

2022-2025

STRATEGIA FUNDRAISINGOWA FUNDACJI ARTS



AUTORZY

Zespół opracowujący strategię:

Agnieszka Wargowska-Dudek

Alina Słowik

Patrycja Rogulska

Anna Kapusta

Karina Kiczek

Kamila Kozik

Osoby współpracujące:

Joanna Dziadowiec-Greganić

Lucyna Kiebuła

Olgierd Wargowski

Emilia Kurowska

Daniel Obuchowicz

MAPA STRATEGICZNA FUNDACJI



MISJA FUNDACJI ARTS

Wspieramy rozwój społeczności
lokalnych oparty na świadomości
kulturowej, poczuciu tożsamości
i rozpoznaniu własnego dziedzictwa

czyli

twoje/moje, nasze/wasze
dziedzictwo w działaniu

czyli

Zapewniamy wyjątkowe doświadczenia
związane z byciem badaczami
i archiwistami własnego dziedzictwa

WIZJA FUNDACJI ARTS

Synergia działań jest efektem współodpowiedzialności organizacyjnej, wspólne działanie daje większe/nowe efekty, działania uzupełniają się poprzez lojalną, zaangażowaną kooperację jej członków.

Fundacja posiada stały zespół adekwatnie wynagradzany co jest rezultatem wspólnych działań.

Lokalne społeczności przy wsparciu Fundacji ARTS budują własne archiwa, pozyskują środki na swoje działania, samoorganizują się, współpracują i dbają o lokalne dziedzictwo.

Fundacja ARTS jest skuteczną organizacją szkoleniową w zakresie archiwizacji, projektów związanych z dziedzictwem, nowych idei. Jest prekursorem, inicjatorem ciekawych, niszowych wartościowych projektów, np. "Żeńszczyzna".

Fundacja ARTS jest organizacją badawczą zajmującą się dziedzictwem, kulturą, organizacjami działającymi w sferze kultury, pozyskiwaniem środków na kulturę.

Fundacja ARTS ma stały fundusz stypendialny dla twórców i rozbudowany program grantowy.

Fundacja ARTS jest rozpoznawalną organizacją w Polsce w obszarze dziedzictwa w działaniu czyli wsparciu do samodzielnego archiwizowania dziedzictwa. Ma zbudowany kapitał społeczny i finansowy.

Fundacja ARTS ma wypracowaną markę "Targów Książki – Dziedzictwo Zapisane Lokalnie" z NID.

Fundacja ARTS jest w sieci innych organizacji działających w podobnych obszarach na świecie.

Fundacja ARTS ma dywersyfikację źródeł finansowania, które pozwalają jej na działania stałe niezależne od projektów.

WARTOŚCI I ZASADY FUNDACJI ARTS



CELE STRATEGICZNE FUNDACJI NA LATA 2022–2025

1

szkolenia/warsztaty

Osiągnięcie stabilnego przychodu z realizacji usług szkoleniowych dla JST, NGO, BIZ w trybie online i stacjonarnym, z wykorzystaniem zasobów Fundacji i pozyskanych współpracowników.

2

granty i stypendia

Pozyskanie grantodawców, fundatorów, sponsorów, utworzenie stałego/dodatkowego funduszu stypendialnego i grantowego.

3

dziedzictwo/archiwizacja

Rozwój aplikacji EtnoStoria, cykliczne "Targi Książki-Dziedzictwo Zapisane Lokalnie", kampania crowdfundingowa "Żeńszczyzna"

CELE STRATEGICZNE FUNDACJI NA LATA 2022–2025

4

twórczość

Sprzedaż prac twórców. Pomoc twórcom. Rozpoznawalność twórców i artystów w regionie.

5

promocja

Budowanie wizerunku Fundacji na poziomie regionalnym i ogólnopolskim. Zwiększenie grupy odbiorców.

6

fundraising

Dywersyfikacja i pozyskanie środków umożliwiających ciągłość finansowania działań misyjnych Fundacji.

7

zarządzanie

Utrzymanie strategicznych stanowisk. Rozwój kadry i jej wpływ na kształt Fundacji. Tworzenie polskich i zagranicznych partnerstw tematycznych.

