

TUDJON MEG TÖBBET



## AZ EURÓPAI POLGÁRI KEZDEMÉNYEZÉS

Hogyan jussak pénzforrásokhoz?



**TUDJON MEG TÖBBET – ESZMECSERÉK -  
LÉPJEN KAPCSOLATBA MÁSOKKAL - KÉRJEN TANÁCSOT!**

## | TARTALOMJEGYZÉK

Szabjon irányt az Európai Unió jövőjének!	3
A forráshoz jutás módjai	4
A forráshoz jutás egyéb módjai	7



# 1

## Szabjon irányt az Európai Unió jövőjének!

Minden uniós polgárnak joga van ahhoz, hogy részt vegyen az Európai Unió demokratikus életében. Az uniós jogszabályok és szakpolitikai intézkedések kialakításához az EU lakosai többféleképpen járulhatnak hozzá. Ennek egyik módja az európai polgári kezdeményezés, mely különleges eszköz az emberek kezében arra, hogy irányt szabjanak az uniós döntéshozatalnak.

Ha egy kezdeményezés szervezőinek – szervezői csoportot alkotva – a rendelkezésükre álló 12 hónap alatt sikerül összegyűjteniük egymillió aláírást legalább hét tagállamból, felkérhetik az Európai Bizottságot, hogy a hatáskörén belül terjesszen elő jogszabályjavaslatot a kezdeményezés tárgyában (kérjük, olvassa el a **Mire kell ügyelni a kezdeményezés megszervezésekor?** útmutatót).

Az eljárással kapcsolatos bővebb tudnivalókért kérjük, olvassa el **Az eljárás szakaszai** útmutatót.

### | Előkészületek

Az európai polgári kezdeményezés jogintézményének öt évvel ezelőtti bevezetése óta csak öt kezdeményezés esetében sikerült összegyűjteni egymillió aláírást. Ez jól illusztrálja, hogy a megfelelő előkészítés kulcsfontosságú a kezdeményezés sikerre vitelében. Az előkészítésnek számos vetülete van. Ahhoz, hogy a szervezők erőfeszítéseit siker koronázza, gondoskodniuk kell a szükséges anyagi és emberi erőforrásokról és informatikai eszközökről, adott esetben jogi tanácsadást kell igénybe venniük, továbbá a kezdeményezés szövegét le kell fordíttatniuk az EU más nyelveire. Egy európai polgári kezdeményezés és az annak érdekében lefolytatandó kampány megszervezése tehát jelentős ráfordítást és időt igényel.

Az előkészítő szakaszban a hatásos kampány megtervezéséhez és lefolytatásához szükséges pénzforrások beszerzése kulcsfontosságú, és többnyire komoly kihívás elé állítja a szervezőket. A kampányra vonatkozó általános tudnivalókért kérjük, olvassa el a **Hogyan folytassam le a kampányt?** útmutatót.

Ez az útmutató arról szól, hogyan lehet előteremteni a kezdeményezés koordinációs és népszerűsítési tevékenységeit finanszírozó pénzforrásokat.



A szervezői csoport tagjai egyetemlegesen felelősek a kezdeményezés szervezése során keletkezett, jogellenes cselekményekből eredő károkért. Ezt a felelősségüket azonban korlátozni tudják úgy, hogy létrehoznak egy jogi személyt valamelyik tagállam jogszabályai alapján.



## 2

# A forráshoz jutás módjai

## Pénz nélkül nem megy

Az európai polgári kezdeményezések szervezőinek rendre a több országra kiterjedő kampány lefolytatása jelenti az egyik fő kihívást. Különböző költségek merülnek fel nemcsak az előkészítő szakaszban, hanem a folyamat során mindvégig.

Először is, Európa többnyelvűsége megköveteli a szervezőktől, hogy a kezdeményezésükkel kapcsolatos információkat lefordíttassák mindazoknak az országoknak a hivatalos nyelvére, ahol támogató nyilatkozatokat szándékoznak gyűjteni (figyelem: a Bizottság gondoskodik a javasolt kezdeményezések fordításáról). Másodsorban a munkatársak felvétele költségekkel jár még akkor is, ha a kampányban elsősorban önkéntesek vesznek részt. Harmadrészt pedig a kezdeményezés honlapjának elkészítése, az azt népszerűsítő közösségi oldalak létrehozása és fenntartása, valamint a kommunikációs célú események megszervezése szintén költségekkel jár. Negyedrészt: szüksége lehet jogászok bevonására, és a jogi tanácsadás szintén költséges lehet. Ha úgy dönt, hogy dokumentumokat és szórólapokat tervez és nyomtat ki, és médiahirdetéseket tesz közzé, ez is növelheti a kezdeményezés költségeit.

