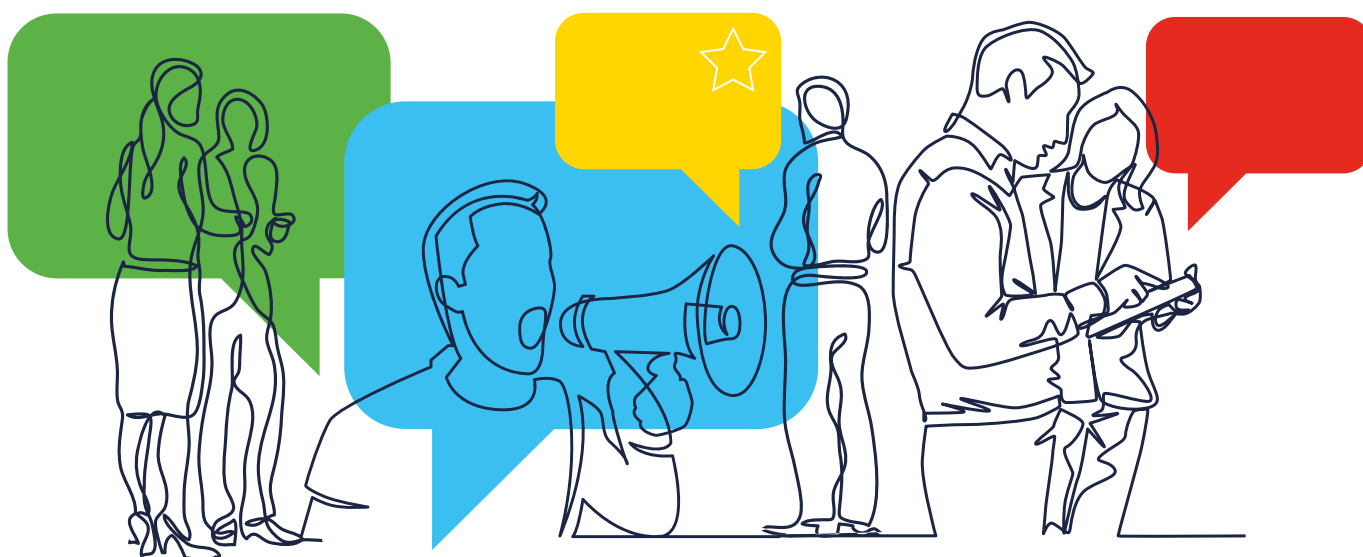


VYUŽIJTE NAŠE MATERIÁLY A ŠKOLENÍ



## EVROPSKÁ OBČANSKÁ INICIATIVA

# Jak získat finanční prostředky



**VYUŽIJTE NAŠE MATERIÁLY A ŠKOLENÍ** – DISKUTUJTE -  
KONTAKTUJTE ZKUŠENĚJŠÍ - NECHTE SI PORADIT

## | OBSAH

Nástroj k spoluutváření agendy EU	3
Jak získat finanční prostředky	4
Další možnosti, jak sehnat finanční prostředky	7



# 1

## Nástroj k spoluutváření agendy EU

Každý občan EU má právo podílet se na demokratickém životě Evropské unie. Jedním ze způsobů, jak podpořit zapojení občanů do politiky EU je evropská občanská iniciativa – svého druhu jedinečný nástroj, s jehož pomocí mohou lidé ovlivnit, čím se budou instituce EU zabývat.

Pokud se skupině organizátorů podaří během 12 měsíců shromáždit 1 milion podpisů z nejméně sedmi členských států, mohou vyzvat Evropskou komisi, aby v rámci svých pravomocí (viz **Jak připravit návrh evropské občanské iniciativy**) navrhla právní předpisy za účelem provedení Smluv.

Další informace o kampani najdete v části **Jednotlivé kroky postupu**.

### | Příprava evropské občanské iniciativy

Skutečnost, že v prvních pěti letech existence se podařilo shromáždit 1 milion podpisů pouze pěti iniciativám, naznačuje, že přípravná fáze je jedním z nejkritičtějších kroků postupu. Na začátku je často nezbytné mít k dispozici finanční prostředky, lidské zdroje, podporu IT, právní poradenství a překladatelské služby. Kampaň na podporu evropské občanské iniciativy je náročná jak na čas, tak na zdroje.

