



EUROPEJSKA INICJATYWA OBYWATELSKA

ZA KOSMETYKAMI BEZ OKRUCIEŃSTWA
WOBEC ZWIERZĄT I EUROPA BEZ
TESTÓW NA ZWIERZĘTACH



MATERIAŁY SZKOLENIOWE – DYSKUSJE – KONTAKTY – POMOC

| Spis treści

Inicjatywa: „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt i Europą bez testów na zwierzętach”	3
Kampania	4
Wpływ kampanii	9



1

Inicjatywa: „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt i Europą bez testów na zwierzętach”

„Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt i Europą bez testów na zwierzętach” to dziewiąta udana europejska inicjatywa obywatelska (EIO). Organizatorzy tej inicjatywy wzywają Komisję Europejską do podjęcia działań w kwestii wykorzystywania zwierząt do badań naukowych, badań regulacyjnych i celów edukacyjnych.

Cele tej inicjatywy:

- utrzymanie i zaostreżenie zakazu testowania kosmetyków na zwierzętach: zainicjowanie zmiany przepisów, tak by zapewniły ochronę konsumentów, pracowników i środowiska w odniesieniu do wszystkich składników kosmetycznych bez badań na zwierzętach w jakimkolwiek celu i czasie
- ulepszenie unijnych przepisów dotyczących chemikaliów: zagwarantowanie ochrony zdrowia ludzi i ochrony środowiska poprzez zarządzanie chemikaliami bez dodawania nowych wymogów w zakresie badań na zwierzętach
- modernizacja nauki w UE: zobowiązanie się do wydania wniosku ustawodawczego określającego plan działania dotyczący stopniowego wycofania wszelkich badań na zwierzętach w UE przed końcem obecnej kadencji parlamentarnej.

Inicjatywę „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” zarejestrowano 30 czerwca 2021 r., a okres zbierania podpisów rozpoczął się 31 sierpnia 2021 r. Udało się zebrać **1 217 916 zweryfikowanych podpisów poparcia**, a **progi minimalne osiągnięto w 21 państwach członkowskich**.

25 stycznia 2023 r. inicjatywę oficjalnie przedłożono Komisji ([komunikat prasowy](#)). 25 lipca 2023 r. Komisja opublikowała komunikat w odpowiedzi na tę inicjatywę.



Czynniki decydujące o powodzeniu inicjatywy:

- określenie docelowej liczby podpisów w przypadku każdego państwa członkowskiego na podstawie doświadczeń zdobytych podczas poprzednich europejskich inicjatyw obywatelskich oraz aktualizacja strategii marketingowej w miarę postępów kampanii
- opracowanie jasnych, pragmatycznych i osiągalnych celów, zgodnych z traktatami UE i istotnych dla całej UE. Próg minimalny deklaracji poparcia osiągnięto w rekordowej liczbie 21 krajów, co świadczy o tym, że Europejczycy popierają zakaz badań na zwierzętach
- stworzenie solidnej sieci partnerów (organizacji ochrony zwierząt i przedsiębiorstw) oraz maksymalne ułatwienie im korzystania z materiałów informacyjnych opracowanych przez organizatorów oraz dostosowywania tych zasobów do swoich potrzeb.



2

Kampania

Przygotowania

W 2014 r. Europejska Agencja Chemikaliów i Komisja Europejska wydały wspólne oświadczenie, w którym wyjaśniły, że składniki kosmetyków można nadal badać na zwierzętach w ściśle określonych sytuacjach. Wiadomość ta pojawiła się zaledwie 18 miesięcy po pełnym wdrożeniu zakazu badania i wprowadzania do obrotu kosmetyków testowanych na zwierzętach, co wywołało oburzenie i potępienie w całej UE. Po latach kampanii, które nie przyniosły żadnych zmian w polityce, pięć największych ogólnoeuropejskich organizacji zajmujących się ochroną zwierząt (PETA, Cruelty Free Europe, Eurogrupa na rzecz Zwierząt, European Coalition to End Animal Experimentation i Humane Society International/Europe) przedstawiło wniosek dotyczący EIO przeciwko badaniom na zwierzętach.

