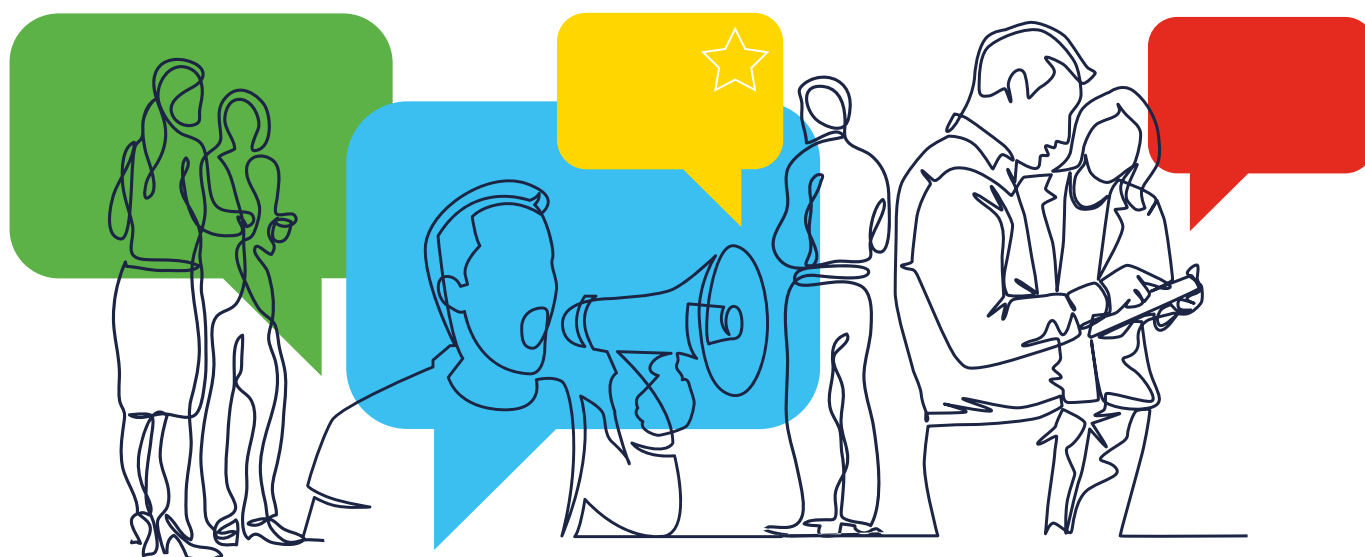




# ЕВРОПЕЙСКА ГРАЖДАНСКА ИНИЦИАТИВА

## Как да набирате средства



**НАУЧЕТЕ** – ОБСЪДЕТЕ - СВЪРЖЕТЕ СЕ - ПОТЪРСЕТЕ СЪВЕТ

## | СЪДЪРЖАНИЕ

Определяне на дневния ред на Европейския съюз	3
Начини за набиране на средства	4
Други начини за набиране на средства	7



# 1

## Определяне на дневния ред на Европейския съюз

Европейските граждани имат право да участват в демократичния живот на ЕС. Един от начините за насърчаване на участието на гражданите в политиката на ЕС е Европейската гражданска инициатива – уникален инструмент, който гражданите могат да използват, за да определят дневния ред на институциите на ЕС.

Ако граждани, организирани в група на организаторите, успеят да съберат 1 милион подписа в поне седем държави от ЕС за 12 месеца, те могат да приканят Европейската комисия, в рамките на нейните правомощия (вижте **насоките за съставяне на текста за европейска гражданска инициатива**), да предложи законодателство с цел прилагане на Договорите.

За повече подробности за процедурата, вижте **насоките относно процедурните стъпки**.

### Подготовка на европейска гражданска инициатива

Фактът, че сред регистрираните инициативи през първите пет години от съществуването на инструмента само пет успяха да съберат 1 милион подписа, показва колко важен е етапът на подготовка. За провеждането на една инициатива често са необходими различни ресурси, напр. финансови средства, човешки ресурси, ИТ поддръжка, правни съвети и преводачи. Организирането на кампания за европейска гражданска инициатива отнема значително време и ресурси.