Nyomatékosan ajánljuk a szervezőknek a következőket:

### Szövetség létrehozása

Amint a **Hogyan lehet megtalálni a megfelelő partnereket?** című útmutatóban is áll, nem érdemes európai polgári kezdeményezést indítani, ha nem állnak mögötte stabil partnerek (helyi NGO-k és egyéb szervezetek), amelyek osztják a kezdeményezés céljait és megfontolásait. A kezdeményezés nyilvántartásba vételét követően a szervezői csoportnak hat hónap áll a rendelkezésére, hogy megkezdje a támogató nyilatkozatok gyűjtését. Ezt az időszakot a szervezői csoport felhasználhatja a partneri hálózat megszilárdítására.



## Három alapvető tanáccsal tudunk szolgálni:

1. Legyen proaktív!
2. Legyen kreatív!
3. Legyen kitartó!



## Potenciális támogatók azonosítása

1. A kezdeményezés témájából/céljaiból kiindulva térképezze fel a lehetséges partnereket helyi, regionális, országos, illetve európai uniós szinten.
2. Hozzon létre egy uniós polgárokból álló „lobbicsoportot”, melynek tagjai helyi szinten népszerűsítik a kezdeményezést és kialakítják a legcélravezetőbb módszereket.
3. Használja az európai polgári kezdeményezés fórumát partnerek kereséséhez.
4. Uniós szintű partnerek azonosításához használja az EU átláthatósági nyilvántartását.
5. A magánszektor és az ipari szövetségek szintén a nevüket adhatják olyan kezdeményezésekhez, melyek céljait a magukénak érzik.

### Közös költségvetés készítése

A kampány költségvetésének kialakítása során világosan meg kell határozni az elvárásokat és az egyes tevékenységekre fordítható pénzüsségeket.



## Tipp

- Nem anyagi jellegű segítség igénybevételel szintén pénzt takaríthatnak meg a szervezők. Ilyen nem anyagi jellegű segítséget nyújt a Bizottság az európai polgári kezdeményezés fóruma révén, valamint azzal, hogy gondoskodik a nyilvántartásba vett kezdeményezések (cím, célkitűzések, melléklet) lefordításáról, és ingyenes online gyűjtési rendszert bocsát a szervezők rendelkezésére. Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság szintén segíti a szervezőket.



## Sikertörténet

A „Stop glyphosate” (Tiltsák be a glifozátot!) volt a legsikeresebb kezdeményezés a forrásbevonás tekintetében, mert a pénzeszközök nagy része a kezdeményezést támogató, erős anyagi háttérű tagszervezetektől származott.



## Sikertörténet

A „Right2Water” (A víz közzé, nem árucikk!) szervezői a kezdeményezés elindítása előtt három évvel pénzalapot hoztak létre a kampány finanszírozására.

## A terhek megosztása

Egyének – az esetek többségében maguk a szervezők – szintén hozzájárulhatnak kisebb összegekkel a kezdeményezés finanszírozásához. Az eddigi öt sikeres kezdeményezést (pl.: Egy közülünk és Tiltsák be a glifozátot!) elsősorban egyesületek és alapítványok finanszírozták.



