



FUNDACJA IM.  
JANUSZA KURTYKI

---

**PROGRAM BUDOWY KAPITAŁU ŻELAZNEGO  
PRZEZ FUNDACJĘ IM. JANUSZA KURTYKI  
NA LATA 2022-2025**

---

*„Wolni ludzie w wolnym kraju mają prawo do prawdy historycznej o swojej  
najnowszej historii”*

*Janusz Kurtyka*

## Spis treści.

1. Misja Fundacji.....	1
2. Wartości Fundacji.....	2
3. Modułowa struktura działalności organizacji.....	3
1. Moduł Think Tank.....	3
2. Moduł Innowacyjnej Działalności Edukacyjnej.....	4
3. Przegląd Przeszłość / Przyszłość.....	5
4. Struktura organizacyjna Fundacji.....	6
5. Zespoły Robocze.....	7
6. Strategia Fundacji na lata 2022-2025.....	8
1. Cele strategiczne.....	9
2. Cele operacyjne.....	11
3. Cele strukturalne.....	14
4. Kluczowe czynniki sukcesu.....	14
5. Otoczenie.....	15
6. Finansowanie działalności - Baza finansowa.....	16
7. Baza społeczna.....	17
7. Strategia Komunikacyjna.....	18
1. Cele Komunikacyjne.....	19
2. Analiza SWOT.....	21
3. Grupy docelowe .....	21
4. Kanały promocji / komunikacji.....	22
5. Content marketing.....	25
6. Oś czasu promocji.....	25
7. Wskaźniki KPI.....	26
8. Event Marketing.....	28

9. Budowa relacji z odbiorcami.....	29
10. Działania komunikacyjno - networkingowe na rok 2022.....	29
8. Idea Kapitału Żelaznego.....	33
9. Budowa Kapitału Żelaznego - Stworzenie struktury organizacyjnej.....	34
1. Struktura organizacyjna Kapitału.....	35
2. Dokumentacja administracyjno-finansowa.....	35
3. Strategia Inwestycyjna.....	36
4. Organy wsparcia i nadzoru.....	38
5. Sieć społeczna - Szwadron Historii.....	40
6. Sieć biznesowa - Lista 300 .....	41
7. Lokal jako część Kapitału Żelaznego.....	41
10. Harmonogram budowy kapitału.....	42
11. Podsumowanie.....	43



## **MISJA FUNDACJI**

Fundacja im. Janusza Kurtyki została powołana w 2016 roku, by służyć promocji Rzeczypospolitej Polskiej oraz jej historii i historiografii w kraju i za granicą. Stawia sobie za cel troskę o dobre imię państwa polskiego, podtrzymywanie i upowszechnianie tradycji narodowej, świadomości obywatelskiej oraz postaw patriotycznych.

Misją Fundacji jest wyjście naprzeciw wyzwaniom w zakresie polityki historycznej oraz jej współkształtowanie poprzez realizację konkretnych programów.

Drugim kluczowym aspektem działalności Fundacji jest upamiętnienie dorobku jej Patrona. W tym celu stworzyliśmy Bibliotekę gromadzącą literaturę naukową i źródła z zakresu mediewistyki i historii najnowszej, którego bazę i dominującą część stanowi bogaty księgozbiór prof. Janusza Kurtyki.

Fundacja jest organizacją, której powstanie stanowi odpowiedź na swoistą lukę w zakresie polityki historycznej w Polsce. Jej dostrzeżenie oraz konkretne pomysły mają służyć wypełnieniu owych braków. Współpraca z instytucjami publicznymi, a także podejmowanie własnych projektów stanowi szansę na realizację szerokiej, aktywnej i podmiotowej działalności na polu polityki historycznej nie tylko w kraju, ale i za granicą. Członkowie Zarządu Fundacji oraz część zespołu wywodzą się ze środowiska jednej z największych organizacji młodego pokolenia – Stowarzyszenia Studentów dla Rzeczypospolitej. Doświadczenie działalności w organizacjach pozarządowych w połączeniu z autorytetem naukowym Rady Programowej oraz Rady Fundacji to bez wątpienia atuty zespołu, który tworzy fundację im. Janusza Kurtyki.



## WARTOŚCI FUNDACJI

Fundacja w swojej działalności kieruje się pewnym kanonem wartości ukształtowanym w oparciu o myśl i dorobek swojego Patrona

- ✧ **Patriotyzm** - w codziennej działalności kierujemy się umiłowaniem Ojczyzny, troską o jej dobre imię w kraju i poza jego granicami. Kreujemy także postawy patriotyczne wśród społeczeństwa.
- ✧ **Dziedzictwo Rzeczypospolitej** - historia, tradycja oraz polska kultura stanowią fundamenty, wokół których organizujemy naszą działalność.
- ✧ **Racja Stanu** - interes Polski jest kluczowy w podejmowanych przez nas działaniach. Dostrzegamy luki w polskiej dyplomacji w obszarze polityki pamięci i chcemy je wypełnić naszą aktywnością.
- ✧ **Niepodległość** - tradycja niepodległościowa to najważniejszy element tożsamości naszego państwa. Jako Fundacja pielęgnujemy ją i promujemy w społeczeństwie.
- ✧ **Wiedza** - tylko dzięki szerokiej wiedzy jesteśmy w stanie zbudować aktywne społeczeństwo obywatelskie.
- ✧ **Innowacyjność** - nowoczesne podejście do przedstawiania polskiej historii jest kluczem do jej utrwalenia w świadomości społeczeństwa, a szczególnie wśród przedstawicieli młodego pokolenia.
- ✧ **Tożsamość obywatelska** - Poczucie odpowiedzialności za wspólnotę jest kluczem do silnego państwa. Fundacja im. Janusza Kurtyki chce uczestniczyć w jego budowie poprzez pielęgnowanie tożsamości obywatelskiej.

## MODUŁOWA STRUKTURA DZIAŁALNOŚCI ORGANIZACJI

Działalność merytoryczna Fundacji opiera się na **dwóch modułach**. Są nimi:

- **Moduł Think Tank**
- **Moduł innowacyjnej działalności edukacyjnej**

Corocznym podsumowaniem działalności w obu modułach oraz aktywności społecznej wokół Fundacji jest projekt **Przeszłość / Przyszłość**.

---

**Moduł Think Tank** obejmuje **cztery strategiczne obszary** działalności Fundacji. Mają one szczegółowo charakter naukowo- ekspercki.

Obszary te przedstawiają się one następująco:

- ✓ **Biblioteka im. Janusza Kurtyki** - jest potężną bazą wiedzy opartą o bogaty, unikalny w skali kraju, specjalistyczny księgozbiór, przekazany przez Rodzinę Patrona. Skupia kilkanaście tysięcy tytułów z zakresu mediewistyki, historii najnowszej, historii historiografii, historii kultury i sztuki. Zbiory są stale poszerzane o najnowsze pozycje, zwłaszcza o dzieła obcojęzyczne dotyczące dziejów Polski oraz istotnych kwestii z punktu widzenia polskiej racji stanu. Biblioteka stanowi kompletną propozycję, co w połączeniu z nietypowym ukierunkowaniem księgozbioru, ma potencjał przyciągania wielu badaczy i pasjonatów.
- ✓ **Nagroda im. Janusza Kurtyki** - jest to narzędzie działania, które służy promocji polskiej historii i historiografii poza granicami Polski poprzez poszerzenie dostępności językowej i promocję najlepszych pozycji wydanych na rodzimym rynku. Od 2017 r. Nagroda przyznawana jest raz w roku. Formą Nagrody jest przetłumaczenie wyróżnionej książki na języki obce oraz jej wydanie i promocja za granicą. Dotychczas Fundacja przyznała pięć Nagród, we współpracy z uznanymi zachodnimi wydawnictwami naukowymi przetłumaczyła trzy nagrodzone książki (dwie w języku angielskim i niemieckim) oraz odbyła jedną zagraniczną podróż promocyjną do USA.
- ✧ **Ziarna Historii** - Jest to narzędzie działania stanowiące rozwinięcie projektu **Nagrody im. Janusza Kurtyki**. Jego bazą są książki nagrodzone w konkursach o

Nagrodę im. Janusza Kurtyki. Projekt ten stanowi przedsięwzięcie mające na celu popularyzowanie polskiej historii poprzez spotkania z autorami nagrodzonych książek wśród członków Polonii w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie, a także w przyszłości w Europie i Australii jak i również mieszkańców tych miejsc. Celem projektu jest stworzenie Sieci organizacji polonijnych, które wspólnie podejmą działania na rzecz systematycznego budowania dobrego wizerunku Polski za granicą poprzez zwiększanie poziomu wiedzy o polskiej historii.

✓ **Studium Podyplomowe** - jest rozwinięciem działalności naukowej Fundacji, które stanowi narzędzie szkolenia. Przedmiotem studium jest „Dyplomacja publiczna w obszarze polityki pamięci”. Jest ono skierowane w szczególności do absolwentów szkół wyższych, zainteresowanych naukami społecznymi i humanistycznymi. Stanowi akademicką odpowiedź na brak odpowiednio wykwalifikowanej kadry, zajmującej się instytucjonalną promocją dziedzictwa Rzeczypospolitej poza jej granicami.

✧ **Stypendium im. Janusza Kurtyki** - jest to program stypendialny zbudowany w oparciu o projekt **Studium Podyplomowego**. Celem programu stypendialnego Fundacji jest finansowe wsparcie słuchaczy studiów historycznych I i II stopnia o różnych specjalnościach, studiujących w trybie stacjonarnym lub niestacjonarnym w dowolnej publicznej uczelni wyższej w Polsce. Każdy laureat Stypendium im. Janusza Kurtyki wykorzystuje otrzymane środki na realizację oryginalnego projektu badawczego, zwłaszcza na potrzeby pracy licencjackiej lub magisterskiej.

