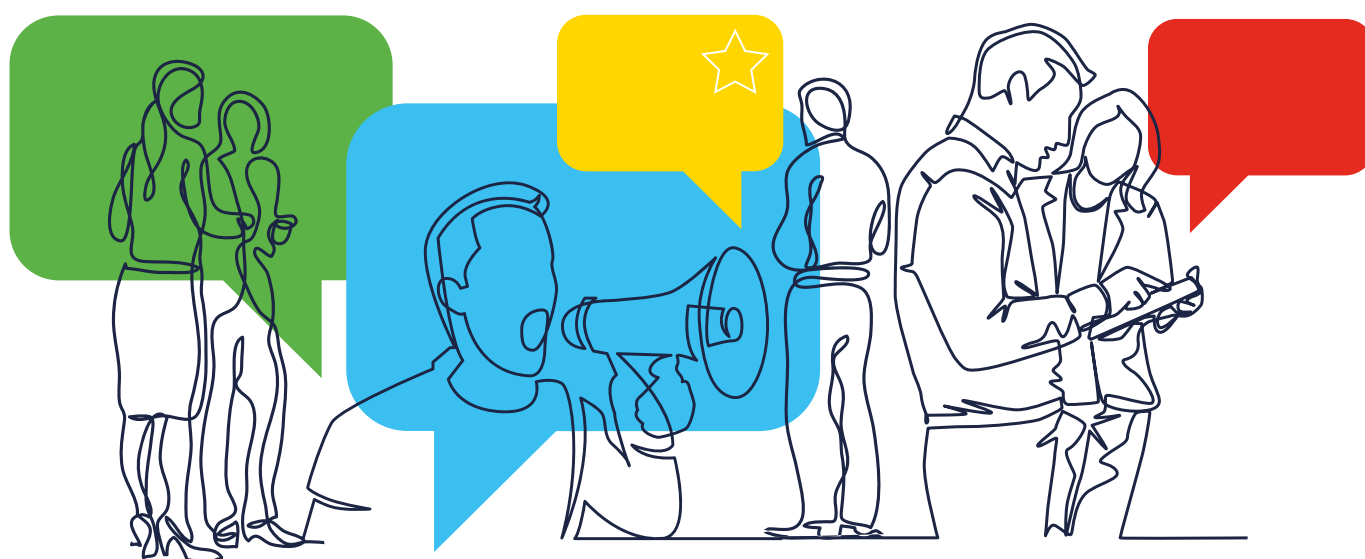




INITIATIVE CITOYENNE EUROPÉENNE

POUR DES COSMÉTIQUES SANS CRUAUTÉ
– S'ENGAGER EN FAVEUR D'UNE EUROPE
SANS EXPÉRIMENTATION ANIMALE



APPRENDRE – DISCUTER - ENTRER EN CONTACT -
OBTENIR DES CONSEILS

| Table des matières

Initiative: «Pour des cosmétiques sans cruauté – S’engager en faveur d’une Europe sans expérimentation animale»	3
La campagne	4
L’impact de la campagne	9



1

Initiative: «Pour des cosmétiques sans cruauté – S’engager en faveur d’une Europe sans expérimentation animale»

«Pour des cosmétiques sans cruauté – S’engager en faveur d’une Europe sans expérimentation animale» est la neuvième initiative citoyenne européenne (ICE) ayant abouti. Elle invite la Commission européenne à prendre des mesures concernant l’utilisation d’animaux à des fins de recherche scientifique, d’essais réglementaires et d’enseignement.

Les objectifs de l’initiative sont les suivants:

- Préserver et renforcer l’interdiction de l’expérimentation des cosmétiques sur les animaux: engager une modification législative pour assurer la protection des consommateurs, des travailleurs et de l’environnement envers tous les ingrédients cosmétiques sans que ces derniers soient testés sur des animaux, quel que soit l’objectif ou le moment.
- Transformer la réglementation de l’UE relative aux substances chimiques: garantir la protection de la santé humaine et de l’environnement grâce à une gestion des produits chimiques sans introduction de nouvelles exigences en matière d’expérimentation animale.
- Moderniser la science dans l’UE: s’engager en faveur d’une proposition législative établissant une feuille de route pour l’élimination progressive de toutes les expérimentations animales dans l’UE avant la fin de la législature actuelle.