SZKOLENIA/WARSZTATY

szanse

w obszarze ekonomicznym:

- możliwość dofinansowania działań z funduszy zewnętrznych,
- wysoka pozycja Fundacji w działaniach lokalnych i ponadlokalnych,

w obszarze społeczno-kulturowym:

- społeczeństwo otwiera się na nowe technologie,
- zwiększone zainteresowanie historią i dziedzictwem,
- zwiększone zainteresowanie lokalnych NGO rozwojem organizacji i korzystaniem z pomocy,
- obszary lokalne, gdzie Fundacja nie ma udziału w rynku, a lokalny rynek usług jest dostępny

mocne strony

- wiedza i doświadczenie realizacji usług, projektów, wiedza z tematyki szkoleń,
- nastawienie na rozwój i zdobywanie wiedzy,
- zasoby ludzkie: z doświadczeniem w szkoleniach, merytoryce, projektach,
- zaangażowanie w rozwój nowych obszarów działalności,
- sięganie po nowe technologie, narzędzia,
- certyfikacja jakości usług,
- tworzenie nowych narzędzi / aplikacji do usług,
- badanie potrzeb klienta,
- tworzenie oferty dostosowanej do potrzeb klienta,
- różnorodność dostępnej oferty,
- elastyczność i gotowość do rozwoju oferty,
- doświadczenie w obsłudze i współpracy z klientem,
- sprawny system księgowy,
- doświadczenie w obsłudze finansowej,
- wspieranie rozwoju pracowników,
- możliwość dofinansowania działań z funduszy,
- wysoka pozycja Fundacji w działaniach lokalnych,
- społeczeństwo otwiera się na nowe technologie,
- zwiększone zainteresowanie historią i dziedzictwem,

SZKOLENIA/WARSZTATY

cele operacyjne

- rozwój oferty w obszarach działania Fundacji z uwzględnieniem nowych technologii (Rada Programowa, EtnoStoria, platformy internetowe)
- utworzenie marki szkoleniowej w obszarach aktywności obywatelskiej, dziedzictwa w działaniu i archiwizacji (certyfikacja SUS 2.0, współpraca z Centrum Usług Społecznych w Myślenicach, Ośrodek K-ORSO, Akademia Archiwisty, baza wiedzy, organizacja konferencji online/stacjonarnie/hybrydowo)
- dotarcie z ofertą szkoleniową do odbiorców (strona internetowa: szkolenia.arts-fun.pl, oferta szkoleniowa, działania marketingowe, budowanie relacji)



GRANTY/STYPENDIA

szanse

- nawiązanie współpracy z biznesem
- fundusze zewnętrzne (NOWEFIO 2021)
- nawiązanie współpracy z większą liczbą samorządów
- zwiększenie puli na granty poprzez organizację kampanii fundraisingowych,
- zainteresowanie społeczne działaniami lokalnymi i korzystaniem z grantów,
- lokalny rynek potencjalnych fundatorów o małym zużyciu,
- zwiększenie regrantingu w samorządach lokalnych

mocne strony

- szybkie dostosowanie do warunków - zastosowanie narzędzi cyfrowych
- 8 letnie doświadczenie w 2 konkursach grantowych (279 grantów)
- wysoki poziom wiedzy pracowników w zakresie przeprowadzania konkursów i funkcjonowania organizacji.
- współpraca z 3 samorządami w ramach regrantingu
- badanie potrzeb klienta, otwartość na różnorodne potrzeby,
- dostosowanie oferty do potrzeb,
- częściowe, stałe finansowanie programu grantowego przez PAFW

GRANTY/STYPENDIA

cele operacyjne

- stworzenie atrakcyjnej oferty współpracy dla biznesu i samorządu,
- zwiększenie rozpoznawalności Fundacji w lokalnym, poprzez prezentację dotychczasowych, zrealizowanych przez grantobiorców projektów,
- prezentacja filmów promujących projekty przesłane na konkurs "Opowiedz...",
- przeprowadzenie skutecznej kampanii związanej z pozyskiwaniem 1%,
- zwiększenie puli na granty +50% wartości rocznie,
- przeprowadzenie kampanii fundraisingowych np: allegro lokalnie,
- podpisanie umowy z Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce na realizację konkursu grantowego,
- pozyskanie wkładu finansowego. rozmowy i podpisywanie umów z samorządami,
- ogłoszenie i promowanie konkursu, docieranie do potencjalnych grantobiorców,
- organizowanie spotkań informacyjno-szkoleniowych,
- prowadzenie konsultacji dla potencjalnych grantobiorców,
- zorganizowanie posiedzenia Lokalnej Komisji Grantowej i rozstrzygnięcie konkursu grantowego,
- podsumowanie realizacji dofinansowanych projektów, przygotowanie raportu końcowego



