

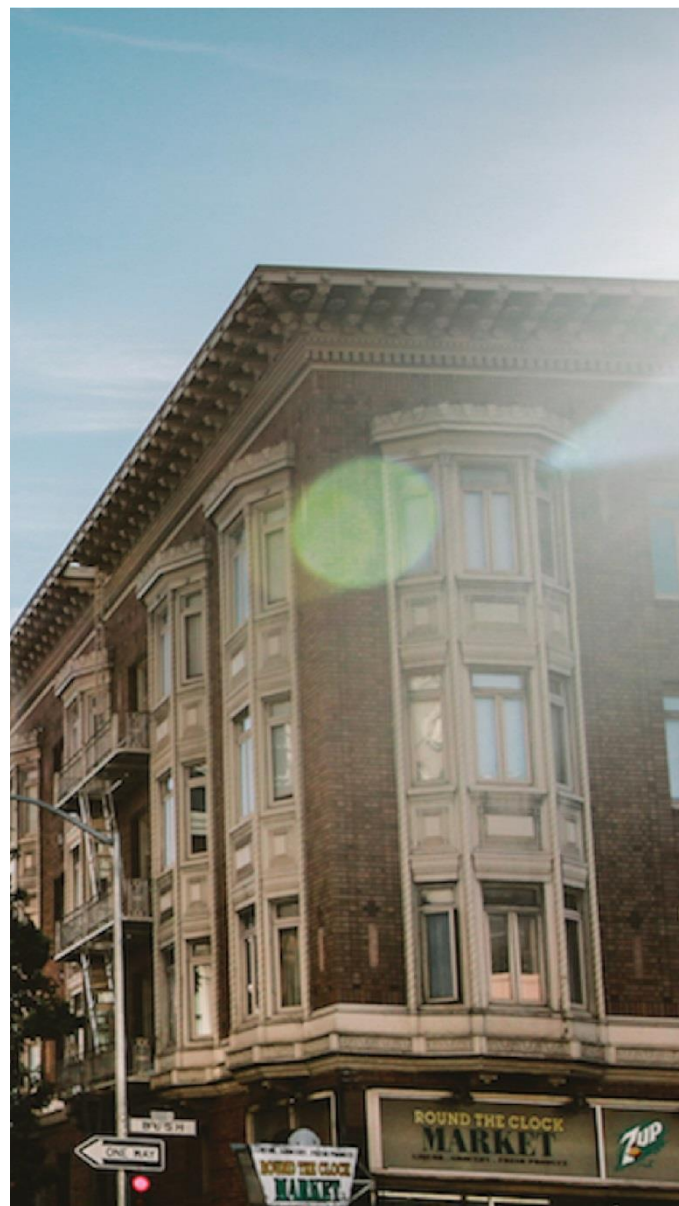
Финансиране на организации с кауза 2020

2020 JULY 15

Boosting Employability and Empowering Social
Engagement through Pro Bono – BEESE

Подобряване на възможностите за наемане на работа
и насърчаване на социалната ангажираност чрез про
боно

„Еразъм +“ (2018-1-HU01-KA203-047732)



The project "Boosting Employability and Empowering Social Engagement in High Education through Pro Bono" Acronym: BEESE is implemented by Önkéntes Központ Alapítvány, Volunteering Hungary - Centre of Social Innovation (www.onkentes.hu, www.oka.hu) in partnership with Junior Consulting Sciences Po (www.junior-consulting.com), Work for Social, trabaja para el cambio social (www.workforsocial.org), Pro Bono Lab (www.probonolab.org), Time Heroes Foundation (www.timeheroes.org), UNIVERSIDADE DO PORTO (www.up.pt), UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MADRID (www.uam.es), UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY (www.unwe.bg) and OBUDA EGYETEM (www.uni-obuda.hu) from September 1st 2018 until July 31st 2021, and funded by the European Union under the Erasmus+ Program (contract number: 2018-1-HU01-KA203-047732)

Увод

***“Защото не е достатъчно да мечтаеш - имаш
нужда от финансиране.” - Дъглас Престън***

Този документ е създаден от студенти четвърти курс, спец. Публична администрация, УНСС по време на участието им в дългосрочна Про боно работилница във връзка с изпълнение на проект „Подобряване на възможностите за наемане на работа и насърчаване на социалната ангажираност чрез про боно“ (Boosting Employability and Empowering Social Engagement through Pro Bono – BEESE). Той се финансира от Европейската Комисия по програма „Еразъм +“ (2018-1-HU01-KA203-047732).

Услугата pro bono и доброволството, основано на уменията, са уникални инструменти за участие на гражданите в своята общност, защото pro bono проектите предлагат ползи за всички участващи страни.

Чрез проекта BEESE се:

- създават инструментите и методологията за структуриране на участието на студентите в pro bono дейности;
- повишава пригодността за заетост чрез придобиване на реални трудови познания;
- стимулира социална ангажираност и участие;

Про боно работилница: Бъди генератор на идеи за организации с кауза се проведе в периода 08/05 – 15/07/2020 г. в онлайн среда MS Teams. Цялата събрана информация е актуална към 14/07/2020 г.

Участници:

Студенти: Биляна Уршева, Боян Димитранов, Галина Тренева, Ивет-Нанси Найденова

Ментор: Ива Колева

УНСС: доц. д-р Деница Горчилова, ас. д-р Виолета Златкова

Time Heroes: Благовеста Николова

Основните предизвикателства и проблеми пред гражданските организации в България.

- НПО нямат достъп до редовно финансиране, имали са дълги периоди без финансиране;
- Влошен публичен престиж на НПО.
- Повечето НПО не разполагат с разнообразни източници на финансиране;
- Ограничен достъп на НПО до европейски програми за финансиране;
- Правителството все още не е създадо Съвета за развитие на гражданското общество, който трябваше да разработи механизъм за разпределяне на държавни средства на НПО;
- Финансирането от страна на общините е слабо;
- Индивидуалните дарения намаляват;
- По-малко от 1 % от дружествата, подали данъчни декларации, са обявили дарения за НПО;
- Липса на национални механизми да се облекчи и подкрепи работата на гражданския сектор;
- Стесняване на сектора на гражданските организации, поради изчезването на част от тях;
- Неясен финансов ресурс, злоупотреби;
- Липса на финансиране, спад в търсенето на услуги и продукти от стопанската дейност на организациите, чрез която се издържат;
- COVID-19 криза и несигурност;
- ...



Основни източници и модели на финансиране

1. Големи фондации и фондове

1.1. Фондация „Работилница за граждански инициативи“ (ФРГИ)

Организация: **ФРГИ**
Уеб сайт: <https://frgi.bg/>
Адрес: ул. Енос 7, ет. 6, ап.9, 1408 София

Имейл: office@frgi.bg
Телефон: +359 887 095 920



Мисията на ФРГИ е да насърчава различни общности да поемат отговорност и да работят активно за социално развитие, като използват пълноценно местни ресурси. Тези общности са както географски, така и професионални или такива, създадени по интереси. С всички тях се работи за местно развитие, както и за развиване и въвеждане на дарителски практики, като се прилагат различни начини за осъществяване на тези идеи в България, съвместно с бизнес организации и индивидуални дарители.

За да постигне своята мисия ФРГИ подкрепя:

- ✓ Сътрудничеството между неправителствени организации, местна власт и бизнес организации, тъй като вярваме, че съвместната работа в рамките на дадена географска общност за постигане на социална промяна, е най-доброто средство за поемане на отговорност за изграждане на общественото благосъстояние.
- ✓ Развитието на неправителствените организации, тъй като те играят важна роля в процеса на изграждане и развитие на гражданското общество.

-
- ✓ Развитието на филантропията, тъй като нито гражданското общество, нито неговите организации могат да съществуват без активната подкрепа на социално отговорни хора, корпорации или институции.

Основните ценности, на които се гради работа са:

Участие;	Зачитане на различията;
Общностите имат свои ресурси;	Отговорно отношение към вложените средства;
Отвореност за диалог;	Прозрачност и отчетност.

Работата на ФРГИ има своето място в процеса на развитие на българското общество в дългосрочен план. Инициативите, които разработват и подкрепят възвръщат една забравена идея – идеята, че индивидуалната отговорност, доверие, грижа и филантропия са от съществена важност за живота в едно свободно и демократично общество.

За 15 години са подкрепени 1 186 проекта на граждански групи и организации, в областта на местното развитие

Всички финансираня, отпуснати от ФРГИ, се допълват от набрани средства от местните общности и по този начин се прекъсва кръгът на зависимост от чуждестранна финансова помощ и стимулира процеса на изграждане на местна филантропия. В процеса на отпускане на финансирането ФРГИ винаги има отговорно отношение към вложените средства, като съблюдава наличието на прозрачност и отчетност.

- ✓ Програма за дарения на лицензиран софтуер (www.techsoup-bulgaria.org)

Управлявайки ТехСуп България, ФРГИ продължава да развива знанията и уменията на представители на сектора, и технологично. ТехСуп България подкрепя гражданските организации у нас и чрез реализирането на редица образователни събития. Едно от тях е традиционният Ден на неправителствените организации - "Технологии за добро каузи", който се организира в партньорство с Microsoft България. Близко 1000 граждански организации са повишили своя технологичен капацитет в резултат от различните издания на събитието.

През април 2017 г. стартира и поредица от надграждащи обучителни уебинари по различни теми, засягащи работата на неправителствените организации.

Регулярност на кампаниите: В текущ срок (Проверено на: 03.06.20г.)

Допустими кандидати: За да могат да участват в Програмата за дарение на технологични продукти на ТехСуп България, организациите с нестопанска цел трябва да отговорят, както на общите критерии за получаване на дарение, така и на тези на отделните дарители-партньори.

Организациите, които отговарят на условията за получаване на дарения, трябва да бъдат юридически лица с нестопанска цел, регистрирани в обществена полза.

За да бъдат валидирани организация с оглед на тези условия, е необходимо да бъдат представени копия (сканирани) на следните документи:

1) Удостоверение от Министерство на правосъдието за вписване в Централен регистър на юридическите лица с нестопанска цел за осъществяване на общественополезна дейност;

2) Актуално състояние на организацията, издадено не по-рано от 6 месеца преди датата на изпращане;

3) Копие от БУЛСТАТ

4) Попълнена декларация за съгласие с условията на дарителите, подписана от представляващите организацията (формата на декларацията е в сайта).

- ✓ Програма „Ирис“ в подкрепа на деца и техните семейства, засегнати от кризата с COVID-19 (<https://frgi.bg/bg/activities/programi/programa-iris>)

История за успешно осъществени кампании: В Деня на детето ФРГИ, заедно с Български дарителски форум и Национална мрежа за децата поднасят ирис. Ирисът символизира вяра, надежда, обновление. Все неща, от които се нуждаем в борбата с кризата с COVID-19. Ето защо избират това знаково име за нова програма и този знаков ден за старт.

Новите здравни и икономически предизвикателства поставят големи групи от деца и техните родители в тежки условия на живот. Програма „ИРИС“ ще подкрепя такива семейства и цели намаляване риска от раздяла на деца и родители, като осигурява средства за покриване на основните им нужди. Програмата ще финансира граждански организации и граждански групи, които предоставят помощ на нуждаещите се семейства в цялата страна. Максималният размер на безвъзмездното финансиране на един кандидат е 20 000 лева. Ще бъде предоставен финансов ресурс на стойност 620 000 лева за спешна помощ и мерки за запазване на семействата в условия на пандемия и икономическа криза.

Регулярност на кампаниите: В текущ срок (Проверено на: 03.06.20г.)

Допустими кандидати: За финансиране могат да кандидатстват граждански организации (регистрации НПО, читалища и нерегистрирани групи, осигурили си регистриран посредник). Финансирането ще се предоставя чрез отворен конкурс за финансиране, без крайни срокове на кандидатстване до изчерпване на средствата. Стремелът е всеки кандидат да бъде

информиран за решението за финансиране до 10 дни от подаване на предложението. Повече за условията и начина на кандидатстване може да прочетете в Указанията за кандидатстване.

1.2. Фондация "БИКОУЗ в помощ на благотворителността"

Организация: БИКОУЗ (Фондация BCause)
Уеб сайт: <https://www.bcause.bg/>
Адрес: бул. "Витоша" 65, ет. 2, София 1000, България
Имейл: (контактна форма в сайта)
Телефон: +359 2 / 988 00 80



<https://www.bcause.bg/grantmaking.html>

Фондация BCause е експертна организация, признат лидер с 20 годишен опит на национално и международно ниво (от 1995 г.). Насърчава хора, организации и общности да преобразяват живота, като развива дарителството и социалните инвестиции. Предлага на хората и компаниите избор от значими за тях каузи, сигурност и лесни начини за даряване (на пари, време и труд) и удовлетворение от ползите за обществото.

Насочва дарителски ресурси и допринася за финансовото и организационно укрепване на гражданските организации и публични институции като училища, библиотеки и музеи. Популяризира и подкрепяме дарителски каузи. Подпомага дарители и социални предприемачи с индивидуализирани услуги с висока добавена стойност. Влияе на политиките и културата в областта на дарителството и социалните инвестиции чрез изследвания, консултации за правителството и специални комуникационни проекти.

