

ÚSPĚŠNÁ INICIATIVA



FÓRUM EVROPSKÉ OBČANSKÉ INICIATIVY

ZAKAŽTE GLYFOSÁT



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

| OBSAH

ZAKAŽTE GLYFOSÁT	3
Kampaň iniciativy „Zakažte glyfosát“	4
Dopad kampaně „Zakažte glyfosát“	7



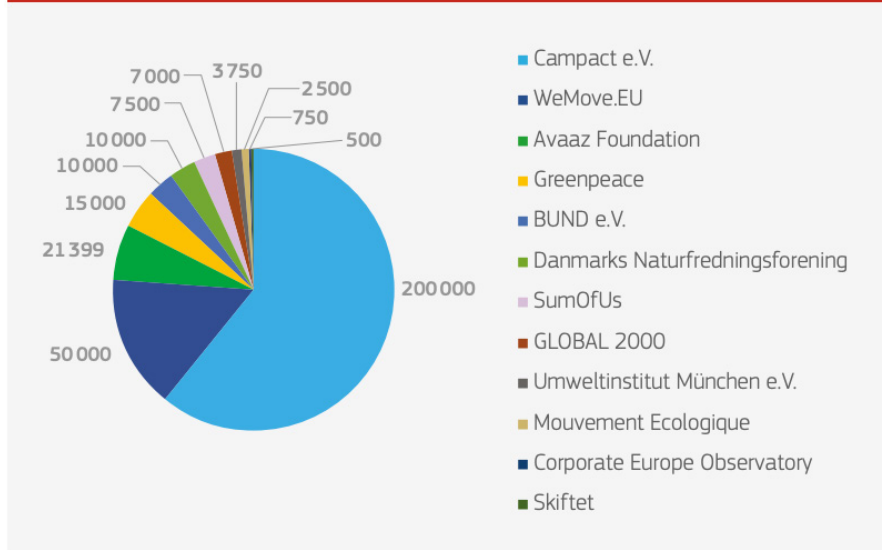
1

ZAKAŽTE GLYFOSÁT

Iniciativa „Zakažte glyfosát“ (celý název: Zakažte glyfosát a chraňte lidi a životní prostředí před toxickými pesticidy), která byla zaregistrována dne 25. ledna 2017, měla tři cíle: zakázat glyfosát, zreformovat postup schvalování pesticidů a stanovit celounijní povinné cíle k omezení používání pesticidů.

Její hlavním cílem byla budoucnost bez pesticidů, konkrétně bez herbicidů na bázi glyfosátu. Podle organizátorů je expozice herbicidům na bázi glyfosátu spojena s rakovinou a s degradací ekosystémů.

Zdroje financování (€)



Organizátorům iniciativy se podařilo získat 328 399 EUR z různých zdrojů, včetně od organizací Compact, WeMove.EU a Greenpeace, což je vůbec největší objem finančních prostředků, který se zatím podařilo nějaké iniciativě shromáždit.

Komise se rozhodla, že glyfosát nezakáže, ale zavázala se přijmout opatření, která jsou popsána níže.



Faktory úspěchu

- Již od prvního dne byl iniciativu ochoten podpořit více než jeden milion Evropanů.
- Nemusela se vytvářet nová koalice, ale bylo potřeba aktivizovat tu stávající.
- Stablní financování

2

Kampaň iniciativy „Zakažte glyfosát“

Příprava

Jelikož organizátoři spolupracovali již v roce 2015 na přípravě petice, která byla určena Evropské komisi a vzbudila zájem veřejnosti, považovali organizaci evropské občanské iniciativy za přirozené pokračování svých cílů.

„Pro tak velkou koalici však bylo obtížné se dohodnout na tom, jak bude iniciativa koncipována.“ Někteří partneři se soustředili na spojitost mezi glyfosátem a rakovinou, jiní na ochranu biologické rozmanitosti a další na mocný vliv korporací. Nejsložitější proto bylo zajistit, aby byly v iniciativě zohledněny a zastoupeny všechny jejich zájmy.