Ve fázi přípravy je tak nesmírně důležité získat finanční prostředky na koncepci a realizaci přesvědčivé kampaně, což nemusí být vůbec lehké. Další informace o kampani najdete v pokynech **Jak vést kampaň**.

Text se zaměřuje na možné způsoby, jak si opatřit finanční prostředky na financování koordinace iniciativy a oslovování potenciálních stoupenců.



Členové skupiny organizátorů odpovídají společně a nerozdílně za případnou škodu způsobenou při organizaci iniciativy a vyplývající z protiprávních činů. Pokud však skupina organizátorů vytvoří v souladu s předpisy některého z členských států právní subjekt, ponese odpovědnost za náhradu škody vyplývající z organizace iniciativy tato právnická osoba.



## 2

# Jak získat finanční prostředky

## Nutnost disponovat finančními zdroji

Jednou z největších výzev, která před organizátory evropské občanské iniciativy stojí, je vedení mezinárodní kampaně. Je nutné počítat s nejrůznějšími náklady, a to nejen v přípravné fázi, ale i v průběhu celé iniciativy.

Zaprvé se kvůli vícejazyčnosti Evropy musí přeložit všechny materiály související s iniciativou do všech úředních jazyků všech zemí, ve kterých chtějí organizátoři shromažďovat prohlášení o podpoře (pozn.: překlad popisu iniciativy zajistí Komise). Zadruhé, i když kampaň mohou vést dobrovolníci, další položkou nákladů často bývá mzda najatých pracovníků. Zatřetí, klíčová je komunikace – vytvoření internetových stránek, správa sociálních médií a organizace akcí něco stojí. Začtvrté, pokud budete potřebovat právní poradenství od právních expertů, může vám to značně zvýšit náklady. Pokud se organizátoři rozhodnou tisknout dokumenty a letáky a využívat reklamu ve sdělovacích prostředcích, náklady rovněž vzrostou

Organizátorům důrazně doporučujeme zvážit tyto tři kroky:

### Vytvořte alianci

V pokynech **Jak vyhledat partnery** vám doporučujeme, abyste nezačínali s iniciativou dříve, než si vybudujete solidní síť partnerů (místní nevládní organizace atp.) s podobnými cíli a zájmy, jež operují na místní i mezinárodní scéně. Po registraci iniciativy má skupina organizátorů až šest měsíců na zahájení sběru prohlášení o podpoře. Toto období mohou organizátoři využít k tomu, aby konsolidovali svou síť kontaktů.



## Máme pro vás tři rady:

1. Budte aktivní
2. Budte kreativní
3. Budte vytrvalí



## Vyhledejte potenciální stoupence:

1. Zjistěte si, kdo by mohl s ohledem na téma a cíl iniciativy představovat potenciálního partnera na místní, regionální, celostátní a evropské úrovni.
2. Vytvořte „lobby občanů“ na podporu místních iniciativ a sestavte si osvědčené postupy.
3. K vyhledávání partnerů využijte Fórum evropské občanské iniciativy.
4. Případné partnery na úrovni EU můžete najít v rejstříku transparentnosti EU.
5. Soukromý sektor a průmyslová sdružení mohou projevit ochotu vás podpořit v otázkách, které jsou v souladu s jejich cíli.



## Naše úspěchy

Většina finančních prostředků na iniciativu „Zakažte glyfosát!“ pocházela od silných členských organizací, které tuto iniciativu podporovaly, a iniciativa tak byla při získávání prostředků nejúspěšnější.

## Sestavte si společný rozpočet

Při sestavování rozpočtu na kampaň je nutné si ujasnit, jaké jsou předpokládané výdaje a kolik prostředků na ně můžete maximálně vyčlenit.



## Tip

- Organizátorům může ušetřit peníze i nefinanční podpora. Věcnou podporu ze strany Komise představuje například Fórum evropské občanské iniciativy, poskytování překladů pro všechny registrované iniciativy (název, cíle, příloha) či bezplatný online systém ke sběru podpisů spravovaný přímo Komisí. Neméně důležitá je doplňková podpora pro organizátory, kterou poskytuje Evropský hospodářský a sociální výbor.



## Naše úspěchy

Organizátoři iniciativy „Right2Water“ založili fond na financování kampaně tři roky předem.

## Sdílení nákladů

Jednotlivci, ve většině případů sami organizátoři, mohou na financování iniciativy přispět malými částkami. Spolu se sdruženími bývají často hlavním zdrojem financování nadace, což také ukázaly zkušenosti pěti úspěšných iniciativ (např. „Jeden z nás“ nebo „Zakažte glyfosát“).



