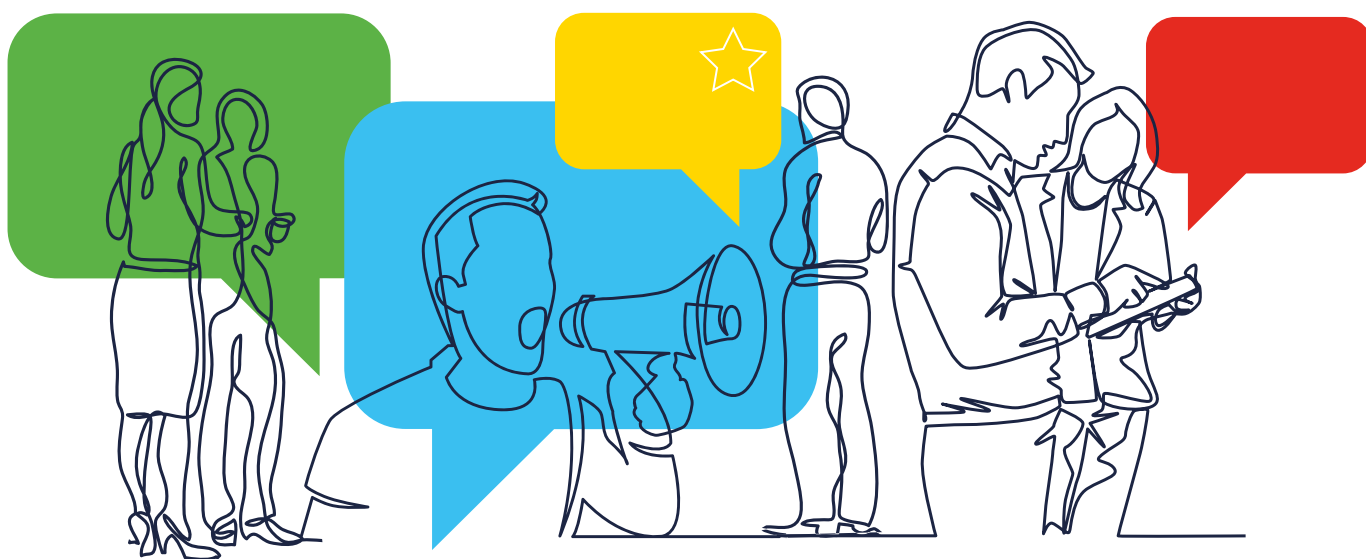


ZGODBA O USPEHU



FORUM EVROPSKE DRŽAVLJANSKE POBUDE

STOP VIVISECTION



NAUČI SE – RAZPRAVLJAJ - POVEŽITE SE - POIŠČITE NASVET

KAZALO

Stop Vivisection	3
Kampanja Stop vivisection	4
Vpliv kampanje Stop Vivisection	6



1

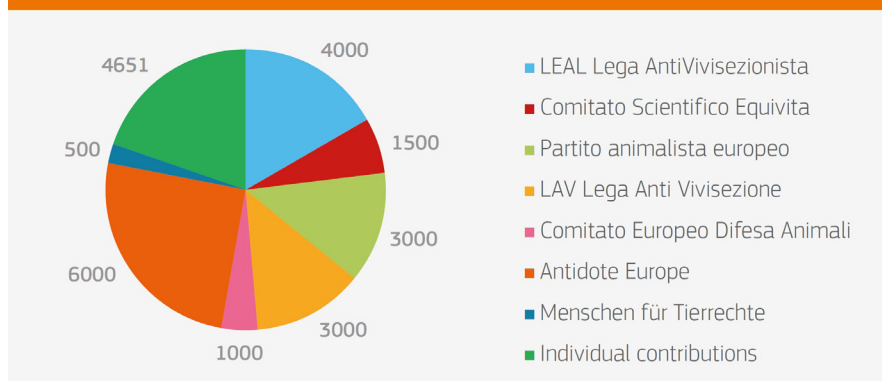
Stop Vivisection

Pobuda stop Vivisection je bila registrirana 22. junija 2012. Pobuda je od Komisije zahtevala, naj oblikuje zakonodajni okvir, namenjen postopni odpravi poskusov na živalih.