✓ **Historia, Prawda, Terazniejszość** - jest obszarem stanowiącym jednocześnie bazę wiedzy i narzędzie analityczne. Na projekt składają się cykle debat i towarzyszące im publikacje, mające na celu: zidentyfikowanie i zdiagnozowanie węzłowych zagadnień, związanych ze stosunkami międzynarodowymi, osadzonymi w kontekście różnie interpretowanej przeszłości; opracowanie konkretnych recept w tym zakresie; utrwalenie zgromadzonych wniosków w formie publikacji książkowych

---

**Drugi moduł** nosi nazwę **Innowacyjna Działalność Edukacyjna** i obejmuje dwa projekty:

✓ **Rajd Śladami Bohaterów** - główny projekt realizowany w tym module. Jego celem jest upowszechnienie wiedzy o Bohaterach, walczących o wolność i niepodległość Polski w XX wieku. Składają się na niego wydarzenia łączące turystykę z historią, przez co ich forma jest innowacyjna. Najważniejszym wydarzeniem cyklicznym z tego obszaru jest Rajd Śladami Żołnierzy Wyklętych. Ponadto innym elementem projektu są spacer historyczne, tj. Śladami Rzezi Woli i Rzezi Ochoty, czy Warszawa: Miasto dwóch powstań. W ramach projektu odbywają się również spotkania z kombatantami.

✓ **Nowy Format Historii** - jest to projekt, którego kluczowym elementem jest stworzenie escape room'u - gry edukacyjnej, osadzonej w najnowszej historii Polski i opartej o detektywistyczną wędrówkę w przeszłość polskiej rodziny. Fabuła gry dotyka nie tylko spraw politycznych i militarnych, lecz również gospodarczych, kulturalnych i obyczajowych, ukazując szerszy kontekst poruszanych problemów. Innowacyjność tego projektu zasadza się na idei edukacji historycznej przez doświadczanie i zabawę. Bogata w filmowe przeżycia i emocje gra fabularna pozwala bowiem nie tylko na przekazanie rzetelnych informacji historycznych, lecz również angażuje uczestników w odtworzenie konkretnych wydarzeń z dziejów Polski, zwiększając oddziaływanie przekazywanych treści.

---

**Przegląd Przeszłość/Przyszłość** - Odbywa się raz w roku w formie cyklu wydarzeń i jest podsumowaniem działalności organizacji, prezentującym jej działalność na różnych polach.

Nawiązując do misji Fundacji, skupiającej się na promocji rodzimej historii i historiografii poza granicami kraju, podczas wydarzenia dokonujemy przeglądu najbardziej wartościowych prac naukowych oraz oddolnych inicjatyw, związanych z popularyzowaniem oraz upamiętnieniem dziejów Polski i jej bohaterów. Podczas wydarzeń wręczane są Nagrody Przeszłość/Przyszłość w poniższych kategoriach:

*Upamiętnienie w terenie;*

*Dyplomacja publiczna i troska o dobre imię Polski za granicą;*

*Strażnicy Ksiąg (księgarnie, antykwariaty, biblioteki, wydawnictwa);*



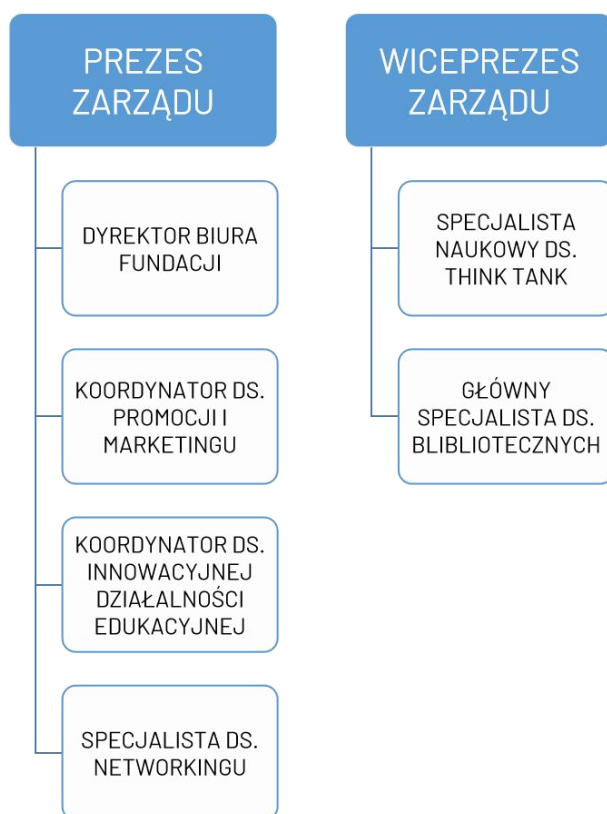
*Innowacyjne formy edukacji historycznej.*

Fundacja wręcza również specjalną Nagrodę Przyjacieli Fundacji.

---

## **STRUKTURA ORGANIZACYJNA FUNDACJI**

Struktura organizacyjna Fundacji oparta jest o dwuosobowy Zarząd, jak i sześcioposobowy zespół pracowników. Ma ona charakter liniowy. Każdy z pracowników odpowiada za pewne strategiczne obszary działania. Struktura ta wygląda następująco:



Prezes Zarządu odpowiada za politykę kadrową i finansową Fundacji, nadzoruje aspekty marketingu i promocji oraz zagadnienia fundraiserskie i networkingowe. Prezesowi bezpośrednio podlega także obszar innowacyjnej działalności edukacyjnej

Wiceprezes Zarządu odpowiada za naukowy aspekt działalności Fundacji. Nadzoruje w szczególności pracowników Biblioteki oraz osoby pracujące nad badawczym obliczem Fundacji.

---

## **ZESPOŁY ROBOCZE**

W Fundacji funkcjonują zespoły robocze powołane do koordynowania działań w pewnych obszarach działalności Fundacji wymagającej współpracy kilku pracowników.

### **■ Zespół ds. Fundraisingu i finansów**

Zespół ten składa się z Prezesa Zarządu oraz Dyrektora Biura Fundacji, który pełni jednocześnie funkcję Kierownika projektów strategicznych. Głównym zadaniem zespołu jest koordynacja kwestii finansowych w organizacji, w szczególności pozyskiwanie środków na działalność bieżącą i projektową (operacyjną). Opiera się ona na tworzeniu wniosków do instytucji grantowych, fundacji, spółek lub firm, a także na pisaniu sprawozdań ze zrealizowanych projektów.

### **■ Zespół ds. Kapitału Żelaznego**

W toku przygotowania organizacji do budowy Kapitału Żelaznego został powołany zespół składający się z Zarządu Fundacji, Dyrektora Biura Fundacji oraz Koordynatora ds. promocji i marketingu.

Głównym zadaniem zespołu jest prowadzenie działań przygotowujących powstanie Kapitału Żelaznego. Polegają one na przygotowaniu strategii Fundacji, strategii marketingowej, finansowo-fundraisingowej, jak i całego programu budowy Kapitału Żelaznego.

### **■ Zespół ds. Naukowych**

Pracami tego zespołu kieruje Wiceprezes Zarządu ds. Nauki. Jego członkami są także specjalista naukowy ds. Think tanku oraz ds. Bibliotecznych. Zespół zajmuje się kwestiami naukowymi tj. Organizacją biblioteki, przygotowywaniem oraz redakcją raportów jak i wydawanych przez Fundację książek.

### **■ Zespół ds. komunikacji i networkingu**

W prace zespołu zaangażowany jest Koordynator ds. Promocji i marketingu oraz specjalista ds. networkingu a nadzoruje je Prezes Zarządu. Do zadań zespołu należy prowadzenie wszystkich działań promocyjnych z pogranicza marketingu i PR, tj. Prowadzenie aktywnej komunikacji za pomocą social mediów, strony internetowej, newslettera. Wśród zadań jest także organizowanie i koordynowanie działań patronatów medialnych i honorowych nad projektami, oraz realizowanie projektów wizualnych (grafiki, filmy)

Ponadto zespół zajmuje się także tzw. sieciowaniem kontaktów poprzez tworzenie tzw. listy mailingowej oraz nawiązywanie współpracy w ramach partnerstwa z innymi organizacjami podczas realizowanych wydarzeń.



## **STRATEGIA FUNDACJI NA LATA 2022 - 2025**

Strategia Fundacji jest to przede wszystkim dokument wyznaczający ogólne kierunki działania organizacji. W dużej części wiąże się ona z dokonaną analizą otaczającej nas rzeczywistości. Obecne już wcześniej globalizacja i cyfryzacja przyspieszyły w ostatnim czasie bardzo dynamicznie ze względu na pandemię covid-19. Zmieniło się również nasze środowisko bezpieczeństwa. Napięcia pomiędzy światowymi mocarstwami sprawiają, że wielka polityka i wojna hybrydowa dzieją się tu i teraz na naszych granicach. Opisana powyżej sytuacja ma także przełożenie na sytuację ekonomiczną. Pandemia covid-19 wpłynęła na obserwowaną niestabilność rynków, gospodarek i budżetów państw, z kolei nowe pola działania w cyfrowym świecie generują koszty przystosowania się do ich wymogów. Konsekwencją tego stanu jest konstatacja, że

zgromadzone dotychczas zasoby i struktura ich pozyskiwania może być niewystarczająca i niepewna oraz, że możliwości pozyskiwania wsparcia finansowego od podmiotów prywatnych będą się zmniejszać zamiast rosnąć. Aby odpowiedzieć na wyzwania świata nasza Fundacja opracowała program, nazwany "Widnokrzemami Przyszłości", który doprowadzić ma nas do stanu, w którym będziemy w stanie prowadzić naszą działalność w sposób, pozwalający na odnalezienie się w nowej rzeczywistości. Z tego powodu przyjęta przez nas strategia zawiera dużo wątków związanych z cyfryzacją, umiędzynarodowieniem i pogłębieniem niezależności finansowej.

Najważniejszym jej składnikiem są cele strategiczne. To one definiują bieżącą działalność Fundacji a także kierunkują podejmowanie decyzji podczas realizacji projektów. Cele te są przede wszystkim konkretne, ale również zaplanowane w czasie na najbliższe 4 lata działalności.

Ponadto w strategii znajdują się cele operacyjne dotyczące poszczególnych obszarów działania Fundacji. Są bardziej szczegółowe a ich realizacja będzie równoczesną realizacją celów strategicznych.

Dodatkowym wyznacznikiem działania są cele strukturalne odnoszące się do aspektów związanych ze strukturą zarządczą organizacji oraz jej finansowaniem.

---

## **Cele Strategiczne na lata 2022 - 2025**

### **● Rozbudowa modułu Think Tank**

Think tank, to fundament działania Fundacji. Składają się na niego cztery najważniejsze projekty, które niosą dziedzictwo Rzeczypospolitej i budują jej politykę historyczną. Celem jest rozwój tych projektów w sposób sprofesjonalizowany, tak by doprowadzić do wzmocnienia tego obszaru Fundacji, ważnego także z punktu widzenia Racji Stanu naszego kraju.

