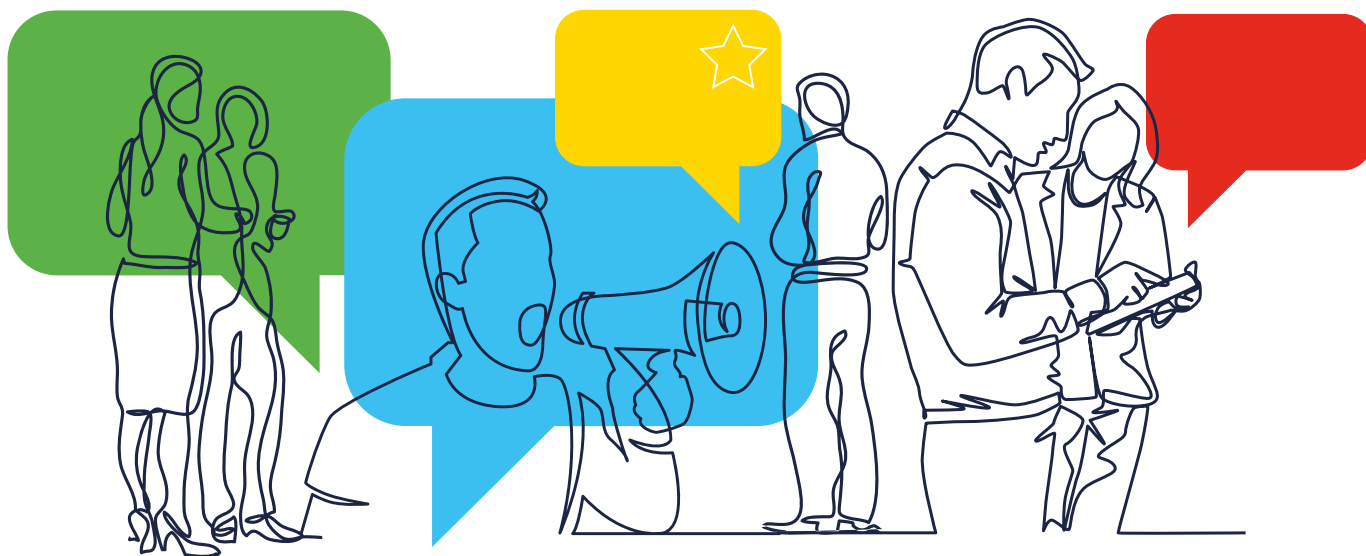




EIROPAS PILSONU INICIATĪVA

KOSMĒTIKAS LĪDZEKĻI BEZ NEŽĒLĪBAS:
TIEKTIES UZ EIROPU, KURĀ NENOTIEK
IZMĒĢINĀJUMI AR DZĪVNIEKIEM



MĀCIETIES – PĀRRUNĀJIET – SAZINIETIES - LŪDZIET PADOMU

| Saturs

Iniciatīva: “Kosmētikas līdzekļi bez nežēlības: tiekties uz Eiropu, kurā nenotiek izmēģinājumi ar dzīvniekiem”	3
Kampaņa	4
Kampaņas ietekme	9



1

Iniciatīva: “Kosmētikas līdzekļi bez nežēlības: tiekties uz Eiropu, kurā nenotiek izmēģinājumi ar dzīvniekiem”

“Kosmētikas līdzekļi bez nežēlības: tiekties uz Eiropu, kurā nenotiek izmēģinājumi ar dzīvniekiem” ir devītā sekmīgā Eiropas pilsoņu iniciatīva (EPI). Tā aicina Eiropas Komisiju veikt pasākumus saistībā ar dzīvnieku izmantošanu zinātniskiem pētījumiem, regulatīviem izmēģinājumiem un izglītojošiem mērķiem.

