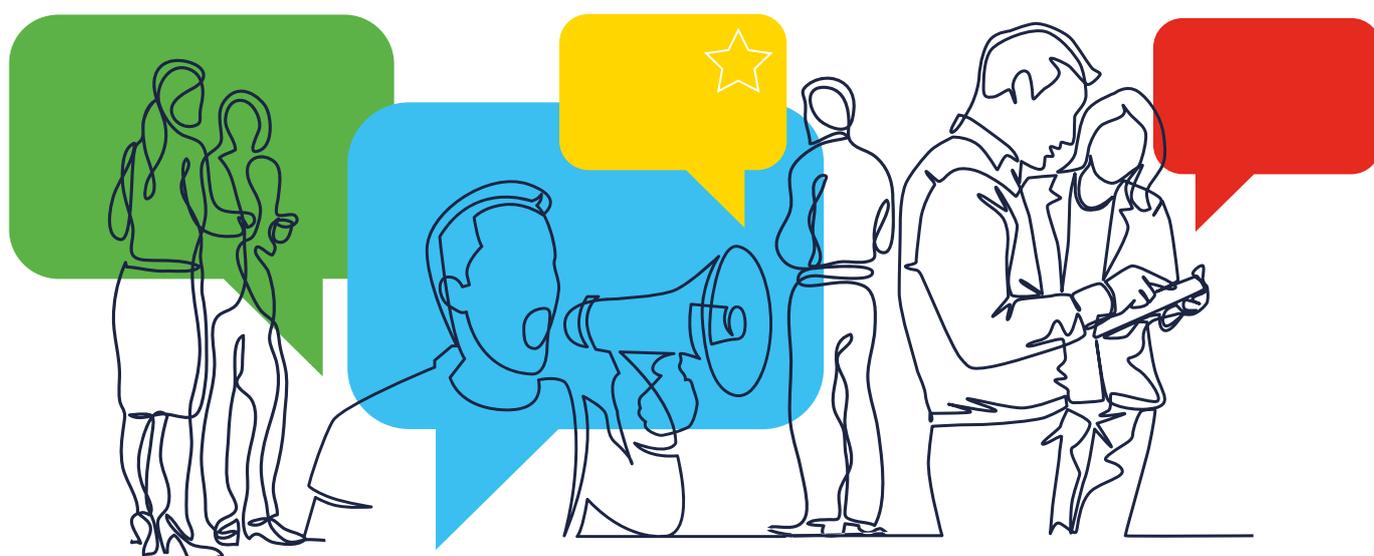


STORIA DI SUCCESSO



FORUM DELL'INIZIATIVA DEI CITTADINI EUROPEI

STOP VIVISECTION



IMPARA – DISCUTI – COLLEGATI - CHIEDI UNA CONSULENZA

| INDICE

Stop Vivisection	3
La campagna "Stop Vivisection"	4
L'impatto della campagna "Stop Vivisection"	6



1

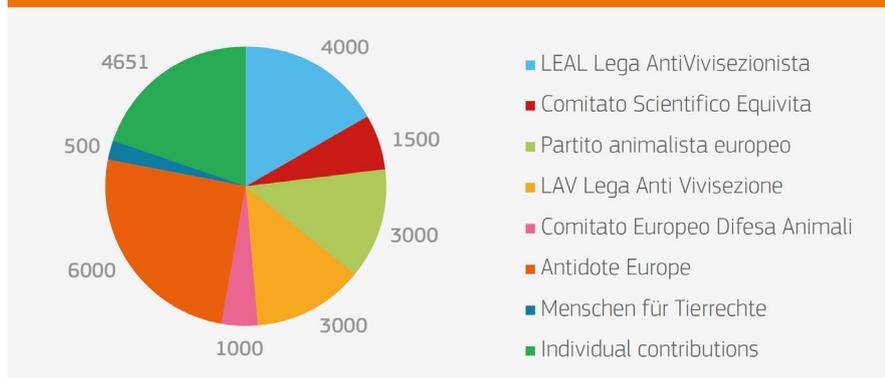
Stop Vivisection

L'iniziativa "Stop Vivisection" è stata registrata il 22 giugno 2012. Il suo obiettivo è proporre un quadro legislativo europeo per eliminare progressivamente la sperimentazione animale.

L'obiettivo dell'iniziativa è duplice:

- annullare la direttiva 2010/63/UE del 22 settembre 2010 sulla protezione degli animali utilizzati a fini scientifici
- presentare una nuova proposta per rendere obbligatorio l'utilizzo di dati direttamente rilevanti per la specie umana

Fonti dei finanziamenti (EUR)



La Commissione europea ha condiviso la convinzione degli organizzatori sul fatto che la sperimentazione sugli animali dovesse essere gradualmente abolita ma non ha concordato sull'esistenza di prove scientifiche che invalidano il "modello animale". La Commissione è del parere che la sperimentazione animale non impedisce lo sviluppo di metodi di ricerca alternativi. Per questo motivo la Commissione non ha abrogato la direttiva 2010/63/UE, dal momento che questa consente già di compiere progressi verso l'obiettivo finale della completa sostituzione.

