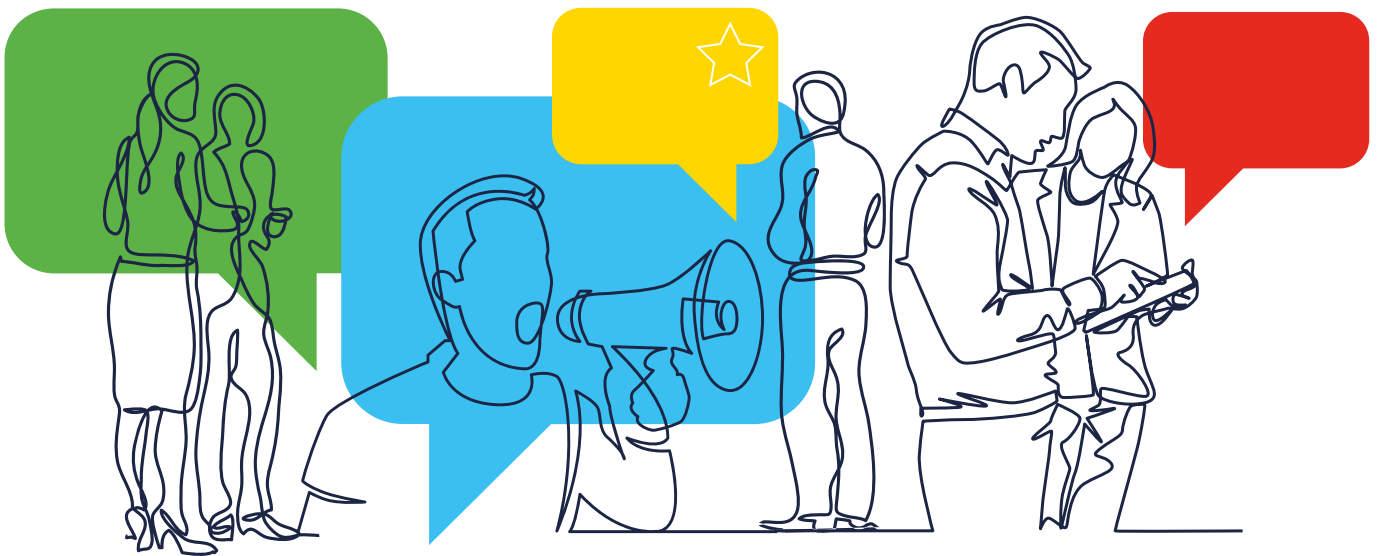




INIȚIATIVA CETĂȚENEASCĂ EUROPEANĂ

Cum să strângeți fonduri



RESURSE – DISCUȚII – MESAGERIE – CONSULTANȚĂ

| CUPRINS

Stabiliți traiectoria Uniunii Europene	3
Modalități de a strânge fonduri	4
Alte modalități de a strânge fonduri	7



1

Stabiliți traiectoria Uniunii Europene

Orice cetățean european are dreptul de a participa la viața democratică a Uniunii. Una dintre modalitățile de a încuraja participarea cetățenilor la procesul de elaborare a politicilor UE este Inițiativa cetățenească europeană – un instrument unic prin care cetățenii pot influența agenda instituțiilor UE.

Cetățenii dintr-un grup de organizatori care reușesc să colecteze în 12 luni 1 milion de semnături din cel puțin șapte state membre pot invita Comisia Europeană să propună acte legislative în scopul punerii în aplicare a tratatelor, în domeniile care sunt de competența Comisiei (a se vedea nota de orientare „Cum să redactați o inițiativă cetățenească europeană”).

Citiți detalii despre procedură în nota de orientare „Etaple procedurii”.

Cum să pregătiți o inițiativă cetățenească europeană

Faptul că dintre toate inițiativele înregistrate în primii cinci ani de existență ai instrumentului, numai cinci au reușit să colecteze 1 milion de semnături, arată cât de importantă este pregătirea. Deseori, „ingredientele” necesare sunt fondurile, resursele umane, suportul IT, consilierea juridică și traducătorii. Organizarea unei campanii pentru o inițiativă cetățenească europeană necesită mult timp și multe resurse.

În etapa de pregătire, strângerea de fonduri pentru conceperea și derularea unei campanii puternice este un element de maximă importanță, care, din păcate, poate pune probleme. Citiți detalii despre campanii în nota de orientare „Cum să faceți campanie”.