### **● Rozbudowa modułu Innowacyjnej Działalności Edukacyjnej**

Innowacyjna Działalność Edukacyjna to drugi moduł, którego głównymi składowymi są projekty niosące emocje: Rajd Śladami Bohaterów oraz escape room. Innowacyjność jest kluczem do rozwoju tego obszaru. Rozbudowa tego modułu jest niezbędna w kontekście działań misyjnych Fundacji.

- **Wzmacnianie wizerunku Fundacji**

Tylko silna wizerunkowo organizacja będzie zdolna do implementowania swoich wizji w państwie i społeczeństwie polskim. Mocny wizerunek to także wyższe zaufanie publiczne, a co za tym idzie możliwość pozyskania środków finansowych na działalność. Siłą Fundacji są jej social media, które będą dalej konsekwentnie rozwijane, szczególnie w kontekście internetowego networkingu, co także pozwoli na przebicie "szklanego sufitu"

- **Stabilność finansowa - Rozpoczęcie budowy Kapitału Żelaznego**

Stabilność finansowa jest niezwykle ważna dla organizacji pozarządowej. Temu służyć będzie Kapitał Żelazny. Jego powstanie pozwoli na uniezależnienie się od grantów i dotacji państwowych na rzecz społecznego wsparcia w realizacji projektów.

- **Networking w celu wzmocnienia komponentu społecznego wokół Fundacji**

Komponent społeczny jest niezwykle istotny w kwestii realizacji projektów Fundacji. Po pierwsze realizowane są one dla ludzi, ale chcąc budować Kapitał Żelazny musimy ich pozyskać także do współpracy. Tym właśnie będą działania networkingowe skierowane do zarówno do indywidualnych odbiorców, jak i firm oraz spółek, a także stowarzyszeń prezentujących podobne do naszych wartości.

- **Upamiętnianie Patrona Fundacji**

Postać śp. Prof. Janusza Kurtyki jest dla Fundacji niezwykle ważna. Jego dorobek oparty o myśl i tożsamość niepodległościową jest drogowskazem i wyznacza kierunki tak naprawdę wszystkich działań Fundacji, stąd również ważne są działania w kierunku godnego upamiętnienia tej ważnej postaci nie tylko z punktu widzenia Polski, ale również państwa polskiego.

## ● **Cyfryzacja działań Fundacji**

Szybko zmieniający się świat szczególnie w sferze pozyskiwania i szerzenia informacji definiuje potrzebę cyfryzacji działań Fundacji, co należy rozumieć poprzez realizację takich procesów jak digitalizacja zbiorów biblioteki, większą obecność w internecie (rozwój podcastów, videomarketing) oraz nawiązywanie współpracy z branżą cyfrową, szczególnie producentami gier, czy seriali.

---

## **Cele Operacyjne Think Tank na lata 2022 - 2025**

### ❖ **BIBLIOTEKA IM. JANUSZA KURTYKI** – *baza wiedzy o polskiej historii*

- ✓ Profesjonalizacja Biblioteki poprzez zatrudnienie pracownika z wykształceniem w zakresie Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej i Bibliologii
- ✓ uzyskanie statusu biblioteki naukowej wg kryteriów ministerialnych.
- ✓ Zebranie środków na zakup 5 000 książek
- ✓ Katalog biblioteczny będzie zawierał 20 000 woluminów
- ✓ Poszerzenie bazy obcojęzycznej
- ✓ Promocja biblioteki w celu zebrania 100 stałych czytelników
- ✓ Zakup urządzenia do digitalizacji książek
- ✓ Zdigitalizowanie 20 zasobów
- ✓ Stworzenie mapy globalnych baz zasobów naukowych

### ❖ **NAGRODA IM. JANUSZA KURTYKI** – *narzędzie działania służące promocji polskiej historii na świecie*

- ✓ Organizacja 4 kolejnych edycji Konkursu
- ✓ Wydanie 3 przetłumaczonych książek na języki kongresowe, zwłaszcza angielski i niemiecki
- ✓ Zorganizowanie 3 tras promocyjnych po Europie i USA.
- ✓ Wydanie 2 raportów na temat polityk publicznych
- ✓ Przetłumaczenie wydanych raportów na język angielski

- ✓ Profilowanie działań w odpowiedzi na zainteresowanie polską historią na świecie

❖ **ZIARNA HISTORII** - narzędzie działania służące promocji polskiej historii na świecie

- ✓ Poszerzenie bazy organizacji polonijnych o 10 organizacji
- ✓ Organizacja 5 spotkań z historykami
- ✓ organizacja konferencji
- ✓ Budowa portalu historycznego dla Polonii
- ✓ wydanie 2 raportów o katedrach narodowych w USA
- ✓ wręczenie Nagrody dla organizacji polonijnej

❖ **HISTORIA, PRAWDA, TERAŹNIEJSZOŚĆ** - projekt stanowiący bazę wiedzy i narzędzie analityczne w obszarze stosunków międzynarodowych w kontekście przeszłości

- ✓ Organizacja 35 debat w formie stacjonarnej lub zdalnej
- ✓ Poszerzenie bazy instytucji współpracujących przy projekcie
- ✓ wydanie 4 tomów podsumowujących projekt
- ✓ wydanie 2 raportów dot. polityk publicznych

❖ **STUDIUM PODYPLOMOWE** - narzędzie szkolenia, służące kształceniu kadr polskiej dyplomacji w obszarze polityki pamięci

- ✓ Rozpoczęcie studium jesienią 2022 r.
- ✓ Nawiązanie współpracy z prestiżowymi uczelniami wyższymi
- ✓ Organizacja dwóch pełnych edycji studium
- ✓ wydanie 2 raportów dot. polityk publicznych

❖ **STYPENDIUM IM. JANUSZA KURTYKI**

- ✓ Przyznanie trzech stypendiów studentom historii kwotą 5000 zł brutto każde.

---

## **Cele Operacyjne Innowacyjnej Działalności Edukacyjnej na lata 2022 - 2025**

❖ **RAJD ŚLADAMI BOHATERÓW** – edukacja poprzez turystykę historyczną. Rajdy terenowe lub spacery miejskie z historią w tle:

- ✓ Organizacja 10 rajdów śladami Żołnierzy Wyklętych
- ✓ Organizacja 1 rajdu śladami Polskich Sił Zbrojnych na Zachodzie
- ✓ Organizacja 12 spacerów historycznych po Warszawie lub innych największych miastach Polski.
- ✓ Organizacja rajdu śladami I RP na Kresach Wschodnich
- ✓ Organizacja rajdu śladami AK na Wschodzie (Lwów, Wilno)
- ✓ Wydanie Atlasu trasami rajdów śladami Żołnierzy Wyklętych (Projekt „otwarty” – co roku uzupełniamy go o nowe trasy – dostępny w formie PDF na stronie internetowej).

**Uwaga:** Wskazana ilość spacerów oraz rajdów może ulec zmianie w zależności od sytuacji związanej z pandemią covid-19.

### ❖ **NOWY FORMAT HISTORII:**

- ✓ Przeniesienie escape room’u do nowej lokalizacji i rozszerzenie go do fazy II (docelowej) w 2023 roku
- ✓ Obsłużenie 10 000 osób do końca 2025 roku
- ✓ Uzyskanie dostępu do minimum 2 platform podcastowych
- ✓ Realizacja spotkań video w formie komentarzy do bieżących wydarzeń

## **Cele Operacyjne dla Przeszłość / Przyszłość na lata 2022 - 2025**

- ✓ Realizacja 4 konkursów o Nagrody Przeszłość / Przyszłość
- ✓ Organizacja 4 Przeglądów Przeszłość / Przyszłość (w formie cykli wydarzeń)
- ✓ Nawiązanie partnerskiej współpracy z 8 organizacjami



- ✓ Wydanie 4 raportów z Przeglądu w formie publikacji
- 

## **Cele strukturalne na lata 2022-2025**

### **❖ Rozwój organizacyjny Fundacji**

- ✓ organizacja lokalu własnego organizacji
- ✓ zwiększenie kompetencji pracowników

### **❖ Rozwój finansowy Fundacji**

- ✓ budowa niezależnego finansowania - Kapitał Żelazny
  - ✓ Rozwój i rozbudowa escape room'u
  - ✓ rejestracja Fundacji jako OPP (możliwość odprowadzania 1% podatku)
  - ✓ organizacja sklepu Fundacji
  - ✓ rozwój segment odpłatnej działalności statutowej
- 

## **Kluczowe czynniki sukcesu**

◆ **Profesjonalizm** - Działania Fundacji prowadzi Zespół składający się z wykształconych pracowników, którzy cały czas profesjonalizują swoje umiejętności uczestnicząc w szkoleniach i kursach, a także w studiach podyplomowych. Ponadto Fundacja stawia na jakość swoich projektów, przez co korzysta z doświadczonych podmiotów zewnętrznych np. w kwestiach produkcji filmów / spotów, materiałów graficznych, jak i wydawaniu publikacji.

◆ **Stabilność finansowa** - Fundacja stawia na stabilność finansową, czego skutkiem jest podjęcie się budowy Kapitału Żelaznego. Organizacja stara się dywersyfikować źródła finansowania, biorąc udział w licznych projektach, dzięki którym udaje się rozwijać samą strukturę organizacji. Jest to możliwe dzięki prowadzeniu ciągłych działań fundraisingowych. Dodatkowym bodźcem jest rozwijanie odpłatnej działalności statutowej oraz uzyskanie przez Fundację statusu OPP w przyszłości.

◆ **Komunikacja** - Działania komunikacyjno - marketingowe w mediach społecznościowych są atutem Fundacji. Posiadamy doświadczony zespół ludzi realizujący zadania związane z promocją. W ostatnim roku doszło do przebudowy strony internetowej oraz do kompleksowego ujednoczenia identyfikacji wizualnej. Organizacja posiada silne kanały komunikacji szczególnie na twitterze i facebooku.

◆ **Innowacyjność projektów** - Fundacja realizuje projekty w sposób interesujący i nowoczesny, tak by przyciągnąć do siebie nowych, młodszych odbiorców.

◆ **Strategia rozwoju** - Działania Fundacji oparte są o strategię zawierającą konkretne cele do zrealizowania na przestrzeni najbliższych kilku lat. Strategia oparta jest o misję i wartości Fundacji.

