

**Коалиция в поддержку правозащитников**

**Рекомендации по  
краудфандингу для  
правозащитных НКО**

**Москва  
2019**

**Издание Коалиции в поддержку правозащитников**  
<https://hrdco.org/>

**Рекомендации по краудфандингу для правозащитных НКО**

**Составитель Сергей Кривенко**

**Публикация данного издания осуществляется Коалицией в поддержку правозащитников при поддержке Европейского Союза.**

**Мнения и позиции, высказанные в данном издании, являются мнениями авторов данного издания и могут не отражать официальной позиции и точки зрения других организаций или структур.**

## **Проблемы и особенности диверсификации источников финансирования правозащитных НКО в России**

**Вера Писарева, пресс-секретарь Коалиции в поддержку правозащитников**

Законы «о НКО-«иностранных агентах» и «о нежелательных организациях» поставили правозащитные НКО в условия, когда полноценно работать, имея иностранное финансирование, им стало практически невозможно. Кроме того, зарубежные гранты в текущей политической ситуации стали труднодоступны.

В связи с этим для многих некоммерческих организаций остро стоит вопрос, где и как искать средства для осуществления своей деятельности. Отсутствие надежных и постоянных источников финансирования вынуждает НКО сокращать активность или даже полностью прекращать деятельность. В результате без поддержки остаются граждане, для которых НКО была единственной опорой и защитой.

На государство правозащитникам рассчитывать не приходится. Президентский Фонд отдает предпочтение социально-ориентированным НКО и благотворительным фондам, связанным со здравоохранением, пенсионной реформой, работой с детьми. При этом, согласно аналитику „Трансперенси Интернешнл Россия“ Анастасии Иволги, нередко гранты получают те организации, которым выделяют средства из бюджета в виде субсидий, госконтрактов, а также имеющие спонсоров.

([https://news.rambler.ru/other/41642918/?utm\\_content=rnews&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://news.rambler.ru/other/41642918/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink))

Так, в 2018 году самый крупный грант конкурса получило агентство "Концерты, фестивали, мастер-классы" на проект "Юрий Башмет – молодым дарованиям России".

(<https://президентскиегранты.рф/public/application/table?CompetitionId=&RegionId=&ContestDirectionTenantId=&SearchString=&OnlyWinners=true&page=7>)

В то же время впервые за восемь лет не была удовлетворена заявка правозащитника Льва Пономарева. В результате движение «За права человека» оказалось на грани закрытия.

Распределение региональных субсидий на реализацию программ НКО проходит примерно по тем же приоритетам – предпочтение отдается социально ориентированным организациям, а также НКО, ведущим патриотическую работу.

Например, в мае 2017 года Постоянная комиссия по развитию НКО Совета при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека (далее – Комиссия) провела выездное заседание в Воронежской области, на котором, в том числе, изучила результаты конкурса по распределению субсидий из областного бюджета на проекты НКО.

Оказалось, что правительством области были утверждены следующие приоритетные направления:

- патриотическое воспитание, допризывная подготовка граждан, поисковая работа;
- развитие институтов гражданского общества и общественного самоуправления;
- деятельность в области средств массовой информации.

Правозащитная деятельность не вошла в приоритетные направления.

Соответственно, победителями конкурса стали проекты, направленные на вовлечение учеников школ в поисковую деятельность («**Мой класс носит имя героя**»), на внедрение в Воронежской области системы оценки результативности реализованных проектов СО НКО за счет разработки методики такой оценки («**Экспертное сообщество СО НКО Воронежской области**»), на создание информационно насыщенного фона вокруг деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций («**Совершенствование освещения в СМИ проблем социально ориентированных НКО и социальных (благотворительных) проектов представителей реального сектора экономики**») и т.п.

Ряд НКО получил субсидии из бюджета городского округа на решение социальных вопросов в соответствии с уставными целями. Самые крупные суммы выделили следующим НКО:

Воронежскому отделению Всероссийской общественной организации ветеранов (пенсионеров) войны, труда, Вооруженных Сил и правоохранительных органов - 4 462 285 рублей

Образовательному учреждению дополнительного образования детей "СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКАЯ СПОРТИВНАЯ ШКОЛА ОЛИМПИЙСКОГО РЕЗЕРВА ПО ФУТБОЛУ" - 1 647 827,17 рублей

Негосударственному образовательному учреждению «Магистраль» (Автокласс) - 1 278 300 рублей

Воронежскому отделению общероссийской общественной организации «Всероссийское общество инвалидов» - 1 104 000 рублей.

Выводы Комиссии:

нормативные правовые акты, регулирующие взаимодействие НКО с органами государственной власти Воронежской области, касаются только СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ;

финансовую и организационную поддержку из городского бюджета получают на постоянной основе общественные организации инвалидов, ветеранов силовых структур, спортивные организации. Поддержка правозащитной деятельности фактически не осуществляется.

