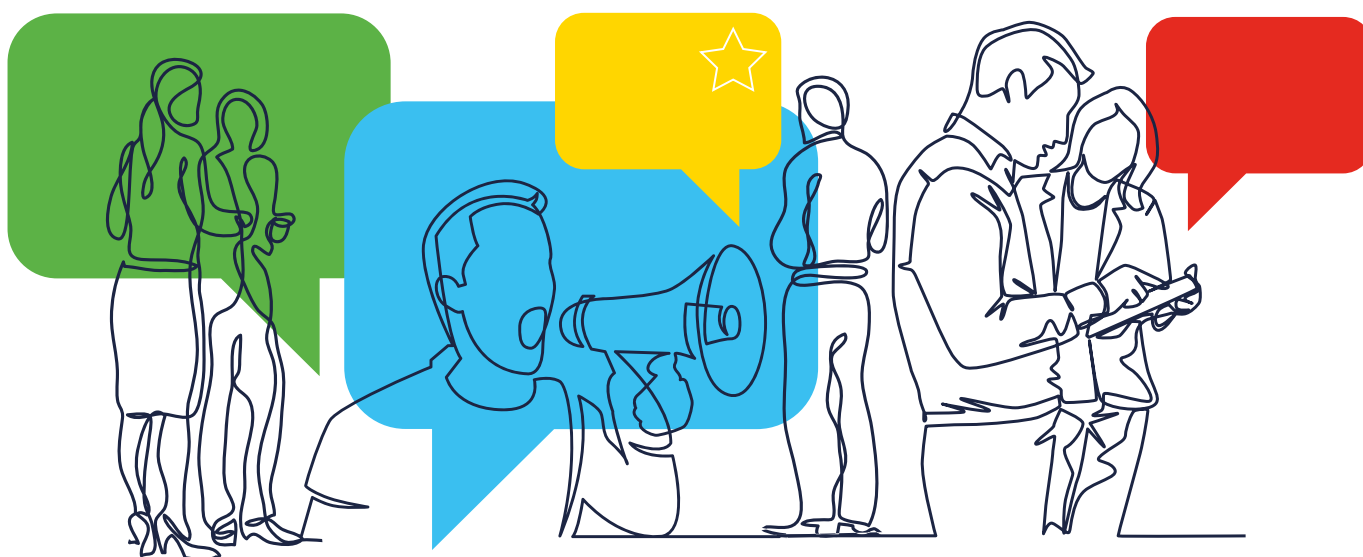




INICIATIVA DE CIDADANIA EUROPEIA

Como angariar fundos



APRENDER – DEBATER - ENTRAR EM CONTACTO – ACONSELHAMENTO

| ÍNDICE

Contribuir para definir a agenda da União Europeia	3
Formas de angariar fundos	4
Outras formas de angariar fundos	7



1

Contribuir para definir a agenda da União Europeia

Os cidadãos europeus têm o direito de participar na vida democrática da União Europeia. Uma das formas de promover a participação dos cidadãos na política europeia é a iniciativa de cidadania europeia, um instrumento de características ímpares que permite aos cidadãos influenciar a agenda política das instituições da UE.

Se um grupo organizado de cidadãos («grupo de organizadores») conseguir recolher um milhão de assinaturas em, pelo menos, sete Estados-Membros diferentes no prazo de 12 meses, pode convidar a Comissão Europeia, no âmbito das suas competências (ver a nota de orientação **Como redigir uma iniciativa de cidadania europeia**), a propor legislação com o objetivo de aplicar os Tratados.

Para mais informações sobre o procedimento, consultar a nota de orientação **Etapas do procedimento**.

Preparar-se para uma iniciativa de cidadania europeia

O facto de, entre as iniciativas registadas nos primeiros cinco anos de existência da iniciativa de cidadania europeia, apenas cinco terem conseguido recolher um milhão de assinaturas mostra que a fase de preparação é uma das etapas mais críticas de todo o processo. São necessários fundos, recursos humanos, apoio informático, assessoria jurídica, tradutores, etc. A organização de uma campanha a favor de uma iniciativa de cidadania europeia exige tempo e recursos significativos.

