

PRIČA O USPJEHU



FORUM EUROPSKE GRAĐANSKE INICIJATIVE

NE VIVISEKCIJI



UČENJE – RASPRAVA - POVEŽITE SE - ZATRAŽITE SAVJET

| SADRŽAJ

NE VIVISEKCIJI	3
Kampanja „Ne vivisekciji”	4
Utjecaj kampanje „Ne vivisekciji”	6



1

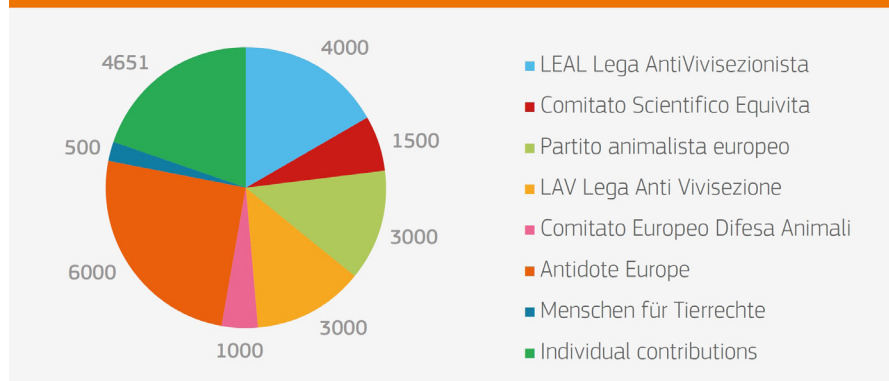
NE VIVISEKCIJI

Inicijativa „Ne vivisekciji” registrirana je 22. lipnja 2012. Njezin je cilj bio izraditi prijedlog europskog zakonodavnog okvira za postupno ukidanje testiranja na životinjama.

Cilj je inicijative bio dvostruk:

- poništiti Direktivu 2010/63/EU od 22. rujna 2010. o zaštiti životinja koje se koriste u znanstvene svrhe
- predstaviti novi prijedlog o obveznoj upotrebi podataka izravno relevantnih za ljudsku vrstu

Izvori financiranja (€)



Europska komisija bila je suglasna sa stajalištem organizatora da testiranje na životinjama treba postupno ukinuti, ali nije prihvatila mišljenje da znanstvena načela poništavaju „životinjski model”. Stav je Komisije da testiranje na životinjama ne ometa razvoj alternativnih istraživačkih metoda. Komisija stoga nije poništila Direktivu 2010/63/EU s obzirom na to da je na temelju Direktive već omogućen napredak prema konačnom cilju potpune zamjene.

Tom se inicijativom uveo bitan presedan jer su vanjski stručnjaci prvi put pozvani da, uz organizatore inicijative „Ne vivisekciji”, sudjeluju u javnoj raspravi u Europskom parlamentu.



Razlozi uspjeha

- Široka mreža volontera
- Agresivna komunikacijska kampanja
- Masovna upotreba društvenih medija

2

Kampanja „Ne vivisekciji”

Priprema

Kampanju „Ne vivisekciji” podržao je europski savez više od 250 skupina za zaštitu životinja, znanstvenih organizacija i proizvođača proizvoda dobivenih „bez okrutnog postupanja prema životinjama.”

Snažna mreža volontera, izgrađena prije pokretanja inicijative i ojačana tijekom kampanje, bila je ključni čimbenik pri prikupljanju 1 milijuna potpisa. „Novi kontakti i iskustva stečeni sudjelovanjem u kampanji pripremili su volontere za slične projekte u budućnosti”.

Kampanja je pokazala važnost planiranja europske građanske inicijative dovoljno unaprijed.

Provedba

Organizatori kampanje uglavnom su se koristili društvenim medijima kako bi privukli pozornost javnosti. Međutim, iskoristili su i mogućnosti koje nude tradicionalni mediji. Kampanja je dobila znatnu potporu „televizijske kampanje u Italiji koja je bila privatno sponzorirana”.

