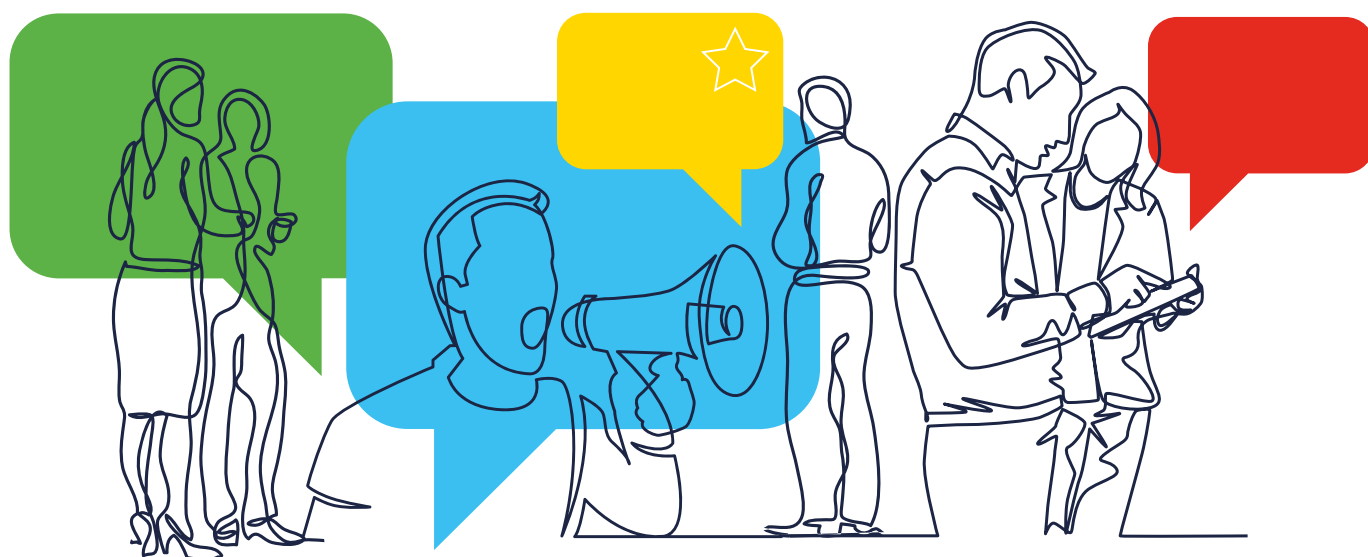




DET EUROPÆISKE BORGERINITIATIV

BEVAR DYREMISHANDLINGSFRI
KOSMETIK – KÆMP FOR ET
EUROPA UDEN DYREFORSØG



FÅ MERE AT VIDE – DEBATTÉR - FÅ KONTAKT MED ANDRE -
FÅ RÅDGIVNING

| Indholdsfortegnelse

Initiativet: “Bevar dyremishandlingsfri kosmetik – Kæmp for et Europa uden dyreforsøg”	3
Kampagnen	4
Virningen af kampagnen	9



1

Initiativet: “Bevar dyremishandlingsfri kosmetik – Kæmp for et Europa uden dyreforsøg”

“Bevar dyremishandlingsfri kosmetik – Kæmp for et Europa uden dyreforsøg” er det niende vellykkede europæiske borgerinitiativ. I initiativet opfordres Europa-Kommissionen til at træffe foranstaltninger vedrørende anvendelse af dyr til videnskabelige formål, lovmæssige forsøg og uddannelsesformål.

Formålet med initiativet er at:

- værne om og styrke forbuddet mod dyreforsøg i forbindelse med kosmetik: indføre lovgivningsmæssige ændringer med henblik på at opnå beskyttelse af forbrugere, arbejdstagere og miljøet med hensyn til alle kosmetik ingredienser uden anvendelse af dyreforsøg af nogen art og til enhver tid
- ændre EU's kemikalielovgivning: sikre, at menneskers sundhed og miljøet beskyttes ved at forvalte kemikalier, uden at der tilføjes nye krav om dyreforsøg
- modernisere forskningen i EU: forpligte sig til at udstede et lovgivningsforslag med en køreplan for udfasning af alle dyreforsøg i EU inden udgangen af indeværende valgperiode.