От 2014 г. към Фондация BCause работи Център за предприемачество и обучения "Ринкър", създаден да насърчава образованието, ученето през целия живот и да подпомага предприемачеството и развитието на бизнеса в България.

Приоритетна дейност на Фондация BCause е използването на набраните дарителски средства за финансиране на дейности на НПО. Това става по няколко начина:

- Финансиране от дарителство по ведомост

- Грантове на конкурсен принцип от фондовете на BCause
- Грантове на конкурсен принцип от фирмени програми
- Възлагане на партньорска роля на НПО при изпълнение на фирмени програми.

Финансиране от дарителство по ведомост

Откакто през 2001 година Фондацията въведе за първи път механизма за дарителство по ведомост в България, десетки компании и стотици работещи в тях хора са използвали този инструмент, за да подкрепят лесно и сигурно свои любими благотворителни каузи.



За организациите дарителството по ведомост е възможност за редовни и прогнозируеми приходи, с които те могат да планират дейностите си. Всяка година десетки организации получават финансиране от BCause, резултат от дарителството по ведомост.

Примери за финансирани организации: Асоциация „И нас ни има“, Фондация „Тацитус“, Фондация „Дечица“, Сдружение „Самаряни“, Зелени балкани и много други.

Грантове на конкурсен принцип от фирмени програми

Фондация BCause е партньор на много компании в разработването и изпълнението на техни дарителски програми. Фондацията препоръчва на компаниите да подкрепят партньори НПО, за да осигурят устойчивост на подкрепата си и инвестиция в капацитета на организации, посветени на работа по конкретния проблем.

BCause организира конкурсни програми със и от името на компании.

Програмите са отворени или затворени в зависимост от условията на дарителите и големината на фондовете.

Примери за фирмени грантови програми, подпомогнати от BCause: „Мтел еко грант” - ежегодна дарителска програма, която финансира малки проекти в областта на екологията, програмата на TBI Bank “Спорт за по-добър живот на децата с увреждания”.

Възлагане на партньорска роля на НПО при изпълнение на фирмени програми

От създаването си Фондация BCause е партньор на компаниите в процеса на разработване и изпълнение на програми за социална ангажираност - от избора на кауза, изследването на проблема и подходите за решаването му, до реализиране на идеите. Заедно с компаниите работим за увеличаване на социалните инвестиции в устойчиво развитие, а не в краткосрочни мерки. Разчита на експертизата, професионализма и опита на партньорски граждански организации. Работи заедно с тях по изпълнението на фирмени дарителски проекти.

Фонд "Опазване на околната среда"

За подкрепа на малки проекти, свързани с опазването на защитени територии и видове в България.

Дарителските средства, събрани във фонда, се разпределят на конкурсен принцип за малки проекти, свързани с опазването на защитени територии и видове в България. Конкурс се организира при набрани около 5000 лв.

1.3. Фондация "Америка за България"

Организация:	"Америка за България"
Уеб сайт:	https://us4bg.org/bg/
Адрес:	ул. „Малъовица“ №6, София 1000
Имейл:	office@us4bg.org
Телефон:	+359 2 / 806 3800



Фондация „Америка за България“ е независима, неправителствена и неполитическа американска благотворителна фондация, която работи в партньорство с български организации за укрепване на частния сектор и демократичните институции в страната.

Фондацията е плод на успеха на Българо-американския инвестиционен фонд (БАИФ), създаден през 1991 г. от Конгреса на САЩ с подкрепата на Американската агенция за международно развитие. В резултат от съвместната си работа с предприемчиви българи, БАИФ постига възвръщаемост от над 800%. През 2008 г. постъпленията от продажбата на активи на Фонда формират капитала на Фондация „Америка за България“ в размер на 400 милиона долара.

Фондацията започва работа в България през 2009 г. и за десет години е дарила над 200 милиона долара в подкрепа на над 880 инициативи в областта на образованието и културното наследство и за развитието на гражданското общество и частния сектор.

Всяка година Фондация „Америка за България“ дарява по около 20 милиона долара от своя капитал от 400 милиона. Той, от своя страна се реинвестира, за да не прекъсва дейността на Фондацията, която определя своите четири ключови приоритета така:

- ✓ Бизнес, предприемачество и технологии
- ✓ Добро образование и работни умения
- ✓ Благоприятна бизнес среда
- ✓ Културно-исторически и природен туризъм

Партнира си с компании, институции, общности, граждански организации и лидери с визия, които отстояват икономическата свобода, предприемачеството и върховенството на правото като жизненоважни за процъфтяваща икономика и демокрация.

Проектите, в които инвестират, са плод на съвместно планиране междутях и партньорите на фондацията, защото вярват, че само общите усилия могат да доведат до трайна промяна. Също така, насърчават обмяната на опит и сътрудничеството между техните партньори. Фондация „Америка за България“ приема запитвания за финансиране през цялата година в секция Кандидатстване за финансиране. Фондацията също така кани организации да развият проектни предложения, а понякога сама инициира и изпълнява проекти. В определени случаи Фондацията ще обявява конкурси за различни проекти. Информация за актуалните конкурси ще се публикува на тази страница.

Фондация „Америка за България“ развива дългогодишните традиции на доброжелателство и приятелство международите на САЩ и България и насърчава контактите между хората на двете страни. Даренията и програмите на Фондацията възплащават щедростта на американския народ и най-високите американски стандарти за етика, прозрачност и изконни ценности.

Кой може да кандидатства за дарение от фондацията „Америка за България“?

Работи се основно с неправителствени организации, но си партнират и с университети, училища, читалища и други и участват в публично-частни партньорства

Какво финансира фондация „Америка за България“?

Фондация „Америка за България“ предоставя дарения на организации, работещи в една или повече от приоритетните области.

Допълнителни полезни връзки:

Наименование	Лого	Уеб-сайт
Oak Foundation		https://oakfnd.org/ https://oakfnd.org/grant-making/
Институт Отворено общество София		https://osis.bg/
Фондация Отворено общество		https://www.opensocietyfoundations.org/
Фондация Лале		https://www.tulipfoundation.net/bg/program/
Български форум на бизнес лидерите		http://www.bbif.bg/

1.4. Black Sea NGO Forum Mobility Fund for CSO Experts in the Black Sea Region

Организация Forum Mobility Fund
Уеб сайт: Black Sea NGO Forum
Имейл: fond.romania@gmail.com

История за успешно осъществени кампании

Чрез Фонда за мобилност се насърчава обмена на най-добри практики, извлечени поуки, успешни инструменти и проекти, изграждащи капацитета на организациите на гражданското общество да участват в регионално сътрудничество. Вижте повече за проекта [ТУК](#).

Регулярност на кампаниите: Фондът е отворен за кандидатстване: от 01 януари 2020 до 15 декември 2020г.

Допустими кандидати: Представители на ОГС и експерти, които имат интерес да кандидатстват, трябва да бъдат от една от страните: Армения; Азербайджан; Беларус; България; Грузия; Гърция; Република Молдова; Румъния; Русия; Турция; Украйна.



2. Корпоративни играчи

Все повече организации работят в посока доброволчески акции, финансиране на кампании, участват в повече доброволчески проекти.

Корпоративната социална отговорност (КСО) е един от стълбовете на съвременното и проспериращо общество. Всеки бизнес може да намери своята кауза и да допринесе в

различна сфера от обществения живот. Сред главните цели е да се спомогне за изграждането на една стабилна социално отговорна бизнес среда в България. Стремехът е към създаване на трайна връзка между нуждите и ресурсите на обществото и бизнеса, като се доставят ползи и за двете страни. Нека всички да виждат повече, дават повече и получават повече!

Взаимовръзката между бизнес етиката и корпоративната социална отговорност се проявява в множеството дефиниции, които се предлагат за определяне на същността и обхвата на КСО.

„Световният съвет на бизнеса за устойчиво развитие" определя корпоративната социална отговорност като задължение на бизнеса да допринася за устойчивото икономическо развитие, трудовите отношения с работниците, техните семейства, местната общност и обществото като цяло за подобряване качеството на живот.

Според „Международния форум на бизнес-лидерите" корпоративната социална отговорност се разбира като популяризиране на практиките на отговорния бизнес, които носят полза на бизнеса и обществото и подпомагат социалното, икономическо и екологично устойчиво развитие чрез максимизиране на положителното влияние на бизнеса върху обществото и минимизиране на негативното.

В Зелената книга на Европейската комисия корпоративната социална отговорност има следната дефиниция: „Декларирайки своята социална отговорност и доброволно поемайки задължения, които надхвърлят общите законови и обичайни изисквания, които трябва да се спазват при всички случаи,



фирмите се стараят да повишат стандартите за социално развитие, защита на околната среда и уважение на основните права и приемат да прилагат отворено управление, да съгласуват интересите на всички заинтересовани страни в общ подход за качество и устойчивост".

Корпоративната социална отговорност във всички дефиниции се приема като форма на корпоративно стратегическо управление, което поставя стандартите за ръководство на по-високо от правната принуда ниво, и представят КСО като система за управление на взаимоотношенията между фирмата и обкръжаващата я среда (заинтересованите страни - лице или група, която има интереси при вземане на решения или от действия на дадена организация).

2.1.Telus International - Bulgaria

Организация:	Telus
Уеб сайт:	https://www.telusinternational.com/locations/bulgaria
Адрес:	TELUS Tower Sofia, 1000, Център, 1000 Sofia
Имейл:	(контактна форма в уебсайт)
Телефон:	+359 2 / 931 7330



Общественият борд на TELUS International съществува във всяка локация, в която компанията оперира и има за цел да постави процеса на взимане на решения по обществено значими социални теми в ръцете на водещи обществени личности, едни от най-изтъкнатите лидери в сферата, в която работят. Всяка година Общественият борд на TELUS International разпределя сумата от \$100 000 между социално значими проекти, разрешаващи проблеми в сферата на здравеопазването, образованието и опазването на околната среда. Проектите биват оценявани и финансирани, в зависимост от устойчивостта на решението, което предлагат, по актуален обществен проблем. (<https://web2.telusinternational.com/telus-international-community-board/proekti>)

Общественият борд в България е петнадесетият по ред Борд за цял свят. В България Бордът обединява видни обществени личности и членове на компанията, които вземат решения за това, кои благотворителни инициативи да бъдат финансирани. TELUS е първата канадска компания, която прилага тази дарителска стратегия.

Общественият борд на TELUS International в България е председателстван от Левон Хампарцумян, Председател на Българския форум на бизнес лидерите, и стартира на 2 юни 2015 г. Бордът се фокусира върху три основни аспекта от нашето общество: образование, здравеопазване и околна среда.

Посредством Обществения борд компанията успява да подпомогне стотици фондации и асоциации годишно.

Всяка година Бордът разглежда повече от 150 проекта в областите здраве, околна среда и образование, в подкрепа на семейства и младежи в България. Общественият борд избира

своите членове на всеки 3 години, за да гарантира безпристрастността и прозрачността на процедурата по разпределяне на грантове.

Как да се кандидатства?

Крайният срок обикновено е приблизително четири седмици преди заседанието на Борда, чиято дата се обявява на сайта. Този срок е необходим, за да бъдат разгледани всички предложения и да се обработят, както и за да се изяснят всякакви необходими детайли, свързани с кандидатурите. Запитванията си може да отправяте на telusinternationalCB@telusinternational.com или csr.bg@telusinternational.com.

Може да намерите формата за кандидатстване на български език в сайта. Моля, използвайте празните полета за отговор и описание, като се стараете да бъдете максимално кратки и ясни. Моля, изпратете попълнения формуляр за кандидатстване с приложимата към него бланка с финансова информация, качена на сайта на Обществения Борд. При финализиране на кандидатурата Ви, моля изпратете двата документа заедно в .doc/.docx и .xls/.xlsx формат на telusinternationalCB@telusinternational.com и csr.bg@telusinternational.com.

Проверете дали имате налични следните документи, които при необходимост може да бъдат изискани от Вас:

- ✓ Регистрация на организация с нестопанска цел
- ✓ Регистрация на БУЛСТАТ
- ✓ Вписване в Централен регистър на юридическите лица с нестопанска цел за обществено полезна дейност или регистрация в Търговски регистър. Моля да имате предвид, че срокът за пререгистрация в Търговския регистър е до 2020 година

Ако вашият проект е ОДОБРЕН за финансиране, имайте предвид, че сумата, която е отпуснал Общественият борд, може да не съвпада със заявената. Максималната стойност, с която един проект може да бъде подкрепен в настоящата покана, е в размер на 15 000 лева. Целта е възможно най-голям брой проекти, предлагащи устойчиви решения на актуални социални проблеми да бъдат подпомогнати финансово.

Вашият проект може да бъде ОТЛОЖЕН. Ако членовете преценят, че даден проект заслужава финансиране, но има нужда да бъде доразвит, преработен или разширен, могат да преценят той да бъде отложен за следващата среща на Борда. В такива случаи ще бъдете информирани за статуса на проекто-предложението по имейл.

