



EUROPEJSKA INICJATYWA OBYWATELSKA

Jak pozyskiwać fundusze



| INHOUDSOPGAVE

Ustalanie programu działań Unii Europejskiej	3
Sposoby pozyskiwania funduszy	4
Inne sposoby pozyskiwania funduszy	7



1

Ustalanie programu działań Unii Europejskiej

Obywatele UE mają prawo uczestniczyć w życiu demokratycznym Unii Europejskiej. Jednym ze sposobów wspierania zaangażowania społeczeństwa w unijną politykę jest europejska inicjatywa obywatelska – wyjątkowe narzędzie umożliwiające Europejczykom kształtowanie programu działań instytucji Unii.

Jeżeli w ciągu 12 miesięcy obywatele tworzący grupę organizatorów zbiórą w co najmniej siedmiu państwach członkowskich milion podpisów, będą mogli zwrócić się do Komisji Europejskiej o to, by w ramach swoich uprawnień zaproponowała przepisy służące wprowadzeniu w życie traktatów (zob. **Jak przygotować projekt europejskiej inicjatywy obywatelskiej**).

Więcej informacji na temat procedury: **Etapy procedury**

Przygotowanie europejskiej inicjatywy obywatelskiej

Fakt, że w ciągu pierwszych pięciu lat od ustanowienia europejskiej inicjatywy obywatelskiej jedynie w ramach pięciu z zarejestrowanych inicjatyw udało się zebrać milion podpisów, pokazuje, że przygotowania są jednym z najważniejszych etapów procedury. Wśród niezbędnych nakładów często wymienia się fundusze, zasoby ludzkie, wsparcie informatyczne, porady prawne i usługi tłumaczy. Na organizację kampanii europejskiej inicjatywy obywatelskiej trzeba poświęcić wiele czasu i zasobów.

Pozyskanie funduszy na przygotowanie oraz przeprowadzenie skutecznej kampanii ma duże znaczenie na etapie przygotowań i może okazać się wyzwaniem. Więcej informacji o prowadzeniu kampanii znajduje się we wskazówkach dotyczących **prowadzenia kampanii**.

Tutaj opisano różne kroki mające na celu pozyskanie funduszy na finansowanie koordynacji inicjatywy i działań informacyjnych.



Członkowie grupy organizatorów ponoszą solidarną odpowiedzialność z tytułu wszelkich szkód spowodowanych przy organizacji inicjatywy za sprawą popełnionych czynów zabronionych. Jeśli jednak grupa organizatorów utworzy podmiot prawny na podstawie przepisów jednego z państw członkowskich, za odpowiedzialny za szkody wynikające z organizacji inicjatywy będzie uznawany ten podmiot prawny.



2

Sposoby pozyskiwania funduszy

Zapotrzebowanie na fundusze

Prowadzenie ponadnarodowej kampanii jest jednym z głównych wyzwań stojących przed organizatorami europejskiej inicjatywy obywatelskiej. Wiele kosztów pojawi się zapewne nie tylko na etapie przygotowań, ale także podczas wszystkich etapów procedury.

Po pierwsze, wielojęzyczność Europy powoduje konieczność tłumaczenia wszystkich informacji związanych z inicjatywą na języki urzędowe wszystkich krajów, w których organizatorzy zamierzają zbierać deklaracje poparcia – przy czym tłumaczeniem opisu inicjatywy zajmie się Komisja Europejska. Po drugie, choć kampanię mogą też prowadzić wolontariusze, zatrudnianie pracowników oznacza dodatkowe koszty. Po trzecie, komunikacja ma kluczowe znaczenie, a tworzenie stron internetowych, zarządzanie mediami społecznościowymi i organizacja wydarzeń pociągają za sobą koszty. Po czwarte, jeśli potrzebna będzie porada prawnika, może to być również kosztowne. Koszty mogą również wzrosnąć, jeśli organizatorzy zdecydują się na druk dokumentów i ulotek oraz wykorzystanie reklamy w mediach.

