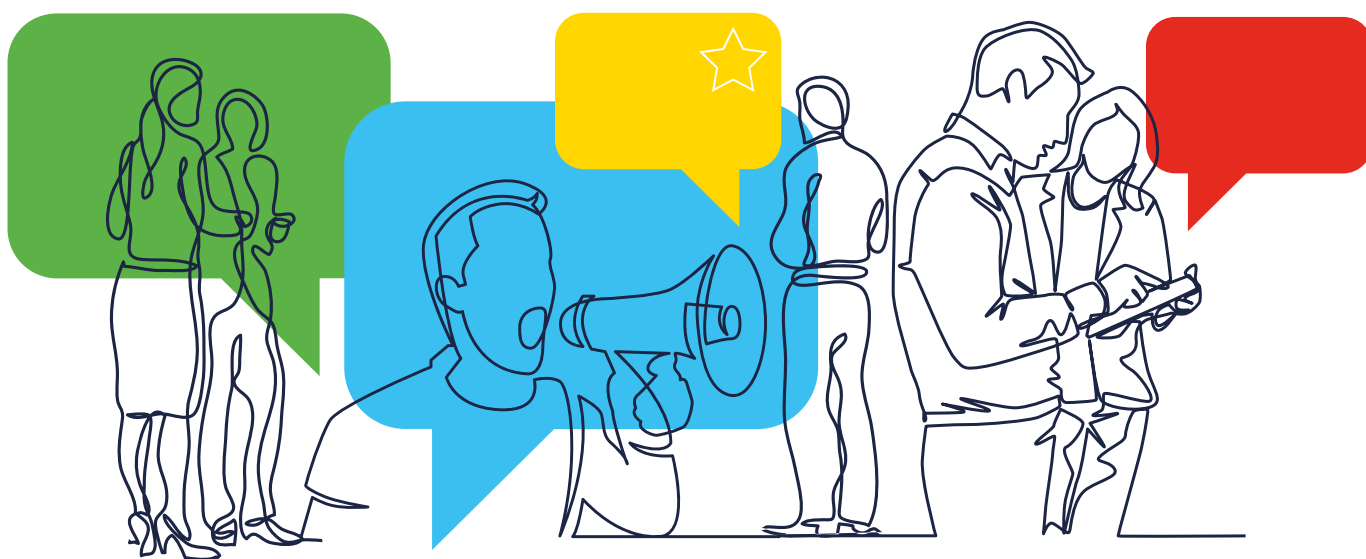


## EUROPSKA GRAĐANSKA INICIJATIVA

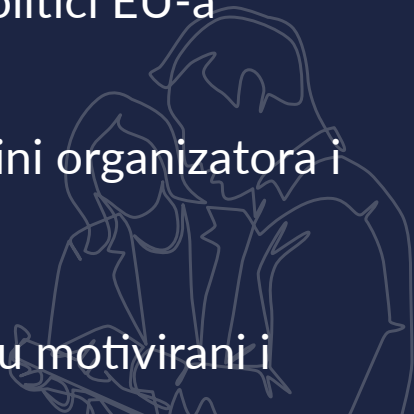
### Kako tražiti partnere



**UČENJE** – RASPRAVA - POVEŽITE SE - ZATRAŽITE SAVJET

## | SADRŽAJ

Poticanje angažmana građana u politici EU-a	3
Skupina organizatora	4
Partneri za pružanje potpore skupini organizatora i kampanji	5
Ostali izvori za traženje partnera	7
Pobrinite se da vaši partneri ostanu motivirani i angažirani	8



# 1

## Poticanje angažmana građana u politici EU-a

Građani EU-a imaju pravo sudjelovati u demokratskom životu Europske unije. Brojni su načini na koje Europljani mogu ostvariti to pravo, (npr. podnošenje peticije Europskom parlamentu, sudjelovanje u javnim savjetovanjima, obraćanje Europskom ombudsmanu itd.). Međutim, europska građanska inicijativa i dalje je jedinstven instrument kojim građani mogu utjecati na politike institucija EU-a.

Ako građani organizirani u skupinu organizatora uspiju skupiti milijun potpisa iz barem sedam država članica u roku od 12 mjeseci, mogu pozvati Europsku komisiju da u okviru svojih ovlasti (vidjeti smjernice „**Kako sastaviti europsku građansku inicijativu**”), predloži pravni akt u cilju primjene Ugovora.