Вашият проект може и да бъде ОТХВЪРЛЕН. В повечето случаи това са проекти, които не отговарят напълно на изисквания, публикувани на страницата.

- ✓ Отпуснатият грант (в настоящата покана) е на максимална стойност 15 000 лева
- ✓ При повторно кандидатстване за финансиране на одобрен проект, трябва да се приложи отчет за предишния период на финансиране и проектът ще участва в надпреварата заедно с останалите кандидатури
- ✓ Ако дадена организация кандидатства за 3-та поредна година за финансиране, при одобрение при предишните 2, трябва да кандидатства с друг/нов проект
- ✓ Една организация може да кандидатства при всяка отворена покана
- ✓ При успешно кандидатстване дадена организация може да бъде финансирана веднъж в годината. В редки случаи може да се отпусне финансиране максимум 2 пъти на година, при условие че кандидатства с два различни проекта.

Доверете се на възможностите, креативността и вдъхновението си. Не се страхувайте да кандидатствате с нов проект, или такъв, който да е продължение на предишния, с който сте кандидатствали и който е спечелил финансиране. От компанията гарантират, че ще му обърнат необходимото внимание. Без притеснения прилагайте към кандидатурата си всякакъв вид допълнителни материали, снимки, видео файлове, публикации, които ще помогнат на членовете на борда да разберат целите, обхвата и мисията на проекта, с който кандидатствате.

Сайт: <https://web2.telusinternational.com/telus-international-community-board/kandidatstvai>



2.2. УниКредит Булбанк (Фондация УниКредит)

Организация:	УниКредит Булбанк
Уеб сайт:	https://www.unicreditbulbank.bg/bg/za-nas/
Адрес:	пл. Света Неделя №7, 1000 София, България
Имейл:	(контактна форма в уебсайт)
Телефон:	0700 1 84 84



<https://www.unicreditbulbank.bg/bg/zananas/>

УниКредит е водеща европейска банка с основна дейност в 22 страни. Банката работи на 50 пазара в целия свят, като има над 9400 клона и повече от 158 хил. служители .

В региона на ЦИЕ УниКредит управлява най-голямата международна мрежа с близо 3 800 клона. Групата работи в Австрия, Азербайджан, Босна и Херцеговина, България, Хърватия, Чехия, Естония, Германия, Унгария, Италия, Латвия, Литва, Казахстан, Киргизстан, Полша, Румъния, Русия, Сърбия, Словакия, Словения, Турция и Украйна.

Фондация УниКредит и служителите на една от водещите банки в Европа са помогнали да бъдат финансирани над 3500 проекта по програмата дарителство по ведомост за десетте години, откакто е стартирала инициативата. Чрез тази инициатива Фондация УниКредит увеличава сумата на даренията от служителите на банката за организации с нестопанска цел, като прибавя сума до два пъти по-голяма от първоначалния размер на дарението. Така за 10 години програмата е подкрепила благотворителни проекти със сумата от над 31 млн. Евро.

Един от най-важните приоритети на Фондация УниКредит е да доразвива изключителните доброволни усилия, които се полагат от толкова много служители на УниКредит във всички държави, в които присъства групата

Сред най-значимите инициативи, реализирани със 100% финансиране на Фондация УниКредит, е проект за изграждане на центрове за домашни грижи за възрастни хора в Смолян и Добрич, които в продължение на две години осигуряваха храна и квалифицирани медицински грижи за хора, останали сами в следствие на емиграционните процеси.

В момента, заедно с Фондация Лале, Фондация УниКредит реализира проект, насочен към превенция на изоставянето на деца в социални институции. Проектът „Вяра в семейството“, който се реализира в Хасково, Свиленград, Любимец, Стамболово, Харманли и Пловдив, вече помогна на десетки семейства да останат заедно.

Традиционно, Фондация УниКредит, заедно със служителите на УниКредит Булбанк, прави дарения и за текущи проекти като Програмата „Топъл обяд“, Фонда за подпомагане на деца, жертва на пътнотранспортни произшествия, Стипендии за деца-сираци и т.н.

Общият размер на даренията на Фондация УниКредит за проекти в България надхвърля 650 хил. лева.

УниКредит Булбанк получи отличие от Фондация УниКредит за подкрепата, оказана на Фондация Помощ за благотворителността в България. На церемония във Виена бяха наградени и проекти от останалите държави, в които УниКредит работи.

Още информация:

<https://www.unicreditbulbank.bg/bg/za-nas/media/novini/fondatsiia-unikredit-dari-nad-31-mln-evro-za-10-g/>

<https://www.unicreditbulbank.bg/bg/blog/2016/06/09/kak-da-dariavame-bezopasno/>

2.3. Овергаз

Организация:	Овергаз Мрежи АД
Уеб сайт:	https://www.overgas.bg/
Адрес:	Централен офис, 1407 София, ул. Филип Кутев 5
Имейл:	gas@overgas.bg
Телефон:	0700 11 110



<https://www.overgas.bg/za-overgaz/ustojchivo-razvitie/sponsorstva/>

Овергаз е най-голямата частна газоразпределителна компания в България. Дружеството изгражда и експлоатира газоразпределителни мрежи и продава природен газ на крайни потребители на територията на 51 общини в страната. Овергаз предоставя енергийна алтернатива на над 60 хиляди семейства, над 3000 производствени компании, стотици училища, детски градини, болници и социални заведения. Природният газ винаги е бил най-достъпната енергия за обществото и компанията е основен играч на енергийния пазар.

Мисия и визия

- ✓ мисията на човека е да бъде полезен;
- ✓ свободният труд е творчество;
- ✓ само създавайки за другите, можем да изграждаме себе си;
- ✓ по този начин можем да бъдем пример за децата си;

Практиката е насочена в четири посоки. И те са хармонични на професионалната мисия на Овергаз:

- ✓ образование;
- ✓ култура и изкуство;
- ✓ екология и околна среда;
- ✓ подпомагане на общността;

Средствата, които компанията отделя за програмата си в полза на обществото, са непренебрежима част от годишната чиста печалба на Овергаз - подкрепят проекти, които са неотменен обществен интерес. Уважават идеи, пред чийто резултат българските граждани са равни. Ще срещнете името на Овергаз в най-модерните проекти за българското образование.



Основни насоки и принципи при кандидатстване за спонсорство:

- ✓ Подкрепят предложения, които съответстват на визията, целите, ценностите, приоритетите и посланията на бранда Овергаз и слогана „Всеки има нужда от добра компания“;
- ✓ Подкрепят предложения, които допринасят за надграждане добрата репутация на бранда Овергаз;

- ✓ Подкрепят предложения, чиито бенефициенти могат да бъдат причислени към Овергаз общността и имат мултиплициращ ефект;
- ✓ Подкрепят предложения, които гарантират контрол, отчетност и прозрачност на изразходването на средствата;
- ✓ Спомощствователската дейност се осъществява при договорна обвързаност и строго спазване на счетоводни и законови разпоредби;
- ✓ Заявленията следва да съдържат подробна информация за предлагания проект – време, място, обхват, целева група, предимства и възможности за реклама, размер на търсената помощ/предлагано спонсорство;
- ✓ Средствата, отпускани от Овергаз за спонсорство, се планират в годишния бюджет на компанията за социални и образователни инициативи. Това означава, че предложенията трябва да бъдат подадени до края на предходната година;
- ✓ Не подпомагат инициативи на политически партии, техни представители или кандидати за политически постове;
- ✓ Не подпомагат еднократни, единични и случайни инициативи.

Кандидатстване: Заявленията трябва да бъдат адресирани до г-н Сашо Дончев, Председател на Съвета на директорите на „Овергаз Мрежи“ АД, на пощенски адрес: София 1407, ул. "Филип Кутев" 5 или на e-mail: society@overgas.bg, тел. (+359 2) 4283 283; Решение за подкрепа или отказ се взема от ръководството на компанията, след което кандидатът бива уведомен.



2.4. Райфайзенбанк (България) ЕАД

Организация:

Райфайзенбанк (България) ЕАД

Уеб сайт:

<https://www.rbb.bg/bg/za-bankata/koi-sme-nie/>

Адрес:

София 1407, бул. Никола Вапцаров 55, Експо 2000, район Лозенец

Имейл:

Форма в уебсайта

Телефон:

0700 10 000



**Райфайзен
БАНК**



<https://www.rbb.bg/bg/za-bankata/korporativna-socialna-otgovornost/kandidatstvane/sponsorstvodarenie/>

Райфайзенбанк (България) ЕАД е основана през юни 1994 г. по българския Закон за банките и кредитното дело, с пълен лиценз за работа в страната и чужбина.

Райфайзенбанк е универсална банка, която предлага банкови продукти и услуги, насочени към корпоративни клиенти, малки и средни предприятия, граждани и институционални клиенти.

В ЦИЕ, РБИ управлява мрежа от дъщерни банки, лизингови компании и многобройни доставчици на специализирани финансови услуги на 17 пазара. Общо около 60 000 служители на РБИ обслужват близо 13,5 милиона клиенти чрез около 3000 офиса, като мнозинството от тях са в Централна и Източна Европа. РБИ е собственост на Райфайзен Централбанк Австрия АГ (РЦБ), която индиректно притежава около 78,5% от капитала на банката. Останалата част се търгува свободно на Виенската фондова борса.

Банката печели награда в категорията „Най-добра кампания“ за дарителската кампания „Избери, за да помогнеш“ на Райфайзенбанк (Фондация Работилница за граждански инициативи), 2-ро място в конкурса „PR Приз 2012“ в категорията „Обществено значима PR кампания на организация от бизнес сектора“ за дарителската кампания „Избери, за да помогнеш“. Печели и следните награди:

Първа награда в категорията „Инвеститор в обществото“ за 2011 г., Годишни награди за отговорен бизнес (Български форум на бизнес лидерите)

Награда „Най-щедър дарител“ за 2010 г. (Български дарителски форум)

Награда „Инвеститор в обществото“ за 2010 г. (Български форум на бизнес лидерите)

Награда ENGAGE за ангажиране на служителите в социалната политика на Райфайзенбанк за 2010 г. (Международен форум на бизнес лидерите)

Награда „Стимулиране на дарителството“ за 2010 г. (Фондация „Човешките ресурси в България и евроинтеграцията, в рамките на наградите „Мениджър Социални услуги“)

През годините банката е подкрепила множество социалнозначими проекти, образователни програми, културни прояви, които се организират или предлагат от организации, сдружения, граждански обединения, дружества, институции.

Дарителската кампания на Райфайзенбанк „ИЗБЕРИ, ЗА ДА ПОМОГНЕШ“ стартира 2009 г., продължава до 2012 г. Тя е част от политиката на Райфайзенбанк (България) за корпоративна социална отговорност. Кампанията има за цел да подпомогне благотворителни инициативи в четири основни категории: здравни, екологични, социални проекти и проекти в сферата на образованието и културата.

Основни критерии за избор на проекти, спонсорства или дарения, които се подкрепят от Райфайзенбанк и дъщерните ѝ дружества, са:

- ✓ Висока обществена значимост и устойчивост на проекта
- ✓ Проектът да е в една от четирите области за подкрепа: Здравеопазване, Социална сфера, Култура и образование, Опазване на околната среда
- ✓ Проектът да подкрепя инициативи, свързани с отношенията България-Австрия
- ✓ Проектът да цели конкретен, измерим резултат в рамките на дарените средства
- ✓ Проектът да отговаря на принципите за спонсорства и дарения на Райфайзенбанк

Цялата информация и формуляр за кандидатстване, можете да намерите: <https://www.rbb.bg/bg/za-bankata/korporativna-socialna-otgovornost/kandidatstvane/#>.



2.5. Google Ad Grants с предложение към организациите с нестопанска цел

Уеб сайт: <https://www.google.bg/grants/>

История за успешно осъществени кампании: Представете си какво бихте могли да направите с 10 000 щ.д. месечно за безплатно рекламиране с Google Ads – решение за онлайн

реклама от Google. Бихте могли да наберете още доброволци. Да привлечете повече дарения. И да спделите историята си с хора по целия свят. Всичко това е възможно с Google Ad Grants. Вижте как Google Ad Grants помага на организации с нестопанска цел по света за повишаване на информираността, привличане на дарения, набиране на доброволци и още много други неща.

Тук: Примери за успешна работа

Регулярност на кампаниите: В текущ срок (Проверено на: 03.06.20г.)

Допустими кандидати: Google работи с над 20 000 организации с нестопанска цел в повече от 50 държави. За да отговаря на условията за получаване на субсидия от Google Ad Grants, организацията ви с нестопанска цел трябва да е базирана в една от тези държави.

Проверете дали отговаряте на условията тук.



