

www.HotNews.ro

**STRATEGIA PARTIDULUI NAȚIONAL LIBERAL
ALEGERI PREZIDENȚIALE 2009**

www.HotNews.ro

www.HotNews.ro

CUPRINS

UN CONTEXT FAVORABIL PENTRU PARTIDUL NAȚIONAL LIBERAL.....	3
Rezultatul alegerilor europarlamentare nu a schimbat datele competiției prezidențiale.....	4
I.OBIECTIVE	7
Câștigarea alegerilor prezidențiale pentru a impune un stil radical diferit de a face politică: un alt tip de președinte.....	7
Participarea la guvernare pentru aplicarea propriului program anticriză.....	7
II.PRINCIPALELE DIRECȚII STRATEGICE.....	8
Pilonul politic.....	8
Creșterea gradului de participare și a prezenței la vot.....	8
Coaliția pentru Crin.....	9
PNL ca alternativă la actuala putere.....	9
Recuperarea electoratului urban.....	10
PNL nu va intra în discuție privind alianțe postelectorale.....	11
Pilonul organizatoric.....	12
Concluziile alegerilor europarlamentare din perspectivă organizatorică.....	12
Strategia de reconstrucție organizatorică a filialelor slabe.....	12
1.Creșterea numărului de membri.....	13
2.Reînființarea organizațiilor locale cvasi-inexistente și organizarea alegerilor.....	14
3.Alegeri în toate filialele teritoriale care au conduceri interimare.....	14
Pilonul de campanie	14
Echipa lui Crin.....	15
Campanie publică de strângere de fonduri.....	16
Porți deschise la PNL - campanie de atragere de noi membri.....	16
Campania pe internet.....	17
CAMPANIA PREZIDENȚIALĂ - OPORTUNITATE MAJORĂ PENTRU PARTID.....	18

UN CONTEXT FAVORABIL PENTRU PARTIDUL NAȚIONAL LIBERAL

Contextul anului 2009 oferă pentru prima dată PNL șansa de a impune un președinte provenit din rândurile sale. De asemenea, PNL poate utiliza această campanie pentru alegerile prezidențiale pentru a parcurge un proces de modernizare și restructurare în perspectiva competițiilor ce vor urma. De rezultatul alegerilor prezidențiale depinde și participarea PNL la procesul de reorganizare a majorității parlamentare și la configurarea guvernului pentru perioada 2009-2012.

Contextul actual este unul particular, atipic, fără precedent în istoria postdecembristă a României. Spre deosebire de alegerile prezidențiale precedente, anul 2009 este caracterizat de o schimbare masivă de paradigmă:

- Pentru prima dată alegerile prezidențiale nu se suprapun cu cele generale;
 - Economia se află în plină criză, iar costurile sociale sunt majore; probabil că vârful crizei economice, dar și percepția socială asupra efectelor ei vor coincide cu momentul alegerilor prezidențiale;
 - Două dintre principalele partide aflate în competiție electorală sunt aliate la guvernare;
 - Ca urmare a succesivelor decepții politice suferite în cursul celor 20 de ani de democrație, electoratul a devenit mult mai puțin interesat de viața politică și absenteismul în ziua votului a devenit masiv;
 - Experiența cu „președintele jucător” a demonstrat pentru mulți că șeful statului nu poate aduce nici mai multă prosperitate, nici nu poate rezolva problemele cu care se confruntă în viața de zi cu zi electoratul.
-
- Contextul economic poate fi caracterizat printr-un singur cuvânt: „criză”. În afară de cauzele externe, criza este amplificată de incapacitatea actualei puteri de a veni cu soluții concrete și cu măsuri care să relanseze economia.

În locul acestora, guvernul Boc-Geoană propune măsuri care sufocă economia,ucid orice inițiativă privată și împovărează populația.

