



NOWE WIEŚCI


DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

29 listopada 2018 r.

Mławskie wiadomości



Na najbliższej Sesji Rady Miasta Mława podjęta zostanie uchwała o przyjęciu Programu współpracy Miasta Mława z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami wymienionymi w art. 3 ust 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie na 2019 rok

Po konsultacjach społecznych, dotyczących projektu Programu współpracy Miasta Mława z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami wymienionymi w art. 3 ust 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie na 2019 rok przygotowano projekt dokumentu.

Aktualnie jest on prezentowany na Komisjach Rady Miasta Mława. Planowane przyjęcie dokumentu nastąpi na Sesji Rady Miasta Mława, zaplanowanej do realizacji na dzień 4 grudnia 2018 r.

Program będzie obowiązywał od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 roku.

Przygotowany Program będzie dostępny na stronie -

<http://www.mlawa.pl/artykuly/programy-wspolpracy-0>



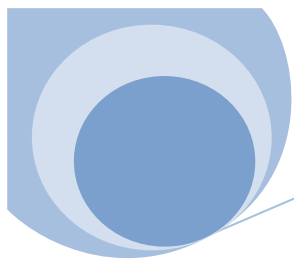
Przeszkolono przedstawicieli mławskich organizacji

Federacja Mazowia wraz z Urzędem Miasta Mława zorganizowali szkolenia dla przedstawicieli organizacji pozarządowych, odbyły się spotkania:

„Jak napisać dobry projekt?”, gdzie omawiano: zasady tworzenia dobrego projektu; kryteria oceny projektów w konkursach ogłaszanych przez Urząd Marszałkowski woj. Mazowieckiego, jak ocenić cudzy wniosek, aby z tym doświadczeniem pracować w przyszłości nad swoimi projektami.

Podczas drugiego szkolenia **„Jak zarządzać budżetem projektu i organizacji – prezentacja aplikacji 2do2”**, pokazano aplikację webową przygotowaną przez Stowarzyszenie Mierz Wysoko, która pomaga w prowadzeniu rozliczeń pojedynczych projektów oraz spojrzeniu na budżet organizacji z lotu ptaka. Skierowana jest do osób koordynujących działania/projekty i rozliczenia w organizacjach, ale może też pomóc w komunikacji z księgowymi. Używanie programu 2do2 zmniejsza ryzyko popełniania błędów w zestawieniach, a na koniec projektu automatycznie generuje zestawienia wg. wzorów z rozporządzenia do ustawy.

Zachęcamy do zapoznania się z aplikacją na stronie <https://www.2do2.org.pl/>, gdzie można napisać do twórców aplikacji prośbę o wersję testową. Dla małych organizacji tzn. tych których budżet roczny nie przekracza 80 tys. zł. aplikacja jest darmowa!



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

Wiadomości ze świata

Przełącz organizację darowizną, skorzystaj z odliczenia podatkowego

Darowizna to pieniądze z twojej kieszeni, które darowujesz stowarzyszeniu, fundacji.



UWAGA!
Darowizna to nie to samo co TNE!

Jak?



gotówka



lub przelew na konto

UWAGA!
Możesz odliczyć tylko darowiznę przekazaną na konto bankowe organizacji.

Komu?



- organizacja pozarządowa zarejestrowana w KRS
- klub sportowy, uczniowski klub sportowy wpisany do rejestru stowarzyszeń
- stowarzyszenie zwykłe

UWAGA!
Nie musi mieć statusu organizacji pożytku publicznego.

Na co?



- na cele statutowe organizacji mieszczące się w sferach polityki publicznej
- na cele religijne

Co w tytule przelewu?



tytułem: darowizna na cele statutowe

UWAGA!
To bardzo ogólny opis – urząd skarbowy (US) może wymagać np. do pokazania statutu organizacji.



tytułem: darowizna na działalność oświatowo-kulturalną Stowarzyszenia... w zakresie wspierania talentów

UWAGA!
Aby uniknąć konieczności tłumaczenia się w US lepiej określić dokładnie, na jakie cele statutowe jest darowizna.

Odlicz darowiznę w swoim PIT!



Do **6%** od twojego dochodu. Zachowaj potwierdzenie przelewu darowizny.

UWAGA!
Osoba prawna może odliczyć darowiznę w swoim CIT (do 10% od swojego dochodu).

Jak przekazać NGO darowiznę i skorzystać z odliczenia podatkowego

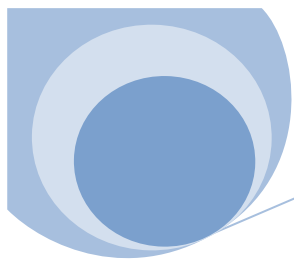
Chętnie wrzucamy datki do puszek na ulicy, rzadziej "świadomie" dajemy darowizny. Jeszcze rzadziej korzystamy z odliczenia podatkowego. Przypominamy, że warto dać darowiznę swojej ulubionej organizacji, której cele i działalność popieramy, a potem skorzystać z odliczenia przy sporządzaniu PIT-a.

Został miesiąc na przekazanie darowizny

Darowizny możemy przekazywać cały rok – w każdej chwili! To nasze pieniądze i nasza decyzja. Dlaczego przypominamy o tym właśnie teraz? Ma to związek z zasadami dokonywania odliczeń w PIT.

Żeby w najbliższym okresie rozliczeniowym (który zakończy się w kwietniu 2019 r.) skorzystać z odliczenia, darowiznę musimy przekazać do końca roku. Został więc nam trochę więcej niż miesiąc.

Do dzieła!



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy



Prawo autorskie, a media społecznościowe i regulaminy serwisów online

Co Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn może zrobić z moimi zdjęciami lub filmami? W sieci krąży wiele mitów na ten temat. Świetnie ilustrują one większy problem, jakim jest nieczytanie za długich i zbyt skomplikowanych regulaminów tych serwisów. Zarówno prywatnie, jak i prowadząc stronę firmową lub organizacji, warto znać kilka podstawowych ograniczeń i praw, jakie dotyczą publikowania i korzystania z materiałów w mediach społecznościowych.

Regulaminy, czyli na co się zgadzamy

Zakładając konto w dowolnym serwisie lub aplikacji społecznościowej, potwierdzam przeczytanie regulaminu i zgodę na warunki w nim obowiązujące. Zwykle będzie on zawierał również zasady dotyczące praw autorskich oraz zgodę na udzielenie licencji na nasze treści firmie, która prowadzi serwis. Zakres tej licencji to najbardziej interesująca (i często kontrowersyjna) dla nas sprawa. Warto pamiętać, że zgodnie z polskim prawem nie możemy zgodą na regulamin przekazać komuś praw autorskich majątkowych do naszego utworu (wbrew wielu wprowadzającym w błąd łańcuszkom internetowym). Co nie oznacza, że licencja, której udzielamy np. Facebookowi, nie może być bardzo szeroka i obejmować również komercyjnego wykorzystywania naszych treści.

Zresztą, na takie właśnie się zgadzamy:

"Szczególnie w przypadku udostępniania, publikacji lub wysyłania treści objętych prawami własności intelektualnej (np. zdjęć czy filmów) w naszych produktach lub w powiązaniu z nimi użytkownik przyznaje nam niewyłączną, zbywalną, obejmującą prawo do udzielania sublicencji, bezpłatną, globalną licencję zezwalającą na obsługiwanie, wykorzystywanie, dystrybuowanie, modyfikowanie, uruchamianie, kopiowanie, publiczne odtwarzanie lub wyświetlanie, tłumaczenie jego treści i tworzenie na ich podstawie materiałów pochodnych (zgodnie z wybranymi przez użytkownika ustawieniami prywatności i aplikacji)". Fragment regulaminu Facebooka (19.11.2018), więcej na: <https://www.facebook.com/legal/terms>

Licencja ta wygasa w momencie usunięcia treści lub skasowania konta, o ile nasze treści nie były dostępne publicznie i udostępnione dalej przez kolejne osoby. Podobne zapisy znajdziemy w innych serwisach i aplikacjach. Dzięki wprowadzeniu nowych przepisów dotyczących ochrony danych osobowych, tzw. RODO, powinny one być coraz łatwiejsze do czytania i zrozumienia. Skrótowy przegląd różnych regulaminów oraz wprowadzanych do nich zmian publikuje w języku angielskim strona Terms of Service; Didn't Read.

W regulaminie znajdziemy też zwykle zapis o tym, że umieszczane przez nas materiały nie mogą naruszać praw osób trzecich np. poprzez publikację treści, do których nie posiadamy praw lub odpowiedniej zgody. Dotyczy to nie tylko tego, kto (w tym wypadku oczywiście my) będzie odpowiedzialny za takie naruszenie, ale również podpowiada nam ważną rzecz dotyczącą darmowych treści, które chcielibyśmy opublikować w takim serwisie, jak Facebook.