По време на етапа на подготовка събирането на средства за разработването и провеждането на силна кампания е от изключително значение и може да бъде изпълнено с предизвикателства. За повече информация относно организирането на кампания вижте **насоките за провеждане на кампания**.

Настоящите насоки се отнасят до различните стъпки за набиране на средства за финансиране на координацията на инициативата и дейностите за нейното популяризиране.



Членовете на групата на организаторите носят солидарна отговорност за всички вреди, причинени от неправомерни действия при организирането на инициатива. Ако обаче групата на организаторите създаде юридическо лице в съответствие със законодателството на някоя от държавите в ЕС, тогава юридическото лице ще носи отговорност за вреди, причинени в резултат на организирането на инициативата.



## 2

# Начини за набиране на средства

## Необходимост от средства

Провеждането на транснационална кампания е едно от основните предизвикателства пред организаторите на европейски граждански инициативи. Както на етапа на подготовка, така и през всички етапи на процедурата са необходими значителни средства.

Първо, многоезичието в Европа означава, че трябва да преведете цялата информация за инициативата на официалните езици на държавите, в които възнамерявате да събирате изявления за подкрепа – имайте предвид, че Европейската комисия ще се погрижи за превода на описанието на инициативата. Второ, въпреки че кампанията може да се провежда от доброволци, наемането на персонал добавя още разходи. Трето, комуникацията е от решаващо значение – създаването на уебсайт, публикациите в социалните медии и организирането на прояви също са свързани с известни разходи. Четвърто, ако се нуждаете от правен съвет от адвокати, за това също може да са необходими значителни разходи. Ако организаторите решат да отпечатат документи и брошури и да използват реклама в медиите, разходите могат да нараснат още повече.

Настоятелно съветваме организаторите да обмислят долупосочените стъпки.

## Организиране на съюз

Както е посочено в насоките относно **търсенето на партньори**, не бива да започвате инициатива, без преди това да сте изградили надеждна мрежа от партньори (местни НПО и други организации) със сходни цели, които извършват дейност както на местно, така и на международно равнище. След регистрацията на инициативата групата на организаторите има срок от шест месеца, за да започне събирането на изявления за подкрепа. Този период може да бъде използван от групата на организаторите за укрепване на нейната мрежа.



### Три съвета:

1. Бъдете активни
2. Бъдете креативни
3. Бъдете упорити



## Идентифициране на потенциалните партньори:

1. Определете потенциалните партньори, свързани с темата/целта на инициативата, на местно, регионално, национално и европейско равнище.
2. Създайте „лоби от граждани“, които да подпомагат инициативите на местно равнище и да идентифицират добри практики.
3. Използвайте Форума на Европейската гражданска инициатива, за да търсите партньори.
4. Използвайте Регистъра на ЕС за прозрачност, за да откриете подходящи партньори на равнище ЕС.
5. Частният сектор и промишлените асоциации може да са склонни да предоставят подкрепа по въпроси, които съвпадат с техните цели.



## Пример за успешни действия

Инициативата „Забрана на глифозата“ е най-успешната инициатива по отношение на набирането на средства, защото голяма част от тях дойдоха от силните организации, подкрепили инициативата.

### Изгответе проект на общ бюджет

Когато съставяте бюджета за кампанията, трябва ясно да посочите очакванията и ограниченията.



## Полезен съвет

- Нефинансовата подкрепа може да ви спести разходи. Сред примерите за такава подкрепа от Комисията са Форумът на Европейската гражданска инициатива, осигуряването на превод за всички регистрирани инициативи (на назова, целите и приложението) и безплатната система за събиране на изявления за подкрепа онлайн, управлявана от Комисията. Освен това Европейският икономически и социален комитет предоставя допълнителна подкрепа на организаторите.



## Пример за успешни действия

Организаторите на инициативата „Право на вода“ създадоха фонд за финансиране на кампанията три години преди нейното начало.

## Споделяне на тежестта

Физическите лица – в повечето случаи организаторите, също могат да допринесат с малки суми за финансирането на инициативата. Опитът на организаторите на петте успешни инициативи (напр. „Един от нас“ или „Забрана на глифозата“) показва, че освен асоциациите обикновено основният източник на финансиране са фондациите.



