолютном зачете среди мужчин и женщин.

Подробную систему подсчета очков вы можете найти здесь.

Приём результатов для подсчета командного зачёта производится не позднее чем через 2 часа 15 минут после старта. Результаты участников, которые финишируют позднее, не учитываются.

5. Регистрация

Заявку на участие в соревнованиях можно подать на сайте по адресу runninghearts.ru

Регистрация завершается 22 мая 2016 г. или ранее, если достигнут лимит участников.

Зарегистрированным считается участник, который подал заявку и оплатил благотворительный взнос.

Регистрационный благотворительный взнос на дистанцию 21,1 км составляет 1500 рублей¹.

Регистрационный благотворительный взнос на дистанцию 10 км составляет 1000 рублей¹.

Регистрационный благотворительный взнос на дистанцию 3 км составляет 800 рублей¹.

Регистрационный благотворительный взнос на дистанцию 10 км для людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), пользующихся инвалидной коляской, составляет 0 рублей.

Все регистрационные взносы являются благотворительными и в полном объеме будут перечислены в Фонд помощи детям «Обнаженные сердца».

Схема регистрации:

1. Участник заполняет анкету и подает заявку на соревнование
2. На его e-mail приходит подтверждение с номером заявки
3. После получения оплаты статус заявки меняется на оплаченный, а спортсмен попадает в список участников

Перерегистрация:

Перерегистрация (передача стартового слота другому участнику) производится строго до 23 мая 2016 года 23:59. Позднее перерегистрация не производится.

С правилами переноса заявки можно ознакомиться по ссылке: runninghearts.ru

Стартовые номера присваиваются после окончания регистрации. Участник должен бежать под своим номером. Передача стартового номера другому участнику ведет к дисквалификации.

6. Плата за участие

Участие необходимо оплатить после заполнения регистрационной анкеты. Способы оплаты: карты Visa, Visa Electron, MasterCard, Maestro; Альфа-Банк.

¹ Данная цена за участие в забеге указана без учета комиссии банка за организацию безналичного платежа; комиссия составляет 5%.

В плату за участие входит трасса, стартовый номер, футболка, хронометраж, медаль финишера, результат в заключительном протоколе, награждение, электронный сертификат участника, содержащий имя, время и место, при необходимости первая помощь на всем протяжении трассы, фото участника с дистанции во время соревнования², смс-сообщение с личным результатом.

При отмене соревнования по независящим от организатора причинам плата за участие не возвращается.

Возврат регистрационного благотворительного взноса не предусмотрен. Регистрационный благотворительный взнос полностью перечисляется на благотворительность в Фонд «Обнаженный Сердца, что является символом политики Забега adidas Бегущие сердца – «Безим со смыслом».

7. Получение стартовых комплектов

Выдача стартовых комплектов осуществляется с 24 по 26 мая 2016 года с 11.00 до 21.00 в магазине Podium Market, расположенного по адресу: Москва, ул. Охотный Ряд, 2, Торговая Галерея Модный Сезон, корнер PODIUM sport, и 28 мая 2016 года с 10:00 до 19:00 в стартовом городке на Университетской площади, г. Москва. При получении стартового номера необходимо иметь при себе документ, удостоверяющий личность. **Выдача стартовых комплектов в день проведения забега НЕ будет осуществляться!!!**

8. Первая помощь

Первую помощь можно получить на финише и в середине трассы. В стартовом городке соревнований имеется медицинский персонал. Заметив на трассе человека, попавшего в беду, непременно сообщите об этом медицинскому персоналу или организаторам.

9. Сход с дистанции

В случае, если участник решил прервать соревнование, он должен проинформировать об этом в ближайшем пункте питания. Медицинский персонал, организаторы и судьи соревнования вправе отозвать участника с трассы, если они сочтут это необходимым.

10. Дисквалификация

Организаторы и судейская бригада имеют право дисквалифицировать участника, если он не соблюдает правила соревнования, мешает другим участникам или иным образом препятствует проведению соревнования.

11. Хронометраж

Хронометраж осуществляется с помощью системы MyLaps. Участники на дистанции при регистрации получают номер с чипом, для электронной системы хронометража. Каждый участник получает СМС с личным результатом после окончания мероприятия в случае, если у участника в анкетных

² Осуществление перечисленных услуг возможно при условии, что qr-код, расположенный в чипе участника попал в зону трансляции и считался необходимой аппаратурой. В редких случаях возможны сбои, за которые организатор ответственности не несет.

данных был указан номер сотового телефона. Организаторы соревнований не гарантируют 100% получение личного результата каждым участником в следующих случаях: не правильно прикрепленный чип, участник бежал с чужим чипом, несрабатывания чипа в толпе, размагничивание чипа. Каждый участник получит чистое время преодоления дистанции.

12. Награждение

В абсолютном зачете побеждает участник, первым пришедший на финиш (gun time), в возрастных категориях расчет для награждения ведётся исходя из чистого времени, разницей времени выхода из стартовых ворот и временем пересечения финишной линии (net time). Участники претендующие на 1-3 места в Абсолюте должны корректно внести информацию регистрационной форме, для того чтобы попасть в 1-й стартовый «карман».

На дистанциях 10 км, 21,1 км и 3 км мужчины и женщины награждаются кубками с 1 по 3 место в абсолютном зачете.

На дистанции 21,1 км мужчины и женщины награждаются медалями и грамотами по возрастным категориям.

На дистанциях 21,1 км, 10 км и 3 км корпоративные команды награждаются кубками с 1 по 3 место в абсолютном зачете.

Категории, лет: 18-24; 25-29; 30-34; 35-39; 40-44; 45-49; 50-54; 55-59; 60+

Неявка победителя или призера в номинациях на церемонию награждения оставляет за организаторами право распорядиться призами по своему усмотрению.

13. Фотографирование

Организаторы имеют право использовать сделанные ими во время соревнования фотографии по своему усмотрению.

14. Протесты

Все протесты относительно результатов соревнований, нарушений прохождения трассы и т.д. подаются в письменной форме главному судье соревнований либо по электронной почте по адресу info@3sport.org до 1 июня включительно.

15. Медицинский контроль

Участник обязан подписать заявление, в соответствии с которым он полностью снимает с организаторов ответственность за возможный ущерб здоровью, полученный им во время соревнований.

16. Программа мероприятия

10:00 – старт забега на дистанцию 10 км для людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), пользующихся инвалидной коляской.

10:05 – старт забега на дистанции 21,1 км, 10 км и 3 км.

12:30 – объявление результатов, награждение победителей и призеров соревнований на дистанции 3, 10, 21,1 км.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бермант Е.М. Проводим фандрайзинг-событие. – СПб.: ЦРНО, 2015
2. Берхин В.Б. Привлекаем средства через сайты и интернет-акции. – СПб.: ЦРНО, 2015
3. Берхин В.Б., Салаватова И.А. Сбор средств в социальных сетях. – СПб.: ЦРНО, 2015
4. Горовая В.В. Практическое пособие по краудфандингу / Под ред. к.э.н. Ф.В. Мурачковского. – Москва, 2016
5. Кумаритова А.А. Юридическая библиотека документов и методических материалов для основных видов фандрайзинговой деятельности. – Москва, Ассоциация фандрайзеров, 2015
6. Смирнова А.В. Привлекаем средства через ящики для пожертвований. – СПб.: ЦРНО, 2015
7. Смирнова А.В. Привлечение ресурсов с помощью акций в торговых центрах. – СПб.: ЦРНО, 2015