- În locul unor politici responsabile care să încurajeze investitorii, să protejeze locurile de muncă și să-i sprijine pe cei care produc și contribuie societății, cabinetul PDL-PSD vine cu aceeași veșnică rezolvare: „să strângem cureaua”.
- Orizontul de soluții al actualei puteri este limitat la majorarea taxelor și impozitelor și la împrumuturi externe, extrem de costisitoare pentru populație. După acordul cu FMI care îl costă pe fiecare român 520 de euro pe an, timp de 5 ani, **sunt deosebit de îngrijorătoare semnalele cu privire la majora TVA și eliminarea cotei unice.**
- Contextul politic actual prezintă, de asemenea, câteva particularități. **Tendința către tripartidism** începută odată cu alegerile europarlamentare din 2007 și confirmată în 2008, atât la locale, cât mai ales la parlamentare a fost infirmată. Pe scena politică rămân însă, în perspectiva alegerilor prezidențiale, trei competitori majori: PDL, PSD și PNL, respectiv candidații acestor formațiuni.

Rezultatul alegerilor europarlamentare nu a schimbat datele competiției prezidențiale

În ceea ce privește alegerile europarlamentare, nu este o evoluție atipică faptul că două partide recent instalate la putere și-au menținut cota electorală. Dimpotrivă, în mod curent, câștigarea alegerilor și revenirea la putere aduce „pe val” un partid politic. Lipsa de performanță a actualului cabinet a făcut posibilă limitarea acestei tendințe.

Din punctul acesta de vedere, rezultatul europarlamentarelor nu este o surpriză. **El nu este însă relevant în contextul alegerilor prezidențiale.** Singura relevanță este legată de capitolul organizare internă. Atât prin natura lor, cât și prin gradul scăzut de interes manifestat față de ele, alegerile europarlamentare nu fixează un trend.

Așa cum arată și cele mai recente cercetări sociologice, configurația politică nu s-a schimbat deloc în urma alegerilor europarlamentare și nici intenția de vot pentru alegerile prezidențiale. Potrivit CURS, Traian Băsescu este cotate cu 36%, Mircea Geoană cu 23%, iar Crin Antonescu cu 20%, aceste rezultate fiind confirmate de alte două sondaje realizate de IRSOP și CCSB.

În ceea ce privește starea de spirit a populației, una dintre caracteristicile fundamentale este **alienarea față de tot ce înseamnă politică și politicieni**, nesiguranța față de ziua de mâine și convingerea că România merge în direcția greșită. În condițiile în care nici Băsescu, nici Geoană nu sunt capabili să dea **sentimentul că pot aduce ceva nou**, a alege între ei apare ca o alegere între două rele.

Tensiunile sociale și capcana promisiunilor electorale iresponsabile din anul 2008, care s-au dovedit profund mincinoase, fragilizează PD-L și PSD în raport cu propriile bazine electorale. Această situație poate conduce la o volatilizare sistemică a nucleelor electorale ale acestor formațiuni. Realizarea guvernului de coaliție PDL-PSD înseamnă epuizarea unui potențial de speranță rezultat din combinațiile previzibile (dreapta *versus* stânga).

În ciuda susținutelor eforturi mediatice pe care le face și dincolo de aparențe, cifrele arată că **Băsescu se află pe un trend descendent**. Una dintre certitudinile alegerilor prezidențiale este că vom avea două tururi de scrutin. Dat fiind rolul de președinte „jucător” pe care și l-a asumat și asocierii organice cu actualul executiv falimentar pentru țară, președintele va „deconta” efectele crizei și ale contraperformanței unui guvern pe care îl girează. Tema crizei, pe care Traian Băsescu o folosește electoral după cum îi convine, pentru a se erija în „salvator al națiunii”, poate fi o capcană, având în vedere faptul că președintele este neîndoiește principalul responsabil de direcția greșită în care merge România și de contra-performanța executivului PDL-PSD.