В сложившейся ситуации правозащитные НКО вынуждены искать иные возможности привлечения средств на свою деятельность.

Возникает вопрос, почему среди правозащитных НКО до сих пор не получили широкого распространения такие формы привлечения материальных ресурсов, как работа с бизнесом, сбор пожертвований от частных лиц или краудфандинг? Тем более, что социальные НКО успешно осваивают эту нишу.

Однако и этот опыт социальных НКО по ряду причин не подходит для правозащитников. Во-первых, поддержка социальных НКО поощряется и стимулируется на уровне государства, именно поэтому бизнес охотно и открыто участвует в благотворительных инициативах НКО. Но с правозащитниками дело обстоит иначе. Предприниматели, боясь репрессий со стороны государства, не рискуют финансировать правозащитные НКО открыто. Таким образом, правозащитное сообщество, в отличие от социальных НКО, не может рассчитывать на серьезную поддержку со стороны бизнеса.

Во-вторых, социальным НКО легче собирать средства на свою деятельность, так как население охотнее скидывается на социалку. Жертвуют в основном на такие проекты, как помощь детям, животным, инвалидам, обездоленным. Правозащитная деятельность в чистом виде, за исключением отдельных направлений, например, таких как пытки в полиции, подброс полицией наркотиков, задержание на акциях протеста и т.п., российским гражданам пока не понятна. По этой причине правозащитники, как правило, ограничиваются разовыми сборами на конкретные задачи: выплата штрафа (Человек и закон), проведение правового вебинара (Солдатские матери Санкт-Петербурга), выплата долга администрации города (Воронежский Дом прав человека).

Об опыте сбора средств разными методами правозащитной НКО смотрите подробнее во второй части данного доклада.

То, что на правозащитные нужды средства собираются сложно, подтверждают и специалисты, профессионально занимающиеся краудфандингом для НКО. В частности, это отметил сотрудник благотворительного фонда «Нужна помощь», успешно собирающего средства на социальные проекты.

Фонд «Нужна помощь» собирает пожертвования для других некоммерческих организаций, в том числе благотворительных фондов.

Фонд привлекает внимания общества к проблемам, которые решают НКО, и собирает средства для НКО при помощи своего информационный портала «Такие дела». Команда профессионалов пишет истории о людях, которым помогло или помогает конкретное НКО, с призывом пожертвовать на деятельность организации или подписаться на рекуррент. Необходимую сумму определяет сама НКО.

Однако, чтобы воспользоваться данным инструментом, НКО необходимо пройти многоступенчатую систему экспертной оценки. Фонд проверяет все документы и отчетность подавшей заявку организации и проводит оценку репутации и профессионализма НКО. Вот только некоторые требования Фонда к НКО для прохождения верификации на платформу:

- НКО размещает на своем сайте свидетельство о регистрации юрлица, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе, свидетельство о госрегистрации НКО, Устав, финансовые и содержательные отчеты как минимум за последний год;
- осуществляет сбор средств только на официальный банковский счет НКО;
- ведет страницу хотя бы в одной из соцсетей.

Для некоторых небольших НКО, штат которых состоит из руководителя и двух-трех юристов, даже этот начальный этап предоставляет определенные сложности из-за отсутствия времени и человеческих ресурсов для организации процесса по выполнению всех требований. Но даже если НКО преодолет начальный этап и пройдет верификацию, она должна быть готова в течение всего периода сбора средств уделять достаточно времени самим сотрудникам Фонда – своевременно предоставлять им информацию о своей работе, организовывать встречи с людьми, которым НКО помогло/помогает. Кроме того, сотрудникам НКО надо будет непрерывно продвигать истории и информацию о сборе средств по своим каналам, обращаться в соцсети с просьбами о пожертвовании и т.п.

В качестве иллюстрации приводим отрывок из переписки сотрудника Фонда «Нужна помощь» с руководителем одной из региональных НКО, подавшей в Фонд заявку на участие:

«Ещё хочу спросить на будущее, если заявка будет одобрена и сбор открыт - о ком мы будем писать статьи? Как Вы оцениваете количество людей, которые находятся в процессе получения помощи (от вас), согласных рассказать журналисту свою персональную историю с человеческими подробностями, и поработать с фотографом, возможно, дома? Такой герой должен быть морально готов выйти в публичное пространство, а также потратить на общение с журналистом и фотографом существенное время, с каждым часа по два примерно. Точно ли будет достаточно много таких героев для регулярных публикаций? Как Вы думаете? Я уверена, у Вас там происходят потрясающие истории, и к Вам обращаются люди с очень сложной и интересной судьбой, и я уверена, что это будут очень сильные статьи - если таких согласных героев будет ну не меньше 15 за год (очень примерное количество, ну для начала).»