Pobuda je imela dva cilja:

- razveljavitev Direktive 2010/63/EU z dne 22. septembra 2010 o zaščiti živali, ki se uporabljajo v znanstvene namene
- priprava novega predloga o uvedbi obvezne uporabe podatkov, ki se neposredno nanašajo na človeka

Viri financiranja (EUR)



Evropska komisija se je strinjala s predlogom organizatorjev o postopni odpravi poskusov na živalih, vendar se ni strinjala s trditvijo, da znanstvena načela razveljavljajo „model, ki vključuje živali“. Komisija meni, da poskusi na živalih ne ovirajo razvoja alternativnih raziskovalnih metod. Komisija zato ni razveljavila Direktive 2010/63/EU z obrazložitvijo, da že omogoča pomemben korak k uresničevanju končnega cilja popolne nadomestitve poskusov na živih živalih.

Pobuda je pomenila pomemben precedens v tem, da so na javni predstavitvi v Evropskem parlamentu skupaj z organizatorji pobude Stop Vivisection prvič sodelovali tudi zunanji strokovnjaki.



Dejavniki uspeha

- Obsežna mreža prostovoljcev
- Agresivna komunikacijska kampanja
- Široka uporaba družbenih medijev

2

Kampanja Stop vivisection

Priprava

Kampanjo Stop vivisection je na evropski ravni podprla zveza več kot 250 skupin za zaščito živali, znanstvenih organizacij in podjetij, ki prodajajo izdelke, proizvedene na nekrut način za živali.

Pri zbiranju milijona podpisov je bila ključna vloga obsežne mreže prostovoljcev, vzpostavljene pred začetkom pobude, ki so jo med kampanjo še okrepili. „Prostovoljci so se na podlagi novih stikov in pridobljenih izkušenj med kampanjo pripravili za druge podobne projekte v prihodnosti“.

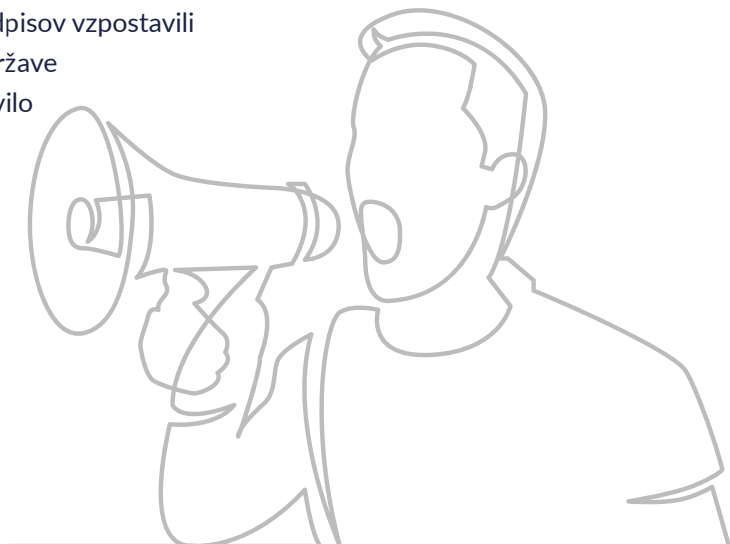
Kampanja je pokazala, kako pomembno je, da se evropska državljanska pobuda načrtuje dovolj zgodaj.

Izvajanje

Organizatorji kampanje so se za pritegnitev pozornosti javnosti v glavnem posluževali družbenih medijev. Vendar so uporabili tudi možnosti, ki jih ponujajo tradicionalni mediji. Kampanja je prejela znatno podporo v okviru „televizijske kampanje v Italiji, financirane z zasebnimi sredstvi“.