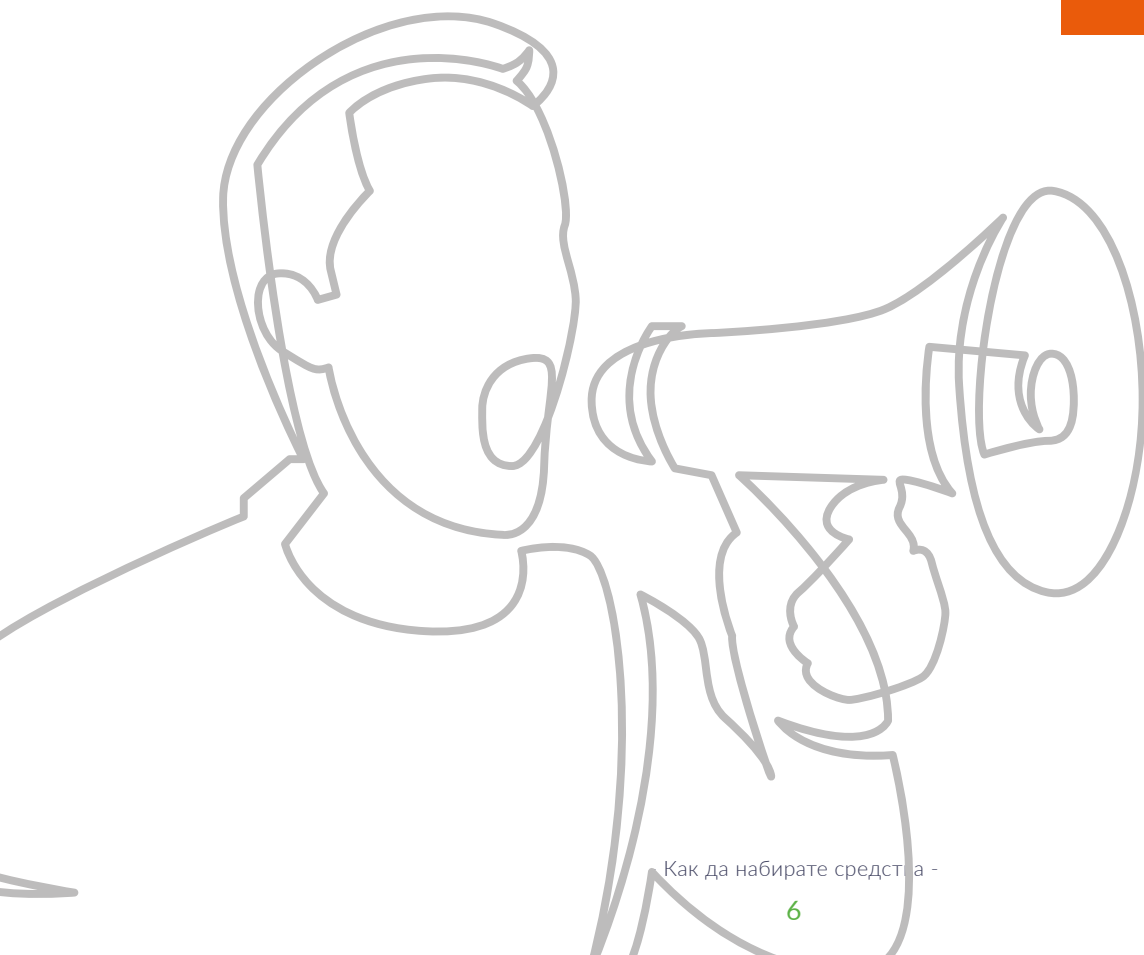
### Полезни съвети

- Наличието на писмено споразумение за определяне на приноса на различните партньори (напр. персонал, информационни дейности, парични средства и др.) ще помогне за избягване на недоразумения между партньорите по време на кампанията.
- Когато подписват инициативата, поддръжниците могат да бъдат помолени да дарят средства.
- Използвайте списъците на партньорите с адреси за кореспонденция, за да помолите за дарения.



