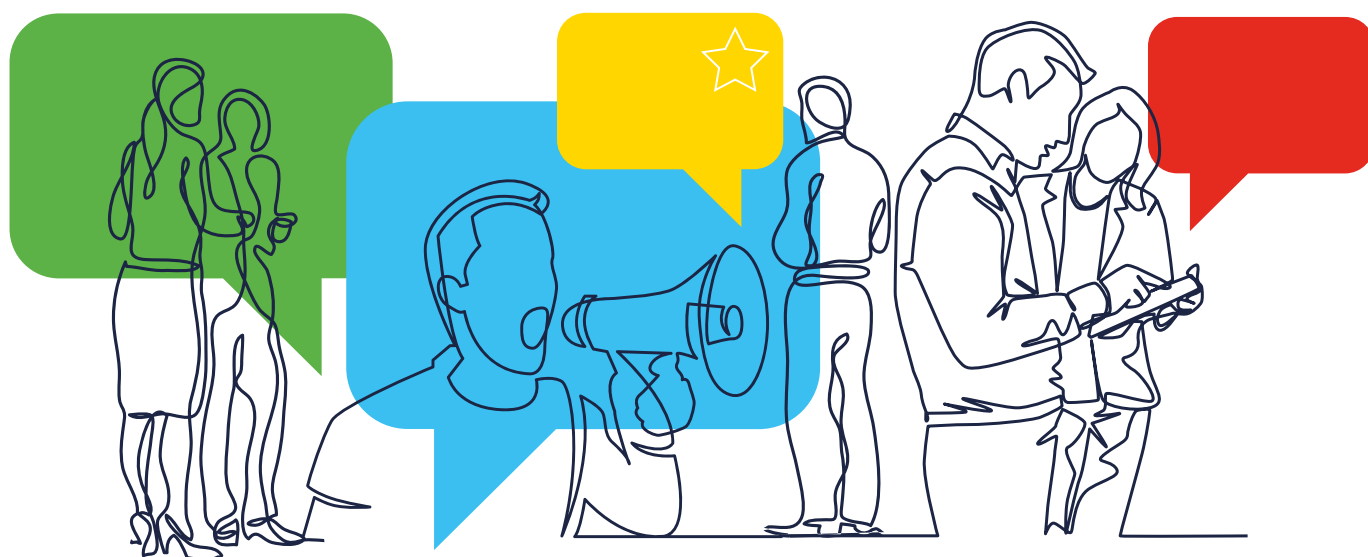




## FÓRUM EURÓPSKEJ INICIATÍVY OBČANOV

### STOP VIVISEKCII (Stop vivisection)



**ZDROJE INFORMÁCIÍ** – DISKUSIA – POUŽÍVATELIA –  
PORADENSTVO

## | OBSAH

STOP VIVISEKCII (Stop vivisection)	3
Kampaň Stop vivisekcie	4
Vplyv kampane Stop vivisekcie	6



# 1

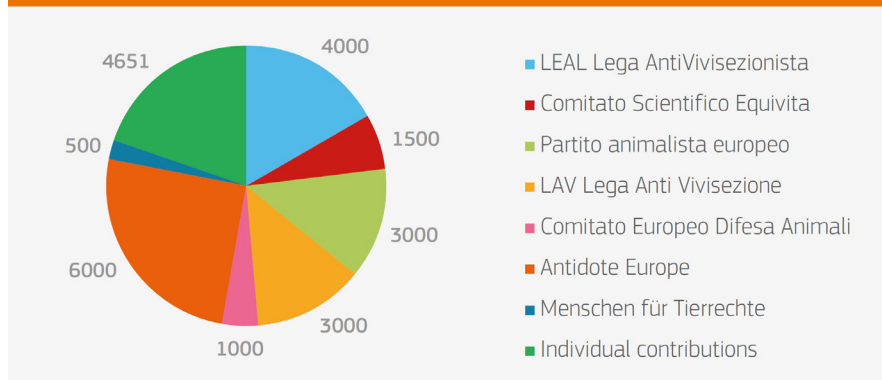
## STOP VIVISEKCII (Stop vivisection)

Iniciatíva Stop vivisekcii bola zaregistrovaná 22. júna 2012. Jej cieľom bolo navrhnúť európsky legislatívny rámec na postupné ukončenie pokusov na zvieratách.