Nota de față prezintă etapele strângerii de fonduri pentru finanțarea activităților de coordonare și comunicare asociate unei inițiative.



Membrii grupului de organizatori răspund în solidar pentru orice prejudiciu cauzat prin organizarea inițiativei și care rezultă din acte ilicite. În schimb, dacă grupul de organizatori creează o entitate juridică în baza legislației unuiia dintre statele membre, respectiva entitate juridică va fi cea considerată responsabilă pentru daunele rezultate din organizarea inițiativei.



2

Modalități de a strânge fonduri

Nevoia de fonduri

Derularea unei campanii în mai multe țări este una din principalele provocări pentru organizatorii unei inițiative cetățenești europene. De multe ori apar costuri neprevăzute, nu doar în etapa de pregătire, ci în toate etapele procedurii.

În primul rând, faptul că Europa reunește atâtea nații și limbi face necesară traducerea tuturor informațiilor legate de inițiativă în limbile oficiale ale tuturor țărilor în care organizatorii intenționează să colecteze declarații de susținere (NB: Comisia Europeană va furniza traducerea descrierii inițiativei). În al doilea rând, chiar dacă voluntarii se ocupă de campanie, unii organizatori au nevoie să angajeze personal, ceea ce antrenează costuri. În al treilea rând, comunicarea este crucială. Însă crearea unui site web, gestionarea unor conturi de rețele sociale și organizarea unor evenimente, de exemplu, implică anumite costuri. În al patrulea rând, dacă aveți nevoie de consiliere juridică de la avocați sau juriști, aceasta poate fi, de asemenea, costisitoare. Dacă organizatorii decid să imprime documente și broșuri și să facă publicitate în mass-media, costurile pot crește.

Le sugerăm cu tărie organizatorilor să urmeze acești pași:

Formați o alianță

Așa cum am arătat în nota de orientare „Cum să căutați parteneri”, este de preferat să nu lansați o inițiativă fără să vă fi format mai întâi o rețea solidă de parteneri (ONG-uri locale și organizații) cu obiective și preocupări similare, care acționează la nivel local și internațional. După înregistrarea inițiativei, grupul de organizatori are la dispoziție șase luni pentru a lansa colectarea declarațiilor de susținere. Puteți folosi acest interval de timp pentru a vă consolida rețeaua.



Trei sfaturi:

1. Fiți activi
2. Fiți creativi
3. Fiți tenace



Identificați susținători potențiali:

1. Căutați parteneri potențiali în funcție de subiectul/obiectivul inițiativei, la nivel local, regional, național și european.
2. Creați un grup de cetățeni care să facă lobby pentru inițiative la nivel local și care să identifice bune practici.
3. Utilizați Forumul Inițiativei cetățenești europene pentru a găsi parteneri.
4. Folosiți Registrul de transparență al UE pentru a identifica parteneri la nivel european.
5. Consultați-vă cu sectorul privat și cu asociațiile profesionale – ar putea fi interesate să vă sprijine în chestiuni aliniate obiectivelor lor.



Poveste de succes

Inițiativa „Stop glyphosate” (Stop glifosatului) a obținut cele mai multe fonduri pentru că majoritatea proveneau de la organizații membre puternice care au sprijinit inițiativa.

Elaborați un buget comun

Este important ca proiectul de buget pentru campanie să specifice clar așteptările și limitele.



Sugestie

- Nu subestimați sprijinul nefinanciar – puteți economisi sume considerabile. Și Comisia vă oferă sprijin în natură – de exemplu, vă pune la dispoziție Forumul Inițiativei cetățenești europene, traduceri ale titlului, obiectivelor și câmpului-anexă (și aceasta pentru toate inițiativele înregistrate), precum și un sistem gratuit de colectare online, gestionat direct de către Comisie. Nu în ultimul rând, Comitetul Economic și Social European le oferă organizatorilor sprijin complementar.



Poveste de succes

Organizatorii inițiativei „Right2Water” (Dreptul la apă) au lansat un fond pentru finanțarea campaniei cu trei ani în avans.

Repartizarea efortului financiar

Persoanele fizice – în majoritatea cazurilor, chiar organizatorii – pot contribui și ele cu mici sume la finanțarea inițiativei. Însă alături de asociații, fundațiile reprezintă de obicei principalele surse de finanțare – așa cum o arată cele cinci inițiative reușite, de exemplu „One of us” (Unul dintre noi) sau „Ban Glyphosate” (Stop glifosatului).



