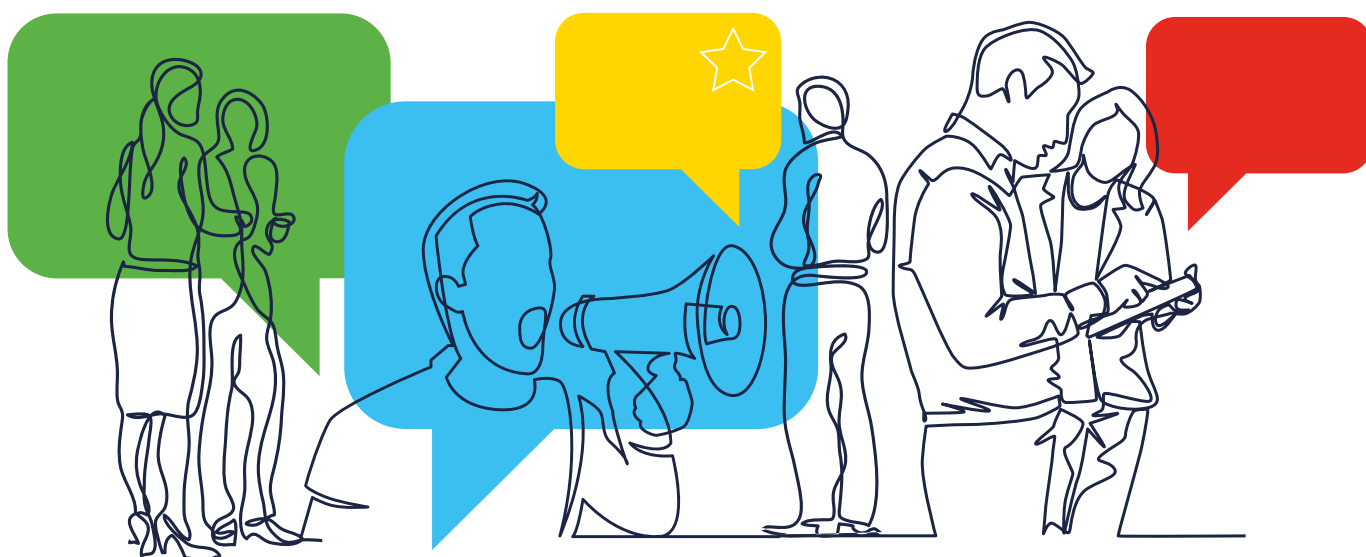




FORUM FOR DET EUROPÆISKE BORGERINITIATIV

STOP GLYPHOSAT



FÅ MERE AT VIDE – DEBATTÉR - FÅ KONTAKT MED ANDRE
- FÅ RÅDGIVNING

INDHOLD

Stop Glyphosat	3
Stop glyphosat-kampagnen	4
Virksomheden af Stop glyphosat-kampagnen	7