Zasady te obowiązują zarówno do treści należących do użytkownika, jak i cudzych utworów, nawet jeżeli uzyskaliśmy do nich licencję, jak w przypadku utworów dostępnych na licencjach Creative Commons.

Licencje Creative Commons na Facebooku (i innych)

Zgodnie z brzmieniem regulaminu, udostępniając publicznie (lub na fanpage'u) utwór na licencji Creative Commons, przyznajemy Facebookowi licencję na jego wykorzystanie, czyli innymi słowy, sublicencjonujemy go. Żadna z dostępnych wersji licencji CC (ani innych wolnych licencji) nie zawiera jednak przyzwolenia na sublicencjonowanie. Oznacza to, że na Facebooku możemy publikować wyłącznie własne materiały na licencjach CC.

Jeśli chcemy zatem opublikować na Facebooku cudze materiały dostępne na licencji CC, powinniśmy uzyskać dodatkową zgodę od właściciela utworu.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

Innym sposobem może być takie zmodyfikowanie utworu, które prowadzi do powstania dzieła zależnego, do którego mamy już własne prawo. W tym przypadku jednak licencja utworu pierwotnego nie może nakładać warunku ND (bez utworów zależnych) ani SA (na tych samych warunkach), który nakłada obowiązek udostępniania utworu zależnego na tej samej licencji.

Rozwiązaniem niewymagającym uzyskiwania dodatkowej zgody jest wykorzystywanie materiałów z domeny publicznej (czyli do których wygasły już prawa autorskie majątkowe) lub przekazanych do domeny publicznej za pomocą narzędzia Creative Commons Zero (które nie jest licencją).

Nie wszystkie serwisy i aplikacje mają takie same regulaminy, wiele z nich pozwala na umieszczanie materiałów bez konieczności udzielania tak szerokich zgód, jakich wymaga Facebook. Wymaga to od nas odrobiny uwagi podczas lektury, a w razie wątpliwości szukania pomocy u źródeł np. na forach Creative Commons.

Zwolnienia podatkowe organizacji pożytku publicznego (OPP)

Ustawa o działalności pożytku publicznego pozwoliła na wyróżnienie części organizacji pozarządowych poprzez nadanie im specjalnego statusu. Organizacje te mają określone przywileje – najbardziej znany to 1%. Są jednak jeszcze inne, mniej znane. Przypomnijmy sobie na jakie ulgi mogą liczyć OPP.

Więcej niż 1%

Z okazji 15-lecia ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie przypominamy, co zawdzięczamy uchwalonemu w 2003 r. prawu. Wcześniej tłumaczyliśmy na czym polegało stworzenie możliwości rejestrowania przez organizacje pozarządowe statusu pożytku. Powstała grupa OPP, które (po spełnieniu obowiązku sprawozdawczego) mogą liczyć na środki z 1%. Dziś opisujemy z jakich jeszcze przywilejów korzystają organizacje pożytku publicznego.

Zwolnienia, które podajemy poniżej wymieniane są w artykule 24 ustawy o działalności pożytku. Dla ich pełnego wdrożenia potrzebna była jeszcze ustawa wprowadzająca (uchwalana i wchodząca w życie łącznie z ustawą o pożytku). Z czasem tego typu przywileje dla OPP pojawiały się jeszcze w innych ustawach, nie pozostawiając śladu w samej ustawie pożytkowej, ale posiłkując się nią i odsyłając do jej zapisów.

Zwolnienie OPP z podatku dochodowego od osób prawnych

Zgodnie z przyjętą przez autorów ustawy o pożytku logiką, że OPP zasługują na więcej, zwolnienie organizacji pożytku z podatku dochodowego od osób prawnych (art. 17 ust. 1 pkt 6c ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych) jest korzystniejsze niż zwolnienie, z którego korzystają powszechnie pozostałe organizacje pozarządowe (czyli zwolnienie z art. 17 ust. 1 pkt. 4).

Zwolnienie OPP dotyczy całej działalności statutowej jaka zostanie ustalona w statucie danej organizacji pożytku.

art. 17 ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych (zwolnienie podatkowe dla OPP)

1. Wolne od podatku są: (...)

6c) dochody organizacji pożytku publicznego, o których mowa w przepisach o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie - w części przeznaczony na działalność statutową, z wyłączeniem działalności gospodarczej;

Zwolnienie OPP z podatków lokalnych

Podatki lokalne to m.in. podatek od nieruchomości. Organizacja pozarządowa może być zobowiązana do płacenia tego podatku w wielu sytuacjach – nie tylko wtedy, kiedy sama jest właścicielem np. budynku, czy gruntu, ale także w sytuacji wynajmowania lokalu od gminy. Władze lokalne mogą same wprowadzić dla NGO ulgi w tym podatku, NGO mogą go też nie płacić, jeśli np. prowadzą



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

działalność w ramach systemu oświaty. Wszystkie samorządy muszą też stosować ulgę dotyczącą OPP.

Organizacje pożytku nie płacą podatku od nieruchomości zajętych na prowadzenie nieodpłatnej działalności pożytku publicznego przez te OPP.

Zwolnienie OPP z opłat sądowych

OPP nie będą ponosiły kosztów opłat przy zgłaszaniu zmian do Krajowego Rejestru Sądowego, nie zapłacą podatku od czynności cywilnoprawnych (to opłaty wymagane np. przy zawieraniu niektórych umów), ani opłat skarbowych (spotykanych w urzędach). Wymienione tu ulgi nie dotyczą kosztów ponoszonych zbyt często i w kwotach, które byłyby dużym obciążeniem – jednak w tym przypadku OPP odnosi korzyść, ponieważ korzysta z licznych zwolnień, razem mogących sumować się w większe kwoty.

Inne zwolnienia: VAT od żywności

Postrzeganie OPP, jako wyróżnionej grupy organizacji pozarządowych, zapoczątkowane w 2003 roku, przyniosło efekt w postaci kolejnych korzystnych dla organizacji pożytku przepisów. Przykładem ulgi podatkowej powiązanej ze statusem pożytku jest zwolnienie mające ułatwić przekazywanie żywności na cele charytatywne.

Zanim to zwolnienie pojawiło się w przepisach podatkowych, darczyńca (sklep, piekarnia) musiał zapłacić podatek VAT od żywności przekazanej organizacji pozarządowej, mimo że za żywność taką nie pobierał opłaty – przekazywał ją za darmo. W 2013 r. uchwalono przepisy, które zwalniały z VAT żywność przekazywaną na cele charytatywne, jednak tylko wtedy, kiedy organizacja otrzymująca wsparcie miała status OPP.



Zapytaj prawnika... o stronę internetową organizacji zgodną z RODO

Organizacja pozarządowa bez strony internetowej? To możliwe. Standardem jest jednak, że NGO-sy wykorzystują strony do „kontaktu ze światem”, promocji, fundraisingu. Wejście w życie w maju 2018 r. ogólnego rozporządzenia o ochronie danych (tzw. RODO) nieco skomplikowało prowadzenie stron. Na co powinny uważać organizacje? Przeczytaj wyjaśnienia kancelarii SSW Pragmatic Solutions w ramach cyklu ngo.pl i Centrum Pro Bono!

PYTANIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWEJ

Prowadzimy stronę organizacji. Wiemy, że nasza strona zbiera dane osobowe, ponieważ jest na niej formularz kontaktowy. Jakie zmiany muszą zajść na stronie internetowej, aby spełniała ona wszystkie warunki RODO?

Odpowiedź Kancelarii SSW Pragmatic Solutions

Obowiązki. Co widać

Dostosowanie strony internetowej do RODO to nie tylko spełnienie obowiązków, które "widać" na tej stronie (czyli np. zawieszenie odpowiednich informacji czy klauzul zgód), ale to cały szereg obowiązków, które podmiot odpowiedzialny za dane powinien spełnić, a których na tej stronie "nie widać".

W pierwszej kolejności, aby dostosować do RODO naszą stronę internetową, na której zbieramy dane osobowe, należy:

- zaktualizować politykę prywatności i zweryfikować czy zgoda na przetwarzanie danych osobowych spełnia wymogi RODO,
- wdrożyć odpowiednie zabezpieczenia (np. certyfikat SSL),
- zweryfikować czy w ramach formularza kontaktowego, zbieramy tylko takie dane, które są nam niezbędne.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

Kluczową kwestią w dostosowaniu strony internetowej do wymogów RODO jest aktualizacja regulaminu i polityki prywatności znajdujących się na stronie. Dzięki temu użytkownicy będą mogli dowiedzieć się, w jaki sposób ich dane osobowe są przez nas przetwarzane.

