



BCNL

КАКВО ОЧАКВАТ НПО ОТ ПАРТНЬОРСТВОТО С БИЗНЕСА?

Любен Панов

*Български център за
нестопанско право*

КАКВО Е СЪСТОЯНИЕТО?



- През 2013 г. – над 18 млн. лева в парична подкрепа
- Дарените средства са се удвоили спрямо 2007 г.
- Компаниите, които даряват са почти 3 пъти повече (2528) спрямо 2009 г.
- НО в Чехия даренията от компании са над 90 млн. евро, а даряващите компании – почти 16 000

РОЛЯТА НА НПО?



- Хората, които разбират проблемите
- НПО дават възможност/идеи на бизнеса да прави добри неща
- НПО имат влияние:
 - Гражданите, които са имали контакт с НПО са удовлетворени от това;
 - $\frac{3}{4}$ от гражданите на България са позитивни в преценката си относно НПО и смятат че тяхното съществуване е важно за обществения живот.

- Досега е работило основно по проекти
- Неговата основна целева група са били именно донорите
- Много често говори на странен език – *устойчивост, повишаване на капацитета, общностно развитие и др.*

- Компаниите имат пари и трябва да ни ги дадат (защото ние имаме нужда)
- Компаниите трябва да ни дадат пари, защото те трябва да изчистят своя имидж (а ние сме от добрите)
- НПО дават възможност за добра реклама

- Всичко става с връзки
- Ние сме най-добрите
- За да бъдем подкрепени ни трябва цифри и статистика

И ОЩЕ...



- **Трябват ни много пари, няма смисъл да взимаме/искаме малко средства**
- **Спешно ни трябват пари – помогнете ни веднага**

- От финансова подкрепа, но не само
- Прозрачност и ясен процес на подбор на партньори
- От изясняване на очакванията

- В НПО само доброволци ли работят?
- НПО не са PR агенции
- Трябва ли да подкрепяме само лесните и кратки инициативи с видими резултати?
- Партньорството има 2 страни

БЛАГОДАРЯ!

Любен Панов
luben@bcnl.org
www.bcnl.org