

Seminár Copa a Cogeca: Komunikácia, 5. apríl 2019

Zhrnutie správy zo seminára:

Kampaň **#WeFarm4EU** a iné aktivity Copa a Cogeca pred voľbami do EP

Po zvolení nových europoslancov bude do 19. júna 2019 prebiehať proces utvárania politických frakcií v EP, konečné zloženie výborov EP by malo byť známe 17. júla 2019. Hlasovanie o nových kandidátoch na eurokomisárov je plánované na 23. októbra 2019, nové zloženie Komisie by malo začať svoju činnosť 19. novembra 2019.

Po eurovoľbách dôjde s najväčšou pravdepodobnosťou k zmene rozloženia jednotlivých politických frakcií (dve najsilnejšie frakcie EPP a S&D už pravdepodobne nevytvoria väčšinu) a kvôli odchodu UK z EÚ klesne počet europoslancov zo 751 na 705.

Sekretariát Copa a Cogeca pripravuje kampaň **#WeFarm4EU** s cieľom povzbudiť záujem európskej verejnosti o eurovoľby, úplné spustenie kampane sa plánuje na začiatok mája. Kampaň obsahuje 4 piliere týkajúce sa budúcnosti, planéty, spoločnosti a rastu: **#WeFarm4Future**, **#WeFarm4Planet**, **#WeFarm4Community** a **#WeFarm4Growth**. Cieľom je zdôrazniť pred eurovoľbami prispievanie európskeho poľnohospodárstva k spoločnosti a výzvam, ako sú klimatické zmeny, ochrana životného prostredia, precízne poľnohospodárstvo, investície, dobrá pohoda zvierat, atď.

Diskusia a návrhy k zapojeniu sa do EÚ kampaní, prezentácia iniciatív DG AGRI

V IE a UK sa debaty zameriavajú skôr na brexit, IE by si chcelo udržať 3 poslancov vo výbore AGRI. GR v ňom má aktuálne 2 poslancov. DK a FI sa viac sústreďujú na parlamentné voľby, preto majú obavy z menšej účasti v eurovoľbách, ale FI má tiež záujem o členstvo vo výbore. V IT je situácia neprehľadná, posilňujú strany so silne protieurópskym zameraním. HU, SE aj CZ budú usilovať o obsadenie postov vo výbore AGRI (HU aj v ENVI). V BE sa komunikačné kampane začnú začiatkom mája, vo FR sa už kampaň začala, je dôležité obsadiť silného kandidáta nielen do výboru AGRI, ale aj ENVI. Za DE budú znova kandidovať Ulrike Müllerová (ALDE) a Maria Noichlová (S&D), v AT za mimovládne organizácie kandiduje Simone Schmidtová.

Člen DG AGRI predstavil niektoré iniciatívy na povzbudenie verejnosti k účasti na eurovoľbách a na podporu poľnohospodárstva. Časť akcií prebieha na európskej úrovni (semináre, konferencie), niektoré usporadúvajú národné vlády alebo mimovládne organizácie v jednotlivých členských štátoch. Bolo ich zatiaľ okolo 80 a budú pokračovať až do konania eurovoľieb.

Prezentácia kampane **#ThisTimeImVoting**

Reprezentantka Európskeho parlamentu predstavila komunikačnú kampaň **#ThisTimeImVoting**, ktorej cieľom je posilniť záujem verejnosti o európske voľby. Okrem EP na nej spolupracuje ďalších 55 organizácií, ktoré reprezentujú občiansku spoločnosť. Kampaň je prísne apolitická, nejde teda o podporu určitých kandidátov, ale o zdôraznenie významu Európskeho parlamentu (so zvláštnym zameraním na štáty s tradične nízkou účasťou, napr. CZ aj SK). Európsky parlament za týmto účelom vytvoril nový web vo všetkých jazykoch.

Diskusia: FI, GR, ES plánujú využiť obe kampane (C-C aj EP), GR predpokladá, že kampaň Copa a Cogeca sa po voľbách neskončí, pre FR aj FI sú kľúčové najmä témy klimatických zmien,

životného prostredia a generačnej obmeny v poľnohospodárstve. EE v túto chvíľu zapojenie do kampane neplánuje.

Prezentácia živočíšneho sektoru na európskej úrovni - od komunikácie k legislatíve

V posledných rokoch prudko narastá kritika konzumácie mäsa a živočíšnych výrobkov a obľube sa teší vegetariánske a vegánske stravovanie. Podobný tlak badať dokonca aj v stanoviskách výborov AGRI a ENVI, preto je potrebné nájsť protiargumenty použiteľné pri komunikácii s inštitúciami aj mimovládnyimi organizáciami. Živočíšna výroba sa často kritizuje kvôli produkcii skleníkových plynov, ale treba povedať aj to, že medzi rokmi 1990 a 2014 klesol objem skleníkových plynov o 51% a počet chovaných zvierat o 44%. Najväčším problémom sú rôzne dezinformácie, ktoré zámerne vymýšľajú odporcovia konzumácie mäsa a ich tvrdenia nie sú podložené žiadnym zdrojom ani výpočtami, ani žiadnou štúdiou.

Prezentácia koalície kampane podporujúcej živočíšnu výrobu

V nadväznosti na predchádzajúci bod pracuje sekretariát na kampani na podporu živočíšnej výroby, keďže sa mimovládnym organizáciám za posledné desaťročie podarilo vzbudiť u verejnosti presvedčenie o jej škodlivosti. Spojilo sa 11 organizácií s cieľom situáciu napraviť a chcú vytvoriť podobnú komunikačnú kampan, ktorú s úspechom používajú mimovládne organizácie. (napr. kampan Koniec doby klieťkovej). Ich stránky sú síce obsahovo chudobné, ale doplnené o množstvo fotografií, ktoré v čitateľoch vzbudzujú emócie.

Kampan Copa a Cogeca chce tento princíp napodobniť, nástrojom majú byť nové webové stránky, ktoré budú zhromažďovať vedecky podložené fakty a spolupracovať s verejne známymi osobnosťami aktívnymi na sociálnych sieťach. Predpoklad dokončenia nového webu je júl 2019, kampan by mala byť spustená v septembri 2019.

Seminár: Hľadanie spoločného a silného prístupu pre EÚ kampan zameranú na živočíšnu výrobu

Seminár sa organizoval formou 3 pracovných skupín, ktoré diskutovali o možných nápadoch a sloganoch pre komunikačnú kampan. Navrhnuté boli napr.: klásť dôraz na plnenie vysokých požiadaviek na kvalitu, pohodu zvierat a životné prostredie v EÚ, byť aktívnymi v informovaní, že časť živočíšnej výroby je určená aj na výrobu krmív pre domácich miláčikov, byť provokatívnymi (napr. Ste pripravení znova loviť?), vyjsť do ulíc (napr. kruhový objazd Schuman v Bruseli) aj s hospodárskymi zvieratami, kde by prebiehali náučné semináre.

Diskusia: Vo FI čelia problémom s rôznymi dezinformáciami a hoaxmi, ktorým verejnosť verí. HU tvrdí, že na stratégie environmentálnych organizácií, ktoré sú často založené na princípe vzbudzovania emócií, treba odpovedať vedecky podloženými faktami, ktoré možno tiež verejnosť zaujmú. SE tiež informovalo, že organizácia LRF pripravila množstvo krátkych videí založených na faktoch o živočíšnej výrobe, jej vplyvu na prostredie a klímu a videá mali okamžite veľký úspech (viac než milión videní).