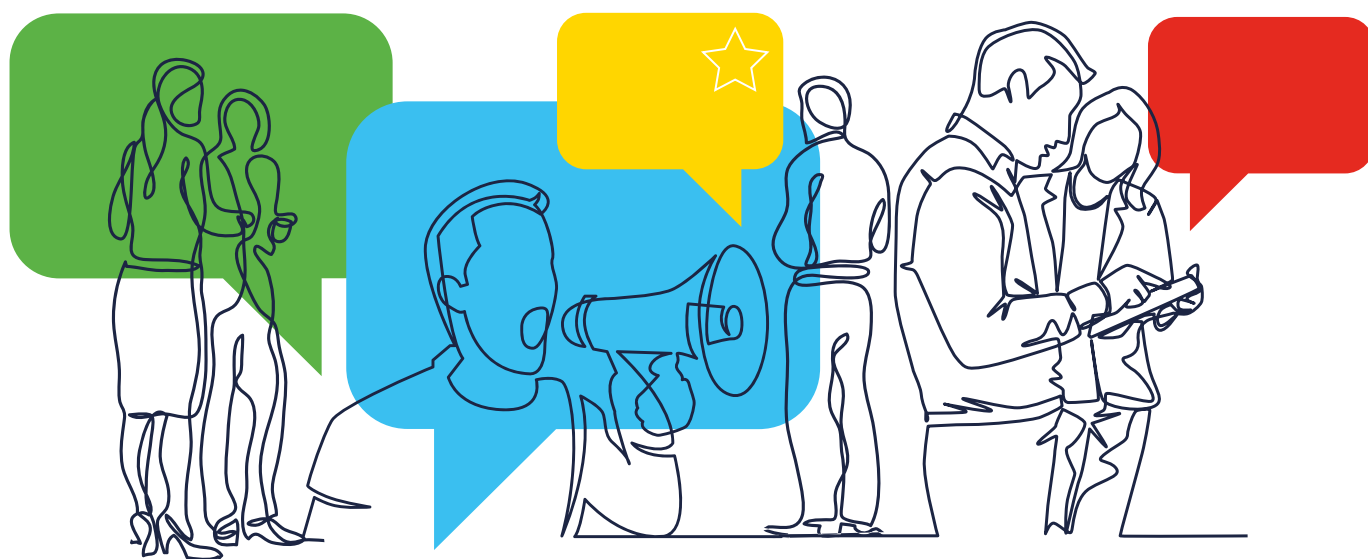




AZ EURÓPAI POLGÁRI KEZDEMÉNYEZÉS FÓRUMA

TILTSÁK BE A GLIFOZÁTOT!
(STOP GLYPHOSATE)



TUDJON MEG TÖBBET – ESZMECSERÉK -
LÉPJEN KAPCSOLATBA MÁSOKKAL - KÉRJEN TANÁCSOT!

| TARTALOMJEGYZÉK

TILTSÁK BE A GLIFOZÁTOT! (STOP GLYPHOSATE)	3
A „Tiltsák be a glifozátot!” kampány	4
A „Tiltsák be a glifozátot!” kampány hatása	7