◆ **Infrastruktura** - Fundacja posiada Bibliotekę i biuro w budynku byłego aresztu śledczego przy ul. Rakowieckiej 37 oraz własną nieruchomość, która zostanie zaadaptowana na potrzeby escape room'u oraz potrzeb biurowych. Własna nieruchomość jest atutem budującym strukturalną oraz finansową stabilność organizacji dającym możliwość uniezależnienia się od podmiotów zewnętrznych (wynajmujących pomieszczenia).

◆ **Zasoby ludzkie** - Stały, profesjonalny zespół zaufanych ludzi jest gwarantem realizacji zadań statutowych Fundacji.

◆ **Przejrzystość** - Od roku 2023 Fundacja planuje wdrożenie polityki publikacji raportów z wykorzystania środków Kapitału Żelaznego na stronach internetowych w celu zagwarantowania rozliczalności z otrzymanych dotacji na Kapitał Żelazny.

---

## OTOCZENIE

- Instytucje państwowe zajmujące się historią;
- Instytucje państwowe zajmujące się dyplomacją publiczną w obszarze polityki pamięci;
- NGO zajmujące się historią i stosunkami międzynarodowymi;

- Polskie think tanki i NGO zajmujące się przestrzenią humanistyki i nauk społecznych;
  - Prywatne inicjatywy zajmujące się komercjalizacją historii.
- 

## **FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI - BAZA FINANSOWA**

Finansowanie działalności Fundacji opiera się na strukturze organizacyjnej modułów.

**Moduł Think Tank** wymaga znacznych nakładów finansowych. Dotychczas były to środki pozyskane z programów grantowych z budżetu państwa lub z innych dotacji. By uniezależnić się w większym stopniu Fundacja planuje stworzyć kapitał żelazny.

Moduł **Innowacyjnej działalności edukacyjnej** również wymaga finansowania, lecz jego działania oparte będą o wpłaty od osób korzystających z oferty tego obszaru działalności np. Escape roomu, dzięki którym moduł stanie się samowystarczalny.

Baza finansowa, z której korzysta fundacja, posiada swoje silne i słabe strony jak i pewne szanse i zagrożenia.

### **Silne strony**

- ✓ własny lokal
- ✓ kompetencje w zakresie pozyskiwania grantów,
- ✓ oferta projektowa
- ✓ aktywa niematerialne

### **Słabe strony**

- ✓ pozyskany lokal potrzebuje remontu
- ✓ brak szerszego wsparcia prywatnego biznesu
- ✓ niski poziom kapitałów własnych

### **Zagrożenia**

- ✓ Ryzyko nieotrzymania dotacji skutkuje zachwianiem stabilności finansowej utratą płynności finansowej

✓ Kłopotliwy jest profil działalności Fundacji, trudno bowiem uzyskać większe środki finansowe na promowanie historii – tematu przez wielu uznawanego za nudny i niepotrzebny.

#### **Szanse:**

✓ możliwość czerpania korzyści finansowych po remoncie lokalu.

✓ Szansą na ustabilizowanie sytuacji finansowej w przyszłości jest Kapitał Żelazny.

---

## **BAZA SPOŁĘCZNA**

Spektrum odbiorców tworzą osoby zainteresowane polską historią, a także jej wpływem na teraźniejszość i przyszłość.

Odbiorcą projektów wchodzących w zakres modułu Think Tank jest głównie **środowisko naukowe (profesjonalistów)**, obejmujące takie dyscypliny jak historia, politologia, stosunki międzynarodowe, ale także i **eksperci**, zainteresowani relacjami pomiędzy historią a geopolityką (Studium i HPT). Istnieje także **grupa osób, dla których projekty te mają wartość emocjonalną**.

W przypadku projektów drugiego modułu odbiorcami są przede wszystkim **pasjonaci historii, turystyki historycznej, osoby bardziej hobbystycznie zainteresowane dziejami Polski**.

Fundacja swoimi działaniami próbuje dotrzeć do ludzi zainteresowanych historią, ale także chce pogłębić zainteresowanie dziejami Polski u odbiorców neutralnych w tej kwestii, dla których historia nie jest czymś ważnym. Swoim działaniem chcemy zmienić ich nastawienie.

---



## STRATEGIA KOMUNIKACYJNA

Strategia komunikacyjna określa przede wszystkim **cele komunikacyjne**, które co roku będą aktualizowane w stosunku do ich realizacji, a także szczegółową ścieżkę do ich osiągnięcia z uwzględnieniem analizy SWOT opartej na dotychczasowych doświadczeniach. Strategia obejmuje także grupy docelowe działań komunikacyjnych.

Wyartykułowanie zalet i wad konkretnych kanałów promocji jest kolejnym ważnym fragmentem tego dokumentu mającym pomóc w przygotowywaniu konkretnych kampanii. Strategia wyznacza także **formy content marketingu**. Nie określa jednak szczegółowej treści komunikatów, które zostaną sformułowane na etapie planowania konkretnych kampanii.

Istotną częścią dokumentu jest **zagadnienie event marketingu**, które dotychczas nie było w większym stopniu podejmowane w działalności Fundacji, w szczególności w kontekście promocyjnym. Należy zaznaczyć, że pojęcie to dotyczy wydarzeń zewnętrznych, a nie tych organizowanych przez Fundację.

Dodatkowo kolejną ważną kwestią jest zdefiniowanie **zasad budowania relacji z odbiorcami działań Fundacji**, którzy stanowią także bazę potencjalnych darczyńców niezwykle ważnych w kontekście budowy Kapitału żelaznego.

---

### Ogólne Cele komunikacyjne na rok 2022

Cele marketingowe są sformułowane ogólnie, ale klarownie. W naszym przypadku są one nie tylko celem samym w sobie. Wytyczają kierunek działań komunikacyjnych, który

jest tożsamy z misją Fundacji oraz celami zawartymi w ogólnej strategii Fundacji. Ich realizację mierzyć będą wskaźniki KPI.

- Zwiększenie świadomości marki Fundacji poprzez dotarcie do masowego odbiorcy przez:
  - organizacje co najmniej 2 kampanii outdoorowych
  - organizację co najmniej 3 kampanii internetowych
- Rozbudowa kanałów medialnych o narzędzie podcastów i videomarketingu
- Aktywna promocja projektów Fundacji jako poszczególnych „produktów” zgodnie z osią czasu promocji
- Budowa świadomości projektowej w oparciu o modułową działalność Fundacji
- Pozyskanie 10 nowych partnerów finansowych (potencjalnych darczyńców Kapitału Żelaznego)
- Pozyskanie i zaangażowanie społeczności wokół organizacji w liczbie 100 aktywnych odbiorców (potencjalnych darczyńców Kapitału Żelaznego)
- Pozyskanie 500 kontaktów w bazie odbiorców
- Nawiązanie współpracy z producentami gier i seriali
- Realizacja filmu upamiętniającego śp. Prof. Janusza Kurtykę - Patrona Fundacji.

**Uwaga-** strategia przewiduje ustalanie rocznych planów promocji. W przypadku niniejszego dokumentu na 2022 rok. Co roku będzie ona aktualizowana.

---

## **Cele komunikacyjne projektowe na rok 2022**

### ➤ **Nagroda im. Janusza Kurtyki**

- Dotarcie do 100 odbiorców zagranicznych spotkań stacjonarnych
- Dotarcie do 2000 odbiorców zagranicznych spotkań on-line (youtube)
- Nawiązanie współpracy z mediami zagranicznymi (3 redakcje)

### ➤ **Biblioteka im. Janusa Kurtyki**

- Zbudowanie bazy 50 stałych czytelników (mierzone wydanymi kartami)
- Zorganizowanie cyklu dotyczącego zasobów biblioteki (minimum 12 postów na rok)

### ➤ **Studium Podyplomowe**

- Promocja studium zgodnie z osią czasu promocji
- Zbudowanie świadomości projektowej
- Zebranie 40 kandydatów studium do jesieni 2022 roku

### ➤ **Historia, Prawda, Teraźniejszość**

- Realizacja 10 debat HPT 4.0 także własnym kanałem youtube
- Dotarcie do 10 000 odbiorców podczas debat w formule on-line
- utrzymanie relacji partnerskiej z Blogpress.pl
- Nawiązanie stałej współpracy z trzema redakcjami (patroni medialni)
- Budowa koalicji medialnych
- Nawiązanie stałej współpracy z trzema partnerami instytucjonalnymi (np. Instytut Europy Środkowej)
- Lokowanie efektów projektu wśród partnerów

### ➤ **Rajdy Śladami Bohaterów**

- Pozyskanie stałej grupy 20 uczestników projektu
- Nawiązanie stałej współpracy z instytucjami kombatanckimi (3 instytucje)
- Nawiązanie współpracy z IPN (delegowanie przewodników)
- Pozyskanie trzech partnerów finansowych z wkładem minimum 3 000 zł
- Nawiązanie współpracy z branżą turystyczną oraz rekonstrukcyjną

### ➤ **Nowy Format Historii**

- Realizacja co najmniej 5 cykli infograficznych zgodnie z przyjętymi działaniami promocyjno - networkingowymi na rok 2022.
- Realizacja co najmniej 5 podcastów na platformach podcastowych tj. Spotify.
- Realizacja co najmniej 9 spotkań video w formie komentarzy do bieżących wydarzeń społeczno-politycznych.
- Budowa świadomości projektowej

## ➤ **Przeszłość / Przyszłość**

- Zebranie 100 zgłoszeń konkursowych
  - Zebranie 250 odbiorców podczas wydarzenia w formie stacjonarnej
  - Dotarcie do 5 000 odbiorców podczas wydarzenia w formie on-line
  - Pozyskanie trzech partnerów finansowych projektu z wkładem minimum 5 000 zł
- 

## **Analiza SWOT**

Zasadniczo by zrealizować cele marketingowe Fundacji musimy poznać mocne oraz słabe strony naszych dotychczasowych działań oraz szanse i zagrożenia na przyszłość.