Organizatorzy inicjatywy „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” starannie opracowali cele i założenia inicjatywy, aby były one pragmatyczne, osiągalne i (co najważniejsze) zgodne z traktatami UE. Organizatorzy **skorzystali także z porad prawnych¹**, aby zapewnić prawidłową rejestrację inicjatywy.

Na etapie przygotowawczym organizatorzy kampanii „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” kontaktowali się z organizatorami wcześniejszych EIO, aby **skorzystać z ich doświadczeń** w przygotowywaniu i wdrażaniu kampanii.

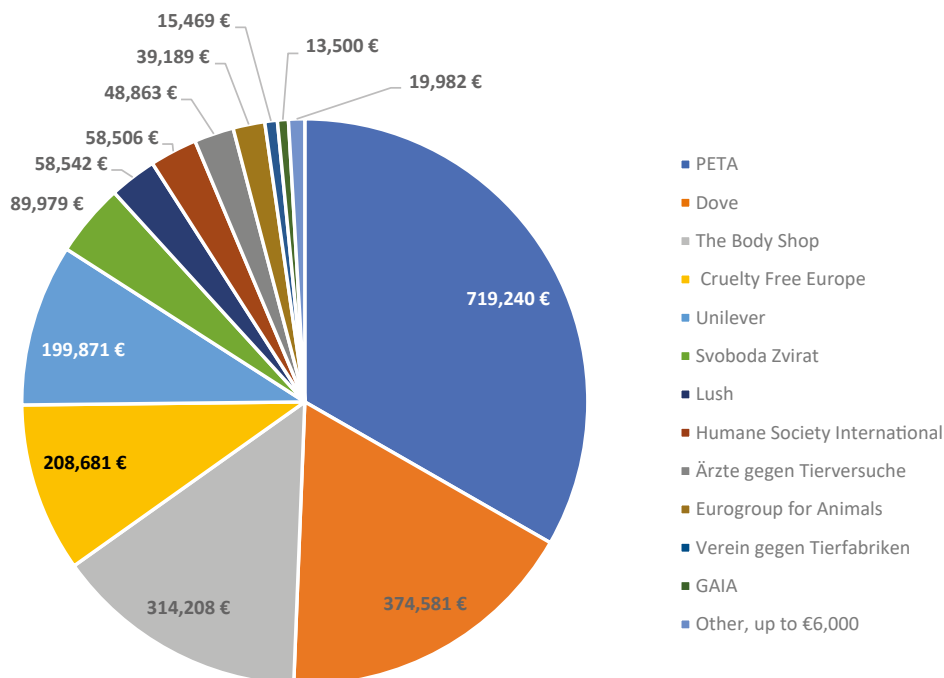
Przed wdrożeniem kampanii ważne było **zbudowanie sieci partnerów, którzy pomogą w prowadzeniu kampanii online**. Organizatorzy skontaktowali się z wieloma organizacjami ochrony zwierząt i przedsiębiorstwami wyznającymi te same wartości co wartości kampanii „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt”, aby pomóc w promowaniu inicjatywy. Jednym z kluczowych czynników gwarantujących aktywność i zaangażowanie partnerów przez cały czas trwania kampanii było **pozostawanie w kontakcie i materiały informacyjne**, jakie organizatorzy zapewnili partnerom.

W sumie organizatorzy inicjatywy „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” zebrali fundusze i inne rodzaje pomocy o wartości 2 160 615 euro.



¹ Za pośrednictwem serwisu [Pomoc](#) na forum europejskiej inicjatywy obywatelskiej.

Źródła finansowania (€)



| Realizacja kampanii

Organizatorzy inicjatywy „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” potraktowali priorytetowo zaangażowanie sieci partnerów: **organizowali webinaria informacyjne**, udostępnili **specjalny zbiór zasobów cyfrowych** i komunikowali się za pośrednictwem poczty elektronicznej. W miarę postępów kampanii organizatorzy przeszli z poczty elektronicznej na Slack (platformę współpracy online), aby publikować regularne aktualizacje, udostępniać informacje, odpowiadać na pytania i zwracać się do partnerów o pomoc.