L'iniziativa ha stabilito un precedente importante in quanto, per la prima volta, durante l'audizione pubblica al Parlamento europeo, oltre agli organizzatori, anche degli esperti esterni sono stati invitati a prendere la parola.



Fattori di successo

- Ampia rete di volontari
- Campagna di comunicazione aggressiva
- Uso su vasta scala dei social media

2

La campagna “Stop Vivisection”

Preparazione

La campagna “Stop Vivisection” è stata sostenuta a livello dell’UE da un’alleanza di più di 250 gruppi per la protezione degli animali, organizzazioni scientifiche e aziende che vendono prodotti cruelty-free.

La solida rete di volontari, formatasi prima dell’avvio dell’iniziativa e rafforzatasi durante la campagna, ha avuto un ruolo chiave nel raccogliere 1 milione di firme. “I nuovi contatti e le esperienze incoraggianti durante la campagna hanno preparato i volontari per progetti analoghi del futuro”.

La campagna ha dimostrato l’importanza di pianificare con largo anticipo un’iniziativa dei cittadini europei.

Attuazione

Gli organizzatori della campagna hanno principalmente utilizzato i social media per richiamare l’attenzione del pubblico. Tuttavia, hanno anche approfittato delle opzioni offerte dai media tradizionali. La campagna ha ottenuto un notevole sostegno da “una campagna televisiva in Italia sponsorizzata privatamente”.

Raccolta delle firme

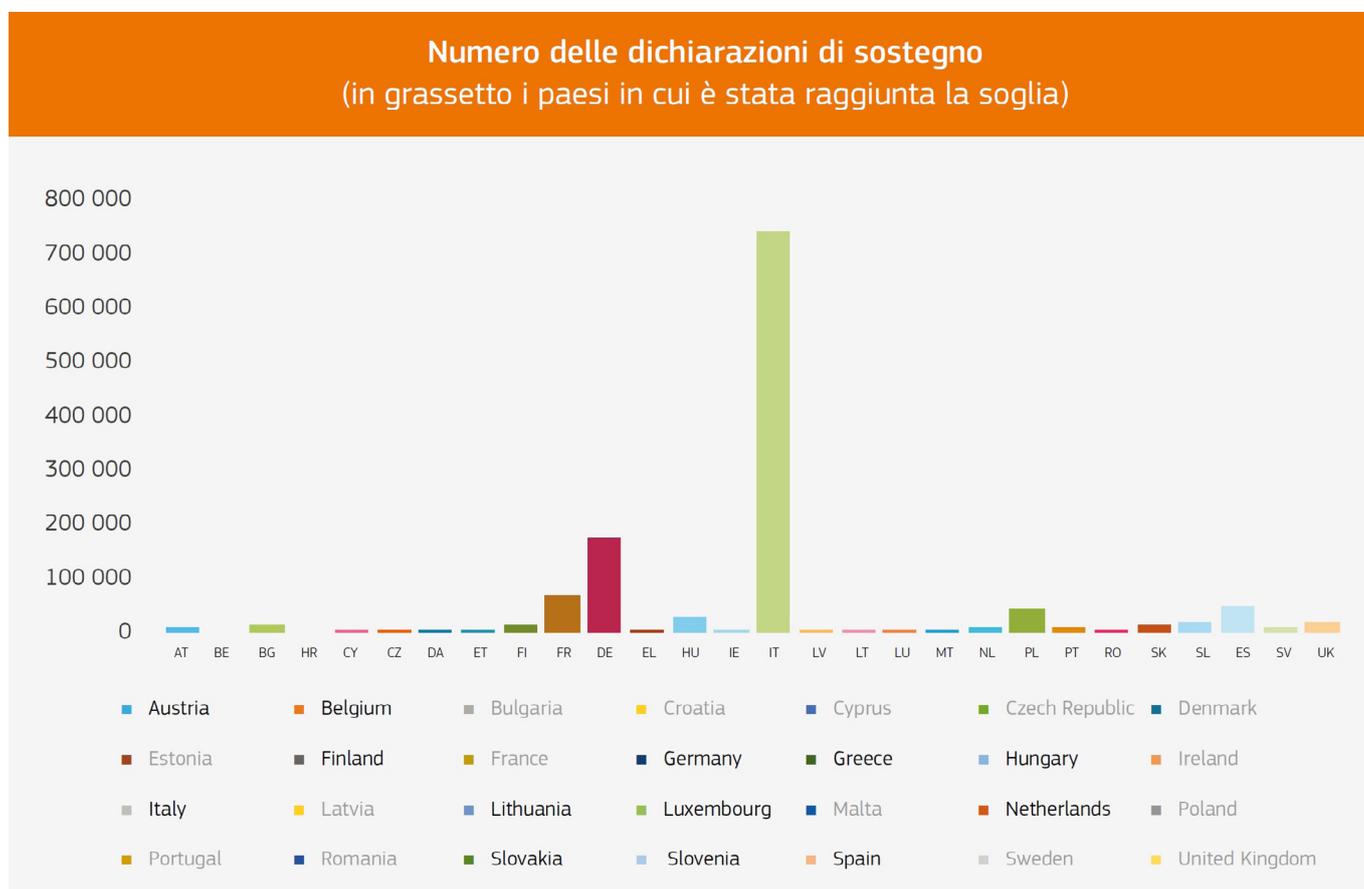
Un fattore chiave nella raccolta delle dichiarazioni di sostegno è stata la strategia di ricaduta seguita durante la campagna. Gli organizzatori hanno sviluppato delle reti solide in un paese raccogliendo quante più firme possibili e facendo leva su questo paese per quello successivo. Infatti, una volta creato un gruppo iniziale fondamentale di sostegno, l’attenzione della campagna può spostarsi sul paese successivo in modo coordinato.



