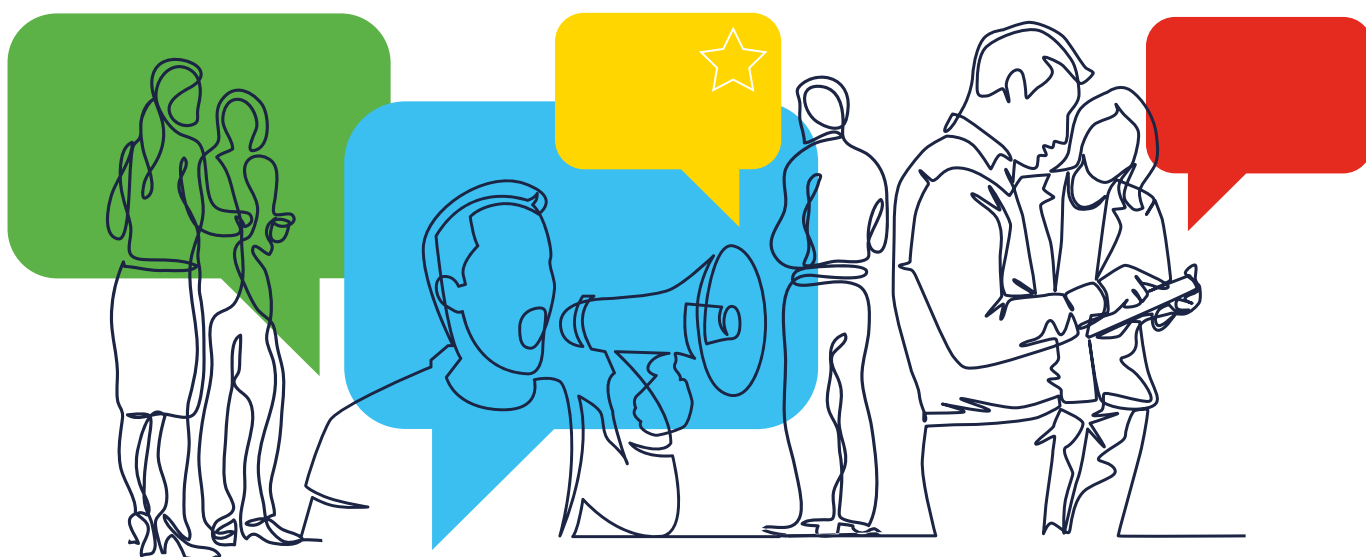


ZGODBA O USPEHU



# FORUM EVROPSKE DRŽAVLJANSKE POBUDE

EDEN IZMED NAS



**NAUČI SE** – RAZPRAVLJAJ - POVEŽITE SE - POIŠČITE NASVET

## KAZALO

EDEN IZMED NAS	3
Kampanja Eden izmed nas	4
Učinek kampanje Eden izmed nas	7



# 1

## EDEN IZMED NAS

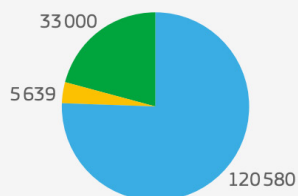
Pobuda One of Us (Eden izmed nas), registrirana 11. maja 2012, je ena prvih evropskih državljanskih pobud, ki ji je uspelo zbrati najmanj milijon podpisov. Pobuda zadeva pravno varstvo dostojanstva, pravico do življenja in integriteto vsakega človeškega bitja od spočetja dalje. Njen glavni namen je bil prepoved in prenehanje financiranja s sredstvi EU dejavnosti, ki predvidevajo uničenje človeških zarodkov, zlasti na področju raziskav, razvojne pomoči in javnega zdravja.

Eden izmed nas je primer uspešne pobude, pri kateri so organizatorji pripravili osnutek pravnega akta, ki zahteva tri zakonodajne spremembe. Poleg tega so organizatorji septembra 2013 ustanovili še organizacijo „One of Us Federation“ s statusom pravne osebe.

Evropska komisija je odločila, da ne bo izvedla zahtevane revizije zakonodaje, saj je obstoječi zakonodajni okvir po njenem mnenju ustrezen.

### Viri financiranja (EUR)

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



### Dejavniki uspeha

- Javna podpora Vatikana
- Močni nacionalni odbori
- Osredotočenost kampanje na države, kjer je bila tema pobude splošno znana

## 2

# Kampanja Eden izmed nas

## Priprava

Nevladne organizacije v državah z močnimi in dobro uveljavljenimi društvi gibanja za življenje (Francija, Nemčija, Poljska, Španija, Italija) so kontaktirale enako usmerjene nevladne organizacije v drugih državah, ki bi vodile kampanjo prek nacionalnih odborov. S prispevki partnerskih organizacij so zbrali finančna sredstva za centralno koordiniranje pobude v Bruslju (za organizacijo sestankov, plačilo potnih stroškov itd.). Vsak nacionalni odbor je poleg tega zbral denar za kampanjo v svoji državi.