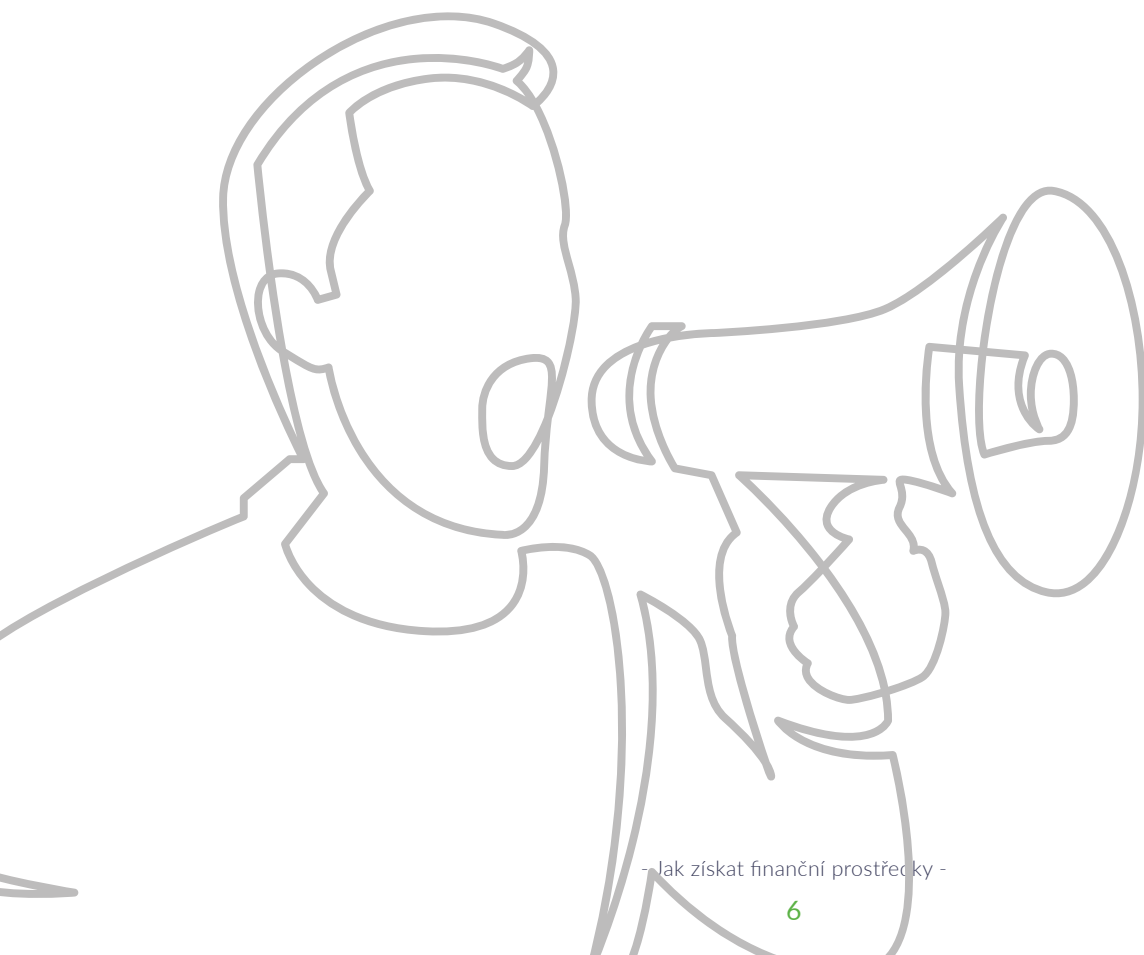
### Tipy

- Nejdříve uzavřete písemnou dohodu, ve které budou specifikovány jednotlivé příspěvky od partnerů (např. pracovní úvazek zaměstnanců, propagační aktivity, peněžní částky apod.), abyste si v průběhu kampaně ušetřili různá nedorozumění mezi partnery.
- Při shromažďování podpisů můžete příznivce vyzvat, aby se podíleli i finančně.
- Také můžete využít e-mailové kontakty svých partnerů.



### Naše úspěchy

Každý vnitrostátní výbor vytvořený pro účely propagace iniciativy „Jeden z nás“ shromáždil finanční prostředky na vlastní národní kampaň. Organizátoři iniciativy „Stop vivisekci“ jsou též toho názoru, že vnitrostátní kampaně lze financovat na vnitrostátní úrovni.



