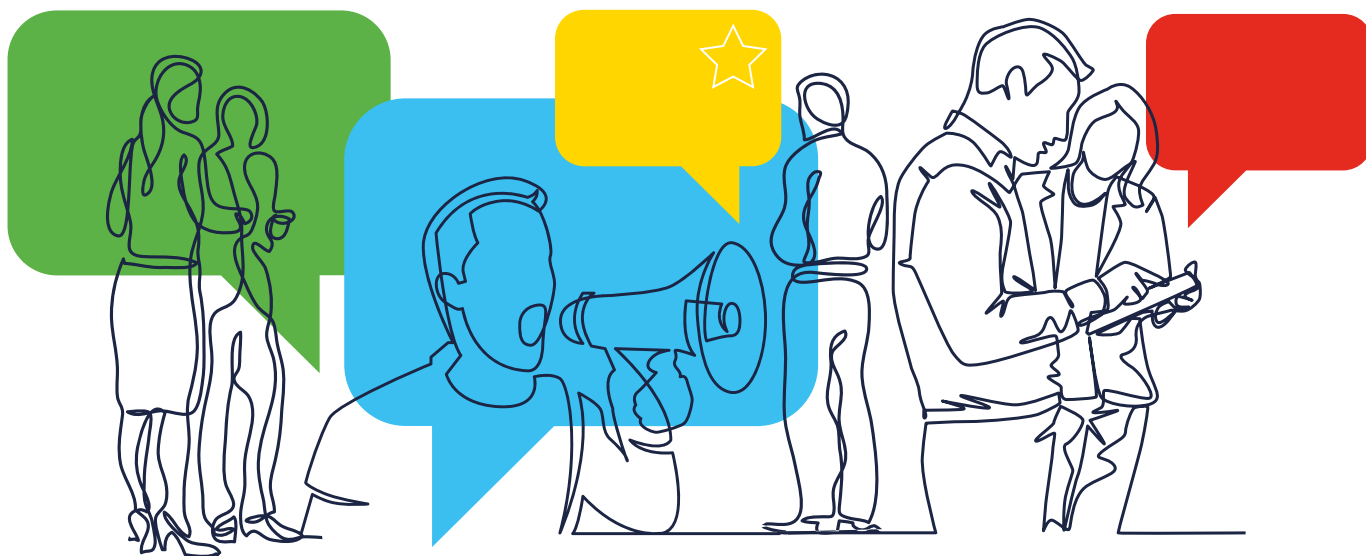


ПРИМЕР ЗА УСПЕШНА ИНИЦИАТИВА



ФОРУМ НА ЕВРОПЕЙСКАТА ГРАЖДАНСКА ИНИЦИАТИВА

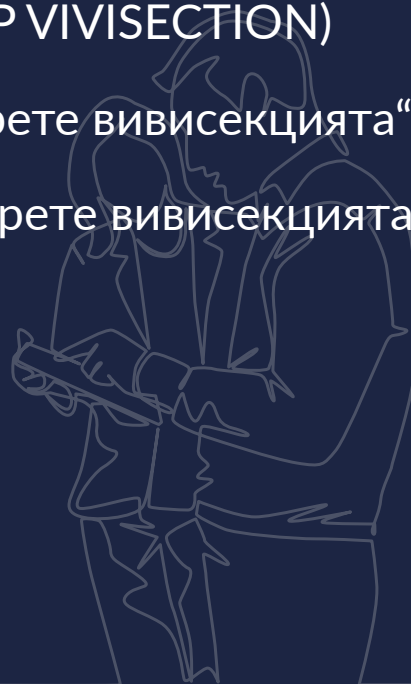
СПРЕТЕ ВИВИСЕКЦИЯТА
(STOP VIVISECTION)



НАУЧЕТЕ – ОБСЪДЕТЕ - СВЪРЖЕТЕ СЕ - ПОТЪРСЕТЕ СЪВЕТ

| СЪДЪРЖАНИЕ

СПРЕТЕ ВИВИСЕКЦИЯТА (STOP VIVISECTION)	3
Кампания на инициативата „Спрете вивисекцията“	4
Въздействие на кампанията „Спрете вивисекцията“	6