## Izvajanje

Kampanja je bila organizirana takoj po registraciji. (Danes je na voljo do šest mesecev med registracijo in začetkom obdobja 12 mesecev za zbiranje podpisov. V času vodenja kampanje „Eden izmed nas“ to še ni bilo mogoče). Prvih pet mesecev kampanje „je bilo zlasti namenjenih vzpostavljanju strukture za izvajanje kampanje v 28 državah EU.“ Izvajanje učinkovite kampanje in zbiranje podpisov se je začelo po vzpostavitvi strukture. Podpisi so bili zbrani v 6 mesecih.

Za kampanjo je bil uporabljen širok pristop k uporabi medijev in spletnih virov. Organizatorji so za ozaveščanje in izobraževanje ljudi vzpostavili posebno spletno stran in se povezali s tradicionalnimi mediji, za katere so med drugim dali intervjuje. Prav tako so bili aktivni tudi na Facebooku in Twitterju.



## | Zbiranje podpisov podpore

Dogovorili so se za krovno strategijo kampanje, po kateri je vsak nacionalni odbor vodil kampanjo na svoj način in poiskal nacionalnega ambasadorja, ki je opozarjal na pobudo in spodbujal ljudi, naj podpišejo izjavo o podpori.

Pri strategiji so si začrtali naslednje mejnike:

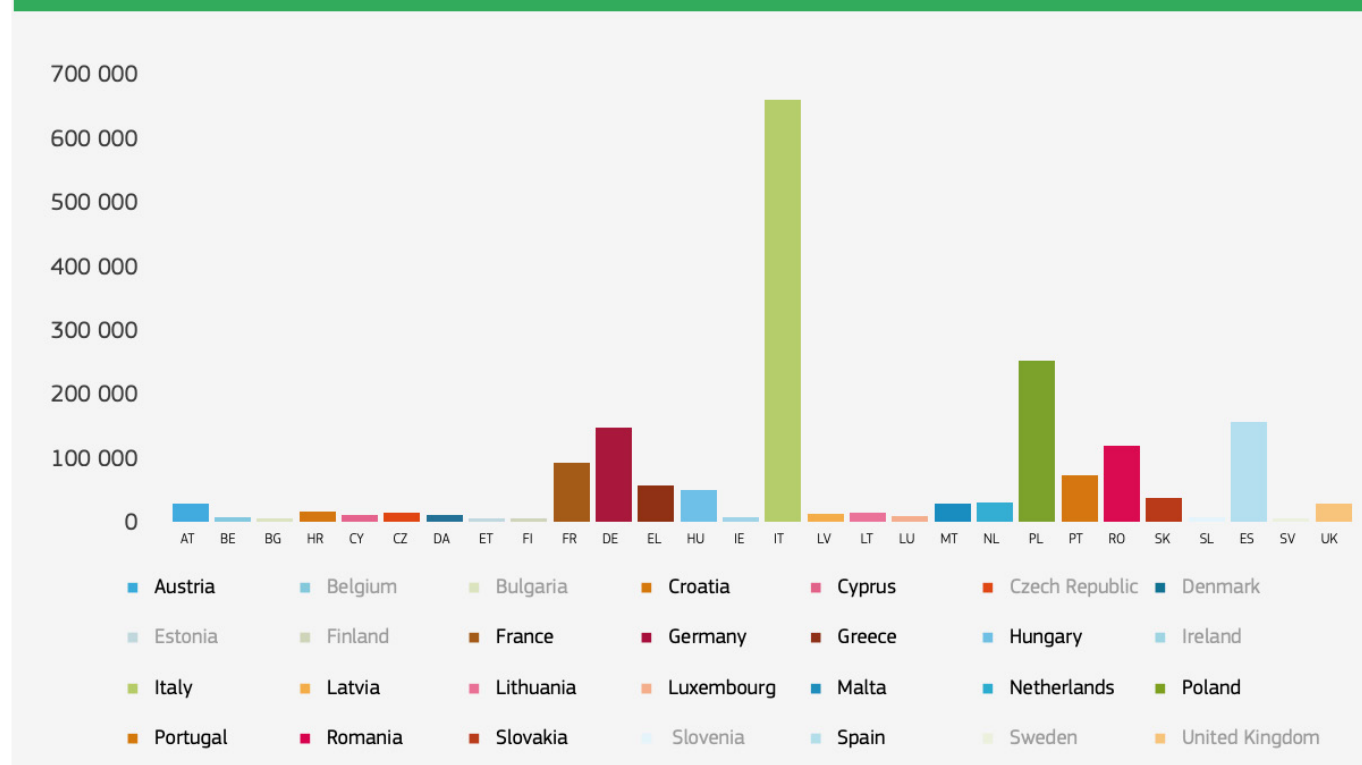
1. doseči minimalno število podpisov v sedmih državah
2. zbrati milijon podpisov
3. zbrati 1,2 milijona podpisov za primer, da nekateri ne bi bili potrjeni
4. zbrati 1,5 milijona podpisov in tako še poudariti sporočilo pobude
5. zbrati kar največje možno število podpisov iz kar največjega možnega števila držav

Med glavnimi izzivi organizatorjev so bile tehnične težave pri vzpostavljanju spletnega sistema zbiranja podpore. Evropska komisija je prav zaradi teh težav, ki so pestile organizatorje v začetni fazi evropske državljanske pobude, organizatorjem zagotovila gostovanje spletnih sistemov zbiranja, ne da bi to določale obveznosti iz uredbe, ter tehnično pomoč in usposabljanje. Za vse pobude, registrirane do 31. oktobra 2013, je izjemoma tudi sprejela in upoštevala izjave o podpori, zbrane do 1. novembra 2013 (torej po preteku uradnih 12 mesecev).