Бесспорно, что организация подобных встреч потребует от НКО дополнительных усилий и времени. И не у каждой правозащитной организации найдется достаточное количество героев, готовых выйти в публичное пространство для того, чтобы НКО смогла собрать средства на свою деятельность.

Еще один принципиальный для ряда НКО момент. Сбор средств через такие общие платформы не исключает возможность перевода от иностранцев. Сегодня достаточно и рубля от гражданина другого государства, чтобы правозащитную НКО смогли внести в реестр «НКО-иноагентов». Подобный перевод могут организовать и в провокационных целях недоброжелатели организации. Учитывая, что некоторые правозащитные НКО из-за угрозы попасть в реестр отказались от зарубежных грантов, подобный вариант сбора средств им не подойдет.

Вести постоянный краудфандинг собственными силами пока решаются немногие правозащитные НКО. Успешно в этом направлении продвигается ОВД-Инфо.

Опыт ОВД-Инфо, осуществляющей краудфандинг с 2015 года, показал, что систематический сбор средств – это отдельная работа, предполагающая наличие в штате организации специально обученного специалиста.

Сначала сотрудники ОВД-Инфо совмещали свою основную работу с новым для них видом деятельности – организацией сбора средств. Для этого они создали команду по фандрайзингу. И, хотя им удалось добиться хорошего результата, для систематического сбора средств пришлось искать специального исполнителя. Так как нанять специалиста оказалось нереально, взяли человека без опыта подобной работы с последующим его обучением. Основам фандрайзинга и краудфандинга сотрудник обучался сначала у профессионала из Фонда «Подари жизнь», который стал его куратором.

Специалист из Фонда «Подари жизнь» участвовала в собраниях команды ОВД-Инфо по фандрайзингу. Дополнительно примерно раз в неделю куратор консультировал сотрудника ОВД-Инфо по телефону.

Из рассказа сотрудника ОВД-Инфо Полины:

«В самом начале основная сложность была в том, как найти язык, чтобы просить деньги. Нужно было все время тексты писать с просьбой пожертвовать».

Важно, что для написания и распространения текстов для сбора средств требуется участие всей команды, за которой была закреплена конкретная задача.

Из рассказа Полины:

«То есть, я не пишу текст сама, и не сама его публикую, я консультируюсь с людьми в команде, которые отвечают за тексты в НКО. В рассылке эти тексты я распространяю сама, так как у меня ориентированная рассылка по донорам. Мы с удивлением обнаружили через некоторое время, что рассылка для нас – один из наиболее успешных способов коммуникации с донорами и большая часть пожертвований приходит из этого канала. Важно, чтобы рассылка была ориентирована по сегментам. В ОВД-Инфо она на специальной платформе. Причем, рассылок должно быть несколько. Например, для тех, кто делает ежемесячные пожертвования – нужна отдельная рассылка.

Рассылаем отчеты по донорам. Важно отчитываться перед донорами. Это и вопрос прозрачности, и привлечение доноров к деятельности.

Очень важно, чтобы на сайте была большая красивая кнопка «Помочь проекту», которая направляет на другую страницу (слайдинг). Нужно описание проекта, миссия проекта, указание, на что нужны деньги. Нужно оптимизировать лейдинг, суммы пожертвований. Мы постоянно проводим исследования через гугл-аналитик, пытаемся анализировать наших доноров. Проводим опрос доноров».

ОВД-Инфо успешно продвигается в области привлечения средств, но пока сборы не достигают целей.

«Кампания покрывает 25-30% расходов. Собираем на горячую линию и на юристов. Но в основном - на горячую линию, на юристов не получается полностью из краудфандинга покрыть» - объясняет Полина.

Краудфандинг – постоянный процесс, требующий освоения различных навыков и непрерывного их совершенствования.

Из рассказа Полины:

«Требуется постоянное общение с платежными системами, с банками. Требуется постоянная оптимизация процесса. Требуется вовлечение в финансовые вопросы проекта. Постоянно пытаемся работать с новым форматом и подыскивать новые решения, новые подходы. Очень важно поддержание коммуникации с донорами. Сначала их надо привлечь, а потом удерживать – поддерживая постоянную коммуникацию».

Обучиться краудфандингу рядовому специалисту НКО или запустить кампанию правозащитной НКО, по мнению Полины, сегодня реально:

«Есть вебинары, есть семинары по краудфандингу, есть специалисты, есть наемные консультанты, которые приходят в НКО, строят кампанию полностью и уходят по завершению

этой кампании. Но, если заниматься краудфандингом, нужен человек, который этим специально занимался, так как совмещать сложно, как показал опыт ОВД-Инфо».