Initiativet “Bevar dyremishandlingsfri kosmetik” blev registreret den 30. juni 2021, og perioden for indsamling af underskrifter begyndte den 31. august 2021. Det lykkedes at indsamle **1.217.916 bekræftede støttetilkendegivelser** til initiativet, og **minimumstærsklen blev opnået i 21 medlemslande**.

Initiativet blev formelt indsendt til Kommissionen den 25. januar 2023 ([pressemeddelelse](#)). Kommissionen udsendte en meddelelse som svar på dette initiativ den 25. juli 2023.



Succesfaktorer:

- Udvikling af et måltantal underskrifter for hvert medlemsland baseret på erfaringerne fra tidligere europæiske borgerinitiativer og tilpasning af markedsføringsstrategien efterhånden som kampagnen skred frem.
- Udarbejdelse af klare, pragmatiske og opnåelige mål, som var i overensstemmelse med EU-traktaterne og relevante i hele EU. Initiativet slog alle tidligere rekorder og nåede minimumstærsklen for underskrifter i hele 21 medlemslande, hvilket viser den brede støtte i EU til at sætte en stopper for dyreforsøg.
- Oprettelse af et stærkt netværk af partnere (dyrebeskyttelsesorganisationer og virksomheder) og at gøre det så let som muligt for disse aktører at bruge og tilpasse de kommunikationsressourcer, der blev udarbejdet af initiativtagerne.



2

Kampagnen

Forberedelse

I 2014 udsendte Det Europæiske Kemikalieagentur og Kommissionen en fælles erklæring, som præciserede deres forståelse af, at ingredienser i kosmetik stadig kan testes på dyr under visse begrænsede omstændigheder. Nyheden kom blot 18 måneder efter den fuldstændige gennemførelse af forbuddet mod kosmetikforsøg og -markedsføring, hvilket førte til harme og fordømmelse i hele EU. Efter flere år med kampagner, der ikke havde opnået politiske ændringer, slog de fem største dyrebekyttelsesorganisationer i hele EU (PETA, Cruelty Free Europe, Eurogroup for Animals, the European Coalition to End Animal Experimentation and the Humane Society International/Europe) sig sammen med et forslag til et europæisk borgerinitiativ mod dyreforsøg.

Initiativtagerne til initiativet "Bevar dyremishandlingsfri kosmetik" udarbejdede omhyggeligt initiativets mål og målsætninger for at sikre, at de var pragmatiske, opnåelige og (vigtigst af alt) i overensstemmelse med EU-traktaterne. Initiativtagerne fik også **juridisk rådgivning**¹ for at hjælpe med at sikre, at initiativet blev registreret.

I forberedelsesfasen fik initiativtagerne til kampagnen "Bevar dyremishandlingsfri kosmetik" gavn af at tale med tidligere initiativtagere til europæiske borgerinitiativer for at **lære af deres erfaringer** med at forberede og gennemføre deres kampagner.

