Funded by the European Union
BELARUS BEEHIVE

Адукацыйны курс быў распрацаваны спецыяльна для платформы learn4belarus.online

Фандрайзінг для грамадска-культурніцкіх праектаў
Модуль 2. Супрацоўніцтва з бізнесам праз КСА
Дадатковы матэрыял да лекцыі 2.1
Культура і бізнес: Мадэлі супрацоўніцтва і асноўныя «кропкі ўваходу»

Ландшафт КСА ў Польшчы: 5 кейсаў

Кампанія / логіка	Што падтрымлівае	Што важна кампаніі	Найлепш падыходзяць праекты
ING Bank Śląski https://www.ing.pl/ *культура як інавацыя*	сучаснае мастацтва; культурная адукацыя; маладыя мастакі, даступнасць	інавацыйнасць; сучаснасць; развіццё кампетэнцый; даступнасць для шырокай аўдыторыі	сучаснае мастацтва; адукацыйныя фарматы; лічбавыя рашэнні; пашырэнне доступу да культуры
PKO Bank Polski https://www.pkobp.pl/ *культура як спадчына*	нацыянальныя інстытуцыі; гістарычная памяць; буйныя праекты дзяржаўнага маштабу	давер; стабільнасць; нацыянальная ідэнтычнасць; доўгатэрміновая грамадская каштоўнасць	гістарычная тэматыка; нацыянальная спадчына; культурная памяць; вялікае грамадскае значэнне
Orange https://www.orange.pl/ *культура як адукацыя*	бібліятэкі; лічбавая адукацыя; культурна-адукацыйныя праграмы	лічбавае ўключэнне; адукацыя; праца з дзецьмі і моладдзю; тэхналогіі дзеля сацыяльных змен	культура + тэхналогіі; адукацыя + культура; медыяадукацыя; лічбавая творчасць
PZU https://www.pzu.pl/ *культура як адказнасць*	музеі; нацыянальныя інстытуцыі; опера; захаванне спадчыны	грамадскі давер; рэпутацыя; культурная ўстойлівасць; падтрымка значных інстытуцый	інстытуцыйныя праекты; культурная спадчына; вялікая грамадская значнасць
ORLEN https://www.orlen.pl/ *культура як прысутнасць*	нацыянальныя праекты; рэгіянальныя ініцыятывы; праекты мясцовых супольнасцей	адносіны з супольнасцямі; рэгіянальная прысутнасць; грамадская легітымнасць; сацыяльныя інвестыцыі	лакальны маштаб; праца з супольнасцямі; культурнае жыццё рэгіёнаў

Агульны прынцып: шукайце не кампанію, якая «любіць культуру», а тую, чые бізнес-мэты і ESG-прыярытэты супадаюць з вашым праектам.