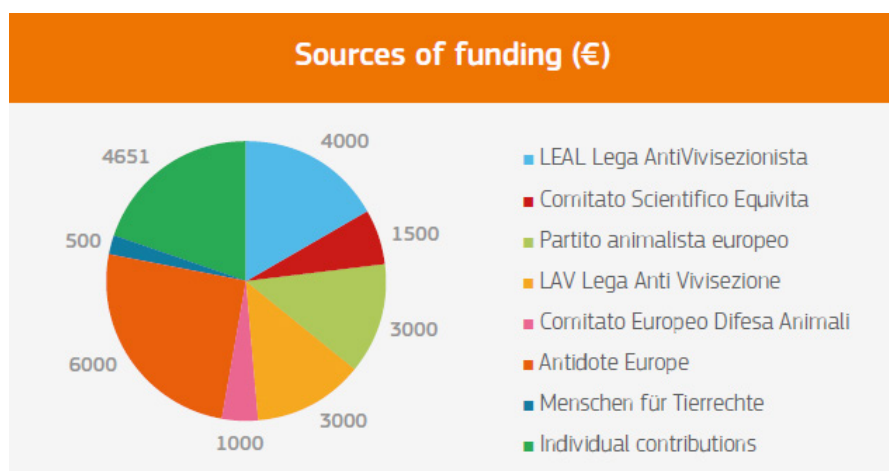
1

СПРЕТЕ ВИВИСЕКЦИЯТА (STOP VIVISECTION)

Инициативата Спрете вивисекцията е регистрирана на 22 юни 2012 г. Нейните организатори искат да се въведе европейска законодателна рамка за постепенно преустановяване на опитите с животни.

Целта на инициативата е двойна:

- да се отмени Директива 2010/63/ЕС от 22 септември 2010 г. относно защитата на животните, използвани за научни цели
- да се представи ново предложение, с което да стане задължително използването на данни, отнасящи се пряко за човешкия вид.



Фактори за успеха

- Голяма мрежа от доброволци
- Агресивна комуникационна кампания
- Широкомащабно използване на социалните медии

Европейската комисия споделя убеждението на организаторите, че опитите с животни трябва постепенно да бъдат прекратени, но не е съгласна, че научните принципи отричат „животинския модел“. Според Комисията опитите с животни не възпрепятстват развитието на алтернативни методи за научни изследвания. Поради това тя не отменя Директива 2010/63/ЕС, тъй като директивата вече дава възможност за напредък към постигането на крайната цел за цялостно заместване на опитите с животни.

Във връзка с тази инициатива е създаден важен прецедент – за пръв път външни експерти са поканени да говорят заедно с организаторите на „Спрете вивисекцията“ по време на публичното изслушване в Европейския парламент.

2

Кампания на инициативата „Спрете вивисекцията“

Подготовка

Кампанията „Спрете вивисекцията“ е подкрепена от общеевропейски алианс от над 250 групи за защита на животните, научни организации и предприятия, продаващи продукти, които не са тествани върху животни.

Ключова роля за събирането на 1 милион подписа изиграва силна мрежа от доброволци, която е създадена преди започването на инициативата и е подсилена по време на кампанията. „Изградените нови контакти и натрупаният ценен опит по време на кампанията подготвят тези доброволци за други подобни проекти в бъдеще.“

Кампанията показва колко е важно планирането на европейска гражданска инициатива да започне достатъчно рано.

Провеждане

Организаторите на кампанията използват основно социалните медии, за да привлекат общественото внимание. В същото време те се възползват и от възможностите, предлагани от традиционните медии. Кампанията получава значителна подкрепа от „телевизионна кампания в Италия, която е спонсорирана с частни средства.“

