

План
по сбору средств (фандрайзинг)
А.О. «Ромское Этнографическое Общество»

Оглавление:

I. Общие положения	2
II. Контекст	2
III. Цели и задачи кампании по сбору средств	3
IV. Анализ предполагаемых доноров	5
V. Стратегии привлечения средств.....	7
VI. Основные месседжи фандрайзинговой кампании	9
VII. План мероприятий по сбору средств (Приложение 1).	10
VIII. Взаимоотношения с донорами.....	10

I. Общие положения

Цели и задачи ассоциации

- a) Исследование и изучение историко-культурного наследия ромов и их этнических процессов в современном обществе;
- b) Возрождение культурных традиций, обычаев и духовного наследия ромов. Сохранение и продвижение национальной самобытности и защита этнокультурных интересов;
- c) Исследование и изучение историко-культурного наследия ромов и их этнических процессов в современном обществе;
- d) Возрождение культурных традиций, обычаев и духовного наследия ромов. Сохранение и продвижение национальной самобытности и защита этнокультурных интересов;
- e) Развитие национальной культуры и традиций ромов через проведение общественных мероприятий в области культуры и образования (фестивали, выставки, экскурсии, концерты, уроки, научно-практические конференции и др.);
- f) Оказание помощи в исследовании истории, культуры и языка ромов Молдовы для ученых, специалистов и всех желающих углубить знания о культурном наследии ромского народа, как в Молдове, так и за ее пределами;
- g) Содействие социально-образовательному развитию детей и молодежи из числа ромов, продвижение народного искусства и здорового образа жизни среди детей и молодежи;
- h) Поддержка и реализация программ в области работы с людьми, зависимыми от алкоголя или наркотиков, а также оказание социальной, психологической и иной помощи людям ромской национальности, оказавшимся в трудной жизненной ситуации. Привлечение внимания общественности к проблемам ромского населения. Содействие духовному развитию личности;
- i) Осуществление и защита гражданских, экономических, социальных, культурных и иных законных прав и свобод граждан ромской национальности.

II. Контекст

Контекст кампании по сбору средств, целью которой является обеспечение межкультурного диалога между ромами и окружающим населением Республики Молдова, включает несколько ключевых аспектов:

1. **Социальная интеграция:**
В Молдове ромы сталкиваются с дискриминацией, социальным отчуждением и ограниченным доступом к образованию, медицине и другим социальным услугам. Кампания направлена на уменьшение этих барьеров через построение доверия и диалога между ромами и другими этническими группами.
2. **Сохранение и популяризация культурного наследия:**
Ромское сообщество обладает уникальным культурным и духовным наследием. Кампания способствует его сохранению, популяризации и интеграции в общий культурный контекст страны.
3. **Повышение осведомленности и уменьшение стереотипов:**
Одной из целей является разрушение стереотипов и предрассудков, связанных с ромами. Через культурные мероприятия, образовательные программы и публичные дискуссии НПО стремится создать более глубокое понимание и уважение к ромской культуре.
4. **Содействие устойчивому развитию ромских сообществ:**
Кампания поддерживает развитие образования, навыков и возможностей для ромов, чтобы они могли стать активными участниками общества. Это включает помощь молодежи, поддержку женщин и проведение инициатив, направленных на улучшение качества жизни.
5. **Межкультурные мероприятия:**
Организация совместных культурных фестивалей, тренингов, мастер-классов и встреч, которые способствуют диалогу, сотрудничеству и обмену опытом между различными этническими группами.

Кампания подчеркивает необходимость сотрудничества между гражданским обществом, государственными учреждениями и международными партнерами, чтобы обеспечить устойчивый и позитивный межкультурный диалог. Финансовая поддержка важна для реализации этих целей через программы, обучение и проекты, направленные на интеграцию ромов в общество.

III. Цели и задачи кампании по сбору средств

ЦЕЛЬ:

Сбор материальных средств, для продвижения кампании по межкультурному диалогу между ромами и окружающим их населением.

ЗАДАЧИ:

Компания состоит из нескольких мероприятий и задач:

1. Проведение межкультурных мероприятий, приуроченных к признанным датам:

- **Международный день памяти жертв Холокоста** – международный день ООН, который отмечается 27 января, в день освобождения нацистского концентрационного лагеря «Освенцим» советскими войсками.