2690	21
12,26	38,1
1,4	26,1
29,5	45,7
0,45	45,7
G	1820
21,73	26,35
3,48	-0,12
5371	22
883929	565
1,09	65,1
20,04	467136
4693160	11592

20 важни правила за работа с бизнес донори

1. Прозрачност – на идеи, разходване, дейности.
2. Дарителят да е информиран къде и за какво отиват парите му.
3. Имидж vs. Желание за помагане.
4. Име vs. Общност.
5. Няма масовост – уникално, различно, ново.
6. Хората да се припознаят в каузата, за да бъдат част от нея.
7. Социален капитал.
8. Кауза – силна, отличаваща се, общественозначима.
9. Да се следва пулсът на хората – емоции и интерес.
10. Познаване на “донора” – какви проекти подкрепя, какви каузи, в какви области
11. Изграждане на работодателска марка -> имидж.
12. Последователност.
13. Трайност.
14. Устойчивост.
15. Обратна връзка.
16. Никога с една и съща идея при един и същи донор.
17. Ултиматум на донор не се поставя.
18. Множество донори – има различни източници на финансиране.
19. Различното се цени – честност; откритост.
20. Пари за кауза, а не кауза за пари.

3. Общини

През годините гражданските организации подобряват средата в своите общини и активно сътрудничат на граждани при решаване на техните проблеми и защита на техните права. Гражданското участие е стимул и мотивация за заемане и отстояване на позиции в защита на важни обществени интереси, включително и при разпределение на общинския бюджет. Ролята на гражданското участие е изключително важна на общинско ниво, за подсещане на общинските власти за важните проблеми. Гражданското участие може да приеме различни форми и всяка една от тях е стъпка към изпълнение на цялостната роля на гражданските организации в различните общини.

Гражданските организации в България:

- 1) Помагат при набиране на средства за каузи и конкретни проблеми на хората и на общините;
 - 2) Събират и мотивират доброволци, раздават храна и дрехи, активизират общността при бедствия и проблеми;
 - 3) Въвеждат устойчиви модели за културен и еко-туризъм, за опазване на околната среда, за предоставяне на социални услуги, за съживяване на селските райони;
 - 4) Подпомагат и подобряват развитието и икономическия климат в общините;
 - 5) Правят общината по-желано място за живеене и по този начин се насърчава предприемачеството
- Гражданското участие може да приеме различни форми и всяка една от тях е стъпка към изпълнение на цялостната роля на гражданските организации в различните общини.



Каква е ползата за общините?

- 1) По-доволни граждани - по-висок растеж и по-хубава община;
- 2) Гражданските организации са естествен партньор на общината при решаване на конкретни казуси и проблеми чрез предлагане на експертни познания, алтернативна гледна точка и предпоставка за устойчиво развитие;
- 3) Съвместното разработване на политика на общината допринася за по-високо доверие към решенията и по-сериозна подкрепа при реализирането им;
- 4) Повишаването на гражданската активност допринася за подобряване на ресурсите на разположение на общината за работа по важни проблеми. Без активното гражданско участие,

изпълнението на политиките на общината не би било възможно поради липса обратна връзка дали изпълнените мерки реално достигат целите си.

Каква е ползата за обикновения гражданин?

1) Гражданските организации са естествен съюзник за организиране на групи за обсъждане и защита на конкретни обществени интереси;

2) Гражданските организации имат възможността да мобилизират ресурси и да подкрепят конкретни каузи и решаването на конкретни проблеми - примерно организиране на местен фестивал, почистване на коритото на река, събиране на средства за лечение. Те имат знанието и уменията да насочат гражданите към правилните инструменти и да сътрудничат за намиране на крайното решение;

3) Гражданските организации защитават правата на различните групи и подпомагат диалога с местните власти - като писане на предложения и писма, кампании за отваряне на общината, обсъждане на бюджета, предоставяне на информация;

4) Сплотяване на общността и активизиране на живота в общината.

Защо е необходимо да съществува механизъм за финансиране на НПО на общинско ниво?

Гражданското участие бавно, но устойчиво променя средата на съществуване и работа, както и социалния, икономически и политически контекст. Същевременно, участието на общинско ниво е осезателно по-слабо, отколкото на национално ниво. Това оказва влияние както за капацитета на организациите, така и върху общественото разбиране за ролята на НПО.

3.1. София

В Столична община финансирането на НПО минава през две отделни програми: Европа и Култура. По Програма Европа за последните 7 години са реализирани 199 проекта на стойност 2 892 0000 лева. Програмата има за цел да подпомага развитието на гражданското общество и подкрепя проекти, насочени към взаимодействие между структурите на гражданското общество и органите на местната власт, засилване на гражданското участие и контрол в процеса на вземане на решения, застъпничество, публичен дебат по теми от обществен интерес.

✓ Столична програма "Социални иновации"

Община: София
Уеб сайт: Столична община, секция „Социална закрила“, Програма „Социални иновации“
Адрес: гр. София, бул. „Кн. Мария-Луиза“ № 88, ет. 5, ст. 508
Телефон: 02 8035 909 - дирекция „Социални услуги за деца и възрастни“ на Столична община

Граждански организации със седалище на територията на Столична община могат да кандидатстват с проектни предложения в Програма „Социални иновации“ за 2020 г. Програмата цели подобряването на качеството на живот, социалното включване на уязвимите групи, като стимулира прилагането на краткосрочни проекти за социални иновации с активното участие на гражданското общество.

Успешно осъществени кампани:

- 1) Национално читалище на слепите „Луи Брайл 1928“ - Проект „Адаптирани книжки на Брайл за незрящите, изучаващи английски език“
- 2) Фондация „Детето и фолклора“ - Проект „В добра глава, сто ръце (образователна игра – помагало за работа в мултиетническа среда и социално приобщаване)“
- 3) Сдружение „Асоциация Аутизъм“ - Проект „Да се замесим със света около нас“

Регулярност на кампаниите: Краен срок за кандидатстване: 05.02.2020 г. (до момента няма обявена нова дата за кандидатстване). *(Проверено на: 03.06.20г.)*

✓ Програма за развитие на физическото възпитание и спорта – 2019 г.

Община: София
Уеб сайт: Столична община
Телефон: 02 946 1412

Във връзка с Решение на Столичен общински съвет – от заседание, проведено на 28 март 2019 г. – са одобрени за финансиране по Програма за развитие на физическото възпитание и спорта следните проекти на образователни институции, районни администрации, малки населени места, спортни клубове и неправителствени организации – сесия 2019 г.

Успешно осъществени кампании:

- 1) Проекти на училища и детски градини с общ бюджет – 205 516 лв.
- 2) Проекти на районни администрации и малки населени места с общ бюджет – 103 844 лв.
- 3) Проекти на спортни клубове и организации с общ бюджет – 79 517 лв.
- 4) Проекти на младежки дейности с общ бюджет – 64 123 лв.

Регулярност на кампаниите (Изтекъл срок, а няма обявена нова сесия за 2020 г. до момента (Проверено на: 03.06.20г.)

✓ Програма "Зелена София" 2019

Община: София
Уеб сайт: www.sofia.bg
Адрес: бул."Ломско шосе" № 2А, ет.4, ст.3 и ст.7
Имейл: so_green@abv.bg
Телефон: 02 904 14 27, 02 904 14 26, 02 904 14 28

Кметът на Столична община, откри процедура по кандидатстване за финансиране на проекти по Програма „Зелена София” за 2019 г.

Програмата е насочена към финансиране на проекти за развитие и опазване на зелената система на София и подобряване на състоянието на зелените площи общинска собственост.

Успешно осъществени кампании: Изображения на растителност и градинско обзавеждане по програма „зелена софия”

Регулярност на кампаниите: Краен срок за получаване на проектните предложения - до 17,00ч. на 20.06.2019 г, а до момента няма обявени нови дати (Проверено на: 04.06.20г.)

✓ Столична община в подкрепа на културния сектор по инициативата „Солидарност в културата“

Община: София
Уеб сайт: kultura@acstre.com
Телефон: (02) 965 34 69, (02) 965 24 22, 0878 730 769

„Солидарност в културата” е насочена в подкрепа на независимите творци и неинституционални културни пространства и екипи в условията на извънредна ситуация. Стартира с бюджет от 150 000 лв., формиран от наличния бюджет на Направление "Култура, образование, спорт и младежки дейности", като ще достигне до над 400 000 лв., включвайки

и средства от възнаграждения на членове на Съвета за управление на Общинския гаранционен фонд за малки и средни предприятия, на Надзорния съвет на Столичната агенция за приватизацията и инвестиции и на Съвета за управление на Специализирания общински приватизационен фонд за времето на извънредно положение.

Услугата за подаване на заявления за кандидатстване чрез електронната страница ще бъде деактивирана. Причината е изчерпването на финансовия ресурс, заложен за подкрепа на проекти на независимите творци и неинституционални културни пространства и екипи в условията на извънредна ситуация.

Успешно осъществени кампании:

- 1) Национален дворец на културата - Конгресен център София Мигриращото тяло - 17 400лв
- 2) Фондация „Гъливер клиринг хауз“ Дебюти на границата на текста - 5 920лв.
- 3) Сдружение с нестопанска цел „Тишина“ Създаване на театрален спектакъл "Усмивки от нямото кино" - 8 000лв.

Регулярност на кампаниите: Краен срок за кандидатстване на 5 май 2020 г, а до момента няма обявени нови дати *(Проверено на: 04.06.20г.)*

3.2. Пловдив

Община Пловдив разписва Наредба за реда и условията за финансиране на инициативи в сферата на културата и включването им в календара на културните събития на Община Пловдив за изпълнението на общинската политика в сферата на културата. Това е част от изпълнението на общинската политика в сферата на културата. Наредбата урежда начина на подаване на проектите предложения, сроковете и начина на финансиране. Финансирането се определя след приемането на бюджета на общината. Комисията за оценки се назначава от кмета, а нейните решения се вземат с мнозинство съобразно Методика за оценяване и матрица относно степента на значимост на проекта, артистичен резултат, устойчивост и реалистичност, дефиниране на целевите групи, ниво на реклама и адекватност на вложените средства, както и процент на съ-финансирне. Като критерий за оценка също е включен индикатор за възможност за мобилизиране на гражданско участие. При започване на работа комисията определя сумата, която ще бъде разпределена за следващата календарна година. Одобрените проекти се включват в културния календар на общината.

-
- ✓ Програма “Пловдив за младите” към Община Пловдив за финансиране на младежки дейности

Община: Пловдив
Уеб сайт: Община Пловдив
Телефон: 032/ 276 981

Програмата осигурява както финансова подкрепа на младежки проекти, така и информация и възможности за развиване на младежка политика и дейности на местно ниво. Тази програма насърчава укрепването капацитета на младежките нестопански организации в общината, създава стимули за пълноценното участие на младите пловдивчани в социалния, културен, обществен и творчески живот на Община Пловдив и утвърждава мястото ѝ като водещо културно и духовно средище.

Допустими кандидати: Програмата за младежки дейности е насочена предимно към младите пловдивчани от 14 до 35-годишна възраст. В нея могат да участват младежки организации, които отговарят на изискванията на Закона за юридическите лица с нестопанска цел, и дружества с идеална цел, училища, библиотеки, читалища и други, чиято дейност е свързана с развитието на младите.

Подпрограми:

- 1) “Активна пловдивска младеж”,
- 2) “Младежки инициативи за неформално образование”,
- 3) “Изграждане на база за младежки дейности”.

3.3. Ловеч

В Ловеч група неправителствени организации разработват правилник съвместно с общинската администрация за механизъм за финансиране на проекти на местни граждански организации и групи. Финансират се проекти до 3 000 лева, при заделен бюджет от 30 000 на година. Финансират се дейности: по подобряване на инфраструктурата и междублоковите пространства, оборудване на зони за отдих, ремонт на детски площадки, зелени площи, подобряване на градската среда, благоустрояване на имоти публична общинска собственост и дейности в областта на спорта, културата и социалната сфера. Финансирани са проекти основно в тези сфери и за запазване на културното наследство.

Съществува и фонд Култура със специална насоченост за културни прояви - с финансиране до 80%. В бюджета за 2015 на община Ловеч са заложили 30 хил. лв за подпомагане на спортните клубове и 23 хил. лв за финансиране на проектни предложения на НПО. Планиран е и финансов ресурс в размер на 15 хил. лв за финансиране на програмата за

развитие на читалищните дейности през 2015 г. За настоящата година са предвидени 20 000 лева и в момента тече процедурата по кандидатстване. Липсва ясен фокус за финансиране на проекти, насочени към насърчаване на гражданското участие и застъпничеството.

✓ НПО-партньор и гарант за открито и отговорно управление в област Ловеч

Община: Ловеч
Уеб сайт: Община Ловеч
Адрес: Ловеч, ул. Търговска 22
Имейл: email: info@lovech.bg
Телефон: 068 / 688 381

Създадена е методика и модели за подобряване на гражданското участие в процесите на формулиране, изпълнение и мониторинг на политики и законодателство на местно ниво, добри практики, идеи и предложения за подобряване на взаимодействието между граждани и институции. Има предложение общините да бъдат оценявани за постигнатото в сферите на: инфраструктура; здравеопазване; културни дейности; туризъм; образование; екология; икономика; стандарт на живот; сигурност; спорт и наличието на младежки център.

Проект „НПО-партньор и гарант за открито и отговорно управление в област Ловеч“ обедини Общините на Областта и стимулира тяхната активност в процеса за популяризиране на ползите от гражданско участие в „Добро управление“.