Събиране на изявления за подкрепа

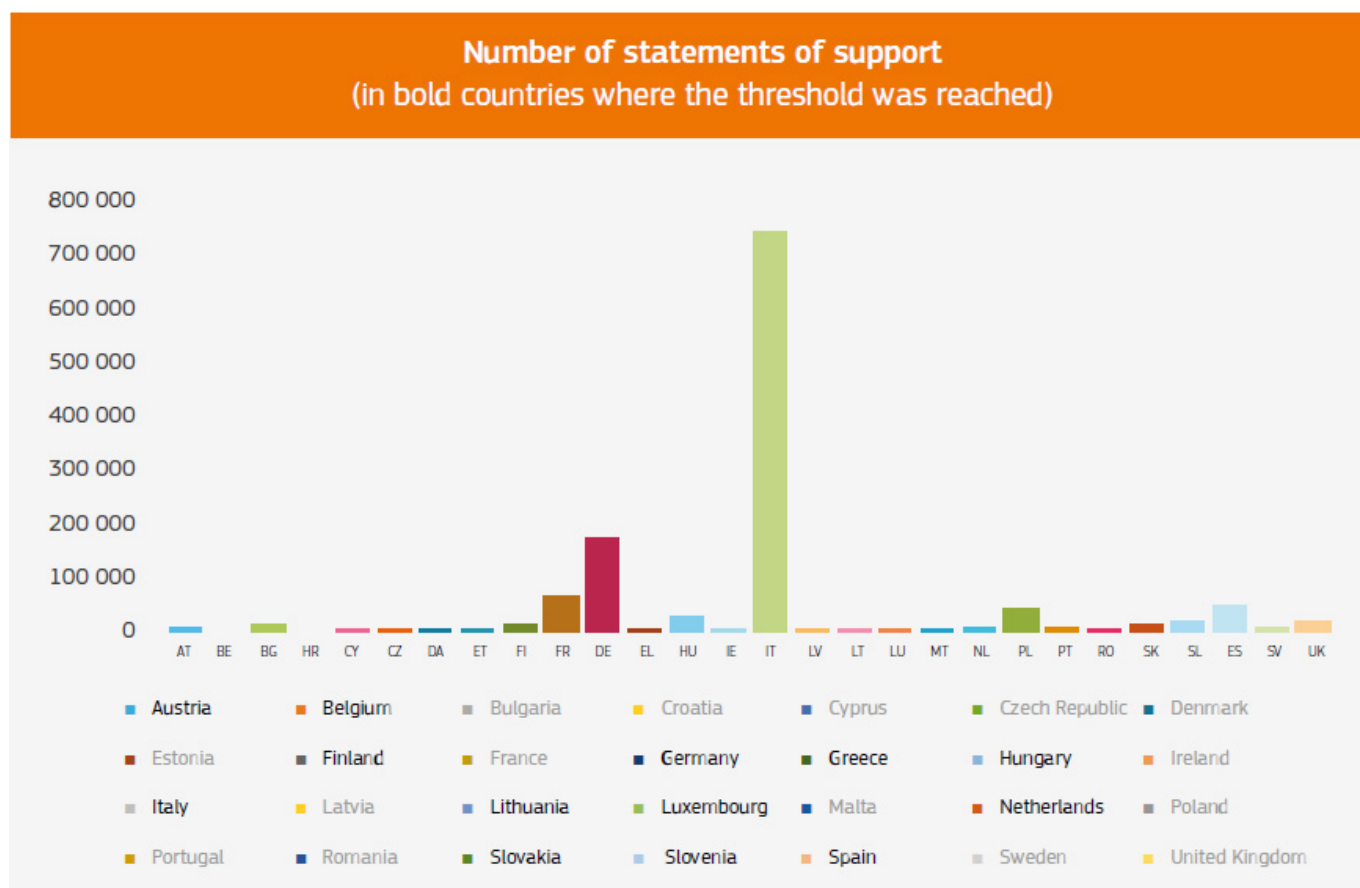
Ключов фактор при събирането на изявления за подкрепа е стратегията, следвана по време на кампанията. Организаторите създават силни мрежи от контакти в една държава, като събират колкото се може повече подписи, и след това използват тази страна като лост за следващата. След като бъде постигната първоначална критична маса на подкрепа, фокусът на кампанията се премества в друга държава по координиран начин.



Друг важен аспект на кампанията е подкрепата от местни и национални организации. Една чисто европейска кампания вероятно не би довела до същия успех. Организаторите обясняват, че са „разчитали на подкрепа [от] местни лица“.

