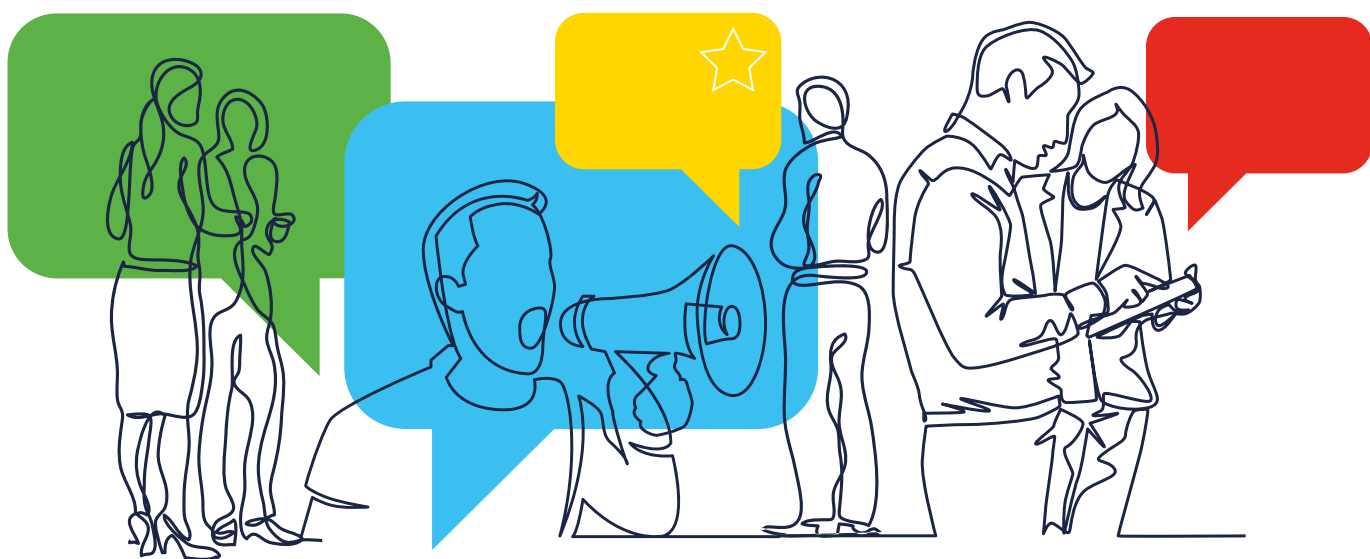


STORJA TA' SUĊĊESS



# IL-FORUM TAL-INIZJATTIVA TAĊ-ĊITTADINI EWROPEJ

RIGHT2WATER



**TGĦALLEM** – IDDISKUTI – IKKONNETTJA - FITTEX PARIR

## WERREJ

Right2Water	3
Il-kampanja Right2Water	4
L-impatt tal-Kampanja Right 2 Water	7



# 1

## Right2Water

L-inizjattiva Right2Water (l-isem sfiħ: "L-ilma u s-sanità huma dritt tal-bniedem! L-ilma huwa gid pubbliku, mhux komodità!") kienet irreġistrata fl-10 ta' Mejju 2012. L-għan kien li l-Kummissjoni Ewropea tkun mistiedna tipproponi leġiżlazzjoni li timplimenta d-dritt tal-bniedem għall-ilma u s-sanità, kif rikonoxxut min-Nazzjonijiet Uniti, u l-forniment tagħhom bħala servizzi pubbliċi essenzjali għal kulhadd.

L-objettiv ewlieni tal-kampanja kien li l-leġiżlazzjoni tal-UE għandha tesigi li l-gvernijiet nazzjonali jiżguraw u jipprovdu liċ-ċittadini kollha b'ilma tax-xorb nadif u suffiċjenti u b'sanità.

Right2Water hija unika fis-sens li kienet l-ewwel Inizjattiva tač-Ċittadini Ewropej li rnexxielha tiġbor miljun firma.

Il-Kummissjoni ddeċidiet li tieħu azzjoni fl-oqsma differenti relatati mal-inizjattiva (żieda fit-trasparenza, stimulazzjoni tal-innovazzjoni, eċċ.) u għamlet proposta leġiżlattiva għar-rieżami tad-Direttiva dwar l-Ilma tax-Xorb inkluż l-obbligu għall-Istati Membri li jiżguraw aċċess għall-ilma għall-gruppi l-aktar vulnerabbli.