Iniciatīvas mērķi ir:

- aizsargāt un stiprināt aizliegumu veikt kosmētikas līdzekļu izmēģinājumus, izmantojot dzīvniekus: ierosināt tiesību aktu grozījumus, lai panāktu to, ka patērētāju, darbinieku un vides aizsardzībai saistībā ar visām kosmētikas līdzekļu sastāvdaļām nekādiem nolūkiem un nekad netiek veikti izmēģinājumi ar dzīvniekiem;
- pārveidot ES Ķīmikāliju regulu: nodrošināt cilvēka veselības un vides aizsardzību ar ķīmisko vielu pārvaldību, kura neparedz jaunas prasības veikt izmēģinājumus ar dzīvniekiem;
- modernizēt zinātņi Eiropas Savienībā: apņemties iesniegt tiesību akta priekšlikumu, kurā būtu paredzēts ceļvedis, kā līdz pašreizējā sasaukuma perioda beigām Eiropas Savienībā pakāpeniski izbeigt visus izmēģinājumus ar dzīvniekiem.

Iniciatīva “Kosmētikas līdzekļi bez nežēlības” tika reģistrēta 2021. gada 30. jūnijā, bet parakstu vākšanas periods sākās 2021. gada 31. augustā. Tai izdevās savākt **1 217 916 pārbaudītu paziņojumu par atbalstu, un minimālie sliekšņi tika sasniegti 21 dalībvalstī.**

Iniciatīva oficiāli tika iesniegta Eiropas Komisijai 2023. gada 25. janvārī ([paziņojums presei](#)). Komisija publicēja atbildi uz šo iniciatīvu 2023. gada 25. jūlijā.



Panākumu faktori

- Pamatojoties uz pieredzi, kas gūta no iepriekšējām EPI, tika noteikts parakstu skaita mērķis katrai dalībvalstij. Mārketinga stratēģija kampaņas gaitā tika pielāgota.
- Tika formulēti skaidri, pragmatiski un sasniedzami mērķi, kas atbilst ES līgumiem un ir būtiski visā ES. 21 dalībvalstī tika sasniegts parakstu minimuma sliekšnis. Šis rekords apliecina ES mēroga atbalstu izmēģinājumu ar dzīvniekiem izbeigšanai.
- Tika izveidots spēcīgs partneru (dzīvnieku aizsardzības organizāciju un uzņēmumu) tīkls. Organizatoru piedāvātie komunikācijas resursi tika sagatavoti tā, lai visi dalībnieki varētu tos saviem mērķiem ērti izmantot un pielāgot.



2

Kampaņa

Sagatavošana

2014. gadā Eiropas Ķīmikāliju aģentūra un Komisija nāca klajā ar kopīgu paziņojumu, kurā tika paskaidrots, ka kosmētikas līdzekļu sastāvdaļas noteiktos apstākļos joprojām var testēt ar dzīvniekiem. Šīs ziņas tika publicētas tikai 18 mēnešus pēc kosmētikas līdzekļu testēšanas un tirdzniecības aizliegumu ieviešanas un līdz ar to izraisīja sašutuma un nosodījuma vilni visā ES. Pēc gadiem ilgām nesekmīgām kampaņām, ko katra atsevišķi bija īstenojušas piecas lielākās ES mēroga dzīvnieku aizsardzības organizācijas (PETA, Cruelty Free Europe, Eurogrupa dzīvnieku jautājumos, Eiropas koalīcija izmēģinājumu ar dzīvniekiem izbeigšanai un Humane Society International/Europe), tās kopīgi nāca klajā ar šo EPI pret izmēģinājumiem ar dzīvniekiem.

Iniciatīvas “Kosmētika bez nežēlības” organizatori rūpīgi izstrādāja iniciatīvas mērķus un uzdevumus, lai nodrošinātu, ka tie ir pragmatiski, sasniedzami un (kas ir vissvarīgāk) atbilst ES līgumiem. **Tiesisks padoms**¹ bija noderīgs iniciatīvas sekmīgā reģistrēšanā.

Sagatavošanas posmā kampaņas “Kosmētika bez nežēlības” organizatori konsultējās ar agrāko EPI organizatoriem un **ņēma vērā viņu pieredzi** kampaņu sagatavošanā un īstenošanā.