L’initiative «Pour des cosmétiques sans cruauté» a été enregistrée le 30 juin 2021 et sa période de collecte des signatures a débuté le 31 août 2021. Elle est parvenue à recueillir **1 217 916 déclarations de soutien vérifiées** et les seuils minimaux ont été atteints dans **21 États membres**.

Elle a été officiellement présentée à la Commission le 25 janvier 2023 (voir le [communiqué de presse](#)). La Commission a publié une communication en réponse à cette initiative le 25 juillet 2023.



Facteurs de réussite:

- Fixer un nombre cible de signatures pour chaque État membre sur la base de l’expérience acquise lors de précédentes ICE, et adapter la stratégie de marketing au fur et à mesure de l’avancement de la campagne.
- Établir des objectifs clairs, pragmatiques et réalisables qui soient conformes aux traités européens et pertinents dans l’ensemble de l’UE. L’initiative a atteint le nombre minimal requis de signatures dans un nombre record de 21 États membres, démontrant le soutien paneuropéen en faveur de la suppression de l’expérimentation animale.
- Mettre en place un réseau solide de partenaires (entreprises et organisations de protection des animaux) et faciliter autant que possible l’utilisation et l’adaptation par ces acteurs des ressources de communication préparées par les organisateurs.



2

La campagne

Préparation

En 2014, la Commission et l'Agence européenne des produits chimiques ont publié une déclaration commune, qui précisait que les ingrédients cosmétiques pouvaient encore être testés sur des animaux dans certaines conditions limitées. Annoncée 18 mois seulement après la mise en œuvre intégrale des interdictions d'expérimentation des cosmétiques sur les animaux et de leur mise sur le marché, cette annonce a suscité une vague d'indignation et a été condamnée dans l'ensemble de l'UE. Après des années de campagne sans effet, les cinq plus grandes organisations de protection des animaux à l'échelle de l'UE (PETA, Cruelty Free Europe, Eurogroupe pour les animaux, European Coalition to End Animal Experimentation et Humane Society International/Europe) se sont associées pour proposer une ICE contre l'expérimentation animale.

Les organisateurs de l'initiative «Pour des cosmétiques sans cruauté» ont soigneusement défini les buts et les objectifs de l'initiative afin de veiller à ce qu'ils soient pragmatiques, réalisables et (surtout) conformes aux traités de l'UE. Ils ont également **sollicité des conseils juridiques**¹ pour s'assurer que l'initiative soit bien enregistrée.

Au cours de la phase de préparation, les organisateurs de la campagne «Pour des cosmétiques sans cruauté» ont échangé avec les organisateurs d'ICE précédentes afin de tirer parti de leur expérience en termes de préparation et de mise en œuvre de leur campagne.

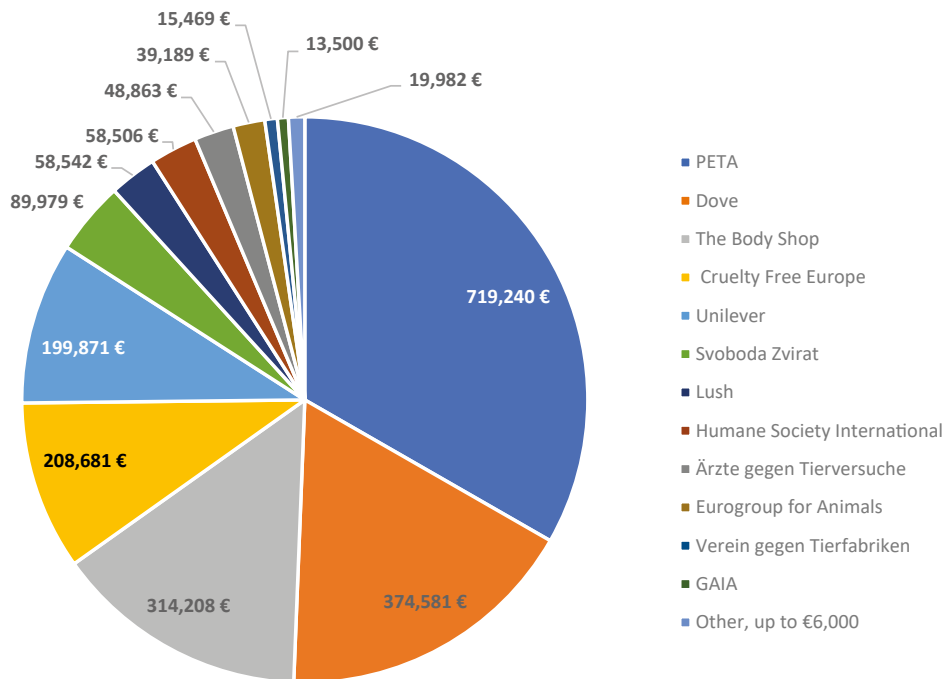
Avant de mettre en œuvre la campagne, il était important de **créer un réseau de partenaires pour contribuer à faire avancer la campagne en ligne**. Les organisateurs ont contacté un certain nombre d'entreprises et d'organisations de protection des animaux partageant leurs valeurs, afin de contribuer à promouvoir le message de l'initiative. Les organisateurs sont **restés constamment en contact** avec leurs partenaires et leur ont fourni des **ressources** de communication, de sorte que le réseau de partenaires est resté actif et motivé tout au long de la campagne.