Durante a fase de preparação, a angariação dos fundos necessários para conceber e levar a cabo uma campanha forte reveste-se da maior importância e pode ser verdadeiro um desafio. Para mais informações sobre como preparar uma campanha, consulte a nota de orientação **Como organizar uma campanha**.

A presente nota de orientação trata das várias etapas da angariação dos fundos necessários para financiar as atividades de coordenação e de sensibilização no âmbito de uma iniciativa.



Os membros do grupo de organizadores são solidariamente responsáveis por quaisquer danos causados na organização da iniciativa e resultantes de atos ilícitos. Contudo, se o grupo de organizadores criar uma entidade jurídica com base na legislação de um dos Estados-Membros, a entidade jurídica será considerada responsável pelos eventuais danos resultantes da organização da iniciativa.



2

Formas de angariar fundos

Necessidade de fundos

Fazer uma campanha transnacional é um dos principais desafios para os organizadores de uma iniciativa de cidadania europeia. São de esperar muitos custos, não só na fase de preparação, mas também durante todas as fases do processo.

Em primeiro lugar, o multilinguismo existente na Europa obriga a traduzir todas as informações relacionadas com a iniciativa para as línguas oficiais dos países onde os organizadores tencionam recolher declarações de apoio. Tenha em conta, contudo, que a Comissão Europeia assegura a tradução da descrição da iniciativa. Em segundo lugar, embora a campanha possa ser gerida por voluntários, a contratação de pessoal implica custos. Em terceiro lugar, a comunicação é um fator fundamental e criar um sítio Web, gerir redes sociais, organizar eventos são atividades que implicam custos. Em quarto lugar, se precisar de assessoria jurídica, esta também pode ser dispendiosa. Se os organizadores decidirem imprimir documentos e folhetos e fazer publicidade nos meios de comunicação social, os custos também serão maiores.

Recomendamos vivamente os organizadores que sigam estas etapas:

Formar uma aliança

Tal como referido na nota de orientação sobre **Como procurar parceiros**, uma iniciativa não deve ser lançada sem previamente se estabelecer uma sólida rede de parceiros (ONG e organizações locais) com objetivos e interesses semelhantes que exerçam a sua atividade quer a nível local quer internacional. Após o registo da iniciativa, o grupo de organizadores tem até seis meses para dar início à recolha das declarações de apoio. Esse período de tempo pode ser utilizado pelo grupo de organizadores para consolidar a rede.



Três conselhos:

1. Seja dinâmico
2. Seja criativo
3. Seja persistente



Identificar apoiantes potenciais:

1. Identifique parceiros potenciais que tenham a ver com o tema/objetivo da iniciativa a nível local, regional, nacional e europeu.
2. Crie um «lóbi de cidadãos», isto é, um grupo de cidadãos que funcione como um grupo de pressão para apoiar iniciativas a nível local e identificar as melhores práticas.
3. Utilize o Fórum da Iniciativa de Cidadania Europeia para procurar parceiros.
4. Consulte o [Registo de Transparência da UE](#) para identificar possíveis parceiros a nível da UE.
5. O setor privado e as associações setoriais podem estar dispostos a prestar apoio em questões que estejam em sintonia com os seus objetivos.



História de sucesso

A iniciativa «Proibição do glifosato» foi a iniciativa mais bem-sucedida em termos de angariação de fundos, uma vez que a maioria dos fundos veio de organizações fortes que apoiaram a iniciativa.

Elaborar um orçamento comum

Antes da elaboração do orçamento da campanha, convém clarificar as expectativas e os limites.



Conselho prático

- Outros tipos de apoio, para além do apoio financeiro, também podem permitir aos organizadores poupar dinheiro. A Comissão também contribui com uma ajuda não financeira, que inclui o Fórum da Iniciativa de Cidadania Europeia, a disponibilização de tradução de todas as iniciativas registadas (tradução do título, objetivos e anexo), um sistema de recolha em linha gratuito gerido diretamente pela Comissão. Além disso, o [Comité Económico e Social Europeu](#) também presta algum apoio aos organizadores.



História de sucesso

Os organizadores da iniciativa Right2Water criaram um fundo para financiar a campanha três anos antes.

Repartição dos encargos

As pessoas também podem contribuir com pequenos montantes para o financiamento da iniciativa. É o caso, na maioria das iniciativas, dos próprios organizadores. Juntamente com as associações, as fundações são geralmente as principais fontes de financiamento, tal como o demonstram as quatro iniciativas bem-sucedidas (por exemplo, as iniciativas «Um de nós» e «Proibição do glifosato»).