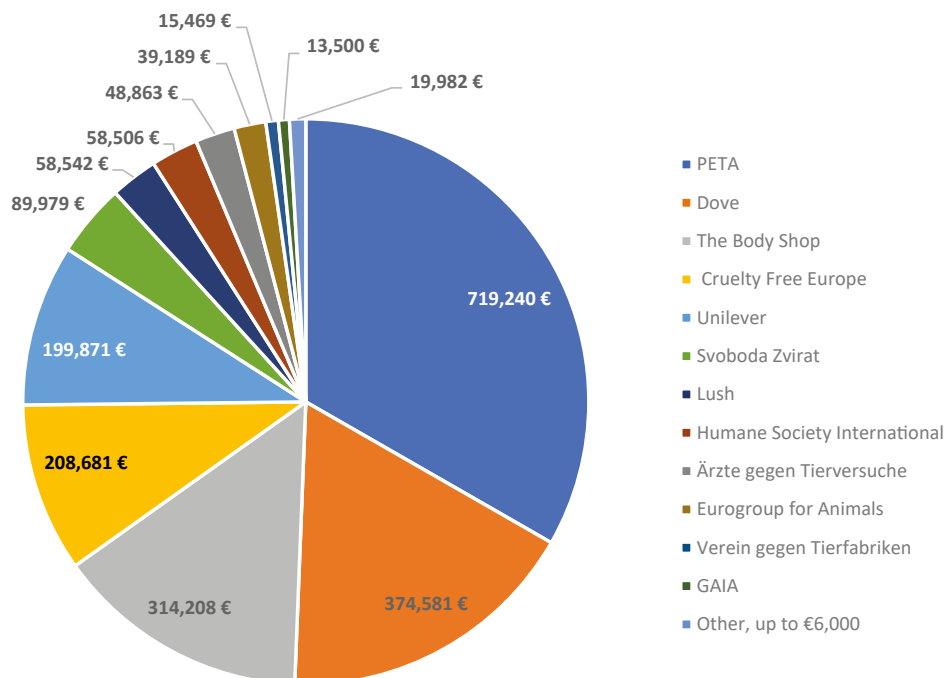
Pirms kampaņas īstenošanas bija **jāizveido partneru tīkls, lai varētu sākt sekmīgu tiešsaistes kampaņu**. Lai saņemtu to atbalstu iniciatīvas vēstījuma popularizēšanā, organizatori sazinājās ar vairākām dzīvnieku aizsardzības organizācijām un uzņēmumiem, kuru vērtības saskanēja ar viņu pašu vērtībām. Visā kampaņas laikā šis partneru tīkls aktīvi darbojās un iesaistījās. Organizatori uzturēja **pastāvīgu saziņu** ar saviem partneriem un darīja viņiem pieejamus **komunikācijas resursus**.

Kopumā iniciatīvas “Kosmētikas līdzekļi bez nežēlības” organizatori savāca finanšu un cita veida atbalstu 2 160 615 eiro vērtībā.



1 Tas tika rasts, pateicoties funkcijai “Lūdziet padomu” EPI forumā

Finansējuma avoti (€)



| Kampanas īstenošana

Iniciatīvas “Kosmētika bez nežēlības” organizatori par prioritāti noteica mijiedarbību ar partneru tīklu. Viņi **rīkoja informatīvus tīmekļseminārus**, izveidoja **īpašu digitālo resursu telpu** un uzturēja pastāvīgu saziņu pa e-pastu. Tomēr kampanas gaitā organizatori laika taupīšanas nolūkā pārorientējās no e-pasta uz tiešsaistes sadarbības platformu (Slack), lai uzturētu sava tīkla darbību, apmainītos ar informāciju, atbildētu uz jautājumiem un saņemtu partneru palīdzību.

Līdz ar **pastāvīgi atvērtiem komunikācijas kanāliem** partneriem bija pieejami **komunikācijas materiāli, kurus tie varēja pielāgot** ar saviem logotipiem. Lai ieinteresētu presi un sabiedrību par šo tematu, organizatori izcēla atsevišķas starptautiskās dienas, kas bija saistītas ar iniciatīvu (piemēram, Starptautisko kaķu dienu), un **izstrādāja materiālus, katram no trim iniciatīvas mērķiem**. **Turklāt viņi ar informatīviem videomateriāliem un citiem resursiem gādāja, lai parakstu vākšanas platformas izmantojums cilvēkiem būtu pēc iespējas saprotams un ērts**, un kopīgoja labi pazīstamu ietekmētāju un slavenību, kā sers Pols Makartnejs, komiķis Rikijs Džerveis, Somijas smagā metāla grupa Lordi, aktrise Evana Lynča un dziedātājs Reds Kancians, pārliecinošus **videoierakstus dažādās valodās**. Organizatori arī sadarbojās ar vietējo presi un rīkoja uz sabiedrību vērsta kampanas, kas ietvēra demonstrācijas un ielu mākslu.