Au total, les organisateurs de l'initiative «Pour des cosmétiques sans cruauté» ont recueilli 2 160 615 euros de fonds et d'autres formes de soutien.



1 en faisant appel au service [Obtenir des conseils](#) sur le forum de l'ICE

Sources de financement (€)



Mise en œuvre de la campagne

Les organisateurs de l'initiative «Pour des cosmétiques sans cruauté» ont privilégié l'interaction avec leur réseau de partenaires: ils ont organisé des **webinaires d'information**, ont mis à disposition un **espace de ressources numériques** et sont restés en contact par courrier électronique. Toutefois, au fur et à mesure de l'avancement de la campagne, les organisateurs sont passés du courrier électronique à Slack (une plateforme de collaboration en ligne) afin de publier des mises à jour régulières, de partager des informations, de répondre aux questions et de demander de l'aide aux partenaires.

Outre la **communication constante** avec les organisateurs, les partenaires ont bénéficié de **matériel de communication** qu'ils ont pu personnaliser avec leurs propres logos. Pour la presse et le grand public, les organisateurs ont fourni du matériel pour mettre en lumière certaines journées internationales en rapport avec les objectifs de l'initiative (par exemple, la journée internationale des chats) et ont **élaboré des matériels axés sur chacun des trois objectifs de l'initiative**. Ils ont également fourni **des vidéos d'information et des ressources pour aider à utiliser la plateforme de collecte des signatures**. Ils ont en outre partagé des **vidéos convaincantes dans différentes langues** avec des célébrités et des personnalités influentes, telles que Paul McCartney, le comédien Ricky Gervais, le groupe de heavy metal finlandais Lordi, l'actrice Evanna Lynch et le chanteur Red Canzian. Les organisateurs ont par ailleurs travaillé avec la presse locale et attiré l'attention du public sur leur campagne avec des démonstrations et du street art.

Outre leur collaboration avec plusieurs parties prenantes et multiplicateurs, les organisateurs ont également veillé à recueillir les données nécessaires (dans la mesure du possible) pour **évaluer leurs performances et s'améliorer au fur et à mesure de l'avancement de la campagne**. Ils ont évalué l'impact de la publicité et reproduit dans d'autres pays les stratégies qui avaient bien fonctionné dans un État membre.

L'initiative a été soutenue par 100 organisations nationales et leurs partisans, ainsi que par des marques mondiales de cosmétiques sans cruauté, telles que Dove et The Body Shop.