Traian Băsescu are de înfruntat un test dificil. **Până acum nici un președinte postdecembrist nu a reușit să obțină două mandate constituționale consecutive**. Ion Iliescu a eșuat în această încercare în 1996, iar Emil Constantinescu a renunțat la cursa electorală în 2000. Fiecare dintre candidații

respectivi, inclusiv Adrian Năstase în 2004, de pe platforma unui partid care exercitase guvernarea, s-au văzut confrunțați cu aglomerarea unei coaliții largi împotriva alegerii lor. Este posibil ca acest model să se repete și în ceea ce-l privește pe Traian Băsescu.

Strategia politică a candidatului PSD, Mircea Geoană, este de a se disocia de actualul guvern și de a se identifica drept principal adversar al lui Traian Băsescu. Mircea Geoană se confruntă însă cu o acută lipsă de credibilitate chiar în propriul partid, cât și în rândul electoratului PSD, datorită comportamentului său duplicitar. De departe, Mircea Geoană este și cel mai slab dintre candidații propuși de stânga în ultimii 20 de ani. El reprezintă o soluție tolerată de grupările din PSD, cu interese diverse legate de instituția prezidențială. Numitorul comun al acestor grupări este redeschiderea competiției pentru *leadership*-ul PSD, indiferent că Mircea Geoană pierde sau câștigă. Președintele PSD se va baza probabil pe mașinăria de partid pentru a recupera diferența dintre procente PSD și procente sale, în calitate de candidat prezidențial, și exact această mașinărie va lucra cu 2 viteze ce se vor anula una pe cealaltă.

În condițiile dezamăgirii electoratului cu privire la partidele politice și la capacitatea lor de a genera o transformare esențială a societății românești, factorul uman/personal ar putea constitui o valență importantă față de cea instituțional politic. Cu alte cuvinte, opțiunea pentru unul dintre candidați nu va fi neapărat determinată doar de criteriul politic sau al apartenenței de partid. Oamenii s-ar putea îndrepta mai degrabă către o personalitate care nu și-a consumat credibilitatea și capacitatea de a genera speranță.

În momente de criză, soluțiile radicale, dar și originale au șanse mult mai mari de a se impune în fața opțiunilor tradiționale. România traversează o criză prelungită, iar soluțiile clasice nu mai sunt atractive decât pentru cel mult 40% din cetățeni, câți s-au prezentat la alegerile parlamentare precedente. În aceste condiții apare posibilitatea unui scenariu în care o masă decisivă din electorat să opteze pentru o soluție „nouă”, non-covențională. Crin Antonescu poate să valorifice o astfel de tendință prezentă astăzi în societate.

În acest context particular, PNL se află în fața unei provocări majore și are o șansă istorică. Pentru prima dată în ultimii 20 de ani candidatul său la președinție este un competitor real în cursa pentru Cotroceni. PNL, prin președintele său Crin Antonescu, poate aduce transformarea politicii românești, poate reda românilor încrederea în ei înșiși și în instituțiile democratice și poate demonstra cum se face o altfel de politică - una a bunului simț, a normalității și responsabilității, o politica egala pt toti cetatenii, fara partizanat politic sau de grup de interese economice.

I. OBIECTIVE

Câștigarea alegerilor prezidențiale pentru a impune un stil radical diferit de a face politică: un alt tip de președinte.

Aceasta înseamnă saltul de la „președintele jucător” (ceea ce s-a tradus prin generator de conflicte) la „președintele tuturor” (ceea ce trebuie să se traducă prin generator de stabilitate și prosperitate); un alt tip de raporturi între instituția prezidențială și cetățean, dar și între instituția prezidențială și celelalte instituții ale statului, o nouă viziune asupra economiei, modernizării societății și statului, sistemelor de securitate socială, apărării și politicii externe. Acest tip de președinte nu va face politica unui partid , ci a țării.