Papildus savas kampaņas ietvaros īstenotajai koordinācijai ar vairākām ieinteresētajām personām un popularizētājiem organizatori arī vāca (kad tas bija iespējams) nepieciešamos datus, lai novērtētu savus rezultātus un uzlabotu kampaņu. Organizatori sekoja līdzi reklāmu efektivitātei un stratēģijas, kas bija labi darbojušās vienā dalībvalstī, piemēroja citās dalībvalstīs.

Iniciatīvu popularizēja 100 nacionālās organizācijas un to atbalstītāji, kā arī pasaules mēroga zīmoli, kas neveic izmēģinājumus ar dzīvniekiem, kā Dove un The Body Shop.

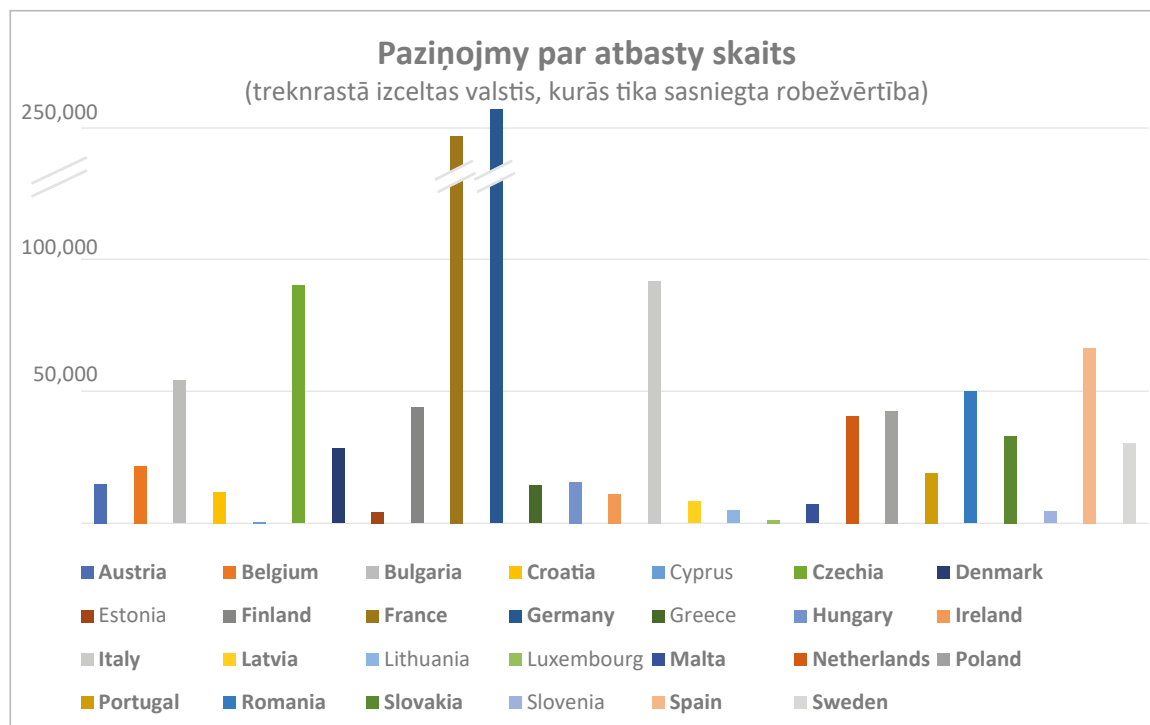
| Parakstu vākšana

Parakstu vākšana tika rūpīgi pārdomāta un saplānota. Katrai dalībvalstij tika noteikts sasniedzamais parakstu skaits. Šī skaita pamatā bija vairāki faktori: **parakstu skaits, kas iepriekš attiecīgajā dalībvalstī tika savākts līdzīgās kampaņās**, uz vietas esošo **atbalsta organizāciju skaits** un vietējo organizāciju spēja **informēt tiešsaistē**. Tika ņemti vērā arī **iespējami faktori**, ar kuriem pilsoņi varētu saskarties, kā tehnoloģiskas problēmas un personas datu sniegšana tiešsaistē. Pēc šo faktoru novērtēšanas organizatori **identificēja galvenās mērķvalstis, uz kurām bāzējama viņu mārketinga stratēģiju**, lai viņu iniciatīva saņemtu vismaz 1 000 000 parakstu.