Oprócz **utrzymywania stałej komunikacji** z siecią partnerów organizatorzy umożliwili partnerom **dostosowanie materiałów komunikacyjnych** do własnych potrzeb i zamieszczenie na nich swoich logo. W celu zaangażowania prasy i opinii publicznej organizatorzy przygotowali materiały na temat międzynarodowych dni tematycznych powiązanych z celami inicjatywy (np. Międzynarodowy Dzień Kota). **Opracowali również materiały poświęcone każdemu z trzech celów inicjatywy**. Organizatorzy udostępnili także **filmy instruktażowe i materiały wyjaśniające użytkownikom, jak korzystać z platformy do zbierania podpisów**, jak również atrakcyjne **wideo w różnych językach** z udziałem znanych ludzi, takich jak Sir Paul McCartney, komik Ricky Gervais, członkowie fińskiego zespołu heavy metalowego Lordi, aktorka Evanna Lynch oraz piosenkarz Red Canzian. Organizatorzy zaangażowali się również w kontakty z lokalną prasą oraz przeprowadzili kampanie publiczne obejmujące prezentacje oraz sztukę uliczną.

Oprócz współpracy z różnymi zainteresowanymi stronami i podmiotami rozpowszechniającymi informacje na temat kampanii organizatorzy zadbali również o zebranie niezbędnych danych (jeśli było to możliwe), aby **ocenić wyniki i poprawić je w miarę postępów kampanii**. Organizatorzy śledzili wyniki reklam i powielali strategie, które sprawdziły się w jednym państwie członkowskim, w innych państwach członkowskich.

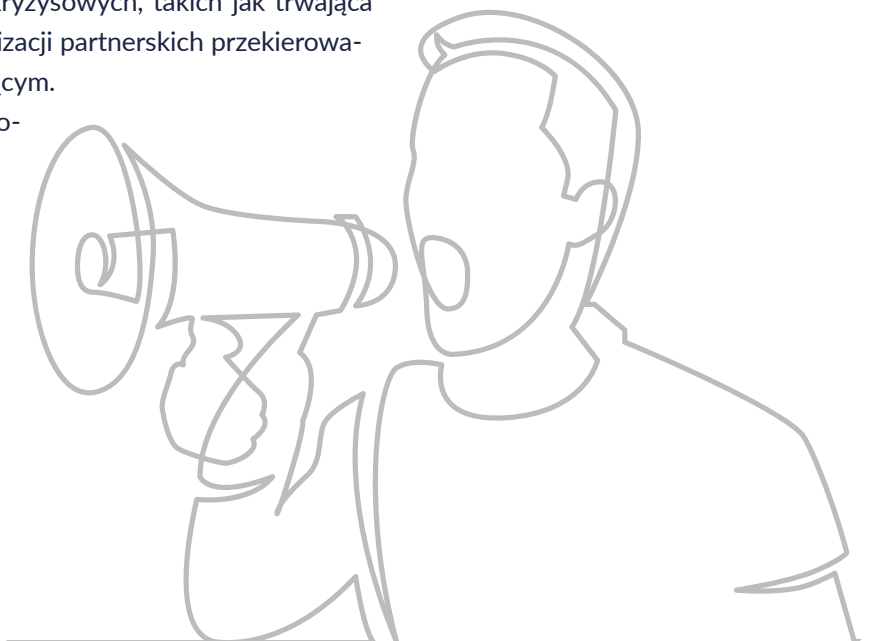
Inicjatywę promowało 100 krajowych organizacji i ich zwolenników, a także globalne marki zwalczające okrucieństwo wobec zwierząt, takie jak Dove i The Body Shop.