Zdecydowanie zalecamy organizatorom, aby rozważyli wykonanie poniższych kroków:

Utworzenie partnerstw

Jak wspomniano we wskazówkach **Jak znaleźć partnerów**, nie należy ruszać z inicjatywą, zanim nie utworzy się solidnej sieci partnerów (organizacji, również pozarządowych) mających podobne cele i interesy, działających zarówno na szczeblu lokalnym, jak i międzynarodowym. Po rejestracji inicjatywy grupa organizatorów ma sześć miesięcy na rozpoczęcie zbierania deklaracji poparcia. Grupa organizatorów może wykorzystać ten okres na skonsolidowanie swojej sieci.



Trzy porady:

1. bądź aktywny
2. bądź kreatywny
3. bądź wytrwały.



Zidentyfikuj potencjalnych zwolenników inicjatywy:

1. Określ potencjalnych partnerów związanych z tematyką/celem inicjatywy na szczeblu lokalnym, regionalnym, krajowym i europejskim.
2. Utwórz „lobby obywateli”, które będzie wspierało inicjatywę na szczeblu lokalnym, oraz określ najlepsze praktyki.
3. Szukaj partnerów za pośrednictwem forum europejskiej inicjatywy obywatelskiej.
4. Korzystaj z unijnego rejestru służącego przejrzystości, aby zidentyfikować odpowiednich partnerów na szczeblu UE.
5. Stowarzyszenia sektora prywatnego i stowarzyszenia branżowe mogą być skłonne udzielić organizatorom wsparcia w kwestiach zgodnych ze swoimi celami.



Przykład udanych działań

„Zakaz stosowania glifosatu” to inicjatywa, która zakończyła się największym sukcesem pod względem pozyskiwania funduszy, ponieważ większość funduszy pochodziła od silnych organizacji członkowskich, które wspierały inicjatywę.

Przygotuj wspólny budżet

Podczas przygotowywania budżetu kampanii trzeba jasno określić oczekiwania i ograniczenia.



Wskazówka

- Organizatorzy mogą również zaoszczędzić pieniądze dzięki wsparciu innemu niż finansowe. Przykłady wsparcia niefinansowego od Komisji obejmują Forum europejskiej inicjatywy obywatelskiej, tłumaczenie treści wszystkich zarejestrowanych inicjatyw (tytułu, celów, załącznika), bezpłatny system zbierania deklaracji online zarządzany bezpośrednio przez Komisję. Wreszcie również Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny zapewnia organizatorom dodatkowe wsparcie.



Przykład udanych działań

Organizatorzy inicjatywy Right2Water (Prawo do wody) uruchomili fundusz na sfinansowanie kampanii z trzyletnim wyprzedzeniem.

Podział obciążenia

Osoby fizyczne – w większości przypadków organizatorzy – mogą również sami wносить niewielkie kwoty na poczet finansowania inicjatywy. Jak pokazują doświadczenia pięciu inicjatyw zakończonych sukcesem (np. „Jeden z nas” czy „Zakaz stosowania glifosatu”), głównymi źródłami finansowania są zwykle fundacje wraz ze stowarzyszeniami.



Rady

- Pisemna umowa określająca różne rodzaje wkładu zapewnianego przez partnerów (np. czas pracy personelu, działania informacyjne, środki pieniężne) pozwoli uniknąć nieporozumień między partnerami podczas kampanii.
- Poproś zwolenników inicjatywy w momencie podpisywania się pod nią o przekazanie darowizny.
- Wykorzystaj listy dystrybucyjne partnerów do kierowania prośb o darowizny.



Przykład udanych działań

Każdy komitet krajowy uformowany w ramach kampanii „Jeden z nas” zbierał fundusze na własną kampanię krajową. Również zdaniem organizatorów inicjatywy „Stop wiwiskcji” kampanie krajowe mogą być finansowane na szczeblu krajowym.



3

Inne sposoby pozyskiwania funduszy

Finansowanie społecznościowe (ang. crowdfunding)

Jednym z najczęściej stosowanych sposobów finansowania projektu lub inicjatywy jest finansowanie społecznościowe. Jest to metoda, w ramach której duża liczba osób przekazuje pieniądze – zazwyczaj niewielkie kwoty – na sfinansowanie projektu lub inicjatywy. Do zbierania funduszy wykorzystywane są szerokie sieci osób, do których dociera się za pośrednictwem mediów społecznościowych oraz wyspecjalizowanych stron internetowych zajmujących się finansowaniem społecznościowym.