Za više pojedinosti o postupku pročitajte smjernice „**Postupak korak po korak**”.

U ovim su smjericama opisani izazovi izgradnje čvrstog partnerstva te se navode izvori koje organizatori mogu koristiti i savjeti za pronalazak odgovarajućih partnera.

Više informacija o kampanji pročitajte u smjericama „**Kako voditi kampanju**”.



### Uspješan primjer

Inicijativa „Ne vivisekciji” prikupila je više od milijun potpisa zahvaljujući potpori širom EU-a saveza više od 250 skupina za zaštitu životinja, znanstvenih organizacija i poduzeća koja prodaju proizvode dobivene „bez okrutnog postupanja prema životinjama”.



## 2

# Skupina organizatora

U skupini organizatora mora biti najmanje sedam građana EU-a koji su u dobi da imaju pravo glasanja na izborima za Europski parlament i koji žive u najmanje sedam različitih država članica EU-a (u obzir se ne uzima njihovo državljanstvo, već boravište).

Imenovat će se osobe za kontakt, odnosno jedan predstavnik i jedan zamjenik, koje će govoriti i djelovati u ime skupine pred Komisijom. Skupina organizatora može imenovati još dvije osobe među svojim članovima koje će djelovati u ime osobe za kontakt ako ta osoba ne bude dostupna. Moguće je i osnovati pravnu osobu koja će predstavljati skupinu organizatora. Osnivanje takve pravne osobe omogućit će ograničavanje odgovornosti članova skupine organizatora. Time će se povećati i vidljivost inicijative. Međutim, ta pravna osoba mora se osnovati u skladu s pravilima države članice. Izazov će tada predstavljati odabir pravnog oblika i zakonodavstva zemlje najprikladnijih za potrebe inicijative i skupine organizatora.



## Savjeti

- Koristite odjeljak CONNECT foruma europske građanske inicijative.
- Odaberite pouzdane i iskusne osobe za članove skupine organizatora.
- Koristite svoje partnerske organizacije za pronalazak savršenih glasnogovornika inicijative.



# 3

## Partneri za pružanje potpore skupini organizatora i kampanji

Partneri inicijative su razni pojedinci i organizacije koji će proširiti i osnažiti vaše poruke i tako vam pomoći da podignete svijest o kampanji i uvjerite ljude da potpišu izjave o potpori.

Potrebno je angažirati partnere s kojima organizatori već nisu blisko povezani. Radi toga bi skupina organizatora trebala obaviti cjeloviti pregled potencijalnih partnera na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini te razini EU-a u sljedećim kategorijama:

- **posrednici** – članske organizacije koje su naklonjene temi inicijative, npr. sindikati, nevladine organizacije, udruge itd.,
- **sponzori** – možda bi neki posrednici htjeli pružiti potporu kampanji (financijskim sredstvima ili u naravi). Mogli biste razmotriti i relevantne dobrotvorne zaklade.
- **utjecajne osobe** – političari, novinari i slavne osobe koji žele podržati vašu inicijativu mogu potaknuti prikupljanje potpisa i istodobno učiniti inicijativu prepoznatljivom,
- **volonteri** – internetske zajednice koje prate organizatore i partnerske organizacije ili relevantne ključne riječi specifične za temu važan su izvor za pronalazak volontera koji prenose poruke kampanje na internetu i izvan njega te prikupljaju potpise.



U nastavku je nekoliko koraka koje biste trebali slijediti pri kontaktu s potencijalnim partnerom:

1. potražite organizacije sa sličnim interesima u ostalim državama članicama,
2. organizirajte sastanak ili telefonski poziv u najkraćem mogućem roku,
3. obrazložite svoju inicijativu, kako potencijalni partner može pridonijeti i kakvu korist može imati ta organizacija. To će pomoći da ih uvjerite da se uključe i budu aktivni.
4. Ako su potencijalni partneri spremni podržati vašu inicijativu, jasno odredite uloge i očekivanja.
5. Ako nisu spremni za suradnju, zamolite ih da vam preporuča druge organizacije koje bi mogle biti zainteresirane.