Participarea la guvernare pentru aplicarea propriului program anticriză

Indiferent de cine va câștiga competiția pentru prezidențiale, este de așteptat o reconfigurare a majorității parlamentare și un nou guvern. Aceasta și datorită faptului că actualul guvern și-a epuizat de pe acum capacitatea de

administrare a țării pe timp de criză. În mod evident însă, configurația parlamentului va rămâne aceeași. De scorul obținut la prezidențiale va depinde și capacitatea PNL de a negocia structura viitorului guvern și de a impune elementele programului său anticriză, orientat spre stimularea liberei inițiative economice.

II. PRINCIPALELE DIRECȚII STRATEGICE

Pornind de la obiectivele asumate, strategia pentru alegerile prezidențiale se construiește pe următorii piloni:

Pilonul politic

- Creșterea gradului de participare și a prezenței la vot

Prezența la vot va fi decisivă pentru rezultatul final. Deocamdată comportamentul electoral la alegerile prezidențiale din 2009 nu este unul predictibil, ca urmare a faptului că ne aflăm pentru prima dată în situația în care alegerile prezidențiale se desfășoară separat de cele parlamentare. Absenteismul la alegerile europene nu poate fi considerat un indicator absolut de tendință pentru alegerile prezidențiale. Întotdeauna și în toată țările Uniunii Europene, alegerile pentru Parlamentul European au consemnat o prezență scăzută la vot. Pe de altă parte, în România toate scrutinele concomitente (pentru prezidențiale și parlamentare) au înregistrat participări relativ ridicate, între 50-60%.

Dat fiind că o rată de absenteism mare dezavantajează PNL (și face relevantă orice tip de fraudare), una din mizele PNL este aceea de a

conștientiza electoratul cu privire la importanța votului din toamnă. Practic, șansele candidatului PNL cresc odată cu creșterea prezenței la urne.

- Coaliția pentru Crin

La baza câștigării unui număr de voturi suficient pentru calificarea în turul II de scrutin stă în primul rând electoratul PNL. Primul pas în construcția electorală este **motivarea și mobilizarea** la vot a întregului bazin electoral al PNL, situat în jur de 20%, așa cum s-a demonstrat la alegerile parlamentare din 2008.

Pentru a câștiga alegerile, **Crin Antonescu are nevoie de o coaliție mai largă**, care să excedă electoratul PNL. Aceasta va cuprinde:

- Componente ale dreptei, clasa de mijloc, dreapta libertariană, întreprinzători;
- Zona de tineret din urbanul mare, care este desprins de mentalitățile paternaliste ale perioadei comuniste;
- Componente ale stângii dezamăgite: de PSD, de Mircea Geoană, de actualul guvern. O zonă de adresabilitate specială privește acea parte a electoratului PSD care vede în Mircea Geoană un candidat slab, duplicitar și predispus la compromis cu Traian Băsescu. Acest electorat ar putea fi atras de calitățile de om echilibrat, cinstit și onest politic ale lui Crin Antonescu, pe care într-o perioadă trecută le-am regăsit la fostul președinte Ion Iliescu. **Cercetările noastre apreciază că această zonă de electorat al stângii reprezintă cam o treime din votanții PSD, ceea ce s-a demonstrat și cu ocazia alegerii primarului general al capitalei. O altă categorie țintă o reprezintă pensionarii, foști votanți ai PSD care pot face o comparație între nivelul lor de trai din timpul guvernării liberale și situația actuală;**
- Atragerea societății civile autentice, neafiliată politic nimanui;

- PNL ca alternativă la actuala putere

În primele 6 luni ale acestui an, PNL nu a reușit încă să se constituie ca alternativă la actuala putere înainte de alegerile europarlamentare. Există motive obiective, explicații sociologice pentru această stare de fapt: orice putere nou

instalată beneficiază de încredere în primele luni de exercițiu al guvernării, orice partid care pleacă de la putere cunoaște o perioadă de recul de popularitate.

Pe de altă parte, trebuie să arătăm faptul că PNL a eșuat să se apere în mod credibil și să răspundă la falsa temă a „grelei moșteniri” care, din păcate, a avut ecou în electorat.