Систематический краудфандинг, судя по опыту ОВД-Инфо, может обеспечить покрытие значительной доли расходов на значимые для правозащитников задачи. И некоторые правозащитные НКО пытаются освоить направление по систематическому сбору частных пожертвований через собственные ресурсы.

Например, правозащитное объединение юристов и журналистов «КОМАНДА 29» (<https://team29.org>) открыла ставку специалиста-фандрайзера для развития направления по привлечению средств от сторонников и для запуска целевых кампаний по сбору средств (на экспертизы по судебным делам или поездки адвокатов в суд <https://team29.org/kudryavtsev/kudryavtsevmed/> или <https://team29.org/court/pskov2/>),

Для этой работы НКО решила привлечь уже опытного человека. Вот список требований «Команды 29» к такому специалисту:

- работать над ростом числа жертвователей по подписке,
- создавать страницы сборов на сайте, готовить рассылки, настраивать автоматические письма, писать для всего этого работающие тексты,
- с помощью редактора социальных сетей распространять информацию о сборах, придумывать, кого нужно попросить сделать репост из коллег по отрасли или лидеров мнений,
- анализировать показатели всего в Яндекс. Метрике, Google. Analytics, социальных сетях и платежной системе, строить на основе анализа тактику и стратегию сборов,
- выбрать и внедрить подходящую CRM,
- анализировать успешные кейсы из отрасли, международный опыт и тренды,
- факультативно: придумывать и запускать новые для К29 каналы привлечения средств от сторонников: например, продажа мерча, ивенты, коллаборации.

«Комитет против пыток» (КПП) создал благотворительный фонд помощи потерпевшим от должностных преступлений. Средства правозащитники собирают на медицинскую и психологическую помощь пострадавшим от пыток, на проведение судебно-медицинской экспертизы и защиту потерпевших. КПП особо отмечает, что их Фонд принимает пожертвования только от российских граждан.

Подводя итоги, можно отметить, что краудфандинг – направление, которое, несомненно, может стать хорошим подспорьем для ряда НКО. И, если у НКО уже был удачный опыт таких сборов, то ей есть смысл проанализировать возможности перехода к систематическому сбору пожертвований через собственные ресурсы.

Тем не менее, на сегодняшний момент для многих небольших правозащитных НКО систематический сбор средств не по силам. Да и далеко не все организаций, которые успешно осваивают это направления, смогут довести этот процесс до такого уровня, чтобы он покрывал основную часть их потребностей.

Таким образом, вопрос об эффективных методах финансирования правозащитных организаций пока остается открытым. Вероятно, правозащитному сообществу необходимо объединиться для выработки и организации новых форм по привлечению средств на правозащитную деятельность. Возможно, правозащитникам нужен свой общий фонд для финансирования правозащитных проектов.

# **Новые инструменты повышения финансовой устойчивости правозащитных организаций**

**Алена Обьездчикова, директор Дома прав человека, Воронеж**

Принятие закона об иностранных агентах сделало и без того сложную ситуацию с финансированием правозащитных организаций еще хуже. Если в написании заявок на гранты уже было накоплено немало опыта, выстроены отношения с фондами, понятны приоритеты, то в случае использования альтернативных форм многим пришлось начинать практически с нуля. Особенно эта ситуация ударила по региональным и провинциальным организациям. В этом смысле Дом прав человека — Воронеж и его организации-участники не стали исключением.

Для того, чтобы запустить новые модели поиска средств пришлось изначально переоценить ряд ценностных моментов и стереотипов. Например, таких как «неэтично просить денег на свою работу у людей, мы же защищаем справедливость». Или «для правозащиты законы коммерции и маркетинга не применимы». Или «наша целевая аудитория и так нищая, у них просто нечего дать». Ниже список подходов, которые мы пытались опробовать на себе. В нем нет давно уже применяемых многими инструментов, таких как оплата работы юриста за счет судебных расходов, сбор на оплату адвокатов или платное участие в семинарах, поскольку эти методы более-менее органично согласуются с обычной правозащитной работой и не вызывают особого сопротивления.

## **1) Работа с бизнесом**

Эта категория была и остается одной из самых проблемных. С одной стороны, в Воронеже есть немало крупного бизнеса, которые занимаются благотворительностью, а некоторые даже пробовали разрабатывать свои социальные программы. С другой стороны, все они направлены на конвенционально одобряемые социальные группы (дети, инвалиды, сироты, искусство, в крайнем случае помощь приютам для животных). А правозащитники традиционно представляются экстремистами, и иметь с ними дело может быть неприлично и опасно. Ну и в добавок к этому, крупный бизнес зачастую имеет достаточно сомнительную репутацию, и возникает закономерный вопрос, а стоит ли вообще просить и брать такие деньги.