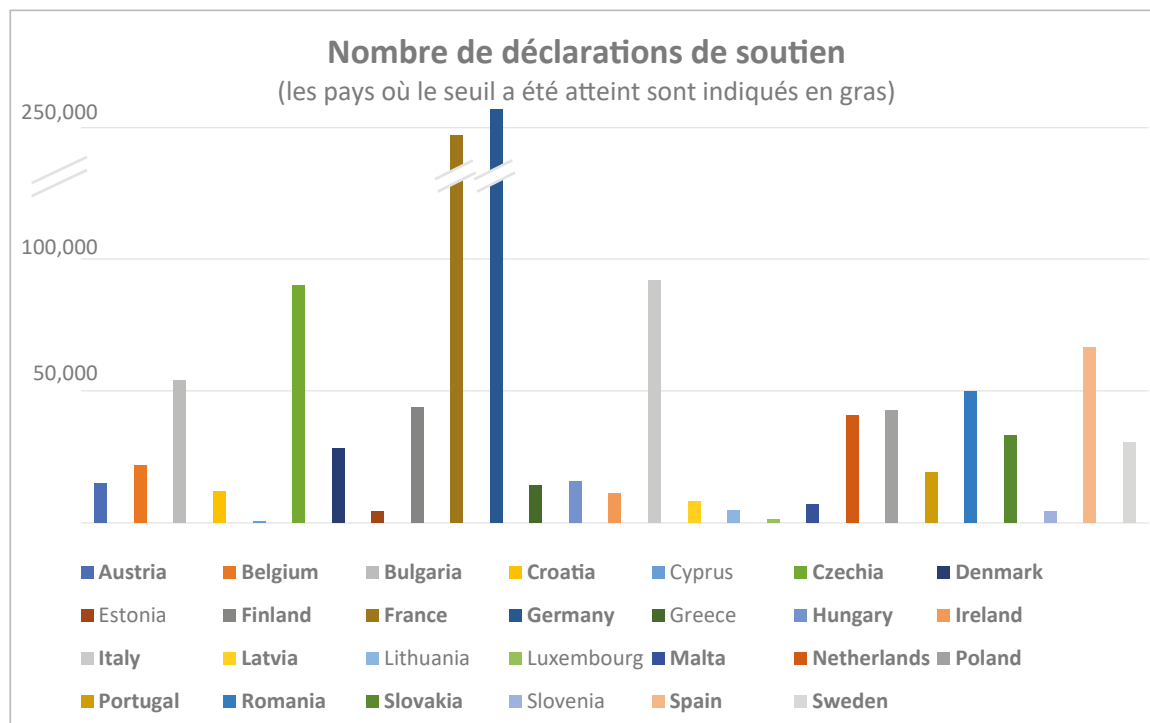
| Collecte des signatures

Les organisateurs ont soigneusement pensé et planifié la phase de collecte des signatures. Ils ont fixé des objectifs pour chaque État membre sur la base de plusieurs facteurs, notamment le **nombre de signatures recueillies précédemment** dans cet État membre lors de campagnes similaires, le **nombre d'organisations de soutien** dans cet État membre et la **capacité de mobilisation en ligne** des organisations locales. Ils ont également tenu compte des **difficultés** que les citoyens pouvaient rencontrer pour signer l'initiative, telles que les difficultés techniques et la nécessité de fournir des données personnelles en ligne. Après avoir évalué ces facteurs, les organisateurs ont **identifié les principaux pays cibles sur lesquels fonder leur stratégie marketing** afin de s'assurer que l'initiative recueille au moins 1 million de signatures.

Malgré une planification et une préparation minutieuses, les organisateurs ont rencontré certaines difficultés au cours de la phase de collecte des signatures. Ils ont donc dû **adapter leur stratégie de campagne** dans les États membres où la collecte des signatures ne progressait que lentement et aux situations de crise, telles que la guerre en Ukraine, qui a contraint les organisations partenaires à mettre leur énergie et leurs ressources à disposition des personnes dans le besoin. Ils ont préparé des vidéos d'information sur la signature de l'initiative au moyen du système central de collecte en ligne fourni par la Commission. Ils ont toutefois continué à recevoir des commentaires de citoyens qui ne comprenaient pas ce qui était exigé d'eux ou pourquoi ils devaient fournir des informations à caractère personnel aussi détaillées. En outre (comme nous l'avons déjà mentionné), les organisateurs ont analysé l'impact de la publicité pour améliorer leur stratégie de marketing tout au



long de la campagne. Toutefois, ils ont constaté que les données fournies par le système central de collecte en ligne n'étaient pas suffisamment détaillées² pour étayer la campagne sur les réseaux sociaux. Ils n'ont donc pu les utiliser que dans une mesure limitée pour améliorer leur stratégie. Les organisateurs ont néanmoins continué à adapter leur stratégie dans la mesure du possible.



² Cette fonctionnalité a depuis été améliorée dans le système.

| Vérification et présentation

La collecte de signatures de l'initiative «Pour des cosmétiques sans cruauté» a été clôturée le 31 août 2022. Les déclarations de soutien ont été envoyées aux autorités nationales chargées de leur vérification dans chaque État membre. À l'issue de la procédure formelle, les autorités nationales ont validé **1 217 916** signatures. Les seuils requis ont été atteints dans un nombre record de 21 États membres.

