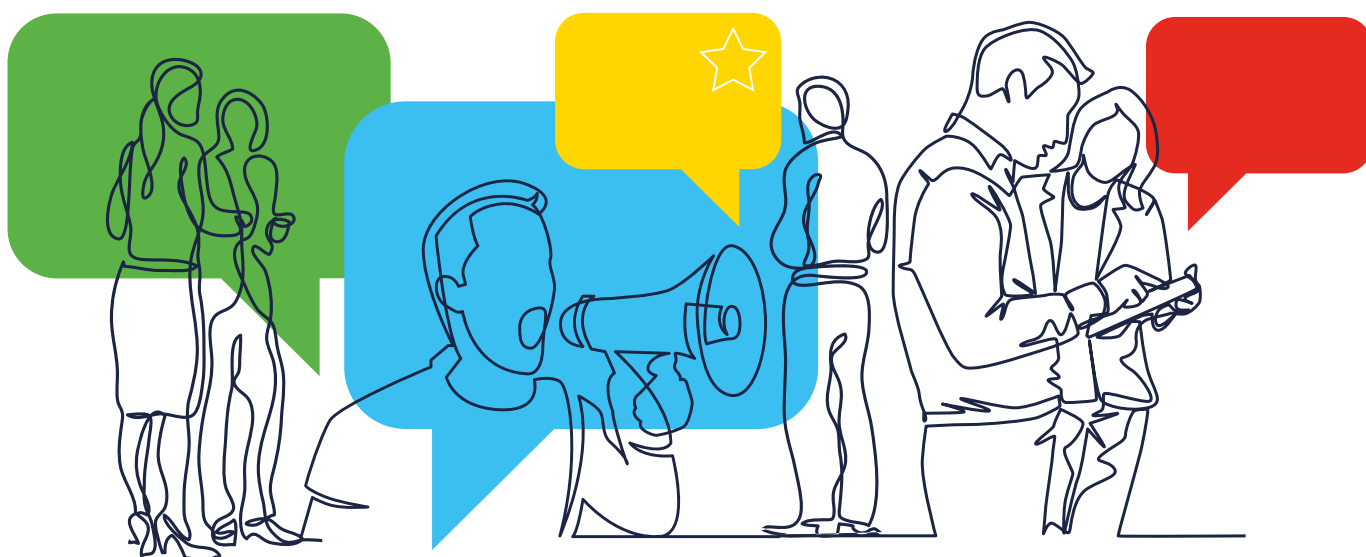




INIZIATIVA DEI CITTADINI EUROPEI

SALVARE I COSMETICI CRUELTY-FREE: IMPEGNARSI PER UN'EUROPA SENZA SPERIMENTAZIONE ANIMALE



IMPARA – DISCUTI – COLLEGATI - CHIEDI UNA CONSULENZA

| Indice

L'iniziativa: "Save Cruelty Free Cosmetics – Commit to a Europe Without Animal Testing" (Salvare i cosmetici cruelty-free: impegnarsi per un'Europa senza sperimentazione animale)

3

La campagna

4

L'impatto della campagna

9



1

L'iniziativa: "Save Cruelty Free Cosmetics - Commit to a Europe Without Animal Testing" (Salvare i cosmetici cruelty-free: impegnarsi per un'Europa senza sperimentazione animale)

"Save Cruelty Free Cosmetics - Commit to a Europe Without Animal Testing" è la nona iniziativa dei cittadini europei (ICE) di successo. Invita la Commissione europea a intervenire sull'uso degli animali a fini di ricerca scientifica, sperimentazione normativa e istruzione.

Gli obiettivi dell'iniziativa sono:

- proteggere e rafforzare il divieto di sperimentazione sugli animali per i prodotti cosmetici: modificare la legislazione per proteggere i consumatori, i lavoratori e l'ambiente affinché in nessun caso e per nessun motivo gli ingredienti cosmetici siano sperimentati su animali
- trasformare la legislazione dell'UE sulle sostanze chimiche: garantire la protezione della salute umana e dell'ambiente senza aggiungere nuovi requisiti che implicino la sperimentazione animale per le sostanze chimiche
- modernizzare la scienza nell'UE: impegnarsi per una proposta legislativa che metta a punto una tabella di marcia per la progressiva eliminazione della sperimentazione animale nell'UE prima della conclusione dell'attuale legislatura.

L'iniziativa è stata registrata il 30 giugno 2021 e il suo periodo di raccolta delle firme è iniziato il 31 agosto 2021. È riuscita a raccogliere **1 217 916 dichiarazioni di sostegno verificate**, raggiungendo le **soglie minime richieste in 21 Stati membri**.

Successivamente, è stata formalmente presentata alla Commissione europea il 25 gennaio 2023 (leggi il [comunicato stampa](#)). La Commissione ha pubblicato una comunicazione in risposta a tale iniziativa il 25 luglio 2023.