### Sorsi ta' finanzjament (€)

140 000

European Federation of Public Service Unions



### Fatturi ta' suċċess

- Tliet snin ta' preparazzjoni qabel it-tnedija tal-inizjattiva
- Sketch fi programm televiżiv Ġermaniż f'ħin popolari għen jingabru madwar 200,000 firma fil-granet li segwew it-trażmissjoni tiegħu.
- Moviment internazzjonali stabbilit sew

## 2

# Il-kampanja Right2Water

## Preparazzjoni

Matul laqgħa fl-2009, il-Federazzjoni Ewropea tal-Unions tas-Servizzi Pubbliċi (EPSU) iddeċidiet li tnedi l-inizjattiva tač-ċittadini Ewropej għax “kienet għodda b’dimensjoni Ewropea u kapaċi li trawwem koalizzjoni u kollaborazzjoni fl-Ewropa kollha”. Dan kien fattur ewlieni għas-suċċess tal-inizjattiva billi l-EPSU bdiet fond biex tiffinanzja l-kampanja tliet snin minn qabel, u holqot alleanza wiesgħa ta’ organizzazzjonijiet (organizzazzjonijiet ta’ żvilupp, NGOs soċjali u ambjentali, organizzazzjonijiet tan-nisa, knejjes, kumpaniji tal-ilma u municiċalitajiet) biex jappoġġjaw il-kampanja.

L-organizzaturi użaw il-kuntatti personali tagħhom, il-membri tal-EPSU, il-movimenti soċjali, in-networks nazzjonali, u xi organizzazzjonijiet Ewropej (il-Bureau Ambjentali Ewropew, Nisa fl-Ewropa, il-Pjattaforma Soċjali, il-Moviment Ewropew għall-Ilma, eċċ.) biex iqajmu għarfien u jilħqu lil dawk li appoġġjawha. “Is-sħab kollha kellhom raġunijiet differenti biex jappoġġjaw l-inizjattiva, iżda kellhom interess komuni: is-suċċess tal-inizjattiva”.

L-ippjanar bir-reqqa tal-kampanja u t-tħejjija ta’ messaġġi ewlenin kienu importanti. Wieħed mill-koordinaturi tal-kampanja nazzjonali jenfasizza wkoll l-importanza li “tagħzel l-ambaxxaturi tal-kampanja tiegħek bir-reqqa. Kun ċert li għandek biżżejjed ħin, riżorsi u għarfien espert, kemm għal kwistjonijiet sostantivi kif ukoll għall-arranġamenti tekniċi.”

L-aħħar iżda mhux l-anqas, huma kkonsultaw ukoll ma’ avukati rtirati biex jgħinu fl-abbozzar tal-inizjattiva.



## | Implimentazzjoni

Minn naħa, huma laħqu lil dawġ li jappoġġjawha permezz tal-media soċjali kif ukoll tal-media tradizzjonali. Madankollu, l-organizzaturi jiddikjaraw li l-kampanja kienet “partikolarment utli [fuq] avvenimenti u gruppi ta’ Facebook”. Minkejja li, minn dak iż-żmien ’il hawn, Facebook kompli jicċaqlaq minn avvenimenti għal paġni, l-avvenimenti jibqgħu “utli ħafna hekk kif in-nies li jattendu [jew ikunu interessati] jirċievu notifikati”.

Bħala fattur kritiku għas-suċċess tal-inizjattiva kien sketch qasir fi programm televiżiv Ġermaniż f’hin popolari li wassal għal żieda qawwija ta’ madwar 200,000 firma ġdida. Huma pprovaw jerġgħu jaġħmlu dan f’pajjiżi oħrajn iżda “kien qed jieħu ħafna ħin” għall-organizzaturi u ma kellhomx l-istess suċċess fl-attrazzjoni tal-attenzjoni tal-media nazzjonali.