Prikupljanje potpisa

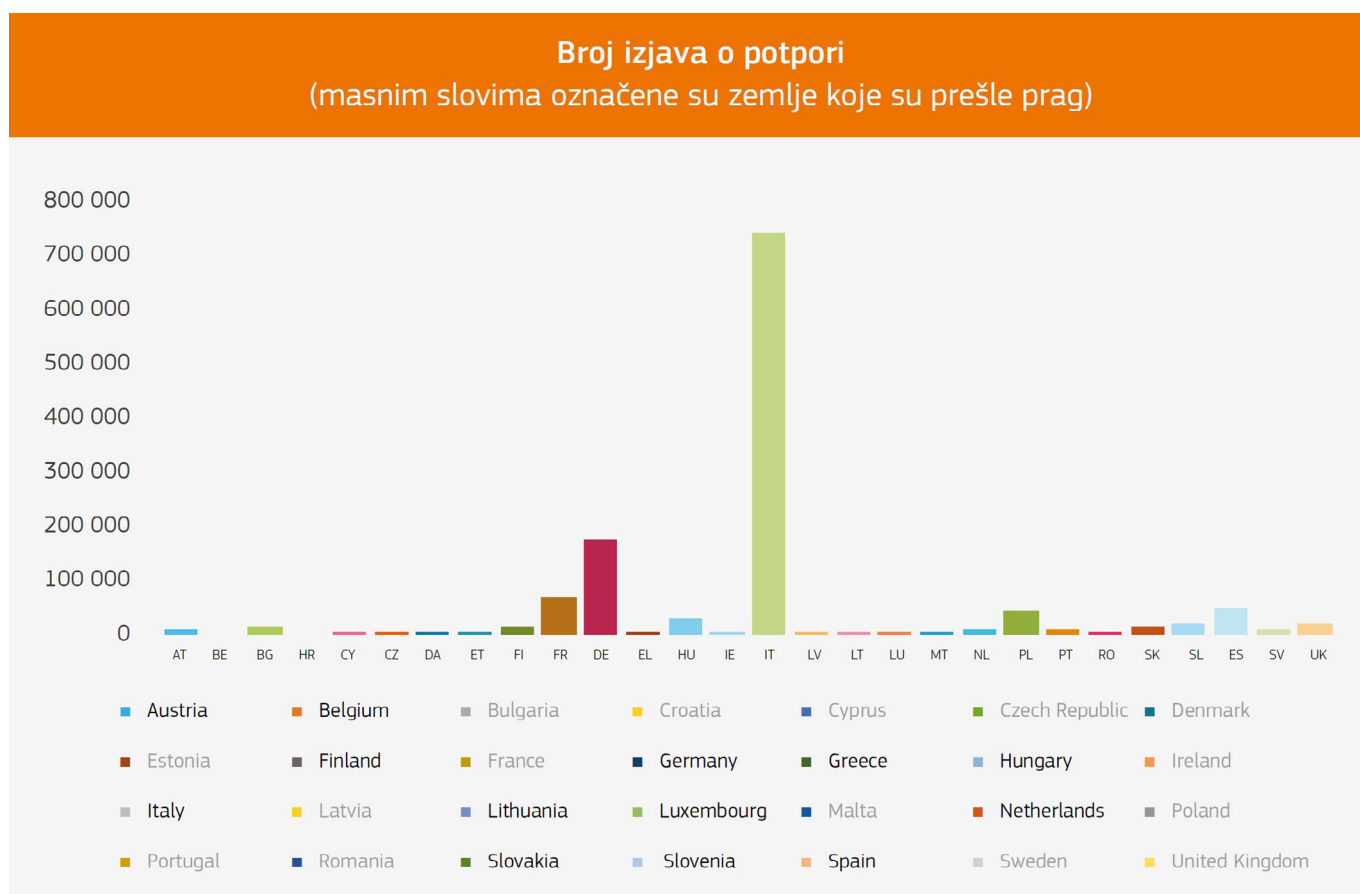
Ključni je čimbenik pri prikupljanju izjava o potpori bila primjena „strategije prelijevanja” tijekom kampanje. Organizatori bi razvili snažne mreže u jednoj zemlji i prikupili što je moguće više potpisa te tu zemlju iskoristili kao uporište za sljedeću. Doista, nakon što je stvorena kritična početna masa potpore, kampanja se koordinirano usmjeravala na sljedeću zemlju.



Sljedeći bitan aspekt kampanje bila je potpora lokalnih i nacionalnih organizacija. Kampanja koja bi se provodila isključivo na europskoj razini vjerojatno ne bi postigla jednak uspjeh. Organizatori su objasnili da su se „oslonili na potporu lokalnih sudionika“.