Dobrym rozwiązaniem, oprócz zamieszczenia na stronie www, polityki prywatności i regulaminu, jest „wyciągnięcie przed nawias” najważniejszych informacji z polityki prywatności (takich jak: dane i adres administratora danych, cel przetwarzania, informacja o możliwości realizacji swoich praw wobec danych, dane inspektora ochrony danych - jeśli jest powołany) i zamieszczenie ich w miejscu gdzie zbieramy dane czyli np. przy formularzu kontaktowym (wraz z zamieszczeniem tam linku odsyłającego do całej polityki prywatności). Takie postępowanie będzie zgodne z zasadą przejrzystości.

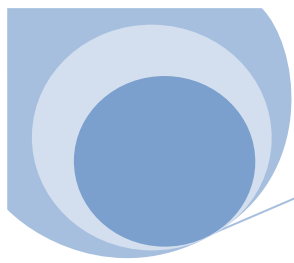
Inne obowiązki. Czego nie widać

Oprócz tego co opisaliśmy powyżej, w zależności od celów i sposobu w jaki przetwarzamy na naszej stronie dane osobowe, należy zweryfikować konieczność spełnienia (a następnie spełnić), również inne obowiązki wynikające z RODO. Trzeba więc:

- mieć na uwadze zasady przetwarzania danych (zasada zgodności z prawem, przejrzystości, ograniczenia celu, prawidłowości, minimalizacji danych), a w szczególności zadbać o to by dane osobowe nie były przechowywane dłużej niż jest to niezbędne (zasada ograniczenia przechowywania) - móc również wykazać, że te zasady są przestrzegane (zasada rozliczalności),
- zweryfikować, którzy z naszych podwykonawców mają dostęp do danych i przetwarzają dane osobowe w naszym imieniu (np. firmy serwisujące stronę internetową, wysyłające newsletter w naszym imieniu) - należy podpisać z nimi odpowiednie umowy powierzenia przetwarzania danych osobowych (lub aneksować umowy z klauzulą powierzenia danych),
- zweryfikować systemy zabezpieczeń, (przede wszystkim bezpieczeństwo danych, kontrola dostępu, szyfrowanie, adekwatność środków technicznych i organizacyjnych do możliwych ryzyk, na jakie są narażone dane osobowe),
- w przypadku projektowania nowych stron lub wdrażania aktualizacji systemów IT należy uwzględnić zasady prywatności w fazie projektowania (privacy by design) i domyślnej ochrony danych (privacy by default),
- w sytuacji przekazywania danych poza UE (np. w przypadku gdy trzymamy dane osobowe w chmurze zamieszczonej poza UE), należy sprawdzić czy spełniamy wymogi transferowe,
- trzeba zadbać o wdrożenie procedury wykonywania praw osób, których dane dotyczą (i których dane zbieramy), jak i procedury zgłaszania i reagowania na naruszenia ochrony danych, w razie ich wystąpienia,
- zweryfikować czy mamy obowiązek powołania inspektora ochrony danych osobowych,
- jeżeli profilujemy osoby, których dane zbieramy na stronie internetowej dla celów marketingowych, np. do oceny zainteresowań w związku z zakupami, należy zweryfikować czy profilowanie takie wymaga spełnienia określonych wymogów RODO,
- prowadzić rejestr czynności przetwarzania i rejestr kategorii czynności przetwarzania,
- zweryfikować konieczność przeprowadzenia oceny skutków dla ochrony danych,
- zweryfikować politykę cookies,
- zweryfikować czy zgody na komunikację elektroniczną (czy też na telemarketing) spełniają wymogi przepisów o świadczeniu usług drogą elektroniczną i prawa telekomunikacyjnego.

Swoboda w doborze środków

Pamiętajmy, że RODO daje nam swobodę w doborze środków, którymi zapewnimy prywatność i ochronę danych osobowych naszych klientów, dlatego to wyłącznie od nas zależy jakie



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

zabezpieczenia zostaną wdrożone, a stopień bezpieczeństwa danych powinien być odpowiedni do ryzyk naruszenia praw osób, których dane przetwarzamy.

Dodatkowo zgodnie z zasadą rozliczalności powinniśmy zadbać o to by móc wykazać spełnienie wymogów wynikających z RODO, poprzez odpowiednią dokumentację, procedury, umowy czy fakt, że jesteśmy w stanie wykazać, że ktoś nam wyraził zgodę na przetwarzanie danych.



Ochrona wizerunku w kontekście RODO (i nie tylko). Część pierwsza

Problemy dotyczące publikacji wizerunków osób powracają jak bumerang w praktyce działania organizacji pozarządowych. Sprawę pogarsza zamieszanie związane z wejściem w życie RODO oraz rozproszenie przepisów dotyczących wizerunku w różnych aktach prawnych.

Zdjęcia, ludzie, organizacja pozarządowa...

Organizacje pozarządowe dokumentują swoje działania. Wynika to z dobrze pojętego obowiązku i standardu: działamy społecznie, korzystamy z darowizn, środków publicznych, więc niczego nie ukrywamy i pokazujemy co robimy. Często wynika to również z wyraźnych wymagań grantodawców. Jest też nakazem pijarowym. Organizując imprezę plenerową, spotkania, szkolenia utrwalamy naszą aktywność na zdjęciach. Utrwalamy też na nich uczestników naszych działań. I tu pojawiają się – jak słusznie podejrzewa wiele NGO-sów – problemy. Wynikają nie tylko z RODO.

Czym jest utrwalany na zdjęciach (i nie tylko na zdjęciach) wizerunek? Co i w jaki sposób go chroni? Tym zajmiemy się w pierwszej części opracowania. W kolejnej więcej uwagi poświęcimy zgodom na wykorzystanie wizerunku.

Co jest chronione – definicja wizerunku

W polskim prawie nie ma definicji wizerunku. Jednak można ją odtworzyć z orzecznictwa sądowego. Na pojęcie to składa się kilka przesłanek. Łącznie pozwalają zidentyfikować czy coś jest wizerunkiem czy nie.

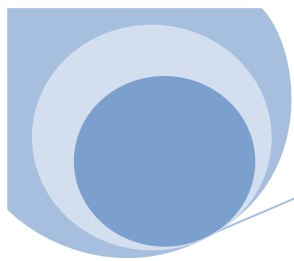
Po pierwsze wizerunek to dostrzegalne cechy człowieka (Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie I ACa 1826/15). Poza cechami czysto fizycznymi, takimi jak wzrost, kolor oczu czy włosów, są to również inne cechy. Wizerunek może dotyczyć takich elementów jak charakteryzacja, ubiór i sposób kontaktowania się z otoczeniem (Wyrok Sądu Najwyższego II CK 330/03). W zakres wizerunku wchodzi też głos (np. lektorów filmowych) czy charakterystyczny sposób poruszania się.

Po drugie wizerunek musi pozwalać na identyfikację określonej osoby. To znaczy, że jest ona rozpoznawalna dla określonego kręgu osób, na przykład rodziny, przyjaciół czy współpracowników. Nie musi być powszechnie znana nawet w wąskim środowisku (Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie I ACa 1826/15).

Kolejną cechą wizerunku jest jego niematerialny charakter. Jest on związany z konkretną osobą, dlatego korzystanie z sobowtórów podszywających się pod inną osobę jest naruszeniem jej prawa do wizerunku.

Jednak dla naruszenia prawa wizerunku najczęściej konieczne jest „skonkretyzowane ustalenie obrazu fizycznego człowieka, zdatne do zwielokrotnienia i rozpowszechnienia” (Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie I ACa 1826/15). Będzie to utrwalenie na zdjęciu, nagraniu filmowym czy kamerach monitoringu. Wizerunek jest osobnym prawem i jest to prawo niezależne od praw do zdjęcia czy filmu. Inaczej mówiąc można mieć prawa autorskie do zdjęcia, ale nie posiadać prawa do rozpowszechnienia wizerunku osoby na nim uwidocznionej.

Wizerunek w polskim prawie zawsze dotyczy osoby fizycznej, czyli człowieka. Nie jest istotny wiek, stan psychiczny lub obywatelstwo. Z tego wynika, że wizerunku nie posiadają zwierzęta czy budynki. Podobnie jest z osobą prawną. Stowarzyszenie czy fundacja same w sobie nie posiadają wizerunku.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

Zgodnie z orzecznictwem sądowym ochronie nie podlega ani wizerunek siedziby, ani osób wchodzących w skład organów organizacji (Wyrok Sądu Najwyższego ICR 159/77). Możliwe są inne formy poszukiwania ochrony. Wizerunek łączy się z dobrym imieniem i renomą, co pozwala na wykorzystanie przepisów służących ich ochronie.

Kolejną cechą wizerunku jest możliwość dochodzenia ochrony na podstawie różnych przepisów prawa. Podstawowymi są przepisy Kodeksu cywilnego o ochronie dóbr osobistych (art. 23, 24 i 448) oraz przepisy prawa autorskiego (art. 83 w zw. z art. 78 Ustawy). Ponadto regulacje dotyczące wizerunku znajdują się w RODO, Prawie prasowym (art. 14 i 31-33), Kodeksie karnym (art. 202, 212-216, 267) czy Kodeksie postępowania karnego (art. 279-280). Przedmiot tej ochrony może być różny, ale częściowo pokrywa się.