Cieľ iniciatívy bol dvojaký:

- zrušiť smernicu 2010/63/EÚ z 22. septembra 2010 o ochrane zvierat používaných na vedecké účely,
- predložiť nový návrh, na základe ktorého by sa povinne používali údaje priamo relevantné pre ľudí.

### Zdroje financovania (EUR)



Európska komisia je rovnako ako organizátori presvedčená, že testovanie na zvieratách by sa malo zrušiť, neprijala však názor, že vedecké zásady vylučujú vhodnosť „zvieracieho modelu“. Komisia zastáva názor, že testovanie na zvieratách nebráni vývoju alternatívnych výskumných metód. Komisia preto nezrušila smernicu 2010/63/EÚ, keďže sa domnieva, že sa v nej už umožňuje pokrok smerom ku konečnému cieľu úplného nahradenia.

Iniciatívou sa vytvoril významný precedens, pretože prvýkrát bolo na verejnom vypočutí v Európskom parlamente umožnené okrem organizátorov iniciatívy Stop vivisekcii prehovoriť aj externým expertom.



### Faktory úspechu

- široká sieť dobrovoľníkov,
- agresívna komunikačná kampaň,
- rozsiahle využívanie sociálnych médií.

## 2

# Kampaň Stop vivisekcii

## Príprava

Kampaň Stop vivisekcii podporila aliancia na úrovni celej EÚ pozostávajúca z viac než 250 skupín na ochranu zvierat, vedeckých organizácií a spoločností predávajúcich výrobky vyrábané „bez krutosti páchanej na zvieratách“.

Na zozbieranie 1 milióna podpisov bola najväčšmi potrebná veľká sieť dobrovoľníkov, ktorá bola vytvorená ešte pred začatím iniciatívy a počas kampane posilnená. „Nové kontakty a obohacujúce skúsenosti z kampane týchto dobrovoľníkov pripravili na ďalšie podobné projekty v budúcnosti“.

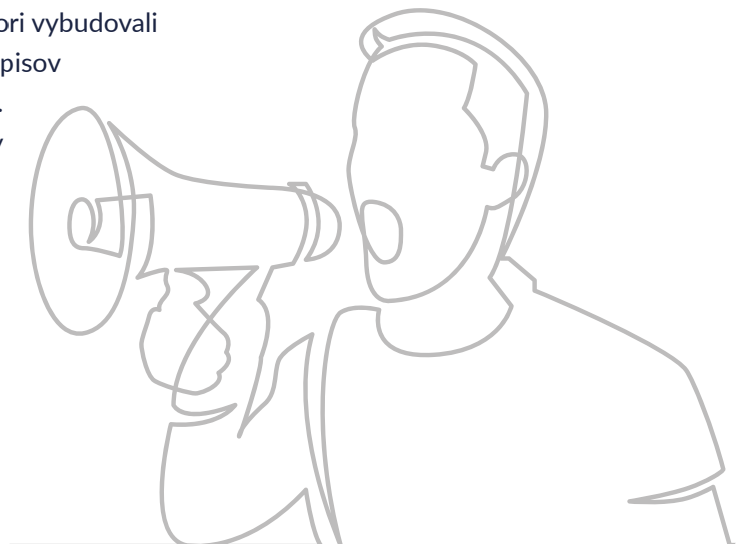
Kampaň poukázala na dôležitosť plánovania európskej iniciatívy občanov v značnom časovom predstihu.

## Vykonávanie

Organizátori kampane na pritiahnutie pozornosti verejnosti využívali najmä sociálne médiá. Takisto však využili možnosti, ktoré ponúkajú tradičné médiá. Kampaň získala značnú podporu od „televíznej kampane v Taliansku sponzorovanej zo súkromných zdrojov.“

