

ÚSPĚŠNÁ INICIATIVA



## FÓRUM EVROPSKÉ OBČANSKÉ INICIATIVY

# STOP VIVISEKCI



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

## | OBSAH

STOP VIVISEKCI	3
Kampaň iniciativy „Stop vivisekci“	4
Dopad kampaně „Stop vivisekci“	6



# 1

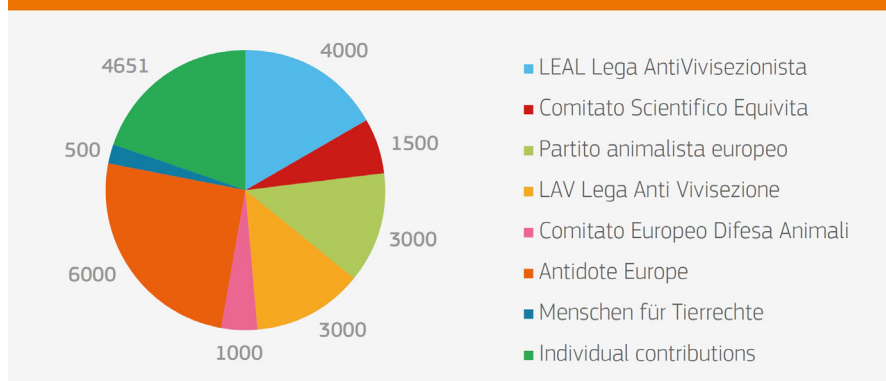
## STOP VIVISEKCI

Iniciativa Stop vivisekci byla zaregistrována 22. června 2012. Kladla si za cíl navrhnout přijetí evropského legislativního rámce, který by umožnil postupné ukončení pokusů na zvířatech.

Iniciativa měla dva konkrétní cíle:

- zrušit směrnici 2010/63/EU ze dne 22. září 2010 o ochraně zvířat používaných pro vědecké účely
- předložit nový návrh, podle něhož by bylo povinné používat data bezprostředně relevantní pro člověka

### Zdroje financování (€)



Evropská komise je stejného názoru jako organizátoři, tj. že by mělo být testování na zvířatech postupně zrušeno. Nemyslí si však, že by vědecké principy vyvrátily „zvířecí model“. Komise má za to, že testování na zvířatech nebrání vývoji alternativních metod výzkumu. Proto směrnici 2010/63/EU nezrušila, jelikož tato směrnice již umožňuje dosáhnout konečného cíle, kterým je úplné nahrazení zkoušek na zvířatech.

Iniciativa zavedla důležitý precedent, protože poprvé byly na veřejné slyšení v Evropském parlamentu vedle organizátorů iniciativy „Stop vivisekci“ pozváni i externí odborníci.



## FAKTORY ÚSPĚCHU

- široká základna dobrovolníků
- agresivní komunikační kampaň
- rozsáhlé využití sociálních médií

## 2

# Kampaň iniciativy „Stop vivisekci“

## Příprava

Kampaň „Stop vivisekci“ podpořila celoevropská aliance více než 250 sdružení na ochranu zvířat, vědeckých organizací a společností prodávající výrobky, které se netestují na zvířatech.

Pro sběr 1 milionu podpisů byla zásadní velká základna dobrovolníků, která byla vytvořena před zahájením iniciativy a během kampaně ještě rozšířena. „Nové kontakty a zkušenosti nabyté během kampaně tyto dobrovolníky připravily na další podobné projekty v budoucnu.“

Kampaň ukázala, jak je důležité plánovat evropskou občanskou iniciativu s dostatečným předstihem.

## Realizace

Organizátoři kampaně veřejnost na iniciativu upozornili především pomocí sociálních médií. Využili však také možností, které nabízely tradiční sdělovací prostředky. Kampaň získala značnou podporu z „televizní kampaně v Itálii, která byla sponzorována ze soukromých prostředků“.

## Sběr podpisů

Klíčovým faktorem při získávání prohlášení o podpoře byla strategie dominového efektu, která se během kampaně používala. Organizátoři vybudovali mohutnou síť v jedné zemi, shromáždili tam co nejvíce podpisů a tento příklad pak využili v další zemi. Jakmile bylo dosaženo rozhodujícího množství podpisů, kampaň se koordinovaným způsobem přesunula do další země.



Dalším důležitým aspektem kampaně byla podpora ze strany místních a celostátních organizací. Kampaň vedená čistě na celoevropské úrovni by pravděpodobně nepřinesla stejný úspěch. Organizátoři vysvětlili, že „spoléhali na podporu jednotlivců na místní úrovni“.