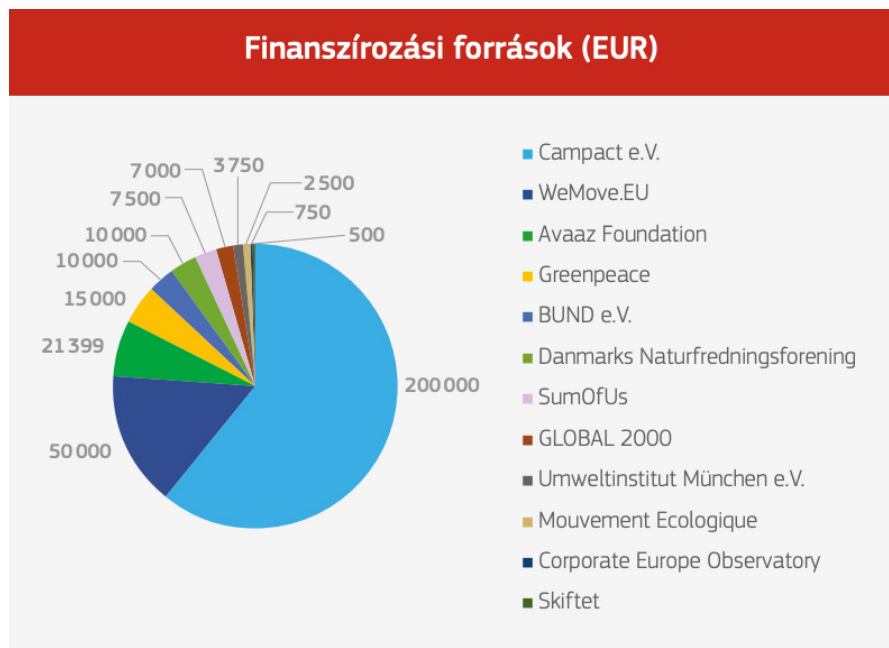


1

TILTSÁK BE A GLIFOZÁTOT! (STOP GLYPHOSATE)

A „Tiltsák be a glifozátot! (Stop glyphosate)” (teljes nevén: „Tiltsák be a glifozátot, és védjék meg az embereket és a környezetet a mérgező növényvédő szerektől!”) kezdeményezést 2017. január 25-én vették nyilvántartásba. Célja az volt, hogy az EU tiltsa be a glifozátot, vizsgálja felül a növényvédő szerek jóváhagyására vonatkozó eljárást, és határozzon meg az egész EU-ra kiterjedő, kötelező érvényű csökkentési célértékeket a növényvédő szerek használatának tekintetében.

A kezdeményezés fő célkitűzése egy növényvédőszer-mentes jövő megvalósítása volt, ahol tilos glifozáttartalmú gyomirtó szert használni. A szervezők érvelése szerint a glifozátexpozíció összefüggésbe hozható a rák kialakulásával az emberi szervezetben, valamint tönkreteszi az ökoszisztémákat.



A forrásszerzés tekintetében ez volt az eddigi legsikeresebb kezdeményezés: a szervezők 328 399 eurót gyűjtöttek össze olyan szervezetek segítségével, mint a Campact, a WeMove.EU és a Greenpeace.

A Bizottság úgy döntött, hogy a glifozátot nem tiltja ugyan be, de foganatosít bizonyos válaszingedményeket (lásd lent).



A kampány sikeréhez hozzájáruló tényezők:

- Már az első naptól fogva európaiak milliói voltak készek aláírni a kezdeményezést.
- Nem volt szükség koalíciót építeni; a már meglévőt kellett mozgósítani.
- A finanszírozási alap jelentős volt.

2

A „Tiltsák be a glifozátot!” kampány

Előkészületek

A kezdeményezés partnerei 2015-ben petíciót nyújtottak be az Európai Bizottsághoz, amely sikeresen felhívta a lakosság figyelmét az ügyre. Ezek után gondoltak arra, hogy az „európai polgári kezdeményezés lehet a következő lépés” céljaik eléréséhez.

Ugyanakkor „egy ilyen széles koalíció esetében az okozott nehézséget, hogy megegyezés szülessen a kezdeményezés megtervezésének módjáról”. Egyes partnerek a glifozát és a rák közötti kapcsolatra összpontosítottak, mások a biodiverzitás védelmére, megint mások pedig a vállalatok hatalmának korlátozására kívánták helyezni a hangsúlyt. Kemény munka árán a szervezőknek sikerült minden érdeket figyelembe venniük és a kezdeményezésbe belefoglalniuk.

Felállítottak egy döntéshozatali csoportot (az ún. „szervezők körét”), amelynek keretében a fő szervezetek 10–10 különböző képviselője hetente összeült, hogy megbeszélje a források elosztásával, a kommunikációs stratégiával, a nyilvántartásba vétellel, valamint a kezdeményezés és annak mellékleteinek megszövegezésével kapcsolatos kérdéseket.

A kezdeményezés koordinátora elkészítette az első tervezetet, amelyet véleményezésre megküldött a partnereknek. Az így született javaslatokat a következő ülések alkalmával integrálták a dokumentumba, amely több módosítás után nyerte el végső formáját. Ugyanígy jártak el a melléklettel is.