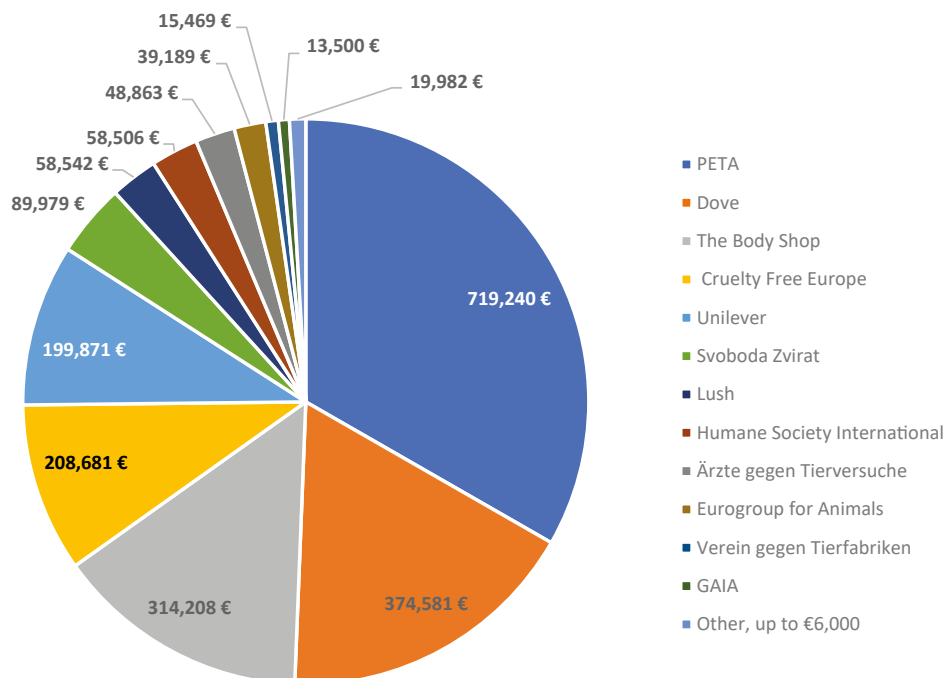
Før kampagnen blev gennemført, var det vigtigt **at opbygge et netværk af partnere for at hjælpe med at fremme onlinekampagnen**. Initiativtagerne kontaktede en række dyrebekyttelsesorganisationer og virksomheder, hvis værdier var i overensstemmelse med kampagnen "Bevar dyremishandlingsfri kosmetik", for at bidrage til at udbrede initiativets budskab. En af de vigtigste faktorer til at sikre, at dette netværk af partnere var aktivt og engageret gennem hele kampagnen, var den **konstante kommunikation** og de **kommunikationsressourcer**, som initiativtagerne stillede til rådighed for deres partnere.

I alt fik initiativtagerne til initiativet "Bevar dyremishandlingsfri kosmetik" indsamlet 2.160.615 euro i finansiering og anden støtte.



1 Ved at bruge [rådgivningsværktøjet](#) på forummet for det europæiske borgerinitiativ.

Finansieringskilder (€)



| Gennemførelse af kampagnen

Initiativtagerne til initiativet „Bevar dyremishandlingsfri kosmetik“ prioriterede at engagere deres netværk af partnere ved at **afholde informationswebinarer**, have et **særligt digitalt ressourceområde** og kommunikere via e-mail. Men efterhånden som kampagnen skred frem, flyttede initiativtagerne dog kommunikationen fra e-mail til Slack (en onlinesamarbejdsplatform) for at sende regelmæssige opdateringer, dele information, besvare spørgsmål og søge hjælp hos partnere.

Ud over **konstant kommunikation** med deres netværk af partnere gjorde initiativtagerne det muligt for partnerne at **tilpasse kommunikationsmaterialet** med deres egne logoer. For så vidt angår presse og offentligt engagement stillede initiativtagerne materiale til rådighed for at fremhæve særlige internationale dage, der var relevante for initiativets formål (f.eks. den internationale dag for katte) og **udarbejdede materiale, der fokuserede på at fremhæve hver af initiativets tre målsætninger**. Initiativtagerne stillede også **informationsvideoer og ressourcer til rådighed for at hjælpe folk med at navigere på underskriftindsamlingsplatformen**, og de delte overbevisende **videoer på forskellige sprog** via kendte influencere og kendisser, f.eks. Paul McCartney, komikeren Ricky Gervais, det finske heavy metal-band Lordi, skuespillerinden Evanna Lynch og sangeren Red Canzian. Initiativtagerne

engagerede sig også i de lokale medier og kørte offentlige kampagner med demoer og gadekunst.

Ud over at koordinere med adskillige interessenter og formidlere i deres kampagne sørgede initiativtagerne også for at indsamle de nødvendige data (når det var muligt) for at **evaluere deres resultater og forbedre sig, efterhånden som kampagnen skred frem**. Initiativtagerne holdt øje med reklameresultater og genskabte strategier, der havde fungeret godt i ét medlemsland, i andre medlemslande.

