

CROWDFUNDING

Vodič za grupno finansiranje
lokalnih inicijativa





CROWDFUNDING



**Vodič je izradio Luka Božović, Loud Crowd asocijacija,
uz podršku Izvršne kancelarije NALED-a.**

SADRŽAJ

UVOD	4
UVOD U CROWDFUNDING	5
UČESNICI U PROCESU CROWDFUNDING-a.....	6
VRSTE CROWDFUNDING-a.....	6
ELEMENTI USPEŠNE KAMPANJE	7
CROWDFUNDING U SRBIJI	8
GRAĐANSKI CROWDFUNDING I ULOGA LOKALNIH SAMOUPRAVA	9
PLATFORME ZA GRAĐANSKI CROWDFUNDING I PRIMERI KAMPANJA	11
RESURSI ZA DALJE ČITANJE	14



VODIČ ZA GRUPNO FINANSIRANJE LOKALNIH INICIJATIVA





UVOD

Vodič za crowdfunding je namenjen institucijama, ustanovama, lokalnim samoupravama, udruženjima, javno komunalnim preduzećima, preduzetnicima, kao i pojedincima koji rade na unapređenju ekonomskog i društvenog razvoja lokalnih zajednica iz kojih potiču.

Misija ovog vodiča je da pruži podršku lokalnim zajednicama da steknu znanje o alternativnom načinu prikupljanja sredstava za svoje ideje, projekte i kampanje uz pomoć zajednice.

Vodič je pripremljen u okviru projekta "Alternativno finansiranje i donacije za lokalne zajednice u Srbiji" koji je omogućilo Nemačko savezno ministarstvo za privrednu saradnju i razvoj (BMZ) kroz Nemačko-srpsku inicijativu za održivi rast i zapošljavanje.

Projekat realizuje NALED, zajedno sa asocijacijom Loud Crowd čija je misija razvoj crowdfunding-a u Srbiji i pružanje podrške idejama, inicijativama i projektima koji imaju potencijal za razvoj i kreirani su za opšte dobro.

CROWDFUNDING



UVOD U CROWDFUNDING

Crowdfunding ili grupno finansiranje je način finansiranja projekata kroz veliki broj pojedinačnih finansijskih priloga manjeg ili većeg iznosa, putem internet platformi. Umesto da se novac neophodan za realizaciju neke ideje dobije iz jednog izvora ili od više velikih donatora, u crowdfunding-u se oslanja na snagu i brojnost zajednice. Ovo je način finansiranja projekata u kome svi koji su zainteresovani da se projekat realizuje, svojim donacijama u novcu pomažu da do toga i dođe.

Crowdfunding je sve popularniji alternativni način finansiranja različitih inicijativa u Srbiji. U prethodnom periodu su različite kampanje iz oblasti video igara, filma, dizajna, socijalnog preduzetništva i sličnih oblasti uspešno prikupile potrebna sredstva za realizaciju svojih ideja. Iznosi koji su prikupljeni za realizaciju projekata kreću se u rasponu od par hiljada evra do preko 300.000 evra koliko je prikupila jedna od najuspešnijih kampanja u Srbiji.

Do sada je u Srbiji sprovedeno više crowdfunding kampanja koje se fokusiraju na podršku i razvoj lokalnih zajednica u različitim oblastima, neki od primera su: osnivanje kulturnih centara¹, uređenje prostora², pa čak i kupovina prostora³ ili uvođenje grejanja⁴. Česte su i kampanje iz oblasti ekologije i zaštite životne sredine poput sadnje stabala⁵. Tokom pandemije koronavirusa koja je počela 2020. godine aktuelno je bilo i mnogo kampanja iz oblasti zdravstva, od šivenja maski za zdravstvene radnike⁶ do inovacija u borbi protiv virusa⁷.

1) Donacije.rs, „Podržimo otvaranje prve nezavisne kulturne stanice K3 u Novom Knaževcu“, Catalyst Balkans, <https://www.donacije.rs/projekat/kulturna-stanica-k3/> (preuzeto 05.05.2021.)

2) Donacije.rs, „Opreмимо alternativni kulturni centar u Kosjeriću“, Catalyst Balkans, <https://www.donacije.rs/projekat/alternativni-kulturni-centar-kosjeric/> (preuzeto 05.05.2021.)

