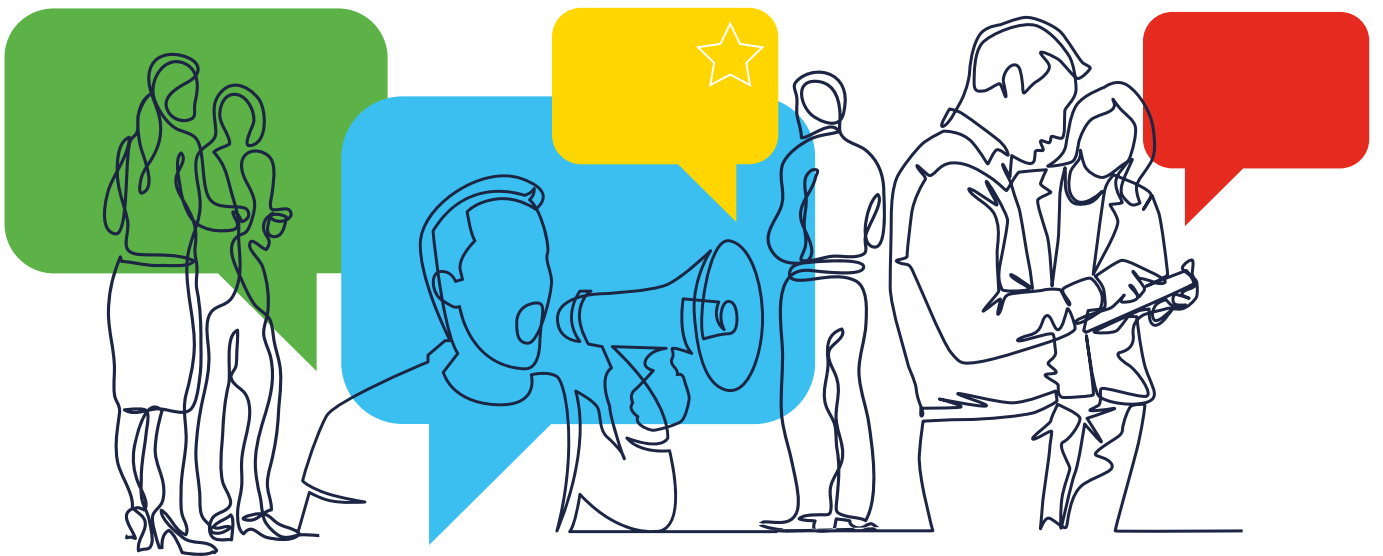


UNE RÉUSSITE



FORUM DE L'INITIATIVE CITOYENNE EUROPÉENNE

STOP VIVISECTION



APPRENDRE – DISCUTER - ENTRER EN CONTACT -
OBTENIR DES CONSEILS

| TABLE DES MATIÈRES

Stop Vivisection	3
Campagne de l'initiative «Stop vivisection»	4
Impact de la campagne «Stop vivisection»	6



1

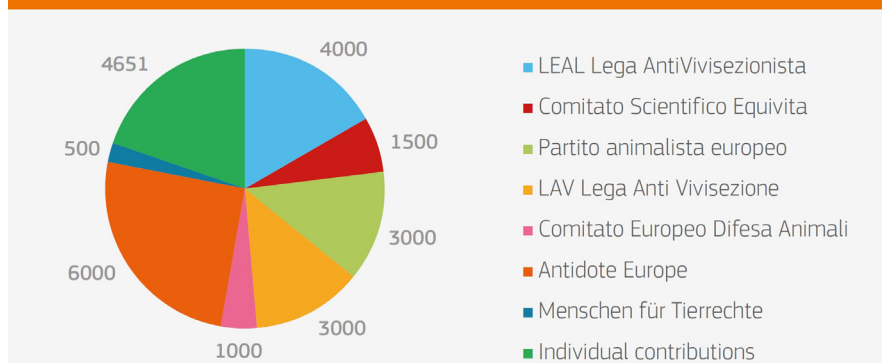
Stop Vivisection

L'initiative «Stop vivisection», enregistrée le 22 juin 2012, visait à proposer un cadre législatif européen destiné à supprimer progressivement l'expérimentation animale.

L'objectif de l'initiative était double:

- abroger la directive 2010/63/UE du 22 septembre 2010 relative à la protection des animaux utilisés à des fins scientifiques;
- présenter une nouvelle proposition visant à rendre obligatoire l'utilisation de données directement pertinentes pour l'espèce humaine

Sources de financement (€)



La Commission européenne partageait la conviction des organisateurs selon laquelle les essais sur les animaux devraient être progressivement supprimés, mais a estimé que les principes scientifiques n'invalidaient pas le modèle animal. Elle est d'avis que l'expérimentation animale ne constitue pas un obstacle à la mise au point d'autres méthodes de recherche. La Commission n'a donc pas abrogé la directive 2010/63/UE, considérant qu'elle permet déjà de progresser vers l'objectif final du remplacement total des expérimentations animales.