DZIEDZICTWO/ARCHIWIZACJA

szanse

- brak w tym momencie w regionie organizacji o podobnym profilu,
- możliwość nawiązania nowych partnerstw i współpracy również z sektorem biznesowym,
- możliwość jednoznacznego skojarzenia Fundacji ARTS z ochroną dziedzictwa i archiwizacją,
- przeprowadzenie kampanii crowdfundingowej "Żeńszczyzna"
- możliwość kontynuacji niszowego projektu "Targi Książki - Dziedzictwo Zapisane Lokalnie",
- rozwój aplikacji EtnoStoria,
- dostęp do lokalnych archiwów m.in. Jana Koczwary,
- możliwość wykorzystywania archiwów zebranych podczas projektu "Wiśniowski Jarmark Rzemiosł i Zawodów Tradycyjnych - lokalna tradycja w działaniu"
- relacje z KGW, NGO, samorządami gotowymi do współpracy z archiwami
- zainteresowanie tematem archiwizacji dziedzictwa w dobie pandemii

mocne strony

- nawiązane już kontakty z twórcami, liderami społecznymi, organizacjami, KGW środowiskami zainteresowanymi współpracą przy działaniach archiwistycznych
- nawiązane partnerstwa nieformalne CAS, NID, PTL, AP, UJ i inne
- zrealizowane projekty partnerskie archiwistyczne
- zorganizowanie niszowych projektów jak "Targi Książki - Dziedzictwo Zapisane Lokalnie" - edycja I
- umiejętności i możliwości kadrowe do interdyscyplinarnego wsparcia eksperckiego w zakresie archiwistyki, ochrony i zarządzania dziedzictwem
- narzędzia do archiwizacji (skaner dobrej jakości, aparat fotograficzny, aplikacja mobilna EtnoStoria)
- strona internetowa, media społecznościowe z dużymi zasięgami
- biuro na działania administracyjne

DZIEDZICTWO/ARCHIWIZACJA

cele operacyjne

- rozwój aplikacji EtnoStoria (aplikacja, landing page, sprzedane szkolenia, zasięg aplikacji, wejścia, pobrania, wypracowanie spójnego modelu biznesowego dla aplikacji EtnoStoria)
- kampania crowdfundingowa "Żeńszczyzna" (zrzutka.pl, warsztaty wydobywcze w całej Polsce)
- stworzenie Centrum Archiwistyki Ziemi Myślenickiej pomagającego mieszkańcom, mieszkańcom powiatu, NGO, KGW, liderom archiwizować (digitalizować) zbiory z wykorzystaniem technologii cyfrowych
- zrealizowanie cyklicznego projektu "Targi Książki - Dziedzictwo Zapisane Lokalnie" w partnerstwie z NID,
- tworzenia archiwów jako AS zsieciovany w CAS, który może przenieść swoje archiwalia do ogólnopolskiej bazy OSA,
- archiwizowanie wieloletniego, bogatego archiwum Jana Koczwary - digitalizacja oraz przeniesienie do OSY,
- dotarcie do jak największej liczby organizacji, instytucji, liderów społecznych w regionie i aktywizacja ich w celu archiwizacji swojego lokalnego dziedzictwa
- wyznaczenie ścieżek tematycznych jedną z kluczowych HERstoria czyli dziedzictwo kobiet
- wydawanie publikacji (periodyk?) poświęconych budowanym archiwom, wolny dostęp do niej w bibliotekach lokalnych, szkolnych, czytelnich itd.
- bycie organizacją parasolową w regionie aktywizującą lokalne organizacje i grupy nieformalne do archiwizowania swoich zbiorów;
- wsparcie merytoryczne, konsultacyjne, doradcze, szkoleniowe w zakresie archiwistyki
- digitalizacja archiwów zebranych podczas projektu Wiśniowski Jarmark Rzemiosł i Zawodów Tradycyjnych - lokalna tradycja w działaniu - chociaż tu w zagrożeniach - konieczność uzyskania zgody ze strony GOKiS Wiśniowa (posiadającego zgody rodo od mieszkańców)
- Bożnica - włączenie się w nurt dziedzictwa żydowskiego na bazie bożnicy i współpracy z Uniwersytetem Pedagogicznym
- dołączenie w charakterze partnera do sieci Culture 360.ASEF (Connecting Asia&Europe through arts&culture) prowadzonej przez Asia-Europe Foundation (ASEF) koncentrującej się na działaniach w zakresie sztuki, kultury, dziedzictwa, przemysłów kreatywnych, dyplomacji kulturowej i digitalizacji.