## Zbieranie podpisov

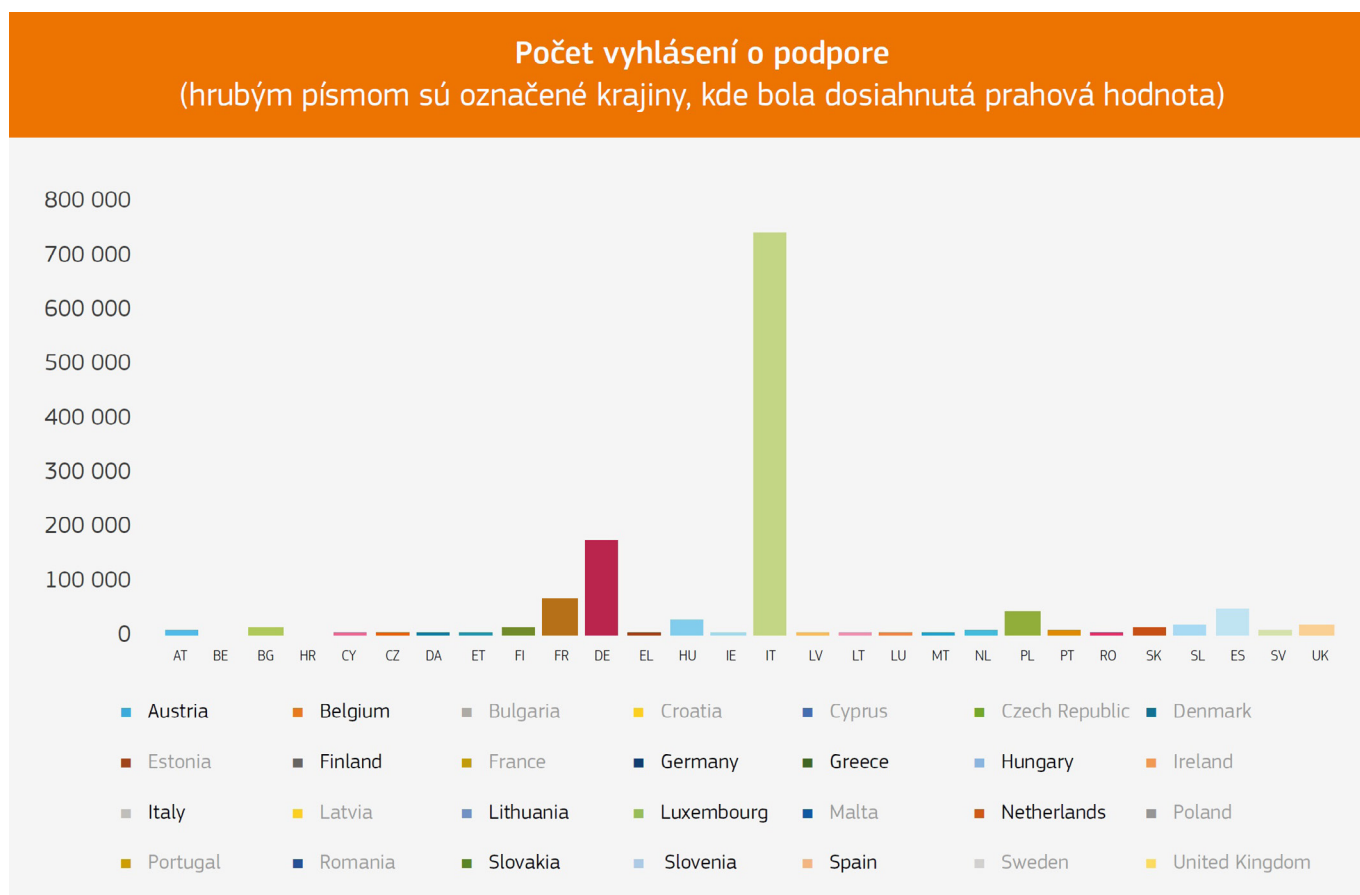
Kľúčovým faktorom pri zbieraní vyhlásení o podpore bola stratégia prelievania, ktorá sa počas kampane využívala. Organizátori vybudovali veľké siete v jednej krajine, zozbierali v nej čo najviac podpisov a potom túto krajinu použili ako odrazový mostík k ďalšej. Po zabezpečení kritického počiatočného objemu podpory sa zameranie kampane koordinovane presunulo na ďalšiu krajinu.



Ďalším relevantným aspektom kampane bola podpora od miestnych a vnútroštátnych organizácií. Čisto európska kampaň by pravdepodobne neprinesla rovnaký úspech. Organizátori vysvetlili, že sa „spoliehali na podporu miestnych subjektov.“

Obmedzené finančné zdroje iniciatívy spôsobili ťažkosti pri zriaďovaní online systému zberu. V reakcii na tieto ťažkosti, s ktorými sa organizátori stretli počas úvodnej fázy európskej iniciatívy občanov, však Komisia nad rámec svojich povinností vyplývajúcich z nariadenia poskytla hostovanie online systémov zberu organizátorov, ako aj technickú podporu a odbornú prípravu. Takisto v prípade iniciatív registrovaných pred 31. októbrom 2012 na základe výnimky prijímala Komisia vyhlásenia o podpore až do 1. novembra 2013 (lehota presahujúca oficiálnych 12 mesiacov).