3) Donacije.rs, „Sačuvajmo prostor za decu i mlade iz Sonte“, Catalyst Balkans, <https://www.donacije.rs/projekat/cekos/> (preuzeto 05.05.2021.)

4) Donacije.rs, „Zagrejmo gnezdo: Ne dopustimo da jedini centar alternativne kulture u Kruševcu spava zimskim snom“, Catalyst Balkans, <https://www.donacije.rs/projekat/zagrejmo-gnezdo/> (preuzeto 05.05.2021.)

5) Donacije.rs, „Obogatimo Kragujevac novim sadnicama stabla“, Catalyst Balkans, <https://www.donacije.rs/projekat/kragujevac-sadnja-stabala/> (preuzeto 05.05.2021.)

6) Donacije.rs, „Obezbedimo 15000 maski za zdravstvene radnike na jugu Srbije“, Catalyst Balkans, <https://www.donacije.rs/projekat/maske-korona-jug/> (preuzeto 05.05.2021.)

7) Donacije.rs, „Srbija hakuje Koronu: Naši inovatori volonterski kreirali rešenja za ugrozene od Korone, vreme za sledeću fazu“, Catalyst Balkans, <https://www.donacije.rs/projekat/srbija-hakuje-koronu/> (preuzeto 05.05.2021.)



VODIČ ZA GRUPNO FINANSIRANJE LOKALNIH INICIJATIVA





CROWDFUNDING

Prvi poznati slučaj crowdfunding-a, odnosno nečega što podseća na današnji model, pokrenuo je niko drugi do čuveni Wolfgang Amadeus Mocart. On je finansirao izvođenje svojih koncerata prikupljanjem donacija od zainteresovanih ljubitelja muzike koji su zauzvrat dobijali na poklon njegove rukopise. Drugi poznati istorijski primer je sakupljanje sredstava od građana za izgradnju postamenta za Kip slobode u Njujorku, koji je francuski narod poklonio građanima SAD-a. Za začetak crowdfunding-a na internetu zaslužna je muzička industrija i britanski bend Marillion koji je na taj način prikupio sredstva za svoju turneju 1997. godine, a potom i za snimanje albuma.

UČESNICI U PROCESU CROWDFUNDING-A

Postoje tri glavna učesnika u crowdfunding kampanji. Prvi učesnik je autor kampanje, dakle neko ko organizuje kampanju i prikuplja sredstva za realizaciju svog projekta. Autor kampanje se obraća drugom učesniku procesa – backer-u odnosno backer-ima (podržavaocima). Backer-i su ljudi koji svojim novčanim donacijama podržavaju određeni projekat i autora kampanje. Ceo proces se odvija na internetu, putem crowdfunding platforme koja je treći učesnik u procesu i posrednik između autora kampanje i backer-a.

VRSTE CROWDFUNDING-A

Donacijski crowdfunding je najjednostavniji oblik. Backer-i doniraju određenoj kampanji i ne očekuju ništa zauzvrat. S obzirom na to da su ove kampanje često humanitarnog karaktera, backer-i se vode altruističkim motivima prilikom odluke da podrže neku kampanju.

Nagradni crowdfunding podrazumeva da backer-i za svoju finansijsku podršku od autora kampanje zauzvrat dobijaju neku vrstu nagrade. U ovom slučaju, motivisani su benefitom u vidu nagrade, a obično je u pitanju nešto što će nakon kampanje biti nedostupno, ili skuplje u slobodnoj prodaji, ili što može da ima sentimentalnu vrednost.

Investicijski crowdfunding ili crowdfunding je ulaganje finansijskih sredstava u kampanju, dok zauzvrat računaju na dobit od kamate. Na ovakav način autor kampanje može da prikupi neophodna sredstva pod boljim uslovima nego što bi mu ponudila banka da kreditira svoj



poslovni poduhvat. S druge strane, backer-i, odnosno investitori, na svoj ulog dobijaju veću kamatu nego što bi im to ponudila banka ukoliko isti iznos ulože u štednju.

Equity crowdfunding ili crowdfunding baziran na udelu podrazumeva da backer-i za svoje novčane priloge postaju vlasnici udela u kompaniji čiju kampanju podrže. Uživaju dodatne privilegije poput popusta na proizvode i usluge, razne poklone, ekskluzivne ponude i sl, ali ključna motivacija je zarada. Naime, po izlasku kompanije na berzu, backer-i će ostvariti pravo na godišnju dividendu koja im sleduje kao akcionarima.