Erodarea rapidă a guvernării în context de criză economică (cercetările arată că viteza de scădere a încrederii populației în guvern este mult mai mare decât în alte cicluri politice), precum și coincidența efectelor sociale ale crizei cu alegerile prezidențiale fac ca din această toamnă PNL să se poată configura în mod decisiv ca o alternativă la actuala putere.

PNL are oportunitatea de a se identifica drept alternativă la guvernul PDL-PSD exact în timpul campaniei prezidențiale, prin atacul constant și sancționarea tuturor erorilor comise de cele două partide aflate la putere.

Strategia PNL trebuie să aibă în vedere 2 aspecte:

- **Dimensiunea pozitivă** care consistă în prezentarea **măsurilor economice și sociale alternative la ieșirea din criză** (10 măsuri economice pentru România în viziune liberală)
- **Dimensiunea de sancțiune** a comportamentului guvernării PSD-PDL pe teme care țin de clientelism politic, utilizarea abuzivă a banului public, mentalitățile convergente de partid stat.

Aceste mesaje vor fi transmise prin toate canalele: parlamentare, de partid, administrație locală.

- Recuperarea electoratului urban

Recuperarea electoratului urban, sensibil la discursul lui Crin Antonescu, este una dintre țintele campaniei.

Experiența politică a scrutinelor anterioare arată că alegerile se câștigă sau se pierd în România ca urmare a votului din marile orașe. (A fost cazul CDR în 1996, al Alianței DA în 2004, iar PSD a câștigat în 2000 ca urmare a unui recul masiv a drepteii în marile orașe).

Crin Antonescu poate recupera din fostul electorat al Alianței DA, dezamăgit de Traian Băsescu și de alianța PDL cu PSD la guvernare. Electoratul urban are avantajul de a fi mai bine informat, dar și mai volatil și, în consecință, mai ușor de

dislocat decât electoratul rural, mai conservator și mai strâns legat de opțiunea liderilor locali (în speță primarii).

Rezultatul obținut la alegerile europarlamentare în municipiul București, inclusiv în zone considerate bastioane inexpugnabile (gen Sectorul 3), demonstrează că un asemenea demers este posibil. După cum arată cercetările, există o zonă de favorabilitate pentru PNL și Crin Antonescu în marile orașe, și în special în marile orașe din Transilvania. În același timp este probabil ca și alte partide să-și concentreze atenția asupra urbanului mare. Pentru PDL pierderea masivă de viteză în zona marilor orașe este un motiv serios de îngrijorare, în timp ce PSD încearcă prin strategii de mită electorală să construiască rețele în aceste zone (vezi cazul Vanghelie).

În următoarea perioadă va fi elaborată o strategie specială pentru mediul urban, diferențiată pe mai multe categorii de orașe, în funcție de situația politică și organizatorică.

- PNL nu va intra în discuție privind alianțe postelectorale

PNL nu trebuie să intre în capcana discuțiilor despre alianțe până în momentul rezultatului alegerilor prezidențiale. **Din punctul de vedere al actualei arhitecturi a Parlamentului, PNL se află la egală distanță și de PSD și de PDL. Atâta vreme cât PDL este un partid populist și non-ideologic („popular” doar pentru export), care în guvernare a exclus măsurile drepte politice, nu se poate vorbi despre o relație PNL-PD-L în termeni de compatibilitate ideologică.**

După cum, apreciem că sprijinul parlamentar oferit de PSD guvernării PNL nu a angajat în nici un fel formațiunea noastră politică în raport cu stânga.

Aceste poziții de principiu trebuie susținute de reprezentanții PNL în orice dialog legat de alianțe postelectorale. Condițiile PNL pentru o viitoare guvernare sunt legate de elementele de program de factură liberală.

Obiectivul PNL este câștigarea alegerilor prezidențiale, iar eventualele negocieri se vor purta într-un cu totul alt context, cel postelectoral.