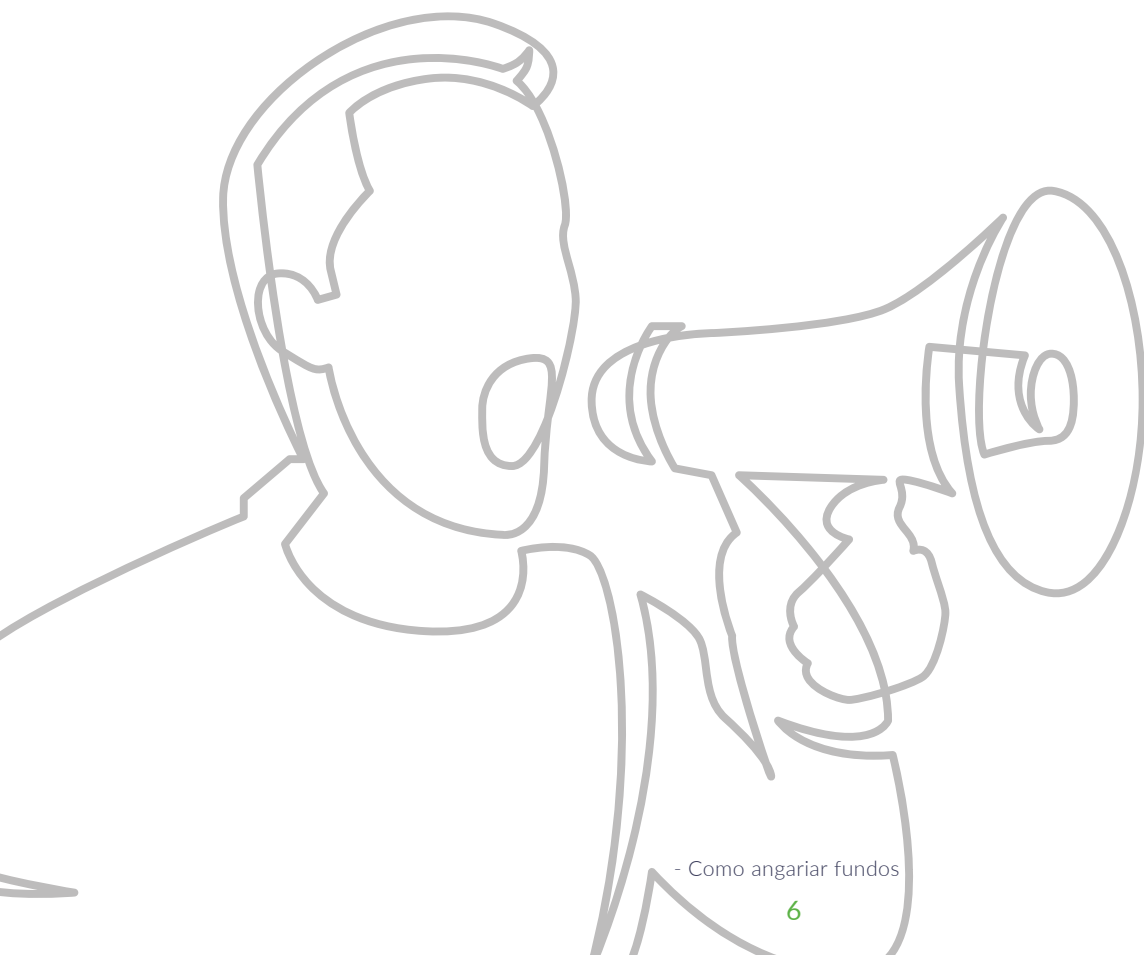
Conselhos práticos

- Um acordo escrito que defina as contribuições dos vários parceiros (por exemplo, pessoal, atividades de sensibilização, dinheiro, etc.) pode contribuir para evitar eventuais mal-entendidos entre parceiros durante a campanha.
- Também pode pedir aos subscritores de uma iniciativa que façam um donativo.
- Utilize as listas de contactos eletrónicos dos seus parceiros para solicitar uma contribuição.