### Uspješan primjer

I papa Franjo i papa Benedikt XVI javno su pružili potporu inicijativi Jedan od nas.



## Savjeti

- Zatražite službena pisma potpore od što većeg broja partnera. Oni će svi biti dio ekosustava za dijeljenje i širenje poruka kampanje.
- Europske nevladine organizacije i udruge često imaju dovoljno resursa i dobro razvijene komunikacijske sustave i mreže. Upotrijebite ih!
- Zastupnici Europskog parlamenta imaju brojne veze u Bruxellesu i mogu vam ondje otvoriti vrata. Obratite im se!
- Upotrijebite vlastite mreže kontakata kao dodatni način za pronalazak partnera: obitelji, prijatelji, poznanici, susjedi, kolege s posla, iz škole ili s fakulteta.
- Aktivna upotreba društvenih medija (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn itd.) može znatno povećati šanse za pronalazak potencijalnih partnera.
- Usmjerite kampanju na zemlje u kojima je tema inicijative već dobro poznata.
- Partneri će podržavati inicijativu zbog različitih razloga pa obratite pozornost da svi dijele zajednički interes: uspjeh vaše inicijative!



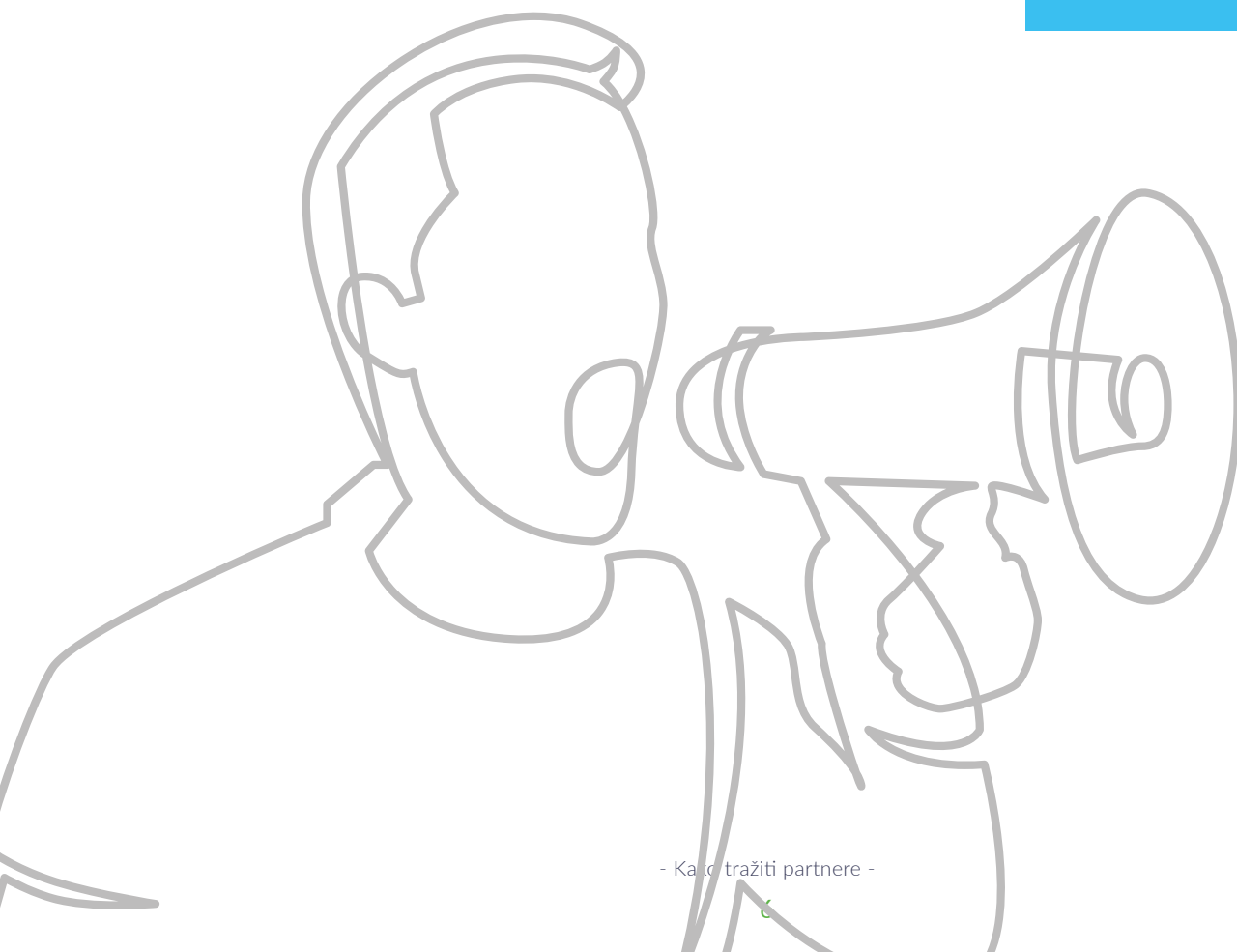
Pronađite partnere prije pokretanja inicijative! Kampanja je na pravom putu ako su vaši partneri...