1. novembra 2013, ko se je zaključila faza zbiranja podpore, je bilo približno 65 % podpisov zbranih v papirni obliki s prostovoljci, preostalih 35 % je bilo zbranih na spletu.



## Število izjav o podpori (v državah v krepki pisavi, v katerih je bil dosežen prag)



## | Preverjanje podpisov in predložitve pobude

Pobudo so organizatorji predložili 28. februarja 2014 skupaj s potrdili o veljavnosti 1 721 626 izjav o podpori.

# 3

## Učinek kampanje Eden izmed nas

### Preučitev pobude in odločitev Komisije

Organizatorji so se 9. aprila 2014 sestali z evropskim komisarjem za raziskave, inovacije in znanost ter namestnikom generalnega direktorja za razvoj in sodelovanje (glej [sporočilo za medije](#)). Naslednji dan so imeli [javno predstavitev](#) pobude v Evropskem parlamentu.

Evropska komisija je v [Sporočilu](#) z dne 28. maja 2014 (glej [sporočilo za medije](#)) navedla, da ne namerava pripraviti zakonodajnega predloga, saj so o zadevnem pravnem okviru financiranja nekoliko pred tem razpravljali in se o njem dogovorili države članice EU in Evropski parlament.

Več informacij o nadaljnjih ukrepih Komisije na spletišče [evropske državljanske pobude](#).



## | Nadaljnji ukrepi

Organizatorji so o rezultatih kampanje podpornike obvestili v glavnem po e-pošti. „Celotna poročila z zbranimi podpisi so poslali na vse kontakte v različnih državah“. Uspeh v eni državi je bil navdih za druge. Ko so „v raznih državah zbrali minimalno število podpisov“, so organizatorji to izkoristili za spodbudo za „druge, da pospešijo svoje nacionalne kampanje“.

Evropska državljanska pobuda je bila le začetek dolgotrajnejšega sodelovanja. Organizatorji so v luči kampanje „vzpostavili Federacijo One of us, ki je še naprej delovala na evropski in nacionalni ravni“. Primer kaže, da evropska državljanska pobuda ne samo pomaga ljudem, da v prvi vrsti lažje izrazijo svoje mnenje, ampak tudi poveže enako misleče posameznike, da si prizadevajo k doseganju skupnega cilja kot dolgoročne strategije.

Kljub uspehu organizatorji pravijo, da bi se nove kampanje lotili malenkost drugače. Predvsem bi spremenili organizacijsko strukturo kampanje. Prizadevali bi si za „trdno strukturo v različnih državah“. To bi prineslo več časa za zbiranje podpisov med kampanjo ter omogočilo še boljše dolgoročno načrtovanje.



## Nasveti bodočim organizatorjem

- Pravna vprašanja pošljite službi za pomoč foruma evropske državljanske pobude.
- Komunicirajte! Poskrbite za horizontalni in vertikalni pretok informacij v sami strukturi kampanje.
- Motivacija je ključnega pomena, zato tedensko spodbujajte nacionalne koordinatorje s podatki o zbranih podpisih.
- Če je milijon zbranih podpisov preobsežen cilj za začetek, določite vrsto jasno opredeljenih ciljev po državah in za celotno EU ter pozorno spremljajte doseženi napredek.
- Kampanjo osredotočite na države, v katerih je tema vaše pobude dobro znana.
- Upoštevati je treba, da je končna odločitev o nadaljnjem ukrepanju v zvezi z uspešno evropsko državljansko pobudo v rokah Evropske komisije.



## Pridobljena spoznanja

- Organizatorji so se zavedali, da „bo uspešna pobuda povzročila precejšen politični pritisk in razprave v Evropi“, tudi če Evropska komisija ni dolžna predlagati nove zakonodaje.
- Čeprav sta pobudo javno podprla papež Benedikt XVI in papež Frančišek, pa „je kampanji škodilo pomanjkanje medijske pozornosti“.
- Pomembno je bilo tudi to, da so kampanjo osredotočili na države, v katerih je t. i. gibanje za življenje močno uveljavljeno (Francija, Nemčija, Poljska, Španija, Italija). Zelo malo izjav o podpori so zbrali v državah, v katerih niso imeli močnega nacionalnega odbora in je bilo zelo malo denarnih sredstev.