Vytvořili „kruh organizátorů“. 10 různých zástupců z hlavních organizací se scházelo každý týden a rozhodovalo o přidělování finančních prostředků, komunikační strategii, registraci, návrhu iniciativy a její příloze apod.

Koordinátor iniciativy vypracoval první návrh a poté jej zaslal k připomínkování dalším partnerům. Následně všechny návrhy společně projednávali a zapracovávali změny do textu, který měl několik verzí. Stejným způsobem postupovali i u přílohy.

Organizátoři začali kampaň připravovat asi 6 měsíců před zahájením sběru podpisů. Od té doby pracovali na strategii, shromažďovali zdroje a navyšovali kapacity. Je důležité zmínit, že tato skupina již dříve spolupracovala na jiných kampaních, a budování aliancí bylo proto časově méně náročné než u většiny ostatních evropských občanských iniciativ. Organizátoři však zdůrazňují, že nestačí spoléhat se výhradně na vlastní stávající síť.



| Realizace iniciativy

Organizátoři uvedli, že „email byl nejdůležitějším komunikačním prostředkem kampaně“. Vzhledem k tomu, že kampaň vedla internetová organizace, která se věnuje více kampaním, byly schopna oslovit svou členskou základnu, se kterou pravidelně komunikovala. Jejich partneři postupovali podle podobné strategie. Organizátoři se nezaměřovali na spolupráci s tradičními médii, ale Partneři vedli ke sdílení obsahu na sociálních médiích. Hlavním nástrojem vedení kampaně však zůstal E-mail.

Organizátoři v sociálních médiích nevedli žádnou placenou kampaň. Uznávají však, že dnes mají takové nástroje ještě větší význam. Účinnost reklamy na Facebooku se v jednotlivých členských státech liší. V zemích, kde je sběr podpisů jednodušší (např. kde se vyžaduje elektronická identifikace), je u inzerce větší pravděpodobnost, že přinese kýžená prohlášení o podpoře. Reklama na Facebooku také usnadňuje zjišťovat, od které cílové skupiny prohlášení o podpoře pocházejí.

Organizátoři sestavili seznam partnerských organizací v jednotlivých státech, které byly ochotny se kampaně účastnit a „každou jednotlivě přesvědčili, aby umožnila sběr podpisů na svých internetových stránkách“ pomocí vloženého formuláře. Pak byly s těmito organizacemi v pravidelném kontaktu.

V počátečních fázích kampaně bylo skutečně velmi důležité zmapovat v celé Evropě zúčastněné strany. Nezapomínejte, že podpisy z jedné konkrétní země mohou být klíčově důležité, stejně jako vytvoření sítě organizací a příznivců. To bylo velmi důležité i pro úspěch této kampaně: Nespoléhat se jen na vlastní partnerské organizace, ale zaplnit v síti i mezery, které byly identifikovány na začátku.

Organizátoři rovněž uvádějí, že je velmi důležité mít webovou stránku kampaně, která byla optimalizována pro vyhledávače („SEO“). Přes jejich oficiální stránku lidé zasílali nejvíce podpisů (8–9%). Mnohojazyčná internetová stránka kampaně pak pomůže oslovit větší počet lidí.



Organizátoři dále sepsali tiskovou zprávu v angličtině a požádali partnerské organizace, aby ji přeložily do všech úředních jazyků zemí, v nichž působí, a aby do ní vložily informace o tom, kdo v daném místě iniciativu organizuje, a příslušné kontakty.

Profesionální aktivisté byli najati ve třech zemích (Španělsko, Itálie a Francie), kde také působí zkušení aktivisté organizace WeMove.EU, která byla pověřena celkovou koordinací iniciativy. Kampaň prováděli i v těch zemích EU, kde svoji základnu aktivistů neměli. Organizace WeMove.EU konkrétně uspořádala spolu s organizacemi Compact a GLOBAL2000 den „sběru podpisů offline“. Podporovatelům iniciativy z celé Evropy rozeslali 5 000 balíčků s prohlášeními o podpoře a za jediný víkend tak shromáždili přibližně 100 000 podpisů.

| Shromažďování podpisů

Pokud jde o sběr podpisů online, použili k tomu software OpenECI, který v minulosti využila řada jiných iniciativ. Tento software kromě poskytnutí prohlášení o podpoře umožňuje přímo shromažďovat kontaktní informace od podporovatelů. Formulář prohlášení o podpoře lze také vložit na jakoukoli internetovou stránku.