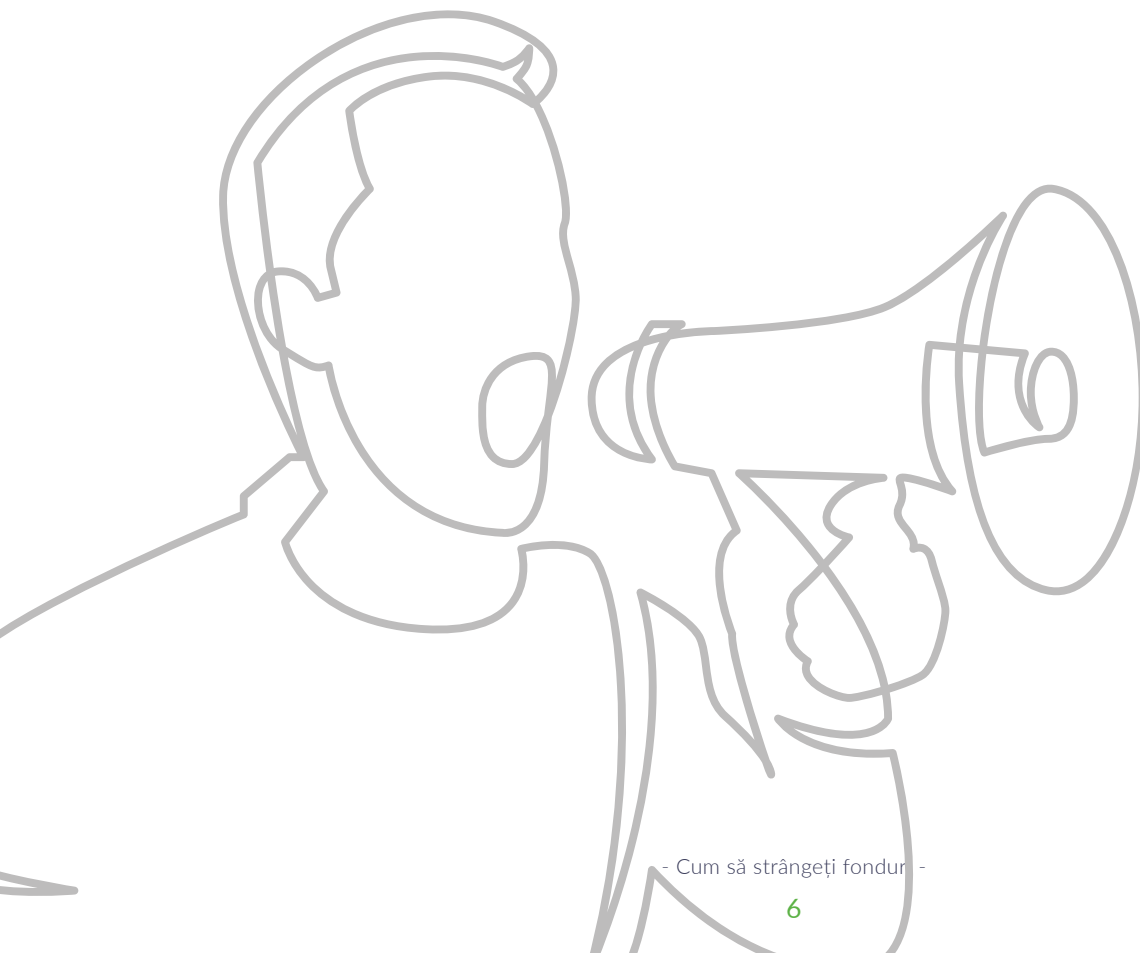
Sfaturi practice

- Puteți încheia un acord scris în care să definiți contribuțiile diferiților parteneri (ex. timp acordat de personal, activități de comunicare, bani etc.). Astfel evitați neînțelegerile între parteneri în timpul campaniei.
- O altă modalitate de a strânge fonduri ar fi să îi invitați pe cei care semnează o declarație de susținere pentru inițiativa dumneavoastră să facă și o donație.
- Utilizați listele de adrese ale partenerilor pentru a solicita donații.



Poveste de succes

Fiecare comitet național creat pentru campania „One of us” (Unul dintre noi) a colectat fonduri pentru propria campanie națională. Și potrivit organizatorilor inițiativei „Stop vivisection” (Stop vivisechției), campaniile naționale pot fi finanțate la nivel național.