30 Января 2025 года ОГО РЭО – Ромского Этнографического Общества планирует провести конференцию по сохранению памяти жертв Холокоста, в том числе ромов, которые так же стали жертвами нацистской Германии в годы 1933 – 1945 гг.

БЮДЖЕТ: 25000 лей

- **Международный день ромов** – интернациональный праздник, который отмечают цыгане по всему миру ежегодно 8 апреля.

В период 8-12 Апреля 2025 года, считающейся неделей ромов, ОГО РЭО – Ромского Этнографического Общества планирует провести конференцию по историко-культурного формирования молдавских цыган. Период проведения 2,5 дня с выдачей сертификатов...

БЮДЖЕТ: 200 000 лей;

- **Поездка в Долну**, в один из музеев А.С. Пушкина в Молдове...

в 1-е воскресенье лета, Дом-музей А.С. Пушкина в Молдове приглашает ОГО РЭО на экскурсию в один из музеев А.С. Пушкина в Молдове, а именно в с. Долну с литературно-музыкальной, танцевальной программой на поляне перед музеем, где будет присутствовать молодежь разных этнических групп.

БЮДЖЕТ: 25 000 лей

- **Международный день матери**. Ежегодно во второе воскресенье мая во многих странах Европы отмечается один из самых светлых и добрых праздников — **День матери**. День матери — это один из самых трогательных праздников, потому что все мы с детства и до своих последних дней несем в своей душе единственный и неповторимый образ — образ своей мамы, которая все поймет, простит, всегда пожалеет и будет беззаветно любить несмотря ни на что.

12 мая (в день матери) ОГО РЭО представит *экспозицию: цыганская тематика в творчестве А.С. Пушкина* на примере его поэмы «Цыганы», в партнерстве с Дом-музей А.С. Пушкина в Молдове.

Экспозиция продемонстрирует роль цыганской женщины в ромском сообществе, и развяжет мифы, связанные с образом Земфиры, передающиеся из года в год посредством литературы и кино.

- **Экспозиция:**

БЮДЖЕТ: 10 000 лей

- **День памяти жертв Холокоста ромов (2 августа).** 2–3 августа 74 года назад гитлеровский режим совершил страшное преступление, уничтожив в концлагере Аушвиц-Биркенау тысячи невинных мужчин, женщин, детей. Единственной их «виной» была принадлежность к цыганской национальности.

В период 2-6 Августа 2025 года, считающейся неделей холокоста ромов, ОГО РЭО – Ромского Этнографическое Общество планирует конференцию по малоизученному холокосту ромов в Молдове. Период проведения 1 день с выдачей сертификата, а также выступить с уроками в общеобразовательных школах 9-12 классов по городу Кишиневу и в 5 районах, где работают интенсивно ромские медиаторы.

Так же переиздать книгу Н.Б. «Цыганская трагедия 1941-1945: факты, документы, воспоминания» Том 1 – на 1000 экземпляров.

БЮДЖЕТ: 1 70 000 лей;

- **Пушкинский марафон.** в Молдове проводится с 2010 года. Трижды в год, на мероприятиях, посвященных поэту, читают его стихотворения, обсуждают жизнь и творчество А.С. Пушкина.

Осенью, в сентябре ОГО РЭО планирует провести конференцию с лекциями по историко-культурному контексту поэмы А.С. Пушкина, в партнерстве с Дом-музей А.С. Пушкина в Молдове, с Союзом писателей Молдовы им. А.С. Пушкина и Историческим обществом в Кишиневе.

40 000 леев

- 5 ноября отмечается **Международный день ромского языка.** Эта дата была провозглашена ЮНЕСКО в 2015 году для содействия сохранению ромского языка и культуры, улучшения благополучия ромского народа и признания важности всех языков.

В период 5-9 Ноября 2025 года, считающейся неделей ромского языка, ОГО РЭО – Ромского Этнографическое Общество планирует конференцию формированию и развитию ромского языка в республике Молдова. Период проведения 1 день.

