

ÚSPĚŠNÁ INICIATIVA



FÓRUM EVROPSKÉ OBČANSKÉ INICIATIVY

JEDEN Z NÁS



**VYUŽIJTE NAŠE MATERIÁLY A ŠKOLENÍ – DISKUTUJTE -
KONTAKTUJTE ZKUŠENĚJŠÍ - NECHTE SI PORADIT**

| OBSAH

JEDEN Z NÁS	3
Kampaň iniciativy „Jeden z nás“	4
Dopad kampaně „Jeden z nás“	7



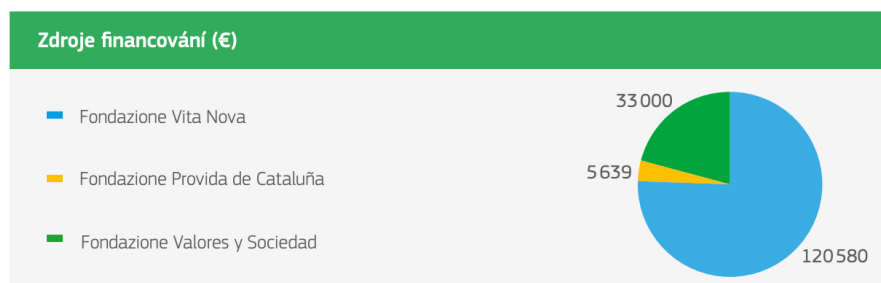
1

JEDEN Z NÁS

Iniciativa „Jeden z nás“ zaregistrovaná 11. května 2012 byla jednou z prvních evropských občanských iniciativ, jimž se podařilo shromáždit požadovaný 1 milion podpisů. Týkala se právní ochrany důstojnosti, práva na život a integrity každé lidské bytosti od momentu jejího početí. Jejím hlavním cílem bylo, aby EU zastavila financování činností, které zahrnují nakládání s lidskými embryi, a to zejména v oblasti výzkumu, veřejného zdraví a rozvojové pomoci.

Iniciativa „Jeden z nás“ je příkladem úspěšné iniciativy, jejíž organizátoři předložili návrh právního aktu, který požadoval 3 legislativní změny. Organizátoři kromě toho v září 2013 založili organizaci s názvem „One of Us Federation“, která měla vlastní právní subjektivitu a plně se věnovala vedení kampaně.

Evropská komise se rozhodla neprovést požadovaný legislativní přezkum, jelikož stávající právní rámec považuje za dostatečný.



Faktory úspěchu

- veřejná podpora z Vatikánu
- dobře připravené týmy v jednotlivých státech
- kampaň zaměřená na státy, v níž je toto téma dobře známo

2

Kampaň iniciativy „Jeden z nás“

Příprava

Neziskové organizace ze zemí, v nichž jsou hnutí pro život dobře zavedená a uznávaná (Francie, Německo, Polsko, Španělsko, Itálie), se začaly v dalších státech obracet na neziskové organizace stejného zaměření, které by mohly vést kampaň prostřednictvím národních týmů. Díky příspěvkům od partnerských organizací získaly prostředky na centrální koordinaci iniciativy v Bruselu (pořádání schůzek, krytí cestovní nákladů apod.). Každý národní tým kromě toho získal prostředky na vlastní kampaně vedené v jednotlivých státech.

Realizace

Kampaň byla zahájena bezprostředně po registraci. (Upozorňujeme, že nyní můžete zahájit 12měsíční období sběru podpisů až po šesti měsících od registrace. V době iniciativy „Jeden z nás“ tato možnost ještě neexistovala). Prvních pět měsíců kampaně „jsme se hlavně soustředili na vytvoření určité struktury, na jejímž základě bychom rozjeli kampaň ve 28 státech EU.“ Vlastní kampaň a sběr podpisů tak byly zahájeny až potom, co tato struktura vznikla. V důsledku toho byl potřebný počet podpisů shromážděn během 6 měsíců.

Kampaň byla založena na širším využívání sdělovacích prostředků a online zdrojů. Aby zvýšili informovanost a povědomí lidí, vytvořili organizátoři specializované internetové stránky a oslovili tradiční sdělovací prostředky (jimž poskytovali rozhovory). Byli také aktivní na Facebooku a Twitteru.



| Shromáždování podpisů

Celková strategie kampaně počítala s tím, že každý národní tým si kampaň přizpůsobí vlastním potřebám a vyhledá osobnost, která bude iniciativu propagovat a motivovat lidi k podpisu prohlášení o podpoře.