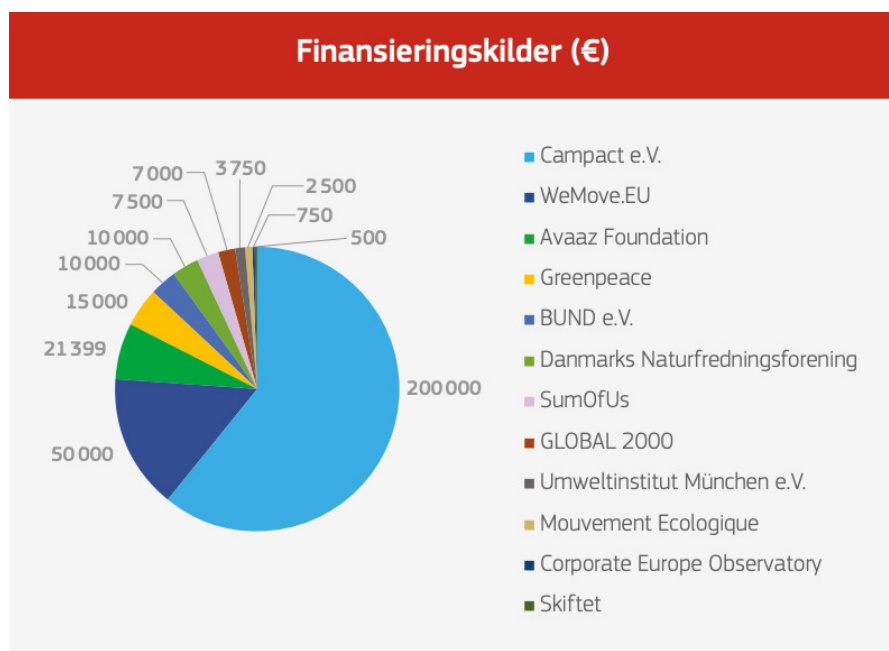


1

Stop Glyphosat

Borgerinitiativet Stop glyphosat (fulde navn: Indfør et forbud mod glyphosat og beskyt mennesker og miljø mod giftige pesticider) blev registreret den 25. januar 2017 og havde tre mål: at indføre et forbud mod glyphosat, reformere godkendelsesproceduren for pesticider og fastsætte obligatoriske EU-reduktionsmål for anvendelsen af pesticider.

Hovedformålet med initiativet var at opnå en pesticidfri fremtid uden glyphosatbaserede herbicider. Ifølge initiativtagerne er eksponering for glyphosatbaserede herbicider forbundet med kræft hos mennesker samt nedbrydning af økosystemer.



Det lykkedes desuden initiativtagerne at skaffe hele 328.399 euro fra en række forskellige kilder, herunder Campact, WeMove.EU og Greenpeace, hvilket gør dette borgerinitiativ til det mest vellykkede nogensinde, hvad angår finansiering.

Kommissionen besluttede ikke at forbyde glyphosat, men forpligtede sig til at gennemføre de nedenfor beskrevne foranstaltninger.



Succesfaktorer

- Der har fra dag ét været millioner af europæere, som var villige til at underskrive initiativet.
- Det var ikke nødvendigt at skabe en koalition, fordi man kunne mobilisere den allerede eksisterende.
- Der har været et stærk finansieringsgrundlag.

2

Stop glyphosat-kampagnen

Forberedelse

Initiativtagerne havde allerede samarbejdet om at indgive et andragende til Europa-Kommissionen i 2015, som skærpede opmærksomhed på glyphosat, og derfor mente de, at det naturlige næste skridt for at nå deres mål var et europæisk borgerinitiativ.

Men "det var svært for så stor en koalition at blive enig om, hvordan initiativet skulle udformes". Nogle af partnerne fokuserede på sammenhængen mellem glyphosat og kræft, nogle på beskyttelse af biodiversitet og andre igen på store koncerners magt. Derfor måtte de arbejde hårdt for at sikre, at alle interesser blev taget i betragtning og var repræsenteret i initiativet.

De nedsatte en beslutningstagerkreds (den såkaldte Organising Circle), hvor ti forskellige repræsentanter for de vigtigste organisationer mødtes en gang om ugen for at tage sig af tildelingen af midler, kommunikationsstrategien, registreringer, udkastet til initiativet og dets bilag osv.

Initiativkoordinatoren skrev det første udkast, som derefter blev sendt det til de øvrige partnere, så de kunne kommentere det. Så mødtes de, gennemgik forslagene og fik dem integreret i dokumentet i løbet af en proces med flere udkast. Den samme fremgangsmåde blev fulgt i arbejdet med bilaget.

Organising Circle begyndte at iværksætte kampagnen, ca. seks måneder før indsamlingen af underskrifter begyndte. Derefter arbejdede de på at udvikle deres strategi, ressourcer og kapacitet. Det er vigtigt at nævne, at denne gruppe allerede tidligere havde samarbejdet om andre kampagner, og at deres allianceopbygning derfor var mindre tidkrævende end for de fleste andre europæiske borgerinitiativer. Initiativtagerne understreger dog, at det ikke er tilstrækkeligt udelukkende at forlade sig på sit eksisterende netværk.