✓ Общински фонд „Култура“

Община: Ловеч
Уеб сайт: Община Ловеч

Имейл: OBSHTINA@LOVECH.BG
Телефон: 068 / 688 381, 068 / 601 261

Постоянният състав на Експертния съвет, управляващ Общински фонд „Култура“, обявява прием на проектни предложения за 2020 година. Съветът определи и приоритетите за финансово подпомагане за текущата година:

- 1) Опазване и популяризиране на културното наследство, в това число – електронизация на културно-историческите обекти в града;
- 2) Професионално изкуство;
- 3) Знание чрез изкуство.

За получаване на средства от Фонда могат да кандидатстват културни институти, регистрирани по ЗЗРК; читалища, регистрирани по Закона за народните читалища; образователни институции; творчески съюзи, както и граждани и групи с индивидуални творчески проекти. Средствата от Общински фонд „Култура“ се предоставят при класиран проект въз основа на сключен договор, като размерът на финансовото подпомагане за проект е не повече от 80 % от общата стойност на проекта.

Регулярност на кампаниите: Крайният срок за подаване на предложенията е 30 март 2020 г, а до момента няма обявени нови дати *(Проверено на: 04.06.20г.)*

3.4. Добрич

В община Добрич са разписани правила и цели за финансиране на граждански инициативи в полза на местната общност за инициативи и дейности, свързани със следните приоритети:

- 1) Решаване на конкретни социални проблеми;
- 2) Повишаване социалната ангажираност на младежите за разрешаване на специфичните им проблеми (общуване, образование, възможности на пазара на труда, свободно време);
- 3) Преодоляване социалната изолация и реинтеграция на уязвими и маргинализирани групи;
- 4) Насърчаване на доброволческа дейност, межкултурно и междуетническо сътрудничество, утвърждаване на национални традиции и европейски практики;
- 5) Здравословен начин на живот;
- 6) Опазване на околната среда;
- 7) Икономическо развитие;
- 8) Гражданско образование.

Максималната финансова помощ е в размер на 3000 лева, преведена на два транша - 70% в началото и 30% след завършване на дейностите и представяне на отчет за цялостно изпълнение на проекта. Предвидено е финансиране освен на НПО и на граждански неформални групи. Уредени са необходимите условия, допустими дейности, формуляр за кандидатстване. В комисията по оценка са само представители на администрацията и на общинския съвет, но може да поиска мнение от независими експерти относно целесъобразността и качеството на проектните предложения. За 2015 са финансирани 8 проекта на стойност 9380 лева, а за 2014 - 10 000 като основните приоритети са историческо наследство, спорт и екология.

✓ Програма за финансиране на граждански инициативи в полза на местната общност

Община: Добрич

Уеб сайт: Община Добрич

Имейл: dobrich@dobrich.bg

Телефон: +359 58 600 001 ÷ 004 / централа / , Факс: +359 58 600 166

Програмни цели:

- 1) Подпомагане на инициативи за развитие на гражданско общество на територията на Община град Добрич;
- 2) Повишаване активността на неправителствените организации (НПО) и гражданските сдружения (ГС);
- 3) Повишаване капацитета на гражданския сектор в община Добрич;
- 4) Развитие на „граждански менталитет“ в общността.

Допустимост на кандидатите: Бенефициенти по настоящата Програма могат да бъдат НПО и ГС, регистрирани на територията на град Добрич;

Успешно усъществени кампании:

- 1) Сдружение “Детско Сърце” с проект “Да помогнем на сърдечно болните деца от град Добрич - 2017г”;
- 2) Сдружение “Училищно настоятелство - СОУ П. Р. Славейков” с проект “Кралят на музикалните инструменти”;
- 3) Сдружение “Клуб ПМГ - Добрич” с проект “Добрич в бъдеще-глобален форум за ИТ и образование”.



Как да кандидатстваме за финансиране към община?

- ✓ Запознаване с целевата група на общинското финансиране (Тематиката на вашата кауза съвпада ли с тази на Общинския фонд?);
- ✓ Запознаване с условията и изискванията на конкретната община (Кои са допустимите и недопустимите кандидати);
- ✓ Изготвяне на проектно предложение спрямо стандартите на общината (Трябва да бъде използвана съответната бланка/шаблон, който може да изтеглите от сайта на общината);
- ✓ Изпращане на проектното предложение (на предварително посочените от Общината координати за тази цел);
***ЗАДЪЛЖИТЕЛНО е да бъдат спазвани сроковете за кандидатстване, ако има обявени такива в сайта!**
- ✓ Изпращане на допълнителни документи или др. (ако има такова изискване);
- ✓ Следене за обявяване на одобрените проекти.

4. Правителствени програми

4.1. Програма за малки грантове на Посолството на САЩ в България

Организация: Посолство на САЩ
Уеб сайт: [Посолство на САЩ в България](#)
Адрес: Посолство на САЩ София, ул. Козяк 16, София 1408, България
Телефон: +359 2 937 5100, +359 2 937 5320 (факс)

История за успешно осъществени кампании:

Посолството на САЩ в България предлага възможности за финансиране на лица и организации, опериращи в различни области. Програмата за малки субсидии в България е конкурентна програма, която предлага малки безвъзмездни средства (до 15 000 щатски долара) на неправителствените организации с нестопанска цел в България, които работят в подкрепа на гражданското общество, както и програми за укрепване на американско-българските връзки. Тези програми могат да включват, но не се ограничават до:

- 1) Наука, технологии, инженерно и математическо образование (STEM)
- 2) Медийна грамотност и медийна независимост
- 3) Младежки иновации и лидерство
- 4) Засилване на разбирането за САЩ в България
- 5) Образование, Изкуства и култура
- 6) Предприемачество

Регулярност на кампаниите: В текущ срок (*Проверено на: 03.06.20г.*)

4.2. Национален фонд Култура: Творческо развитие

Програма: Творческо развитие
Уеб сайт: Национален фонд Култура
Адрес: СОФИЯ 1040, БУЛ. „АЛ. СТАМБОЛИЙСКИ“ № 17, ЕТ.7
Имейл: OFFICE@NCF.BG

История за успешно осъществени кампании: Програмата финансира разходи за участия в обучения и събития за професионално развитие и развитие на умения на артисти, културни дейци и професионалисти в сферата на изкуството в различните етапи от тяхното

професионално развитие с продължителност над един месец. Работи по краткосрочни и дългосрочни събития, а ето и тях: дебюти, критика, културно наследство, преводи / translation grant programme, публики, социално ангажирани изкуства, творчески стипендии за подпомагане на млади и на изтъкнати творци и на други млади специалисти в областта на културата.

Регулярност на кампаниите: Срок за кандидатстване: 17.02.2020 (11:00) - 23.06.2020 (15:00)

4.3. Програма "Опазване на околната среда и климатични промени" по МГС 3 (МОСВ)

Уеб сайт: Програма "Опазване на околната среда и климатични промени"
Имейл: rangelova@moew.government.bg
Телефон: +359 2 940 62 44, (+359) 888 888 888

Програма "Опазване на околната среда и климатични промени" предлага малка схема за разработване и провеждане на образователни кампании за повишаване на осведомеността по отношение на управлението на ресурсите, рециклиране на отпадъци и кръгова икономика. Целева група на кампаниите са образователните институции (училища) и населението. Могат да кандидатстват нестопански организации в публична или частна полза.

Регулярност на кампаниите: Срок за кандидатстване: до 31 юли 2020 г.

5. Европейски фондове

Информация:

https://finansirane.eu/?gclid=CjwKCAjw2uf2BRBpEiwA31VZj9u0FtMK9lhYeGIU-HwWQulrjmAtkaSyR2WjHLdKPRLRIwBdzeSdPhoCRD4QAvD_BwE

<https://www.eufunds.bg/bg/pmdr/node/4535>



5.1. В България

1. Изграждане на капацитет в младежта: Проектите за изграждане на капацитет в областта на младежта обхващат редица дейности, насърчаващи сътрудничеството между организации, работещи в областта на младежта, образованието, обучението и други социално-икономически сектори от различни региони по света.

Тези проекти целят да признаят и подобрят работата с младежта, неформалното обучение и доброволчеството, и да ги свържат с образователните системи и пазара на труда. Те също така подкрепят схеми за регионална и международна неформална мобилност с учебна цел за насърчаване на участието на младите хора в обществото.

Примери за дейности за изграждане на капацитет:

- ✓ Конференции, семинари и работни срещи;
- ✓ Големи младежки събития;
- ✓ Информационни и осведомителни кампании;
- ✓ Комуникационни и медийни инструменти;
- ✓ Разработване на методи, учебни програми, обучение и документация;

- ✓ Отворени и гъвкави учебни материали, виртуално сътрудничество, отворени образователни ресурси (OER)
- ✓ Проектите за изграждане на капацитет в сферата на младежта се административно централизирано от Изпълнителна агенция за „Образование, аудио-визия и култура“ (EACEA) към Европейската комисия.

2. Образователна мобилност за младежи и младежки работници: По КД1 в сектор „Младеж“ се отпуска финансова подкрепа за проекти за Образователна мобилност за младежи и младежки работници. Мобилността може да протече в рамките на някоя от следните форми: Младежки обмени; Мобилност на младежки работници.

Младежките обмени позволяват на групи от млади хора от различни страни да се срещат и да съжителстват за период до 21 дни. По време на младежкия обмен участниците изпълняват предварително подготвена работна програма, включваща работни ателиета, практически упражнения, дебати, ролеви игри, симулации, дейности на открито и др.

Младежките обмени се основават на транснационалното сътрудничество между две или повече участващи страни от различни държави в или извън ЕС.

Мобилността на младежки работници подкрепя професионалното развитие на младежките работници под формата на участие в:

- ✓ семинари,
- ✓ обучителни курсове,
- ✓ контактни семинари,
- ✓ учебни визити,
- ✓ наблюдение в чужбина в организация, активна в младежкия сектор.

Дейностите за мобилност са транснационални и включват минимум две участващи организации (изпращаща и приемаща) от различни държави. Ако проектът предвижда само една дейност, координаторът играе роля и на изпращаща или приемаща организация, освен ако дейността не е Европейска доброволческа служба. Ако проектът предвижда повече от една дейност, координаторът може да – но не задължително трябва да – играе ролята и на изпращаща или приемаща организация. Във всички случаи, координаторът не може да бъде организация от Партнираща държава в съседство на ЕС.

Дейности в рамките на Програмни държави: всички участващи организации трябва да са от Програмни държави.

Дейности с Партниращи държави: дейността трябва да включва минимум една организация от Програмна държава и една организация от Партнираща държава в съседство на ЕС.

3. Стратегически партньорства за обмен на добри практики в областта на младежта: По КД2 в сектор „Младеж“ се отпуска финансова подкрепа за проекти на организации, които работят в сътрудничество с други организации от програмни и партниращи държави по Програма „Еразъм+“.

Проектните предложения, кандидатстващи за финансиране по Ключова дейност 2, „Стратегически партньорства за обмен на добри практики“ в областта на младежта, се очаква да се фокусират върху повишаване на капацитета на участващите организации и уменията им за работа в международна среда чрез:

- ✓ споделяне на идеи, методи и добри практики;
- ✓ транснационални младежки инициативи, промотиращи предприемаческите нагласи и умения, с цел да се насърчи активното гражданство и предприемачество (включително социалното предприемачество) между участващите страни.

Стратегическите партньорства в сферата на младежта подкрепят европейското сътрудничеството между организации, активни в сферата на младежта с цел развитие, трансфер и внедряване на нови учебни програми, модерни интензивни програми, нови педагогически подходи и обмен на добри практики.

Сред възможните теми на проектите са:

- ✓ Дейности за засилване на сътрудничеството в младежкия сектор с цел развитие, изпробване и прилагане на добрите практики в областта;
- ✓ Подпомагане признаването и сертификацията на знания и компетентности на национално ниво посредством европейски и национални квалификационни рамки и инструменти за валидиране;
- ✓ Транснационални младежки инициативи: дейности за сътрудничество, насърчаване на социалната ангажираност и предприемаческия дух, реализирани от две или повече групи от млади хора от различни страни.

Участие в дейностите на Програмата могат да вземат държавни или частни организации, активни в младежкия сектор, или всяка друга област, свързана с него.

Стратегическите партньорства в областта на младежта трябва да включват най-малко две организации или неформални младежки групи от две различни програмни държави. Няма ограничение в максималния брой партньори, но се отпуска финансиране за управление и изпълнение на проекта от най-много десет организации. Всички участващи организации трябва да бъдат идентифицирани на етапа на кандидатстване. Броят им и финансирането могат да варират в зависимост от заложените в предложението цели и дейности. Възможна продължителност – между 6 и 36 месеца.

В зависимост от целите на проекта, очаква се Стратегическите партньорства в областта на младежта да включват най-подходящия и разнообразен кръг от партньорски организации, с цел да се възползват от различните профили, опит и експертни познания, и да създадат висококачествени проектни резултати/продукти.