TWÓRCZOŚĆ

szanse

- możliwość jednoznacznego skojarzenia Fundacji ARTS z kulturą i sztuką w regionie,
- zwiększenie zainteresowania kulturą i sztuką w regionie,
- nowe formy prezentacji sztuki: kody QR street-art (np. pokazy multimedialne, pokazy wideo na budynkach), filmy, reportaże,
- możliwość publikacji sztuki na różnych nośnikach (np. przedmioty użytkowe, magnesy, pocztówki, notesy, zakładki, kalendarz),
- współpraca ze sklepami internetowymi,
- wykorzystanie nowych mediów, nowych kanałów (Instagram, Instastory) - dotarcie do młodszych odbiorców,
- mapowanie miejsc, twórców,
- Międzynarodowe Małopolskie Spotkania z Folklorem - współpraca i prezentacja twórców i ich sztuki
- kiermasze świąteczne, targi, stoiska podczas imprez kulturalnych (stoisko Fundacyjne + materiały)
- imprezy w ramach Działaj Lokalnie
- pozyskiwanie środków dla artystów z wykorzystaniem platform crowdfundingowych

mocne strony

- nawiązane już kontakty z artystami (dla których można zrealizować galerie),
- zrealizowane internetowe galerie twórców (16 galerii),
- wypracowane różne sposoby kontaktu z nowymi artystami,
- szerokie kontakty z instytucjami kulturalnymi na terenie całego powiatu,
- szeroka wiedza dotycząca organizowania wystaw i zmiennych czynników z nimi związanych,
- ludzie w fundacji, którzy potrafią przygotować i zrealizować wystawy (fotografia, przygotowanie materiałów do druku, tworzenie galerii internetowych),
- dobrej jakości sprzęt fotograficzny, oświetlenie,
- zakupione sztalugi i system wystawienniczy

TWÓRCZOŚĆ

cele operacyjne

- realizacja cyklicznych wystaw mobilnych m.in.: w przejściu przy Rynek 27 przy siedzibie Fundacji
- połączenie wystawy z korzystaniem z aplikacji (kod QR, filmiki, dodatkowe info o artystach) + włączenie EtnoStorii w wystawę (odnośniki, kody do ściągnięcia apki)
- wystawy tematyczne związane z kalendarzowymi świętami i/lub bieżącymi wydarzeniami
- coroczne wydarzenia kulturalne (gala) promująca regionalnych artystów
- realizacja drukowanego "Katalogu Artystów z Powiatu Myślenickiego"
- wykorzystanie terminali płatniczych (z zaznaczeniem o darowiźnie) podczas imprez plenerowych
- organizowanie warsztatów prowadzonych przez naszych twórców dla dzieci/młodzieży - ceramika, rzeźbiarstwo, decoupage, bibułkarstwo itp.



PROMOCJA

szanse

- nowe materiały drukowane do promocji - katalogi twórców, oferta współpracy
- przeprowadzenie kampanii crowdfundingowej "Żeńszczyzna"
- kampania 1% - info na materiałach drukowanych i grafika do social mediów, e-pity, notatki prasowe, reklamy do lokalnych gazet
- Allegro Lokalnie - zbiórka na tworzenie internetowych galerii twórców
- Działaj Lokalnie - konkursy, informacje bieżące
- Google Ads - możliwość wykorzystania na reklamę 10000\$ - zaplanowanie kampanii
- dostosowanie strony internetowej do potrzeb Fundacji - zmiana załądek aby dopasować je do nowych wyznaczonych obszarów działań, dodanie osobnej zakładki "Wesprzyj nas" z bramką do płatności (karta, blik i przelew)
- zwiększenie ilości obserwujących we wszystkich social mediach

mocne strony

- utworzone profile na mediach społecznościowych
- zrealizowane internetowe galerie twórców (16 galerii)
- wypracowane różne sposoby kontaktu z instytucjami kultury, biznesem, samorządami
- wiedza dotycząca marketingu i promocji
- ludzie w fundacji, którzy mają kontakty i sieci współpracy (Sektor 3.0, Działaj Lokalnie, Liderzy PAFW, Liderzy FIMANGO, Sieć Doradców Nowych Technologii, Szkoła Fundraisingu FAOO)
- dostęp do Canvy pro dla NGO
- możliwość pracy zdalnej dzięki sprzętowi komputerowemu
- katalogi (targowy), oferta współpracy, wizytówki, wkładki do katalogów/pocztówki dotyczące 1%