БЮДЖЕТ: 55 000 лей;

2. **Создание Образовательно-научного онлайн-проекта kulturom.com,** который одновременно является базой данных о культуре и истории ромов, а также о ромоведении в постсоветских странах. Период проведения/создания онлайн платформы 4 месяца.

онлайн-проект kulturom.com будет завершением информационной компании по историко-культурному контексту ромов в р. Молдова. Однозначно, что культурные мероприятия по укреплению диалога между ромами и окружающим его населением будут продолжены, но будут приобретать другой формат.

БЮДЖЕТ 180 000 лей

ВСЕГО задача по сбору средств: 705 000 лей

IV. Анализ предполагаемых доноров

1.1. Мотивация публичных органов власти

Мотивация государственных и местных органов власти Республики Молдова для поддержки инициатив НПО, направленных на улучшение межкультурного диалога между ромами и окружающим сообществом, может быть связана с несколькими ключевыми факторами:

1. Социальная интеграция и уменьшение конфликтов

- Улучшение отношений между различными этническими группами снижает риск социальных конфликтов и напряженности. Это помогает поддерживать мир и стабильность в обществе.

2. Исполнение международных обязательств

- Молдова является частью международных договоров и инициатив, направленных на защиту прав человека и меньшинств, таких как Рамочная конвенция о защите национальных меньшинств Совета Европы. Поддержка ромского сообщества может быть способом выполнить эти обязательства.

3. Повышение уровня доверия к власти

- Содействие межкультурному диалогу показывает, что власти заинтересованы в поддержке всех групп населения, что может повысить уровень доверия граждан.

4. Экономическая выгода

- Социальная интеграция может привести к более активному включению ромов в экономическую и общественную жизнь, что положительно скажется на общей экономической ситуации и снижении уровня бедности.

5. Соответствие национальным стратегиям и программам

- Многие страны, включая Молдову, разрабатывают национальные стратегии интеграции ромов. Помощь в сборе средств для НПО может быть частью реализации этих программ.

6. Укрепление международного имиджа

- Активная работа по улучшению межкультурного диалога демонстрирует международному сообществу, что Молдова стремится к прогрессивным изменениям и уважению прав меньшинств, что может улучшить её репутацию на глобальном уровне.

7. Стимулирование местного развития

- Программы, направленные на улучшение диалога и взаимодействия, часто создают новые возможности для обучения, трудоустройства и участия в местной жизни, что способствует развитию регионов.

Государственные и местные органы власти могут видеть свою роль как партнера, который может предоставить ресурсы, экспертную поддержку или помочь с координацией. Это позволяет достигать долгосрочных результатов и способствует созданию инклюзивного общества.

1.2. Мотивация международных доноров

Международные доноры и организации часто поддерживают инициативы, направленные на улучшение межкультурного диалога, включая кампании, касающиеся ромов, по следующим причинам:

1. Укрепление прав человека и социальных стандартов

- Поддержка таких инициатив соответствует миссии многих международных организаций, направленной на защиту прав человека, борьбу с дискриминацией и продвижение равенства для уязвимых групп, таких как ромы.

2. Реализация глобальных целей устойчивого развития (ЦУР)

- Программы, направленные на интеграцию меньшинств, соответствуют ЦУР ООН, особенно целям, связанным с сокращением неравенства (ЦУР 10) и миром, правосудием и сильными институтами (ЦУР 16).
- 3. Продвижение стабильности и предотвращение конфликтов**
 - Улучшение межкультурного диалога снижает риск социальной напряженности и этнических конфликтов, что важно для региональной и глобальной стабильности.
 - 4. Поддержка демократических ценностей**
 - Доноры видят в укреплении диалога и интеграции ромов способ продвижения демократических ценностей, таких как инклюзивность, толерантность и социальная справедливость.
 - 5. Исполнение международных обязательств**
 - Многие международные организации обязаны поддерживать страны в выполнении ими обязательств, вытекающих из таких соглашений, как Рамочная конвенция Совета Европы о защите национальных меньшинств или Декларация прав национальных меньшинств ООН.
 - 6. Содействие интеграции ромов в Европе**
 - Ромы — одна из крупнейших и наиболее уязвимых этнических групп в Европе. Поддержка кампаний по улучшению диалога способствует реализации общеевропейских программ по интеграции ромов.
 - 7. Укрепление гражданского общества**
 - Международные доноры заинтересованы в поддержке НПО, так как сильное гражданское общество играет ключевую роль в демократическом развитии и социальной сплоченности.
 - 8. Противодействие дискриминации и ксенофобии**
 - Финансирование таких проектов помогает бороться с дискриминацией, ксенофобией и стереотипами, которые могут стать почвой для экстремизма.
 - 9. Улучшение имиджа доноров**
 - Участие в таких проектах улучшает репутацию доноров, показывая их приверженность социальным изменениям и защите прав меньшинств.
 - 10. Обучение и обмен опытом**
 - Международные доноры видят в поддержке таких инициатив возможность распространить передовые практики и подходы в области интеграции и межкультурного взаимодействия.