4. Ключова дейност 3 „Подкрепа за реформиране на политиките“, децентрализирана дейност „Младежки диалог“: Младежкият диалог има за цел насърчаване на активното участие на младите хора в демократичния живот и на дебата по основните въпроси, които ги засягат. Проектите за младежки диалог дават възможност на младите хора да си взаимодействат с лицата, отговорни за вземането на решения, по въпроси, засягащи младежите, и да оказват влияние върху политиката и по-специално на стратегия на ЕС за младежта.

Проектите могат бъдат с продължителност 3 и 24 месеца и не се нуждаят от партньор от друга държава, освен ако не се организират транснационални срещи. Младите хора трябва да ръководят и да участват активно в дейностите на всички етапи от проекта от подготовката до проследяването.

Типичните дейности включват:

- ✓ Национални срещи и международни семинари, предоставящи възможност за обмен на информация, дебати и активно участие на младите хора в диалог с лица, отговорни за формиране на политиките, по въпросите на младежкия диалог и Стратегията на ЕС за младежта;
- ✓ Национални срещи и международни семинари, които да подготвят официалните младежки конференции, организирани през всеки семестър от страните членки, председателстващи Европейския съюз;
- ✓ Събития, които насърчават дебатите и обмена на информация по теми, касаещи младежките политики и свързани с дейностите, организирани по време на Европейската младежка седмица;
- ✓ Консултации с млади хора с цел установяване на техните нужди, свързани с участието в демократичния живот (онлайн консултации, анкети, сондажи, и др.);
- ✓ Срещи и семинари, информационни събития или дебати между млади хора и лица, отговорни за формиране на политиките, или експерти в областта на младежта по темите на участието в демократичния живот;
- ✓ Събития, симулиращи функционирането на демократичните институции и ролята на лицата, отговорни за формиране на политиките в рамките на тези институции.

Кой може да кандидатства: Организации с нестопанска цел, асоциации, НПО, европейски младежки НПО, публични институции на местно или регионално ниво, установени в програмна държава.

Кой може да участва: организации с нестопанска цел, асоциации, НПО; европейски младежки НПО; публични институции на местно или регионално ниво.

Допустими участници: Млади хора на възраст между 13 и 30 години от държавите, включени в проекта; лица, отговорни за формиране на политиките.

Брой участници: Минимум 30 млади участници.

Как се кандидатства?

- ✓ Съществуваща регистрация в EULogin
- ✓ Валиден PIC и регистрация в Портала за участниците
- ✓ Прилагане на документи на организацията в Портала за участниците
- ✓ Попълване и подаване на електронен формуляр
- ✓ Попълване и прилагане на всички изискуеми приложения към формуляра за кандидатстване
- ✓ Подаване на формуляра за кандидатстване и съпътстващите го документи на хартиен носител по пощата

По всички дейности (КД1, КД2, КД3, КД4) регулярно два пъти в годината се обявяват процедури за кандидатстване.

Още информация: Център за развитие на човешките ресурси (ЦРЧР) - <http://hrdc.bg/>

5.2. Директно кандидатстване в ЕС институции

Европейският парламент набира кандидатури за Наградата за европейски гражданин 2020

Сайт: <https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/EuropeanCitizensPrize>

Информация за контакт: CitizensPrize@ep.europa.eu

История за успешно осъществени кампании: Европейският парламент присъжда ежегодно Наградата за европейски гражданин. Наградата има за цел да възнаграждава изключителни постижения в следните области:

1) проекти за насърчаване на по-доброто взаимно разбирателство, както и по-добрата интеграция между гражданите на държавите членки, или за подпомагане на трансграничното или транснационалното сътрудничество в рамките на Европейския съюз;

-
- 2) проекти, включващи дългосрочно трансгранично или транснационално сътрудничество в областта на културата, което допринася за укрепването на европейския дух;
 - 3) проекти, свързани с темата на текущата Европейска година (ако е приложимо);
 - 4) проекти, които дават конкретен израз на ценностите, заложиени в Хартата на основните права на Европейския съюз.

Регулярност на кампаниите: Наградата за европейски гражданин се присъжда ежегодно от 2008 г.

Срок за кандидатстване: до 30 юни 2020 *(Проверено на: 03.06.20г.)*

Допустими кандидати: За Наградата за европейски гражданин могат да кандидатстват граждани, групи от граждани, сдружения или организации с проекти, които са осъществили; те могат също така да издигат по една кандидатура на друг гражданин, група, асоциация или организация за Наградата за европейски гражданин.

Членовете на Европейския парламент също имат право да издигат кандидатури – всеки член на ЕП има право да издига по една кандидатура годишно.

Допълнителна информация:

https://eacea.ec.europa.eu/erasmus-plus_en

<https://www2.fundsforngos.org/category/latest-funds-for-ngos/>

https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-eu-funding-works/who-eligible-funding/other-funding-opportunities-open-ngos_en

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=86&langId=bg>

Насоки за кандидатстване за проект или програма за финансиране

- ✓ Прочетете внимателно формуляра за кандидатстване и отговорете на всеки от поставените въпроси. Важно е да се придържате към същината на поставените въпроси и да отговаряте съобразно нея.
- ✓ Поддържайте публичната информация за организацията си актуална. Понякога (и все по-често) Фондовете търсят допълнителна, публично достъпна информация за вашите организации, споделена от вас самите и от другите за вас. Затова поддържайте актуални своите уебсайт, фейсбук страница, профили в бази данни, публикации и пр.
- ✓ Пишете ясно, стегнато и разбираемо. Обемът не означава качество. Ако се налага да използвате професионален език, избягвайте професионалния жаргон – специфичните понятия и термини можете да обясните накратко, за да бъдете разбрани по-добре.

-
- ✓ Посочете ясно, конкретно, изчерпателно и структурирано нуждите за всяка целева група. Подредете ги по важност, поставете фокус върху тези, които ще решавате и се аргументирайте защо.
 - ✓ Посочете не само проблемите, а причините за тях и ползите от тяхното решение.
 - ✓ Бъдете реалистични по отношение на тежестта на проблемите. Не преекспонирайте някой от тях, само защото искате да се фокусирате върху неговото решаване. Дори да не е най-сериозният, обяснете ни защо искате да решите именно него и как това ще се отрази на останалите.
 - ✓ Избягвайте клишетата и абстрактните фрази.
 - ✓ Помнете, че обосновката на нуждите трябва да е убедителна и за човек, който за първи път чува съответния проблем.
 - ✓ Процесът на кандидатстване започва с добра подготвителна работа, а не с писането на проектното предложение. Това, което ви препоръчваме да направите сами в етапа на планиране и подготовка, е:
 - да обсъдите в дълбочина идеята си с представители на целевите групи, да се запознаете лично с техни представители и да разберете онези техни проблеми, за чието решаване наистина можете да помогнете;
 - да се консултирате с по-опитни организации, в чиито предмет или регион на работа не ставате конкурент;
 - да се запознаете със съществуващи практики и проучвания в проблемната област;
 - да проучите внимателно всички изисквания на управляващия програмата и да му зададете всички възможни въпроси, дори да ви се струват глупави.
 - ✓ Използването на външен консултант/експерт е много добра идея. Но неговата роля трябва да бъде именно консултираща – нищо повече от това. Не наемайте външен човек, колкото и да е опитен, да напише проекта ви. Напишете го вие, а след това поискайте от него или нея да ви даде критична обратна връзка. Такова мнение за вече написания проект е подходящо да потърсите и от хора в сектора или проблемната област. Не е необходимо те да ви познават добре, често изцяло външният поглед е по-полезен.

Съвети за кандидатстване

(кое най-силно впечатлява в проектните предложения)

1. Оригиналност, креативност, социална фантазия, находчивост, надграждане.
2. Реалистичност на мащаба, постижимост на целите.
3. Логика на планираната работа, логическа обвързаност на всички нива на проекта.
4. Конкретика, яснота на изложението.
5. Фокус върху постигане на резултати върху хората, а не върху извършване на дейности.
6. Познаване на проблема и целевите групи.
7. Искреност.
8. Въвличане на обществеността, целевите групи, партньорства.
9. Реалистичност на бюджета.
10. Дългосрочност, мислене в перспектива, устойчивост и цялостно въздействие.

6. Краудфъндинг

Краудфъндингът е най-успешният начин за финансиране на нови идеи, обещаващи начинания или стартиращи бизнеси, като набира малки суми пари от голям брой хора, обикновено по Интернет, чрез специално създадени за това онлайн платформи. Краудфъндинг се разбира като „групово финансиране“.



Обикновено набирането на средства има за цел създаването и предлагането на нова услуга, продукт или инвестиционен проект, или събирането на пари за някаква благотворителна кауза. Има различни мотиви и стимули, които привличат хората да подкрепят дадена идея, инвестиционен проект или благотворителна кауза. В зависимост от предлаганото възнаграждение, се различават следните видове краудфъндинг кампании:

- ✓ Благотворителни (Donations-based) – Финансови дарения, без да се получава в замяна нещо друго освен морално удовлетворение, че дарителят е извършил нещо добро.
- ✓ Базирани на награди (Rewards-based) – Финансиране срещу получаване на подаръци и награди, най-често продуктът, за който се набират средства.
- ✓ Дялово финансиране (Equity Crowdfunding) – Финансиране срещу дялово участие. Или казано по-ясно, тези, които дават средствата, придобиват акции (дялове) от бизнеса или проекта, който финансират.
- ✓ Заемно финансиране (Debt-based) – Финансиране срещу лихва. При него, даващите средствата, получават лихви за парите, които отпускат на заем - най-често придобиват облигации от бизнеса или проекта, който финансират.

Моделът на груповото финансиране включва три типа участници: инициаторът, който предлага идеята и или проектът за финансиране; групата от хора, които подкрепят идеята; и екипът, собственик на платформата, който я поддържа, администрира и развива иновативно.

Как работи груповото финансиране?

Първото нещо, което е необходимо в тази насока е да се намери най-подходящата за организацията онлайн платформа за групово финансиране. В световен мащаб има няколко

наложени вече платформи, на които ще бъде обърнато внимание. При избора на платформа трябва да се съобрази типа на проекта – дали той да бъде от типа с предоставяне на дял на инвестицията в проекта или с предоставяне на награда за предоставено финансиране. В различните държави има различни законови ограничения в тази насока, поради което по-често срещаният вариант е този с наградите. Следваща стъпка е публикуването на проекта на уеб сайта. Тази стъпка е от критично значение за проекта, тъй като от описанието и снимковия материал в голяма степен зависи успеха на проекта.

Разбира се, съществен фактор играе и сумата, която е необходима за да се осъществи проекта и времето, за което тя трябва да бъде събрана. Ако в уречения срок сумата не бъде събрана, всички инвестирани средства се връщат на инвеститорите и в този случай предприемача търси друг начин за реализиране на своята идея. Типично собствениците зад платформата за групово финансиране таксуват определен процент от сумата, която трябва да бъде събрана – това също трябва да се вземе под внимание при определяне на необходимата сума за реализация, като в случай че сумата не бъде събрана, то комисионна също не се дължи или начислява. Наградите – имайте предвид, че се определят различни такива според сумата, която е инвестирана. За по-малки суми се определят едни награди, за по-големи суми по-големи, тоест градацията и самите награди трябва също да бъдат внимателно подбрани, така че да представят допълнителен стимул в тази насока. До тук е описан процеса по публикуване на проект за финансиране.

При инвестирането също има специфики. Инвеститорите сами определят сумата, която ще вложат за реализацията на проекта, както и сами преценяват кой проект да подкрепят. При представяне на проектите в уеб сайта стандартно всеки един има така нареченият progress bar – визуален инструмент, който представя графично каква част от проекта е финансиран. Веднъж финансирал проект, потребителят получава редовно информация за статуса на проекта. Интересно е да се отбележи и факта, че е възможно при повечето платформи да бъде инвестирана по-голяма сума от предварително дефинираната, като това е достъпно за този, който финансира последен – тоест който инвестира сумата за завършване на проекта, може да я надвиши, след което последващо инвестиране от други инвеститори е невъзможно. Така често можете да видите статус на финансиране на проект 105%.

Сфери на групово финансиране

Могат да се определят няколко основни насоки в които се набират средства за групово финансиране:

- ✓ Артистични проекти – изложби, музикални клипове, записи на албуми и други подобни, които имат по-скоро за цел да подкрепят различни сфери на изкуството.
- ✓ Бизнес проекти – малки компании или новостартиращи такива
- ✓ Изобретения – често това е изработка на ръчни изделия

Краудфъндингът е начин за набавяне на финансови средства, като много хора се подканват да осигурят малки суми. Доскоро за финансиране на бизнес проект или начинание предприемачите уговарят няколко души за големи суми пари. Краудфъндингът преобръща тази идея, като се използва интернет, за да се разговаря с хиляди, ако не и с милиони потенциални финансиращи лица и организации. След това те могат да използват социалните медии, заедно с традиционните мрежи от приятели, роднини, познати и колеги, за да съберат пари.