Społecznościowa zbiórka pieniędzy (ang. peer-to-peer fundraising)

Celem tego szczególnego rodzaju finansowania społecznościowego jest dotarcie do szerszego grona odbiorców dzięki sieciom kontaktów poszczególnych zwolenników inicjatywy. Osoby prywatne mogą stworzyć własną stronę internetową ze zbiórką pieniędzy i udostępnić ją swoim sieciom kontaktów (rodzinnie, znajomym, współpracownikom itd.), aby uzyskać wsparcie finansowe.

Merchandising

Doskonałym narzędziem uzupełniającym, umożliwiającym pozyskiwanie funduszy na kampanię, jest merchandising, choć zazwyczaj nie prowadzi do pozyskania dużych kwot.

Bransoletki, koszulki, ulotki, karty, czapki, broszury, szaliki i inne materiały reklamowe mogą pomóc w promowaniu kampanii oraz w pozyskiwaniu środków finansowych.



Strony internetowe
zajmujące się
finansowaniem
społecznościowym:

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



Sponsorowanie

Przedsiębiorstwa wydają coraz więcej pieniędzy na programy sponsoringu korporacyjnego, aby poprawić reputację swojej marki i przyciągnąć uwagę docelowych odbiorców. Aby przyciągnąć sponsorów, należy:

- znać swoich odbiorców: musisz znać rodzaj sponsorów, których chcesz przyciągnąć. Wybrani sponsorzy powinni kierować się wartościami zgodnymi z celami, do których dążysz. Powinieneś również wiedzieć, jaki rodzaj odbiorców możesz zaoferować sponsorowi. Jednym z głównych powodów, dla których przedsiębiorstwo może sponsorować Twoją organizację, jest zdobycie uwagi odbiorców, do których do tej pory nie docierało
- zaoferować coś wartościowego
Przedsiębiorstwa chcą uzyskać zwrot ze swojej inwestycji, nawet jeśli będzie to tylko korzyść dotycząca wizerunku, społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Stwórz razem ze swoim sponsorem plan marketingowy, który przyniesie korzyść i Tobie, i jemu
- przedstawić swój pomysł i swoje wartości: musisz nie tylko opowiedzieć swoją historię i przekonać organizację do utożsamienia się z tym, co robisz, ale również wykazać stabilny charakter swojego projektu.

Darowizny

Osoby wspierające europejską inicjatywę obywatelską, którą próbujesz zorganizować, mogą wesprzeć Twoją kampanię darowiznami. Możesz zbierać darowizny na swojej stronie internetowej. W tym celu należy:

- jasno wyjaśnić, co należy zrobić
- poinformować, na co zostaną przeznaczone darowizny – przedstawić informacje o organizacjach popierających inicjatywę
- podać jasny link do darowizn i zapewnić szybki proces ich przekazywania.



Wskazówka

- Powinieneś starannie rejestrować wsparcie finansowe, ponieważ na wszystkich etapach procedury, co najmniej raz na dwa miesiące, musisz regularnie przedstawiać informacje na temat wszelkich źródeł wsparcia i finansowania o wartości ponad 500 euro na sponsora. Musisz również podać informacje o organizacjach udzielających Ci wsparcia na zasadzie dobrowolnego udziału, jeżeli wsparcia tego nie można wymiernie oszacować pod względem ekonomicznym.

Przedstawione informacje są niezależne i nie można ich uznać za opinie Komisji Europejskiej, innych instytucji UE ani instytucji krajowych. Komisja nie ponosi odpowiedzialności za żadne ewentualne wykorzystanie zawartych tu informacji.



Alternatywne sposoby pozyskiwania funduszy:

1. media społecznościowe
2. organizowanie imprez
3. gra w bingo
4. loteria fantowa
5. internetowe wyzwania
6. rundka po pubach
7. turniej gier planszowych
8. turniej sportowy
9. aukcja
10. wieczór karaoke
11. konkurs talentów.



Więcej szczegółów na temat tego, w jaki sposób zebrano fundusze w ramach pięciu inicjatyw zakończonych sukcesem, można znaleźć w opisach udanych działań:

- Jeden z nas
- Right2Water
- Zakaz stosowania glifosatu
- Stop wiwisekji
- Minority SafePack (jeszcze niedostępna)