Поддержка таких кампаний — это инвестиция в построение более справедливого, стабильного и процветающего общества, что соответствует как гуманитарным, так и стратегическим интересам международных доноров.

1.3. Мотивация бизнес-сообщества

Местное бизнес-сообщество может быть мотивировано участвовать в поддержке инициатив по улучшению межкультурного диалога, включая помощь в сборе средств для НПО, по следующим причинам:

- 1. Социальная ответственность бизнеса (CSR)**
 - Участие в таких проектах улучшает имидж компании, демонстрируя её приверженность социальной ответственности, гуманизму и поддержке местного сообщества.
- 2. Улучшение общественного климата**
 - Межкультурный диалог снижает социальную напряженность, что способствует созданию более стабильной и благоприятной среды для ведения бизнеса.
- 3. Расширение кадрового потенциала**

- Программы интеграции и обучения могут способствовать появлению новых квалифицированных работников из числа представителей ромского сообщества, что удовлетворяет кадровые потребности местных компаний.

4. Укрепление репутации

- Компании, которые активно участвуют в социальных инициативах, получают больше доверия со стороны клиентов, партнеров и местных властей, что укрепляет их положение на рынке.

5. Улучшение отношений с местной властью

- Участие в таких проектах помогает установить тесные и продуктивные связи с государственными и местными органами власти, что может быть полезно для бизнеса.

6. Развитие новых рынков

- Поддержка ромского сообщества может способствовать экономическому развитию и созданию новых потребителей, что в перспективе расширяет рынок товаров и услуг.

7. Минимизация репутационных рисков

- Неучастие или игнорирование проблем социальных групп, таких как ромы, может быть воспринято как безразличие и нанести репутационный ущерб компании.

8. Прямой экономический интерес

- Некоторые компании, особенно те, что работают в сфере торговли, услуг или недвижимости, могут видеть выгоду в создании более гармоничного и благополучного сообщества, где ромы интегрированы и экономически активны.

9. Формирование инклюзивной культуры

- Взаимодействие с такими проектами помогает компаниям формировать внутрикорпоративную культуру, основанную на уважении к разнообразию и межкультурному взаимодействию.

10. Возможность привлечения дополнительных инвестиций и грантов

- Компании, участвующие в социальных инициативах, часто имеют больше шансов получить поддержку со стороны международных доноров, грантовых организаций или партнеров, заинтересованных в развитии региона.

Пример инициатив:

Местное бизнес-сообщество может предоставлять финансовую помощь, спонсировать мероприятия, предлагать стажировки и работу представителям ромского сообщества, участвовать в образовательных программах или делиться ресурсами (например, помещениями или транспортом).

Таким образом, участие в подобных проектах позволяет бизнесу внести реальный вклад в развитие общества, улучшить свои позиции на рынке и заложить фундамент для долгосрочного успеха.

V. Стратегии привлечения средств

Организация фандрайзинга для НПО, направленного на планирование и проведение кампании по улучшению межкультурного диалога между ромами и окружающим сообществом, включают следующие типовые мероприятия:

1. Исследование и планирование

- **Анализ потребностей:** определение приоритетов кампании, целевой аудитории и возможных доноров.
- **Разработка стратегии:** создание детального плана фандрайзинга с целями, сроками, бюджетом и списком потенциальных источников финансирования.
- **Составление проектных заявок:** подготовка предложений, которые ясно объясняют, зачем нужны средства и как они будут использованы.