Изначально были сформулированы критерии для отбора контрагентов, собрана база контактов для обращения к бизнесу. Представлялось очень важным установить отношения с компаниями именно в Воронеже, так как это подразумевает еще и нематериальный вид поддержки — репутационный.

Были отправлены несколько обращений для поиска средств на конкретные нужды, в частности для проведения премии «Действующие лица». Также прошел ряд переговоров с представителями дружественных малых бизнесов, в итоге один из них предложил спонсорскую помощь в виде подарков для лауреатов в обмен на рекламу на мероприятии. Других откликов не поступило.

После рассылки новой волны писем, и личных переговоров никаких откликов не последовало. Но чуть позднее в организацию обратился один из владельцев малого бизнеса и предложил помочь в покупке материалов, и в итоге переговоров была достигнута договоренность по установке новых окон в Общественную правозащитную приемную и новых светильников в Открытое пространство. Это был очень важный вклад в работу, так как традиционно на такие статьи с большим трудом удается найти финансирование.

А в 2019 году при подготовке очередного фестиваля «Город Прав» у него уже появились спонсоры и бизнес-партнеры, предоставлявшие скидки на свою продукцию по флаерам фестиваля.



## 2) Проведение аукционов и благотворительных барахолки

Используется правозащитниками довольно активно, но в основном в столицах, и как правило для поддержки отдельных людей (жертв или активистов), либо групп людей (например, в поддержку политических заключенных).

В копилке ДПЧ есть разовый опыт проведения аукциона, не связанного с какими-либо целями, а просто в поддержку своей текущей деятельности. Аукцион должен был состояться 10 декабря, но по факту прошел 24 декабря в период, когда многие организации традиционно устраивают благотворительные акции. Был выбран смешанный формат с использованием одновременно он-лайн и очных торгов под общим названием «Елка в доме». Был сформирован список лотов, которые либо представлены известными людьми, симпатизирующими организации, либо представляют какую-то историческую ценность, связанную с самой организацией.

Каждый день в группе ДПЧ в Facebook, а также отдельной группе по аукциону вывешивался один новый лот, и все желающие могли делать ставки под постом о нем.

Через он-лайн аукцион были проданы:

- книги и диски, подписанные Б. Гребенчиковым
- книга, подписанная Д. Драгунским
- хэндмейдовая обложка на паспорт со статьей из Конституции Республики Ужупис

Среди лотов, проданных на аукционе офф-лайн:

- книга, подписанная Л. Улицкой
- консультация экзистенциального психолога — ведущей группы поддержки активистов
- линогравюры, картины и скульптуры известных воронежских художников
- предметы истории жизни ДПЧ (плакаты с прошлых акций, двери старого шкафа, покрытые старинными наклейками и др).

Всего на аукционе присутствовало около 15 человек, но в основном это были друзья и знакомые из партнерских организаций, привлечь новых людей практически не удалось. Среди возможных причин этого рассматриваются выбор даты, слишком близкой к праздникам, площадка ДПЧ, недостаточная адресная работа с потенциальными покупателями. Формат интернет-аукциона зарекомендовал себя неплохо, трудности могут возникнуть лишь с получением достаточного количества интересных артефактов.

Воронежский дом прав человека объявил аукцион для сбора денег на оплату аренды  
<https://otr-online.ru/news/voronezhskii-dom-prav-94965.html>

Воронежский Дом прав человека объявил аукцион для сбора денег на оплату аренды  
<https://7x7-journal.ru/anewsitem/101733>

Воронежский дом прав человека собирает деньги на оплату аренды на онлайн-аукционе  
<https://www.asi.org.ru/news/2017/12/14/voronezh-dom-prav-cheloveka-auktion/>

Воронежский Дом прав человека запустил фандрайзинговую кампанию  
[http://www.chr.aif.ru/voronezh/events/voronezhskiy\\_dom\\_prav\\_cheloveka\\_zapustil\\_fandrayzingovuyu\\_kampaniyu](http://www.chr.aif.ru/voronezh/events/voronezhskiy_dom_prav_cheloveka_zapustil_fandrayzingovuyu_kampaniyu)

### **3) Сбор средств на проведение ежегодного фестиваля «Город прав» на платформе Planeta.ru.**

Данный вид сбора приобретает все большую популярность, и ДПЧ-Воронеж использовал его уже неоднократно, в том числе для сбора средств на ремонт помещения своего публичного пространства. В 2018 и 2019 годах проходили сборы на проведение фестиваля «Город Прав» в нескольких городах. Оба раза не удалось собрать 100% суммы, но тем не менее проекты были успешными.