Cette initiative a constitué un précédent important dans la mesure où, pour la première fois, des experts externes ont été invités à prendre la parole lors de l'audition publique au Parlement européen, aux côtés des organisateurs de «Stop vivisection».



Facteurs de réussite

- Vaste réseau de bénévoles
- Campagne de communication agressive
- Utilisation à grande échelle des réseaux sociaux

2

Campagne de l'initiative «Stop vivisection»

Préparation

La campagne «Stop vivisection» a été soutenue par une alliance à l'échelle de l'UE, constituée de plus de 250 associations de protection des animaux, organisations scientifiques et entreprises vendant des produits élaborés sans recours à des traitements cruels envers les animaux.

Grâce à un solide réseau de bénévoles, établi avant le lancement de l'initiative et renforcé au cours de la campagne, l'initiative a pu recueillir 1 million de signatures. «Les nouveaux contacts établis et les expériences participatives réalisées au cours de la campagne ont préparé ces bénévoles à de futurs projets similaires.»

La campagne a montré combien il est important de planifier une initiative citoyenne européenne bien à l'avance.

Mise en œuvre

Les organisateurs de la campagne ont principalement utilisé les réseaux sociaux pour attirer l'attention du public. Toutefois, ils ont également tiré parti des possibilités offertes par les médias traditionnels. La campagne a bénéficié du soutien considérable d'une campagne télévisée italienne parrainée par le secteur privé.

Collecte des signatures

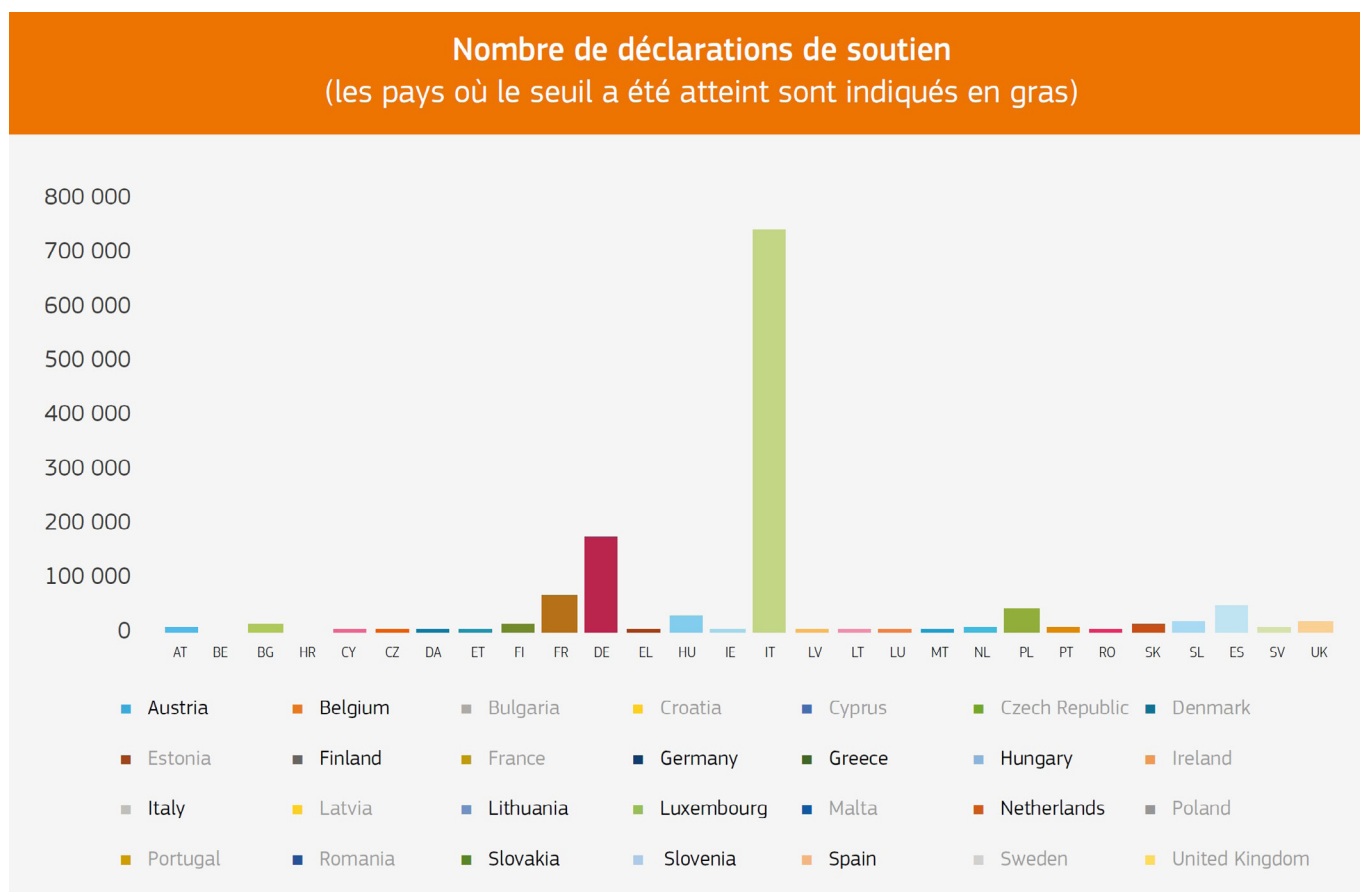
La stratégie suivie au cours de la campagne a été un facteur clé dans la collecte des déclarations de soutien. Les organisateurs ont mis en place des réseaux solides dans un pays afin d'y recueillir un maximum de signatures et ont ensuite utilisé ce pays comme «levier» pour le pays suivant. En effet, une fois qu'une masse critique initiale de soutien était obtenue, la campagne axait ses efforts sur le pays suivant de manière coordonnée.