Un altro aspetto importante della campagna è stato il sostegno delle organizzazioni locali e nazionali. Una campagna puramente europea probabilmente non avrebbe avuto lo stesso successo. Gli organizzatori hanno spiegato di “fare affidamento sul sostegno [dei] cittadini locali”.

I finanziamenti limitati dell’iniziativa hanno dato origine a sfide specifiche relative alla creazione di un 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.

Poco meno del 60% delle firme è stato raccolto online, mentre più del 40% è stato raccolto in formato cartaceo.



| Verifica e presentazione

L'iniziativa è stata presentata il 3 marzo 2015 insieme a dei certificati che attestano la validità delle 1 173 130 dichiarazioni di sostegno.

3

L'impatto della campagna "Stop Vivisection"

Esame e decisione della Commissione

La riunione con la Commissione si è svolta l'11 maggio 2015. Gli organizzatori hanno incontrato il vicepresidente della Commissione europea Jyrki Katainen e il direttore generale della DG Ambiente. Lo stesso giorno gli organizzatori hanno inoltre presentato l'iniziativa ad un'audizione pubblica presso il Parlamento europeo.

Nella comunicazione del 3 giugno 2015 (cfr. comunicato stampa), la Commissione si è impegnata in una serie di azioni di follow-up:

- Accelerare i progressi nell'ambito delle tre R (Replacement, Reduction, Refinement: sostituzione, riduzione e perfezionamento) tramite la condivisione di conoscenze;
- Sostenere lo sviluppo, l'approvazione e l'attuazione di nuovi metodi alternativi;
- Garantire il rispetto del principio delle tre R e l'allineamento della relativa normativa settoriale;
- Dialogare con la comunità scientifica

Per quanto riguarda quest'ultimo punto, la Commissione ha organizzato una conferenza scientifica a Bruxelles il 6 e 7 dicembre 2016 per discutere delle alternative alla sperimentazione sugli animali. In questa occasione la Commissione ha riferito anche i progressi delle azioni di follow-up (cfr. relazione).

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

Secondo gli organizzatori, la risposta della Commissione all'iniziativa non ha soddisfatto le loro aspettative.



| Tappe successive

Anche i canali di informazione (ad es. il sito web e i canali dei social media) creati durante la campagna hanno aiutato gli organizzatori a condividere i risultati della campagna dopo l'attuazione dell'iniziativa dei cittadini europei.

La richiesta di porre fine alla vivisezione non si è conclusa con la fine della campagna per l'iniziativa dei cittadini europei. In effetti, "alcune delle organizzazioni stanno ancora svolgendo attività di creazione di rete sul tema della sperimentazione animale". La rete e le sinergie create durante l'attuazione di un'iniziativa dei cittadini europei non si fermano dopo la campagna, ma offrono in realtà il potenziale per continuare a crescere ben oltre.



Insegnamenti appresi

- Secondo gli organizzatori "la campagna ha fornito ai volontari competenze civiche e collegamenti transnazionali e ha rafforzato l'identità europea di tutte le persone coinvolte". Il ruolo delle persone che hanno acquisito tali competenze è stato considerato molto importante per la campagna.
- Nonostante le difficoltà avute con il sistema di raccolta online, gli organizzatori hanno ritenuto che la raccolta online di dichiarazioni di sostegno sia stata "fondamentale" per il successo che ha avuto l'iniziativa nel raccogliere 1 milione di firme.
- Secondo gli organizzatori "a un'iniziativa di successo segue una conclusione logica: una modifica legislativa". Anche se ciò non sempre avviene, "un'iniziativa dei cittadini europei ben organizzata è un esercizio di sensibilizzazione che contribuirà a un cambiamento politico".
- La campagna televisiva patrocinata da privati è stata un elemento fondamentale della campagna. Secondo gli organizzatori, «non avrebbero raggiunto il milione di firme richieste» senza questa campagna televisiva.



Consigli e suggerimenti per i futuri organizzatori

- I volontari sono la risorsa più importante e potente... Fate affidamento su di loro!
- Nella vostra campagna utilizzate strumenti di comunicazione online e social media.
- Aggiornate regolarmente i volontari riguardo alla raccolta delle firme per incoraggiarli e motivarli.
- Fate affidamento sui contatti personali e sulle reti dei partner: sono la chiave del successo di un'iniziativa.
- Concentratevi sui paesi dove avete partner importanti per raggiungere le soglie nazionali.