<https://planeta.ru/414498>

Свои лоты предоставили российские и воронежские лидеры мнений, в том числе Л.Улицкая, Б.Гребенщиков, Е.Шульман, Д.Быков, И.Хакамада, В.Познер, известные воронежские художники С.Горшков и Е.Ножкина, режиссеры Д.Барина и Е.Погребижская, критик А.Долин. Также к участию были привлечены некоторые лауреаты премии «Действующие лица», ведущие мероприятий прошлых фестивалей и мероприятий в Открытом пространстве. Хорошими лотами также стали элементы истории организации: материалы проведенных акций, раритетная печатная продукция, хэндмейд, сделанный руками самих сотрудников и волонтеров. Можно было приобрести книги за подписью Л.М. Алексеевой, которые теперь стали важным раритетом.

Таким образом, сбор средств на сторонней краудфандинговой платформе является одновременно и пиар мероприятием, дает свою аудиторию, узнаваемость и продвижение самого события, на которое идет сбор средств. Хочется отметить удобный интерфейс самой платформы, клиенториентированность менеджеров и льготные условия для некоммерческих организаций (10% вознаграждение платформы, для физических лиц 15 %), более мягкие условия по срокам: 50% от необходимой суммы нужно собрать за весь срок ведения кампании, возможность продлить сбор на срок, не превышающий половины срока основной кампании.

Среди наиболее продуктивных способов продвижения оказались личные краудпосты расширенной команды фестиваля в своих соцсетях (в общей сложности около 30). Также хорошо себя зарекомендовал способ продвижения через привязку поста к определенной символической правозащитной дате, что также выполняет и просветительскую функцию.

При подготовке краудкампании важно закладывать достаточно времени для того чтобы успеть ее реализовать перед проведением самого события и оценивать силы команды, если она вовлечена в проведение основного мероприятия, а также следовать рекомендациям которые дает сама платформа в ходе краудфандинговой кампании.

Ссылки на публикации по сбору на фестиваль:

В Воронеже фестиваль гражданских инициатив проведут на народные средства

<https://moe-online.ru/material/1008092>

«Город Прав» – фестиваль гражданских инициатив проводит кампанию по сбору средств

<https://te-st.ru/2018/02/21/city-of-rights-2018/>

В Воронеже собирают средства на проведение фестиваля «Город прав»

<https://www.asi.org.ru/news/2018/02/19/voronezh-dobrovolchestvo-volonterstvo/>

В Воронеже собирают средства на проведение фестиваля «Город Прав»

[http://www.chr.aif.ru/voronezh/events/v\\_voronezhe\\_sobirayut\\_sredstva\\_na\\_provedenie\\_festivalya\\_gorod\\_prav](http://www.chr.aif.ru/voronezh/events/v_voronezhe_sobirayut_sredstva_na_provedenie_festivalya_gorod_prav)

Начат сбор средств на проведение в Воронеже Пятого фестиваля «Город Прав»  
[http://communa.ru/pravo/nachat\\_sbor\\_sredstv\\_na\\_provedenie\\_v\\_voronezhe\\_pyatogo\\_festivalya\\_-\\_gorod\\_prav/](http://communa.ru/pravo/nachat_sbor_sredstv_na_provedenie_v_voronezhe_pyatogo_festivalya_-_gorod_prav/)

В Воронеже собирают средства на проведение фестиваля «Город Прав»  
[https://afisha.rambler.ru/exhibitions/39152447/?utm\\_content=rafisha&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://afisha.rambler.ru/exhibitions/39152447/?utm_content=rafisha&utm_medium=read_more&utm_source=copylink)

Начат сбор средств на проведение в Воронеже Пятого фестиваля «Город Прав»  
<https://www.mngz.ru/russia-world-sensation/3803910-nachat-sbor-sredstv-na-provedenie-v-voronezhe-pyatogo-festivalya-gorod-prav.html>

Фестиваль «Город прав»  
<https://7x7-journal.ru/post/103839>

#### **4) Открытие постоянного сбора пожертвований (с возможностью подключения рекуррентных платежей) на сайте ДПЧ.**

Этот этап потребовал наибольшего количества времени и усилий, при этом результат до сих пор довольно скромный, через этот способ собирается всего 2-3 тыс руб ежемесячно. Тем не менее, иметь такую опцию в общем меню абсолютно необходимо, для тех жертвователей, которые предпочитают давать деньги через счет и готовы делать это на регулярной основе.

Командой был выбран сервис Chronopay, из экономических соображений, поскольку у этого сервиса был меньше всего процент на обслуживание, также важно было учитывать прежний опыт сервиса, например сервис Яндекс.касса был отброшен, потому что эта компания блокирует счета клиентов по запросу гос. органов.

Ниже приведен сводный анализ трех систем.

Платёжные системы: Chronopay, Cloudpayments, Яндекс.Касса.