### Пример за успешни действия

Всеки национален комитет, създаден за кампанията на инициативата „Един от нас“, е набирал средства за съответната национална кампания. Организаторите на инициативата „Спрете вивисекцията“ също смятат, че националните кампании могат да бъдат финансирани на национално равнище.



# 3

## Други начини за набиране на средства

### Колективно финансиране

Един от най-често използваните начини за финансиране на проект или инициатива е колективното финансиране. Това е метод, при който голям брой хора предоставят средства, обикновено малки суми, за финансиране на проект или инициатива. За да се достигне до колкото се може повече хора, се използват социалните медии и специализирани уебсайтове за колективно финансиране.

### Набиране на средства чрез поддръжниците (peer-to-peer fundraising)

Този специфичен вид колективно финансиране има за цел да се достигне до по-широка аудитория чрез индивидуалните мрежи от контакти на поддръжниците на инициативата. Поддръжниците могат да създават свои собствени уебсайтове за набиране на средства и да ги споделят със своите мрежи от контакти (роднини, приятели, колеги и т.н.), за да получат финансова подкрепа.

### Рекламни артикули

Въпреки че по този начин обикновено не могат да се съберат големи суми, рекламните артикули са чудесен допълнителен начин за набиране на средства.

Гривни, тениски, брошури, карти, шапки, шалове и други артикули могат да помогнат за повишаване на осведомеността за кампанията, както и за набиране на средства.



### Уебсайтове за колективно финансиране:

1. [CiviCRM](#)
2. [YouCaring](#)
3. [Classy.org](#)



## Спонсорство

Компаниите изразходват все повече средства за програми за корпоративно спонсориране, за да подобрят своя имидж и да привлекат вниманието на своята целева аудитория. За да привлечете спонсори:

- Опознайте своята аудитория – трябва да сте наясно какъв вид спонсори искате да привлечете. Избраните спонсори трябва да имат ценности, съответстващи на целите, които искате да постигнете. Също така трябва да знаете каква аудитория можете да предложите на даден спонсор. Една от основните причини, поради които дадена компания ще спонсорира вашата организация, е да привлече вниманието на аудитория, до която все още не е достигнала.
- Предложете нещо ценно. Компаниите искат възвръщаемост на своите инвестиции дори ако тя е само по отношение на имиджа и корпоративната социална отговорност. Изгответе заедно със спонсора маркетингов план, който да е от полза и за него, и за вас.
- Представете вашата идея и вашите ценности – трябва не просто да разкажете историята си и да убедите организациите да са съпричастни с това, което правите, но и да демонстрирате вашата устойчивост.

## Дарения

Хората, които подпомагат европейската гражданска инициатива, която се опитвате да организирате, може също така да подкрепят вашата кампания с дарения. Можете да съберете дарения чрез вашия уебсайт. За целта:

- обяснете ясно какво правите;
- публикувайте информация за това как се използват даренията;
- публикувайте информация за подкрепата от трети страни;
- публикувайте на видно място връзка, чрез която може бързо да бъде направено дарение.



## Полезен съвет

- Водете внимателно отчет на получаваната финансова подкрепа, защото всички източници на подкрепа и финансиране на стойност над 500 евро на дарител трябва да се оповестяват редовно по време на цялата процедура, поне веднъж на всеки два месеца. Трябва също да предоставяте информация за организациите, които ви помагат доброволно, когато паричната равностойност на тази подкрепа не може да бъде определена.

Предоставената информация е независима и не може да се смята за становище на Европейската комисия, на друга институция на ЕС или на национална институция. Комисията не носи отговорност за използването на тази информация.



## Други начини за набиране на средства:

1. Социални медии
2. Организиране на парти
3. Бинго
4. Томбола
5. „Вирусни“ предизвикателства
6. Обиколка на барове
7. Турнир по настолни игри
8. Спортен турнир
9. Търг
10. Караоке вечер
11. Търг на таланти



За повече информация за това как организаторите на петте успешни инициативи са набирали средства вижте съответните информационни документи:

- Един от нас
- Право на вода
- Забрана на глифозата
- Спрете вивисекцията
- Minority SafePack (все още не е наличен)