| Implementering

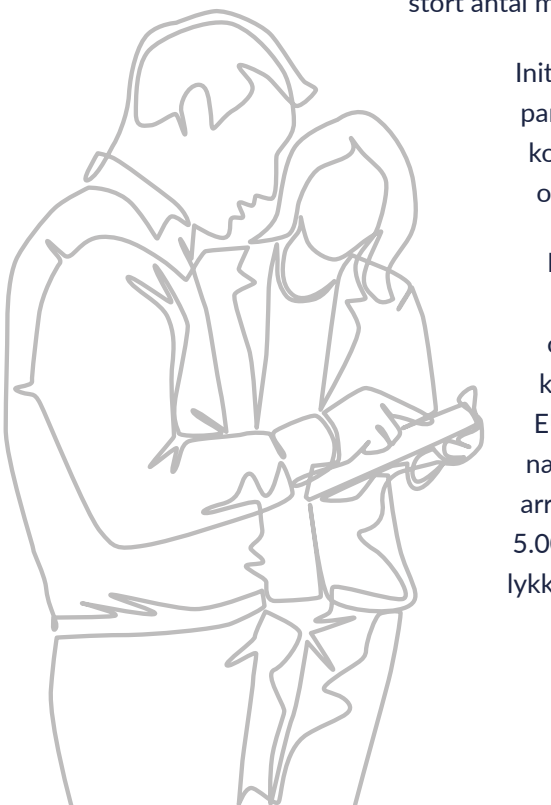
Initiativtagerne bemærkede, at "e-mail var kampagnens vigtigste medium". Da kampagnen blev ledet af en onlinekampagneorganisation, der dækker flere spørgsmål, var de vant til regelmæssigt at tage kontakt til deres medlemmer. Deres partnere gennemførte en lignende strategi. Selv om initiativtagerne ikke fokuserede på at samarbejde med "traditionelle medier", opfordrede de "partnerne til at dele indholdet på de sociale medier". E-mails var dog fortsat deres vigtigste kampagneværktøj.

Initiativtagerne gennemførte ikke betalte onlinekampagner på de sociale medier. De erkender dog, at disse værktøjer i dag har fået større betydning. Facebook-annoncer har svingende effekt i de forskellige medlemsstater. I de lande, hvor indsamlingen af underskrifter er enklere end i andre lande (f.eks. hvor der ikke kræves online-ID), er det mere sandsynligt, at et annonceret opslag bliver til en officiel støttetilkendegivelse. Facebook-annoncer hjælper også med bedre at forstå, hvor støttetilkendegivelserne stammer fra.

Initiativtagerne udarbejdede en liste over de nationale partnerorganisationer, der var villige til at deltage i kampagnen og "overtalte dem individuelt til at muliggøre underskriftindsamling på deres hjemmesider" via en integreret formular. De vedligeholdt disse kontakter og var jævnligt i kontakt med dem.

En kortlægning af interessenter i hele Europa var vigtig i kampagnens tidlige faser. Det er vigtigt at være opmærksom på, at underskrifter fra et bestemt land kan være afgørende, og at oprettelsen af et netværk af organisationer og indflydelsesrige aktører er af afgørende betydning. Dette var yderst relevant for denne kampagnes succes: ikke kun at basere sig på deres partnere, men også at udfylde de huller i netværket, der blev identificeret i begyndelsen.

Initiativtagerne bemærker også, at "det er vigtigt at have en kampagnehjemmeside, der er optimeret til søgemaskiner." Faktisk var hjemmesiden et af de steder, hvor der blev afgivet flest underskrifter til kampagnen (8-9 % af underskrifterne). Det er afgørende at have en kampagnehjemmeside på flere sprog for at kunne henvende sig til et stort antal mennesker på deres lokale sprog.



Initiativtagerne skrev også pressemeddelelser på engelsk og bad partnerorganisationerne om at få dem (samt information om og kontaktoplysninger for de lokale initiativtagere) oversat til de officielle sprog i de lande, hvor de arbejdede.

Der blev ansat professionelle kampagnefolk i tre lande (Spanien, Italien og Frankrig), hvor WeMove.EU, borgerinitiativets overordnede koordinerende organisation, havde ledende kampagnemedarbejdere. Initiativet nåede også ud til borgere i andre EU-lande, hvor der ikke var ansatte kampagnefolk. Her skal især nævnes, at WeMove.EU sammen med Campact og GLOBAL2000 arrangerede en "offline-underskriftindsamlingsdag". Ved at udsende 5.000 underskriftindsamlingspakker til tilhængere i hele Europa lykkedes det dem at få ca. 100.000 underskrifter i løbet af én weekend.

| Indsamling af underskrifter

Til onlineindsamlingen benyttede de OpenECI – en software som en række andre borgerinitiativer allerede havde anvendt. Ud over adgang til underskriftformularen giver OpenECI brugerne mulighed for direkte at indsamle kontaktoplysninger fra støtter af initiativet og integrere underskriftformularen i enhver hjemmeside.