### ■ **Silne strony:**

- ✓ Nowa identyfikacja wizualna
- ✓ Silne social media
- ✓ Mocny content marketing

### ■ **Słabe strony:**

- ✓ Niedostateczna świadomość marki
- ✓ Małe doświadczenie w prowadzeniu kampanii outdoorowych
- ✓ Słaba współpraca z mediami tradycyjnymi (kanał offline)

### ■ **Szanse:**

- ✓ Podnoszenie kwalifikacji pracowników odpowiadających za promocję
- ✓ Lojalni odbiorcy (orędownicy marki)
- ✓ Dotarcie do ludzi o różnych poglądach społecznych i politycznych wrażliwych na historię

### ■ **Zagrożenia:**

- ✓ Ograniczenia budżetowe w promocji (brak stałego budżetu)
  - ✓ Oskarżenia o upolitycznienie organizacji (osłabienie wizerunku)
- 

## **Grupy docelowe**



Spektrum odbiorców działań Fundacji jest bardzo szerokie. Oczywiście są to osoby zainteresowane w sposób szczególny historią Polski. Możemy mimo to podzielić ich na poniższe kategorie:

- Środowisko naukowo-ekspertskie
- Odbiorcy, dla których działalność Fundacji niesie wartość emocjonalną
- Pasjonaci historii Polski (aktywni)
- Polonia i Polacy za granicą.

---

## Kanały promocji i komunikacji

Kanały promocji, z których korzystać będzie Fundacja są bardzo zróżnicowane. Posiadają one swoje zalety i wady, które należy uwzględnić w planowaniu kampanii. Kanały te dzielimy na te offline oraz online.

### **Kanały offline to:**

- ✧ Prasa / tygodniki / miesięczniki / kwartalniki

#### ZALETY:

- wysoka wiarygodność, łatwość dotarcia do środowisk lokalnych, elastyczność

#### WADY:

- wysoki cennik, brak kontaktów, krótki czas reklamy, tylko dla kupujących.

WYKONANIE: Osobiste kontakty z dziennikarzami oraz redakcjami

- ✧ **Katalogi, ulotki, broszury**

#### ZALETY:

- materiały własne, profesjonalnie przygotowane

#### WADY:

- ograniczona dostępność, tylko na własnych eventach, lub przy tzw. giftach.

WYKONANIE: Przygotowanie profesjonalnych materiałów promocyjnych

- ✧ **Bilboardy, reklama outdoorowa**

**ZALETY:**

- stosunkowo nieduży koszt w stosunku do liczby odbiorców,

**WADY:**

- brak możliwości targetowania odbiorców.

**WYKONANIE:** Uruchomienie kampanii outdoorowej z reklamą przede wszystkim na przystankach autobusowych. Warto rozważyć ZTM/MPK/KOLEJ

**Kanały online to:**

✧ **Strona internetowa**

**ZALETY:**

- atrakcyjna forma, własne materiały, profesjonalnie przygotowane

**WADY:**

- tylko dla tych, którzy wejdą w interakcję.

**WYKONANIE:** Przygotowanie materiałów na stronę www (zadanie na przyszłość)

✧ **Social media (FB, TT, IG, LinkedIn, YouTube)**

**ZALETY:**

- duży zasięg, możliwość targetowania, niskie koszty, zaangażowanie użytkowników, mierzalność efektów.

**WADY:**

- zagrożenie krytyką, nieprzyjemne komentarze, zaangażowanie czasowe

**WYKONANIE:** Uruchomienie i rozbudowa kanału na linkedin. Rozbudowa kanału Youtube

✧ **Mailing, newsletter**

**ZALETY:**

- bezpośredni kontakt z odbiorcą, personalizacja przekazu, wysoki wpływ na odpowiedni target, budowa relacji, mierzalność, automatyzacja

**WADY:**

- traktowanie jako spam, zachowanie regularności przy wysyłce, odpowiednia treść (zaangażowanie czasowe),

WYKONANIE: Wysyłka newslettera. Raz na tydzień zapowiedzi wydarzeń. Pierwszy poniedziałek miesiąca podsumowanie minionego miesiąca.

#### ✧ **Portale branżowe**

ZALETY:

- dotarcie do sprecyzowanej grupy odbiorców, współpraca partnerska

WADY:

- słabe zasięgi ze stron portali, brak silniejszego zaangażowania

WYKONANIE: Nawiązanie bezpośredniej współpracy z redakcjami portali.

#### ✧ **Video marketing (youtube, fb watch, Instagram)**

ZALETY:

- atrakcyjna forma przekazu, duży potencjalny zasięg odbiorców

WADY:

- dłuższe materiały zniechęcają odbiorców

WYKONANIE: Rozbudowa kanału na youtube. Realizowanie transmisji na żywo na FB/YT.

W przyszłości na obu portalach jednocześnie. Przygotowanie kampanii „rozmów o historii” na Youtube.

#### ✧ **Platformy podcastowe (Spotify)**

ZALETY:

- atrakcyjna forma przekazu, szeroki potencjalny zasięg odbiorców

WADY:

- konieczny dobry sprzęt do nagrywania (najlepiej radiowy)

WYKONANIE: Budowa kanału na platformie Spotify.

#### ✧ **Google Ads**

ZALETY:

- targetowanie reklam, kontrola kosztów, remarketing

WADY:

- zmienność kosztów, trudność konfiguracji

WYKONANIE: Położenie nacisku na docieranie do osób interesujących się polityką i historią, co pozwoli przełamać szklany sufit. Rozbudowa sieci remarketingowej.

---

## **Content Marketing**

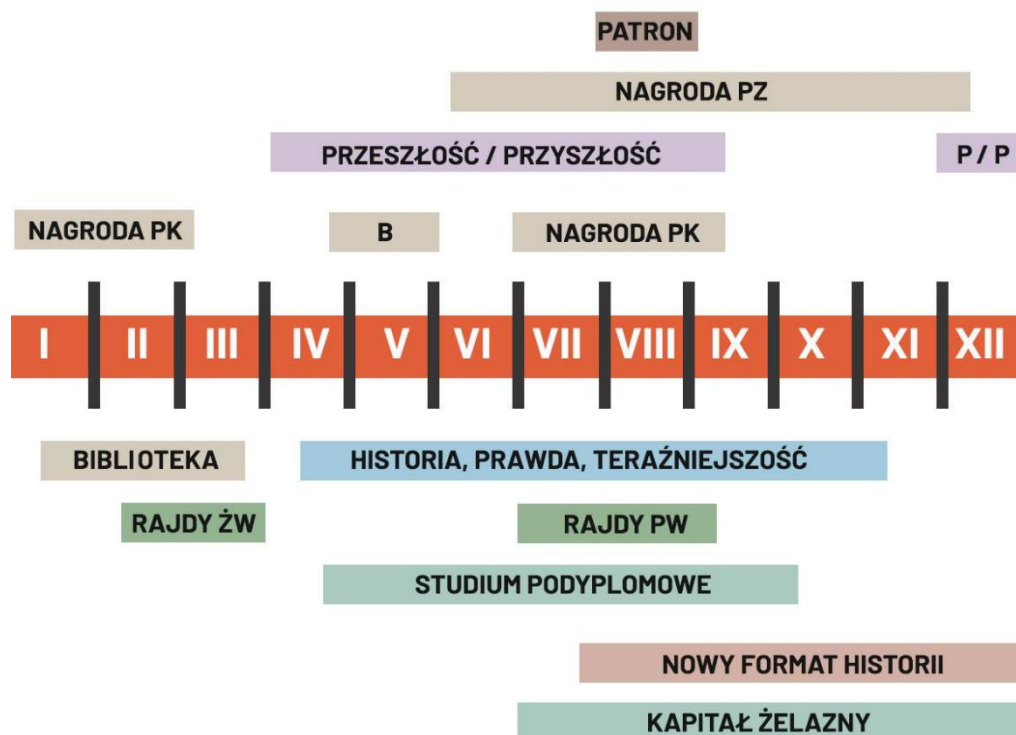
Content, czyli treść jest kluczowym czynnikiem sukcesu w komunikacji marketingowej. To ją prezentujemy w kanałach promocji wymienionych powyżej. Zasadniczo content możemy podzielić na ogólny dotyczący bieżących działań informacyjno-promocyjnych oraz szczegółowy, czyli dostosowany do konkretnej kampanii promocyjnej. Będzie on przedstawiany za pomocą poniższych form:

- ✓ Artykuły publicystyczne i naukowe na stronie www;
  - ✓ Raporty think tankowe;
  - ✓ Teksty podstron dotyczących projektów Fundacji (Nagroda, Biblioteka, Studium, HPT, Przeszłość/Przyszłość, Rajd, NFH);
  - ✓ Treść postów w social media dotyczących misji oraz działalności Fundacji;
  - ✓ Cykle infograficzne;
  - ✓ Grafiki okolicznościowe;
  - ✓ Filmy (spoty) dotyczące przede wszystkim projektów Fundacji;
  - ✓ Filmy - rozmowy na youtube na tematy historyczne;
  - ✓ Podcasty o tematyce historycznej oraz społeczno-politycznej.
  - ✓ Spotkania video w formie komentarzy do bieżących wydarzeń społeczno-politycznych.
- 

## **Oś czasu promocji**

Oś czasu promocji to narzędzie służące opracowaniu planu promocji poszczególnych projektów na każdy rok działania Fundacji. Jest ona tożsama z harmonogramem ich realizacji. Promocja projektów może przenikać się między sobą, a także współdziałać z

bieżącymi działaniami komunikacyjnymi Fundacji jak np. Cykle historyczne w mediach społecznościowych. Poniżej oś czasu promocji na rok 2022.



## Wskaźniki KPI

Bieżące działania marketingowe muszą podlegać jakiejś mierzalności. Do tego będą służyć nam poniższe wskaźniki KPI, które jednak nie będą typowymi, jakie się stosuje w strategiach nastawionych na sprzedaż. Wskaźniki KPI na **rok 2022** to:

- Ruch na stronie (liczba użytkowników i sesji)

obecnie: 10 300 sesji / 6400 użytkowników

docelowo: 12 800 sesji / 8 000 użytkowników

- Współczynnik konwersji (przechodzenia z social media na www) wyrażony w procencie źródeł wchodzenia na stronę www.

obecnie: 28%

docelowo: 40 %

➤ Obecność w mediach (portalach internetowych, mediach tradycyjnych) wyrażony w liczbie wzmianek.

obecnie: średnio 50

docelowo: 60

➤ Wyświetlanie filmów na Youtube wyrażony w średniej liczbie wyświetleń jednego filmu.