Co chroni RODO?

RODO czyli Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych (...) obowiązuje w polskim prawie od 25 maja 2018 roku. Jego głównym celem jest ochrona danych osobowych rozumianych jako informacje o zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania osobie fizycznej.

Artykuł 4 punkt 1 RODO mówi, że możliwa do zidentyfikowania osoba fizyczna to osoba, którą można bezpośrednio lub pośrednio zidentyfikować, w szczególności na podstawie szczególnych czynników określających fizyczną, fizjologiczną, ekonomiczną, kulturową lub społeczną tożsamość osoby fizycznej.

Wizerunek, utrwalony na przykład na zdjęciach dokumentujących projekt, może wskazywać takie cechy jak niepełnosprawność, przynależność do grupy etnicznej lub mniejszości narodowej albo poglądy polityczne. Z perspektywy RODO to jeszcze za mało aby uznać, że mamy do czynienia z danymi osobowymi. RODO wprowadza specjalną kategorię danych osobowych – dane biometryczne. W ich zakres wchodzi na przykład wizerunek twarzy, dane daktyloskopijne, kształt tęczy, kształt ucha, analiza pisma lub sposób poruszania się. Elementy te wchodzi również w zakres definicji wizerunku.

Do danych biometrycznych stosuje się specjalnie regulacje zawarte w Motywie 51 oraz art. 4 pkt. 14 RODO. Na przykład informacje o wizerunku twarzy stają się danymi osobowymi jeżeli zostały pozyskane w wyniku specjalnego przetwarzania technicznego. Dotyczy to na przykład sytuacji automatycznego rozpoznawania tożsamości osób w systemach monitoringu miejskiego albo algorytmu na podstawie którego portale społecznościowe oznaczają osoby na zdjęciach. Dlatego samo umieszczenie w Internecie zdjęć z festynu, na którym są widoczne osoby nie jest przetwarzaniem danych osobowych nawet jeżeli rozpoznaje osoby na nim zamieszczone, ponieważ je znam osobiście. Żeby informacja ze zdjęcia była daną osobową, a tym samym podlegała RODO, wiedzieć kto jest na zdjęciu to za mało. Ta wiedza musi wynikać z technicznego przetworzenia zdjęcia, na przykład przeanalizowania zdjęcia przez program, który porównuje osoby na zdjęciu do ich wizerunków w bazach danych.

Co chronią dobra osobiste?

Dobra osobiste to dobra o charakterze niemajątkowym, które chronią wartości związane z osobowością czy godnością człowieka. Katalog przykładowych dóbr osobistych jest zamieszczony w art. 23 Kodeksu cywilnego. Obejmuje on wizerunek rozumiany jako dostrzegalne cechy fizyczne człowieka oraz powiązane z nim dobra jak nazwisko lub pseudonim, dobre imię czy tajemnicę korespondencji.

Dobra osobiste są niezbywalne i nieograniczone w czasie i nie przedawniają się. Trzeba pamiętać o rozróżnieniu między prawem do wizerunku a dobrem osobistym. To pierwsze można sprzedać,



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

podarować lub udzielić licencji do korzystania. Na przykład mogę zgodzić się, aby mój wizerunek był na plakatach promujących kampanie społeczną Stowarzyszenia. Dobro pozostaje przy mnie, ponieważ jest niezbywalne, ale prawo do rozpowszechniania nabyła w określonym zakresie organizacja, która w ramach umowy może nim dysponować.

Brak ograniczenia ochrony czasowej i przedawnienia powoduje, że roszczeń można dochodzić wiele lat po publikacji wizerunku, a nawet śmierci osoby, która jest na nim uwidoczniona.

Z perspektywy ochrony wizerunku naruszeniem dóbr osobistych może być nie tyle publikacja wizerunku, ale zestawienie z określonym kontekstem na przykład komentarzem, nagłówkiem lub innymi zdjęciami. Na przykład portal internetowy publikuje zdjęcia z lokalnego festynu z tytułem „Festyn z przestępcami”, ponieważ wydarzenie odwiedziły osoby z lokalnego półświatka. Na jednym ze zdjęć widać jak Prezeska stowarzyszenia organizującego festyn rozmawia z tymi osobami. W rzeczywistości osoby te się nie znały, a rozmowa dotyczyła tego jak goście bawią się na festynie. W tej sytuacji można mówić o naruszeniu dóbr osobistych. W skrajnych przypadkach nawet prawdziwa informacja – na przykład dotycząca choroby psychicznej – może być uznane za naruszenie tych dóbr (Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie I ACa 908/10). Należy jednak pamiętać, że dobrem które podlega tu naruszeniu nie jest wizerunek, ale dobre imię osoby na nim umieszczonej.

Co chroni ustawa o prawach autorskich?

Regulacje dotyczące ochrony wizerunku znajdują się również w Ustawie o prawach autorskich i prawach pokrewnych. Zawarte są one w artykułach 81-84 tego aktu prawnego. Zasadą tej ochrony jest zgoda na rozpowszechnienie wizerunku osoby na nim przedstawionej. To znaczy wolno utrzymywać wizerunek – np. robić zdjęcia, nagrywać filmy – ale nie wolno go rozpowszechniać BEZ ZGODY! Za rozpowszechnianie uważa się publiczne udostępnienie w dowolnej formie. Charakter publiczny rozpowszechnienia polega na tym, że wizerunek jest udostępniony niezamkniętemu kręgowi osób. To znaczy możemy zamieścić zdjęcia na zamkniętej grupie na Facebooku, ale nie możemy ich wrzucić na stronę internetową, nawet jeśli jej nikt nie odwiedza.

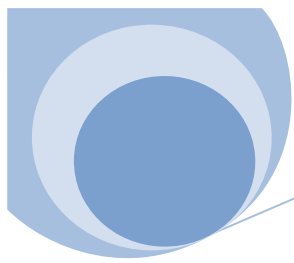
Osobnym problemem jest umieszczanie linków do zdjęć. Może mieć to miejsce poprzez umieszczanie linku, w który trzeba kliknąć aby dostać się do treści lub wstawianie na swojej stronie treści z innego miejsca sieci (na przykład poprzez framing). W ten sposób możemy rozpowszechniać wizerunek osoby jednocześnie nie będąc w jego bezpośrednim posiadaniu. Z orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej w sprawach Svensson i in. (C-466/12) i GS Media BV (C-160/15) można wywnioskować dwie reguły dotyczące takiego rozpowszechniania. Pierwsza stwierdza, że można linkować do utworów już rozpowszechnionych, pod warunkiem że wykorzystanie linka nie prowadzi do dotarcia do nowych grup odbiorców tzn. takich których osoba zamieszczająca materiał nie przewidziała (takim dotarciem do nowych odbiorców byłoby np. wykorzystanie zdjęcia zamieszczonego na forum, do którego dostęp wymagał rejestracji, przez użycie tzw. głębokiego linku umożliwiającego każdemu oglądanie tego zdjęcia bez konieczności rejestrowania się).

Druga zasada dotyczy różnej odpowiedzialności osób, które zamieszczają linki w celach niekomercyjnych i tych, które robią to zarobkowo. W pierwszym przypadku zakłada się, że osoba taka nie ponosi odpowiedzialności o ile nie wiedziała lub nie mogła wiedzieć o bezprawnym charakterze publikacji. W drugim zakłada się, że taki podmiot musi zweryfikować czy pierwotny materiał jest udostępniany legalnie.



Wykorzystanie zdjęć przez NGO a ochrona wizerunku. Część druga

Organizacje pozarządowe dokumentują swoje działania, chwalą się nimi, nagłaśniają je. Nierzadko wykorzystują w tym celu zdjęcia, nagrania wideo. A że działamy z ludźmi i dla ludzi, na zdjęciach



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

uwieczniane są również osoby. Jakie rodzi to problemy? Jak nie nadużyć w działaniach NGO wizerunku danej osoby?

Pojęcie zgody na rozpowszechnienie wizerunku nie jest specjalnie regulowane w Ustawie o prawach autorskich i prawach pokrewnych. Trzeba do niej stosować ogólne zasady prawa cywilnego. Jednak ze względu na specyfikę wizerunku jako dobra niematerialnego wiele kwestii pozostaje dyskusyjnych. Poniżej przedstawiam stanowisko, że zgoda jest jednostronną czynnością prawną - to znaczy taką, która dochodzi do skutku przez złożenie tylko jednego oświadczenia woli. Nie wymaga potwierdzenia lub oświadczenia woli drugiej strony (jak w przypadku umowy).