Neraugoties uz rūpīgo plānošanu un sagatavošanos, organizatori saskārās ar zināmām grūtībām parakstu vākšanas posmā. Tāpēc organizatoriem bija jāpielāgo kampaņas stratēģija dalībvalstīs, kurās parakstu vākšana bija lēna, un saistībā ar krīzes situācijām tādām kā, piemēram, Ukrainā notiekošais karš, kura dēļ partnerorganizācijām nācās novirzīt enerģiju un resursus, lai palīdzētu grūtībās nonākušajiem. Organizatori, izmantojot Komisijas nodrošināto centralizēto vākšanas tiešsaistes sistēmu, sagatavoja informatīvus videomateriālus par to, kā parakstīt iniciatīvu, bet joprojām saņēma atsauksmes no iedzīvotājiem, kas liecināja, ka viņi nesaprot, kas no viņiem tiek prasīts vai kāpēc viņiem jāsniedz tik daudz personas datu. Turklāt (kā jau minēts) organizatori analizēja reklāmas ietekmi, lai uzlabotu savu mārketinga stratēģiju kampaņas gaitā. Tomēr organizatori konstatēja, ka centralizētā vākšanas tiešsaistes sistēma viņiem neļauj savākt pietiekami detalizētus



analītiskos datus², kas izmantojami kampaņai sociālajos medijos, un tas iero-
 bežoja viņu spēju uzlabot savu stratēģiju. Tomēr organizatori turpināja pielā-
 got savu stratēģiju, kad vien tas bija iespējams.



² Kopš tā laika šī funkcija sistēmā ir uzlabota.

| Tikrinimas ir pateikimas

Parakstu vākšana iniciatīvai “Kosmētikas līdzekļi bez nežēlības ” noslēdzās 2022. gada 31. augustā. Paziņojumi par atbalstu to pārbaudei tika nosūtīti attiecīgo dalībvalstu kompetentajām iestādēm. Pēc oficiālajām pārbaudēm valstu iestādes par derīgiem beigās atzina **1217916 parakstus**. Nepieciešamais parakstu skaits tika sasniegts 21 dalībvalstī.

Visbeidzot, 2023. gada 25. janvārī, iniciatīva tika oficiāli iesniegta Eiropas Komisijai, un sākās sešu mēnešu izskatīšanas periods.

Līdz ar lobēšanas posma sākšanos bija arī ļoti svarīgi **saglabāt kampaņas līdzšinējo dinamiku**. Tas ietvēra **sadarbību ar Eiropas Parlamenta deputātiem un galvenajiem lēmumu pieņēmējiem**. Organizatori **izveidoja dažādus resursus**, tostarp materiālus un vēstules, ko viņu partneri varēja nosūtīt sava reģiona iestādēm. Viņi **sagatavoja detalizētu informatīvu dokumentu**, kas tika izplatīts pirms sanāksmes ar komisāriem un uzklauššanas Eiropas Parlamentā. Dokumentā ar jautājumiem un atbildēm tika izskatīti un atspēkoti apgalvojumi, kurus viņi uzskatīja par nepamatotiem vai maldinošiem.

Turklāt organizatori **iepazīstināja ar savu iniciatīvu sanāksmē, kuru rīkoja starpfrakciju darba grupa dzīvnieku labturības un aizsardzības jautājumos** Eiropas Parlamentā. Viņi aktīvi sadarbojās ar šīs grupas dalībniekiem, lai nodrošinātu, ka viņi ir labi sagatavoti plenārsēdes debatēm 2023. gada 10. jūlijā.



