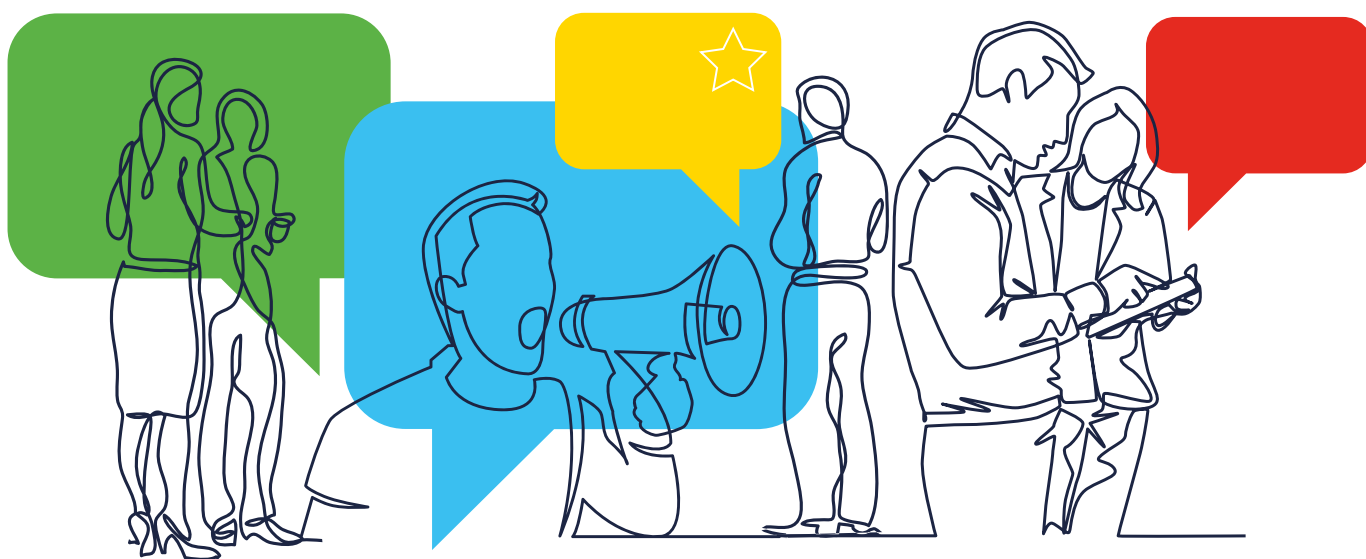




# EUROOPA KODANIKUALGATUSE FOORUM

## LÕPP LOOMKATSETELE



**SAAGE TEADA** – ARUTLEGE - VÕTKE ÜHENDUST - KÜSIGE NÕU

## | SISUKORD

LÕPP LOOMKATSETELE	3
Kodanikualgatus „Lõpp loomkatsetele“	4
Algatuse „Lõpp loomkatsetele“ kampaania mõju	6



# 1

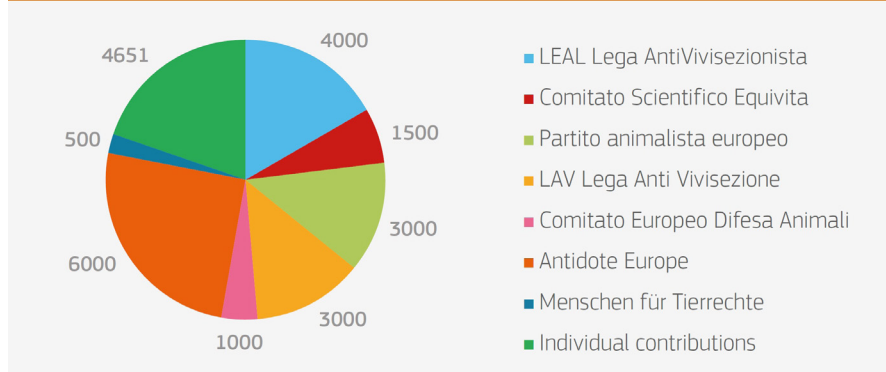
## LÕPP LOOMKATSETELE

Kodanikualgatus „Lõpp loomkatsetele“ registreeriti 22. juunil 2012. Sellega sooviti saavutada ettepanek võtta vastu Euroopa õigusraamistik, mille eesmärk on loomkatsed järk-järgult kaotada.