Nedostatek finančních prostředků se projevil zejména při vytváření online systému sběru. Komise však v reakci na tyto potíže poskytla v počáteční fázi evropské občanské iniciativy možnost, aby organizátoři využívali pro své systémy sběru její servery. Učinila tak nad rámec svých povinností, které jí ukládá nařízení o občanské iniciativě. Nabídla jim také technickou pomoc a odborné školení. Komise také výjimečně u všech iniciativ zaregistrovaných do 31. října 2012 akceptovala prohlášení o podpoře shromážděné do 1. listopadu 2013 (tedy ve lhůtě delší než stanovených 12 měsíců).

Online bylo shromážděno téměř 60 % podpisů, zbylých více než 40 % bylo získáno na tištěném formuláři.



## | Ověření podpisů a předložení iniciativy Komisi

Iniciativa byla předložena 3. března 2015 spolu s potvrzením platnosti 1 173 130 prohlášení o podpoře.

# 3

## Dopad kampaně „Stop vivisekci“

### Posouzení a rozhodnutí Komise

Zasedání s Komisí se konalo 11. května 2015. Organizátoři jednali s místopředsedou Evropské komise Jyrkim Katainenem a generálním ředitelem pro životní prostředí. Tentýž den představili svou iniciativu na veřejném slyšení v Evropském parlamentu.

Komise se ve svém sdělení z 3. června 2015 (viz tisková zpráva) zavázala provést sérii opatření:

- sdílet poznatky v zájmu rychlejšího nalezení náhrady používání zvířat, omezení jejich používání a šetrného zacházení s nimi
- podporovat vývoj, validaci a zavádění nových alternativních přístupů do praxe
- vymáhat dodržování zásady nahradit a omezit používání zvířat a šetrně s nimi zacházet, jakož i sladit příslušnou odvětvovou legislativu
- vést dialog s vědeckou obcí

Pokud jde o poslední bod, Komise uspořádala vědeckou konferenci, která se konala 6.–7. prosince 2016 v Bruselu a jejímž tématem byly alternativy, které by nahradily zkoušky na zvířatech. Komise zároveň informovala o pokroku v plnění výše uvedených opatření (viz zpráva).

Další informace o následných krocích najdete na internetových stránkách evropské občanské iniciativy.

Podle organizátorů reakce Komise na iniciativu nesplnila jejich očekávání.



## | Následná opatření

Informační kanály (např. internetové stránky a kanály sociálních médií), které byly vytvořeny během kampaně, rovněž pomohly organizátorům sdílet výsledky kampaně poté, co byla evropská občanská iniciativa realizována.

Konec kampaně k evropské občanské iniciativě neznamenal konec podpory ukončení vivisekce. Ve skutečnosti „se některé z daných organizací stále zabývají navazováním kontaktů ohledně tématu pokusů na zvířatech“. Síť kontaktů a synergie vytvořené během provádění evropské občanské iniciativy nekončí po skončení kampaně, ale ve skutečnosti poskytují potenciál k dalšímu růstu.



### Zkušenosti a poznatky

- Podle organizátorů „kampaň pomohla dobrovolníkům získat dovednosti v oblasti občanského života, pomohla jim navázat mezinárodní kontakty a posílila evropskou identitu všech, kdo se do ní zapojili.“ Úloha lidí, kteří získali takové dovednosti, byl považována za velmi důležitou pro danou kampaň.
- I přes problémy spojené s online systémem sběru prohlášení o podpoře měli organizátoři za to, že pro úspěšné shromáždění 1 milionu podpisů je online systém „nutný“.
- Organizátoři jsou toho názoru, že „za úspěšnou iniciativu lze označit tu, které se podaří dosáhnout změny právních předpisů“. I když k tomu pokaždé nedojde, „dobře zorganizovaná evropská občanská iniciativa zvyšuje povědomí veřejnosti, které přispívá k politické změně“.
- Televizní kampaň v Itálii sponzorovaná ze soukromých prostředků byla velmi důležitým prvkem kampaně. Podle názoru organizátorů by bez této televizní kampaně „nezískali milion požadovaných podpisů“.



### Rady a tipy pro organizátory budoucích iniciativ

- Nejdůležitějším a nejúčinnějším zdrojem jsou dobrovolníci. Spolehejte na ně.
- V kampani využívejte online komunikační nástroje a sociální média.
- Pravidelně dobrovolníky informujte o počtu shromážděných podpisů, abyste je povzbudili a motivovali.
- Spolehejte se na osobní kontakty a sítě svých partnerských organizací: jsou pro úspěch iniciativy velmi důležité.
- Soustředte se na země, kde máte silné partnery a kde můžete získat předepsaný počet podpisů.