Параметры выбора:

1. Размер комиссии;
2. Возможность подключения рекуррентных платежей (регулярных автоматических отчислений с карты либо счета жертвователя на счет организации);

#### *Chronopay*

1. Комиссия.
  - 1.1. Банковские карты - 3,2%;
  - 1.2. Яндекс.Деньги - 4,5%;
  - 1.3. Webmoney - 3,5%;
  - 1.4. Qiwi - 5%.
2. Есть рекуррентные платежи.

#### *Cloudpayments*

1. Комиссия ежемесячная - 3,9%. При определённых условиях может быть назначена абонентская плата в размере 900 рублей. Верификационный платёж - 1500 рублей.
2. Есть рекуррентные платежи.

## *Яндекс.Касса*

1. Комиссия с успешных платежей, без платы за подключение и абонентской платы. Есть разные тарифы. Проценты с платежей, отправленных на благотворительность:
  - 1.1. Банковские карты, Яндекс.Деньги, наличные, интернет-банкинг - 2,8%;
  - 1.2. Web Money - 4%.
2. Есть рекуррентные платежи.

Однако при оформлении оказалось, что договор банка оператора не был адаптирован для НКО, и пришлось заключать еще отдельный договор с сервисом, где прописывался предмет договора - услуги по предоставлению сервиса для приема пожертвований, чтобы избежать налоговых рисков в будущем. Совместно с юристом ДПЧ был подготовлен договор публичной оферты, договор пожертвования, на основании образцов документов, которые представлены на сайте Теплицы социальных технологий. Также была разработана Политика об обработке персональных данных, и также размещена на нашем сайте, с целью соблюдения требования законодательства о персональных данных.

На данный момент сервис подключен: <https://donate.hrdom.hrworld.ru/campaign/podderzhite-dom-prav-cheloveka/>

Там же можно увидеть образцы договора публичной оферты и согласия на обработку персональных данных.

## **5) Продажа корпоративных сувениров с символикой организации и правозащитными арт-объектами (рисунки, цитаты, символы)**

Конечно, сам этот подход далеко не нов. Но правозащитная организация всегда может добавить к производству обычного сувенира немного креатива, замешанного на собственных ценностных установках. Экологичная продукция и ресайкл, поддержка местных мастеров и этичного бизнеса, арт-факты с правозащитными или гуманистическими посланиями, ставшие арт-объектами элементы деятельности самой организации — есть немало прекрасных альтернатив привычным кружкам или ручкам. Хотя и их тоже никто не отменял. В случае ДПЧ-Воронеж хорошим образом для материализации стал сам символ дома, который был неоднократно использован в разных видах, в том числе в сочетании со слоганом «Дом прав Человека-Воронеж - всегда есть место для справедливости». Стоит также отметить, что некоторые вещи (чаще всего футболки или сумки в силу их наглядности) регулярно используются в разовых кампаниях поддержки или солидарности.

Большой минус этого метода состоит в том, что для того, чтобы продать что-нибудь ненужное, надо сначала купить что-нибудь ненужное. То есть для того, чтобы начать зарабатывать на сувенирах, сначала нужно найти денег на их производство. И если в случае с хэндмейдовыми продуктами можно начинать с небольшой партии, и постепенно увеличивать количество за счет уже проданных единиц, то для продуктов, печатаемых где-то в типографии, количество штук влияет на себестоимость единицы. В случае с краудфандингом можно занимать внутренние ресурсы организации на производство лотов, и после его завершения возвращать долг, но это будет возможно только после успешного завершения сбора.

В ассортименте ДПЧ сейчас есть футболки, сумки, подсвечники, магниты, открытки, календарь и блокноты с символикой ДПЧ. Для продвижения товаров был создан магазин в социальных сетях. С целью пиара и продвижения был проведен розыгрыш товаров из магазина на 10 декабря, в трех социальных сетях (ВК, Facebook, Instagram). Но активных покупок\заказов через этот магазин не происходит, гораздо лучше работает распространение товаров на мероприятиях.

Образцы промо-товаров можно увидеть на фото.

## б) «Продающие» истории

Самым известным примером использования этого инструмента является портал «Такие дела». Когда о деятельности организации рассказывается через историю какого-либо человека, которому она помогла, и в итоге следует призыв помочь финансово на данную деятельность (разово, либо подписаться на рекуррент). Как правило, организация заявляет конкретную сумму для сбора, а сотрудники «Дел» помогают с нахождением и описанием историй. Но несмотря на успешность данного проекта в целом, именно на правозащитные организации деньги собираются трудно. Поэтому ДПЧ-Воронеж не удалось воспользоваться данным инструментом, поскольку необходимо было длительно находиться в очереди, пока не закончился бы сбор, уже объявленный на другие аналогичные проекты.

