



EVROPA, KTERÁ PŘINÁŠÍ VÝSLEDKY:

Možnosti, jak Evropskou unii zefektivnit

#EURoad2Sibiu

#FutureOfEurope

Zrození vedoucích kandidátů (tzv. Spitzenkandidaten) a volební kampaň do Evropského parlamentu v roce 2014

Volby do Evropského parlamentu v roce 2014 byly první, které se konaly od doby, kdy vstoupila v platnost Lisabonská smlouva se svými novými ustanoveními o volbě předsedy Evropské komise.

Lisabonská smlouva, čl. 17 odst. 7:

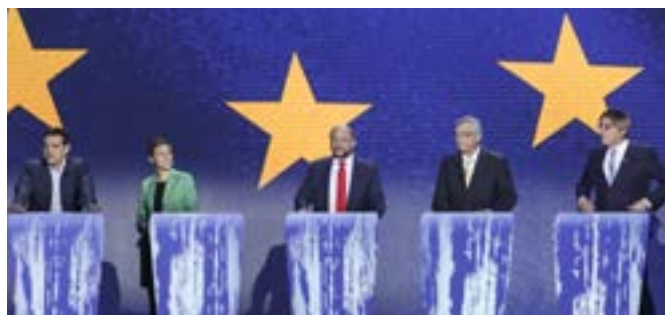
„S přihlédnutím k volbám do Evropského parlamentu a po náležitých konzultacích navrhne Evropská rada kvalifikovanou většinou Evropskému parlamentu kandidáta na funkci předsedy Komise. Tohoto kandidáta zvolí Evropský parlament většinou hlasů všech svých členů.“

V roce 2014 jmenovaly hlavní evropské politické strany každá svého kandidáta na předsedu Evropské komise, aby vedl jejich kampaň. Nebylo to poprvé, co strany nominovaly vedoucí kandidáty, ale bylo to poprvé, kdy se o to pokusily u celoevropské volební kampaně.

Celkově lze říci, že systém vedoucích kandidátů měl pozitivní dopad na vztahy mezi orgány EU a zvýšil efektivitu jejich práce.

PRVNÍ CELOEVROPSKÁ KAMPAŇ

Nový systém dodává do soutěže mezi různými politickými programy konkrétní tvář. V období od 9. dubna do 20. května proběhlo mezi kandidáty různých stran na funkci předsedy Komise devět předvolebních debat – novinka ve volbách do Evropského parlamentu. Živě přenášené debaty zhlédl v televizi a na internetu velký počet diváků a vyvolaly i diskuse v sociálních médiích.



© Evropská unie

Kandidáti v rámci svých volebních kampaní rovněž hodně cestovali po všech 28 členských státech EU. Až do 25. května 2014, kdy byly odevzdány poslední hlasy, vystoupil Jean-Claude Juncker v rámci kampaně ve více než 30 městech v 18 členských státech EU, zatímco Martin Schulz navštívil 70 měst v 24 členských státech.



© Evropská lidová strana



© Evropská unie – zdroj EP



© Strana evropských socialistů



© Evropská unie – zdroj EP

KAMPAŇ, ZE KTERÉ VZEŠLA POLITICKÁ EVROPSKÁ KOMISE

Evropský parlament a Evropská rada mají stejné slovo při jmenování a volbě předsedy Komise. Systém vedoucího kandidáta to nezměnil, ale zajistil, aby kandidát politické strany, která získala nejvíce hlasů, měl nejlepší předpoklady pro nalezení většinové podpory u obou orgánů.

Volební proces v roce 2014 posílil vztah mezi těmito třemi orgány EU a pomohl jim shodnout se na společném programu činnosti na pětileté funkční období, a posílil tak účinnost, efektivitu a demokratickou legitimitu.

Strategická agenda klíčových priorit stanovená Evropskou radou v červnu 2014 vyústila v politické směry, na jejichž základě zvolil Evropský parlament předsedu Komise Junckera a které rovněž přirozeně odrážejí program, se kterým vystupoval Juncker v rámci své předvolební kampaně po celé Unii.

Díky vyšší odpovědnosti, kterou mu svěřil proces vedoucího kandidáta, získal nový předseda Evropské komise silnější mandát založený na společné agendě se společnou politickou odpovědností napříč politickými stranami i orgány. To je to, co umožnilo Junckerově Komisi nasměrovat činnost politickým směrem a soustředit se na oblasti, v nichž jsou opatření na úrovni Unie nejlepším řešením, a ostatní ponechat na členských státech.

Cílenější soubor priorit



Prioritní iniciativy navržené Komisí

JUNCKEROVA KOMISE

Podle studie Evropského parlamentu 80 % oznámených iniciativ již přináší výsledky

POUČENÍ ZE ZKUŠENOSTÍ

Je zřejmé, že kampaň v roce 2014 byla v některých členských státech viditelnější než v jiných a že ne všichni občané si byli tohoto procesu vědomi. Nyní však, když byl tento proces zaveden a politické strany a informovaní občané mu projeví svou podporu, by mohlo být to, co v roce 2014 začalo jako experiment, konsolidováno a posíleno.

Celoevropské kampaně, které sbližují evropské orgány a naše občany, mohou odpovědnost naší Unie jen zlepšit. Komise by proto opakování systému vedoucího kandidáta v roce 2019 podpořila, domnívá se však, že by mohly být podniknuty určité praktické kroky, které by tento proces zdokonalily, např.:

- dřívější výběr vedoucích kandidátů a dřívější zahájení kampaně;
- viditelnější spojitost mezi vnitrostátními a evropskými stranami, např. vytištěním příslušnosti k evropské straně na materiálech vydaných k volební kampani a na hlasovacích lístcích;
- vysílání televizních debat mezi vedoucími kandidáty na veřejnoprávních kanálech.



© Evropská unie