Obecnie: średni wynik to około 150-200 wyświetleń

Docelowo: średni wynik około 500 wyświetleń

➤ Zaangażowanie użytkowników w Social Media wyrażone w liczbie obserwujących profile

a) Facebook

obecnie: 6000 polubień/obserwujących

docelowo: 7200 polubień

b) Instagram

obecnie: 500 obserwujących

docelowo: 650 obserwujących

c) Twitter

obecnie: 4400 obserwujących

docelowo: 5400 obserwujących

d) LinkedIn

obecnie: 85 obserwujących

docelowo: 130 obserwujących

e) Youtube

obecnie; 170

docelowo: 250

➤ Liczba zrealizowanych podcastów

obecnie: brak

docelowo: 5 podcastów

➤ Liczba kontaktów na liście mailingowej

obecnie: 200 maili

docelowo: 250 maili

➤ Liczba darowizn (każdego rodzaju)

obecnie: 10 darowizn

docelowo: 100 darowizn

**Uwaga:** Wskaźniki KPI **będą co roku** wytyczone na nowo na podstawie dotychczasowych wyników. Uwaga! Wartości są zaokrąglone do pełnej kwoty.

---

## Event Marketing

Ważnym komponentem utrwalającym wiedzę o organizacji oraz jej projektach jest obecność na zewnętrznych wydarzeniach w formie Gościa, np. Na targach, konferencjach, różnych innych eventach.

Przykładami takich wydarzeń są Międzynarodowe Targi Książki w Krakowie, Kongres 590, Forum Lewiatana. Powinny to być wydarzenia, które będą dawały możliwość przedstawienia oferty Fundacji poprzez stoisko promocyjne i nawiązania cennych kontaktów z osobami lub organizacjami z szerokiego kręgu społecznego. Należy też rozważyć w miarę możliwości udział w mniejszych, lokalnych inicjatywach o charakterze patriotycznym np. Piknikach militarnych, biegach upamiętniających historyczne postaci itd., które dają możliwość integracji środowisk lokalnych.

Fundacja zamierza corocznie dokonywać mapowania branżowych eventów oraz w miarę możliwości organizacyjnych uczestniczyć w wytypowanych wydarzeniach. W planie na **2022 rok** jest udział w takich wydarzeniach jak:

- ✧ Targi Książki Historycznej w Warszawie
  - ✧ Kongres Polska Wielki Projekt
  - ✧ Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie
  - ✧ Kongres 590
-

## **Budowa relacji z odbiorcami**

Ważnym komponentem, szczególnie w kontekście budowy przez Fundację Kapitału Żelaznego, jest nawiązywanie kontaktów z odbiorcami naszych działań, tak by później stali się oni naszymi regularnymi darczyńcami. Należy przede wszystkim zapraszać ich do przekazania swojego kontaktu mailowego, celem prowadzenia cyklicznie kampanii newsletterowej w stylu „co u nas słychać”. Budowa takich relacji powinna składać się z poniższych elementów:

- ✓ Budowa bazy danych CRM (lista osób, kontakty mailowe) w narzędziu Freshmail,
- ✓ Segmentacja odbiorców według projektów Fundacji
- ✓ Wysyłka newslettera
- ✓ Wysyłka zapowiedzi wydarzeń
- ✓ Kompleksowa informacja o metodach wsparcia Fundacji
- ✓ Nawiązywanie relacji z darczyńcą poprzez wysłanie podziękowań mailowych oraz okazjonalnie w formie giftów (katalogi, ulotki, książki)
- ✓ Informowanie o ważnych wydarzeniach z życia Fundacji
- ✓ Konkretnie prośby do darczyńców o zostanie darczyńcą regularnym
- ✓ Używanie prostego języka w komunikatach
- ✓ Docenianie darczyńców, nawiązywanie związku emocjonalnego
- ✓ Jeśli jest możliwość to personalizacja komunikatu

---

## **Działania komunikacyjno - networkingowe na rok 2022.**

W trakcie działań przygotowawczych do budowy Kapitału Żelaznego zrealizowane zostaną **cztery kampanie informacyjno - promocyjne.**

Pierwsza kampania jest kampanią wzmacniającą rozpoznawalność Fundacji i jej realizacja zaplanowana została na **listopad i grudzień 2021 roku.** Jest to kampania **#PoznajNasząHistorię.** Polegać ona będzie na przedstawieniu działań Fundacji w formie cyklu infograficznego w mediach społecznościowych. Każdy tydzień kampanii poświęcony będzie konkretnemu projektowi realizowanym przez Fundację. Na samym



początku przedstawiona zostanie sylwetka Patrona Fundacji - motywatora i inspiratora działań Fundacji. Następnie naprzemiennie przedstawione zostaną projekty z modułu think tank oraz innowacyjnej działalności edukacyjnej.

Celem kampanii jest wzmocnienie wizerunku Fundacji i wzrost liczby odbiorców działań Fundacji w social media:

- na facebooku o 300 nowych fanów,
- na twitterze o 200 nowych obserwujących
- na instagramie o 50 nowych obserwujących,
- na linkedinie o 30 obserwujących

Druga kampania będzie realizowana w 2022 roku, jej celem będzie nawiązanie relacji z biznesem, a także potencjalnymi partnerami do koalicji wokół Kapitału Żelaznego. Będzie to kampania **#MochHistorii**.

Kampania polegać będzie na prowadzeniu tematycznych cykli infograficznych raz na miesiąc. Cykle mają prezentować historie poszczególnych branż biznesowych w Polsce. Będą one realizowane we współpracy z konkretnymi firmami, spółkami i organizacjami branżowymi.

Nadrzędnym celem kampanii jest budowanie relacji długoterminowych z partnerami, co w przyszłości pozwoli na poszerzenie współpracy przy realizacji projektów, a także przy budowie Kapitału Żelaznego.

Poniżej wstępne propozycje cykli realizowanych w ramach kampanii wraz z instytucjami współpracującymi:

- ✧ **Koleje Niepodległości** - PKP S.A, PKP Intercity, Koleje Mazowieckie, Polregio, Koleje Śląskie, Koleje Małopolskie, PKP Cargo, Ministerstwo Infrastruktury
- ✧ **Artyści w II Wojnie Światowej** - Narodowe Centrum Kultury, teatry w Warszawie, Krakowie i Gdańsku, Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie, Związek Polskich Artystów Plastyków.

- ✧ **Lotnictwo Rzeczypospolitej** - Polskie Porty Lotnicze, Krakow Airport, Lotnisko Chopina, Muzeum Sił Powietrznych, Muzeum Lotnictwa Polskiego, PZL Mielec, PZL Świdnik, Instytut Lotnictwa, PLL LOT, Enter Air
- ✧ **Słodka Polska** - Wawel, Wedel, Koral
- ✧ **Energia dla Polski** - Tauron, Enea, Orlen, Lotos
- ✧ **Górnicy Niepodległej** - KGHM Polska Miedź, KWK Wujek, Łęczna
- ✧ **Polski Sport** - PKOl, PZn, PZPN, PZPS, PZPR, Ekstraklasa S.A
- ✧ **Szlakiem kurierów tatrzańskich** - TOPR, GOPR, TPN, Zakopane, Wisła
- ✧ **Polscy dyplomaci w II WŚ** - MSZ, PISM, Placówki dyplomatyczne, NGO's geopolityczne
- ✧ **Polonia dla Polski** - ośrodki polonijne, Wspólnota Polska, KPRM

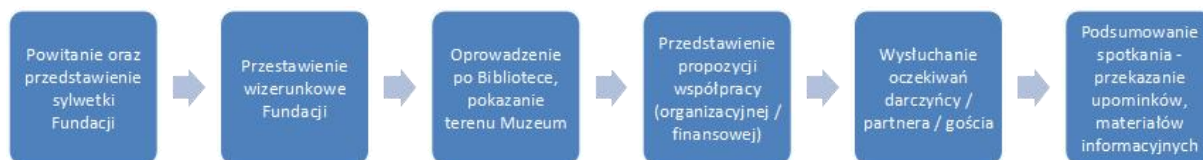
Trzecia kampania w formie opcjonalnej będzie dotyczyć remontu pozyskanego w 2021 roku przez Fundację lokalu. Będzie ona wzywała naszych darczyńców do wpłat na fundusz remontowy. Celem jest zebranie kwoty około 20 000 zł.

Ostatnia kampania to **#KapitałPamięci**. Będzie ona realizowana już w 2023 roku. Bezpośrednio dotyczyć będzie budowy Kapitału Żelaznego i odnosić się będzie do merytorycznych treści, które ten Kapitał ma wspierać, a więc treści z realizowanych przez nas projektów z modułu Think Tank. Celem kampanii będzie zebranie 100 darczyńców indywidualnych do Szwadronu Historii oraz 15 firm z listy 300, którzy dokonają wpłat na tworzący się Kapitał Żelazny.

Wszystkie te aktywności będą prowadzone równolegle z działaniami bieżącej promocji projektów określonymi na osi czasu promocji.

Ponadto Fundacja będzie prowadzić w tym okresie **działania networkingowe**, mające na celu zbudowanie relacji przede wszystkim z biznesem - tzw. lista 300, ale również osobami publicznymi, których zaangażowanie pozwoli wzmocnić wizerunek Fundacji. Spotkania będą dotyczyć również zawiązania Koalicji Partnerów. Przedstawiciele

potencjalnych partnerów będą zapraszane na spotkania z przedstawicielami Fundacji do swojej siedziby w Muzeum Żołnierzy Wyklętych i Więźniów Politycznych w PRL w Warszawie. W związku z tym opracowany został scenariusz spotkań w pięciu krokach.



Wyżej wskazany scenariusz jest poglądowy, ma nadawać kierunek spotkania, które jak każde będzie miało swój indywidualny charakter dopasowany do gościa uczestniczącego w nim.

Prowadzony będzie również networking dla darczyńców / sympatyków indywidualnych. W okresie pandemii będzie on organizowany za pomocą newslettera Fundacji. Jednakże każdy darczyńca dokonujący nawet jednorazowej wpłaty na konto Fundacji zostanie doceniony poprzez przesłanie pakietu upominkowego w ramach podziękowania za wsparcie.

Nadrzędnym celem działań komunikacyjno - networkingowych jest doprowadzenie do sytuacji, gdy nasi odbiorcy staną się **orędownikami** aktywnie promującymi działalność Fundacji w swoim lokalnym środowisku.

Chcemy zapraszać naszych odbiorców do uczestnictwa w życiu Fundacji.

Pierwszym krokiem jest docenienie wielu cennych społecznych inicjatyw poprzez organizację Przeglądu Przeszłość/Przyszłość .