Zgoda na rozpowszechnianie wizerunku W PRAKTYCE

Zgodę można wyrazić w dowolny sposób. Na przykład poprzez kiwnięcie głową, ustnie, pisemnie, w formularzu internetowym lub mailowo. Trzeba jednak pamiętać, że świadomość osoby wyrażającej zgodę określa jej zakres, a dowód że posiadała się określoną zgodę leży, co do zasady, po stronie tego który korzysta (rozpowszechnia wizerunek).

Przykład:

Menadżerka projektu, zatrudniona w stowarzyszeniu robi zdjęcia wolontariuszom w czasie malowania muralu. Informuje ich ustnie, że zdjęcia będą publikowane na stronie organizacji i jej fanpage'u i pyta czy ktoś się temu sprzeciwia. Nie słysząc protestów dokumentuje imprezę i umieszcza zdjęcia. W tym przypadku zgoda została udzielona prawidłowo, ale w przypadku sporu będzie konieczne przesłuchanie świadków na okoliczność jej udzielenia i zakresu. Może być to kłopotliwe, dlatego lepiej jest posiadać dowody w postaci maili lub zgód pisemnych.

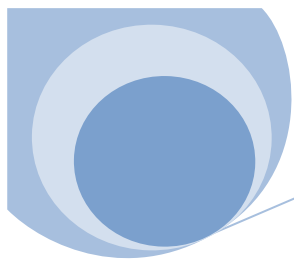
Dla uniknięcia niejasności zgoda powinna być możliwie najbardziej konkretna. Powinna zawierać odniesienia do następujących kwestii:

- Wskazanie wizerunku, który będzie rozpowszechniany – na przykład zdjęć zrobionych w czasie określonej sesji, określonego wydarzenia. W doktrynie prawniczej uważa się, że zgoda in blanco jest nieważna;
- Cel – rozumiany jako przyczynę dla której organizacja korzysta ze zdjęcia (np. promocja lub dokumentacja dla celów projektowych);
- Kontekst – rozumiany jako opisanie w jakich odniesieniach wizerunek będzie używany (np. zastosujemy wizerunek dla udokumentowania projektu i tu podajemy opis tego projektu, ale nie wykorzystamy wizerunku jako ilustracji stanowiska organizacji w danej sprawie społecznej lub politycznej);
- Czas – jak długo wizerunek będzie rozpowszechniany. Zgoda może być udzielona na czas nieokreślony;
- Miejsce – w jaki sposób będzie rozpowszechniane zdjęcie, na przykład w internecie, publikacjach drukowanych, oraz jaki będzie zasięg geograficzny rozpowszechniania.

Zgoda nie zawierająca powyższych elementów może być ważna i skuteczna, jednak z perspektywy sporu stawia w trudniejszej sytuacji podmiot. Ponadto zakres udzielonej zgody na wykorzystanie wizerunku będzie w razie sporu interpretowany w sposób ścisły, to znaczy nie można domniemywać istnienia jakiegoś elementu zgody. Podmiot, który z niej korzysta musi wykazać, że mógł to robić i w jakim zakresie.

Nie ma powodu do wskazywania w treści zgody pól eksploatacji. Pola eksploatacji dotyczą utworów w rozumieniu prawa autorskiego, na przykład zdjęć, a nie wizerunku, który jest na nich utrwalony.

Trzeba również pamiętać, że zgoda na rozpowszechnianie wizerunku nie jest tożsama ze zgodą na przetwarzanie danych osobowych. Obie zgody są od siebie niezależne i trzeba je pozyskiwać osobno. Przy czym, jak podkreślałem powyżej (w pierwszej części opracowania), wizerunek jest daną osobową tylko w przypadku przetwarzania go określonymi narzędziami technicznymi.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

Kto udziela zgody

Zgody może udzielić każda osoba mająca pełną zdolność do czynności prawnych, a więc dorosły, który nie jest ubezwłasnowolniony.

W przypadku dzieci, chcąc ustalić w jaki sposób udziela się zgody, trzeba najpierw stwierdzić czy publikacja wizerunku należy do istotnych spraw dziecka. W zdecydowanej większości przypadków tak nie będzie i wówczas wystarczy zgoda jednego rodzica. Ma to na przykład miejsce w czasie robienia zdjęć na wycieczkach, festynach, grach miejskich czy szkoleniach. Jednocześnie zgoda na występ w kampanii reklamowej lub reportażu prasowym należy do istotnych spraw dziecka, zatem potrzebna jest zgoda obu opiekunów prawnych. A w przypadku sporu pomiędzy nimi rozstrzyga sąd opiekuńczy na podstawie z art. 97 § 2 Kodeksu rodzinnego i opiekuńczego (wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie V ACa 484/17).

Odwołanie zgody

Odwołanie zgody - można tu wyróżnić dwie sytuacje. Pierwsza, w której wyrażono zgodę na rozpowszechnienie określonego wizerunku w określonym kontekście i zostało to zachowane. Na przykład rodziny podopiecznych stowarzyszenia wyrażają zgodę na umieszczenie ich wizerunków w kalendarzu promującym kampanie 1%. Organizacja wydaje kalendarz, który odpowiada treści zgody. W takim przypadku odwołanie jest możliwe tylko do momentu skonsumowania interesu niemajątkowego to znaczy zakończenia okresu rozpowszechnienia kalendarza (Prawo autorskie. System Prawa Prywatnego. Tom 13, red. J. Barta, s. 811).

Drugim przypadkiem jest umieszczenie wizerunku w kontekście, który jest sprzeczny z zezwoleniem. Na przykład te same zdjęcia NGO umieszcza na kubkach i koszulkach, które wysyła swoim darczyńcom. W takim przypadku odwołanie zgody może nastąpić w każdym czasie.

Odwołanie zgody nie wymaga określonej formy ani uzasadnienia. Jest skuteczne od chwili dotarcia do adresata. Powinno jednak dotyczyć konkretnego wizerunku (Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie I ACa 1686/13).

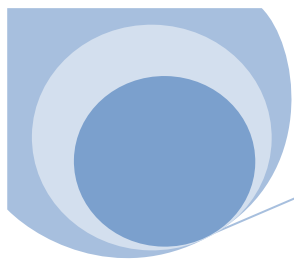
Zgoda jest odwoływana na przyszłość, czyli nie odnosi się do sytuacji, które miały miejsce w czasie jej trwania. Jednak sąd może zdecydować o przyznaniu zadośćuczynienia lub nawet nakazać zniszczyć przedmioty, na których wizerunek jest utrwalony (zobacz niżej - Odpowiedzialność za naruszenie).

Wyjątki od konieczności posiadania zgody

Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych przewiduje trzy wyjątki od konieczności posiadania zgody. Są to: otrzymanie opłaty za pozowanie, rozpowszechnianie wizerunku osoby powszechnie znanej oraz rozpowszechnienie wizerunku osoby stanowiącej jedynie szczegół całości.

W pierwszym wypadku brak konieczności uzyskiwania osobnej zgody wynika z faktu otrzymania zapłaty. Należy jednak pamiętać, że umowa między stronami może tę kwestię regulować inaczej. To znaczy sam fakt zapłacenia modelowi czy modelce może nie dawać pełnych praw do korzystania z wizerunku. W przypadku profesjonalnych agencji najczęściej umowa ogranicza korzystanie z wizerunku do określonych kampanii lub wskazanego czasu.

Drugi wyjątek opiera się na dwóch przesłankach. Pierwszą jest bycie osobą powszechnie znaną. Zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego (Wyrok Sądu Najwyższego I CSK 134/07) dotyczy to wszystkich osób, które wprost lub dorozumianie godzą się na podawanie do publicznej wiadomości wiedzy o swoim życiu. W zakres tego pojęcia wchodzi politycy, celebryci, ale też osoby prowadzące działalność gospodarczą lub społeczną. Powszechność dotyczy rozpoznawalności w danym kręgu lub środowisku, a nie powszechnej znajomości danej osoby. Niektóre orzeczenia wskazują, że wystarczy rozpoznawalność dla osób, z którymi dana osoba ma regularny kontakt (Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie I ACa 1826/15).



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

Zdjęcie wójta przemawiającego na wiejskim zebraniu będzie można rozpowszechniać na lokalnym portalu informacyjnym lub fanpage'u dotyczącym gminy.

Druga przesłanka wskazuje, że rozpowszechnianie bez zgody jest możliwe jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez osobę funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych. Dlatego wolno rozpowszechniać zdjęcie członków Rady Fundacji na jej posiedzeniu lub otwierających szkolenie, które organizuje fundacja. Podobnie w przypadku radnych lub urzędników, którzy są uczestnikami szkoleń w ramach swojej pracy.

Trzeci wyjątek dotyczy sytuacji, w której wizerunek jest szczegółem większej całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza. Zgodnie z orzecnictwem wyliczenie ma charakter przykładowy, dlatego wyjątek ten można stosować do imprez niepublicznych, szkoleń, ilustrowania pracy warsztatów terapii zajęciowej czy przedszkoli (wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie I Aca 509/04).