A „szervezők köre” az aláírásgyűjtés indítása előtt kb. fél évvel kezdte el a kampány szervezését. Először meghatározták a stratégiát, a forrásokat és a kapacitásokat. Mivel ez a csoport korábban már dolgozott együtt más kampányokon, az összefogás kevésbé volt időigényes, mint más európai polgári kezdeményezések esetében. A szervezők azonban hangsúlyozzák, hogy nem elég kizárólag egy már meglévő hálózatra építeni.



| Végrehajtás

A szervezők szerint „az e-mail volt a kampány legfontosabb eszköze”. Mivel a kampányt olyan szervezet vezette, amely több, különböző online kampányt is irányít, rutinfeladat volt számára a tagokkal folytatott rendszeres kommunikáció. Partnereik hasonló stratégiát folytattak. A szervezők elsősorban nem a „hagyományos médiára” helyezték a hangsúlyt, hanem azt javasolták partnereiknek, hogy „összák meg a tartalmat a közösségi médiában”. A legfontosabb kampányeszköz azonban az e-mail volt.

A szervezők nem tettek közzé fizetett hirdetéseket a közösségi médiában. Ma már azonban elismerik, hogy ezek az eszközök egyre fontosabbak. A Facebook-hirdetések hatékonysága tagállamonként más és más: azokban az országokban, ahol az aláírásgyűjtés könnyebb (pl. ahol nincs szükség online személyi azonosító számra), egy Facebook-hirdetéssel nagyobb valószínűséggel lehet támogatókat szerezni. Ez a csatorna ahhoz is hasznos, hogy vissza lehessen követni a támogató nyilatkozatok eredetét.

A szervezők felállították azoknak a tagállami partnerszervezeteknek a listáját, amelyek készek voltak részt venni a kampányban, majd „meggyőzték őket egyenként arról, hogy tegyék lehetővé weboldalukon az aláírásgyűjtést”, és ennek érdekében oldalukon hivatkozást helyezzenek el. A szervezetekkel rendszeresen tartották a kapcsolatot.

A kampány korai szakaszában fontos volt az érdekeltek feltérképezése Európa-szerte. Tudni kell, hogy egy-egy ország esetében az onnan származó aláírások nagyon fontosnak bizonyulhatnak, és ugyanígy fontos a szervezetekből és influencerekből álló hálózat létrehozása. Nem csak a meglévő partnerekre kell támaszkodni, újakat is kell találni, olyanokat, akik megfelelnek a kampány elején meghatározott kritériumoknak.

A szervezők szerint „fontos az is, hogy a kampánynak legyen egy keresőmotorokra optimalizált weboldala.” A kampányra leadott támogatások egy része (8–9%-a) a weboldalon történt. Fontos, hogy a weboldal azon a nyelven szóljon a lakossághoz, amelyet megértenek.



A szervezők által írt, angol nyelvű sajtóközleményeket a partnerszervezetek lefordították a székhelyük szerinti ország hivatalos nyelvére (nyelveire), és a helyi szervezőről szóló információkkal és annak kapcsolatfelvételi adataival együtt közzétették.

Három országban – Spanyolországban, Olaszországban és Franciaországban, ahol a kezdeményezés általános koordinációjáért felelő WeMove.EU tapasztalt aktivistákkal dolgozik – hivatásos szakemberekre bízta a kampány lefolytatását. A szervezők más uniós tagállamokba is eljuttatták üzenetüket, ahol nem álltak rendelkezésre professzionális aktivisták. A WeMove.EU a Campact és a GLOBAL2000 szervezettel karöltve például „offline aláírásgyűjtő napot” tartottak. Ennek keretében 5000 aláírásgyűjtő-csomagot küldtek szét Európa-szerte támogatóiknak, akik egyetlen hétvége alatt 100 ezer aláírást gyűjtöttek össze.

| Aláírások gyűjtése

Az online aláírásgyűjtéshez az OpenECI szoftvert használták, amelyet már számos más kezdeményezés szervezői is igénybe vettek. A szoftver nemcsak a támogató nyilatkozat formanyomtatványát bocsátja rendelkezésre, hanem lehetővé teszi a szervezőknek azt is, hogy közvetlenül begyűjtsék a támogatók kapcsolattartási adatait. A támogató nyilatkozat formanyomtatványát bármilyen weboldalra be lehet ágyazni.

