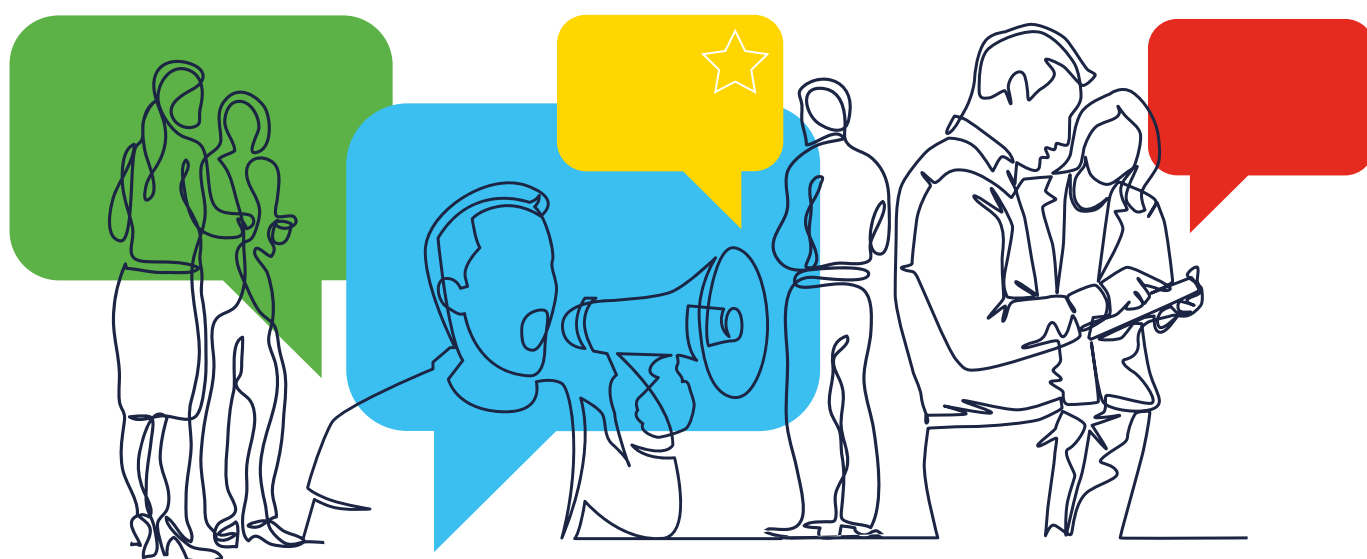


EXEMPLE DE RÉUSSITE



FORUM DE L'INITIATIVE CITOYENNE EUROPÉENNE

UN DE NOUS



APPRENDRE – DISCUTER - ENTRER EN CONTACT -
OBTENIR DES CONSEILS

| TABLE DES MATIÈRES

UN DE NOUS	3
Campagne de l'initiative «Un de nous»	4
Impact de la campagne «Un de nous»	7



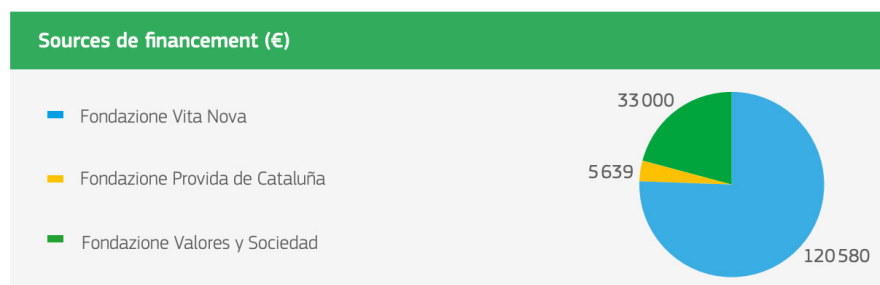
1

UN DE NOUS

L'initiative «Un de nous», enregistrée le 11 mai 2012, a été une des premières initiatives citoyennes européennes à avoir recueilli au moins 1 million de signatures. Elle concernait la protection juridique de la dignité, du droit à la vie et à l'intégrité de tout être humain depuis la conception. Son principal objectif était de mettre un terme au financement par l'UE d'activités impliquant l'utilisation d'embryons humains, en particulier dans les domaines de la recherche, de la santé publique et de l'aide au développement.

L'initiative «Un de nous» est une des initiatives ayant abouti pour laquelle les organisateurs ont fourni un projet d'acte juridique demandant trois modifications législatives. En outre, les organisateurs ont mis en place, en septembre 2013, une organisation dotée d'une personnalité juridique propre, la «Fédération Un de nous», aux fins de la campagne.

La Commission européenne a décidé de ne pas procéder à la révision législative demandée, estimant que le cadre législatif en vigueur était approprié.