Algatusel oli kaks eesmärki:

- 22. septembri 2010. aasta direktiivi 2010/63/EL (teaduslikel eesmärkidel kasutatavate loomade kaitse kohta) kehtetuks tunnistamine;
- inimest otseselt puudutavate andmete kasutamist sisaldava uue ettepaneku esitamine.

### Rahastamisallikad (€)



Euroopa Komisjon oli nõus kodanikualgatuse korraldajate seisukohaga, et loomkatsed tuleks järk-järgult lõpetada, kuid ei pidanud siiski loomudeleid teaduslike põhimõtete vastaseks. Komisjon on seisukohal, et loomkatsed ei takista alternatiivsete uurimismeetodite väljatöötamist. Seepärast ei tunnistanud komisjon direktiivi 2010/63/EL kehtetuks, sest see juba sillutab teed loomkatsete täielikule asendamisele.

See algatus oli oluline pretsedent, sest esimest korda kutsuti Euroopa Parlamendis toimuvale avalikule kuulamisele koos kodanikualgatuse korraldajatega sõna võtma ka väliseksperte.



### Edutegurid

- Suur vabatahtlike võrgustik
- Intensiivne teavituskampaania
- Suhtlusmeedia laialdane kasutamine

## 2

# Kodanikualgatus „Lõpp loomkatsetele“

## Ettevalmistus

Kodanikualgatus „Lõpp loomkatsetele“ kampaaniat toetas ELi-ülene rohkem kui 250 liikmega liit, kuhu kuulus loomakaitserühmitusi, teadusasutusi ja loomadevastase julmuse vabade toodete müüjaid.

Üks miljon allkirja õnnestus koguda peamiselt tänu sellele, et enne algatuse käivitamist loodi hästi toimiv vabatahtlike võrgustik, mida kampaania ajal veelgi tugevdati. „Kampaania ajal loodud kontaktid ja hindamatud kogemused on neid vabatahtlikke ette valmistanud järgmiste sarnaste projektide jaoks.“

Kampaania on näidanud, kui oluline on Euroopa kodanikualgatus aegsasti kavandada.

## | Kampaania elluviimine

Kampaania korraldajad kasutasid avalikkuse tähelepanu äratamiseks peamiselt sotsiaalmeediat. Samuti kasutati traditsioonilise meedia võimalusi. Näiteks sai kampaania palju tuge tänu „Itaalia telekampaaniale, mida rahastas erasponsor“.