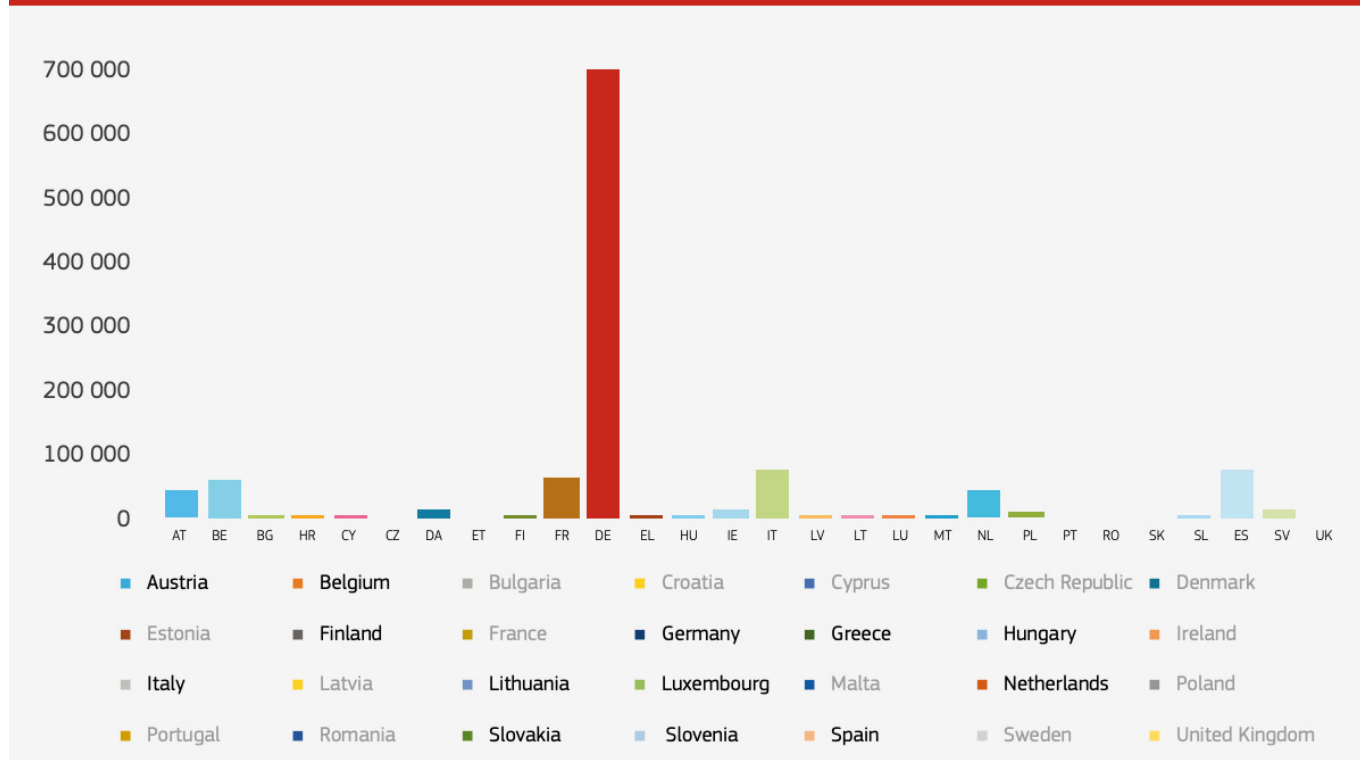
A szervezők öt hónap alatt összegyűjtötték az 1 millió aláírást, így az aláírásgyűjtési szakaszt a vártnál korábban, 2017. július 2-án lezárták (a támogató nyilatkozatok gyűjtése eredetileg 2018. január 25-ig tartott volna). Az aláírások ellenőrzése is hamar megtörtént, így „a kezdeményezést még azelőtt be tudtuk nyújtani a Bizottsághoz, hogy az döntést hozott volna a glifozát használatára vonatkozó engedély meghosszabbításáról”.



FONTOS:

2023. január 1-től a szervezők csak a központi online gyűjtési rendszert használhatják.

Támogató nyilatkozatok száma
(vastaggal szedve azokat az országokat, ahol elérték a küszöbértéket)



| Ellenőrzés és benyújtás

Noha egyes országokban elhúzódott az aláírások ellenőrzése, a szervezők 2017. október 6-án benyújtották a kezdeményezést és az 1 070 865 támogató nyilatkozat érvényességét megerősítő igazolást.

3

A „Tiltsák be a glifozátot!” kampány hatása

Vizsgálat és a Bizottság döntése

A szervezők 2017. október 23-án találkoztak Frans Timmermanssal, a Bizottság első alelnökével, Vytenis Andriukaitis biztossal, valamint a Bizottság egyéb érintett szervezeti egységeiben dolgozó vezető tisztviselőkkel (lásd a [sajtóközleményt](#)). November 20-án az Európai Parlamentben [nyilvános meghallgatás](#) keretében is bemutatták kezdeményezésüket.