Тем не менее, написание историй является хорошей частью пиар-стратегии и дополняющим элементом для других инструментов. Кроме того, частично эти истории служат материалом для годового отчета организации [http://hrdom.hrworld.ru/sites/default/files/2018-07/otchet\\_2017.pdf](http://hrdom.hrworld.ru/sites/default/files/2018-07/otchet_2017.pdf).

## Рекомендации по мультипликации полученного опыта для других организаций

**1. Наличие четкой стратегии по пиару и краудфандингу у организации.** В большинстве случаев для этого требуется специальное обучение кого-то из персонала\волонтеров и наличие поддержки руководства. В частности, для правозащитной организации очень важным является формулировка посланий, поскольку для большей части населения работа правозащитников представляется либо политически ангажированной, либо не достойной того, чтобы быть оплачиваемой. В крайнем случае поступает реакции на острые ситуации (например, когда представители организации участвуют в защите незаконно задержанных на массовых акциях), но мало кто готов жертвовать деньги на повседневную работу организации. Хорошо, если у организации есть тематический фокус (работа с беженцами, или с журналистами, или с жертвами пыток), но когда такой специализации нет, или есть несколько организаций сразу, как в случае ДПЧ-Воронеж, то тем более важно выделить тематические приоритеты для каждой конкретной фандрайзинговой активности.

Довольно непростой темой также является формулировка позитивного послания, поскольку деятельность по защите прав человека в большинстве связана с болезненными темами\случаями. Это затрудняет возможности расширения потенциальной целевой аудитории, так как зачастую люди стремятся изолироваться от неприятной повестки, даже допуская ее важность для общества в целом. Хотя в последнее время тема острого кризисного реагирования стала гораздо более понятной для населения, поскольку те или иные виды нарушений стали касаться практически каждого.

Кроме того, довольно остро встает вопрос об этических критериях для потенциальных спонсоров, например участие в незаконных застройках, или нарушения прав работников, или жесткое обращение с животными, загрязнение окружающей среды и так далее. Иногда этой информации нет в открытом доступе, и приходится специально наводить справки.

**2. Понимание своей целевой аудитории,** возможно ее диверсификация в зависимости от отдельных проектов. Например, мы определили несколько отдельных целевых групп для Общественной правозащитной приемной, премии «Действующие лица» и фестиваля «Город Прав». В первом случае это рядовые городские жители и юридическое сообщество Воронеж, во втором малый бизнес и креативные стартапы, в третьем — активная молодежь и сторонники самой широкой географии. Самым трудным было убедить себя в том, что права человека могут быть потенциально интересны не только узкому кругу «продвинутых

пользователей», главное пробовать искать правильные формулировки и выстраивать отношения. В 2019 году ситуация изменилась настолько, что даже для далеких от политики тусовщиков и хипстеров не приходится объяснять, что это такое и почему это важно поддерживать.

**3. Наличие связей и поддержки местного сообщества и знаковых персон,** которые могут оказывать информационное содействие, предоставлять предметы\услуги для лотов, присутствовать на мероприятиях и т.п. Чем более известны эти люди, и чем дальше они от правозащитной деятельности, тем больше градус доверия к организации и шире круг ее потенциальных сторонников. К счастью, сейчас все больше публичных персон, экспертов, людей искусства, готовых поддерживать какие-либо действия правозащитников. Даже если ваша организация не является членской, или частью большой сети, все равно необходимо иметь базы сторонников\друзей\партнеров, по которым можно распространять информацию. Это тем более важно, чем меньше город, в котором вы работаете.

**4. Наличие отдельного сотрудника, занимающегося вопросами краудфандинга и пиара.** Несмотря на то, что ухудшение ситуации с правами человека в целом способствует большому пониманию и доверию к правозащитникам и востребованности их деятельности, а следовательно росту количества возможностей для пожертвований, это не происходит само собой. Необходимо постоянное присутствие организации в информационном поле, современный динамичный сайт и соцсети, работа со СМИ. В большинстве организаций в силу недофинансирования эту работу зачастую выполняют содержательные сотрудники, и без того перегруженные другим функционалом, поэтому информационное покрытие осуществляется по остаточному принципу. В связи с этим, возможно, целесообразным было бы создание некой экспертной группы по типу Теплицы социальных технологий, которая занималась бы *содействием в ангрейде пиар-краудфандинговой составляющей именно для правозащитных организаций*, поскольку уже существующие команды признают свою недостаточную компетентность. Такая группа могла бы разработать несколько стандартных пакетов\шаблонов разной степени сложности и помогать правозащитникам устанавливать выбранный ими пакет «под ключ» и сопровождать в течение определенного времени, а также проводить регулярные тренинги.