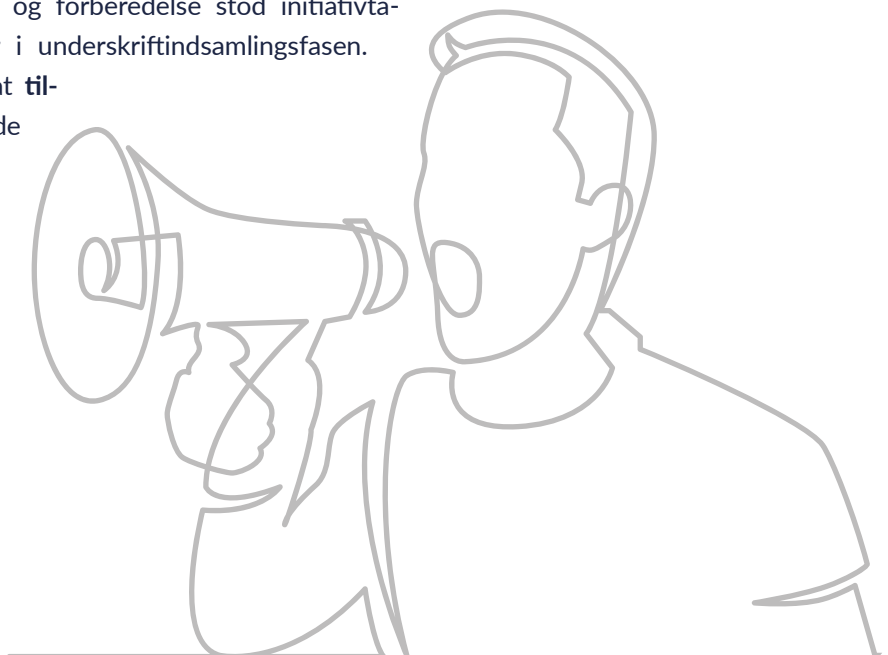
Initiativet blev promoveret af 100 nationale organisationer og deres tilhængere samt globale dyremishandlingsfrie mærker som Dove og The Body Shop.

| Indsamling af underskrifter

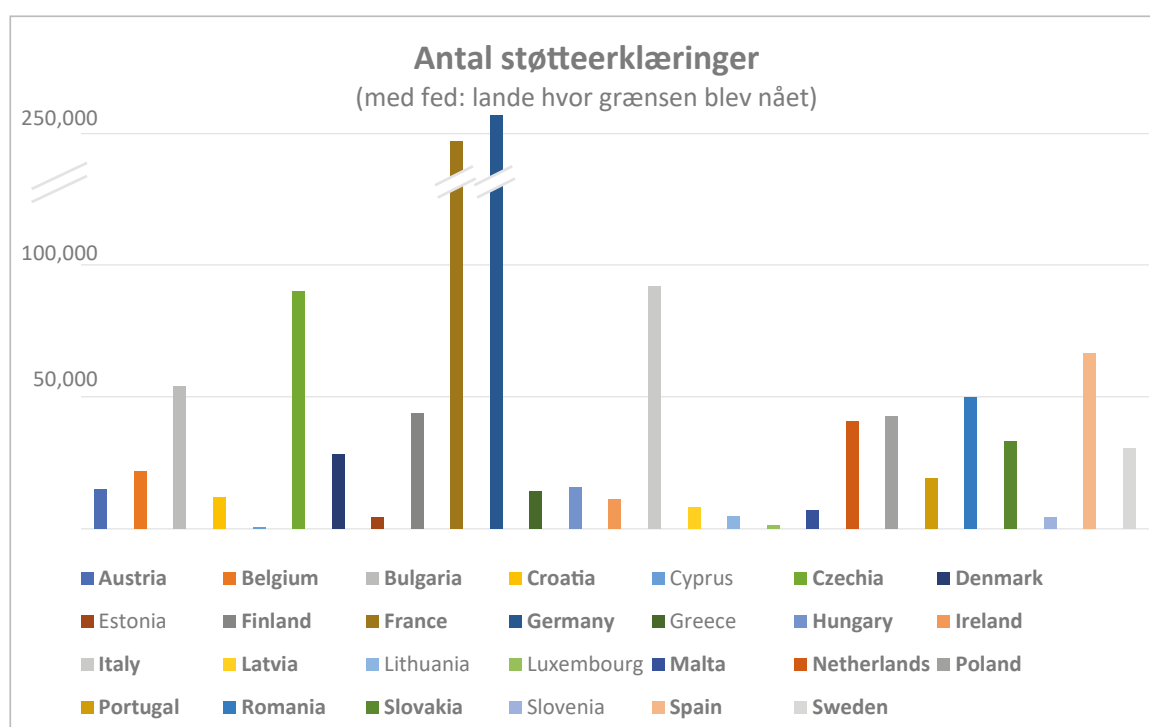
Initiativtagerne indledte underskriftsindsamlingsfasen efter omhyggelig planlægning og overvejelse. Initiativtagerne satte mål for hvert medlemsland ud fra flere faktorer, bl.a. **antallet af underskrifter, der tidligere var blevet indsamlet** i det pågældende medlemsland i tilsvarende kampagner, **antallet af støtteorganisationer** i det pågældende medlemsland og de lokale organisationers **kapacitet for online outreach**. Initiativtagerne overvejede også de **potentielle hindringer**, som borgerne kunne stå over for, når de skulle underskrive initiativet, f.eks. teknologiske mangler og behovet for at afgive personidentificerbare oplysninger online. Efter at have vurderet disse faktorer **identificerede initiativtagerne de vigtigste mållande, som skulle ligge til grund for deres markedsføringsstrategi**, og som ville sikre, at initiativet modtog mindst 1.000.000 underskrifter.