Online sa zozbieralo takmer 60 % podpisov a na papieri viac než 40 %.



## Overenie a predloženie

Iniciatíva bola predložená 3. marca 2015 spolu s potvrdeniami o platnosti 1 173 130 vyhlásení o podpore.

# 3

## Vplyv kampane Stop vivisekcii

### Posúdenie iniciatívy Komisiou a jej rozhodnutie

Stretnutie s Komisiou sa uskutočnilo 11. mája 2015. Organizátori sa stretli s podpredsedom Európskej komisie Jyrki Katainenom a generálnym riaditeľom pre životné prostredie. V ten istý deň organizátori predstavili iniciatívu aj na verejnom vypočutí v Európskom parlamente.

V oznámení z 3. júna 2015 (pozri tlačovú správu) sa Komisia zaviazala uskutočniť sériu následných opatrení:

- urýchlenie pokroku v troch oblastiach (nahradenie, obmedzenie a zjemnenie) prostredníctvom výmeny poznatkov;
- podpora rozvoja, overovania a vykonávania nových alternatívnych prístupov;
- presadzovanie dodržiavania zásady nahradenia, obmedzenia a zjemnenia a zosúladienie príslušných odvetvových právnych predpisov;
- zapojenie sa do dialógu s vedeckou obcou.

Pokiaľ ide o posledný bod, Komisia zorganizovala vedeckú konferenciu na tému alternatív k testovaniu na zvieratách, ktorá sa uskutočnila v Bruseli 6. až 7. decembra 2016. Komisia zároveň vypracovala správu o pokroku pri realizácii následných opatrení (pozri správu).

Ďalšie informácie o následných opatreniach možno nájsť na webovom sídle európskej iniciatívy občanov.

Podľa slov organizátorov nespĺnila odpoveď Komisie na iniciatívu ich očakávania.



## | Následné opatrenia

Informačné kanály (napr. webové sídlo a kanály na sociálnych médiách) vytvorené počas kampane takisto pomohli organizátorom zdieľať výsledky kampane po tom, ako sa európska iniciatíva občanov uskutočnila.

Obhajovanie zastavenia vivisekcie sa neskončilo spolu s ukončením kampane európskej iniciatívy občanov. „Niektoré organizácie“ dokonca „v rámci siete naďalej spolupracujú na tému pokusov na zvieratách“. Sieť a synergie vytvorené počas realizácie európskej iniciatívy občanov sa po kampani neskončili, ale predstavujú skutočný potenciál na ďalekosiahly rast.



## Nadobudnuté skúsenosti

- Z pohľadu organizátorov „kampaň vyformovala občianske kompetencie dobrovoľníkov, vytvorila nadnárodné spojenia a posilnila európsku identitu všetkých zúčastnených.“ Úloha ľudí, ktorí si vytvorili takéto kompetencie, sa považovala za veľmi dôležitú pre kampaň.
- Napriek ťažkostiam s online systémom zberu ho považovali za „kľúčový prvok“ pre dosiahnutie úspechu iniciatívy, v rámci ktorej sa podarilo zozbierať 1 milión podpisov.
- Podľa organizátorov „vyplýva z úspešnej iniciatívy jediný logický záver: legislatívna zmena“. Hoci sa to vždy nepodarí, „dobro zorganizovaná európska iniciatíva občanov podporí informovanosť verejnosti a prispeje k politickej zmene.“
- Televízna kampaň sponzorovaná zo súkromných zdrojov bola kľúčovým prvkom kampane. Organizátori by podľa vlastných slov bez tejto televíznej kampane „nezískali jeden milión požadovaných podpisov“.



## Rady a tipy pre budúcich organizátorov

- Dobrovoľníci sú najdôležitejším a najvýkonnejším zdrojom... využívajte ich.
- Používajte v kampani online komunikačné nástroje a sociálne médiá.
- Pravidelne informujte dobrovoľníkov o zozbieraných podpisoch, aby ste ich povzbudili a motivovali.
- Spoliehajte na osobné kontakty a siete partnerov: pre úspech iniciatívy sú najdôležitejšie.
- Zamerajte sa na krajiny, v ktorých existujú silní partneri, aby ste v nich dosiahli potrebné prahové hodnoty.

