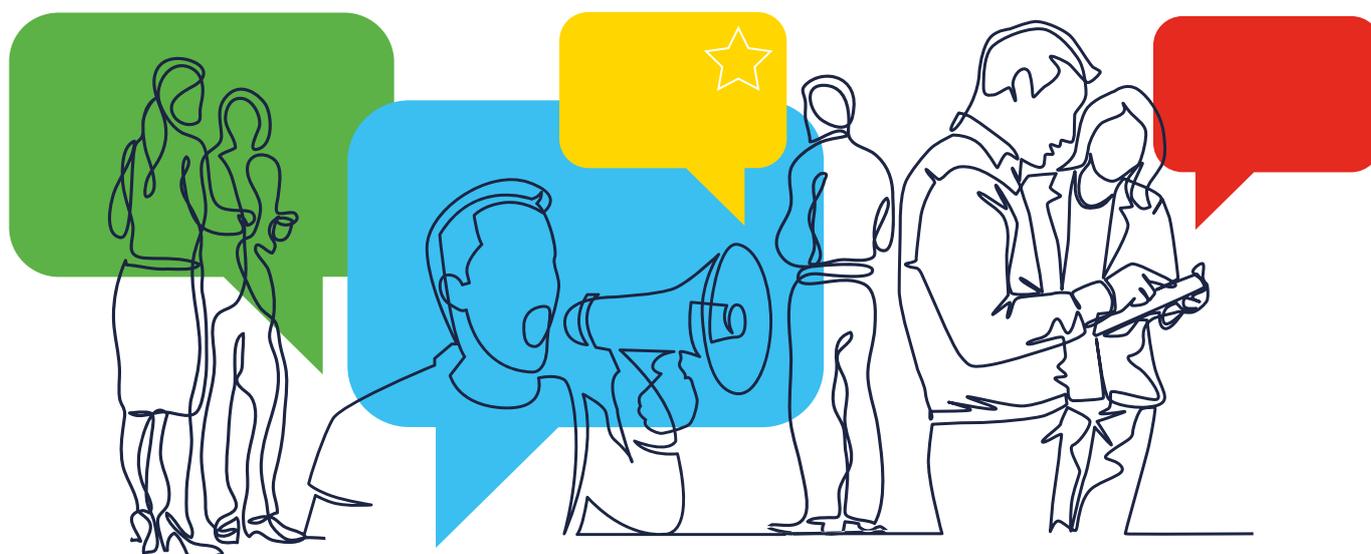


STORIA DI SUCCESSO



FORUM DELL'INIZIATIVA DEI CITTADINI EUROPEI

UNO DI NOI



IMPARA – DISCUTI – COLLEGATI - CHIEDI UNA CONSULENZA

| INDICE

UNO DI NOI	3
La campagna "Uno di noi"	4
L'impatto della campagna "Uno di noi"	7



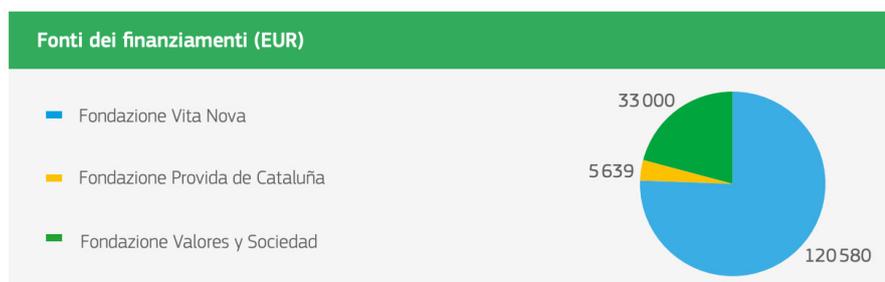
1

UNO DI NOI

“Uno di noi”, registrata l’11 maggio 2012, è stata una delle prime iniziative dei cittadini europei a raccogliere almeno un milione di firme. L’iniziativa riguardava la tutela giuridica della dignità, del diritto alla vita e dell’integrità di ogni essere umano fin dal concepimento. Il suo obiettivo principale era porre fine al finanziamento da parte dell’UE di attività che comportano l’uso di embrioni umani, in particolare nei settori della ricerca, degli aiuti allo sviluppo e della salute pubblica.