| Zbieranie podpisów

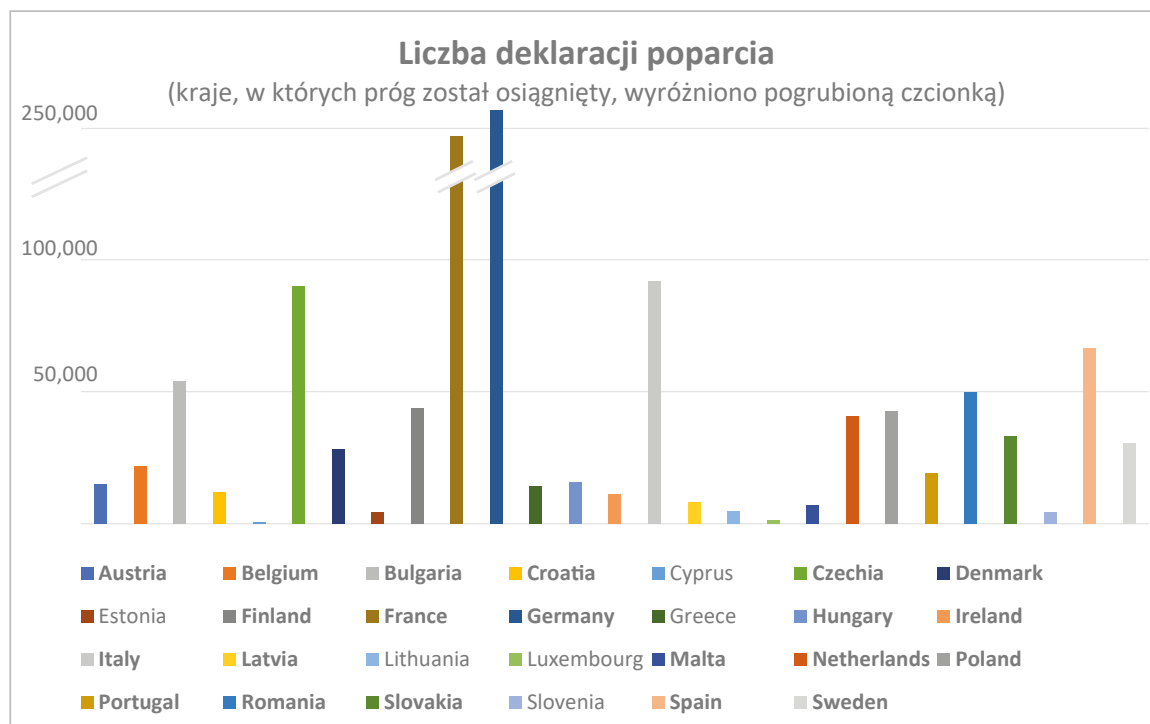
Organizatorzy starannie i rozważnie zaplanowali etap zbierania podpisów. Wartości docelowe dla każdego kraju wyznaczyli na podstawie kilku czynników, między innymi **liczby podpisów zebranych wcześniej** w tym kraju w ramach podobnych kampanii, **liczby organizacji wspierających** w tym kraju oraz **możliwości organizacji lokalnych w zakresie działań informacyjnych online**. Organizatorzy wzięli również pod uwagę **potencjalne bariery**, jakie utrudniają zainteresowanym podpisanie inicjatywy, takie jak niewystarczający poziom opanowania technologii i konieczność podania danych identyfikacyjnych online. Po przeanalizowaniu tych czynników organizatorzy **wyznaczyli kraje pilotażowe, które miały posłużyć jako źródło informacji na potrzeby strategii marketingowej**. Zebrane w ten sposób informacje pozwoliły uzyskać co najmniej 1 000 000 deklaracji poparcia dla inicjatywy.

Pomimo skrupulatnego planowania i przygotowań organizatorzy napotkali pewne trudności na etapie zbierania podpisów. Musieli zatem **zmodyfikować strategię kampanii** w krajach, w których zbieranie podpisów następowało powoli, a także dostosować ją do sytuacji kryzysowych, takich jak trwająca wojna w Ukrainie, która wymagała od organizacji partnerskich przekierowania energii i zasobów na pomoc potrzebującym.