Strategie se opírala o tyto dílčí cíle:

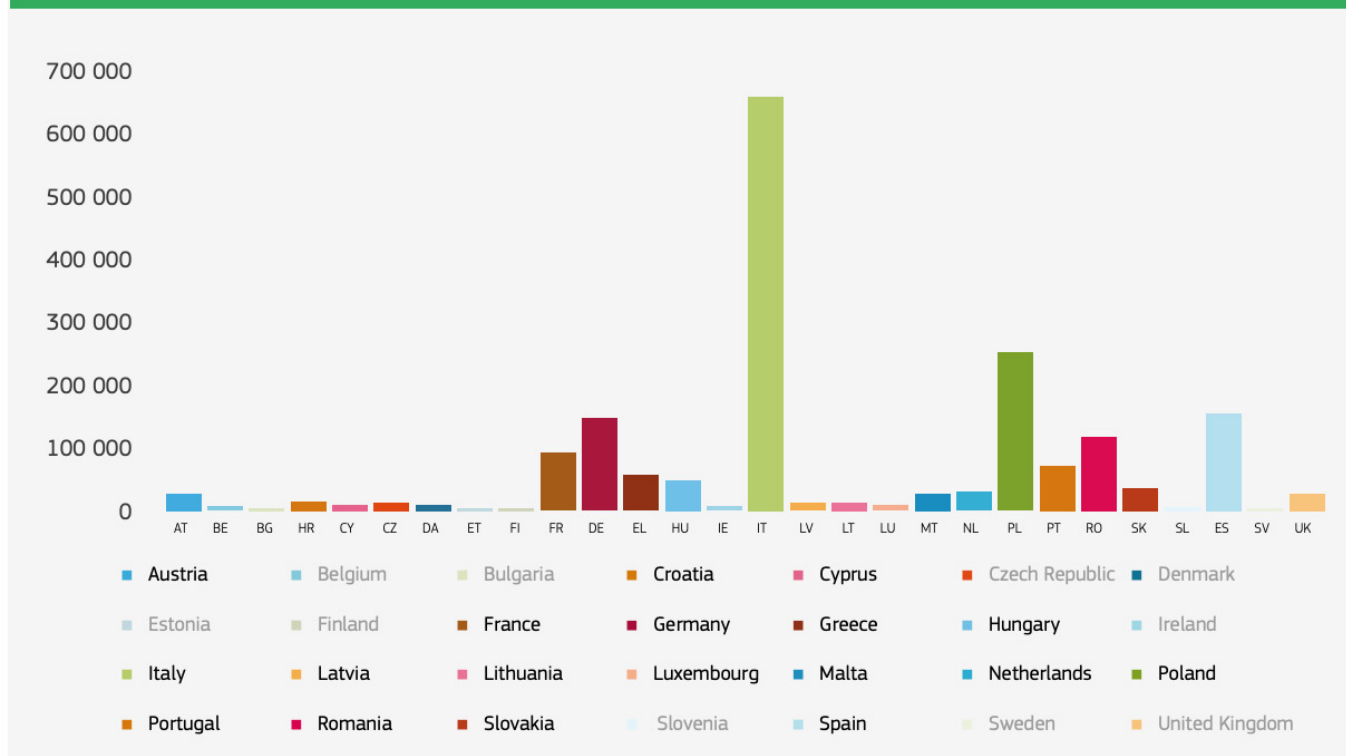
1. získat minimální počet podpisů v sedmi státech
2. shromáždit 1 milion podpisů
3. shromáždit 1,2 milionu podpisů pro případ, že by některé nebyly uznány
4. shromáždit 1,5 milionu podpisů, aby mělo téma iniciativy dostatečnou váhu
5. shromáždit co největší počet podpisů z co největšího počtu států.

Jedním z největších problémů, s nímž se organizátoři potýkali, byly technické obtíže spojené s nastavením online systému pro sběr podpisů. Komise však v reakci na tyto potíže poskytla v počáteční fázi evropské občanské iniciativy možnost, aby organizátoři využívali pro své systémy sběru její servery, a nabídla jim technickou pomoc a odborné školení. Učinila tak nad rámec svých povinností, které jí nařízení ukládá. Rovněž výjimečně u všech iniciativ zaregistrovaných do 31. října 2012 akceptovala prohlášení o podpoře shromážděné do 1. listopadu 2013 (tedy ve lhůtě delší než stanovených 12 měsíců).