Stwierdzenie czy wizerunek jest częścią większej całości jest niejednokrotnie trudne i w razie sporu często wymaga opinii biegłego. Badanie sprowadza się do ustalania czy wizerunek ma istotne znaczenie dla prezentowanej całości. Inaczej mówiąc czy w przypadku jego usunięcia zmieniłby się odbiór zdjęcia.

Zdjęcie Wieży Eiffla, na którym będą uwidocznieni przypadkowi turyści nie potrzebuje ich zgody na rozpowszechnianie. Natomiast zdjęcie konkretnej osoby na tle Wieży Eiffla będzie już tego wymagało, ponieważ zasadniczą treścią tego zdjęcia jest wizerunek osoby na nim przedstawionej.

Warto też zwrócić uwagę, że w wyroku z 4 lipca 2018 Sąd Apelacyjny w Warszawie uznał, że udział w imprezie publicznej oznacza zgodę na publikację wizerunku w związku z ową imprezą (V Aca 484/17). Taka interpretacja jest dość kontrowersyjna - nawet jeżeli ją przyjmujemy, trzeba ściśle trzymać się celów rozpowszechniania wizerunku (to znaczy taki wizerunek nie może być wykorzystywany do innych celów, na przykład do promocji kolejnej imprezy).

Odpowiedzialność za naruszenie wizerunku

Naruszenie prawa do wizerunku polega na jego przekształceniu lub zestawieniu z kontekstem naruszającym dobra osobiste, albo rozpowszechnieniu bez zgody osoby na nim uwidocznionej. Naruszeniem może być na przykład opublikowanie zdjęcia, na którym wizerunek jest rozmaryany lub zasłonięty belką na oczach, w przypadku gdy to działanie jest tylko formalne (tzn. mimo tych zabiegów można bez wątpliwości rozpoznać kto jest uwidoczniony na zdjęciu).

Zasadą ochrony wizerunku w prawie polskim jest możliwość kumulatywnego dochodzenia roszczeń. To znaczy osoba pokrzywdzona może wybrać, czy chce żeby podstawą rozstrzygnięcia sporu były przepisy Kodeksu cywilnego, czy Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, czy oba te akty prawne.

W przypadku dóbr osobistych osoba pokrzywdzona może dochodzić zadośćuczynienia czyli wyrównania szkody niemajątkowej lub zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na wskazany przez poszkodowanego cel społeczny. Ponadto można żądać złożenia oświadczenia o określonej treści i w określonej formie (np. przeprosin lub wyjaśnień). Podobne uprawnienia wynikają z artykułu 78 Ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych. Z tą różnicą, że kompensacji w formie pieniężnej można żądać tylko w przypadku gdy naruszenie było zawinione.

Wysokość zadośćuczynienia określa sąd, przy czym nie może on wykroczyć poza żądanie strony, które jest całkowicie dowolne ze względu na subiektywny charakter dolegliwości spowodowanych naruszeniem. Sąd zasądzając odpowiednią kwotę kieruje się, oprócz przekonań powoda, przesłankami obiektywnymi takimi jak: zasięg rozpowszechnienia wizerunku, kontekst użycia, komercyjne lub niekomercyjne wykorzystanie wizerunku.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy



11 sposobów na finansowanie działań organizacji pozarządowej

W jaki sposób organizacje pozarządowe mogą finansować swoje działania? Przygotowaliśmy przegląd najważniejszych źródeł.

<https://publicystyka.ngo.pl/11-sposobow-na-finansowanie-dzialan-organizacji-pozarządowej>

dotacje i dotacje ze środków publicznych

Przekazanie organizacji środków na konkretne działania (projekty). Dotacje pochodzą najczęściej ze środków publicznych (np. samorządowych – na zadania publiczne), ale mogą też pochodzić ze środków prywatnych (np. od fundacji grantodawczych polskich czy zagranicznych). Najczęściej są przyznawane w drodze konkursu.

„małe granty”

Dotacje przekazywane przez samorządy w uproszczony sposób – bez ogłaszania konkursu. NGO zgłasza projekt i występuje o środki na realizację działań. Maksymalna wysokość dofinansowania to 10 tys. zł, a działania nie mogą trwać dłużej niż 90 dni.

darowizny

Bezinteresowne przekazanie jakiegoś dobra (pieniędzy, rzeczy) przez osoby fizyczne i prawne (np. firmy). Przekazujący darowiznę nie może oczekiwać niczego w zamian, może natomiast skorzystać z zazwyczaj z ulgi podatkowej.

1%

1% podatku dochodowego od osób fizycznych podatnicy mogą co roku przekazać organizacjom podczas rozliczeń podatkowych. Te środki mogą zbierać tylko OPP – organizacje mające status pożytku publicznego zarejestrowany w KRS.

dary rzeczowe

Darem rzeczowym może być jedzenie, ubrania, sprzęt komputerowy. NGO najczęściej przekazuje zebrane dary osobom, które wspiera.

zbiórki publiczne

Zbieranie gotówki lub rzeczy w miejscach publicznych. Organizacja obowiązkowo rejestruje zbiórkę w portalu zbiorki.gov.pl. Nie jest zbiórką (nie wymaga rejestracji) akcja, która odbywa się za pośrednictwem internetu czy też zbiórka SMS-owa.

składki członkowskie

Możliwość zbierania składek jest zarezerwowana dla stowarzyszeń (zwykłych, rejestrowych, sportowych). Stowarzyszenie może wydać składki na dowolny cel statutowy.

odpłatna działalność pożytku publicznego

Umożliwia organizacji sprzedaż usług lub towarów bez zysku („po kosztach”). Nie wiąże się z zarejestrowaniem działalności gospodarczej. Działalność odpłatną mogą prowadzić wszystkie NGO, nie tylko organizacje pożytku publicznego. Działalność odpłatna nie może przynosić zysku (przychody = koszty).

działalność gospodarcza

Umożliwia organizacji sprzedaż usług lub towarów z zyskiem. Zyski z działalności gospodarczej organizacja musi przeznaczyć na cele statutowe. Wymaga rejestracji w KRS. Działalność gospodarcza organizacji pozarządowej jest działalnością uboczną – nie może być działalnością dominującą organizacji.

pożyczki

Jak każdy inny podmiot, NGO może korzystać z pożyczek. Pożyczek można szukać w bankach albo innych organizacjach, a nawet można wziąć pożyczkę od członka organizacji.

loterie fantowe



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

Losujący wygrywają nagrody, a dochód ze sprzedaży losów przeznaczony jest na cel społecznie użyteczny. Loteria może być prowadzona jako samodzielne działanie albo w ramach organizowanej imprezy – festynu lub koncertu. Może wymagać zgłoszenia lub uzyskania zezwolenia (zależnie od wysokości puli nagród). Podczas organizowania loterii należy stosować się do ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy.

Szukając nowych źródeł finansowania działań organizacji pozarządowych, możecie się spotkać także z takimi pojęciami jak:

fundraising

Ogólny termin oznaczający proces pozyskiwania środków związanych z działalnością organizacji.

sponsoring

Przekazywanie przez sponsora środków finansowych lub rzeczowych na rzecz organizacji w różnej formie. Sponsorem może być darczyńca, który w zamian za przekazane środki niczego nie oczekuje. Często sponsorem jest firma przekazująca pieniądze w zamian za promocję swoich działań np. reklamy. Wymaga to od NGO zarejestrowania działalności gospodarczej i wystawienia firmie faktury za usługi promocyjne.

crowdfunding (in. finansowanie społecznościowe)

Odnosi się najczęściej do pozyskiwania środków przez internetowe platformy crowdfundingowe na określone działania lub projekty.

<https://api.ngo.pl/media/get/101376>

Źródło: www.ngo.pl

Można ściągnąć kasę...

Trwa konkurs MSiT: Program „Sport dla Wszystkich”

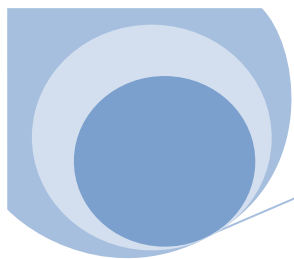
Nabór od 28.11.2018 do 14.12.2018 23:59, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Łączny budżet 24 mln PLN, Od 70% do 80% dofinansowania

Minister Sportu i Turystyki ogłosiło otwarty konkurs ofert na dofinansowanie - ze środków pochodzących z budżetu państwa - zadań z zakresu upowszechniania sportu różnych grup społecznych i środowiskowych realizowanych w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 roku.

Konkurs na dofinansowanie w 2019 roku zadań z zakresu Programu Sport dla Wszystkich

realizowanych w ramach zadania „Sport dla wszystkich”,
podzadania „Upowszechnianie sportu w społeczeństwie”,
działania „Upowszechnianie sportu różnych grup społecznych i środowiskowych”.