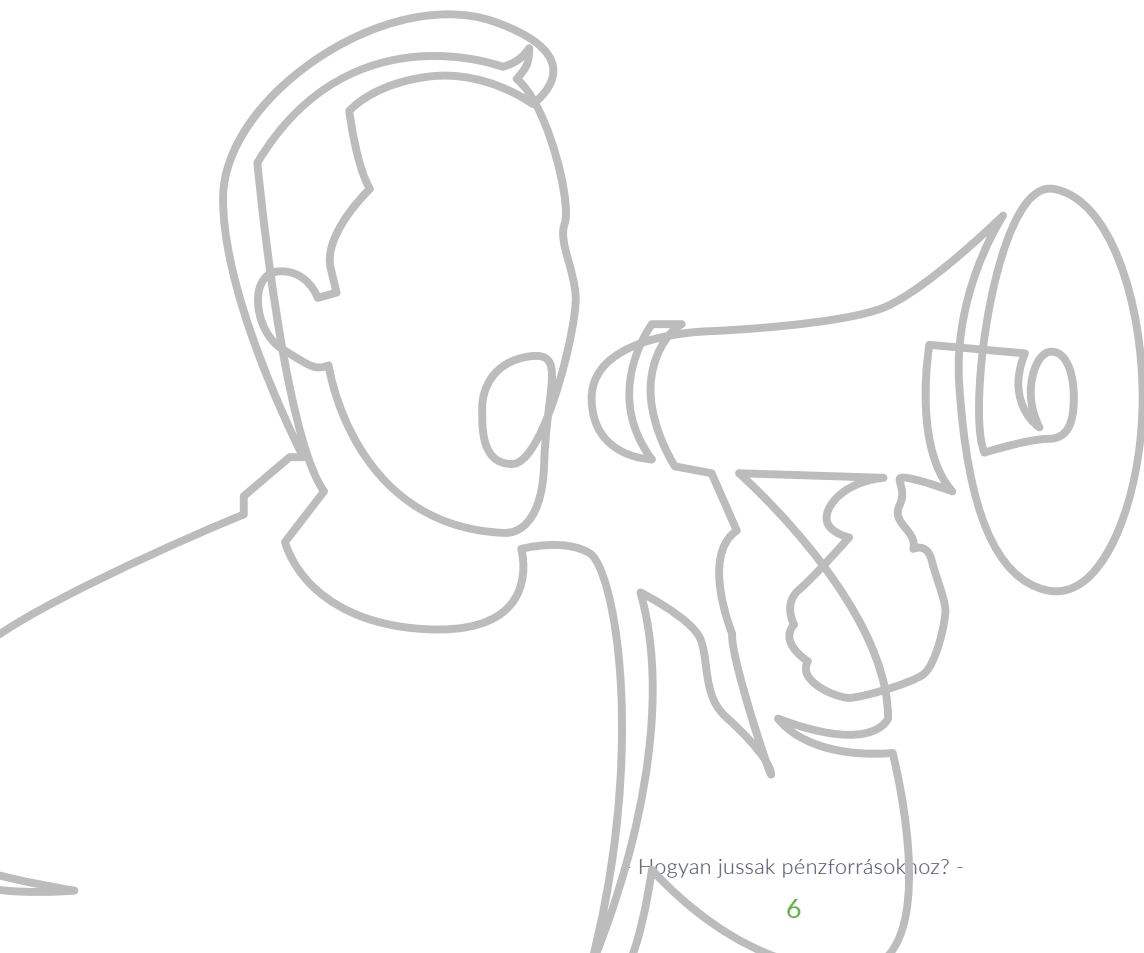
### Tippek

- Célszerű írásos megállapodásban rögzíteni az egyes partnerek hozzájárulását (a rendelkezésre bocsátott munkaerő, a népszerűsítő tevékenységekben való részvétel, anyagi támogatás stb. tekintetében). Így elkerülhetők a nem kívánatos félreértések a kampány során.
- A kezdeményezés aláíróit fel lehet kérni, hogy anyagilag is támogassák a kezdeményezést.
- Írjon a partnerei levelezési listáin található személyeknek és szervezeteknek, hogy támogassák anyagilag a kezdeményezést.



### Sikertörténet

A „One of us” (Egy közülünk) kampány céljaira létrehozott nemzeti bizottságok mindegyike végzett forrásszerzési tevékenységet. Hasonlóképpen, az állatkísérletek betiltásáért indított „Stop Vivisection” kezdeményezés szervezői úgy vélik, hogy az országos kampányokat országos szinten lehet finanszírozni.



# 3

## A forráshoz jutás egyéb módjai

### Közösségi finanszírozás

A projektek és kezdeményezések finanszírozásának egyik leggyakoribb formája a közösségi finanszírozás. E módszerrel a kitűzött cél eléréséhez szükséges tőke sok ember rendszerint csekély összegű hozzájárulásából gyűlik össze. A közösségi média és a közösségi finanszírozásra szakosodott honlapok révén emberek tömegeit lehet elérni és mozgósítani.