Min-naħa l-oħra, l-attivitajiet offline kienu importanti u waslu għand dawġ li jappoġġjawha permezz ta’ attivisti fl-ibliet. L-organizzaturi waqqfu wkoll network ta’ punti ta’ kuntatt lokali li fihom in-nies setgħu jirrapportaw x’għamlu fit-triq jew fil-post tax-xogħol, li għamel possibbli l-fertilizzazzjoni inkroċjata tal-ideat.

L-interazzjoni bejn l-organizzaturi Ewropej u l-kampanji nazzjonali kienet fattur ewlieni. L-organizzaturi jispjegaw li “l-kampanja kollha kienet imfassla [b’mod li pprovda l-opportunità għal] il-koordinazzjoni Ewropea biex isir skambju mas-sħab nazzjonali”.

Wieħed mill-koordinaturi nazzjonali ddikjara li kien meħtieġ li jsiru aġġustamenti lokali. “Immodifikajna xi ftit is-slogan tal-kampanja L-Ilma tax-Xorb Huwa Dritt tal-Bniedem biex jinqara L-Ilma Huwa Dritt Bażiku, (“Vesi on perusoikeus” bil-Finlandiż) li nħass aktar familjari u kien użat meta ssir referenza għall-Kostituzzjoni Finlandiża.” Dan l-eżempju juri li l-koordinazzjoni Ewropea hija importanti iżda li l-ħtieġa għall-flessibbiltà rigward id-dimensjonijiet u l-partikolaritajiet nazzjonali hija ugwalment rilevanti.

Barra minn hekk, is-sħab nazzjonali kkooperaw direttament ma’ xulxin. Dawġ l-iskambji għenu biex il-kampanji nazzjonali jkomplu jikbru. L-organizzaturi jiddikjaraw li “s-suċċess tal-ġbir f’diversi pajjiżi huwa spjegat mill-espansjoni tan-numri ta’ sħab nazzjonali.”

Biex il-kampanja tirnexxi, kien importanti li numru kbir ta’ nies ikunu jistgħu jidentifikaw mal-miri tal-inizjattiva. Fil-każ ta’ din il-kampanja, l-organizzaturi raw il-vantaġġ tagħhom fil-fatt li “l-ilma huwa xi ħaġa li n-nies kollha jeħtieġu fil-ħajja ta’ kuljum, u li xejn fis-soċjetà tagħna ma jista’ jiffunzjona mingħar l-ilma.” Din il-linja bażi ppermettiet kważi lil kulhadd biex jidentifika mal-għan tal-kampanja.