2. Привлечение грантов

- **Идентификация грантовых возможностей:** поиск международных, национальных и местных грантов для поддержки проектов в области межкультурного диалога и интеграции меньшинств.
- **Подготовка заявок:** написание конкурентоспособных заявок с обоснованием социальной значимости проекта и ожидаемых результатов.

3. Организация благотворительных мероприятий

- **Конференции и круглые столы:** встречи с местным бизнесом, властями и международными донорами для обсуждения и презентации проекта.
- **Культурные фестивали:** проведение мероприятий, где ромская культура демонстрируется через искусство, музыку и кулинарию. Это помогает привлечь внимание и собрать средства через продажу билетов, сувениров или пожертвования.
- **Благотворительные ужины и аукционы:** продажа произведений ромских художников, ремесленников или кулинарных изделий.

4. Кампании краудфандинга

- **Онлайн-платформы:** запуск краудфандинговых кампаний на таких платформах, как GoFundMe, Patreon или локальных аналогах.
- **Создание визуального контента:** производство видео, рассказывающего о проблемах ромов и целях кампании. Это способствует эмоциональной вовлеченности аудитории.
- **Социальные сети:** активное использование Facebook, Instagram и других платформ для продвижения кампании, и сбора пожертвований.

5. Сотрудничество с местным бизнесом

- **Спонсорство:** привлечение местных компаний, которые могут финансировать отдельные мероприятия или предоставлять ресурсы.
- **Партнерские программы:** сотрудничество с бизнесом для проведения совместных акций, например, "процент с продаж" или благотворительные марафоны.

6. Обучение и вовлечение волонтеров

- **Обучение волонтеров:** проведение тренингов по организации мероприятий и работе с донорами.
- **Фандрайзинговые команды:** создание групп волонтеров для работы с местным сообществом, сбор средств и организацию мероприятий.

7. Медийные кампании

- **Публикации в СМИ:** статьи, интервью и репортажи о кампании, её целях и значимости.
- **Публичные истории успеха:** демонстрация реальных примеров положительного воздействия на ромское сообщество.
- **Инфлюенсеры:** привлечение популярных людей для продвижения кампании.

8. Программы лояльности для доноров

- **Отчётность:** регулярное предоставление доноров информации о ходе проекта и использовании средств.
- **Благодарности:** публичное признание вклада доноров через СМИ, социальные сети или специальные мероприятия.

9. Использование инновационных методов фандрайзинга

- **Благотворительные марафоны и челленджи:** спортивные или творческие мероприятия, где участники привлекают спонсоров.
- **Игровые элементы:** проведение лотерей или интерактивных мероприятий, связанных с темой кампании.

10. Постоянное взаимодействие с донорами

- **Создание базы данных доноров:** для регулярного общения, рассылки обновлений и предложений участвовать в новых инициативах.
- **Долгосрочные партнёрства:** установление прочных связей с донорами для будущих проектов.

Эти мероприятия позволяют не только собрать необходимые средства, но и повысить осведомлённость общества о проблемах ромов, создавая условия для долгосрочного улучшения межкультурного диалога.

VI. Основные месседжи фандрайзинговой кампании

Для успешной фандрайзинговой кампании НПО, направленной на планирование и проведение мероприятий по улучшению межкультурного диалога между ромами и окружающим их сообществом, ключевые сообщения будут четкими, эмоционально вовлекающими и основанными на фактах.

1. Инклюзия и равенство: строительство мостов между культурами

- «Диалог — основа гармоничного сосуществования. Поддержите инициативу, которая сближает ромов и их соседей».
- «Инклюзия — это не просто слово, это действие. Помогите нам создать общество, где у каждого есть шанс быть услышанным».

2. Культурное богатство и взаимное обогащение

- «Культура ромов — это неотъемлемая часть нашего общества. Вместе мы можем сохранить и ценить это наследие».
- «Позвольте нам показать, что разные культуры — это не препятствие, а возможность учиться друг у друга».