Zbog ograničenih sredstava kojima je inicijativa raspolagala pojavili su se posebni problemi povezani s uspostavom sustava za internetsko prikupljanje potpisa. Odgovarajući na poteškoće s kojima su se organizatori susreli tijekom početne faze inicijative Komisija im je, izvan granica svojih obveza koje proizlaze iz Uredbe, omogućila smještanje internetskog sustava za prikupljanje potpisa te tehničku podršku i osposobljavanje. Komisija je iznimno prihvatila i izjave o potpori prikupljene do 1. studenoga 2013. (nakon isteka službenog roka od 12 mjeseci) za sve inicijative koje su bile registrirane prije 31. listopada 2012.

Neznatno manje od 60 % potpisa prikupljeno je na internetu, a više od 40 % prikupljeno je potpisivanjem na papiru.



Provjera i podnošenje

Inicijativa s potvrdoma o valjanosti 1 173 130 izjava o potpori podnesena je 3. ožujka 2015.

3

Utjecaj kampanje „Ne vivisekciji”

Ispitivanje i odluka Komisije

Sastanak s Komisijom održan je 11. svibnja 2015. Organizatori inicijative sastali su se s potpredsjednikom Europske komisije Jyrkijem Katainenom te glavnim direktorom Glavne uprave za okoliš, a svoju su inicijativu istog dana predstavili na javnoj raspravi u Europskom parlamentu.

Komisija se u Komunikaciji od 3. lipnja 2015. (vidjeti priopćenje za medije) obvezala na niz daljnjih mjera:

- Ubrzavanje napretka u području „tri R” (zamjena, smanjenje i poboljšanje (en. replacement, reduction and refinement) dijeljenjem znanja;
- Potpora razvoju, vrednovanju i provedbi novih alternativnih pristupa;
- Provedba sukladnosti s načelom „tri R” i usklađenost mjerodavnog zakonodavstva u sektoru;
- Dijalog sa znanstvenom zajednicom.

Komisija je u vezi sa zadnjom stavkom organizirala znanstvenu konferenciju u Bruxellesu 6. i 7. prosinca 2016. radi rasprave o alternativama testiranju na životinjama. Komisija je istovremeno izvijestila o napretku u pogledu daljnjih mjera (vidjeti izvješće).

Više informacija o daljnjim mjerama dostupno je na internetskim stranicama europske građanske inicijative.

Organizatori smatraju da odgovor Komisije na inicijativu nije ispunio njihova očekivanja.



| Daljnji koraci

Informacijski kanali (npr. internetske stranice i društveni mediji) koji su izgrađeni tijekom kampanje pomogli su organizatorima i da razmjenjuju podatke o rezultatima kampanje nakon provedbe europske građanske inicijative.

Zalaganje za zabranu vivisekcije nije se završilo okončanjem kampanje europske građanske inicijative. Zapravo, „neke organizacije i dalje surađuju u vezi s pokusima na životinjama”. Mreža i sinergija stvorene tijekom provedbe europske građanske inicijative ne prestaju završetkom kampanje, nego zapravo pružaju mogućnost nastavka rada koji je uvelike nadilazi.



Stečena iskustva

- Organizatori smatraju da su „zahvaljujući kampanji volonteri izgradili svoje građanske vještine i transnacionalne veze, a svi sudionici ojačali su svoj europski identitet”. Uloga osoba koje su stekle takve vještine smatrala se vrlo važnom za kampanju.
- Usprkos poteškoćama s internetskim sustavom, oni smatraju da je internetsko prikupljanje izjava o potpori „ključno” za uspješno prikupljanje jednog milijuna potpisa u okviru inicijative.
- Organizatori smatraju da „uspješna inicijativa ima jedan logičan zaključak: promjenu zakonodavstva”. Premda ne dolazi uvijek do promjene, „dobro organizirana europska građanska inicijativa javno je iskazivanje stavova koje će pridonijeti političkoj promjeni”.
- Televizijska kampanja sponzorirana privatnim sredstvima bila je ključan element kampanje. Organizatori smatraju da bez nje „ne bi prikupili milijun potrebnih potpisa”.



Upute i savjeti organizatorima budućih inicijativa

- Volonteri su vaš najvažniji i najjači resurs ... pouzdajte se u njih!
- U kampanji se trebate koristiti internetskim komunikacijskim alatima i društvenim medijima.
- Redovito ažurirajte volontere o broju prikupljenih potpisa kako biste im podigli moral i motivaciju.
- Pouzdajte se u osobne kontakte i mreže vaših partnera: oni su ključ uspjeha inicijative.
- Usmjerite se na zemlje u kojima imate snažne partnere kako biste dosegli nacionalne pragove.