ELEMENTI USPEŠNE KAMPANJE

Ideja

Crowdfunding kampanje traže formiranu ideju, koja je jasna i razrađena do detalja. Važno je da onima koji žele da doniraju bude jasno za šta daju novac. Ideju je potrebno predstaviti što bolje kroz pričanje priče (storytelling) koja će izazvati emociju kod potencijalnih backer-a, i privući ih da učestvuju u kampanji.

Budžet

Planiranje budžeta je ključno i mora da sadrži i administrativne i sve druge troškove nastale tokom kampanje. Precizan budžet treba da bude transparentan i dostupan svima. Backer-i vole da znaju na šta će se trošiti novac kojim podržavaju određenu kampanju kako bi procenili da li će izdvojiti sredstva za podršku.

Kampanja

Dobre kampanje imaju jasnu ideju odnosno projekat za koji prikupljaju sredstva, zatim plan, koncept, ključne poruke, i jasan i realan vremenski okvir. Kampanja je pre svega marketinški ali i poslovni poduhvat. Zato je važno posvetiti pažnju i jednom i drugom aspektu crowdfunding kampanje. Dobar menadžment kampanje bez dobrog marketinga neće dati željene rezultate odnosno neće dovesti do uspeha kampanje.


Platforma

Izbor platforme važan je za uspešnu kampanju, a različite platforme su fokusirane na različite vrste projekata. Izbor platforme zavisi od više faktora. Recimo, jedna od važnih stvari je proveriti uspeh sličnih kampanja na različitim platformama, ali je takođe važno upoznati se



VODIČ ZA GRUPNO FINANSIRANJE LOKALNIH INICIJATIVA





sa opcijama koje platforma nudi autorima kampanja kao i provizijom koju naplaćuje za svoju uslugu.

Procedure

Tehničke, bankarske i poreske procedure i troškovi igraju važnu ulogu u svakoj kampanji i treba se na vreme upoznati sa njima. Između ostalog, ovo će sprečiti nepredviđene troškove u kasnijim fazama realizacije ideje koji mogu da dovedu do problema.

Zajednica

Glavni element uspeha svake crowdfunding kampanje je zajednica, odnosno ona grupa ljudi koje je određena ideja okupila. Razvijena i izgrađena zajednica koja ima benefit od realizacije određenog projekta je osnov uspešne crowdfunding kampanje. Bez nje, šanse za uspeh su gotovo nepostojeće i zato razvoju zajednice treba posvetiti najviše pažnje. Za početak može se krenuti od porodice, prijatelja, klijenata i poslovnih partnera.

CROWDFUNDING U SRBIJI

Crowdfunding je prisutan u Srbiji skoro od samog početka i otvaranja prvih velikih crowdfunding platformi, ali je broj kampanja daleko manji, kao i količina prikupljenih sredstava. Rast počinje 2017. godine kada su za svega godinu dana autori kampanja iz Srbije prikupili oko 700.000 dolara, što je više nego što je ukupno prikupljeno od 2012. do 2017. Stopa uspešnosti kampanja iz Srbije je od tada između 10% i 20%, što je ispod globalnog proseka.

Danas je teško reći koji je broj crowdfunding kampanja iz Srbije. 2018. godine su najpoznatije crowdfunding platforme promenile pravila pa je od tada nemoguće pokrenuti kampanju iz Srbije, već se to mora uraditi iz neke od zemalja u kojoj platforma posluje. To je dovelo do toga da jedan broj autora kampanja otvara kompanije u inostranstvu ili koristi usluge posrednika, pa je teško saznati da li je kampanja iz Srbije, ako to nije direktno pomenuto.

Ipak, ono što je poznato je da je bar pet crowdfunding kampanja iz Srbije prikupilo preko 100.000 dolara. U pitanju su tri kampanje koje dolaze iz oblasti gejming industrije, i dve kampanje tehnoloških startapa. Uz to, na crowdfunding platformi Patreon (koja radi na principu

obnovljivih mesečnih donacija) postoji par izrazito uspešnih kampanja azila za životinje koji mesečno prihodeju iznose veće i od 30.000 dolara.