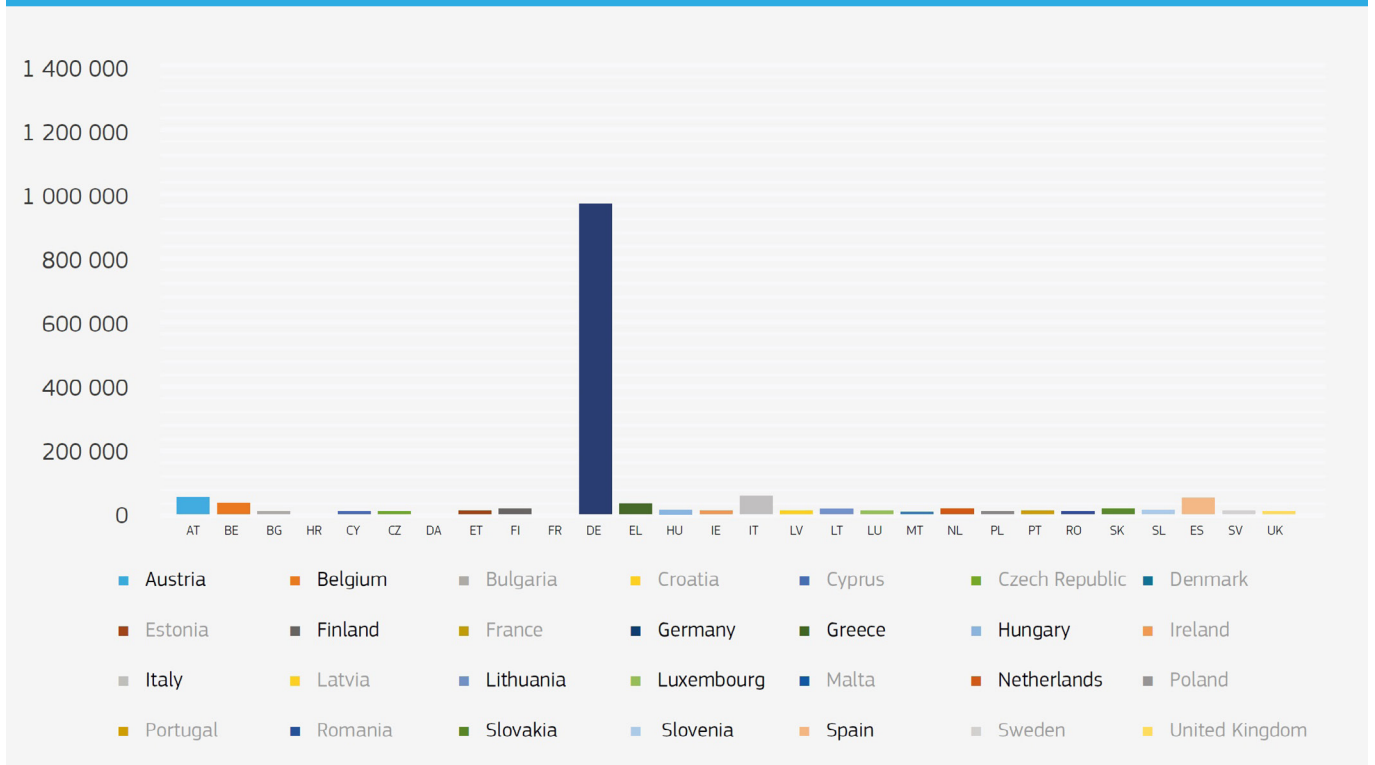
## | Ġbir tal-firem

“L-ċittadini kienu konxji tal-problema ta’ aċċess għal ilma nadif”, li ffaċilita l-ġbir tal-firem. Fil-fatt, il-miri inizjali stabbiliti mill-organizzaturi kienu maqbużin fl-Italja, fi Spanja u fil-Greċja, tliet pajjiżi soġġetti għall-“politiki ta’ awsterità l-aktar drastici f’dak iż-żmien wara l-privatizzazzjoni tas-servizzi bażiċi”.

Sitt xhur wara l-bidu tal-perjodu ta’ ġbir, huma setgħu jidentifikaw il-pajjiżi li fihom kien eħfef li jiġbru l-firem, u ffukaw l-isforzi tagħhom f’dawn. Meta laħqu l-livell minimu f’pajjiż, ipprovaw jiġbru minimu ta’ 5% ’l fuq mil-livell minimu.

Sal-aħħar tal-fażi tal-ġbir, 84% tal-1.7 miljun firma kienu miġburin online u s-16% l-oħrajn fuq karta stampata.

**Numru ta’ dikjarazzjonijiet ta’ sostenn  
(f’tipa grassa l-pajjiżi fejn intlaħaq il-livell limitu)**



## | Verifika u sottomissjoni

L-inizjattiva kienet sottomessa fl-20 ta’ Diċembru 2013 flimkien maċ-ċertifikati li jikkonfermaw il-validità tal-1,659,543 dikjarazzjoni ta’ appoġġ. F’xi pajjiżi, il-verifika tal-firem ħadet aktar żmien minn oħrajn. Madwar 200,000 firma ma għaddewx mill-proċess tal-verifika.

# 3

## L-impatt tal-Kampanja Right 2 Water

### Eżaminazzjoni u deċiżjoni tal-Kummissjoni

Il-laqgħa mal-Kummissjoni, rappreżentata mill-Viċi President Maroš Šefčovič, seħħet fis-17 ta' Frar 2014. Wara nofsinhar tal-istess jum, l-organizzaturi ppreżentaw l-inizjattiva tagħhom f'seduta pubblika fil-Parlament Ewropew.

L-organizzaturi ħasbu li s-seduta pubblika "kienet dwar dibattitu pubbliku mal-Membri tal-Parlament Ewropew (MEPs) u l-Kummissjoni" sabiex jiġi diskuss kif għandhom jitwettqu l-oġettivi tal-inizjattiva, li hija xi ħaġa li ma seħħitx. "Kien hemm xi ftit interventi minn MEPs iżda ebda dibattitu ma' seħħ dwar l-inizjattiva".