- brojni,
- raznoliki,
- proaktivni,
- rasprostranjeni širom EU-a.



## Uspješan primjer

Nakon što je inicijativa „Pravo na vodu” objašnjena u prilogu u najgledanijem terminu njemačke televizije, u sljedećih nekoliko dana prikupljeno je oko 200 000 potpisa!



# 4

## Ostali izvori za traženje partnera

### Registar transparentnosti EU-a

Registar transparentnosti dobrovoljni je registar u kojem su navedene organizacije koje nastoje utjecati na donošenje politika i institucije EU-a.

U toj se bazi podataka nalaze privatna poduzeća, sektorska udruženja, konzultantska društva, nevladine organizacije, agencije, skupine za strateško promišljanje (engl. think-tank), istraživačke i akademske ustanove, općine te sve vrste organizacija. Približno 12 000 registriranih korisnika dijeli podatke o svojim internetskim stranicama, kontaktima, ciljevima, posebnim aktivnostima, zaposlenicima, proračunu i područjima interesa.



Općenito pretraživanje obavlja se unosom ključnih riječi poput „okoliš”, „zaštita podataka”, „trgovina”, „potrošači”, „mladi”, „transport” ili „opozivanje”. Detaljnija pretraga obavlja se i na kartici „Dostavljanje podataka”. Od vrha do dna, kategorije pretraživanja navedene su u rasponu od kategorije ili vrste organizacije do mjesta, razine interesa (europski, globalni, nacionalni, regionalni ili lokalni), područja interesa itd.



Ostale korisne internetske stranice za traženje partnera:

- na poveznici [Ngonorway.org](https://ngonorway.org) – [Search for partners](#) nalaze se podaci o partnerima iz 16 država članica EU-a,
- na poveznici [NGOPartnership.org](https://ngopartnership.org) mogu se pronaći nevladine organizacije u cijeloj Europi.
- Ideal-ist [Partner Search is an international ICT network](#).

# 5

## Pobrinite se da vaši partneri ostanu motivirani i angažirani

Nakon što ste okupili velik broj partnera, trebali biste stvoriti i primjerene uvjete za suradnju i za održavanje motivacije partnera tijekom kampanje. Radi toga biste trebali:

- osmisliti zajednički skup vrijednosti kako biste mogli doprijeti do građana
- utvrditi jasne i realistične ciljeve i definirati ciljeve za svakog partnera tijekom kampanje
- razviti osjećaj zajednice organiziranjem redovitih internetskih sastanaka i, ako je moguće, sastanaka uživo
- informirati partnere o postignutom napretku i dati pozitivne povratne informacije nakon što su ciljevi postignuti kako bi se održao moral.



### Uspješan primjer

Organizatori inicijative Zabrana glifosata izradili su popis nacionalnih organizacija koje su bile voljne sudjelovati u kampanji i s njima pojedinačno surađivali.



Više informacija o načinu na koji su uspješne inicijative tražile partnere pročitajte u člancima o njihovom uspjehu:

- [Jedan od nas](#)
- [Pravo na vodu](#)
- [Zabrana glisofata](#)
- [Ne vivosekciji](#)
- [Minority SafePack](#) (još nije dostupna)

---

Navedene su informacije neovisne i ne mogu se smatrati stajalištem Europske komisije ili bilo koje druge institucije EU-a ili nacionalne institucije. Komisija se ne može smatrati odgovornom za upotrebu navedenih informacija.