Моделът е доста прозрачен, тъй като никой нищо не обещава, единствено се представят добрите намерения за реализация на успешен проект. Тук идва разликата в някои от моделите на групово финансиране. При едни инвеститорите получават дял от проекта, тоест стават вид акционери и при успешната реализация на проекта получават дивиденди от реализираните приходи. При другия тип проекти за групово финансиране потребителите инвестират средства, без да получават нищо в замяна, единствено символични награди в знак на благодарност за направената инвестиция.

Могат да се определят няколко основни насоки, в които се набират средства за групово финансиране:

- ✓ За общественополезни каузи, които не облагодетелстват пряко и единствено своя създател, а напротив, група от хора или цели общества.
- ✓ С комерсиална цел, при които набраните средства от проекта идват изцяло за неговия създател.

Всичко, което трябва да знаете, за да стартирате успешна краудфъндинг кампания, в който и да е сайт.

1. Разработване на вашата история- Много важно за краудфъндинга са историите. За разлика от традиционните сайтове, които се фокусират върху продукти, хората в сайтовете като Kickstarter или Indiegogo искат да знаят каква е вашата история и как искате да постигнете желанния резултат с кампанията си. Обяснявайки защо имате нужда от тяхната подкрепа е също толкова важно, колкото и продукта, за който се събира инвестиция.

2. Направете свое видео резюме- В такъв вид кампании видео резюмето е много важно, за да накара хората да дадат парите си на вас. В своето видео може да използвате част от историята си или нещо друго, което може да ви помогне с цел да бъдете по-интересни на аудиторията, както и потенциалните инвеститори. Препоръчително е клипът да е в рекламен формат на 30-40 секунди. Отделете си достатъчно време за резюмето.

3. Представете снимки на продукта -Представянето на вашия продукт също много важно в краудфъндинг финансирането. Снимките се толкова важни колкото и видеото, което трябва да заснемете. Препоръчително е да се използват снимки от професионален фотограф. Качеството на снимките ще се хареса на потенциалните инвеститори.

4. Вашият уеб сайт -Наличието на собствен сайт на компанията или на самият продукт не е толкова важна, но е добре да го има. Дори и да не можете сами, може да наемете някой, който ще ви свърши добра работа. Всичко от което се нуждаете е една landing страница и представяне на бизнеса и продукта ви.

5. Представяне- Сайтове като Kickstarter използват свои условия, които съответно регулират това кои кампании могат да започнат да събират средства и кои не. Те не приемат всякакви краудфъндинг проекти. Процесът на одобрение може да отнеме няколко дни и може да се наложи да се направят някои промени в компанията. Бъдете сигурни да представите компанията си поне 2 седмици преди самото започване на финансирането.

6. PR акция- Една често пренебрегвана част от този вид финансиране е разпространяването. Повечето хора вярват, че техните кампании ще станат известни от само себе си. Важно е да споделите за компанията си тук-там. Може да се свържете с медиите, да пуснете евтина реклама в няколко уеб сайта или другаде, където може да ви забележат бързо. Препоръчва се рекламата във Facebook или Google, тъй като там може да таргетирате рекламите си, за да попаднете на точните хора. Краудфъндингът е идеалният начин за въвеждане на нови продукти на пазара. Той дава възможност да прецените търсенето и да помогнете на финансирането си, както и производствения цикъл. Бъдете сигурни, че знаете как да започнете подобна инициатива, как ще се произвежда продукта и колко ще струва. Въпреки че десетки кампании надминават тяхната краудфъндинг цел, много повече се провалят незабелязано.

4 неща, за които трябва да знаете, преди да искате парите на хората

1. Краудфъндингът не е подходящ за всички – имате три възможности.

1/ Краудфъндинг-дарение. Хората допринасят за една кауза или кампания, когато вярват в нея и не очакват възвръщаемост от парите, които са дали. Те просто искат да помогнат. Това е идеална възможност за филантропите или тези, които искат да подкрепят тяхната общност.

2/ Награден краудфъндинг. Този вид краудфъндинг се използва най-често от музиканти, филмови продуценти и ново възникващи потребителски стоки. Така те са възнаградени с прототипа или друга материална награда.

3/ Дългов краудфъндинг. Това включва лица или организации, които се нуждаят от заеми и ги връщат с лихви. Тези видове кредити са все по-популярни, особено от предприятията, които искат да се разширят, но не им достигат средствата от собствения капитал в тяхната компания.

2. Краудфъндинг има своите правила, които трябва да се следват.

Добавянето на вашата кампания във сайт за краудфъндинг може да изглежда лесно, но изобщо не е така. Трябва да спазвате регулаторните изисквания на този вид финансиране.



Работата над вашата кампания фактически започва доста преди да я добавите в сайт за краудфъндинг. Социалните мрежи са се превърнали в мощен (и безплатен) маркетингов инструмент за изграждане на инерция и насърчаване на обвързването с потребителите. Отделете време, за да развиете вашата мрежа. Това е лична инвестиция, която трябва да опитате да

постигнете. Дори и след това трябва да направите проучване какъв тип кампания да използвате, както и точно кой сайт за краудфъндинг ще използвате. Отделете малко време и се уверете, че сте разбрали за съответствието с нормативните изисквания, необходими за вашата кампания. Консултирайте се с адвокат, ако имате въпроси. Има много инструменти и ресурси, които ще ви помогнат, за да се информирате достатъчно като книги, блогове, видео клипове, така че се възползвайте от тях.

3. Не трябва да краудфъндвате без бизнес план.

Съществуването на подходящ бизнес план е важно, особено, ако искате да получите максимума от краудфъндинг кампанията си. Искате ли инвеститорите да знаят, че сте сериозни? Инвеститорите искат да знаят за вашите приоритети и че имате не само страхотна идея или продукт, но и знаете как точно ще го постигнете във времето. Наличието на бизнес план може да вдъхне доверие на инвеститора. Колкото повече информация има във вашият бизнес план, толкова по-добре. Ясно обяснете за бизнес целите си и как искате да ги постигнете.

4. Не забравяйте за краудфъндинга дори и след като сте получили нужната инвестиция.

Ако кампанията ви е завършила и е била успешна, работата ви не е завършена изцяло. Не спирайте вашите комуникации с хората след това. Споделяйте в социалните мрежи за вашият прогрес и не губете инерция. Останете съсредоточени и се уверете, че инвеститорите ви са добре осведомени. Следвайки тези насоки ще избегнете повечето клопки, който този вид финансиране може да ви сблъска. Изборът на правилната стратегия за този вид финансиране на вашия бизнес, ще ви позволи да определите вашите нужди, набирането на капитал и степента на участие, което бихте искали да имат сътрудниците ви. И финално, наличието на ясен бизнес план ще ви позволи да съберете нужните средства, но разбира се гаранция не винаги има. Важното е да свършите вашата част от задачата – да привлечеш „тълпата“, за да помагаш на общността. Краудфъндинг движението стартира през началото на новия век като инициатива за микрофинансиране. Обаче, едва преди две-три години става модерно да се правят различни кампании търсещи финансиране. Един от първите и най-големите сайтове за подобен тип микрофинансиране е Kiva.org. Днес има стотици краудфъндинг платформи,

предлагащи на хората възможност да предоставят финансовата си подкрепа на кръг от фирми, организации и проекти.

Добрият пример: For Common Cause (<https://www.forcommoncause.org/>)

Например, във Великобритания има стартирала благотворителна организация, наречена For Common Cause, която създава мост между хората в неравностойно положение и хората, които искат да ги подкрепят, било то финансово или по друг възможен начин. Идеята е, че хората може да се свържат директно с ентузиастични предприемачи готови да им помогнат, за да стартират или продължат своето така наречено микропредприятие. Сайтът на тази благотворителната организация работи с младежи на възраст между 18 и 30 години, които са от райони с ниски доходи или са имали някакъв вид трудности – бездомни, жертви на домашно насилие и т.н. Както и при други краудфъндинг сайтове, можете да прегледате списъка с проекти и предприемачи, да намерите нещо, което ви харесва и да се свържете директно с човека или хората, които стоят зад това.

Подкрепата попада в една от следните три категории:

- 1) Доброволчеството
- 2) PR & Маркетинг подкрепа
- 3) Финансова подкрепа, независимо дали е в парично изражение или даряване на оборудване

Както и при другите краудфъндинг платформи, тези които подкрепят дадена организация са възнаградени с нещо, като например продуктите, създадени от нея.

Концепцията на сайта на благотворителната организация е създаден от Карън Сноу. Тя е бивш работник в дом за социално слаби и е искала да помогне с намаляването на бедността. Тя е искала да даде на желаещите, но нямащи възможност хора да стартират бизнес, да финансират своите идеи и като цяло да се измъкнат от калта.

Нейната цел – да предостави на хората средство, чрез което те да могат да решават проблемите, пред които те самите са изправени, като им предоставя ресурси и подкрепа, за да им се даде възможност и реализация. Определено това е организация, която трябва да се погледне и да се следи.

Списък с най-известните краудфънд сайтове:

1. KickStarter.com

Един от пионерските сайтове в краудфънд сферата. KickStarter е най-известният сайт, базиран на дарения, който позволява да съберете бързо средства за личните ви творчески проекти.

KICKSTARTER



<https://www.kickstarter.com/>

- ✓ Целево местоположение: Глобално
- ✓ Такса за платформа: 5% от събраните средства
- ✓ Модел: Въз основа на награди
- ✓ Работи от: Бруклин, Ню Йорк
- ✓ Идеален за: художници, музиканти, техници, създатели на филми, дизайнери, стартъпи, малки предприятия и др.

Краудфъндинг е концепция, позволяваща да инвестирате в идеи, в които виждате бъдеще, без да се налага да дарявате нито цент, свеждайки рисковете до минимум. Kickstarter е най-популярният портал за краудфъндинг. Единственият му сериозен конкурент е IndieGogo. Накратко краудфъндинг концепцията позволява да купите продукт или съдържание, преди те да са готови. Вашият принос дава възможност на бизнеса да започне да работи, но и ви осигурява една от първите бройки/копия на съответния проект. По този начин помагате на проекта да се случи, без да дарявате пари директно. Най-привлекателният аспект на Kickstarter е свързан с метода на финансиране.

Kickstarter е най-голямата и популярна платформа за групово финансиране в света. От едната страна са хора с идеи и проекти, които ги промотират и набират средства за тях. От другата са тези, които искат да ги финансират (backers). Срещу парите си те очакват да получат някоя от първите бройки на продукта. Така т.нар. crowdfunding сайтове се превърнаха в лесен начин да се намерят средства за стартиране на проект, като сумите варират от няколко хиляди до над милион. От създаването ѝ през 2008 г. досега платформата е осигурила финансиране за близо 3 млрд. долара. Най-много са набраните средства в границите между 1000 и 99 999 долара - близо 70 хил., а тези за 1 млн. долара и повече са 224. Гаранция за успех обаче няма. През последните години няколко български проекта също успяха да наберат средства през Kickstarter. И макар да няма универсална формула, представители на три фирми разказват какво е добре да се прави и какво не.

Създателят на проекта задава сумата, от която има нужда, за да го стартира успешно. След това кикстартърът (както често се наричат проектите) разполага с максимум 60 дни (често по-малко), за да набере нужната сума. Ключово е, че банковите сметки на финансиращите потребители не се таксуват, преди проектът да успее. В случай че нужната сума не бъде събрана, няма да бъде извършена никаква транзакция. В по-оптимистичен сценарий проектът може да бъде финансиран в пъти по-успешно, отколкото е очаквал създателят му.

Kickstarter дава възможност на авторите на проекти да прескочат бизнес ангелите и инкубаторите за стартиращи компании и да получат финансиране директно от бъдещите си клиенти. Kickstarter изисква максимална честност от авторите на проекти.

Те трябва да посочат потенциалните рискове, които могат да забавят или спрат развитието на продукта, и да дадат подробна информация за партньорите, производствените си центрове и методите на доставка и разпространение. В добрите Kickstarter видеа и описания може да видите именно това — обикновено млади групи от изключителни професионалисти, които нямат достатъчно добри бизнес умения или не искат да навлизат в дълбокия и често мръсен океан на големия бизнес. Те се обръщат директно към хората, които се вълнуват от работата им, елиминирайки всички слоеве между производителя и потребителя. Успешните Kickstarter проекти обикновено не приключват с достигането до потребителите.

Платформата дава възможност на хора с идеи да открият нишата потребители, които се вълнуват от дейността им. В глобален мащаб тази ниша често е многохилядна, реализирайки мечта, която не би била възможна без краудфъндинг. Много от идеите, финансирани повече от успешно в Kickstarter, са отхвърлени от бизнес ангели, които ги намират за твърде странни или нишови. Това е логично, защото самите бизнес ангели обикновено не са част от таргета.

Добри примери:

Най-доброто доказателство за значението на Kickstarter са успешните проекти.

- Pebble (10.3 милиона долара). Най-финансираният проект досега дава възможност на екипа да се превърне в пълноценна компания. Днес Pebble е един от най-популярните умни часовници, има собствен магазин за приложения и се радва на особено активна общност.

- OUYA (8.6 милиона долара). Вторият най-финансиран проект е мини Android конзолата OUYA.