História de sucesso

Cada comité nacional formado pela campanha «Um de Nós» angariou fundos para a campanha realizada no seu país. Da mesma forma, os organizadores da iniciativa «Stop Vivisection» são da opinião de que as campanhas nacionais podem ser financiadas a nível nacional.



3

Outras formas de angariar fundos

Financiamento colaborativo

Um dos métodos mais utilizados para financiar um projeto ou iniciativa é o financiamento colaborativo (crowdfunding). Neste tipo de financiamento, um grande número de pessoas contribui com dinheiro, geralmente pequenos montantes, para financiar um projeto ou iniciativa. O êxito deste método baseia-se na utilização de grandes redes de pessoas, que são contactadas através das redes sociais e de sítios Web especializados no financiamento coletivo no intuito de angariar fundos.

Angariação de fundos entre pares

Este tipo específico de financiamento colaborativo visa chegar a um público bastante alargado através das redes pessoais dos apoiantes da iniciativa. As pessoas podem criar os seus próprios sítios Web de angariação de fundos e partilhá-los com as suas redes de familiares, amigos, colegas, etc., com vista a angariar apoio financeiro.

Merchandising

Embora não sirva geralmente para angariar grandes quantias, o merchandising é uma ferramenta complementar excelente para angariar fundos para a campanha.

Pulseiras, t-shirts, bonés, lenços, folhetos, brochuras, cartões e outros material de merchandising associados à sua campanha podem contribuir para uma maior sensibilização, bem como para angariar fundos.



Sítios Web de financiamento colaborativo:

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



Patrocínios

As empresas gastam muito dinheiro em programas de patrocínio para melhorar a reputação da respetiva marca e para captar a atenção do público. Para atrair patrocinadores, deve:

- Conhecer o seu público: precisa de saber o tipo de patrocinadores que pretende atrair. Os patrocinadores selecionados devem ter valores consentâneos com os objetivos que pretende atingir. Deve também saber que tipo de público pode oferecer a um patrocinador. Uma das principais razões pelas quais uma empresa patrocina a sua organização é porque quer chamar a atenção de um público ao qual ainda não chegou.
- Oferecer algo de valor: As empresas querem obter um retorno sobre o seu investimento, mesmo que seja apenas em termos de imagem e de responsabilidade social das empresas. Colabore com os seus patrocinadores para criar um plano de marketing que beneficie ambas as partes.
- Dar a conhecer a sua ideia e os seus valores: não só precisa de descrever as suas intenções de forma a que as organizações sintam empatia pelo que está a fazer, mas também precisa de demonstrar a sua sustentabilidade.

Donativos

As pessoas que apoiam a iniciativa de cidadania europeia que pretende lançar também podem apoiar a sua campanha fazendo donativos. Pode recolher donativos através do sítio Web da iniciativa. Nesse caso, é essencial:

- descrever claramente o que faz
- explicar de que forma serão utilizados os donativos - publicar informações sobre as organizações que apoiam a iniciativa
- criar uma ligação visível para fazer um donativo e assegurar a rapidez do processo



Conselho prático

- Registe cuidadosamente qualquer apoio financeiro recebido, uma vez que todas as fontes de apoio e de financiamento que excedam os 500 euros por patrocinador devem ser divulgadas regularmente ao longo de todo o processo, pelo menos, de dois em dois meses. Deve igualmente comunicar informações sobre as organizações que lhe prestam apoio a título voluntário, sempre que tal apoio não seja economicamente quantificável.



Formas alternativas de angariar fundos:

1. Redes sociais
2. Festas
3. Partidas de bingo
4. Rifas
5. Desafios virais
6. Atividades tipo rally-paper
7. Torneios de jogos de mesa
8. Torneios desportivos
9. Leilões
10. Noites de karaoke
11. Leilões de talentos



Para mais informações sobre como as quatro iniciativas bem-sucedidas angariaram os fundos necessários, consulte as seguintes fichas de histórias de sucesso:

- **Um de Nós**
- **Right2Water**
- **Proibição do Glifosato**
- **Stop vivisection**
- **Minority SafePack** (ainda não está disponível)

As informações prestadas são independentes e não refletem necessariamente a opinião da Comissão Europeia ou de qualquer outra instituição europeia ou nacional. A Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer eventual utilização das informações aqui apresentadas..