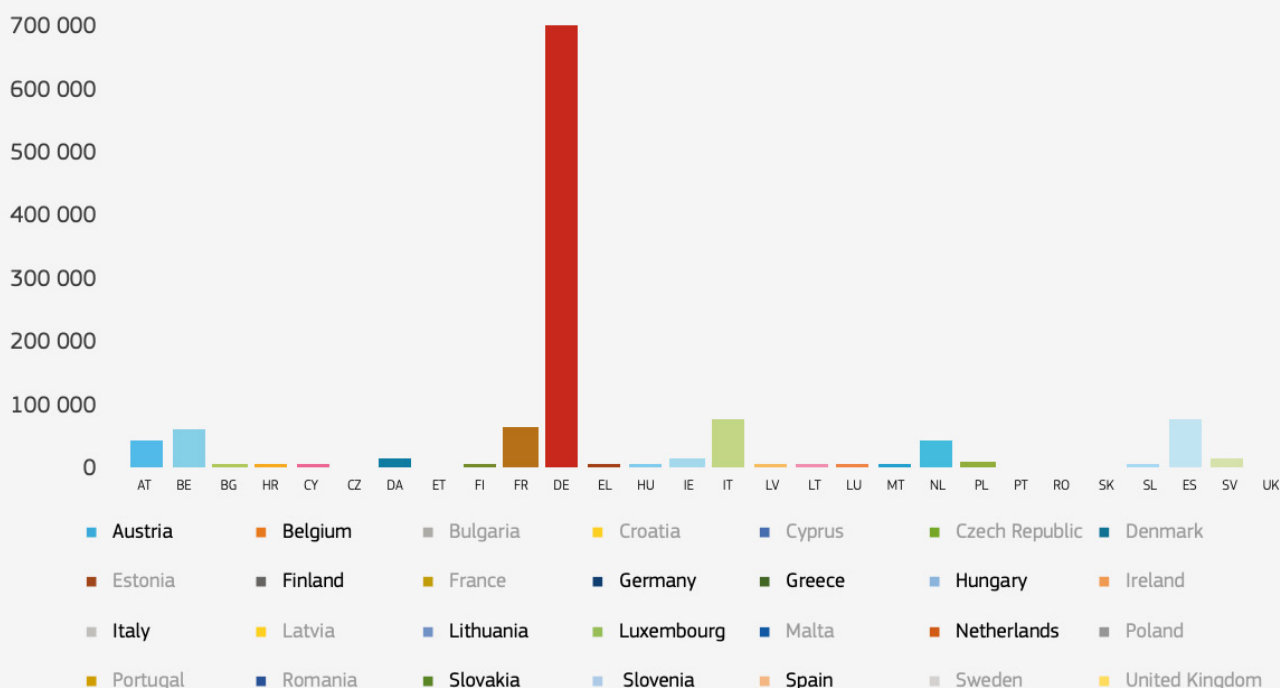
I když měla fáze shromažďování podpisů oficiálně skončit 25. ledna 2018, organizátoři získali 1 milion podpisů již po pěti měsících a rozhodli se sběr podpisů ukončit dříve, a to 2. července 2017. Chtěli totiž provést ověření podpisů co nejdříve, aby „mohla být iniciativa předložena před tím, než Komise přijme rozhodnutí o obnovení schválení glyfosátu.“



DŮLEŽITÉ:

Použití centrálního systému Komise k online sběru podpisů bude od 1. ledna 2023 pro organizátory povinné.

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



| Ověření podpisů a předložení iniciativy Komisi

Ačkoli některé země dokončily proces ověřování podpisů později než jiné, byla iniciativa předložena 6. října 2017 spolu s potvrzením platnosti 1 070 865 prohlášení o podpoře.