3. Решение социальных проблем через диалог

- «Межкультурный диалог — ключ к решению социальных и экономических вызовов, с которыми сталкиваются ромы и их соседи».
- «Предотвратим предрассудки и недопонимание. Инвестируйте в мирное сосуществование».

4. Преодоление стереотипов

- «Разрушим барьеры непонимания вместе. Ваш вклад помогает нам бороться с дискриминацией».
- «Каждая культура заслуживает уважения. Помогите нам донести эту идею до каждого».

5. Личная история и эмпатия

- «Слушая истории ромов, мы понимаем: у нас гораздо больше общего, чем различий. Ваша поддержка помогает их голосам звучать громче».
- «Один из участников нашей программы сказал: “Я впервые почувствовал, что мои соседи хотят меня понять”. Вы можете подарить больше таких моментов».

6. Прозрачность и эффективность

- «Каждый вклад будет направлен на проведение семинаров, культурных фестивалей и образовательных мероприятий».
- «Мы гарантируем прозрачность и отчетность: вы увидите, как ваш вклад помогает менять жизни к лучшему».

7. Призыв к действию

- «Вместе мы можем изменить будущее. Поддержите нас, чтобы дать начало диалогу, который улучшит жизнь целого поколения».
- «Ваша поддержка сегодня — это толерантное общество завтра. Сделайте вклад в будущее».

Главное — адаптировать месседжи под целевую аудиторию: для частных лиц будут использованы эмоциональные призывы, для бизнеса — акцент на социальной ответственности, а для государственных и международных структур — на решении социальных проблем.

VII. План мероприятий по сбору средств (Приложение 1).

VIII. Взаимоотношения с донорами

• Способы выражения благодарности донорам:

Выражение благодарности донорам — ключевой элемент успешной фандрайзинговой стратегии. Это укрепляет долгосрочные отношения, создает доверие и мотивирует их продолжать поддержку.

1. Персонализированные письма

- Отправить письмо или электронное сообщение с благодарностью, адресованное лично донору.
- Упомянуть, как именно их вклад помогает достичь целей кампании. Например:
 - «Благодаря вашему пожертвованию, мы провели первые семинары, где ромы и их соседи смогли открыто обсудить свои культурные различия».

2. Видеообращения

- Записать короткое видео, где команда НПО, участники программы или ромские семьи рассказывают о том, как пожертвования помогли изменить их жизнь.
- Например: «Это письмо и теплое спасибо от всей нашей семьи — за то, что помогли нам быть услышанными».

3. Публичное признание

- Упомянуть доноров в годовом отчете, на веб-сайте или в социальных сетях (если они дали согласие).
- Организовать мероприятие, где вы отметите вклад крупных доноров или постоянных партнеров.

4. Символические подарки

- Подарить что-то, связанное с культурой ромов:
 - Искусно изготовленные предметы ручной работы.
 - Благодарственную открытку с элементами ромской культуры и искусства.
 - Книгу или буклет о ромской культуре и истории, созданные в рамках проекта.

5. Показывайте результат их вклада

- Регулярно информировать доноров о прогрессе кампании:
 - Отчеты с фотографиями и историями участников.
 - Инфографику, показывающую, как были использованы пожертвования.

6. Организация экскурсий или мероприятий

- Пригласить доноров на мероприятия проекта:
 - Концерты или фестивали ромской культуры.
 - Мастер-классы или выставки, организованные в рамках кампании.

7. Постоянное взаимодействие

- Создать закрытую группу для доноров, где они смогут первыми узнавать о новостях проекта.
- Присылать регулярные обновления с благодарностями, чтобы они чувствовали свою важность для НПО.

8. Имя донора в инициативе

- Для крупных доноров или партнеров: предложить назвать мероприятие, культурный проект или программу их именем (с их разрешения).

9. Годовые награды

- В конце года организовать «День благодарности», где будут вручены символические награды или сертификаты за вклад.

10. Социальные сети и медиа

- Поблагодарить доноров в социальных сетях, например, с помощью постов:
 - «Сегодня мы хотим поблагодарить всех, кто поддерживает нашу кампанию. Вы — наша движущая сила!».