Docelowo będzie to coroczna inicjatywa, która poza nagradzaniem wybitnych przedstawicieli środowisk powiązanych z kategoriami poszczególnych nagród, umożliwić będzie wystawienie stanowisk prezentacyjnych. Będą one obrazowały aktywność tych osób i organizacji umożliwiając wzajemną interakcję.

Innym ważnym działaniem komunikacyjnym będzie **utworzenie dedykowanej Kapitałowi podstrony** na stronie internetowej Fundacji, na której znajdą się wszystkie najważniejsze informacje dotyczące struktury Kapitału (organizacyjnej i finansowo-inwestycyjnej), możliwości zaangażowania (Sieć społeczna + sieć biznesowa), a także przede wszystkim celów jego powstania.

---



## **IDEA KAPITAŁU ŻELAZNEGO**

Fundacja im. Janusza Kurtyki zamierza stworzyć Kapitał Żelazny, czyli instrument służący do zdobywania i gromadzenia środków finansowych przeznaczonych do inwestowania, z których zyski będą przeznaczone na realizację celów statutowych organizacji. W przypadku Fundacji będą to projekty modułu Think Tank.

Budowa ta polegać będzie na kluczowej zasadzie nienaruszalności. Projekty modułu Think tank będą finansowane z uzyskiwanych odsetek Kapitału, który będzie inwestowany przez Zarząd Fundacji.

Kapitał Żelazny ma spowodować uniezależnienie się od otrzymywanych grantów na rzecz społecznego wsparcia w realizacji projektów oraz stanowić rezerwę strategiczną Fundacji do użycia w sytuacjach kryzysowych.

Nie jest to jednak tylko instrument finansowy. Organizując Kapitał Żelazny chcemy skupić wokół siebie społeczność, nie tylko darczyńców, ale również zaprzyjaźnione stowarzyszenia, organizacje, firmy o podobnych wartościach, dla których ważna jest polska racja stanu. Razem będziemy chcieli realizować opowieść o polskiej historii i o polskich osiągnięciach.

---

## **BUDOWA KAPITAŁU ŻELAZNEGO - STRUKTURA ORGANIZACYJNA**

Zbudowanie Kapitału Żelaznego wymaga od Organizacji szeregu działań porządkujących. Należy wyznaczyć strukturę działania i zarządzania Kapitałem Żelaznym. Do kluczowych kwestii należą przede wszystkim:

- **Utworzenie struktury zarządzania**

Powołanie **Zespołu ds. Kapitału Żelaznego** oraz stworzenie **dokumentacji administracyjno-finansowej** kapitału.

- **Powołanie Organów wsparcia i nadzoru**

Ważny aspekt w oparciu o który należy zacząć budowę Kapitału Żelaznego to organy wsparcia: Rada Ambasadorów i Rada Ekspertów oraz organ nadzoru: Komitet Nadzoru

- **Powołanie Koalicji Partnerów**

Kapitał żelazny, to także idące za nim idee. Wokół nich chcemy stworzyć **Koalicję Partnerów**, która skupiać będzie organizacje z różnych obszarów działania, w oparciu o pojęcie racji stanu i wspólne wartości

- **Sieć społeczna - Szwadron historii**

Kapitał społeczny to przede wszystkim ludzie - Darczyńcy, którzy dokonują wpłat i pomagają w jego budowie.

- **Sieć biznesowa - Lista 300**

Stworzenie mocnych fundamentów Kapitału Żelaznego wymaga zaangażowania biznesu - firm, spółek państwowych jak i prywatnych.

- **Działania komunikacyjno - networkingowe**

By budowa Kapitału Żelaznego przebiegała zgodnie z planem wymagane są aktywne działania komunikacyjne, które doprowadzą do rozpromowania idei kapitału w społeczeństwie. Jak i również networkingowe służące nawiązaniu i utrzymaniu relacji z

siecią społeczną i biznesową. Specyfika tych działań została opisana w sekcji dotyczącej Strategii Komunikacyjnej

---

## **STRUKTURA ORGANIZACYJNA KAPITAŁU ŻELAZNEGO**

Kluczowym elementem w strukturze jest zespół odpowiedzialny za budowę kapitału - **zespół ds. Kapitału żelaznego**. Zespół składa się z Zarządu Fundacji, Dyrektora Fundacji oraz koordynatora ds. Marketingu i promocji.

Podział zadań w zespole jest następujący:

**Zarząd Fundacji** - pełni funkcje zarządcze. Wyznacza zadania, oraz nadzoruje ich wykonanie przez Zespół. Z racji posiadanego wykształcenia oraz doświadczenia zawodowego przez członków Zarządu bierze bezpośredni udział w kreowaniu programu budowy Kapitału Żelaznego.

**Dyrektor Biura Fundacji** - Koordynuje pracami zespołu, w szczególności w kwestiach finansowo-strategicznych. Działa również aktywnie w obszarze fundraisingu opracowując ścieżkę pozyskiwania i co ważne utrzymywania darczyńców

**Koordynator ds. Promocji i Marketingu** - we współpracy z Dyrektorem koordynuje całość prac zespołu. Odpowiada za całość działań komunikacyjnych związanych z budową Kapitału Żelaznego.

---

## **Dokumentacja administracyjno - finansowa**

Kolejnym zadaniem zespołu będzie stworzenie dokumentacji administracyjno-finansowej kapitału żelaznego, obejmującej przede wszystkim prawne i finansowe aspekty jego utworzenia.

Dokumentacja określać będzie przede wszystkim to, w jaki sposób będą gromadzone środki, tzn. sposoby ich pozyskiwania. Jednakże zasadniczym jej elementem będzie **strategia inwestycyjna**. Określać ona będzie sposoby inwestowania zgromadzonych

źródeł czyli tzw. **portfel inwestycyjny**, a także co ważne jego dywersyfikację, tak by inwestowanie było bezpieczne i skuteczne. Fundacja zamierza dokonywać inwestycji przede wszystkim w obligacje i inne instrumenty finansowe o niskim lub umiarkowanym profile ryzyka.

Dokumentacja będzie zawierała procedury prawne związane z inwestowaniem, a także zasady dotyczące tzw. reinwestowania. Wyznaczać będzie ramy stosowania tych procesów.



## STRATEGIA INWESTYCYJNA

Strategia inwestycyjna określa przede wszystkim sposób pozyskiwania środków na Kapitał Żelazny oraz ich inwestowania, tak by przynosiły zyski, z których prowadzona będzie działalność statutowa organizacji w obrębie projektów z zakresu obszaru **Think Tank**. Strategia określa również strukturę finansową Kapitału Żelaznego

### Struktura finansowa Kapitału Żelaznego

Środki zgromadzone w Kapitale Żelaznym pochodzą będą z darowizn. Początkowo wszystkie wpłaty do osiągnięcia progu 50 000 zł będą gromadzone na Kapitale Zapasowym (rezerwowym). Po osiągnięciu tego progu każda z wpłat na konto Fundacji będzie podlegać decyzji Zarządu o przekazaniu jej na Kapitał Żelazny lub Kapitał

Zapraszamy, chyba, że darczyńca w wystosowanym oświadczeniu wskaże inne wykorzystanie środków przez Fundację. Po przekazaniu środków na Kapitał Żelazny podlegać one będą inwestycji,

Darowizny przeznaczone na Kapitał Żelazny otrzymane w ciągu roku ujmowane będą jako przychód danego roku, a w kolejnym roku obrotowym po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego przez Komitet Nadzoru przenoszone będą na Kapitał.

Fundacja planuje poprzez swoje działania fundraisingowe zebrać Kapitał Żelazny w kwocie **10 000 000 zł**.

### **Inwestowanie Kapitału**

Stanowiące Kapitał Żelazny środki finansowe nie będą wydawane ani w inny sposób i przeznaczone bezpośrednio na realizację celów Fundacji; będą w całości inwestowane, z zachowaniem przepisów określających warunki zwolnienia od podatku dochodowego, nabywania papierów wartościowych i innych instrumentów przez organizacje pożytku publicznego, w szczególności przez nabywanie:

- a) obligacji Skarbu Państwa, bonów skarbowych oraz obligacji komunalnych
- b) papierów wartościowych i innych instrumentów finansowych nabywanych i zdeponowanych na odrębnym rachunku prowadzonym przez uprawniony podmiot (firmę inwestycyjną)
- c) jednostek uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych.

### **Bezpieczeństwo ważniejsze niż rentowność**

Fundacja będzie dywersyfikować i różnicować inwestycje, tak by zachować bezpieczeństwo inwestowanych środków. Stąd też **portfel inwestycyjny** będzie dość szeroki. Większość inwestycji będzie prowadzonych w obszarze obligacji bankowych i rządowych poprzedzonych indeksowaniem inflacją. Część środków zostanie także zainwestowanych w krótkoterminowe instrumenty finansowe. W zakresie obligacji każdym przypadku, gdy rating danego emitenta spadnie poniżej wymaganego poziomu,



Fundacja niezwłocznie podejmuje działania mające na celu utrzymanie wysokiego bezpieczeństwa zainwestowanych środków.

### **Stopa zwrotu z inwestycji i ich przeznaczenie**

Fundacja przyjmuje iż **stopa zwrotu** z inwestowania Kapitału Żelaznego z uwzględnieniem corocznych zmian na rynku kapitałowym, obejmującym także zmiany wysokości stóp procentowych i wahaniami inflacji będzie wynosić średnio **3%**.

Środki uzyskane ze zwrotu będą przeznaczone na realizację celów statutowych Fundacji, w ramach **Modułu Think Tank**, który stanowi główną część działalności Fundacji. Fundacja przeznaczy **100% zysku** z inwestycji Kapitału na realizację działań w tym zakresie.

---

### **Organy wsparcia i nadzoru**

Kapitał Żelazny musi mieć oparcie w osobach, które gwarantują jego powagę i skuteczność. Do tego celu stworzona będzie **Rada Ambasadorów, Rada Ekspertów oraz Komitet Nadzoru**.

**Radę Ambasadorów** tworzyć będzie ośmiu przedstawicieli ze świata nauki i biznesu. Ich celem będzie prowadzenie działań z tzw. orędownictwa na zewnątrz prowadząc do wzmocnienia wizerunku Fundacji oraz zachęcania swoim autorytetem do wsparcia finansowego Fundacji i jej Kapitału Żelaznego.