Organizatorzy przygotowali filmy instruktażowe dotyczące podpisywania inicjatywy za pośrednictwem centralnego systemu zbierania podpisów online udostępnionego przez Komisję, ale nadal otrzymywali informacje zwrotne od użytkowników, którzy twierdzili, że nie rozumieją, czego się od nich wymaga i dlaczego muszą podawać tak dużo danych osobowych. Oprócz tego (jak już wspomniano) organizatorzy doskonalili strategię marketingową w trakcie trwania kampanii na podstawie wyników reklam. Stwierdzili jednak,



że dane dostarczane przez centralny system zbierania wniosków online nie są wystarczająco szczegółowe, aby można je było wykorzystać w kampanii w mediach społecznościowych². W związku z tym tylko częściowo można je było wykorzystać do udoskonalenia strategii. Organizatorzy dostosowywali jednak strategię, gdy tylko było to możliwe.



² Od tego czasu udoskonalono tę funkcję w systemie.

| Weryfikacja i przedłożenie

Zbieranie podpisów w ramach inicjatywy „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” zakończyło się 31 sierpnia 2022 r. Deklaracje poparcia przesłano organom krajowym odpowiedzialnym za ich weryfikację w poszczególnych państwach członkowskich. Po zakończeniu formalnej procedury organy krajowe zatwierdziły ostateczną liczbę **1 217 916 podpisów**. Wymagane progi osiągnięto w 21 państwach członkowskich.

Następnie 25 stycznia 2023 r. inicjatywę oficjalnie przedłożono Komisji Europejskiej, co rozpoczęło sześciomiesięczny okres, w którym Komisja miała za zadanie je przeanalizować.

Gdy kampania weszła w fazę lobbingu, zasadnicze było **utrzymanie tempa działań**. Wiązało się to z **kontaktami z posłami do Parlamentu Europejskiego i najważniejszymi politykami**. Organizatorzy **opracowali różne zasoby**, w tym materiały i pisma, które partnerzy inicjatywy mogli wykorzystać w kontaktach z władzami w swoich regionach. **Przygotowali szczegółowy dokument informacyjny** rozdawany przed spotkaniem z komisarzami i wysłuchaniem w Parlamencie Europejskim. Opracowali również dokument zawierający pytania i odpowiedzi, aby odnieść się do wszelkich stwierdzeń uznanych za bezpodstawne lub wprowadzające w błąd i je obalić.

Ponadto organizatorzy **przedstawili inicjatywę na spotkaniu Intergrupy ds. Dobrostanu i Ochrony Zwierząt** w Parlamencie Europejskim. Aktywnie współpracowali z członkami tej grupy, aby zagwarantować dobre przygotowanie do debaty plenarnej 10 lipca 2023 r.



3

Wpływ kampanii

Zbadanie inicjatywy i odpowiedź Komisji

Po oficjalnym przedłożeniu inicjatywy „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” 25 stycznia 2023 r. organizatorzy spotkali się 17 marca 2023 r. z Věrou Jourovą, wiceprzewodniczącą Komisji ds. wartości i przejrzystości, oraz Thierryem Bretonem, komisarzem UE ds. rynku wewnętrznego ([fotorelacja](#)).