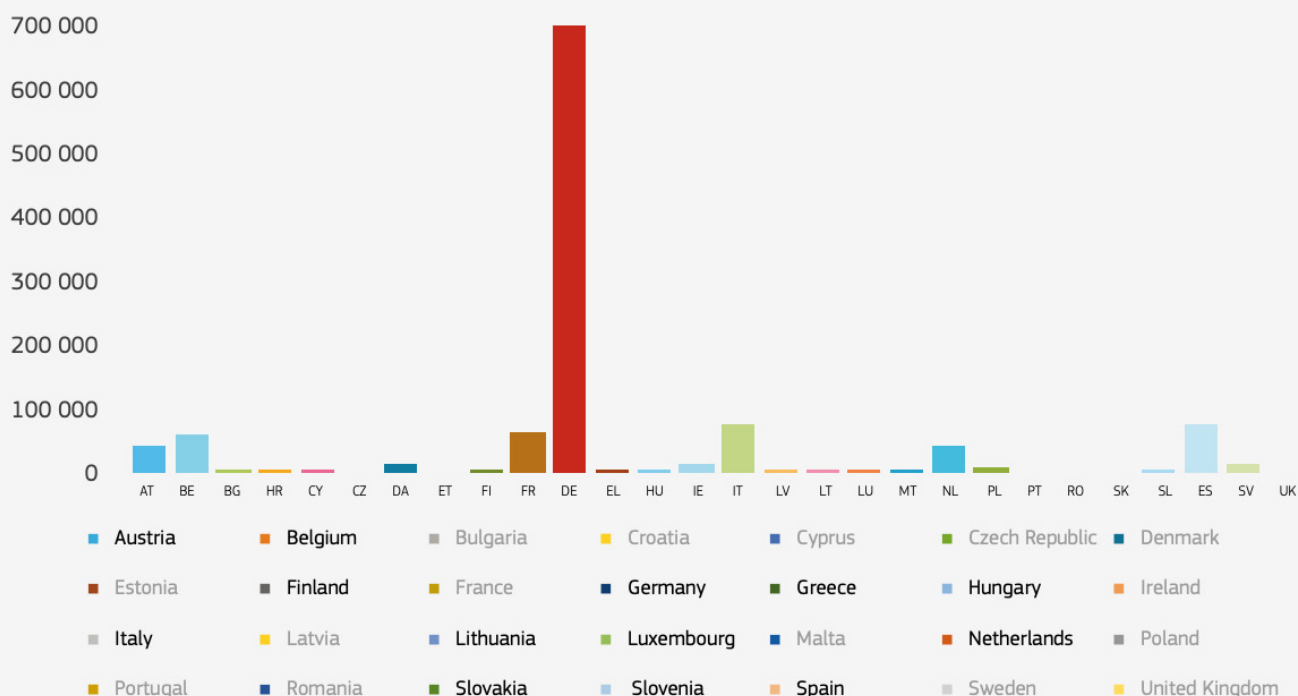
Den officielle indsamlingsperiode sluttede den 25. januar 2018, men det lykkedes initiativtagerne at indsamle 1 million underskrifter på kun fem måneder, så de besluttede at lukke indsamlingen allerede den 2. juli 2017. De var desuden opsatte på at få godkendt underskrifterne så hurtigt, at "borgerinitiativet kunne blive indgivet til Kommissionen, inden den skulle beslutte, om glyphosatlicensen skulle forlænges".



VIGTIGT:

Fra den 1. januar 2023 skal initiativtagere anvende det centrale onlineindsamlingsystem COCS.

Antal støtteerklæringer
(med fed: lande hvor grænsen blev nået)



| Kontrolproces og indsendelse af borgerinitiativet

Selv om nogle lande var længere om at gennemføre kontrollen af underskrifterne end andre, blev initiativet indgivet den 6. oktober 2017 sammen med attester, der bekræftede de 1.070.865 støttetilkendegivers validitet.

3

Virkningen af Stop glyphosat-kampagnen

Undersøgelse af initiativet og Kommissionens afgørelse

Den 23. oktober 2017 mødtes initiativtagerne med repræsentanter for Kommissionen: første næstformand Frans Timmermans, kommissær Vytenis Andriukaitis og en række ledende funktionærer fra forskellige relevante afdelinger (se [pressemeddelelsen](#)). Den 20. november 2017 fremlagde initiativtagerne initiativet ved en [offentlig høring](#) i Europa-Parlamentet.