## | Allkirjade kogumine

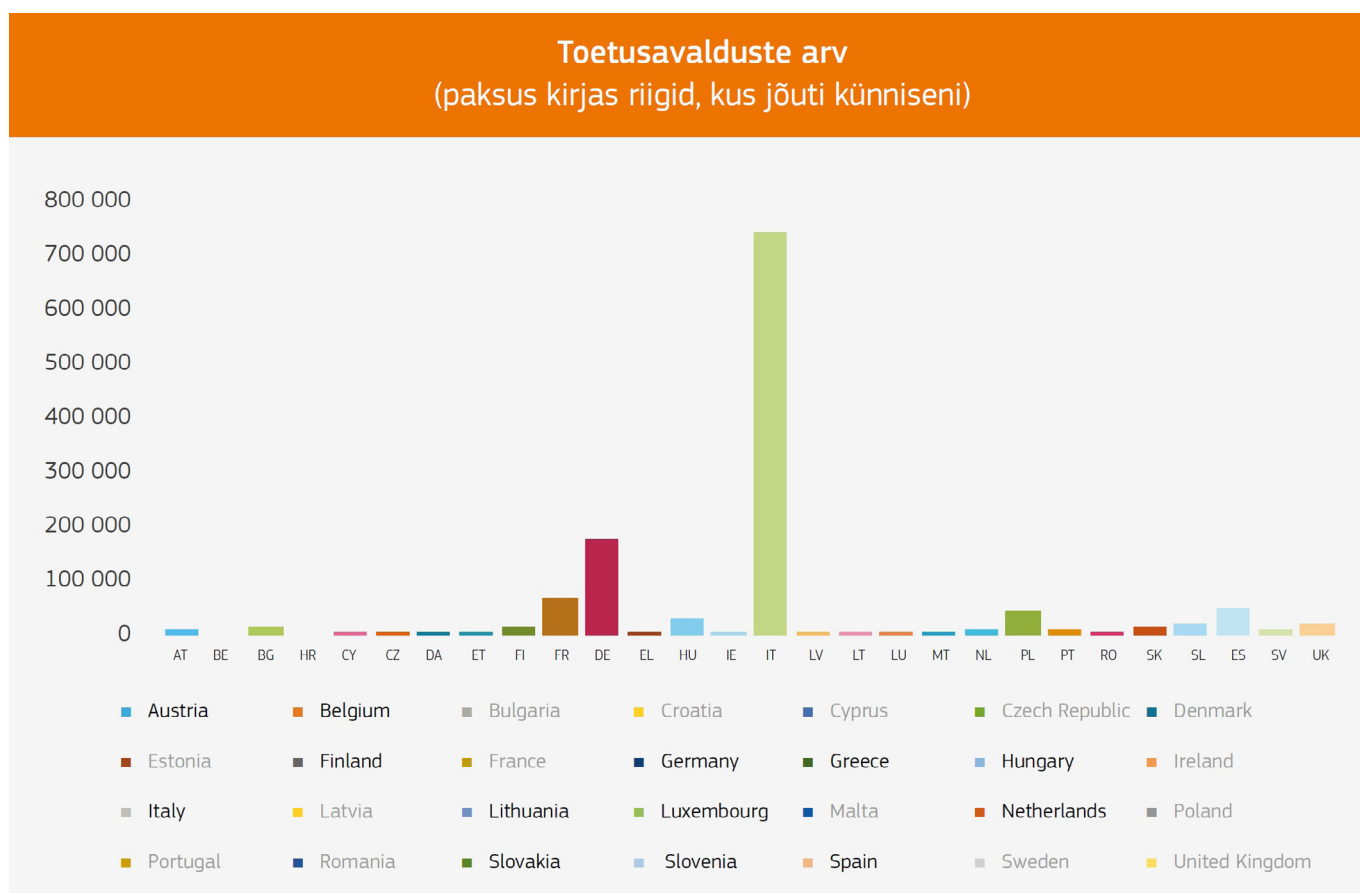
Toetusavalduste kogumise sõlmtegur oli ülekanduva mõjuga kampaaniastrateegia järgimine. Korraldajad löid ühes riigis tugevad võrgustikud ja kogusid võimalikult palju allkirju ning kasutasid seejärel selles riigis saavutatud edu mõju järgmises riigis. Kohe, kui oli kogutud piisaval hulgal toetust, liikus kampaania tähelepanu koordineeritult järgmisele riigile.



Kampaania teine oluline aspekt oli kohalike ja riiklike organisatsioonide toetus. Puhtalt Euroopa tasandi kampaaniat ei oleks tõenäoliselt saanud sama edu. Korraldajad selgitasid, et „nad said kasu eraisikute toetusest kohalikul tasandil“.

Kuna algatuse eelarve oli piiratud, tekkisid probleemid veebipõhise toetusavalduste kogumise süsteemi loomisel. Olukorra lahendamiseks võimaldas komisjon korraldajatel Euroopa kodanikualgatuse algfaasis majutada nende toetusavalduste kogumise veebipõhiseid süsteeme komisjoni serverites ning pakkus neile tehnilist abi ja koolitust, kuigi sellist kohustust komisjonil määruse järgi ei ole. Erandkorras lubas komisjon ka toetusavaldusi koguda kuni 1. novembrini 2013 (millega pikendati ametlikku 12-kuulist kogumisperiodi) algatuste puhul, mis registreeriti enne 31. oktoobrit 2012.

Internetis koguti veidi alla 60% ja paberil üle 40% allkirjadest.



