

ÚSPEŠNÉ PROJEKTY



## FÓRUM EURÓPSKEJ INICIATÍVY OBČANOV

JEDEN Z NÁS (One of us)



**ZDROJE INFORMÁCIÍ** – DISKUSIA – POUŽÍVATELIA –  
PORADENSTVO

## | OBSAH

JEDEN Z NÁS (One of us)	3
Kampaň Jeden z nás	4
Vplyv kampane Jeden z nás	7



# 1

## JEDEN Z NÁS (One of us)

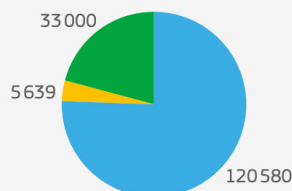
Jeden z nás, iniciatíva registrovaná 11. mája 2012, bola jednou z prvých európskych iniciatív občanov, ktoré úspešne zozbierali najmenej 1 milión podpisov. Iniciatíva sa týkala právnej ochrany dôstojnosti, práva na život a integrity každej ľudskej bytosti od počatia. Jej hlavným cieľom bolo skončiť s poskytovaním finančných prostriedkov EÚ na aktivity zahŕňajúce ľudské embryá, najmä v oblasti výskumu, verejného zdravia a rozvojovej pomoci.

Iniciatíva Jeden z nás je príkladom úspešnej iniciatívy, pri ktorej jej organizátori predložili návrh právneho aktu, v ktorom sa požadujú tri legislatívne zmeny. Organizátori okrem toho v septembri 2013 zriadili organizáciu, ktorá má vlastnú právnu subjektivitu, s názvom „One of Us Federation“ (Federácia Jeden z nás) venovanú kampani.

Európska komisia sa rozhodla nevykonať požadované legislatívne preskúmanie, pretože považovala existujúci právny rámec za primeraný.

### Zdroje financovania (EUR)

- Fondazione Vita Nova
- Fondazione Provida de Cataluña
- Fondazione Valores y Sociedad



### Faktory úspechu

- verejná podpora z Vatikánu,
- silné národné výbory,
- zameranie kampane na krajiny, v ktorých bola daná téma všeobecne známa.

## 2

# Kampaň Jeden z nás

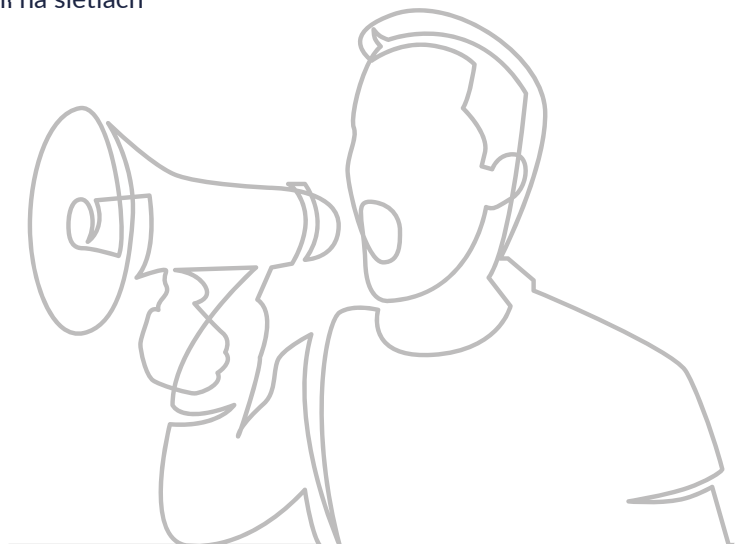
## Príprava

Mimovládne organizácie z krajín so stabilnými a etablovanými hnutiami za život (Francúzsko, Nemecko, Poľsko, Španielsko, Taliansko) začali kontaktovať mimovládne organizácie za život v iných krajinách, ktoré by mohli riadiť kampaň prostredníctvom národných výborov. Získavali finančné prostriedky na centrálnu koordináciu iniciatívy v Bruseli (s cieľom organizovať stretnutia, hradiť cestovné výdavky a pod.) vďaka príspevkom partnerských organizácií. Okrem toho každý národný výbor získaval finančné prostriedky na svoju vlastnú národnú kampaň.

## Vykonávanie

Kampaň sa pripravila hneď po registrácii. (Upozorňujeme, že v súčasnosti máte až šesť mesiacov od registrácie do začiatku plynutia 12 mesiacov na zbieranie podpisov. Keď sa iniciatíva „Jeden z nás“ realizovala, nebolo to tak). Prvých päť mesiacov kampane „bolo venovaných hlavne budovaniu štruktúry na prípravu kampane v 28 krajinách EÚ.“ Účinná kampaň a zbieranie podpisov sa uskutočnili až po tom, ako bola zriadená ich štruktúra. Následne sa šesť mesiacov zbierali podpisy.