L’iniziativa “Uno di noi” è un esempio di un’iniziativa di successo per la quale gli organizzatori hanno elaborato una bozza di un atto giuridico che chiede tre modifiche legislative. Inoltre, nel settembre 2013 gli organizzatori hanno istituito un’organizzazione con personalità giuridica propria dedicata alla campagna, denominata “One of Us Federation”.

La Commissione europea ha deciso di non effettuare la revisione legislativa richiesta poiché ritiene adeguato il quadro legislativo esistente.



Fattori di successo

- Sostegno pubblico da parte del Vaticano
- Forza dei comitati nazionali
- Campagna concentrata sui paesi in cui il tema era ben noto

2

La campagna “Uno di noi”

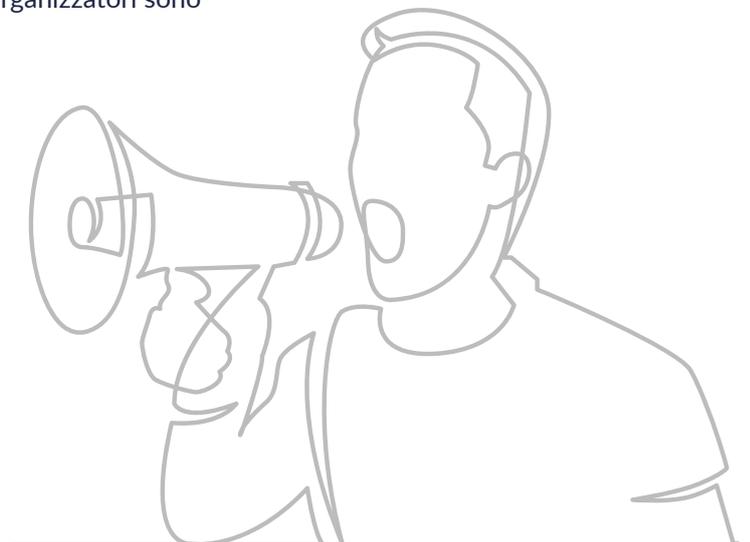
Preparazione

Le ONG di paesi con movimenti pro-vita solidi e radicati (Francia, Germania, Polonia, Spagna, Italia) hanno avviato contatti con le ONG pro-vita in altri paesi in grado di gestire la campagna attraverso i comitati nazionali. Hanno raccolto fondi per il coordinamento centrale dell'iniziativa a Bruxelles (organizzazione di riunioni, spese di viaggio, ecc.) grazie ai contributi delle organizzazioni partner. Inoltre, ciascun comitato nazionale ha raccolto fondi per le proprie campagne nazionali.

Attuazione

La campagna è stata avviata subito dopo la registrazione. (Si noti che oggi avete fino a sei mesi tra la registrazione e l'inizio dei 12 mesi per raccogliere le firme. Quando è stata attuata l'iniziativa “Uno di noi”, non era ancora così). I primi cinque mesi della campagna “sono stati dedicati essenzialmente a costruire una struttura per sviluppare la campagna nei 28 paesi dell'UE.” La campagna e la raccolta delle firme sono state realizzate solo dopo la creazione di questa struttura. Di conseguenza, le firme sono state raccolte entro 6 mesi.

La campagna ha applicato un approccio diffuso all'uso dei media e delle risorse online. Per sensibilizzare e educare le persone, gli organizzatori hanno creato un sito web dedicato e hanno fatto ricorso ai media tradizionali (comprese le interviste). Al tempo stesso, gli organizzatori sono stati attivi anche su Facebook e Twitter.



| Raccolta delle firme

È stata concordata una strategia generale in base alla quale ciascun comitato nazionale ha messo in atto la propria versione della campagna, cercando un ambasciatore nazionale per promuovere l'iniziativa e incoraggiare le persone a firmare le dichiarazioni di sostegno.