W projekcie ustawy budżetowej na rok 2019, na dofinansowanie realizacji zadań z zakresu upowszechniania sportu różnych grup społecznych i środowiskowych zaplanowano kwotę w łącznej wysokości: 24 000 000 zł. Wysokość dostępnych środków może ulec zmianie w przypadku dokonania zmian w projekcie ustawy budżetowej lub w planie rzeczowo-finansowym MSiT na rok 2019 w części 25-kultura fizyczna.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

1. Zadania realizowane w ramach konkursu

- Upowszechnianie sportu w rodzinie oraz w różnych grupach społecznych;
- Upowszechnianie sportu w środowisku wiejskim;
- Wspieranie organizowanych w Polsce sportowych przedsięwzięć realizowanych w ramach rządowego programu "Współpraca z Polonią i Polakami za granicą";

2.1. O przyznanie dofinansowania na zadania realizowane w ramach konkursu mogą ubiegać się organizacje pozarządowe, powołane do realizacji w ramach swej podstawowej działalności statutowej zadań w zakresie upowszechniania sportu i kultury fizycznej. W szczególności są to podmioty o zasięgu ogólnopolskim, posiadające odpowiednie (ponadregionalne i wojewódzkie) struktury organizacyjne tj. związki stowarzyszeń, stowarzyszenia, fundacje.

2.2. Oferty składane w ramach niniejszego konkursu mogą dotyczyć wyłącznie projektów zadań publicznych w ramach obszarów wymienionych w pkt. 1.

2.3. Składane oferty muszą przewidywać w realizacji planowanego zadania udział finansowych środków własnych lub środków finansowych pochodzących z innych źródeł w wysokości odpowiednio dla poszczególnych zadań:

a) nie mniejszej niż 20% całości kosztów zadań (realizowanych przez uprawnione podmioty inne niż fundacje)

1) Upowszechnianie sportu w rodzinie oraz w różnych grupach społecznych,

2) Upowszechnianie sportu w środowisku wiejskim,

3) Wspieranie organizowanych w Polsce sportowych przedsięwzięć realizowanych w ramach rządowego programu „Współpraca z Polonią i Polakami za granicą”,

b) nie mniejszej niż 30% całości kosztów zadania (realizowanego przez fundacje)

4) Dofinansowanie zadań z zakresu upowszechniania sportu realizowanych przez fundacje działające w obszarze kultury fizycznej (odnoszących się do obszarów z pkt. 1-3).

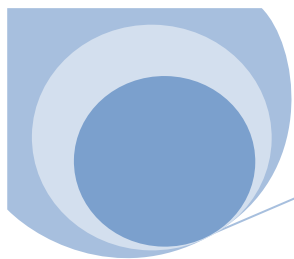
Udziału własnego nie można finansować ze środków przekazanych przez Ministerstwo Sportu i Turystyki. Środki pochodzące z innych źródeł nie mogą być przeznaczone wyłącznie na koszty pośrednie zadania.

2.4. Zadania zlecone realizowane w ramach Programu muszą mieć charakter niekomercyjny – nie mogą zakładać osiągnięcia dochodu.

3. Cele i priorytety konkursu.

3.1. Główne cele:

- zwiększenie aktywności fizycznej społeczeństwa, w różnych grupach społecznych i środowiskowych;
- tworzenie warunków do aktywnego spędzania czasu wolnego, kształtowanie zdrowego stylu życia;
- wspieranie inicjatyw i działań na rzecz rozwoju sportu dla wszystkich, pobudzanie aktywności obywatelskiej oraz upowszechnianie dobrych praktyk na terenie całego kraju;
- promowanie rozwoju sportu dla wszystkich i aktywności fizycznej wszystkich środowisk i grup społecznych;
- promowanie prozdrowotnych, społecznych, wychowawczych i edukacyjnych wartości sportu;
- przeciwdziałanie chorobom cywilizacyjnym (w tym nadwadze i otyłości), wykluczeniu społecznemu oraz zjawiskom patologii społecznej;
- promowanie i wspieranie inicjatyw służących rozwijaniu aktywności fizycznej osób starszych, solidarności międzypokoleniowej i aktywizacji społecznej poprzez sport;
- niwelowanie różnic dotyczących poziomu aktywności fizycznej w różnych środowiskach i grupach społecznych.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

3.2. Priorytety:

- inicjowanie i stymulowanie aktywności fizycznej w społeczeństwie, w szczególności wśród rodzin, seniorów, dzieci i młodzieży, osób nieaktywnych sportowo, społecznie i zawodowo, osób defaworyzowanych;
- promowanie wolontariatu sportowego oraz rozwijanie poprzez sport aktywnej postawy obywatelskiej służących solidarności międzypokoleniowej i aktywizacji społecznej;
- integrowanie i angażowanie organizacyjne i finansowe jednostek samorządu terytorialnego, oraz innych podmiotów do szerokiej współpracy przy realizacji przedsięwzięć z obszaru sportu powszechnego.

Szczegółowe cele i priorytety poszczególnych zadań realizowanych w konkursie określono w Programie „Sport dla Wszystkich”, stanowiącym załącznik do ogłoszenia.

4. Termin, tryb składania i rozpatrywania ofert

4.1. Ofertę stanowią: formularz oferty, załącznik nr 1- Zakres rzeczowy zadania publicznego, załącznik nr 2 - Plan rzeczowo - finansowy kosztów zadania publicznego, załącznik nr 3 - Plan finansowy kosztów pośrednich ze środków MSiT oraz pozostałe wymagane dokumenty:

- wydruk komputerowy lub wyciąg aktualnej informacji o Wnioskodawcy wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego lub aktualny wyciąg z innego rejestru bądź ewidencji właściwej dla formy organizacyjnej Wnioskodawcy;
- kopia statutu wnioskodawcy z potwierdzeniem jego zgodności z oryginałem przez upoważnione osoby;
- potwierdzone za zgodność z oryginałem kopie sprawozdania merytorycznego i finansowego z roku 2017 opatrzone podpisami upoważnionych osób.

4.2. Wszystkie dokumenty składające się na ofertę muszą być podpisane przez osoby uprawnione lub upoważnione (na podstawie odpowiedniego upoważnienia), zgodnie z zapisami statutu oraz opatrzone pieczęcią wnioskodawcy (w przypadku braku pieczętki wymagane są czytelne podpisy osób uprawnionych lub upoważnionych). W przypadku ofert dotyczących projektu obejmującego kilka zadań jednostkowych należy sporządzić załączniki nr 2 jednostkowe do każdego zadania jednostkowego oraz jeden załącznik nr 2 zbiorczy, zadania jednostkowe należy również uwzględnić w załączniku nr 1.

4.3. Oferty należy przygotować za pośrednictwem elektronicznego systemu obsługi ofert i wniosków Ministerstwa Sportu i Turystyki AMODIT. Oferta wraz z załącznikami musi być sporządzona wyłącznie na formularzach zamieszczonych w systemie elektronicznym AMODIT. Wypełnione formularze należy przesłać drogą elektroniczną w systemie AMODIT. Po wypełnieniu elektronicznych formularzy oferty wraz z załącznikami, należy ją wydrukować, podpisać, opieczetować i przekazać w formie papierowej do MSiT. Oferty konkursowe można składać osobiście lub drogą pocztową na adres: Ministerstwo Sportu i Turystyki, Departament Sportu dla Wszystkich, 00-082 Warszawa, ul. Senatorska 14.

4.4. Szczegółowe warunki realizacji, finansowania i rozliczania zadania reguluje umowa zawarta pomiędzy Ministrem Sportu i Turystyki a Zleceniobiorcą.

4.5. Oferty należy składać i przysyłać elektronicznie i w formie papierowej w terminie do 14 grudnia 2018 roku.

4.6. Datą złożenia oferty jest data:

- osobistego dostarczenia wniosku do siedziby Ministerstwa Sportu i Turystyki albo data stempla pocztowego oraz
- wysłania elektronicznego w systemie AMODIT (data nie może wykraczać poza termin składania wniosków).

4.7. Oferty złożone we wskazanym terminie zostaną rozpatrzone do 22 lutego 2019 r.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

4.8. Oferty o dofinansowanie złożone po terminie określonym w ogłoszeniu konkursowym nie będą rozpatrywane.

Oferty niekompletne, sporządzone na niewłaściwych formularzach nie będą rozpatrywane merytorycznie. Podobnie oferty przekazane wyłącznie w wersji elektronicznej bez przesłania w formie papierowej, jak i analogicznie oferty w wersji papierowej nie przekazane w wersji elektronicznej.

Uwaga:

Przedmiotem dofinansowania mogą być objęte wyłącznie przedsięwzięcia zaplanowane w roku kalendarzowym 2019.