- Oculus Rift (2.4 милиона долара) Очилата за виртуална реалност на Палмър Лъки са спиращо дъха изживяване, което засрамва всички подобни продукти, излизали на пазара преди. Нещо повече — цената им е повече от конкурентна.

- SmartThings (1.2 милиона долара). Екипът от Минеаполис създава пълноценна платформа за домашна автоматизация, работеща с мобилни устройства, при това с приятен дизайн и лесен за използване интерфейс.

- 3Doodler (2.3 милиона долара). Макар да изглежда като играчка, 3Doodler е ръчен 3D принтер, с който може да рисувате с пластмаса в пространството. Възможностите са неограничени.

- CST-01 (1 милион долара). Най-тънкият ръчен часовник е дебел само 0.8 мм и е изработен от неръждаема стомана, с E Ink дисплей.

Защо Kickstarter?

1. Kickstarter е най-развитата подобна платформа - достига до потребители от цял свят. Разполага с милионна база от контакти, които следят кампаниите ѝ. Името ѝ е гаранция за коректност, можете да бъдете сигурни, че набраният капитал наистина ще ви бъде преведен.

2. Интересен масов продукт, добра презентация, много добро видео, правилно избран момент за стартиране на кампанията, отразяване на кампанията от популярни медии, създаване на трафик към кампанията

3. Ако активно рекламирате проекта чрез медии, помолите приятели да ви подкрепят, да разказват за проекта, да се включат със символично финансиране и Kickstarter установи, че към проекта има интерес, и те ще го подкрепят също.

4. От първия ден до последната минута трябва активно да се рекламира проектът.

5. Да се застане със собственото лице и име пред публиката.

6. Зависи от продукта, който търси финансиране. Истината е, че повечето хора гледат на платформата като на възможност да си купят евтино интересен нов продукт.

7. Какви са рисковете при финансиране от платформата? Единствено - да не се събере планирания бюджет. В този случай се губят парите, похарчени за подготовка и реклама.

2. Indiegogo.com

Един от конкурентите на Kickstarter, въпреки че предлага оферти за краудфънд за лични нужди. Сайтът позволява да качвате лични кампании за медицински или образователни цели, като можете да си набавите адекватно финансиране от обществото на Indiegogo.



- ✓ Целево местоположение: Глобално
- ✓ Такси за платформа: 5% от събраните средства
- ✓ Модел: Въз основа на награди
- ✓ Работи от: Сан Франциско, Калифорния
- ✓ Идеален за: техники, стартиращи фирми, малък бизнес, каузи, базирани на услуги и т.н.

Indiegogo предлага финансиране в различни области, като медийни и художествени проекти, технологии, здраве и дори околна среда или религия. Набиращите средства включват знаменитости с филмови идеи (например indie филми), физически лица, които се опитват да подобрят обществото, в което живеят, семейни почивки и т.н.

За да се стартира набирането на финансиране, се създава безплатна онлайн кампания, която след това се разпространява на сайта с опция да се внасят средства по нея. Можете да се създават кампании за проекти, бизнес или лични събития. Indiegogo предлага два различни варианта на кампания:

- ✓ с фиксирано финансиране – набиране на средства на принципа „всичко или нищо“, така че ако не се достигне целта, няма такси или глоби, но при недостижение на целта не се получава никаква част от събраната сума. Ако целта се достигне, таксата е 4%.
- ✓ с гъвкаво финансиране – набиране на средства с възможност за запазване на сумата, която се събере, дори при недостижение на целта. Ако не се достигне целта, таксата за финансиране е 9%. Ако продължите набиране на средства и в крайна сметка достигнете вашата цел, Indiegogo възстановява 5%, което прави общата такса само 4%.

Събраната сума се получава около 15 дни след края на кампанията без значение от избрания вид на кампанията. Сумата може да бъде депозирана директно в разплащателна сметка, в PayPal сметка или чрез FirstGiving. Наградите за дарителите могат да включват рекламни материали, първи издания или оригинали на продукта, дрехите и т.н. Потребителите избират сами какви награди да се дават и срещу какво дарение. Платформата предоставя насоки в тази област.

Базираната в Сан Франциско компания също така, в последните години, започна да продава и други стоки, като отвори своята платформа за продукти, които успешно са набрали финансиране чрез краудфъндинг на други места. За целта е отворена нова секция в уебсайта, наречена Indiegogo Marketplace. Indiegogo взема между 10 и 15% от крайната цена при продажбата на продукта.

Indiegogo подкрепя кампании за набиране на средства на основата на даренията за почти всичко – музика, лични финансови нужди, благотворителна дейност и всичко, за което можете да се сетите (освен инвеститорство).

Indiegogo регистрация

Един от първите въпроси, когато е взето решение за участие в краудфъндинг, е коя платформа за краудфандинг е подходяща за вас. Партньорът за краудфандинг, който сте избрали, ще има голямо влияние върху успеха на вашия продукт - да не говорим, че е голяма част от живота ви в продължение на седмици, месеци или дори години - така че е важно внимателно да оцените.

Докато претегляте възможностите си, помислете за това: Indiegogo е водещата платформа за краудфандинг на технологични продукти, както и единствената платформа за цялостен жизнен цикъл за арт проекти, социални кампании за въздействие и екологични иновационни проекти.

Независимо дали разработвате технологичен продукт или стартирате проект за социално благо, Indiegogo ще ви помогне успешно да стартирате кампанията си на всяка стъпка.

Три причини да изберете Indiegogo

1. Партньорства и поддръжка: Indiegogo предоставя експертна поддръжка и изключителни партньорства за засилване на вашата кампания
2. Cutting-edge tools: Indiegogo предоставя инструменти преди и след кампанията, за да изведете вашия проект отвъд краудфандинга
3. Гласност и достъп за светът: Свобода да се събира финансиране за всичко и отвсякъде.



Стъпки

Стъпка 1. Влезте в сайта.(www.Indiegogo.com) Направен е по лесен и разбираем начин.

Стъпка 2. Изберете – Предприемачески проект или кауза.



Стъпка 3. Регистрация.

Стъпка 4. Попълнете информацията.

Искаме да създадем най-доброто за вас на борда - моля, попълнете информацията по-долу. **Отговорите ви ще бъдат заключени за тази кампания и не могат да бъдат променени по-късно.**

За кого събирате пари?
Моля, изберете типа сметка, която ще получава вашите средства.

☒ Индивидуален ☐ Бизнес или с нестопанска цел

Къде се намирате?
Ако набирате средства като физическо лице, коя е вашата държава на законно пребиваване? Ако набирате средства за бизнес, къде е седалището на бизнеса? Научете повече за [ограниченията на страните](#).

Изберете държава на пребиваване

Къде е вашата банка?
Местоположението на банковата ви сметка определя валутата, в която можете да съберете средства.

Изберете държава на банката

Стъпка 5. Направете добро първо впечатление: представете целите на кампанията си и накарайте хората да научат повече.

Стъпка 6. Предоставете информация на човек, с когото от сайта да се свържат, ако има проблеми с кампанията. Тази информация няма да се показва публично.

Стъпка 7. Колко пари искате да съберете за тази кампания? Изисква се минимална цел от 500 във вашата валута. Уверете се, че сте направили ясна преценка за средствата, които са ви необходими, не сте пропуснали такси и комисионни.

Стъпка 8. Качете още изображения за кампанията.

Готово! Успех!

3. Gofundme.com

Gofundme е сайт, базиран на набавянето на средства за близки роднини или приятели. Кампанията може да се публикува във Фейсбук, Туитър или мейл, а мотото на сайта гласи: "Краудфъндинг за всички"



- ✓ Целево местоположение: Глобално
- ✓ Такса за платформа: 5% от даренията и процесорите за плащане вземат 2,9%, заедно с 30 цента на дарение.
- ✓ Модел: Въз основа на дарение
- ✓ Работи от: Редвуд, Калифорния
- ✓ Идеален за: базирани на услуги каузи, стартирания, артисти, дизайнери и т.н.

4. Quirky.com

Quirky е перфектен за финансиране на различни видове изобретения от сферата на технологиите или ИТ сектора. Сайтът дава страхотно начало на млади изследователи, които имат желанието да реализират иновативните си проекти.



5. Crowdfunder.com

Croudfunder има най-голямата мрежа от инвеститори в краудфъндинг сферите. Сайтът предлага възможността за акредитираните инвеститори да се включат към потенциалните печалби от следващия финансиран проект за милиарди долара.

crowdfunder



<https://www.crowdfunder.com/>

6. Invested.in

Винаги можете да започнете собствен краудфъндинг чрез invested.in Чрез този сайт, можете да лансирате собствена краудфънд платформа за минути.



<http://invested.in/>

Допълнителна информация:

<https://www.crowdfunding.com/>
<https://www.causes.com/>
<https://www.patreon.com/>
<https://circleup.com/>
<https://www.lendingclub.com/>
<https://www.crowdfunder.com/rockethub>
<https://gogetfunding.com/>
<https://fundly.com/>

7. Фъндрейзинг

Думата „фъндрейзинг“ произлиза от английски и означава събиране на средства за благородни цели. В днешно време има много фирми, които насърчават и съдействат на ангажирани младежи и активни доброволци. За да е успешен фъндрейзингът, трябва първо да се изготви стратегически план, да се прецени кой би подкрепил инициативата в региона, в който живееш. Важно е да се изготви списък с полезни контакти - близки, приятели, общността, училище, университет и т.н., както и да се проучат местните бизнес организации – какво са склонни да подкрепят, финансират и спонсорират.

Фъндрейзингът е вид маркетинг, т.е. задачата се състои в това да се „продаде“ проекта по най-добрия начин. Това е важно, тъй като дарителите следят най-вече за ангажираността и амбицията на организаторите. Важно е да се покаже на фирмата защо трябва да финансират точно тази инициатива, както и какво може да се предложи в замяна.

Платформите за дарителство могат да бъдат ползвани не само от регистрирани фирми, но и от частни лица. Там може да се представи проект и да се търсят спонсори, които биха помогнали на каузата:

www.betterplace.de

www.helpedia.de

www.sencietz.org

Добрият пример:

Български фонд за жените набира средства от местни и чуждестранни дарители чрез различни инициативи. По този начин подпомагат развитието на дарителството и новото виждане за филантропията като инструмент за социална промяна. Набраните средства се инвестират директно в дейностите на малки женски неправителствени организации в страната.

Съществуват много на брой, различни, разнообразни и иновативни фъндрейзинг инициативи, кампании и идеи. За повече информация, посетете линковете от допълнителната информация.

Допълнителна информация:

<https://blog.bonfire.com/non-profit-fundraising-ideas/>

<https://www.classy.org/>

<https://www.fundraising.com/>

<https://www.wildapricot.com/blogs/newsblog/2018/08/17/fundraising-ideas>

<https://www.justgiving.com/fundraising>

<https://www.networkforgood.com/>

<https://www.guidestar.org/>

<https://www.causevox.com/fundraising-ideas/>

Заклучение

При работата в неправителствения сектор има множество възможности за финансиране на идеите. Този материал обобщава и събира на едно място различни финансови инструменти и модели в помощ на организациите с кауза за техните дейности. Това биха могли да бъдат проекти с финансовата подкрепа на община, министерство или друга институция, която



проявява интерес в същата насока като вашата организация. Също така може да се търси финансиране и в сферата на частния бизнес като по този начин се използват изградените партньорства между организацията и различните звена, които подкрепят работата ѝ.

Може организацията да се ориентира и към финансиране чрез предлагани грантове, правителствени и надправителствени фондове и праграми или пък да се осъществи краудфъндинг кампания или фъндрейзинг инициатива.

Различните източници и модели на финансиране имат различни изисквания към кандидатите затова е важно да изберете подходящ вариант, който да съответства на целите, които поставяте пред себе си като организация.

Независимо какво ще бъде избрано, е важно да не се забравя:

- ✓ Съвместната работата трябва да предлага определени облаги за партньорите (брандирани материали, реклама, имидж, КСО или др.)
- ✓ Документацията трябва да е качествено подготвена, изрядна и пълна (при представяне на каузата или кандидатстване за финансиране)
- ✓ Целите на организацията и проекта трябва да съвпадат с актуални интереси на финансиращата организация (бизнес, донор, програма)
- ✓ Важно е да се оцени предварително въздействието на проекта върху общността, а така също неговата устойчивост чрез измерими индикатори.
- ✓ Донорите обръщат внимание на методите и подходите, които неправителствената организация използва, за да представи проекта си – освен самата идея, се оценяват и амбициите, страстта и увереността в резултатите.
- ✓ Необходимо е да се помисли за имиджа и актуалната репутация на организацията в рамките на общността (информация във вестници, уебсайтове, връзки с други организации, социалните медии).

Съдържание

Увод.....	1
Основните предизвикателства и проблеми пред гражданските организации в България.	3
Основни източници и модели на финансиране.....	4
1. Големи фондации и фондове	4
2. Корпоративни играчи.....	12
3. Общини	25
4. Правителствени програми.....	35
5. Европейски фондове.....	37
6. Краудфъндинг	45
7. Фъндрейзинг	59
Заключение.....	60