



CERCARE PARTNER: PUNTI SALIENTI DEL WEBINAR

Il presente documento illustra le principali raccomandazioni su come impostare la ricerca dei partner emerse durante i webinar del forum dell'iniziativa dei cittadini europei. Le raccomandazioni, raggruppate per argomento, sono tratte dal seguente webinar:

- [Webinar "Come cercare partner", 2018](#)

Principali elementi emersi dal webinar

1. Per lanciare un'iniziativa dei cittadini europei occorre costituire un gruppo di organizzatori composto da almeno sette membri residenti in 7 diversi Stati membri dell'UE.
2. Disporre di un numero sufficiente di partner è fondamentale per condurre una campagna vincente e raccogliere un numero sufficiente di firme. Gli organizzatori dovrebbero attivarsi per contattare quanto prima eventuali organizzazioni partner.
3. I partner nazionali sono fondamentali per il buon esito di una campagna. Se da un lato è positivo disporre di un'ampia rete europea, dall'altro i partner nazionali contribuiscono in maniera decisiva alla raccolta delle firme sul campo.

Altri punti salienti

Tempistica

- È essenziale contattare il più presto possibile organizzazioni di altri Stati membri. Inoltre, è importante definire chiaramente le responsabilità di ciascun partner.
- Altrettanto importante è avere un quadro realistico delle capacità di cui dispongono i singoli partner e del modo in cui possono sostenere l'iniziativa nei diversi Stati membri.
- Le organizzazioni devono definire chiaramente i loro obiettivi sin dall'inizio della campagna.
- Per condurre una campagna vincente, è essenziale disporre da subito di risorse sufficienti.

Tipi di partner

- I partner possono essere intermediari (simpatizzanti), sponsor, influencer (politici, celebrità) e volontari.
- I partner devono essere soprattutto: diversificati, numerosi, proattivi e presenti in tutta l'UE.
- Una buona strategia potrebbe essere quella di contattare i deputati del Parlamento europeo per illustrare loro l'iniziativa e i suoi obiettivi.
- È difficile trovare il giusto equilibrio tra la necessità di dare autonomia agli operatori locali, in modo che si sentano partecipi e direttamente coinvolti nell'iniziativa, e il coordinamento della campagna a livello centrale.
- Gli organizzatori dovrebbero costruire un'alleanza di circa 100 organizzazioni che s'impegnino a contribuire alla raccolta delle firme.

Interazione con i partner

- Tutti i membri del gruppo di organizzatori devono essere estremamente affidabili.
- Gli organizzatori devono gestire il logo dell'iniziativa con molta attenzione e consentirne l'uso da parte di un'organizzazione soltanto quando il suo sostegno all'iniziativa è sicuro.