Ponadto drugim organem udzielającym wsparcia będzie **Rada Ekspertów**. Zasiadywać w niej będą osoby wykazujące się innowacyjnym podejściem do działań w sferze przede wszystkim finansowej, a także doświadczeniem i wiedzą w zakresie inwestowania. Rada Ekspertów służyć będzie wsparciem doradczym dla Zarządu Fundacji w tym właśnie zakresie z uwzględnieniem wskazywania miejsc dokonywania inwestycji środków pochodzących z Kapitału Żelaznego.

Przede wszystkim ciało to ma wypełniać lukę w obszarze, w którym Fundacja dotychczas nie działała, czyli obszarze gromadzenia i inwestowania środków finansowych.

**Komitet Nadzoru** to statutowy kolejalny organ Fundacji, powoływany (i odwoływany) jest przez Radę Fundacji na okres bezterminowy, aż do odwołania. Do głównych działań Komitetu należy wybieranie i odwoływanie członków Zarządu, ale także prowadzenie kontroli w obszarze działań merytorycznych i finansowych. Zadaniem Komitetu będzie także prowadzenie działań nadzorczych w ramach Kapitału Żelaznego.

---

## Koalicja Partnerów

Ważnym aspektem przy powstawaniu Kapitału żelaznego będzie równoległe powstawanie wokół niego Koalicji Partnerów.

Koalicja ta będzie budowana dwutorowo:

✧ W oparciu o pojęcie **Racji stanu**. Członkami Koalicji staną się organizacje uzupełniające Fundację na płaszczyznach, którymi nie zajmuje się ona bezpośrednio, jak na przykład energetyka, bezpieczeństwo, prawo.

✧ W oparciu o wspólne **Wartości**. Zaproszone do współtworzenia Koalicji będą środowiska, które będą gromadzone i integrowane podczas corocznego cyklu wydarzeń

### **Przełądu Przeszłość/Przyszłość.**

Fundamentalnym celem koalicji jest zebranie środowiska wokół polskiej racji stanu i wspólnych wartości, łącznie z promowaniem polskiej historii. Środowisko to wzmocni ideowy i merytoryczny komponent Kapitału Żelaznego, co przełoży się także na efekty finansowe zwiększając jego wartość, a co za tym idzie umożliwiając pełną realizację projektów z modułu think tank.

## Sieć społeczna - Szwadron Historii

Sieć społeczna to w naszej marketingowej nomenklaturze **Szwadron Historii**. Będą to osoby fizyczne w liczbie około 1000 osób, posiadające wspólne z naszymi wartości, które mogą i chcą wspierać naszą działalność finansowo w sposób cykliczny mniejszymi wpłatami.

Dołączając do Szwadronu Historii Darczyńca może wybrać jedną z dwóch form członkostwa o **randze wyższej i niższej**

Pierwsza forma to członkostwo ogólne - **w randze wyższej**. Taka forma wiąże się z większym udziałem finansowym, ale również z większym zakresem świadczeń benefitowych.

Druga forma to wybór jednej z czterech rang członkostwa **w randze niższej**. Każda z nich przyporządkowana jest do obszaru działalności Fundacji z modułu **Think tank**. Wybierając konkretną formę Darczyńca otrzymuje pakiet świadczeń dotyczący konkretnego projektu.

### Benefity dla Darczyńców

Osoby, które zdecydują się zostać członkiem Szwadronu powinny zostać docenione także benefitami. Oczywiście zależą one będą od formy wsparcia i wysokości świadczenia finansowego.

#### Przykładowe benefity dla rangi wyższej:

- Złota karta biblioteczna
- Przedpremierowa dostawa wydawanych przez Fundację książek
- Zaproszenia VIP na galę Przeglądu Przeszłość/Przyszłość
- Notka o udzielonym wsparciu w publikowanych raportach
- Rabaty do 30 % na udział w projektach/wydarzeniach NFH

#### Przykładowe benefity dla rangi niższej:

- Karta biblioteczna
  - Rabat 15% na wydawane przez Fundację publikacje
  - Zaproszenia na Przegląd Przeszłość/Przyszłość
  - Rabaty do 15% na udział w projektach/wydarzeniach NFH
- 

## **Sieć biznesowa - lista 300**

Istotnym komponentem Kapitału Żelaznego budowanego przez fundację będzie sieć biznesowa oparta na liście 300. Zaangażowanie indywidualnych darczyńców jest ważne, ale to firmy są w stanie przekazać znacznie większe pieniądze na rozwój naszej działalności.

Członkostwo w sieci biznesowej Fundacji również będzie wiązać się z benefitami. Jednakże będą one ustalane indywidualnie w toku negocjacji z poszczególnymi firmami.

Benefity te mogą przyjąć różną formę. Jedną z form jest nadawanie firmom zaangażowanym w rozwój Fundacji (w tym także budowę kapitału żelaznego) tytułów Partnera Strategicznego, Mecenasa jednego z projektów itp.

Chcemy, by współpraca opierała się na wzajemnym zaufaniu, ale także na zaangażowaniu nie tylko finansowym, ale również i marketingowym w myśl Społecznej Odpowiedzialności Biznesu oraz zasad ESG.

---

## **Lokal Fundacji jako część Kapitału Żelaznego**

W związku z uzyskaniem środków pieniężnych na zakup nieruchomości Fundacja zyskała możliwość nabycia lokalu użytkowego. Po jego nabyciu (krok 1) oraz przeprowadzeniu remontu i przysposobienia (krok 2) w roku 2023 kiedy lokal ten zostanie przeznaczony do użytkowania, stanie się zaczątkiem i podstawą Kapitału Żelaznego.

Aktywo to będzie stanowić podwalinę Kapitału, natomiast jego wartość nie będzie przeznaczona do inwestowania.

---

## **Harmonogram budowy Kapitału Żelaznego na lata 2020 - 2025**

Działania przygotowawcze do budowy kapitału żelaznego wymagają przygotowania harmonogramu prac od zagadnień administracyjnych po komunikacyjne i networkingowe.

1. Poniżej prezentujemy wstępny harmonogram roboczy na lata 2020 - 2022
  2. Działania rebrandingowe. Przygotowanie nowej identyfikacji wizualnej. IX - XII 2020
  3. Przygotowanie Strategii Fundacji. I - VII 2021
  4. Przygotowanie Strategii Komunikacyjnej Fundacji. V - X 2021
  5. Działania networkingowe w ramach Przeglądu Przeszłość / Przyszłość. V - VIII 2021
  6. Przygotowywanie Programu Budowy Kapitału Żelaznego. VIII - XII 2021
  7. Działania wstępne nad dokumentacją administracyjną Kapitału Żelaznego VIII- XI 2021
  8. Realizacja kampanii promocyjnej #PoznajNasząHistorię. XI - XII 2021
  9. Realizacja kampanii promocyjnej #MocHistorii. I- XII 2022
  10. Prowadzenie działań networkingowych (realizacja spotkań). I - XII 2022
  11. Przygotowanie dokumentacji administracyjnej Kapitału Żelaznego. I - VI 2022
  12. Realizacja kampanii fundraisingowej zbierającej środki na remont lokalu. IX-XII 2022
  13. Powołanie Rady Ambasadorów i Rady Ekspertów. X-XII 2022
  14. Budowa Kapitału Żelaznego - zbieranie darowizn. 2023 - 2025
-

## PODSUMOWANIE

Program Budowy Kapitału Żelaznego to dokument, który prezentuje wizję działania Fundacji na najbliższe lata. Całość programu oparta jest o misję Fundacji oraz katalog wartości, które precyzują kierunek działań.

Struktura działalności organizacji bazuje na Module Think Tank, Module Innowacyjnej Działalności Edukacyjnej oraz obejmującym to wszystko klamrą projekcie Przeszłość / Przyszłość. Wszystkie te działania realizowane są przez zespół pracowników Fundacji podlegający Zarządowi.

Sposoby i cele realizacji działań Fundacji określa Strategia Fundacji, stworzona w drodze dialogu pracowników organizacji. Strategia określa cele strategiczne, operacyjne oraz strukturalne na lata 2022-2025. Jest zatem dokumentem horyzontalnym. W strategii określone są również kluczowe czynniki sukcesu oraz baza finansowa i społeczna Fundacji z określeniem silnych i słabszych stron.

Obszar związany z promocją i marketingiem określa szeroko rozbudowana Strategia Komunikacyjna uwzględniająca jednak tylko 2022 rok, co jest celowym zabiegiem, gdyż w burzliwym świecie mediów i dynamicznym rozwoju Fundacji ten element będzie co roku aktualizowany. Strategia ta również ma określone swoje cele ogólne, jak i dotyczące każdego z projektów, a także wskaźniki KPI, które będą obrazować efekty działań promocyjnych.

Program zawiera oczywiście sekcje ściśle poświęconą idei Kapitału Żelaznego, gdzie opisana jest jego struktura, począwszy od zagadnień organizacyjnych związanych z zarządzaniem Kapitałem, jego struktury administracyjno-finansowej, jak i zagadnień związanych z budową sieci społecznej i biznesowej stanowiącej istotną część Kapitału. Ważnym elementem w tej części dokumentacji jest Strategia inwestycyjna, która określa działania związane z pozyskiwaniem środków na Kapitał oraz ich inwestowaniem.

Całość dokumentacji programu wieńczy ramowy harmonogram działań na lata 2020 - 2025, który jest jednocześnie bieżącym planem pracy w zakresie budowy Kapitału Żelaznego. Co roku będzie on aktualizowany w oparciu o efekty działań i doświadczenia z lat poprzednich.

Podsumowując Program Budowy Kapitału Żelaznego na lata 2022-2025 jest pierwszym tak istotnym dokumentem w działalności Fundacji. Należy podkreślić, że program zawiera strategię i elementy, przez które przenikają wszystkie agendy aktywności organizacji. Sam proces tworzenia dokumentacji pozwolił zarysować wizję dążenia do utworzenia Kapitału Żelaznego, który w przyszłości stanie się nie tylko instrumentem zabezpieczającym płynność finansową Fundacji, ale również jej trwałym elementem, wokół którego budowana będzie opowieść o polskiej historii i jej postrzeganie w kraju i na świecie.



**Działanie sfinansowane ze środków Narodowego Instytutu Wolności - Centrum  
Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Rządowego Programu Rozwoju  
Organizacji Obywatelskich na lata 2018-2030**