3

Dopad kampaně „Zakažte glyfosát“

Posouzení a rozhodnutí Komise

Organizátoři se 23. října 2017 sešli s prvním místopředsedou Komise Fransem Timmermansem, komisařem Vytenisem Andriukaitisem a vyššími úředníky z různých útvarů Komise (viz [tisková zpráva](#)). Dne 20. listopadu 2017 iniciativu představili na [veřejném slyšení](#) v Evropském parlamentu.

Na setkání s Komisí vyslali „své nejerudovanější zástupce“. Tu samou strategii zvolili i při přípravě veřejného slyšení, kdy se na poradě dohodli, které body chtějí zdůraznit. Řada poslanců Evropského parlamentu vyjádřila iniciativě „výraznou podporu“.

Komise ve svém [sdělení](#) z 12. prosince 2017 (viz [tisková zpráva](#)) došla k těmto závěrům:

- Neexistují žádné vědecké nebo právní důvody pro zákaz glyfosátu.
- Komise předloží legislativní návrh, který zvýší transparentnost při posuzování pesticidů a zlepší kvalitu a zvýší nezávislost vědeckých studií, o něž se Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA) při svém posuzování opírá.
- Bude přezkoumáno provádění směrnice o udržitelném používání.

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



| Následná opatření

Skupina koaličních organizací i jednotliví příznivci byli kontaktováni e-mailem a byli informováni o výsledcích kampaně.

Koalice organizací zůstala aktivní i po skončení realizace celého cyklu evropské občanské iniciativy. Společně se pokusili ovlivnit evropskou legislativu na další související téma (obecné potravinové právo). Po schválení tohoto zákona jejich koordinovaná činnost polevila. Jejich e-mailové seznamy jsou však i dnes aktivní a organizátoři zůstávají v kontaktu se svými příznivci ohledně otázek, které s jejich tématem souvisejí.

Příznivci z řad jednotlivců byli pro kampaň velkým přínosem i poté, co byl cyklus realizace samotné občanské iniciativy dokončen. Podle organizátorů „byli příznivci klíčovou silou i v pozdější fázi“, zejména když se v Evropském parlamentu jednalo o obecném potravinovém právu.



Rady a tipy pro organizátory budoucích iniciativ

- Než iniciativu zahájíte, vybudujte si dostatečnou online základnu příznivců v řádu stovek tisíc lidí, na které se budete moci spolehnout při sbírání podpisů. Čas letí velmi rychle.
- Je třeba si uvědomit, že bez široké základny příznivců, na kterou byste se mohli ze začátku spolehnout, budete muset každý den získat okolo 3 tisíc nových podpisů, a to po dobu jednoho roku, kdy se podpora shromažďuje.
- Zajistěte si velmi velkou skupinu lidí, kteří začnou shromažďovat podpisy hned od okamžiku, kdy je iniciativa zaregistrována.
- Většina finančních prostředků pocházela od velkých členských organizací, které iniciativu podporovaly. Motivujte členské organizace, aby získávaly prostředky na svou činnost během kampaně.
- Pečlivě sledujte, zda se vám daří shromažďovat požadované počty podpisů v každé zemi.
- Při vedení kampaně je nenahraditelná komunikace e-mailem.



Zkušenosti a poznatky

- „Je-li Komise cílům iniciativy poměrně nakloněna, pak se může jednat o vhodný nástroj. Ani úspěšná iniciativa však Komisi nepřinutí, aby udělala něco, co nechce nebo co nemůže udělat.“ Organizátoři rovněž konstatují, že tento nástroj lze v každém případě použít „jako nástroj ke spoluutváření evropské agendy“.
- Iniciativu lze považovat za úspěšnou v tom smyslu, že získala 1 milion podpisů, organizátoři se setkali s Komisí, měli veřejné slyšení v Evropském parlamentu a obdrželi odpověď Komise obsahující několik následných opatření. Organizátoři však zastávají názor, že iniciativa úspěšná nebyla, jelikož nedosáhla svých cílů.
- Organizátoři dále připomínají, že chcete-li dosáhnout změn v aktuálně vznikajícím legislativním návrhu, klíčové je načasování. Může to v konečném důsledku přinést větší dopad.