Pilonul organizatoric

Concluziile alegerilor europarlamentare din perspectivă organizatorică

- **Alegerile europarlamentare au fost mai degrabă un test de organizare și mobilizare, decât un test de mesaj politic sau tendințe sociale.** Din păcate, scrutinul pentru Parlamentul European a arătat încă o dată că filialele bine organizate sunt cele care au obținut și rezultate bune.
- **Cu excepția notabilă a Bucureștiului (unde PNL a obținut în ansamblu peste media pe țară, iar Sectorul 3 anterior una dintre cele mai slabe filiale a obținut un rezultat foarte bun - 18%), nici una din filialele slabe nu a ieșit din tiparul rezultatelor anterioare.**
- **Există câteva filiale care au confirmat, obținând rezultate de peste 20% - Ilfov, Sectorul 1, Giurgiu, Hunedoara, Bacău, Călărași.**
- **Putem aprecia că dezorganizarea cronică a unora dintre filiale este principala cauză a menținerii PNL sub pragul de 15%.**
- **Organizarea și mobilizarea rămân factorii cheie la care PNL este deficitar și care vor conta enorm în ecuația alegerilor prezidențiale.**

Strategia de reconstrucție organizatorică a filialelor slabe

Strategia de reconstrucție organizatorică trebuie să se desfășoare până la începutul toamnei, cu două obiective:

- **Conduceri legitime și eficiente în toate filialele (ambiguitățile legate de legitimități, dar și de capacitatea liderilor nu pot continua până la alegerile prezidențiale);**
- **Organizarea de alegeri trebuie cuplată cu creșterea numărului de membri și acoperirea geografică a tuturor localităților; cu alte cuvinte, alegeri nu se pot face pe actuala structură, pentru că aceasta ar însemna doar prezervarea unei stări de lucruri existente;**

1. Schimbări la conducerea unor filiale, asociate cu stabilirea unui target precis pentru fiecare filială în ceea ce privește creșterea numărului de membri până la 1 septembrie a.c..
2. Target pentru reînființarea organizațiilor locale cvasi-inexistente și desfășurarea alegerilor în acestea. Acoperirea teritorială.
3. Alegeri în toate filialele teritoriale care au conduceri interimare în intervalul 1-15 septembrie a.c.

1. Creșterea numărului de membri

- Termen - lunile iulie și august. La finele fiecărei luni, filialele vor prezenta președintelui PNL și Secretariatului General progresele făcute.
- Fiecare filială va avea un target precis, în funcție de numărul de locuitori.
- Secretariatul General se va ocupa de stabilirea targetului și de colectarea datelor din filiale.
- Acestea vor fi analizate în cadrul primului Comitet Național Executiv care se va desfășura în luna septembrie.

Obiectivele acestei măsuri

- **PNL are nevoie să-și extindă și reîmprospăteze baza**, atât în perspectiva alegerilor prezidențiale, cât și pentru anii care urmează.
- **Atragerea de militanți, de membri activi, care se vor implica în campania lui Crin Antonescu.** Organizațiile locale trebuie să depășească stadiul înscrierii formale de membri care rămân doar cu numele în baza de date și nu activează efectiv. PNL nu are nevoie de membri pe hârtie.
- **Compensarea lipsei de resurse materiale, calitatea de voluntar în campanie nu trebuie „comercializată”.** PNL nu poate concura la capitolul resurse materiale cu PDL și PSD. Atutul nostru poate fi implicarea și devotamentul oamenilor care vor activa în campanie.

2. Reînființarea organizațiilor locale cvasi-inexistente și organizarea alegerilor

- Termen - lunile iulie-august.
- Toate organizațiile locale care au obținut sub 5% se dizolvă și se reînființează (dupa statistici sunt 38 % ca grad de acoperire națională).
- În toate organizațiile locale care au obținut sub 10% se vor desfășura adunări generale de alegeri.
- Președinții de filială vor trimite către Secretariatul General calendarul alegerilor din filiala proprie în cel mult 2 săptămâni.