Zbiranje podpisov podpore

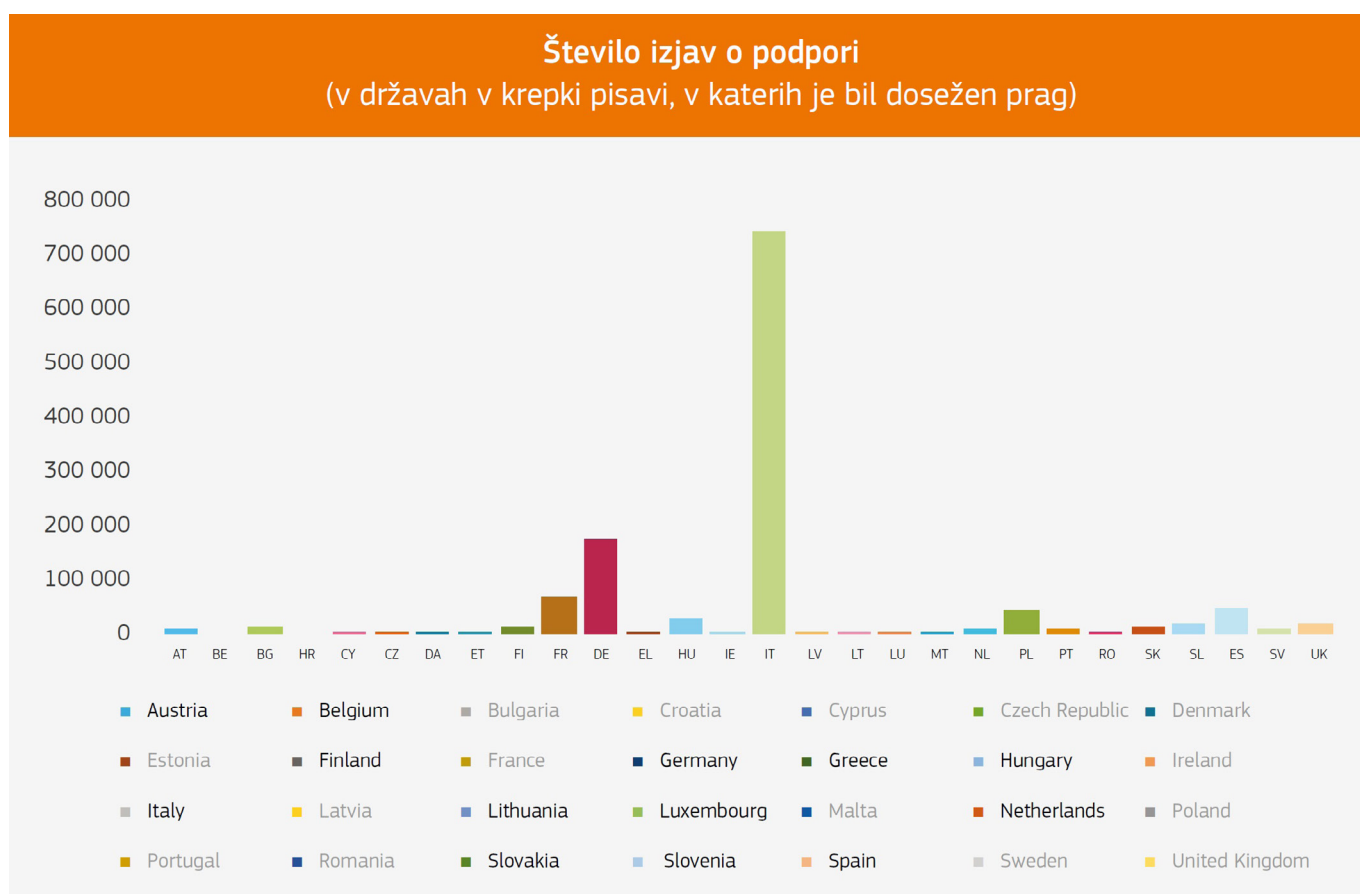
Ključni dejavnik za zbiranje izjav o podpori je bila učinkovitost strategije prelivanja med kampanjo. Organizatorji so za zbiranje podpisov vzpostavili močne mreže v posamezni državi, nato so izkušnje iz te države uporabili tudi v drugih. Ko so dosegli začetno kritično število podpore, so poudarek kampanje usklajeno prestavili v naslednjo državo.



Drug pomemben vidik kampanje je bila podpora lokalnih in nacionalnih organizacij. Kampanja samo na evropski ravni verjetno ne bi prinesla enakega uspeha. Organizatorji so pojasnili, da „so bili odvisni od podpore lokalnih posameznikov“.