V den, kdy skončila fáze sbírání podpisů, tj. 1. listopadu 2013, bylo přibližně 65 % prohlášení o podpoře shromážděno na tištěných formulářích a zbývajících 35 % bylo shromážděno online.



Počet vyjádření podpory (tučně země, ve kterých byl překročen limit)



| Ověření podpisů a předložení iniciativy Komisi

Iniciativa byla předložena 28. února 2014 spolu s potvrzením platnosti 1 721 626 prohlášení o podpoře.

3

Dopad kampaně „Jeden z nás“

Posouzení a rozhodnutí Komise

Organizátoři se 9. dubna 2014 sešli s evropskou komisařkou pro výzkum, inovace a vědu a zástupcem generálního ředitele pro rozvoj a spolupráci (viz [tisková zpráva](#)). Následující den představili svou iniciativu na [veřejném slyšení](#) v Evropském parlamentu.

Komise ve svém [sdělení](#) z 28. května 2014 (viz [tisková zpráva](#)) uvedla, že legislativní návrh nepředloží, protože rámec financování nedávno projednaly a odsouhlasily členské státy EU a Evropský parlament.

Další informace o následných krocích najdete na [internetových stránkách evropské občanské iniciativy](#).



| Další vývoj

O výsledcích kampaně informovali organizátoři své příznivce především formou e-mailové korespondence. Všem kontaktům v různých zemích posílali úplné zprávy o počtu shromážděných podpisů. Úspěchem jedné země chtěli motivovat ty ostatní. Jakmile se v „některé ze zemí podařilo shromáždit požadovaný minimální počet podpisů“, organizátoři to využili k tomu, aby „v ostatních zemích mobilizovali své národní kampaně“.

Evropská občanská iniciativa byla pouze výchozím bodem k dlouhodobější spolupráci. Na základě kampaně organizátoři „založili sdružení Jeden z nás, které i nadále působí na evropské i vnitrostátní úrovni.“ Tento příklad ukazuje, že evropská občanská iniciativa není jen prostředkem, jak prosadit svůj názor, ale může také pomoci najít skupinu lidí stejného smýšlení a pokračovat v prosazování společné věci v dlouhodobějším horizontu.

Navzdory úspěchu organizátoři uvádějí, že by v případné další kampani zvolili mírně odlišný přístup. Hlavní věcí, kterou by změnili, by byla organizační struktura kampaně. Prvořadé by bylo vytvořit „spolehlivou strukturu v jednotlivých zemích“. To by jim během kampaně poskytlo více času na shromažďování podpisů a umožnilo by jim to dokonalejší dlouhodobé plánování.



Rady a tipy pro organizátory budoucích iniciativ

- Dotazy týkající se právní stránky věci zašlete asistenční službě Fóra evropské občanské iniciativy.
- Komunikujte! V rámci kampaně sdílejte informace na horizontální i vertikální úrovni.
- Zásadní je motivace. Proto národním koordinátorům každý týden sdělte, kolik se již podařilo shromáždit podpisů.
- Pokud vám ze začátku připadá shromáždění 1 milionu podpisů jako příliš velké sousto, stanovte si dílčí cíle pro jednotlivé země a pro celou EU a určete datum, do kterého se mají splnit. Pokrok v jejich plnění pečlivě sledujte.
- Kampaň zaměřte na země, kde je téma iniciativy již dobře známo.
- Mějte na paměti, že konečné rozhodnutí o opatřeních navazujících na úspěšnou evropskou občanskou iniciativu je v rukou Evropské komise.



Zkušenosti a poznatky

- Organizátoři si byli vědomi toho, že i když Komise není povinná předložit návrh právního předpisu, „vyvolá úspěšná iniciativa značný politický tlak a diskusi v celé Evropě“.
- Bez ohledu na to, že iniciativu veřejně podpořili papež Benedikt XVI a papež František, „byla kampaň nepříznivě ovlivněna tím, že jí nebyla věnována dostatečná pozornost ve sdělovacích prostředcích“.
- Organizátoři soustředili kampaň do zemí, v nichž existují silná hnutí pro život (např. Francie, Německo, Polsko, Španělsko, Itálie). V zemích, v nichž nefungovaly dobře organizované národní týmy a kde nebyly dostatečné finanční zdroje, se shromáždilo málo prohlášení o podpoře.