# 3

## Další možnosti, jak sehnat finanční prostředky

### Crowdfunding – skupinové financování

Jedním z nejčastěji používaných způsobů, jak získat peníze na projekt nebo iniciativu, je skupinové financování. Crowdfunding spočívá v tom, že na realizaci nějakého projektu přispěje velký počet lidí menšími částkami. Využívají se rozsáhlé sítě osob, které se oslovují prostřednictvím sociálních médií a specializovaných internetových stránek zaměřených na skupinové financování.

### Shromažďování financí mezi stoupenci iniciativy

Jedná se o zvláštní druh skupinového financování (tzv. peer-to-peer fundraising), jehož cílem je oslovit široký okruh lidí prostřednictvím osobních kontaktů podporovatelů iniciativy. Jednotlivci mohou za účelem shromažďování prostředků vytvořit své vlastní internetové stránky a sdílet je s lidmi, které znají (rodina, přátelé, kolegové apod.).

### Prodej reklamních předmětů

I když tím většinou velkým objem peněz nezískáte, je prodej reklamních předmětů vynikajícím nástrojem, jak financování kampaně doplnit.

Náramky, trička, letáky, pohlednice, kšiltovky, brožury, šátky a další reklamní materiál vám nejen pomohou zvýšit povědomí o vaší kampani, ale přinesou vám i další prostředky.



### Internetové stránky zaměřené na skupinové financování:

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



## Sponzorství

Společnosti trvale vynakládají velký objem peněz na korporátní sponzorské programy s cílem zlepšit pověst jejich značky a upoutat pozornost cílových skupin. Až budete vyhledávat sponzory:

- Poznejte své cílové skupiny: musíte vědět, jaký typ sponzorů chcete přilákat. Vaši sponzoři by měli vyznávat hodnoty, které jsou v souladu s cíli vaší iniciativy. Měli byste také znát cílovou skupinu, kterou budete sponzorovi nabízet. Jednou z hlavních motivací, proč bude sponzor vaši iniciativu zaštiťovat, je to, že bude chtít získat pozornost cílové skupiny, kterou se mu dosud nepodařilo oslovit.
- Nabídněte něco hodnotného  
Společnosti požadují návratnost svých investic, a to i jedná-li se pouze o posílení image podniku se sociální odpovědností. Spolupracujte se sponzorem a vytvořte marketingový plán, který bude přínosný pro obě strany.
- Prezentujte svou představu a vaše hodnoty: Nejde jen o slova, kterými budete sponzory přesvědčovat – musíte být připraveni prokázat udržitelnost svého plánu.

## Darované částky

Stoupenci vaší iniciativy mohou být také ochotni podpořit vaši kampaň nějakým darem. Dary můžete vybírat prostřednictvím internetových stránek. Přitom je třeba zajistit následující:

- jasně vysvětlíte, o co ve vaší kampani jde
- informujte o tom, jak dary využíváte – umístěte na stránky doporučení od nějaké třetí strany
- odkaz a postup umožňující zaslání daru musí být srozumitelný a rychlý



### Tip

- O veškeré finanční podpoře si vedte pečlivé záznamy, protože pokud objem finančních prostředků od některého sponzora překročí 500 euro za rok, musíte jej nejméně každé dva měsíce v průběhu celé iniciativy vykazovat. Rovněž je třeba poskytnout informace o organizacích, které vám jsou nápomocny na dobrovolném základě, nelze-li takovou podporu vyčíslit.



## Alternativní metody shromažďování finančních prostředků:

1. sociální média
2. společenská akce, party
3. bingo
4. tombola
5. řetězová/virální výzva
6. bar crawl
7. turnaj v deskových hrách
8. sportovní akce
9. aukce
10. karaoke večírek
11. talentová soutěž



Informace o tom, jak finanční prostředky získávalo pět úspěšných iniciativ, najdete v těchto přehledech:

- Jeden z nás
- Right2Water
- Zakažte glyfosát
- Stop vivisekci
- Minority SafePack (zatím není k dispozici)

---

Informace pochází od soukromé osoby a nelze je považovat za stanovisko Evropské komise nebo jiného orgánu EU či orgánů členského státu. Komise v žádném případě neodpovídá za to, jak budou použity informace, jež jsou v něm uvedeny.