La strategia era basata sui seguenti elementi principali:

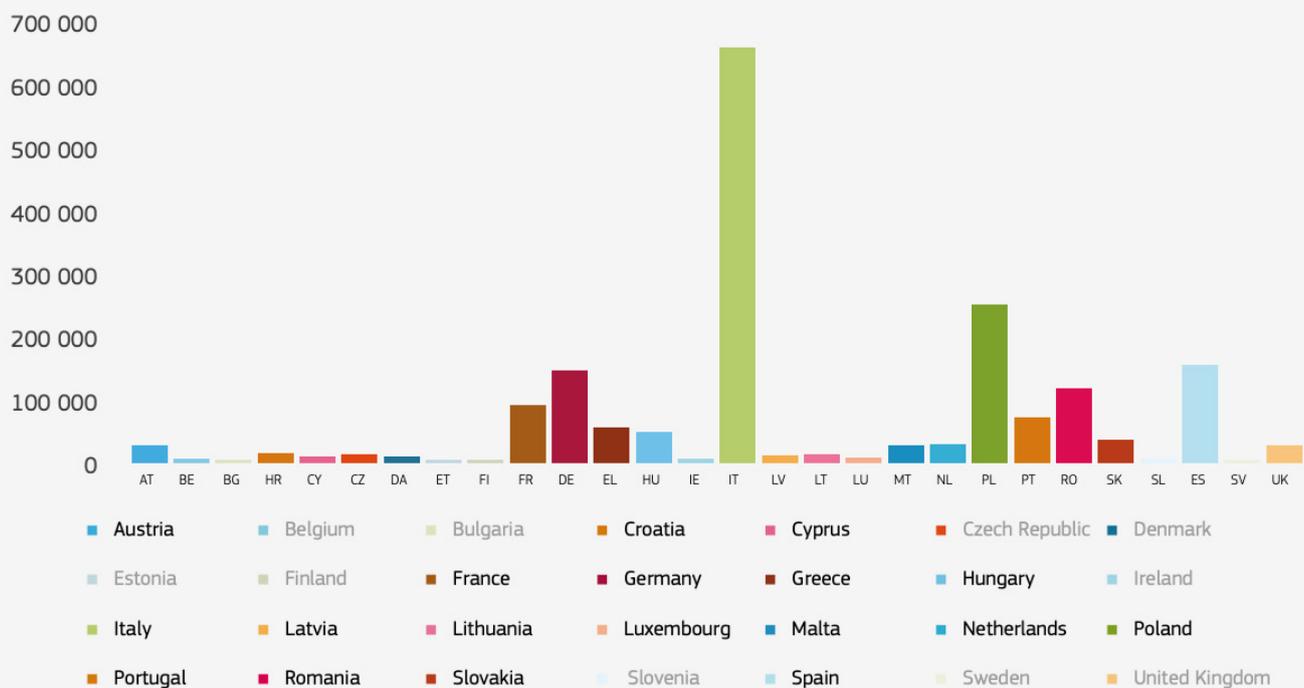
1. soddisfare il requisito minimo di firme in sette paesi
2. raccogliere 1 milione di firme
3. raccogliere 1 200 000 firme nel caso in cui alcune non fossero state convalidate
4. raccogliere 1 500 000 firme per rafforzare il messaggio dell'iniziativa
5. raccogliere il maggior numero possibile di firme provenienti dal maggior numero possibile di paesi.

Una delle principali sfide per gli organizzatori sono state le difficoltà tecniche nel creare il sistema di raccolta online. Tuttavia, in risposta alle difficoltà incontrate dagli organizzatori durante la fase di avvio dell'iniziativa dei cittadini europei, la Commissione, andando al di là dei suoi obblighi ai sensi del regolamento, ha offerto di ospitare i sistemi di raccolta online degli organizzatori e di fornire assistenza tecnica e formazione. In via eccezionale ha anche accettato le dichiarazioni di sostegno raccolte fino al 1° novembre 2013 (oltre i 12 mesi ufficiali) per tutte le iniziative registrate prima del 31 ottobre 2012.

Quando la fase di raccolta si è conclusa il 1° novembre 2013, i volontari avevano raccolto circa il 65% delle firme su carta e il restante 35% online.