L'initiative a ensuite été officiellement présentée à la Commission le 23 janvier 2023, marquant le début d'une période d'examen de 6 mois.

La campagne entrant dans la phase de lobbying, il était essentiel de **maintenir une dynamique forte**. Les organisateurs ont **noué des contacts** avec **des députés au Parlement européen et des décideurs clés**. Ils ont **créé diverses ressources**, y compris du matériel et des lettres que leurs partenaires pouvaient présenter aux autorités de leur région. Ils ont **diffusé un document d'information détaillé** avant la réunion avec les commissaires et l'audition au Parlement européen. Dans un document de questions-réponses, ils ont abordé et réfuté toute déclaration qu'ils jugeaient infondée ou trompeuse.

En outre, les organisateurs ont **présenté leur initiative lors d'une réunion de l'intergroupe sur le bien-être et la protection des animaux** du Parlement européen. Ils ont activement collaboré avec les membres de ce groupe afin de bien se préparer au débat en plénière du 10 juillet 2023.



3

L'impact de la campagne

Examen et réponse de la Commission

Après la présentation officielle de l'initiative «Pour des cosmétiques sans cruauté» le 25 janvier 2023, les organisateurs ont rencontré **Věra Jourová**, vice-présidente de la Commission chargée des valeurs et de la transparence, et **Thierry Breton**, commissaire européen chargé du marché intérieur, le 17 mars 2023 ([photos](#)).



Copyright: European Union, 2023

Le 25 mai 2023, le Parlement européen a organisé une audition publique sur l'initiative «Pour des cosmétiques sans cruauté» (audition publique). Les organisateurs ont présenté les objectifs de l'initiative et dialogué avec les députés européens (Cruelty Free Europe Takeaways). Le 10 juillet 2023, l'initiative a été débattue lors de la session plénière du Parlement européen (enregistrement).

Le 25 juillet 2023, la Commission a adopté une communication présentant sa réponse à l'initiative. Elle s'est félicitée de l'initiative et a reconnu que le bien-être des animaux restait une préoccupation majeure pour les citoyens européens. La communication a évalué le bien-fondé de chacune des propositions de l'initiative (communiqué de presse).

La communication souligne le rôle de premier plan joué par l'UE dans l'abandon progressif de l'utilisation des animaux à des fins d'expérimentation et dans l'amélioration du bien-être animal en général. Plus précisément, la Commission a proposé les actions législatives et non législatives suivantes en réponse aux objectifs de l'initiative «Des cosmétiques sans cruauté»:

- continuer à appliquer et à faire respecter l'interdiction de l'expérimentation animale dans le cadre du règlement de l'UE sur les produits cosmétiques;
- examiner la nécessité de modifier la législation afin de clarifier davantage l'interface entre les règlements de l'UE sur les produits cosmétiques et REACH, sur la base des résultats d'un contrôle judiciaire en cours;
- entamer les travaux sur une feuille de route visant à remplacer l'expérimentation animale dans le cadre des évaluations de la sécurité des produits chimiques, au moyen d'actions multiples et de mesures progressives associant toutes les parties prenantes concernées;
- lancer une série d'actions visant à accélérer la réduction de l'expérimentation animale dans les domaines de la recherche, de l'enseignement et de la formation (y compris les ateliers exploratoires) et à soutenir de nouvelles initiatives de formation pour les scientifiques en début de carrière;
- continuer à soutenir la recherche sur les méthodes de substitution à l'expérimentation animale grâce à des fonds de l'UE.

Le 8 novembre 2023, les organisateurs ont rencontré le commissaire Sinkevičius pour discuter de la réponse de la Commission à l'ICE.





Copyright: European Union, 2023



Trucs et astuces pour les futurs organisateurs

- La préparation est essentielle.
- Facilitez autant que possible la participation d'autres organisations à votre campagne (par exemple, en traduisant les publicités et les ressources numériques et en permettant la personnalisation du matériel).
- Votre équipe ne doit pas être uniquement composée de personnes qui connaissent bien le thème de votre campagne; vous avez également besoin de personnes capables de créer des contenus attrayants, d'analyser les résultats de la campagne, de favoriser la coopération avec d'autres et de dialoguer avec les députés européens concernés.
- Assurez le suivi des dépenses (y compris des aides en nature): vous êtes légalement tenu(e) de déclarer les contributions supérieures à 500 euros (ainsi que les aides en nature d'un montant égal ou supérieur à cette valeur).