## | Allkirjade kontrollimine ja algatuse esitamine

Kodanikualgatus esitati 3. märtsil 2015 koos tõenditega 1 173 130 toetusavalduse kehtivuse kohta.

# 3

## Algatuse „Lõpp loomkatsetele“ kampania mõju

### Algatuse läbivaatamine ja komisjoni otsus

11. mail 2005 toimus kohtumine komisjoniga. Korraldajad kohtusid Euroopa Komisjoni asepresidendi Jyrki Kataineni ja keskkonna peadirektoraadi peadirektoriga. Samal päeval toimus Euroopa Parlamendis korraldajate avalik kuulamine.

Komisjon teatas oma 3. juuni 2015. aasta teatises (vt pressiteade) mitme järelmeetme võtmisest.

- Teadmiste vahetamine kolme R-i põhimõtte (replacement/ asendamine, reduction/vähendamine ja refinement/täiustamine) järgimise parandamiseks;
- Uute alternatiivsete meetodite arendamise, valideerimise ja rakendamise toetamine;
- Kolme R-i järgimise tagamine ja asjakohaste sektoripõhiste õigusaktide ühtlustamine;
- Teadlastega peetava dialoogi arendamine.

Viimasena nimetatud järelmeetme jaoks korraldas komisjon Brüsselis 6.-7. detsembrini 2016 teaduskonverentsi, et arutada loomkatsete asemel alternatiivsete meetodite kasutamist. Konverentsil tegi komisjon kokkuvõtte järelmeetmete tulemuste kohta (vt aruanne).

Järelmeetmete kohta on lisateavet Euroopa kodanikualgatuse veebisaidil.

Korraldajate sõnul ei vastanud komisjoni vastus algatusele nende ootustele.



## | Järelmeetmed

Kampaania ajal loodud teabekanalid (nt veebisait ja sotsiaalmeediakanalid) aitasid korraldajatel jagada kampaania tulemusi ka pärast Euroopa kodanikualgatuse korraldamist.

Loomkatsete peatamise toetamine ei lõppenud Euroopa kodanikualgatuse kampaaniaga. „Mõned organisatsioonid tegelevad endiselt loomkatsete teemaga“. Euroopa kodanikualgatuse rakendamisel loodud võrgustik ja sünergia ei kao pärast kampaaniat, vaid võimaldavad laieneda palju kaugemale.



### Õppetunnid

- „Kampaania aitas arendada vabatahtlike kodanikuoskusi ja rahvusvahelisi kontakte ning suurendas kõigi osaliste eurooplase identiteedi tunnet.“ Nende inimeste roll, kes selliseid oskusi löid, oli kampaania jaoks väga oluline.
- Kuigi veebipõhise toetusavalduste kogumise süsteemiga oli probleeme, pidasid korraldajad seda süsteemi ühe miljoni allkirja kogumisel „ülioluliseks“ vahendiks.
- Korraldajate sõnul on „edukal algatusel üks loogiline lõpptulemus – seadusandlik muudatus“. Isegi kui seda alati ei saavutata, „suurendab hästi korraldatud Euroopa kodanikualgatus teadlikkust, mis aitab kaasa poliitiliste muudatuste elluviimisele“.
- Kampaanias oli tähtis roll telekampaanial, mida rahastas erasponsor. Korraldajate sõnul ei oleks nad sellela „miljon nõutavat allkirja kogunud“.



### Nõuanded teistele korraldajatele

- Vabatahtlikud on kõige olulisem ja võimsam ressurss – kasutage nende abi!
- Kasutage kampaanias veebipõhiseid teabevahetusvahendeid ja suhtlusmeediat.
- Hoidke vabatahtlikke allkirjade kogumise hetkeseisuga pidevalt kursis, et suurendada nende teotahet ja neid motiveerida.
- Kasutage partnerite isiklike kontakte ja võrgustikke – need on algatuse edu jaoks elutähtsad.
- Suunake ühes riigis vajaliku allkirjade määra saavutamiseks põhitähelepanu riikidesse, kus teil on tugevad partnerlussuhted.