A Bizottság képviselőivel folytatott megbeszélésre a szervezők a „témában legjártasabb személyeket” küldték. Ugyanezt a stratégiát követték a nyilvános meghallgatásra való felkészüléskor is, amely során előre megegyeztek azokról a pontokról, amelyre különös hangsúlyt kívántak fektetni. Az Európai Parlament számos képviselője „rendkívül készséges” volt.

A Bizottság 2017. december 12-én [közleményben](#) ismertette következtetéseit (lásd a [sajtóközleményt](#) is):

- A glifozát betiltásának se tudományos, se jogi alapja nincs.
- A Bizottság jogalkotási javaslatot terjeszt elő abból a célból, hogy javuljon a peszticidek értékelésének átláthatósága, valamint az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság (EFSA) által végzett értékelés alapjául szolgáló tudományos tanulmányok minősége és függetlensége.
- A Bizottság felülvizsgálja a fenntartható használatról szóló irányelv végrehajtását.

A válaszintézkedésekkel kapcsolatban bővebb információk olvashatók az [európai polgári kezdeményezés weboldalán](#).



| Nyomon követés

A kampány eredményéről a szervezői csoport és az egyéni támogatók is kaptak értesítést (e-mailben).

A szervezői csoport a kezdeményezés megvalósítását követően is tevékeny maradt, és megkísérelt egy hasonló témában (általános élelmiszerjog) befolyást gyakorolni az európai jogi szabályozásra. Miután az EU meghozta a jogszabályt, aktivitásuk lelassult. E-mail-listájuk azonban továbbra is él, és a szervezők kapcsolatban maradtak a támogatókkal az ügghöz kapcsolódó egy-egy téma vonatkozásában.

A kampány szempontjából fontosak az egyéni támogatók – az európai polgári kezdeményezés lezárása után is. A szervezők kifejtették, hogy az aláírók „később is fontos erőt képviseltek”, elsősorban akkor, amikor az Európai Parlament megvitatta az általános élelmiszerjogot.



Jó tanácsok más kezdeményezések szervezőinek

- A kezdeményezés elindítása előtt hozzanak létre egy olyan (több száz fős) online közösséget, amelyre biztosan építeni lehet az aláírások összegyűjtésekor. Az idő szalad!
- Vegyék figyelembe azt a tényt, hogy ilyen bázis nélkül naponta kb. 3000 új támogatást kell megszerezni az egyéves aláírásgyűjtő időszak alatt.
- Gondoskodjanak arról, hogy a kezdeményezés nyilvántartásba vételét követően minél többen el tudják kezdeni az aláírásgyűjtést.
- A források zömét a kezdeményezést előmozdító, erős tagszervezetek biztosították. Ösztönözzék forrásszerzésre a tagszervezeteket, hogy legyen miből finanszírozni a kampányt.
- Minden országban kövessék szorosan figyelemmel a megszerzendő aláírásokra vonatkozó célkitűzést!
- A kampány lebonyolításához nagyon fontos az e-mailben folytatott kommunikáció.



Levont tanulságok

- „Az európai polgári kezdeményezés megfelelő eszköz lehet azokban az ügyekben, amelyek célkitűzéseivel a Bizottság maga is viszonylag egyetért. De még így sem lehet a Bizottságot olyasvalamire kényszeríteni, amit nem akar vagy nem tud megtenni.” A szervezők szerint azonban a kezdeményezés hozzájárulhat ahhoz, hogy egy-egy ügy „európai szinten napirendre kerüljön”.
- A kezdeményezés sikeres volt, ha azt nézzük, hogy összegyűlt az egymillió aláírás; hogy a szervezők tudtak találkozni a Bizottság képviselőivel; hogy nyilvános meghallgatáson vettek részt a Parlamentben, és hogy a Bizottság válaszüzeneteket ígért. A szervezők azonban úgy vélik, hogy a kezdeményezés nem járt sikerrel, hiszen a kitűzött célkitűzések nem valósultak meg.
- Felhívták a figyelmet az időzítés fontosságára olyan esetekben, amikor egy folyamatban lévő jogalkotási eljárásban szeretnénk véleményünket érvényesíttetni. Megfelelő időzítéssel jobb eredményt lehet elérni.