Pri kampani sa uplatňoval rozsiahly prístup k používaniu mediálnych a online zdrojov. Na účely zvyšovania povedomia a vzdelávania ľudí zriadili organizátori osobitné webové sídlo a oslovili tradičné médiá (vrátane poskytovania rozhovorov). Organizátori boli takisto aktívni na sieťach Facebook a Twitter.



## | Zbieranie podpisov

Bola odsúhlasená celková stratégia kampane, v rámci ktorej každý národný výbor zaviedol vlastnú verziu kampane, pričom sa hľadal národný ambasádor, ktorý by iniciatívu podporoval a motivoval ľudí, aby podpísali vyhlásenie o podpore.

Stratégia vychádzala z týchto mílnikov:

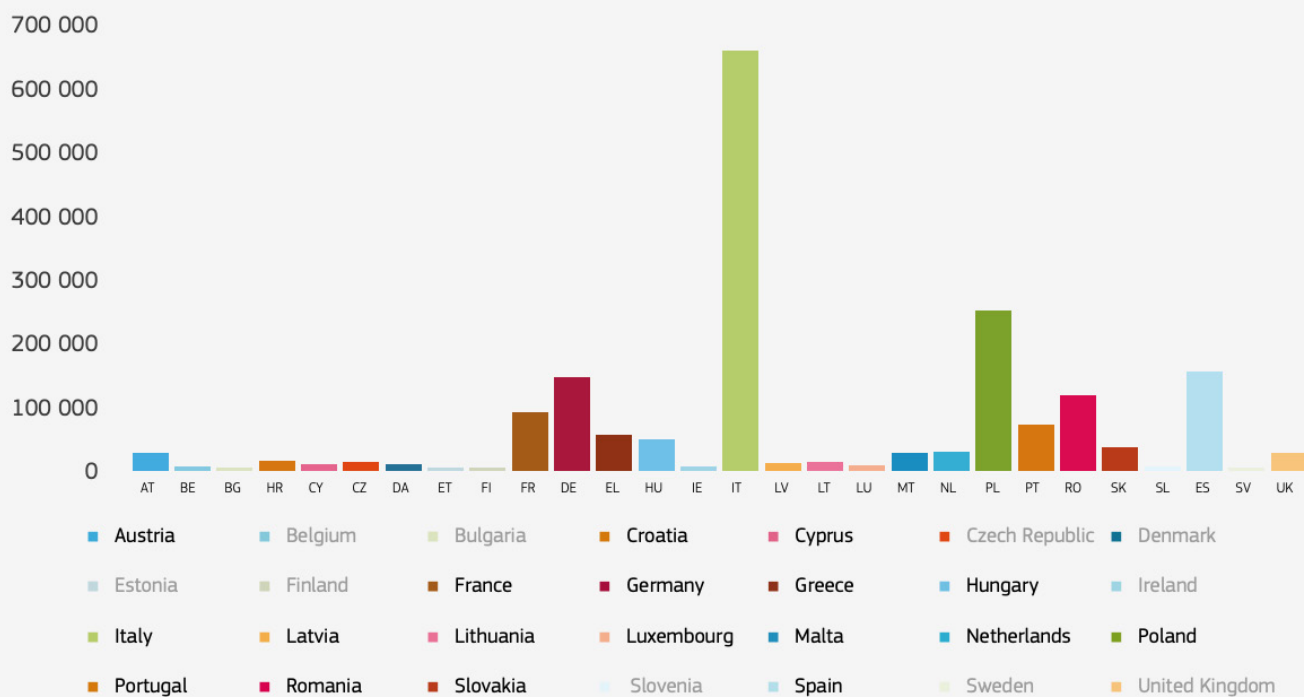
1. splniť požiadavku minimálneho počtu podpisov v siedmich krajinách;
2. zozbierať 1 milión podpisov;
3. zozbierať 1,2 milióna podpisov pre prípad, že niektoré nebudú overené;
4. zozbierať 1,5 milióna podpisov s cieľom zdôrazniť myšlienku iniciatívy;
5. zozbierať maximálny možný počet podpisov z čo najväčšieho počtu krajín.

Jednou z najväčších výziev, ktorým organizátori čelili, boli technické ťažkosti so zriadením online systému zberu. V reakcii na tieto ťažkosti, s ktorými sa organizátori stretli počas úvodnej fázy európskej iniciatívy občanov, však Komisia nad rámec svojich povinností vyplývajúcich z nariadenia poskytla hostovanie online systémov zberu organizátorov, ako aj technickú podporu a odbornú prípravu. Takisto v prípade iniciatív registrovaných pred 31. októbrom 2012 Komisia na základe výnimky prijímala vyhlásenia o podpore až do 1. novembra 2013 (lehota presahujúca oficiálnych 12 mesiacov).

