

Princípy partnerstva

Nadácia Ekopolis spolupracuje pri napĺňaní svojho poslania s partnermi a podporovateľmi z rôznych sektorov a krajín. Aby boli naše vzťahy obojstranne prínosné a transparentné, snažíme sa pri ich budovaní a rozvíjaní dodržiavať tzv. princípy partnerstva. Tieto princípy vychádzajú z dohody uplatňovanej v rámci medzinárodného združenia [Environmental Partnership](#), ktorého je Nadácia Ekopolis súčasťou.

Princíp zodpovednosti voči poslaniu nadácie

Nadácia nadväzuje partnerské vzťahy a spoluprácu výhradne s cieľom napĺňať poslanie nadácie.

Princíp vecnosti a "sociálnej investície"

Partnerský vzťah musí byť zameraný na riešenie problematiky životného prostredia tak, aby výsledky spolupráce boli merateľné (dôraz je kladený na koncept spoločnej sociálnej investície, zvlášť do rozvoja ľudských zdrojov a kapacity komunít a miestnych partnerov dlhodobo prispievať k riešeniu problémov životného prostredia).

Princíp autonómie

Partneri si musia zachovať vzájomnú nezávislosť tak, aby každý z nich do spoločného programu prispieval tým, čo vie najlepšie (Nadácia Ekopolis musí byť autonómna pri napĺňaní programu, t.j. pri rozhodovaní o grantoch, sťažach a ďalších komponentoch programu).

Princíp etického pôvodu zdrojov

Financie a ďalšie zdroje musia byť získané v súlade s demokratickými, právnymi a etickými normami ako aj etickým kódexom Nadácie Ekopolis.

Princíp „odmietania reklamy“

Partneri sú uzrozumení s tým, že cieľom spoločného programu nie je propagácia komerčného produktu žiadneho z partnerov.

Princíp priebežného zlepšovania (inovačný princíp)

Partneri sa zaväzujú k aktívnemu a priebežnému zlepšovaniu svojho podielu v programe v prospech všetkých zúčastnených (tzn. partnerstvo ako vzťah založený na zdieľaní rizík rovnako ako prínosov programu).

Princíp otvorenosti

Partneri musia byť navzájom otvorení, zvlášť v prípade problémov, chýb, prekvapení či nedorozumení, ktoré sa behom projektu zákonite objavia.

WWW.EKOPOLIS.SK

Princíp dlhodobosti vzťahu

Partneri budujú vzťah s dlhodobým horizontom a s vedomím, že do jeho fungovania musia neustále investovať (partnerstvo nie je jednorazový príspevok, dar alebo udalosť pre médiá).

Princíp zodpovednosti v medializácii výsledkov

Partneri publikujú výsledky spoločného programu iba vo forme a kontexte, ktorý je prijateľný pre všetkých zúčastnených.

Princíp možného zlyhania

Nie všetky partnerstvá budú fungovať a prinášať očakávané výsledky pre zúčastnené strany. Táto skutočnosť musí byť rešpektovaná a kvalitný partnerský vzťah musí umožniť stranám odstúpiť od zmluvy zo slobodnej vôle a bez prisudzovania viny.