Crowdfunding ekosistem u Srbiji se razvija tako da danas u Srbiji postoji jedna platforma za donacijski crowdfunding (Donacije.rs) i jedna platforma za investicioni crowdfunding (Ventu.rs). Nova zakonska rešenja dozvolila su i tzv. tokenizaciju što je otvorilo vrata i crowdfunding-u baziranom na inicijalnoj ponudi tokena, odnosno kriptovalute. Formirana je i radna grupa za rad na novim propisima koji bi regulisali crowdfunding.

GRAĐANSKI CROWDFUNDING I ULOGA LOKALNIH SAMOUPRAVA

Građanski crowdfunding je praksa prikupljanja sredstava od velikog broja građana za realizaciju projekata od javnog interesa koji po pravilu znače i benefit za veću grupu ljudi od one koja je podržala realizaciju.

Osim što se na ovaj način realizuju projekti od javnog značaja, benefiti ovakog pristupa su brojni. Pre svega, građani su na ovaj način uključeni u razvoj lokalne zajednice kojoj pripadaju. Oni kroz podršku kampanji na neki način i preuzimaju odgovornost za izgled svog komšiluka, kvalitet svog života i života svojih sugrađana, ili za dobrobit svoje zajednice.

Uređenje lokalnog parka, malih zelenih površina u kvartu, podrška lokalnim preduzetnicima ili socijalnim preduzećima, uređenje sportskih terena, podrška omladinskim projektima i slično predstavljaju dobre primere građanskog crowdfunding-a.

Lokalna samouprava može biti učesnik u građanskom crowdfunding-u, a za svoj angažman na raspolaganju ima različite modalitete u zavisnosti od mogućnosti koje pruža zakonodavni okvir.

Lokalna samouprava kao (ko)autor kampanje

U onim državama gde zakonodavni okvir to dozvoljava (kao što su na primer SAD, Nemačka ili Velika Britanija), lokalna samouprava (ili lokalne institucije i preduzeća) može da pokreće crowdfunding kampanje.



VODIČ ZA GRUPNO FINANSIRANJE LOKALNIH INICIJATIVA





CROWDFUNDING

U Srbiji zakonodavni okvir ne zabranjuje izričito ovakve aktivnosti lokalne samouprave, ali zbog nedostupnosti inostranih i domaćih platformi, ovo nije moguće. Ove kampanje se tiču projekata od javnog interesa i traže podršku od građana koji su i krajnji korisnici. Kako bi ovakve kampanje bile moguće nije važno samo da zakonodavni okvir bude povoljan i dozvoljava ovakvu aktivnost, već je važniji stepen poverenja građana u institucije.

Lokalna samouprava može pokrenuti u saradnji sa lokalnim udruženjima zajedničku kampanju i da im pruži direktnu finansijsku podršku. To podrazumeva da postoji deo budžeta lokalne samouprave određen za ovu namenu kao i jasna i transparentna procedura kako se taj deo budžeta koristi i troši. Zakonodavni okvir ne isključuje ni ovu mogućnost, ali nedostatak direktne regulacije sprečava lokalne samouprave da doniraju sredstva na ovaj način. Na primer, lokalna samouprava može da dodeli određeni iznos svim kampanjama koje prikupe ciljani iznos, ili da duplira ta sredstva, ili da podršku uslovi određenim brojem backer-a iz lokalne zajednice. Veliki benefit ovakvog pristupa je što uslovima koje postavi za davanje finansijske podrške, bilo da je određeni broj backer-a sa teritorije lokalne samouprave, ili da kampanja bude uspešna, lokalna samouprava zapravo obezbeđuje potvrdu da jedan broj ljudi želi da se ideja realizuje što opravdava i finansijsku podršku iz budžeta.

Lokalna samouprava kao vlasnik platforme

Još jedna od opcija za lokalnu samoupravu je da pokrene sopstvenu platformu za građanski crowdfunding koja bi bila namenjena projektima koji dolaze iz lokalne zajednice. Na ovaj način bi lokalna samouprava omogućila dodatni pristup finansijskim lokalnoj zajednici.

U ovakvom okruženju lokalna samouprava može i da radi na promociji projekata lokalnim privrednicima i filantropima i pozove ih da daju finansijsku podršku projektima na platformi. Platforme koje su u vlasništvu lokalne samouprave bi trebalo da budu prilagođene uslovima koje ima najveći broj korisnika, da ne uzimaju proviziju, i budu fokusirane isključivo na lokalni razvoj.