V čase ukončenia fázy zberu 1. novembra 2013 bolo 65 % podpisov zozbieraných dobrovoľníkmi v papierovej podobe a zvyšných 35 % bolo zozbieraných online.



## Počet vyhlásení o podpore (hrubým písmom sú označené krajiny, kde bola dosiahnutá prahová hodnota)



## | Overenie a predloženie

Iniciatíva spolu s osvedčeniami potvrdzujúcimi platnosť 1 721 626 vyhlásení o podpore bola predložená 28. februára 2014.

# 3

## Vplyv kampane Jeden z nás

### Posúdenie iniciatívy Komisiou a jej rozhodnutie

Organizátori sa 9. apríla 2014 stretli s európskym komisárom pre výskum, vedu a inováciu a so zástupcom generálneho riaditeľa pre rozvoj a spoluprácu (pozri [tlačovú správu](#)). Nasledujúci deň organizátori prezentovali svoju iniciatívu na [verejnom vypočutí](#) v Európskom parlamente.

Komisia vo svojom [oznámení](#) z 28. mája 2014 (pozri [tlačovú správu](#)) uviedla, že nepredloží legislatívny návrh, pretože členské štáty EÚ a Parlament rámec financovania nedávno prerokovali a schválili.

Ďalšie informácie o následných opatreniach možno nájsť na [webovom sídle európskej iniciatívy občanov](#).



## | Následné opatrenia

Organizátori informovali podporovateľov o výsledkoch kampane najmä prostredníctvom e-mailu. „Kontaktom v rôznych krajinách poslali úplné správy s vyzbieranými podpismi“. Cieľom pritom bolo, aby úspech jednej krajiny motivoval ostatné. Akonáhle „jednotlivé krajiny vyzbierali minimálny počet požadovaných podpisov“, organizátori to využili na to, aby primáli „ostatné mobilizovať svoje národné kampane“.

Európska iniciatíva občanov bola len začiatkom dlhodobejšej spolupráce. V rámci kampane organizátori „vytvorili Federáciu Jeden z nás, ktorá pokračovala v spolupráci na európskej a vnútroštátnej úrovni.“ Je to príkladom toho, že európska iniciatíva občanov nielenže v prvom rade pomáha ľuďom vyjadriť svoj názor, ale takisto pomáha nájsť podobne zmýšľajúcich jednotlivcov, s ktorými môžu v rámci dlhodobej stratégie sledovať spoločný cieľ.

Napriek svojmu úspechu sa organizátori vyjadrili, že ak by mali uskutočniť ďalšiu kampaň, zvolili by si trochu iný prístup. Hlavným bodom, ktorý by riešili, by bola organizačná štruktúra kampane. Organizátori by zriadili „pevnú štruktúru v jednotlivých krajinách“. Vďaka tomu by mali počas kampane viac času na zbieranie podpisov a umožnilo by sa ešte lepšie dlhodobé plánovanie.



## Rady a tipy pre budúcich organizátorov

- Pošlite svoje otázky týkajúce sa právnych predpisov asistenčnej služby fóra európskej iniciatívy občanov.
- Komunikujte! Vytvorte si v rámci štruktúry kampane horizontálne a vertikálne toky informácií.
- Motivácia má zásadný význam, preto by ste mali národných koordinátorov každý týždeň informovať o zbieraní podpisov, aby ste ich povzbudili.
- Ak sa cieľ vyzbierať 1 milión podpisov zdá na začiatok príliš ambicióznym, stanovte súbor jasných cieľov a termínov pre konkrétne krajiny a pre celú EÚ a pozorne monitorujte pokrok.
- Zamerajte kampaň na krajiny, v ktorých je téma iniciatívy už všeobecne známa.
- Nezabúdajte, že konečné rozhodnutie o opatreniach nadväzujúcich na úspešnú európsku iniciatívu občanov prináleží Európskej komisii.



## Nadobudnuté skúsenosti

- Organizátori si boli vedomí, že aj keď Komisia nebola povinná podať legislatívny návrh, „úspešná iniciatíva vytvorí významný politický tlak a rozprúdi diskusiu v celej Európe“.
- Napriek tomu, že iniciatívu verejne podporil pápež Benedikt XVI. aj pápež František, „na kampaň malo negatívny vplyv nedostatočné pokrytie v médiách“.
- V neposlednom rade bola kampaň zameraná na krajiny so stabilnými a s etablovanými hnutiami za život (ako sú Francúzsko, Nemecko, Poľsko, Španielsko, Taliansko). V krajinách, v ktorých organizátorom chýbal pevný národný výbor a v ktorých mali veľmi obmedzené finančné zdroje, sa zozbieralo málo vyhlásení o podpore.