Copyright: European Union, 2023

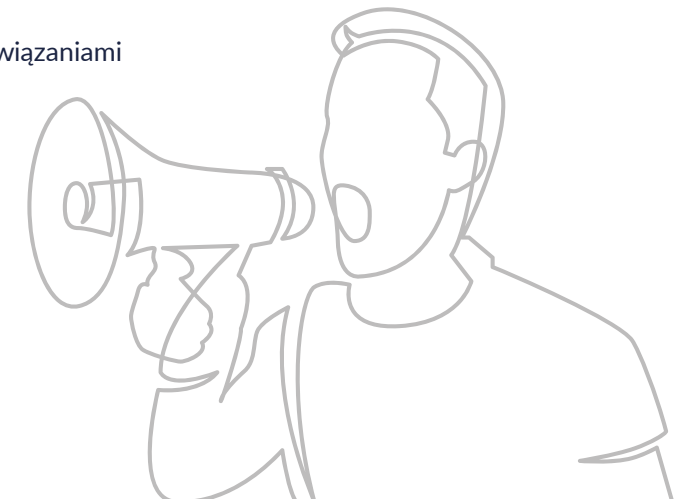
25 maja 2023 r. Parlament Europejski zorganizował wystuchanie publiczne w sprawie inicjatywy „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” (wysłuchanie publiczne). Organizatorzy zaprezentowali cele inicjatywy i nawiązali kontakty z posłami do Parlamentu Europejskiego (wnioski Cruelty Free Europe). 10 lipca 2023 r. inicjatywa „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt” była przedmiotem debaty na sesji plenarnej Parlamentu Europejskiego (nagranie).

25 lipca 2023 r. Komisja przyjęła komunikat zawierający jej odpowiedź na inicjatywę. Komisja z zadowoleniem przyjęła inicjatywę i przyznała, że kwestia dobrostanu zwierząt budzi duże obawy obywateli Unii. We wspomnianym komunikacie oceniono zalety poszczególnych propozycji zawartych w inicjatywie (komunikat prasowy).

W komunikacie tym podkreśla się wiodącą rolę, jaką odgrywa UE w stopniowym eliminowaniu wykorzystywania zwierząt w badaniach i ogólnej poprawie dobrostanu zwierząt. Komisja zaproponowała konkretne działania o charakterze ustawodawczym i nieustawodawczym w odpowiedzi na cele inicjatywy „Za kosmetykami bez okrucieństwa wobec zwierząt”:

- dalsze stosowanie i egzekwowanie zakazu badań na zwierzętach w ramach rozporządzenia UE w sprawie kosmetyków
- rozważenie potrzeby zmian ustawodawczych w celu dalszego wyjaśnienia wspólnej płaszczyzny między rozporządzeniem UE w sprawie kosmetyków i rozporządzeniem REACH na podstawie wyniku trwającej kontroli sądowej
- rozpoczęcie prac nad planem działania na rzecz zastąpienia badań na zwierzętach w ocenach bezpieczeństwa chemicznego innymi metodami, obejmującym wiele działań i stopniową ścieżkę do zastąpienia takich badań innymi, z udziałem wszystkich zainteresowanych stron
- zainicjowanie szeregu działań mających na celu szybsze ograniczenie badań na zwierzętach w badaniach naukowych, kształceniu i szkoleniu (uwzględniając warsztaty rozpoznawcze) oraz utrzymanie nowych inicjatyw szkoleniowych dla naukowców na wczesnym etapie kariery
- dalsze wspieranie finansowaniem unijnym badań nad rozwiązaniami alternatywnymi wobec badań na zwierzętach.

8 listopada 2023 r. organizatorzy spotkali się z komisarzem Virginijusem Sinkevičium, aby omówić odpowiedź Komisji na inicjatywę.





Copyright: European Union, 2023



Wskazówki dla organizatorów kolejnych inicjatyw

- Najważniejsze jest przygotowanie!
- Należy ułatwić innym organizacjom udział w kampanii (na przykład przez tłumaczenie reklam i zasobów cyfrowych oraz umożliwienie dostosowania materiałów do własnych potrzeb).
- W zespole potrzebne są nie tylko osoby posiadające wiedzę na temat danej kampanii – potrzebne są również osoby, które potrafią tworzyć angażujące treści, analizować wyniki kampanii, wspierać współpracę z innymi oraz nawiązywać kontakty z odpowiednimi postaciami do PE.
- Należy śledzić wydatki (w tym wsparcie rzeczowe) ze względu na prawny obowiązek zadeklarowania wkładów przekraczających 500 euro (a także wkładów niepieniężnych, których wartość odpowiada tej kwocie lub ją przekracza).