De havde udvalgt "de personer, der havde størst viden om emnet" til at mødes med Kommissionen. De benyttede den samme strategi, da de forberedte den offentlige høring, og mødtes inden høringen for at beslutte, hvilke punkter de ønskede at lægge vægt på. Mange af medlemmerne af Europa-Parlamentet gav udtryk for stærk støtte til initiativet.

I sin [meddelelse](#) af 12. december 2017 (se [pressemeddelelsen](#)) havde Kommissionen følgende konklusioner:

- Der er ikke nogen videnskabelig eller juridisk begrundelse for et forbud mod glyphosat.
- Kommissionen vil fremsætte et lovforslag om at øge gennemsigtigheden i forbindelse med vurderingen af pesticider og forbedre kvaliteten og uafhængigheden af de videnskabelige undersøgelser, der danner grundlag for de vurderinger, som den Europæiske Fødevarerikkerhedsautoritet (EFSA) udfører.
- Implementeringen af direktivet om bæredygtig anvendelse af pesticider vil blive revideret.

Der er mere information om opfølgning på det [europæiske borgerinitiativs hjemmeside](#).



| Opfølgning

Både gruppen af koalitionsorganisationer og individuelle tilhængere blev kontaktet via e-mail for at blive informeret om kampagnens resultater.

Koalitionen af organisationer forblev aktiv – også efter at have gennemført det europæiske borgerinitiativ. Sammen forsøgte de at påvirke EU-lovgivningen om et beslægtet emne (generel fødevarerlovgivning). Efter vedtagelsen af denne lov faldt deres koordinerede aktiviteterets tempo. Deres e-maillister er dog stadig aktive i dag, og initiativtagerne er fortsat i kontakt med deres tilhængere om spørgsmål vedrørende deres sag.

Individuelle tilhængere var fortsat vigtige for kampagnen – selv efter afslutningen af det europæiske borgerinitiativ. Initiativtagerne forklarede, at "tilhængerne var en afgørende faktor på et senere tidspunkt" – navnlig da den generelle fødevarerlovgivning blev drøftet i Europa-Parlamentet.



Gode råd til fremtidige initiativtagere

- Inden du iværksætter et borgerinitiativ, er det en god idé at samle en onlinegruppe på hundredtusindvis af mennesker, der støtter det og er villige til at indsamle underskrifter. Tiden går stærkt!
- Uden en stor støttegruppe til at hjælpe i forbindelse med lanceringen skal du kunne indsamle ca. 3.000 nye underskrifter om dagen i hele den etårige indsamlingsperiode.
- Sørg derfor for at have en meget stor gruppe folk klar til at starte indsamlingen, så snart initiativet er blevet registreret.
- De fleste af pengene til dette borgerinitiativ kom fra de stærke medlemsorganisationer, der arbejdede for initiativet. Det er vigtigt at opfordre medlemsorganisationerne til at skaffe penge til at støtte deres arbejde i løbet af kampagnen.
- Sørg for at holde nøje øje med, hvordan det går med at nå indsamlingsmålene i de enkelte lande.
- E-mailkommunikation er meget vigtig for gennemførelsen af en kampagne.



Erfaringer

- «Hvis Kommissionen er forholdsvis positiv over for målene for et borgerinitiativ, kan det være et hensigtsmæssigt redskab, men et vellykket initiativ vil ikke kunne tvinge Kommissionen til at gøre noget, den ikke vil eller ikke er i stand til at gøre». Initiativtagerne bemærker dog også, at værktøjet altid kan «anvendes som et 'redskab til fastsættelse af dagsordenen' på europæisk plan».
- Stop glyphosat var vellykket i den forstand, at det fik 1 million underskrifter, og at initiativtagerne mødtes med Kommissionen, fik en offentlig høring i Europa-Parlamentet og fik svar fra Kommissionen, som indeholdt en række opfølgende initiativer. Initiativtagerne er dog af den opfattelse, at deres borgerinitiativ mislykkedes, fordi dets mål ikke blev nået.
- Initiativtagerne forklarede, at timing er afgørende, hvis du ønsker at gøre en forskel i en igangværende lovgivningssag. Dette kunne i sidste ende sikre større gennemslagskraft