Wniosek wraz z załącznikami musi być sporządzony wyłącznie na formularzach zamieszczonych w systemie elektronicznym Ministerstwa Sportu i Turystyki. Wypełnioną ofertę należy przesłać drogą elektroniczną. Jednocześnie po wypełnieniu elektronicznego formularza wniosku wraz z załącznikami należy go wydrukować, podpisać, opieczetować i wysłać pocztą lub przekazać osobiście na adres: Ministerstwo Sportu i Turystyki, Departament Sportu dla Wszystkich, 00-082 Warszawa, ul. Senatorska 14 z dopiskiem na kopercie: „Sport dla Wszystkich – budżet 2019”.

Oceny i wyboru ofert dokonuje Departament Sportu dla Wszystkich poprzez powołaną przez Ministra Komisję oceniającą, która przedstawia propozycje dofinansowania do akceptacji Ministra Sportu i Turystyki.

Niezwłocznie po rozstrzygnięciu konkursu lista podmiotów, którym przyznano dofinansowanie, zostanie przedstawiona w Biuletynie Informacji Publicznej, na stronie internetowej Ministerstwa Sportu i Turystyki www.msport.gov.pl, oraz w siedzibie MSiT.

Zasady przyznawania dotacji:

Wspieranie projektów sportu dla wszystkich (poz. 1-3) realizowanych przez fundacje działające w obszarze kultury fizycznej.

<https://bip.msit.gov.pl/bip/finansowanie-zadan/sport-powszechny/2018-rok/2419,Program-Sport-dla-Wszystkich-w-ramach-upowszechniania-sportu-w-spoleszczenstwie-po.html>



Konkurs MSiT: Program „Sport Wszystkich Dzieci”

Nabór od 28.11.2018 do 18.01.2019, Ministerstwo Sportu i Turystyki, łączny budżet 54,5 mln PLN, Od 50% do 80% dofinansowania

Minister Sportu i Turystyki ogłasza nabór wniosków w ramach Programu „Sport Wszystkich Dzieci” w ramach rozwijania sportu poprzez wspieranie przedsięwzięć z zakresu upowszechniania sportu dzieci i młodzieży. Najbliższy termin składania wniosków mija 14 grudnia 2018 r.

Głównymi celami programu są:

- 1) Upowszechnianie aktywności fizycznej wśród dzieci i młodzieży.
- 2) Wyrównywanie szans dzieci i młodzieży w dostępie do usystematyzowanej aktywności fizycznej.
- 3) Promocja zdrowego i aktywnego stylu życia.
- 4) Dokonanie zmiany modelu zachowań społecznych wobec aktywności fizycznej.

Nabór wniosków dotyczy następujących zadań:

- Projekt „Lokalny Animator Sportu” – kwota do rozdysponowania 23 000 000 zł. Wnioski należy składać do dnia 14 grudnia 2018 r. Rozpatrzenie złożonych wniosków nastąpi nie później niż do dnia 4 stycznia 2019 r.



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

- Wspieranie organizacji imprez sportowych dla dzieci i młodzieży – kwota do rozdysponowania 15 500 000 zł. Wnioski należy składać do dnia 11 stycznia 2019 r. Rozpatrzenie złożonych wniosków nastąpi nie później niż do dnia 8 marca 2019 r.
- Wspieranie projektów upowszechniania sportu dzieci i młodzieży realizowanych przez polskie związki sportowe – kwota do rozdysponowania 16 000 000 zł. Wnioski należy składać do dnia 18 stycznia 2019 r. Rozpatrzenie złożonych wniosków nastąpi nie później niż do dnia 22 lutego 2019 r.

Ewentualne pytania w zakresie Programu „Sport Wszystkich Dzieci” należy kierować do pracowników Departamentu Sportu dla Wszystkich tel. 22 24 43 266, 22 24 43 280, 22 24 43 155.

<https://bip.msit.gov.pl/bip/finansowanie-zadan/sport-powszechny/2018-rok/2433,Nabor-wnioskow-na-realizacje-w-2019-r-Programu-Sport-Wszystkich-Dzieci.html>



Konkurs MSiT: Program „KLUB” - upowszechnianie sportu dzieci i młodzieży

Nabór od 13.11.2018 do 15.03.2019 23:59, Ministerstwo Sportu i Turystyki, łączny budżet 40 mln PLN, Do 90% dofinansowania, Dotacje od 4 tys. do 200 tys. PLN

Minister Sportu i Turystyki ogłosił nabór wniosków na realizację w 2019 r., Programu „KLUB” w ramach rozwijania sportu poprzez wspieranie przedsięwzięć z zakresu upowszechniania sportu dzieci i młodzieży.

Głównymi celami programu są:

- 1) upowszechnianie aktywności fizycznej wśród dzieci i młodzieży,
- 2) wyrównywanie szans dzieci i młodzieży w dostępie do usystematyzowanej aktywności fizycznej,
- 3) wsparcie instytucjonalne działalności podstawowych jednostek struktury organizacyjnej sportu polskiego – klubów sportowych w zakresie aktywizacji sportowej dzieci i młodzieży,
- 4) inwestycja w kapitał ludzki w sporcie dzieci i młodzieży,
- 5) optymalizacja wykorzystania potencjału infrastrukturalnego przez samorządy lokalne w zakresie upowszechniania kultury fizycznej wśród dzieci i młodzieży.

Przedmiotem dofinansowania są podstawowe elementy wpływające na efektywne funkcjonowanie klubu sportowego: wynagrodzenia szkoleniowców prowadzących zajęcia sportowe (komponent obowiązkowy), organizacja obozów sportowych i/lub zakup sprzętu sportowego (komponenty fakultatywne).

Program skierowany jest do klubów sportowych (działających w formie stowarzyszenia), których podstawowym celem działalności statutowej jest upowszechnianie kultury fizycznej wśród dzieci i młodzieży oraz uczniowskich klubów sportowych.

Kwota do rozdysponowania w naborze: 40 mln zł.

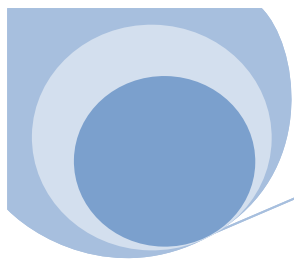
Wnioski należy składać do dnia 15 marca 2019 r.

Rozpatrzenie złożonych wniosków nastąpi nie później niż do dnia 15 maja 2019 r.

Wniosek musi być sporządzony na formularzach zamieszczonych w systemie elektronicznym AMODIT, dostępnym pod adresem <https://wnioski.msit.gov.pl>.

Wypełniony formularz należy przesać drogą elektroniczną. Jednocześnie po wypełnieniu elektronicznego formularza wniosku oraz przesłaniu na skrzynkę podawczą, należy go wydrukować, podpisać i wysłać pocztą (lub złożyć w siedzibie MSiT) na adres:

Ministerstwo Sportu i Turystyki, Departament Sportu dla Wszystkich, 00-082 Warszawa, ul. Senatorska 14 z dopiskiem na kopercie „Program „Klub” 2019”. Wnioski wraz z załącznikami



NOWE WIEŚCI

DLA MŁAWSKICH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH



Newsletter pozarządowy

przesłane wyłącznie w wersji papierowej nie będą rozpatrywane, analogicznie, w przypadku przesłania wniosku wyłącznie w wersji elektronicznej.

Wniosek przesłany w wersji papierowej musi być zgodny z wersją elektroniczną przesłaną w systemie AMODIT.

Data złożenia wniosku o dofinansowanie jest data dostarczenia do siedziby MSiT (dla wniosków składanych osobiście) lub data stempla pocztowego (dla wniosków wysyłanych pocztą).

Ewentualne pytania w zakresie Programu „KLUB” należy kierować do pracowników Departamentu Sportu dla Wszystkich dostępnych pod nr tel. (22) 24 43 188, (22) 24 47 348, (22) 24 43 289, (22) 24 47 350, (22) 24 43 214, (22) 24 47 319, (22) 24 47 358, (22) 24 43 165.

<https://bip.msit.gov.pl/bip/finansowanie-zadan/sport-powszechny/2018-rok/2430,Nabor-wnioskow-na-realizacje-w-2019-r-Programu-KLUB-w-ramach-rozwijania-sportu-p.html>

OPRACOWAŁA:

Agnieszka Puzio Dębska

Pełnomocnik Burmistrza ds. współpracy z organizacjami pozarządowymi

tel. 236546433, wew. 701, e-mail: agnieszka.debska@mlawa.pl

Newsletter jest dostępny na stronie internetowej Miasta Mława www.mlawa.pl

w zakładce Społeczeństwo, Organizacje Pozarządowe, Aktualności

Wszelkie uwagi dotyczące przekazywanych treści, sugestie

co do tego, co mogłoby się znaleźć w Nowych Wieściach dla III sektora, proszę kierować na adres e-mail: agnieszka.debska@mlawa.pl, tel. 236546433 wew. 701

