



Evropský
demokratický
pas

Kontrolní seznam evropské občanské iniciativy

**Dříve než předložíte svoji evropskou občanskou iniciativu k registraci,
zkontrolujte si, jestli jste zohlednili všechny tyto aspekty:**



1. Váš nápad

Je vaše téma evropské?
Spadá do pravomoci Evropské komise?
Splňuje požadavky nařízení o evropské občanské
iniciativě?

Tip: S žádostí o radu, zda vaše evropská občanská iniciativa spadá do pravomoci Evropské komise, se můžete obrátit na [Fórum evropské občanské iniciativy](#). Podívejte se na všechny dostupné příležitosti: [ze všech stran se vám dostává podpory](#).



2. Vědomosti

Přečetli jste si pravidla týkající se evropské občanské
iniciativy?
Rozumíte všem administrativním a organizačním
krokům celého procesu?
Pokusili jste se poradit s jinými organizačními týmy
evropské občanské iniciativy, abyste pochopili,
co tyto požadavky znamenají v praxi?

*Tip: Dosud bylo zaregistrováno více než 100 evropských občanských
iniciativ a lidí, kteří se do nich zapojili, získali mnoho cenných
zkušeností. Nepodceňujte možnost poučit se z osvědčených
postupů, ke kterým dospěli jiní lidé. Doplněte své vědomosti tím,
že nahlédnete do oficiálních dokumentů obsahujících reálné příběhy
a příklady z kampaní.*



3. Účel

Máte jasný cíl?
Je reálný?

*Tip: Nezapomeňte, že účelem evropské občanské iniciativy je stanovit
agendu. Pokud je vaším cílem zajistit okamžitou změnu právních
předpisů, zvažte volbu jiného nástroje.*



4. Formulace

Dokážete srozumitelně vyjádřit svůj cíl / své cíle?
Jste připraveni vést kampaň v jazycích různých
členských států?

*Tip: Chcete-li, aby vaši kampaň podpořilo co nejvíce lidí, musíte být
připraveni mluvit jejich jazykem a všem srozumitelným způsobem.
To znamená, že poselství musí být jasné nejen odborníkům a odborníkům,
ale i lidem bez odborných znalostí. Vedení celoevropské kampaně
znamená také překládat. Evropská komise přeloží hlavní obsah vaší
iniciativy, ale při překládání materiálů ke kampani se budete muset
spolehnout na své vlastní zdroje.*



5. Harmonogram

Přichází váš návrh ve správnou chvíli?
Probíhá v této oblasti nějaká politická činnost?
Kam už dospěla?

*Tip: Nezapomínejte, že legislativní postupy mohou trvat několik let
a k jejich dokončení může být zapotřebí mnoha konzultací. Pokud váš
návrh vyžaduje komplexní změny právních předpisů EU, nebo přichází
krátce po přijetí nového návrhu, mohlo by k dosažení vašich cílů být
vhodnější využít jiných nástrojů.*



6. Partnerská skupina

Našli jste motivovanou partnerskou skupinu (alespoň
6 dalších lidí pro požadovaný organizační tým)?
Kdo rozhoduje o způsobu vedení kampaně a kdo
ji koordinuje? Jak spolu budete komunikovat?

*Tip: Vést souběžné kampaně v několika členských státech vyžaduje
 vynikající koordinaci a komunikaci v rámci partnerské skupiny. Můžete
se buď dohodnout na pravidlech a vést nezávislé místní kampaně,
nebo napláňovat přeshraniční iniciativy. Některé evropské občanské
iniciativy se rozhodly mít v Bruselu jednu hlavní osobu odpovědnou
za koordinaci, aby si zajistily rychlý a snadný přístup k orgánům EU
pro případ, že v souvislosti s jejich evropskou občanskou iniciativou
nastane možnost zúčastnit se důležitých setkání.*



7. Datum zahájení

Zvážili jste důkladně datum zahájení vaší iniciativy
s ohledem na to, že kampaň ke sběru podpisů
musíte začít do šesti měsíců od registrace iniciativy?
Uvažovali jste o tom, že uspořádáte oficiální
zahajovací akci?