På trods af omhyggelig planlægning og forberedelse stod initiativtagerne over for visse vanskeligheder i underskriftindsamlingsfasen.

Initiativtagerne blev derfor nødt til at **tilpasse deres kampagnestrategi** i de medlemslande, hvor indsamlingen af underskrifter var langsom, og til krisesituationer som den igangværende krig i Ukraine, der krævede, at partnerorganisationerne omdirigerede energi og ressourcer for at hjælpe dem, der havde behov for det. Initiativtagerne udarbejdede informative videoer om, hvordan man kunne underskrive initiativet via det centrale onlineindsamlingsystem, som Kommissionen stiller til rådighed, men de fik



stadig feedback fra borgere, der sagde, at de ikke forstod, hvad der blev krævet af dem, eller hvorfor de skulle afgive så omfattende personoplysninger. Desuden brugte initiativtagerne (som allerede nævnt) reklameresultater til at forbedre deres markedsføringsstrategi under hele kampagnen. Initiativtagerne opdagede dog, at det centrale onlineindsamlingsystem ikke gjorde det muligt for dem at spore tilstrækkeligt detaljerede dataparametre² til deres kampagne på de sociale medier, og dette begrænsede deres mulighed for at bruge disse oplysninger til at forbedre deres strategi. Alligevel fortsatte initiativtagerne med at tilpasse deres strategi, når det var muligt.



² Denne funktionalitet er siden blevet forbedret i systemet.

| Kontrolproces og indsendelse af borgerinitiativet

Indsamlingen af underskrifter til “Bevar dyremishandlingsfri kosmetik” lukkede den 31. august 2022. Støttetilkendegivelserne blev sendt til de nationale myndigheder, der er ansvarlige for at verificere dem i hvert enkelt medlemsland. Efter den formelle proces havde de nationale myndigheder endeligt valideret **1.217.916** underskrifter. De krævede tærskler blev nået i et rekordantal på 21 medlemslande.

Derefter blev initiativet formelt indsendt til Kommissionen den 25. januar 2023, hvilket åbnede for undersøgelsesperioden på 6 måneder.

Da initiativtagerne gik ind i lobbyfasen i deres kampagne, var det afgørende at **fastholde et stærkt momentum**. Dette omfattede **samarbejde med medlemmer af Europa-Parlamentet og vigtige beslutningstagere**. Initiativtagerne **skabte forskellige ressourcer**, bl.a. materiale og breve, som deres partnere kunne præsentere for myndighederne i deres områder. De **udarbejdede et detaljeret briefingdokument** til udsendelse før mødet med kommissærerne og høringen i Europa-Parlamentet. De udarbejdede også et dokument med spørgsmål og svar for at håndtere og tilbagevise eventuelle udtalelser, som de fandt grundløse eller vildledende.