PROMOCJA

cele operacyjne

- nawiązywanie współpracy (finansowych i niefinansowych z samorządami, instytucjami kultury, liderami społecznymi oraz organizacjami pozarządowymi oraz biznesem,
- przeprowadzenie kampanii crowdfundingowej "Żeńszczyzna"
- bycie najbardziej rozpoznawalną organizacją pozarządową w regionie
- posiadanie reprezentatywnego biura w centrum Myślenic
- informowanie o działalności Fundacji,
- zwiększenie grupy odbiorców w social mediach
- budowanie wizerunku Fundacji,
- budowanie sieci interesariuszy (networking),
- Kampanie/działania promocyjne - 1% - FaniMani, info na materiałach drukowanych i grafika do social mediów, e-pity, notatki prasowe, reklamy do lokalnych gazet, Allegro Lokalnie - zbiórka na tworzenie internetowych galerii twórców , Działaj Lokalnie - konkursy, informacje bieżące, Google Ads - możliwość wykorzystania na reklamę 10000\$ - zaplanowanie kampanii
- realizacja cyklicznych wystaw (mobilnych) w przejściu przy Rynek 27 przy siedzibie Fundacji
- stworzenie newslettera
- stworzenie cyklicznych zbiorów crowdfundingowych dla twórców i twórczyń w regionie
- stworzenie profilu na LinkedIn - info o misji fundacji, info o ośrodku K-orso, wywiady Agnieszki i Joanny w Histmagu, publikacje
- utworzenie stałej grupy wolontariuszy



FUNDRAISING

szanse

- wzmocnienie kompetencji w marketingu internetowym i budowania kampanii
- wypracowanie metody pracy nad projektami
- stworzenie sprawnego zespołu do pisania projektów
- stworzenie sprawnego systemu usług szkoleniowych opartych na niszowych eksperckich szkoleniach

mocne strony

- utworzone profile na mediach społecznościowych jako kanały informacji
- długoletnia współpraca z samorządami
- wiedza dotycząca marketingu i promocji
- wiedza z zakresu pozyskiwania środków z funduszy zewnętrznych (projektowych)
- strona internetowa szkoleniowa
- strategia fundraisingowa
- dywersyfikacja źródeł (FaniMani, Patronite, zrzutka, 1%, wnioski aplikacyjne)
- szkolenia pracowników w ramach fundraisingu

FUNDRAISING

cele operacyjne

- dywersyfikacja źródeł finansowych dopasowanych do profilu działalności Fundacji i poszczególnych obszarach działań,
- wypracowanie modeli finansowych do poszczególnych obszarów działań i narzędzi (EtnoStoria),
- wypracowanie modelu kampani fundraisingowych do poszczególnych obszarów działań z wykorzystaniem różnych narzędzi
- udział w konkursach itp. z nagrodami finansowymi i niefinansowymi
- budowanie relacji finansowych i niefinansowych z JST i biznesem
- zbudowanie sprofilowanej mapy pozycjonowania funduszy zewnętrznych
- wypracowanie modelowych projektów



ZARZĄDZANIE

szanse

- wzmacnianie kompetencji współpracowników w marketingu internetowym i do budowania kampanii,
- utrzymanie strategicznych stanowisk wpływających na pozyskiwanie dodatkowych środków w obszarach : PR i fundraising, szkolenia, archiwizacja,
- stworzenie sprawnego zespołu projektowo szkoleniowego,
- jasne zasady pracy oparte na zespołowych uzgodnieniach, zasadach, wartościach oraz jasno sprecyzowanego planu finansowego

mocne strony

- trwałość fundacji i jej zarządu od 2008 roku,
- podział kompetencji zarządu i jego stały rozwój,
- wypracowane procedury dotyczące bieżącej sprawozdawczości i prowadzenia projektów,
- stała kadra księgowa,
- wsparcie sieci ogólnopolskich,
- kompetencje zarządu (księgowość, projekty, zarządzanie projektami, wykorzystanie nowych technologii),
- procedury i regulaminy,
- PROO

ZARZĄDZANIE

cele operacyjne

- utrzymanie strategicznych stanowisk wpływających na pozyskiwanie dodatkowych środków w obszarach : PR i Fundraising, szkolenia i koordynacja, ekspert, obsługa biura, archiwizacja. Z planem finansowym uzależnionym od efektów finansowych,
- utworzenie zespołów: I wniosków aplikacyjnych II do organizacji i sprzedaży szkoleń
- wzmocnienie kompetencji kadry fundacji - marketing, fundraising, wnioski aplikacyjne, umiejętności językowe, partycypacyjne (szkolenia, kursy etc.)
- utworzenie jasnych procedur działania i współpracy opartych na etyce, odpowiedzialności i zaangażowaniu
- usprawnienie planu komunikacji wewnątrz zespołu fundacyjnego, poszczególnych zespołów projektowych i szkoleniowych z narzędziami do komunikacji i zarządzania
- uzupełnienie regulaminów i procedur działania z Rady Programowej, Rady Fundacji i Zarządu Fundacji
- doprecyzowanie struktury zarządzania

arts FUNDACJA
SZTUKI, PRZYGODY I PRZYJEMNOŚCI