



SZUKANIE PARTNERÓW: RELACJA Z WEBINARIÓW

Dokument ten zawiera najważniejsze zalecenia dotyczące szukania partnerów omówione na webinarach forum europejskiej inicjatywy obywatelskiej. Zalecenia są pogrupowane według tematu i pochodzą z następującego webinarium:

- [Webinarium „Jak szukać partnerów”, 2018 r.](#)

Najważniejsze wnioski

1. Aby wystąpić z europejską inicjatywą obywatelską, należy stworzyć grupę organizatorów składającą się z co najmniej 7 członków zamieszkałych w 7 różnych krajach UE.
2. Posiadanie wystarczającej liczby partnerów ma kluczowe znaczenie dla pomyślnej realizacji kampanii i zebrania odpowiedniej ilości podpisów. Organizatorzy powinni zdecydowanie kontaktować się z potencjalnymi organizacjami partnerskimi na jak najwcześniejszym etapie.
3. Powodzenie kampanii w dużej mierze opiera się na partnerach krajowych. Oczywiście dobrze jest mieć dużą sieć na poziomie unijnym, ale to partnerzy krajowi odgrywają największą rolę przy zbieraniu podpisów w terenie.

Dalsze istotne kwestie

Odpowiednie zaplanowanie działań w czasie

- Niezwykle ważne dla znalezienia partnerów jest jak najwcześniejsze skontaktowanie się z organizacjami w innych państwach członkowskich. Obowiązki poszczególnych partnerów powinny zostać jasno określone.
- Ważne jest, aby uzyskać prawdziwy obraz zdolności, jakimi dysponują partnerzy, oraz tego, w jaki sposób mogą oni wspierać inicjatywę w różnych państwach członkowskich.
- Organizacje powinny od samego początku mieć dokładnie określone cele.
- Do przeprowadzenia udanej kampanii potrzebne jest dysponowanie wystarczającymi zasobami już na jej początku.

Rodzaje partnerów

- Partnerami mogą być pośrednicy (przychylni inicjatywie), sponsorzy, influencerzy (politycy, celebryci) i wolontariusze.
- Partnerzy powinny być przede wszystkim: różnorodni, liczni, proaktywni i rozmieszczeni w całej UE.
- Dobrą strategią może być nawiązanie kontaktu z posłami do PE i przedstawienie im inicjatywy i jej celów.
- Niełatwym zadaniem jest znalezienie właściwej równowagi między wzmocnieniem pozycji kampanii lokalnych, tak aby odpowiedzialność za nie spoczywała na organizacjach lokalnych, a centralną koordynacją kampanii.
- Organizatorzy powinni zbudować sojusz składający się z około 100 organizacji, które będą współdziałać przy zbieraniu podpisów.

Współpraca z partnerami





- Do grupy organizatorów należy wybrać osoby, na których można polegać.
- Organizatorzy powinni ostrożnie używać logo partnerów. Można ich użyć tylko wtedy, gdy pewne jest, że dana organizacja wspiera inicjatywę.