Derudover **præsenterede initiativtagerne deres initiativ på et møde i Intergruppen for Dyrevelfærd** i Europa-Parlamentet. De samarbejdede aktivt med medlemmerne af denne gruppe for at sikre, at de var velforberejdede til plenarmødet den 10. juli 2023.



3

Virkningen af kampagnen

Undersøgelse af initiativet og Kommissionens svar

Efter den formelle indsendelse af initiativet "Bevar dyremishandlingsfri kosmetik" den 25. januar 2023 mødtes initiativtagerne med **Věra Jourová**, næstformand for Kommissionen med ansvar for værdier og gennemsigtighed og **Thierry Breton**, kommissær med ansvar for det indre marked den 17. marts 2023 ([fotodækning](#)).



Copyright: European Union, 2023

Den 25. maj 2023 afholdt Europa-Parlamentet en offentlig høring om initiativet "Bevar dyremishandlingsfri kosmetik" (offentlig høring). Initiativtagerne præsenterede initiativets mål og diskuterede dem med medlemmer af Europa-Parlamentet (konklusioner om Bevar dyremishandlingsfri kosmetik). Den 10. juli 2023 blev initiativet "Bevar dyremishandlingsfri kosmetik" drøftet på et plenarmøde i Europa-Parlamentet (optagelse).

Kommissionen vedtog den 25. juli 2023 en meddelelse med svar på initiativet. Kommissionen bød initiativet velkommen og anerkendte, at dyrevelfærd fortsat er et emne, der ligger EU-borgerne meget på sinde. Kommissionen vurderede hvert forslag i initiativet individuelt (pressemeddelelsen).

Meddelelsen fremhæver EU's ledende rolle med hensyn til at udfase anvendelsen af dyr til forsøg og forbedre dyrevelfærden generelt. Kommissionen foreslog mere specifikt følgende lovgivningsmæssige og ikke-lovgivningsmæssige tiltag som svar på målsætningerne i initiativet "Bevar dyremishandlingsfri kosmetik":

- fortsætte med at anvende og håndhæve forbuddet mod dyreforsøg inden for rammerne af EU's kosmetikforordning
- vurdere behovet for lovgivningsmæssige ændringer for yderligere at præcisere grænsefladen mellem EU's kosmetik- og REACH-forordninger på grundlag af resultatet af en igangværende domstolskontrol
- påbegynde arbejdet med en køreplan for fuldstændig udfasning af dyreforsøg i sikkerhedsvurderingen af kemikalier med flere tiltag og en trinvis vej mod fuldstændig udfasning af dyreforsøg med inddragelse af alle relevante interessenter
- indlede en række tiltag for at fremskynde reduktionen af dyreforsøg inden for forskning, uddannelse og kurser (bl.a. sonderende workshops) og for at opretholde nye uddannelsesinitiativer for forskere på et tidligt tidspunkt i deres karriere
- fortsætte med at støtte forskning i alternativer til dyreforsøg med EU-finansiering.

Den 8. november 2023 mødtes initiativtagerne med kommissær Virginijus Sinkevičius for at drøfte Kommissionens svar på det europæiske borgerinitiativ.





Copyright: European Union, 2023



Gode råd til fremtidige initiativtagere

- Det er vigtigt at forberede sig!
- Gør det så let som muligt for andre organisationer at deltage i din kampagne (f.eks. ved at oversætte reklamer og digitale ressourcer og gøre det muligt at tilpasse materialet til hver enkelt).
- I har ikke kun brug for folk i jeres team, som har kendskab til kampagner – I har også brug for folk, der kan skabe engagerende indhold, analysere kampagneresultater, fremme samarbejdet med andre og samarbejde med relevante medlemmer af Europa-Parlamentet.
- Hold øje med jeres udgifter (herunder støtte i naturalier), da det er lovpligtigt for jer at oplyse om bidrag på over 500 euro (samt støtte i naturalier, der ville beløbe sig til denne værdi eller mere).