Facteurs de réussite

- Soutien public du Vatican
- Comités nationaux forts
- Campagne axée sur les pays dans lesquels le sujet est bien connu

2

Campagne de l'initiative «Un de nous»

Préparation

Des ONG issues de pays comptant des mouvements pour la vie solides et bien établis (France, Allemagne, Pologne, Espagne et Italie) ont commencé à contacter des ONG pro-vie d'autres pays qui pourraient gérer la campagne par l'intermédiaire de comités nationaux. Elles ont collecté des fonds pour la coordination centrale de l'initiative à Bruxelles (pour l'organisation des réunions, le paiement des frais de déplacement, etc.) grâce aux contributions des organisations partenaires. En outre, chaque comité national a collecté des fonds pour sa propre campagne nationale.

Mise en œuvre

La campagne a été lancée juste après l'enregistrement de l'initiative. (Veuillez noter qu'aujourd'hui, vous avez jusqu'à six mois entre l'enregistrement et le début des 12 mois pour recueillir les signatures. Lorsque l'initiative «Un de nous» a été mise en œuvre, ce n'était pas encore le cas). Les cinq premiers mois de la campagne «ont été essentiellement consacrés à mettre en place des structures pour le déroulement de la campagne dans les 28 pays de l'UE». Ce n'est qu'une fois ces structures en place que la véritable campagne et la collecte de signature ont commencé. Les signatures ont donc été recueillies en l'espace de 6 mois.

La campagne a largement recouru aux médias et aux ressources en ligne. Afin de sensibiliser et d'éduquer les citoyens, les organisateurs ont créé un site web et se sont adressés aux médias traditionnels (notamment en donnant des interviews). Ils étaient également actifs sur Facebook et Twitter.



| Collecte des signatures

Une stratégie globale de campagne a été définie, mais chaque comité national a mis en œuvre sa propre version de la campagne et recherché un ambassadeur national chargé de promouvoir l'initiative et d'encourager les citoyens à signer les déclarations de soutien.

La stratégie reposait sur les grandes étapes suivantes:

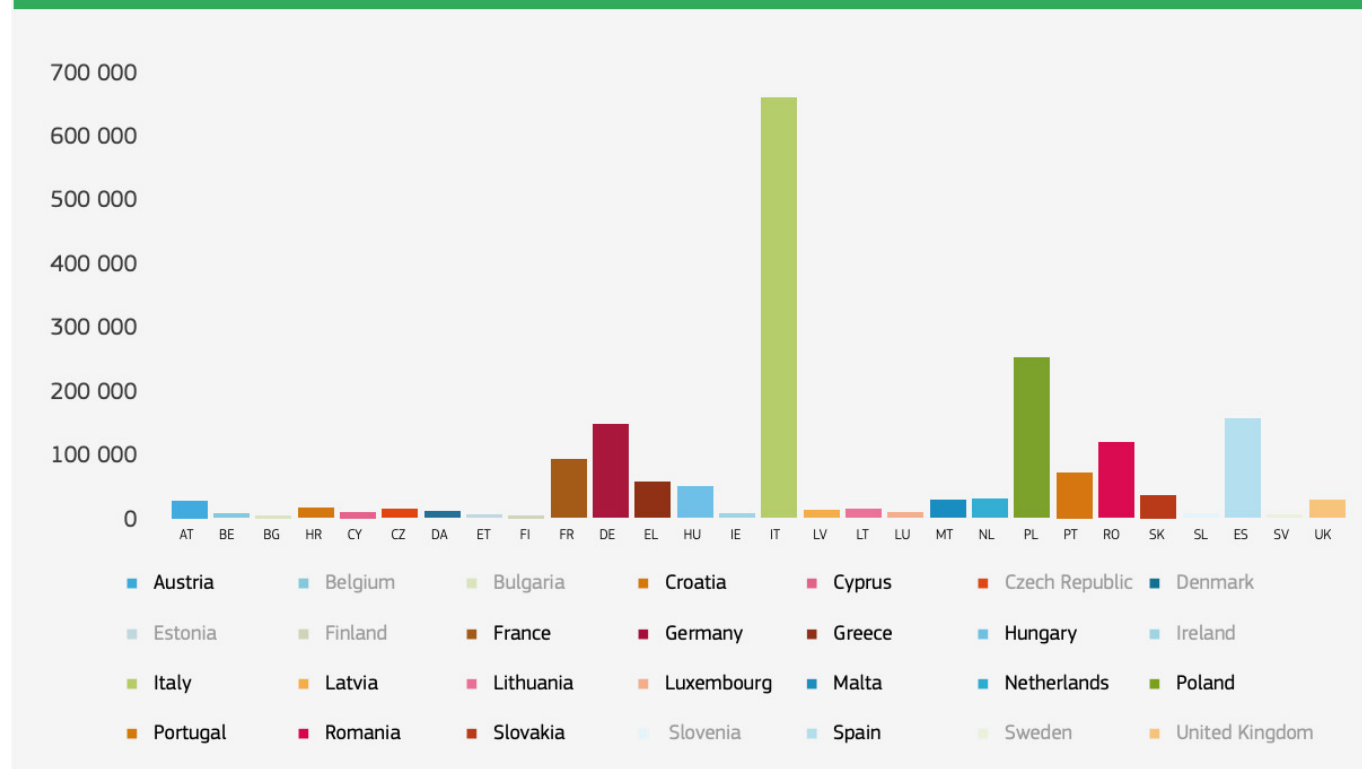
1. atteindre le minimum requis de signatures dans 7 pays
2. recueillir 1 million de signatures
3. recueillir 1,2 million de signatures au cas où certaines ne seraient pas validées
4. recueillir 1,5 million de signatures pour renforcer le message de l'initiative
5. recueillir le plus grand nombre possible de signatures dans le plus grand nombre possible de pays.