Un autre aspect important de la campagne a été le soutien d'organisations locales et nationales. Une campagne purement européenne n'aurait probablement pas remporté le même succès. Les organisateurs ont expliqué qu'ils «s'étaient appuyés sur le soutien de particuliers au niveau local».

Les fonds limités dont disposait l'initiative ont entraîné des difficultés spécifiques pour la mise en place du système de collecte en ligne. Toutefois, en réponse à ces difficultés rencontrées au cours de la phase de démarrage, 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. Elle 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.

Un peu moins de 60 % des signatures ont été collectées en ligne, et plus de 40 % sur papier.



| Vérification et présentation

L'initiative a été présentée le 3 mars 2015, de même que les certificats confirmant la validité des 1 173 130 déclarations de soutien.

3

Impact de la campagne «Stop vivisection»

Examen et décision de la Commission

La réunion avec la Commission s'est tenue le 11 mai 2015. Les organisateurs ont rencontré le vice-président de la Commission européenne, M. Jyrki Katainen, et le directeur général de la DG Environnement. Ils ont également présenté leur initiative lors d'une audition publique organisée au Parlement européen le même jour.

Dans sa communication du 3 juin 2015 (voir le communiqué de presse), la Commission s'est engagée à prendre une série de mesures de suivi:

- accélérer les progrès accomplis dans le respect des «trois R» (remplacement, réduction et raffinement) grâce au partage des connaissances;
- soutenir la mise au point, la validation et la mise en œuvre de nouvelles méthodes de substitution;
- contrôler l'application du principe des «trois R» et l'harmonisation de la législation sectorielle pertinente;
- engager un dialogue avec la communauté scientifique.

Concernant ce dernier point, la Commission a organisé une conférence scientifique à Bruxelles, les 6 et 7 décembre 2016, afin de débattre des méthodes de substitution à l'expérimentation animale. Dans le même temps, elle a présenté un rapport sur l'état d'avancement des mesures de suivi (voir le rapport).

De plus amples informations sur les actions de suivi figurent sur le site web de l'initiative citoyenne européenne.

Selon les organisateurs, la réponse de la Commission à l'initiative n'a pas été à la hauteur de leurs attentes.



| Suivi

Les canaux d'information (le site web et les réseaux sociaux, par ex.) qui ont été mis en place au cours de la campagne ont également aidé les organisateurs à partager les résultats de la campagne après la mise en œuvre de l'initiative citoyenne européenne.

Le plaidoyer contre la vivisection n'a pas cessé avec la fin de la campagne relative à l'initiative citoyenne européenne. En fait, «certaines organisations continuent à dialoguer sur le thème de l'expérimentation animale». Le réseau et les synergies créés au cours de la mise en œuvre d'une initiative citoyenne européenne ne disparaissent pas au terme de la campagne, mais offrent en réalité la possibilité de continuer à faire progresser le débat.



Enseignements tirés

- Selon les organisateurs, «la campagne a permis de consolider les aptitudes civiques des bénévoles et d'établir des liens transnationaux, ainsi que de renforcer l'identité européenne de toutes les personnes concernées». Le rôle des personnes ayant acquis de telles compétences a été jugé très important pour la campagne.
- En dépit des difficultés liées au système de collecte en ligne, ils ont estimé que la collecte en ligne des déclarations de soutien avait été «cruciale» pour permettre à l'initiative de recueillir 1 million de signatures.
- Selon eux, «une initiative couronnée de succès doit logiquement aboutir à une modification de la législation». Même si ce n'est pas toujours le cas, «une initiative citoyenne européenne bien organisée est un exercice de sensibilisation qui contribue au changement politique».
- La campagne télévisée parrainée par le secteur privé a constitué un élément essentiel de la campagne. Les organisateurs estiment que, sans cette campagne, ils n'auraient «pas obtenu le million de signatures requis».



Trucs et astuces pour les futurs organisateurs

- Les bénévoles constituent la ressource la plus importante et la plus puissante... faites-leur confiance!
- Utilisez les outils de communication en ligne et les médias sociaux pour votre campagne.
- Informez régulièrement les bénévoles de l'évolution de la collecte de signatures afin qu'ils restent motivés.
- Faites appel aux contacts personnels et aux réseaux des partenaires: ils sont essentiels à la réussite de l'initiative.
- Concentrez vos efforts sur les pays dans lesquels vous avez des partenaires solides afin d'atteindre les seuils nationaux.

