

L'INIZIATIVA RIGHT2WATER

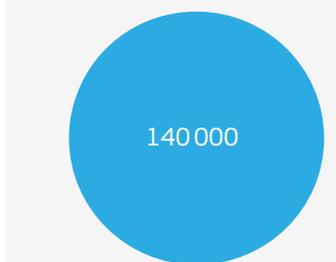
L'iniziativa [Right2Water](#) (nome completo: "Acqua potabile e servizi igienico-sanitari: un diritto umano universale! L'acqua è un bene comune, non una merce!") è stata registrata il 10 maggio 2012. L'iniziativa esortava la Commissione europea a proporre una normativa che sancisse il diritto umano universale all'acqua potabile e ai servizi igienico-sanitari, come riconosciuto dalle Nazioni Unite, e la loro fornitura in quanto servizi pubblici fondamentali per tutti.

L'obiettivo principale della campagna era fare in modo che la legislazione dell'UE imponesse ai governi nazionali di garantire e fornire a tutti i cittadini acqua potabile pulita e servizi igienico-sanitari in misura sufficiente.

L'iniziativa Right2Water è unica nel suo genere nel senso che è la prima iniziativa dei cittadini europei ad aver raccolto 1 milione di firme.

La Commissione ha deciso di intervenire in diversi settori connessi all'iniziativa (aumentare la trasparenza, promuovere l'innovazione, ecc.) e ha presentato una proposta legislativa di revisione della direttiva sull'acqua potabile includendo l'obbligo per gli Stati membri di garantire l'accesso all'acqua per i gruppi più vulnerabili.

Fonti dei finanziamenti (EUR)



European Federation of Public Service Unions

Fattori di successo

- > Tre anni di preparazione prima del lancio dell'iniziativa
- > Uno sketch durante uno spettacolo televisivo in prima serata su una rete tedesca ha permesso di raccogliere 200 000 firme nei giorni successivi
- > Un movimento internazionale con basi solide

La campagna Right2Water

Preparazione

Nel corso di una riunione tenutasi nel 2009 la Federazione sindacale europea dei servizi pubblici (FSESP) ha deciso di avviare l'iniziativa dei cittadini europei perché "era uno strumento con una dimensione europea in grado di promuovere la coalizione e la collaborazione a livello europeo". Ciò è stato fondamentale per il successo dell'iniziativa in quanto l'FSESP ha costituito un fondo per finanziare la campagna tre anni in anticipo e ha creato un'ampia alleanza di organizzazioni (organizzazioni per lo sviluppo, ONG sociali e ambientali, organizzazioni delle donne, chiese, aziende idriche pubbliche e comuni) a sostegno della campagna.

Gli organizzatori hanno utilizzato i contatti personali, i membri dell'FSESP, i movimenti sociali, le reti nazionali e alcune organizzazioni europee (Ufficio europeo dell'ambiente, Women in Europe, Social Platform, European Water Movement ecc.) per sensibilizzare e coinvolgere i sostenitori. "Tutti i partner hanno motivi diversi per sostenere l'iniziativa, ma un interesse comune: garantirne il successo".

Da ultimo, ma non meno importante, sono stati consultati anche avvocati in pensione per ricevere assistenza nell'elaborazione dell'iniziativa.

Raccolta delle firme

“I cittadini erano consapevoli del problema dell’accesso all’acqua pulita”, cosa che ha facilitato la raccolta di firme. In effetti, gli obiettivi iniziali fissati dagli organizzatori sono stati superati in Italia, Spagna e Grecia, tre paesi soggetti ad alcune delle “più drastiche politiche di austerità, in quel momento, in seguito alla privatizzazione dei servizi di base”.

I sostenitori sono stati contattati attraverso i social media e gli attivisti nelle città. Gli organizzatori hanno inoltre istituito una rete di punti di contatto locali dove le persone potevano segnalare tutte le attività svolte per strada o sul posto di lavoro, favorendo così la diffusione delle idee.