Ограничените средства за инициативата водят до специфични предизвикателства, свързани със създаването на системата за събиране на изявления онлайн. В отговор на тези трудности, с които организаторите се сблъскват в началната фаза на Европейската гражданска инициатива, Комисията предоставя извън задълженията си по Регламента възможности за хостинг на системите на организаторите за събиране на изявления онлайн, както и техническа помощ и обучение. Освен това, по изключение, Комисията приема изявления за подкрепа, събрани до 1 ноември 2013 г. (след официалните 12 месеца), за всички инициативи, регистрирани преди 31 октомври 2012 г.

Малко под 60% от подписите са събрани онлайн, а над 40% – на хартия.



| Проверка и внасяне на инициативата

Инициативата е внесена в Комисията на 3 март 2015 г. заедно с удостоверения, потвърждаващи валидността на 1 173 130 изявления за подкрепа.

3

Въздействие на кампанията „Спрете вивисекцията“

Разглеждане и решение на Комисията

Срещата с представители на Комисията се състои на 11 май 2015 г. Организаторите се срещат със заместник-председателя на Европейската Комисия Юрки Катайнен и генералния директор на ГД „Околна среда“. Същия ден организаторите представят своята инициатива на публично изслушване в Европейския парламент.

В съобщението си от 3 юни 2015 г. (вижте съобщението за медиите) Комисията се ангажира с редица последващи действия:

- Ускоряване на напредъка в областта на трите R (заместване, намаляване и облекчаване) посредством споделяне на знания
- Подкрепа за разработване, валидиране и прилагане на нови алтернативни подходи
- Привеждане в изпълнение на спазването на принципа на трите R и съгласуване на съответната секторна нормативна уредба
- Встъпване в диалог с научната общност.

Във връзка с последната точка Комисията организира научна конференция в Брюксел на 6 и 7 декември 2016 г. с цел обсъждане на алтернативи на изпитванията върху животни. В същото време Комисията докладва относно напредъка на последващите действия (вижте доклада).

Повече информация за последващите действия ще намерите на уебсайта на Европейската гражданска инициатива.

Отговорът на Комисията по отношение на инициатива не е удовлетворил очакванията на организаторите.



| Последващи действия

Организаторите използват информационните канали (напр. уебсайта и социалните медии), създадени по време на кампанията, и за да споделят резултатите от нея след края на европейската гражданска инициатива.

Призивът за спиране на вивисекцията не приключва с края на кампанията за европейската гражданска инициатива. В действителност „някои от организациите продължават да поддържат контакт помежду си във връзка с опитите с животни“. Контактите и полезните взаимодействия, създадени по време на осъществяването на европейска гражданска инициатива, не спират след кампанията, а всъщност се създава възможност те да продължат да се увеличават дълго след нея.



Извлечени поуки

- Според организаторите „кампанията помага на доброволците да изградят граждански умения и транснационални връзки и укрепва европейската идентичност на всички участници“. Ролята на хората, придобили такива умения, се смята за много важна за кампанията.
- Въпреки трудностите със системата за събиране на изявления за подкрепа онлайн, те смятат, че онлайн събирането на изявления е „от решаващо значение“ за успешното събиране на 1 милион подписа.
- Според организаторите „успешната инициатива има едно логическо следствие – законодателна промяна“. Дори ако това невинаги се случва, „една добре организирана европейска гражданска инициатива е процес на повишаване на осведомеността, който ще допринесе за политическа промяна“.
- Частно спонсорираната телевизионна кампания е ключов елемент от кампанията. Според организаторите те „не биха достигнали необходимия един милион подписа“ без тази телевизионна кампания.



Съвети за бъдещите организатори

- Доброволците са най-важният и мощен ресурс... разчитайте на тях!
- Използвайте онлайн инструменти за комуникация и социалните медии във вашата кампания.
- Информирайте редовно доброволците как върви събирането на подписи, за да повдигате духа им и да ги мотивирате.
- Разчитайте на личните контакти и мрежи на партньорите — те са от основно значение за успеха на дадена инициатива.
- Съсредоточете се върху страните, в които имате силни партньори, за да достигнете националните прагове.