3

Alte modalități de a strânge fonduri

Crowdfunding

Una dintre cele mai utilizate metode de finanțare a proiectelor sau inițiativelor este crowdfunding-ul (finanțarea participativă). Metoda presupune donații (în general mici) de la numeroase persoane fizice. Se bazează pe rețele extinse de persoane, formate de obicei pe rețele sociale sau pe site-uri specializate în finanțarea participativă.

Strângerea de fonduri din rândul omologilor

Acest tip specific de crowdfunding încearcă să se adreseze unui public-țintă mai larg, prin rețelele individuale ale susținătorilor inițiativei. Persoanele pot să-și creeze propriile site-uri de strângere de fonduri și să le partajeze cu rețelele lor (familii, prieteni, colegi etc.) pentru a obține sprijin financiar.

Merchandising

Deși nu aduce câștiguri majore, merchandising-ul este un instrument complementar excelent pentru strângerea de fonduri pentru campanie.

Oferind brățări, tricouri, pliante, cărți poștale, șepci, broșuri, eșarfe/fulare și alte materiale promoționale puteți nu numai să vă popularizați campania, ci chiar să obțineți donații.



Site-uri de finanțare participativă:

1. CiviCRM
2. YouCaring
3. Classy.org



Sponsori

Firmele alocă tot mai mulți bani programelor de sponsorizare, pentru a-și îmbunătăți reputația și pentru a capta atenția publicului lor țintă. Pentru a atrage sponsori, este important:

- Să vă cunoașteți publicul și deci tipul de sponsori pe care doriți să-i atrageți. Sponsorii selectați ar trebui să aibă valori conforme cu obiectivele pe care le urmăriți. În același timp, este bine să știți ce tip de audiență îi puteți oferi sponsorului cu care discutați. Unul dintre principalele motive pentru care o firmă v-ar putea sponsoriza organizația este acela de a câștiga atenția unui public la care nu a ajuns încă.
- Expuneți beneficiile pe care le oferiți. Firmele vor ca investiția pe care o fac să le aducă un beneficiu – chiar dacă este vorba doar despre imagine și responsabilitatea socială a întreprinderilor. Colaborați cu sponsorul pentru a crea un plan de marketing care să avantajeze ambele părți.
- Puneți în valoare ideea și valorile dumneavoastră: când spuneți ce urmăriți și încercați să vă aliați cu alte organizații, trebuie să demonstrați și că aveți resursele pentru a vă susține ideile pe termen lung.

Donații

Persoanele care susțin inițiativa cetățenească europeană pe care doriți să o lansați pot să vă sprijine și campania, prin donații. Puteți colecta donații pe site-ul dumneavoastră. În acest scop, asigurați-vă că:

- Explicați clar ce faceți
- Arătați cum folosiți donațiile
- Publicați informații despre alte organizații care vă susțin inițiativa
- Includeți un link clar care să permită donațiile și asigurați-vă că procesul de donare este rapid



Sugestie

- Țineți corect evidența sprijinului financiar primit, pentru că va trebui să furnizați informații despre toate sursele de sprijin și de finanțare în valoare de peste 500 EUR/sponsor/an, pe tot parcursul procedurii, cel puțin o dată la două luni. De asemenea, va trebui să furnizați informații cu privire la organizațiile care vă asistă pe bază de voluntariat, dacă sprijinul lor nu este cuantificabil din punct de vedere economic.

Informațiile sunt oferite cu titlu independent și nu pot fi considerate opinii ale Comisiei Europene ori ale altei instituții UE sau naționale. Comisia nu poate fi trasă la răspundere pentru felul în care sunt utilizate informațiile de pe această pagină.



Modalități alternative de a strânge fonduri:

1. Rețele sociale
2. Petreceri
3. Bingo
4. Tombole
5. Concursuri online virale
6. Tururi de baruri („baratoane”)
7. Concursuri de jocuri de societate
8. Competiții sportive
9. Licitații
10. Karaoke
11. Concursuri de talente



Vreți să aflați cum au procedat organizatorii celor cinci inițiative reușite pentru a strânge fonduri? Citiți fișele cu poveștile lor de succes:

- **One of us** (Unul dintre noi)
- **Right2Water** (Dreptul la apă)
- **Stop glyphosate** (Stop glifosatului)
- **Stop vivisection** (Stop vivisecției)
- **Minority SafePack** (încă nedisponibilă)