Lokalna samouprava kao finansijer platforme

Ukoliko ne želi ili nema kapaciteta da operativno vodi svoju crowdfunding platformu, lokalna samouprava može da podrži rad lokalne



crowdfunding platforme na način da neki drugi profitni ili neprofitni subjekt operativno vodi platformu, dok ona pruža punu ili delimičnu finansijsku podršku iz budžeta lokalne samouprave.

Lokalna samouprava kao promoter kampanja

Lokalne samouprave mogu pružiti podršku u promociji kampanja isticanjem na svom na sajtu i dodatnim pozivom građanima, privredi, ali i međunarodnoj zajednici i donatorima da pomognu u realizaciji kampanja od značaja za njihovu zajednicu.

Lokalna samouprava kao primalac investicije

U nekim državama postoji i jedna vrsta građanskog crowdinvesting-a. On se sastoji u tome što lokalna samouprava ili određena institucija pokrenu crowdinvesting kampanju u kojoj od građana traže pozajmicu za realizaciju nekog projekta, koju na kraju vraćaju uz kamatu.

PLATFORME ZA GRAĐANSKI CROWDFUNDING I PRIMERI KAMPANJA

Građanski crowdfunding je sve rasprostranjeniji u Evropi, SAD i Kanadi, a primeri platformi koji ga omogućuju i uloge lokalne samouprave su različiti. Uloga lokalne samouprave je negde veća, negde manja, pristup se razlikuje, učešće drugih zainteresovanih strana je takođe različito, a svi primeri dali su zanimljive rezultate.

Donacije.rs

www.donacije.rs

Jedina domaća crowdfunding platforma namenjena je neprofitnim subjektima i većina projekata koji se lansiraju na njoj dolaze iz lokalnih zajednica. U kampanjama na ovoj platformi retko se prikupe visoki iznosi, ali je zato većina projekata uspešna.

Inicijativa Crveni bedževi prikupila je na ovoj platformi 480.000 dinara za postavljanje semafora zagađenja na javnom mestu u Smederevu. Kako bi građani znali kada im je zdravlje ugroženo i kako bi se podigla svest o opasnosti od zagađenja vazduha, ovaj semafor će prikazivati informacije o kvalitetu vazduha u realnom vremenu.



VODIČ ZA GRUPNO FINANSIRANJE LOKALNIH INICIJATIVA





CROWDFUNDING

Spacehive

www.spacehive.com

Britanska crowdfunding platforma namenjena lokalnim zajednicama koja postoji skoro 10 godina. Platforma je poznata i po partnerstvu sa kancelarijom gradonačelnika Londona⁸ koje je nazvano Crowdfund London, a reč je o prvoj inicijativi te vrste na svetu.

„Gaji sam“ je zanimljiva crowdfunding kampanja za uređenje urbane bašte između stambenih objekata u jednom delu Londona. Gradonačelnik Londona je podržao kampanju sa nešto više od 4.000 funti. [Link: www.spacehive.com/grow-lewisham](http://www.spacehive.com/grow-lewisham)

Growfunding

www.growfunding.be

Belgijska platforma za građanski crowdfunding sa fokusom na projekte koji jačaju društvenu koheziju i vode se principima održivog rasta i razvoja i ostvaruju pozitivni društveni uticaj na lokalnu zajednicu. Kompanija koja stoji iza platforme donira 10% ciljanog iznosa svim kampanjama kao svoj doprinos pozitivnim društvenim promenama. Takođe, lokalne vlasti kofinansiraju platforme namenjene pojedinačnim gradovima. U ovom trenutku platforma ima izdvojene sekcije za četiri grada (Brisel, Antwerpen, Leven i Gent).

Crowdfunding kampanja za izgradnju lokalne stolarske radionice u kojoj se koriste odbačeni materijali je na ovoj platformi prikupila više od 12.000 evra kako bi počela sa radom i pružanjem usluga lokalnoj zajednici.

[Link: www.growfunding.be/en/projects/buurman](http://www.growfunding.be/en/projects/buurman)

Patronicity

www.patronicity.com

Platforma za građanski crowdfunding pokrenuta u Detroitu specifična po tome što se primarno bavi javnim prostorima odnosno njihovim uređenjem, prenamenom, i revitalizacijom.

8) Spacehive, page: About Spacehive, <https://about.spacehive.com/case-studies/mayor-of-london/> (preuzeto 05.05.2021.)