### Kapcsolati hálón alapuló adományszervezés

A közösségi finanszírozásnak ez a válfaja abból áll, hogy a kezdeményezés támogatói saját ismerőseik körében népszerűsítik az ügyet. Az egyének létrehozhatják saját adományszervezési honlapjukat és megoszthatják azt saját ismerőseik (családtagjaik, barátaik, munkatársaik stb.) körében.

### Árukínálás (merchandising)

Bár ez általában nem szokott túl nagy bevételt generálni, a kezdeményezés árukon keresztül történő népszerűsítése kiváló kiegészítő eszköz lehet.

Pótlólagos forrásokhoz lehet jutni és növelni lehet a kezdeményezés ismertségét karkötők, pólók, reklámfüzetek, játékkártyák, sapkák, szórólapok, sálak stb. értékesítése révén..



### Közösségi finanszírozási platformok:

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



## Szponzorálás

A vállalatok komoly összegeket költenek vállalati szponzorálási programokra, ez ugyanis javítja a cég hírnevét és felkelti a célközönségük figyelmét.

Szponzorok toborzása során ügyeljen a következőkre:

- Ismerje meg közönségét: világos elképzeléssel kell rendelkeznie arról, milyen típusú szponzorokat kíván megnyerni az ügyének. A kiválasztott szponzoroknak osztaniuk kell azokat az értékeket, melyeken az Ön célkitűzései alapulnak. Tudnia kell azt is, hogy Ön milyen közönséget kínálhat a szponzoroknak. A szponzorálás egyik fő motivációs tényezője a vállalatok részéről az, hogy megszólítsanak új potenciális vevőket.
- Kínáljon valami értékeset: a vállalatok azt akarják, hogy befektetések megtérüljenek – akár csupán az imázs, a vállalati társadalmi felelősségvállalás szempontjából. Dolgozzon ki szponzorával egy olyan marketingtervet, amely az Ön és a vállalat számára egyaránt előnyös.
- Mutassa be ötletét és értékrendjét: nemcsak az a feladat, hogy kifejtse a kezdeményezés céljait és meggyőzze a szervezetet a célok fontosságáról, hanem az is, hogy bizonyítsa: nem légvárat épít, hanem ténylegesen megvalósítható, hosszú távon is életképes intézkedéseket kíván meghonosítani.

## Adományok

Azok, akik támogatják az Ön európai polgári kezdeményezését, adományozással is segíthetik a kampányt. Célszerű adományokat gyűjteni a kezdeményezés honlapján. Ennek során tartsa szem előtt a következőket:

- Világosan magyarázza el, mit kíván elérni a kezdeményezéssel.
- Ismertesse, hogyan kerülnek felhasználásra az adományok.
- Tüntesse fel, ki más támogatja a kezdeményezést.
- Helyezzen el egy jól látható linket, ahol adományozni lehet, és tegye minél egyszerűbbé az adományozás menetét.



## Tipp

- Vezessen részletes nyilvántartást a befolyt pénzügyi támogatásról, mert a folyamat során rendszeresen – legalább kéthavonta – számot kell adni mindazokról az adományokról, melyek összege szponzoroként meghaladja az 500 eurót. Továbbá tájékoztatást kell nyújtania a kezdeményezést önkéntesen segítő szervezetekről is, amennyiben a támogatás gazdaságilag nem számszerűsíthető.

A közzétett információk független forrásból származnak, és nem tekinthetők az Európai Bizottság, vagy bármely más uniós vagy tagállami intézmény véleményének. A Bizottság nem vonható felelősségre az oldalon található információk semminemű felhasználásáért.

- Hogyan jussak pénzforrásokhoz? -



## További forrásszerzési lehetőségek:

1. Adománykérés a közösségi hálón
2. Estély, összejövetel szervezése
3. Bingójáték
4. Tombola
5. Internetes figyelemfelkeltő akció
6. Csoportos kirándulás, városnézés, bártúra
7. Társasjátékest
8. Sportvetélkedő
9. Árverés
10. Karaokeest
11. Szolgáltatások árverése



Ha kíváncsi arra, hogy az eddigi öt sikeres kezdeményezés szervezői hogyan jutottak finanszírozáshoz, olvassa el az alábbi tájékoztatókat:

- **One of us** („Egy közülünk”)
- **Right2Water** („A víz közjő, nem árucikk!”)
- **Stop glyphosate** („Tiltsák be a glifozátot!”)
- **Stop vivisection** (kezdeményezés az állatkísérletek betiltásáért)
- **Minority SafePack** (még nem érhető el)