Kif diġa' qalet, fil-Komunikazzjoni tagħha tad-19 ta' Marzu 2014 (ara l-istqarrija għall-istampa), il-Kummissjoni stabbilixxiet l-azzjonijiet li hija rabtet lilha nfisha li timplimenta.

Aktar informazzjoni dwar l-azzjonijiet ta' segwitu tinsab fis-sit web tal-Inizjattiva tač-Ċittadini Ewropej.



## | Follow up

Wieħed mill-punti ewlenin ta' tagħlim mill-organizzaturi huwa li ssir enfasi aktar fuq il-ħidma fil-livell nazzjonali. It-tfassil ta' kampanji nazzjonali tqies bħala kruċjali għall-implimentazzjoni b'suċċess ta' kampanja tal-Initjattiva tač-Ċittadini Ewropej. Skont l-organizzaturi, "il-ħidma tal-bini tal-koalizzjoni fil-livell nazzjonali" hija estremament importanti.

Biex ixxerred ir-riżultati tal-kampanja, l-Initjattiva "Right 2 Water", użat il-bullettin tal-aħbarijiet tagħha. Diġà qabel it-tmiem tal-initjattiva, l-organizzaturi bagħtu aġġornamenti "lill-pajjiżi differenti fil-lingwa rispettiva tagħhom."

Riżultat importanti tal-initjattiva kien in-network li nħoloq matul il-kampanja. Il-konnessjonijiet mibnija nżammu anki wara l-finalizzazzjoni tal-initjattiva tač-Ċittadini Ewropej. Fil-fatt, il-bini ta' network dewwiemi "kien waħda mill-ideat meta tnediet l-ECI." Dan juri li l-istrategġija fit-tul taż-żmien ma tispicċax mal-initjattiva tač-Ċittadini Ewropej iżda tista' tmur lil hinn minnha. L-organizzazzjoni ta' initjattiva tista' tkun l-ewwel pass tajjeb biex jibnew sħubijiet u alleanzi fit-tul.



## Lezzjonijiet miksubin

- "L-attenzjoni enormi riċevuta u l-impatt tal-qawmien tal-għarfien tal-initjattiva għamlu użu siewi mir-riżorsi sinifikanti investiti fil-kampanja."
- Il-fatt li l-initjattiva kienet ibbażata fuq moviment internazzjonali ewlieni u diġà stabbilit sew għamilha possibbli biex ikun garantit in-numru neċessarju ta' daww li jappoġġjawha.
- B'mod speċifiku, l-1.2 miljun firma miġbura fil-Ġermanja kienu r-riżultat tal-kampanja nazzjonali qawwija li bbenefikat minn kopertura eċċellenti tal-media – programmi ta' investigazzjoni, programm bħala kummiedja, artikli fil-gazzetti, eċċ.



## Pariri u suggerimenti għal organizzaturi futuri

- Ibnu alleanza ma' diversi gruppi biex tiżguraw is-suċċess!
- Stabbilixxu pjanijiet ta' azzjoni u ta' kampanja fil-livelli kollha: tal-UE, nazzjonali u lokali!
- Aktar ma tibdew kmieni bil-preparazzjoni, aktar hemm ċans ta' suċċess.
- Ikkuntattjaw lill-MEPs li jistgħu jgħinukom fil-kampanja tagħkom!
- Mexxu l-kampanja bil-lingwi nazzjonali biex tiffaċilitaw l-impenn tač-Ċittadini.
- Iksbu l-appoġġ tač-"celebritajiet".
- Il-kuntatt personali u l-media soċjali huma essenzjali matul il-kampanja. Użaw l-istampa b'mod intelligenti.
- Żguraw li nies involuti fil-kampanja huma kapaċi jispjegaw l-initjattiva u kif taħdem l-Initjattiva tač-Ċittadini Ewropej.
- Stabbilixxu rabta qawwija bejn il-politiki lokali u nazzjonali u l-initjattiva tagħkom, spjegaw l-implikazzjonijiet possibbli tal-iva jew tal-le sabiex iċ-ċittadini jkun jistgħu jorbtu t-tema mal-kwistjonijiet politiċi fil-komunitajiet tagħhom.