Un fattore cruciale per il successo dell’iniziativa è stato uno sketch trasmesso in un programma televisivo in prima serata su un canale tedesco che ha fatto raccogliere rapidamente circa 200 000 nuove firme. Gli organizzatori hanno cercato di fare lo stesso anche in altri paesi, ma “ha richiesto molto tempo” e l’idea non ha avuto lo stesso successo nell’attirare l’attenzione dei mezzi di comunicazione nazionali.

Sei mesi dopo l’inizio del periodo di raccolta delle firme, hanno individuato i paesi in cui era più facile raccogliere le firme e vi hanno concentrato i loro sforzi. Quando hanno raggiunto la soglia in un paese, hanno cercato di superarla almeno del 5%.

Entro la fine della fase di raccolta delle firme, l’84% del milione e settecentomila firme era stato raccolto online, mentre il restante 16% su supporto cartaceo.



Verifica e presentazione

L’iniziativa è stata presentata il 20 dicembre 2013, insieme ai certificati che attestavano la validità di 1 659 543 dichiarazioni di sostegno. In alcuni paesi, la verifica della firma ha richiesto più tempo che in altri. Circa 200 000 firme non hanno superato il processo di verifica.

Esame e decisione della Commissione

La riunione con la Commissione, rappresentata dal vicepresidente Maroš Šefčovič, ha avuto luogo il 17 febbraio 2014 (cfr. il [comunicato stampa](#)). Nel pomeriggio dello stesso giorno gli organizzatori hanno presentato l'iniziativa in un'[audizione pubblica](#) presso il Parlamento europeo.

Secondo gli organizzatori l'audizione pubblica "intendeva favorire un dibattito pubblico con i deputati al Parlamento europeo e la Commissione" al fine di discutere le modalità per conseguire gli obiettivi dell'iniziativa, cosa che non è avvenuta. "Alcuni eurodeputati sono intervenuti, ma non c'è stato un dibattito sull'iniziativa".

Come si è già detto, nella [comunicazione](#) del 19 marzo 2014 (cfr. il [comunicato stampa](#)), la Commissione ha definito le azioni che si era impegnata ad attuare.

Maggiori informazioni sulle azioni di follow-up sono disponibili sul [sito web dell'iniziativa dei cittadini europei](#).



Insegnamenti tratti

- > "L'enorme attenzione ricevuta e la sensibilizzazione a proposito dell'iniziativa hanno giustificato le notevoli risorse investite nella campagna elettorale."
- > Il fatto che l'iniziativa si basasse su un movimento internazionale importante e già consolidato ha permesso di conseguire il numero necessario di sostenitori.
- > In particolare, l'1,2 milioni di firme raccolte in Germania sono stati il risultato di una campagna nazionale che ha beneficiato di un'eccellente copertura, comprendenti programmi di informazione, uno spettacolo televisivo, articoli di giornali, ecc.



Consigli e suggerimenti per i futuri organizzatori

- > Costituire un'alleanza con i diversi gruppi per garantire il successo dell'iniziativa!
- > Elaborare piani d'azione e campagne a tutti i livelli: UE, nazionale e locale
- > Prima si inizia con la preparazione, maggiori sono le possibilità di successo!
- > Contattare i deputati al Parlamento europeo che possono aiutare con la campagna!
- > Svolgere la campagna nelle lingue nazionali per agevolare la partecipazione dei cittadini!
- > Ottenere il sostegno di "celebrità"!
- > Instaurare contatti personali e usare i social media è fondamentale nel corso della campagna! Utilizzare la stampa in modo intelligente!
- > Assicurarsi che le persone coinvolte nella campagna siano in grado di illustrare gli obiettivi dell'iniziativa e come funziona l'iniziativa dei cittadini europei!
- > Stabilire un forte legame tra politica locale e nazionale e l'iniziativa, illustrando le possibili implicazioni di un sì o di un no, in modo che i cittadini possano collegare il tema alle questioni politiche all'interno delle loro comunità.

Questa "storia di successo" si basa su un'intervista svolta il 21 febbraio 2018 con Pablo Sánchez Centellas, referente dell'FSESP per il comitato dei cittadini. Le informazioni fornite provengono da fonte indipendente e non possono essere considerate il parere della Commissione europea o di altre istituzioni dell'UE o nazionali. La Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che verrà fatto delle informazioni qui contenute.