Numero delle dichiarazioni di sostegno
(in grassetto i paesi in cui è stata raggiunta la soglia)



| Verifica e presentazione

L'iniziativa è stata presentata il 28 febbraio 2014, insieme ai certificati che attestavano la validità di 1 721 626 dichiarazioni di sostegno.

3

L'impatto della campagna "Uno di noi"

Esame e decisione della Commissione

Il 9 aprile 2014 gli organizzatori dell'iniziativa hanno incontrato la commissaria europea per la Ricerca, l'innovazione e la scienza e il vicedirettore generale per lo sviluppo e la cooperazione (cfr. il [comunicato stampa](#)). Gli organizzatori hanno presentato l'iniziativa in occasione di un'[audizione pubblica](#) presso il Parlamento europeo il giorno successivo.

Nella sua [comunicazione](#) del 28 maggio 2014 (cfr. il [comunicato stampa](#)), la Commissione ha dichiarato di non avere intenzione di presentare una proposta legislativa poiché il quadro di finanziamento era stato da poco discusso e convenuto dagli Stati membri dell'UE e dal Parlamento europeo.

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



| Tappe successive

Gli organizzatori hanno comunicato i risultati della campagna ai sostenitori principalmente per posta elettronica. "Hanno inviato relazioni complete con le firme raccolte a tutti i contatti nei vari paesi". Il successo ottenuto in un paese doveva motivare gli altri paesi. Una volta che "i vari paesi hanno raccolto le firme minime richieste", gli organizzatori ne hanno fatto uso per spingere "gli altri a mobilitare le loro campagne nazionali".

L'iniziativa dei cittadini europei è stata solo il punto di partenza di una cooperazione più lunga. Alla luce della campagna, gli organizzatori "hanno costituito la Federation One of Us, che ha continuato a lavorare a livello europeo e nazionale". Questo esempio mostra come un'iniziativa dei cittadini europei non solo possa aiutare i cittadini in primo luogo a farsi sentire, ma anche a trovare altre persone mosse dagli stessi interessi che perseguono un obiettivo condiviso nell'ambito di una strategia a lungo termine".

Nonostante il loro successo, gli organizzatori dichiarano che sceglierebbero un approccio leggermente diverso se dovessero attuare un'altra campagna. Il punto principale da affrontare sarebbe l'assetto organizzativo della loro campagna. Gli organizzatori punterebbero a "una struttura solida nei vari paesi". Ciò consentirebbe di concedere più tempo durante la campagna per la raccolta delle firme e di migliorare ulteriormente la pianificazione a lungo termine.



Consigli e suggerimenti per i futuri organizzatori

- Inviare le questioni giuridiche all'helpdesk del forum dell'iniziativa dei cittadini europei.
- Comunicare! Istituire flussi di informazioni orizzontali e verticali all'interno della struttura della campagna.
- La motivazione è di fondamentale importanza, quindi aggiornare settimanalmente i coordinatori nazionali sulle firme raccolte per incoraggiarli.
- Se l'obiettivo di raccogliere 1 milione di firme sembra eccessivo per cominciare, fissare una serie di obiettivi chiari e scadenze specifiche per ogni singolo paese e a livello dell'UE e monitorare con attenzione i progressi compiuti
- Concentrare la campagna sui paesi in cui il tema dell'iniziativa è già ben noto.
- Tenere presente che la decisione finale sul seguito da dare all'iniziativa dei cittadini europei di successo spetta alla Commissione europea.



Insegnamenti tratti

- Gli organizzatori sapevano che, anche se la Commissione non era tenuta a proporre un atto legislativo, «la riuscita dell'iniziativa avrebbe esercitato notevoli pressioni politiche e dato vita a un dibattito in tutta Europa».
- Nonostante il fatto che l'iniziativa sia stata sostenuta pubblicamente da papa Benedetto XVI e papa Francesco, «la campagna è stata compromessa da una mancanza di copertura nei media».
- Come ultimo punto, ma non meno importante, gli organizzatori hanno concentrato la campagna in paesi con forti movimenti pro-vita (ad es. Francia, Germania, Polonia, Spagna e Italia). Alcune dichiarazioni di sostegno sono state ottenute nei paesi in cui mancava un solido comitato nazionale e dove le risorse finanziarie erano molto limitate.