Pobuda z omejenimi sredstvi se je soočala s posebnimi izzivi glede vzpostavitve spletnega sistema za zbiranje podpisov. Evropska komisija je prav zaradi teh težav, ki so pestile organizatorje v začetni fazi evropske državljske pobude, in ne da bi to določale obveznosti iz uredbe, prevzela nase gostovanje spletnih sistemov organizatorjev ter tehnično pomoč in usposabljanje. Za vse pobude, registrirane do 31. oktobra 2013, je izjemoma tudi sprejela in upoštevala izjave o podpori, zbrane do 1. novembra 2013 (torej po preteku uradnih 12 mesecev).

Skoraj 60 % podpisov so zbrali na spletu, preostalih 40 % pa v papirni obliki.



| Preverjanje podpisov in predložitve pobude

Pobudo so organizatorji predložili 3. marca 2015 skupaj s potrdili o veljavnosti 1 173 130 izjav o podpori.

3

Vpliv kampanje Stop Vivisection

Preučitev pobude in odločitev Komisije

Sestanek s pritožnikom je potekal 11. maja 2015. Srečali so se s podpredsednikom Evropske komisije Jyrkijem Katainenom in generalnim direktorjem direktorata za okolje. Iste dne so imeli javno predstavitev pobude v Evropskem parlamentu.

V svojem sporočilu z dne 3. junija 2015 (glej sporočilo za medije) se je Komisija zavezala k nadaljnjim ukrepom:

- ospeševanje napredka na področju zamenjave, zmanjšanja in izboljšanja uporabe živali prek izmenjave znanja
- razvoj, validacija in izvajanje novih alternativnih pristopov k testiranju na živalih
- uveljavljanje skladnosti z načelom zamenjave, zmanjšanja in izboljšanja ter usklajevanje relevantne sektorske zakonodaje
- aktivni dialog z znanstveno skupnostjo

Komisija je v zvezi z zadnjo točko 6. in 7. decembra 2016 v Bruslju organizirala znanstveno konferenco o alternativnih pristopih k testiranju na živalih. Komisija je obenem poročala o napredku v zvezi z nadaljnjim ukrepanjem (glej poročilo).

Več informacij o nadaljnjih ukrepih Komisije na spletišču evropske državljanske pobude.

Po mnenju organizatorjev odziv Komisije na pobudo ni izpolnil njihovih pričakovanj.



| Nadaljnji ukrepi

Informacijski kanali (npr. spletišča in družbeni mediji), ki so bili vzpostavljeni med kampanjo, so organizatorjem pomagali pri širjenju rezultatov kampanje po izvedbi evropske državljanske pobude.

Zavzemanje za ustavitev vivisekcije pa se ni končalo s koncem kampanje za evropsko državljansko pobudo. Nekatere organizacije še vedno delujejo v mreži na področju poskusov na živalih. Mreža in sinergije, ki so nastale med izvajanjem evropske državljanske pobude, se ne končajo po kampanji, temveč zagotavljajo potencial za nadaljnji razvoj.



Pridobljena spoznanja

- Kampanja je organizatorjem in prostovoljcem omogočila, da razvijejo državljanske veščine in pridobijo mednarodne povezave ter okrepijo evropsko identiteto. Vloga ljudi, ki so pridobili takšna znanja in spretnosti, je bila za kampanjo zelo pomembna.
- Kljub težavam pri vzpostavljanju spletnega sistema zbiranja podpore, so organizatorji menili, da je bil spletni sistem ključen za uspeh pobude in zbranih milijon podpisov.
- Po mnenju organizatorjev je logična rešitev za uspešno pobudo zgolj ena: zakonodajna sprememba. Dobro organizirana evropska državljanska pobuda lahko pripomore k izboljšanju ozaveščenosti javnosti in političnim spremembam.
- Televizijska kampanja, financirana z zasebnimi sredstvi, je bila ključni element kampanje. Po mnenju organizatorjev brez televizijske kampanje ne bi dosegli potrebnega milijona podpisov.



Nasveti bodočim organizatorjem

- Prostovoljci so najpomembnejši ... zanesite se nanje!
- V kampanji uporabite spletna orodja in družbene medije.
- Spodbujajte in motivirajte prostovoljce ter jih redno obveščajte o rezultatih zbiranja podpisov.
- Izkoristite osebne stike in mreže med partnerji: so ključnega pomena za uspeh pobude.
- Osredotočite se na države, kjer imate močne partnerje, da dosežete minimalno število podpisov.