3

Kampaņas ietekme

Izskatīšana un Komisijas atbilde

Pēc iniciatīvas “Kosmētika bez nežēlības” oficiālas iesniegšanas 2023. gada 25. janvārī organizatori 2023. gada 17. martā tikās ar **Komisijas priekšsēdētājas vietnieci Veru Jourovu**, kas atbild par vērtībām un pārredzamību, un **Eiropas iekšējā tirgus komisāru Tjeri Bretonu** ([fotoattēli](#)).



Copyright: European Union, 2023

2023. gada 25. maijā Eiropas Parlamentā tika aizvadīta atklāta uzklauššana attiecībā uz iniciatīvu “Kosmētika bez nežēlības” (atklāta uzklauššana). Organizatori iepazīstināja ar iniciatīvas mērķiem un sarunājās ar EP deputātiem (Eiropa bez izmēģinājumiem ar dzīvniekiem – atziņas). 2023. gada 10. jūlijā iniciatīva “Kosmētikas līdzekļi bez nežēlības” tika apspriesta Eiropas Parlamenta plenārsēdē (ieraksts).

2023. gada 25. jūlijā Eiropas Komisija pieņēma paziņojumu saistībā ar šo iniciatīvu. Komisija atzinīgi novērtēja šo iniciatīvu un atzina, ka dzīvnieku labturība ES iedzīvotājiem joprojām rada nopietnas bažas. Paziņojumā tika izvērtētas katra iniciatīvas priekšlikuma priekšrocības (paziņojums presei).

Paziņojums uzsver ES vadošo lomu centienos pakāpeniski izbeigt dzīvnieku izmantošanu izmēģinājumos un uzlabot dzīvnieku labturību kopumā. Konkrētāk, Komisija ierosināja šādus leģislatīvus un neleģislatīvus pasākumus, reaģējot uz iniciatīvas “Kosmētikas līdzekļibez nežēlības” mērķiem:

- turpināt piemērot un īstenot aizliegumu veikt izmēģinājumus ar dzīvniekiem saskaņā ar ES Kosmētikas līdzekļu regulu;
- pamatojoties uz pašreizējo tiesvedību rezultātiem, novērtēt vajadzību pēc izmaiņām tiesību aktos nolūkā vēl vairāk precizēt mijiedarbību starp ES Kosmētikas līdzekļu regulu un REACH regulu;
- sākt darbu pie ceļveža, kura mērķis ir aizstāt izmēģinājumus ar dzīvniekiem ķīmiskās drošības novērtējumos ar vairākiem pasākumiem un, iesaistot visas attiecīgās ieinteresētās personas, pakāpeniski izbeigt izmēģinājumus ar dzīvniekiem;
- uzsākt virkni pasākumu, kuru mērķis ir paātrināt pakāpenisko atteikšanos no izmēģinājumiem ar dzīvniekiem pētniecībā, izglītībā un apmācībā (tostarp izpētes darbsemināros), un atbalstīt jaunas mācību iniciatīvas zinātniekiem viņu karjeras sākumposmā;
- turpināt sniegt ES finansējumu pētījumiem nolūkā rast alternatīvas, kas ļautu izbeigt izmēģinājumus ar dzīvniekiem.

2023. gada 8. novembrī organizatori tikās ar komisāru Sinkeviču, lai apspriestu Komisijas atbildi uz EPI.





Copyright: European Union, 2023



Padomi un ieteikumi citu iniciatīvu organizatoriem

- Sagatavošanās ir ļoti svarīga!
- Pēc iespējas atvieglējiet citu organizāciju dalību jūsu kampaņā (piemēram, iztulkojot reklāmas un digitālos resursus un nodrošinot materiālu pielāgošanas iespēju).
- Jūsu komandā jābūt ne tikai cilvēkiem, kuriem ir zināšanas par kampaņas tematu, — jums ir vajadzīgi arī cilvēki, kas var radīt interesantu saturu, analizēt kampaņas rezultātus, veicināt sadarbību ar citiem un sadarboties ar attiecīgajiem EP deputātiem.
- Sekojiet līdzi izdevumiem (tostarp atbalstam natūrā), jo jums ir juridisks pienākums deklarēt iemaksas, kas pārsniedz 500 eiro (kā arī atbalstu natūrā, kurš sasniedz šo vērtību vai pārsniedz to).