Un des principaux problèmes rencontrés par les organisateurs était les difficultés techniques liées à la mise en place du système de collecte en ligne. Toutefois, en réponse à ces difficultés rencontrées au cours de la phase de démarrage de l'initiative citoyenne européenne, la Commission a proposé – au-delà des obligations qui lui incombent en vertu du règlement – d'héberger les systèmes de collecte en ligne des organisateurs et de leur fournir une assistance technique et des formations. La Commission a également accepté, à titre exceptionnel, les déclarations de soutien recueillies jusqu'au 1er novembre 2013 (au-delà des 12 mois officiels) pour toutes les initiatives enregistrées avant le 31 octobre 2012.

Lorsque la phase de collecte a pris fin le 1er novembre 2013, environ 65 % des signatures avaient été recueillies sur papier par des bénévoles et 35 % en ligne.



Nombre de déclarations de soutien (les pays où le seuil a été atteint sont indiqués en gras)



| Vérification et présentation

L'initiative a été présentée le 28 février 2014, de même que les certificats confirmant la validité des 1 721 626 déclarations de soutien.

3

Impact de la campagne «Un de nous»

Examen et décision de la Commission

Les organisateurs ont rencontré le commissaire européen chargé de la recherche, de l'innovation et de la science et le directeur général adjoint de la direction générale du développement et de la coopération, le 9 avril 2014 (voir le [communiqué de presse](#)). Ils ont présenté leur initiative lors d'[une audition publique](#) organisée au Parlement européen le lendemain.

Dans sa [communication](#) du 28 mai 2014 (voir le [communiqué de presse](#)), la Commission a indiqué qu'elle n'allait pas présenter de proposition législative, étant donné que les États membres et le Parlement européen venaient d'examiner et d'adopter le cadre de financement correspondant.

De plus amples informations sur les actions de suivi figurent sur le [site web de l'initiative citoyenne européenne](#).



| Suivi

Les organisateurs ont communiqué les résultats de la campagne à leurs sympathisants principalement par courrier électronique. Ils «ont envoyé des rapports complets avec les signatures recueillies à tous leurs contacts établis dans les différents pays.» Le succès rencontré dans un pays servait à motiver les autres. Une fois que «plusieurs pays ont recueilli le nombre minimal requis de signatures», les organisateurs se sont servis de leur exemple pour inciter «les autres à faire avancer leur campagne nationale.»

L'initiative citoyenne européenne n'a été que le point de départ d'une coopération plus durable. Dans la perspective de la campagne, les organisateurs «ont mis en place la Fédération Un de nous qui a continué à travailler au niveau européen et national.» Cet exemple montre comment une initiative citoyenne européenne peut non seulement aider des personnes à faire entendre leur voix mais aussi à trouver des personnes animées du même esprit afin de poursuivre un objectif commun dans le cadre d'une stratégie à long terme.

Malgré leur succès, les organisateurs déclarent qu'ils choisiraient une approche légèrement différente s'ils devaient lancer une autre campagne. Le principal point à modifier serait la structure organisationnelle de la campagne. Les organisateurs envisageraient «une structure solide dans les différents pays». Cela permettrait de disposer de plus de temps pendant la campagne pour recueillir des signatures et d'améliorer encore la planification à long terme.



Trucs et astuces pour les futurs organisateurs

- Envoyez vos questions de nature juridique au service d'assistance du forum de l'initiative citoyenne européenne.
- Communiquez! Établissez des flux d'informations horizontaux et verticaux au sein de la structure de la campagne.
- La motivation est essentielle: informez chaque semaine les coordinateurs nationaux des résultats de la collecte de signatures pour les encourager.
- Si l'objectif de 1 million de signatures vous semble trop difficile au départ, fixez un certain nombre d'objectifs et d'échéances par pays et à l'échelle de l'UE, et suivez attentivement les progrès accomplis.
- Avez la campagne sur les pays où le thème de l'initiative est déjà bien connu.
- Gardez à l'esprit que la décision finale sur le suivi à donner à une initiative citoyenne européenne couronnée de succès appartient à la Commission européenne.



Enseignements tirés

- Les organisateurs savaient que même si la Commission n'était pas tenue de proposer une législation, une initiative couronnée de succès «créerait une pression politique considérable et susciterait le débat dans toute l'Europe».
- Malgré le soutien public dont elle a bénéficié de la part du pape Benoît XVI et du pape François, «la campagne a pâti d'un manque de couverture médiatique».
- Enfin, les organisateurs ont axé la campagne sur les pays comptant des mouvements pro-vie bien établis (comme la France, l'Allemagne, la Pologne, l'Espagne et l'Italie). Peu de déclarations de soutien ont été recueillies dans les pays où il n'existait pas de comité national solide et où les ressources financières étaient très limitées.