Kampanja za uređenje velikog parka sa igralištima i sadržajem za decu u gradu Munci u Indijani koji ima nešto više od 60.000 stanovnika prikupila je oko 46.000 dolara na ovoj platformi. Ostatak sredstava potrebnih da se uredi park dobijeno je kao kofinansiranje od lokalne razvojne agencije.

Link:

www.patronicity.com/project/halteman_park_playground#!/

Voor Je buurt

www.voorjebuurt.nl

Holandska crowdfunding platforma namenjena građanskom crowdfunding-u koja omogućava da se kampanja podrži finansijski, ali i u ekspertizi ili robi. Kako bi osnažila autore kampanja iz lokalnih zajednica i podigla šanse za uspeh njihovih kampanja ova platforma im nudi i učešće u edukativnim programima.

Lokalna inicijativa za smanjenje otpada od hrane kroz prikupljanje viška hrane od građana posebnim biciklom, a onda i pripremu obroka od te hrane finansirala je opremanje kuhinje na ovoj platformi. Prikupljeno je oko 5.000 evra.

Link:

voorjebuurt.nl/en/initiatives/activities/details/funding/3012/help-ons-amsterdamse-buurtbuiken-vullen

Leih Deiner Stadt Geld

www.leihdeinerstadtgeld.de/

Platforma za građanski crowdfinancing u Nemačkoj bazirana na ulaganju ali u javne projekte odnosno projekte povezane sa lokalnom zajednicom. Kroz ovu platformu građani mogu da ulože iznos od najmanje sto evra u projekte lokalne samouprave, a zauzvrat mogu da očekuju povrat u vidu kamate.

Na ovoj platformi je pokrenuta kampanja za modernizaciju opreme vatrogasne stanice grada Estrih-Vinkel koji ima svega 12.000 stanovnika, a za ovu namenu je prikupljeno više od 80.000 evra investicija.

Link: www.leihdeinerstadtgeld.de/oestrich-winkel



VODIČ ZA GRUPNO FINANSIRANJE LOKALNIH INICIJATIVA



RESURSI ZA DALJE ČITANJE

Crowdfunding je savremen način prikupljanja sredstava za realizaciju projekata i razvija se brzo. Promene su relativno česte pa treba ostati u toku sa trendovima. Ključni izvor za učenje o crowdfunding-u u Srbiji je portal crowdfunding.rs.

Crowdfunding.rs je jedini portal u Srbiji i regionu specijalizovan za crowdfunding koji prati trendove u oblasti grupnog finansiranja, kako u Srbiji tako i u svetu. Takođe, na portalu se može pristupiti i bazi znanja koja sadrži video i tekstualni materijal o crowdfunding-u. Blog na ovom portalu je mahom fokusiran na savete za nagradni crowdfunding, ali je dobar deo tekstova lako primenljiv i na građanski crowdfunding.

Inspiracija za građanski crowdfunding može se naći i na blogovima platformi namenjenih za ovu vrstu crowdfunding-a. Platforma ioby (In Our Backyards - U našim dvorištima) na svom blogu predstavlja projekte sa platforme kao i ideje za kampanje građanskog crowdfundinga koje podržavaju razvoj lokalne zajednice.

CROWDFUNDING



VODIČ ZA GRUPNO FINANSIRANJE LOKALNIH INICIJATIVA



Vodič je pripremljen u okviru projekta „Alternativno finansiranje i donacije za lokalne zajednice u Srbiji“ koji je omogućilo Nemačko savezno ministarstvo za privrednu saradnju i razvoj (BMZ) kroz Nemačko-srpsku inicijativu za održivi rast i zapošljavanje. Analiza, rezultati i preporuke izneti u ovom vodiču predstavljaju mišljenje autora i ne predstavljaju obavezno i stav donatora.

Nemačko-srpska inicijativa za održivi rast i zapošljavanje
Nemanjina 4 /IV, 11000 Beograd, Srbija
www.giz.de, www.nemackasaradnja.rs, giz-serbien@giz.de

NALED
Makedonska 30/VII, 11000 Beograd, Srbija
www.naled.rs, naled@naled.rs

Udruženje Loud Crowd
Žorža Klemansoa 2, 11000 Beograd, Srbija
www.crowdfunding.rs, hello@loudcrowd.rs