3. Alegeri în toate filialele teritoriale care au conduceri interimare

- Alegerile din filiale vor fi transformate în evenimente mediatice, de forță, de relansare a PNL.
- Prim-vicepreședintele partidului și vicepreședinții pe regiuni sunt mandatați să stabilească, împreună cu Secretariatul General, un calendar al alegerilor în filialele cu conduceri interimare.
- Asumarea de către fiecare membru al conducerii filialelor teritoriale ale unor obiective concrete privind organizarea și participarea la alegerile prezidențiale.

Ca eveniment mediatic, alegerile ar fi benefice pentru filialele în care PNL a obținut rezultate slabe. Ele ar da un semnal atât în interior, pentru membrii PNL, cât și în exterior, pentru a contracara percepția de *outsider* asupra PNL.

Pilonul de campanie

- Echipa lui Crin

Proiectul constă în formarea **Echipei lui CRIN (CRIN's TEAM)**, o echipă alcătuită la nivel național, din peste 2000 de tineri liberali, mai precis 47 de echipe de câte 50 de tineri liberali, la nivelul fiecărei filiale TNL. Fiecare echipă se va afla în coordonarea directă a președintelui TNL de filială și a secretarului filialei TNL.

Rolul acestei echipe va fi să coordoneze, la nivelul fiecărei filiale, activitatea pe centrele de votare, respectiv secțiile de votare targetate și să interacționeze cu oamenii în zona pe care o au în responsabilitate.

Funcțiile esențiale ale proiectului sunt stabilirea unor scopuri și obiective pe termen scurt pentru echipele de voluntari, utilizarea strategiilor proprii pentru atingerea obiectivelor, atragerea de noi membri și dezvoltarea relațiilor cu membrii actuali.

Proiectul **“Echipa lui Crin”** este modalitatea practică pentru **redescoperirea militantismului politic**, la care am făcut referire anterior.

Prin punerea sa în aplicare, ne propunem atragerea unui număr cât mai mare de votanți și dezvoltarea unei rețele.

În particular, la nivel local, o echipă de 50 de tineri va avea de gestionat un număr de 50 de secții de votare, cu un număr mediu de 500 de familii pe secția de votare. Fiecare membru al echipei va avea la dispoziție logistica necesară pentru a-și demara activitatea în cadrul secției sale. În prima fază, aceste echipe vor distribui scrisorile de anunțare a candidaturii, fiecare tânăr primind în medie un număr de 500 de scrisori, pe care le va împărți în secția de care este responsabil, intrând în contact direct cu oamenii din zona aferentă secției de votare și având o evidență zilnică a celor cu care a intrat în contact.

Informațiile vor fi permanent colectate de către secretarul filialei și echipa sa, care le va sintetiza și transmite săptămânal către echipa centrală de campanie, în vederea întocmirii unor baze de date și contactării persoanelor atinse, prin intermediul call center-ului.

Printr-un calcul simplu, se observă că cei 50 de oameni, activând la nivelul a 50 de secții de votare, din 41 de județe și 6 sectoare și intrând în contact cu 500 de oameni/secție, ating la sfârșitul primei faze a campaniei aproximativ 1 milion de oameni, pe parcursul a 10 zile.

- Campanie publică de strângere de fonduri

PNL va iniția o campanie publică de strângere de fonduri având ca țintă contribuțiile mici prin care electorii să simtă și o legătură cu proiectul lui Crin Antonescu. Această campanie va beneficia de un suport mediatic corespunzător, inclusiv prin mijloace online.

Campania are două ținte:

- Una funcțională legată de resursele necesare pentru a purta o bătălie eficientă pentru președinție.
- Una etică, de transparență a finanțării activităților politice. În România, activitățile de campanie electorală sunt mult prea strâns legate de grupuri financiare puternice și mult prea puțin transparente. Legislația electorală nu a rezolvat această problemă decât teoretic. Campania va încerca să introducă un mod nou de finanțare, bazat pe principii de transparență și etică politică.