*Tip: Není snadné přitáhnout pozornost mnoha lidí současně. Ještě
obtížnější je vzbudit zájem sdělovacích prostředků o vaši záležitost.
K tomu může přispět uspořádání velké zahajovací akce v jednom či více
členských státech.*



8. Komunikace

Jste připraveni představit svou evropskou občanskou
iniciativu těm, kdo vás potenciálně budou
podporovat, a to i těm, kdo se mohou vyjadřovat
kriticky?
Máte připravený seznam organizací/sítí/skupin/
institucí, které by se o dané téma mohly zajímat?
Založili jste si účty na sociálních médiích?
Určili jste potenciální partnerská média, která by toto
téma zajímalo?
Uvažovali jste o strategii kampaně a o mediální
strategii?
Uvažovali jste o vytvoření vizuální identity včetně
loga vaší kampaně?

*Tip: Připravte se na zodpovězení otázek nejen o obsahu, ale
i o evropské občanské iniciativě jako nástroji. Projděte si stávající
publikace o evropské občanské iniciativě.*

Využijte [evropský demokratický pas](#) a [podklady](#) vysvětlující
evropskou občanskou iniciativu, které dala Evropská komise k dispozici
ve všech jazycích EU. Nechte si poradit od odbornic a odborníků
z [Fóra evropské občanské iniciativy](#), kteří vám pomohou vypracovat
vaši komunikační strategii.



9. Řízení

Jste připraveni zapojit mnoho osob, které vás budou
aktivně podporovat, nové lidi do partnerské skupiny,
dobrovolníky a dobrovolnice atd.? Jak s nimi budete
komunikovat? Jak budete organizovat jejich práci
a koordinovat jejich činnost? Jste připraveni proškolit
je obecně o evropské občanské iniciativě a konkrétně
o tom, jaký je cíl vaší iniciativy? Jak budete motivovat
lidi ve vaší partnerské skupině, pokud se k vaší
evropské občanské iniciativě i přes jejich úsilí přihlásí
svým podpisem jen málo lidí?

*Tip: Mnoho evropských občanských iniciativ do značné míry závisí
na práci dobrovolnic a dobrovolníků. Nezapomínejte, že potřebují jasné
informace o tom, co mají dělat a jak mají s lidmi o evropské občanské
iniciativě komunikovat. Musí také vědět, jak vyplňovat formuláře, aby
lidé, kteří iniciativu podpoří, poskytli všechny potřebné informace
a aby žádný podpis nepřišel vniveč. U mnoha předchozích evropských
občanských iniciativ se také uváděl motivační faktor. Přes hranici
jednoho milionu podpisů se dosud přehouplo jen několik evropských
občanských iniciativ. Je proto nesmírně důležité udržovat náladu
v týmu, zejména ve chvílích, kdy podpisů přibývá jen pomalu.*



10. Finance

Připravte si seznam výdajů, a to velmi podrobně:
od tisku tisíců formulářů pro vyjádření podpory
po nákup letenek pro organizační tým, aby mohl
kampaň představit na relevantních konferencích,
kde se také bude moci setkat.

*Tip: Některé organizační týmy získávají finanční prostředky od osob
podporujících iniciativu, jiné spoléhají na příspěvky velkých organizací.
Existují i příklady organizačních týmů, které prodávaly propagační
předměty s logem kampaně, aby tak získaly finanční prostředky.
Ne vždy jsou peníze nepostradatelné, budete však muset zvážit
zapojení dobrovolníků a dobrovolnic, aby vám mimo jiné pomohli
s překlady, tiskem a vedením kampaně v ulicích a na internetu.*

**Pokud jste zaškrtnuli všechny výše uvedené body, jste připraveni čelit výzvě,
jíž je vedení kampaně evropské občanské iniciativy.**

Více informací najdete na: www.eesc.europa.eu/eci • Rejstřík evropských občanských iniciativ: <https://europa.eu/citizens-initiative>