Un astfel de demers se pliază perfect pe profilul lui Crin Antonescu, cunoscut (și recunoscut) pentru faptul că este corect, cinstit și nu a profitat de funcțiile publice deținute pentru a-și spori averea.

Până la data de 15 iulie, managerul de campanie împreună cu responsabilul de finanțarea campaniei vor elabora planul de acțiune și etapele desfășurării acestei campanii.

- Porți deschise la PNL - campanie de atragere de noi membri

Până nu cu mult timp în urmă, PNL era perceput ca fiind un partid „al elitelor”, cu alte cuvinte relativ închis, care nu-și propune să atragă mulți membri. În acest context se poate explica și psihologia partidului mic, de locul al treilea și implicit rezultatele congruente cu acest tip de psihologie.

PNL va demara o campanie sistematică de atragere de noi membri, fără ca această să însemne transformarea în partid de masă sau vreun compromis doctrinar sau identitar. Pornind de la realitatea că PNL are soluții și politici liberale pentru toate categoriile sociale și că își propune să aducă prosperitate și progres societății în ansamblu, PNL trebuie să apară ca un partid deschis tuturor categoriilor sociale. Atragerea de noi membri va conduce nu doar la extinderea bazei partidului, ci la

multiplicarea canalelor de comunicare și propagare a ideilor liberale în societatea românească.

Proiectul „Porți deschise la PNL” cuprinde două componente:

- Atragerea de personalități din toate domeniile
 - PNL poate câștiga de partea sa personalități din toate domeniile, formatori de opinie, neînregimentați politic, care au influență în mediul și comunitățile lor - mediul academic, de business, medical, etc.
 - Aceștia pot apărea în jurul nucleului reprezentat de Comitetul de sprijin pentru Crin Antonescu.

- Atragerea de membri
 - Reactualizarea bazei de date existente - termen o lună. Fiecare membru înscris în baza de date va fi contactat, iar cei care nu mai activează vor fi scoși din baza de date. Responsabil - șeful filialei și secretarul coordonator.
 - Atragerea de noi membri - fiecare filială va primi un target de noi membri, în funcție de populația județului, acesta fiind mai mare pentru județele cu rezultate slabe (cf. supra - pilonul organizatoric). În cadrul fiecărui CNEx va fi prezentată situația actualizată.
 - Procesul înscrierii de noi membri nu va înceta în timpul campaniei electorale.

- Campania pe internet

PNL poate recupera semnificativ din electoratul tânăr, la ora actuală prea puțin interesat de politică, cu înclinație către absenteism. Mobilizarea la vot și participarea la viața politică a tinerilor va fi în beneficiul PNL. Dintre toți candidații, Crin Antonescu este cel mai apropiat de modelul de președinte dorit de tinerii români.

Targetul campaniei pe internet îl reprezintă, ca profil tânărul român, intelectual, inteligent, cu studii medii sau superioare, cu sau fără job, din mediul urban, dar și din diaspora.

Campania pe internet constă într-un set de instrumente online:

- Site-ul oficial al candidatului
- Blogul candidatului care asigură comunicarea directă cu utilizatorii de internet
- Site-uri și blog-uri colaterale
- Prezența pe twitter, facebook, flickr
- Bannere și mesaje online
- Popularizare pe motoarele de căutare

Campania online va atinge câteva milioane de utilizatori.

CAMPANIA PREZIDENȚIALĂ - OPORTUNITATE MAJORĂ PENTRU PARTID

PNL a oscilat în ultimii ani în jurul pragului de 15% care desparte partidele mari de partidele mici. Campania prezidențială este oportunitatea pe care PNL o are să iasă definitiv din logica partidului mic și să depășească psihologia locului 3. Campania prezidențială creează posibilitatea unei construcții organizaționale care să aducă PNL la 20-30%.

Redescoperirea militantismului politic este una dintre mizele acestei campanii, prin care PNL poate compensa absența altor pârghii instituționale sau accesul limitat la resurse.