Fattori determinanti per il successo dell'iniziativa

- Fissare un numero obiettivo di firme da raggiungere per ciascuno Stato membro sulla base dell'esperienza acquisita con le ICE precedenti e adeguare la strategia di marketing durante lo svolgimento della campagna
- Elaborare obiettivi chiari, pragmatici e realizzabili, in linea con i trattati dell'UE e pertinenti in tutta l'UE. L'iniziativa ha raggiunto la soglia minima di firme in 21 Stati membri, un risultato senza precedenti, dimostrando in tal modo un sostegno paneuropeo per porre fine alla sperimentazione animale
- Creare una solida rete di partner (organizzazioni e imprese per la protezione degli animali) e agevolare il più possibile per questi soggetti l'uso e l'adattamento delle risorse di comunicazione preparate dagli organizzatori.



2

La campagna

Preparazione

Nel 2014 l'Agenzia europea per le sostanze chimiche e la Commissione hanno rilasciato una dichiarazione congiunta in cui hanno chiarito che gli ingredienti cosmetici possono ancora essere testati su animali in un numero limitato di determinate circostanze. Questa notizia è arrivata solo 18 mesi dopo la piena attuazione dei divieti di sperimentazione e di commercializzazione dei cosmetici, cosa che ha suscitato indignazione e condanna in tutta l'UE. Dopo anni di campagne che non hanno portato a un cambiamento politico, le cinque maggiori organizzazioni per la protezione degli animali a livello dell'UE (PETA, Cruelty Free Europe, Eurogroup for Animals, European Coalition to End Animal Experimentation e Humane Society International/Europe) hanno presentato una proposta di iniziativa dei cittadini europei contro la sperimentazione animale.

Gli organizzatori dell'iniziativa ne hanno elaborato attentamente le finalità e gli obiettivi per garantire che fossero pragmatici, realizzabili e (soprattutto) in linea con i trattati dell'UE. Inoltre hanno **ottenuto consulenza legale**¹ per essere certi che l'iniziativa fosse registrata con successo.

Durante la fase preparatoria, gli organizzatori della campagna hanno potuto parlare con gli organizzatori delle ICE precedenti al fine di **imparare dalla loro esperienza** nella preparazione e nell'attuazione delle loro campagne.

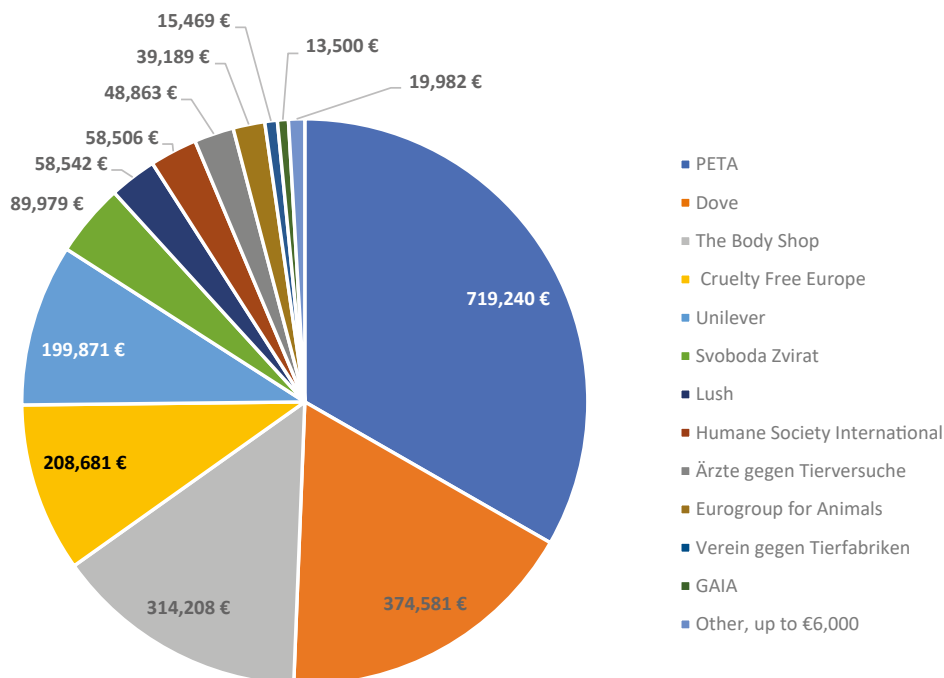
Prima di iniziare, è stato importante **creare una rete di partner che aiutassero a portare avanti la campagna online**. Gli organizzatori hanno contattato una serie di organizzazioni e imprese per la protezione degli animali, i cui valori erano in linea con la loro campagna, al fine di contribuire a promuovere il messaggio dell'iniziativa. Uno dei fattori chiave per garantire che questa rete di partner fosse attiva e impegnata nel corso della campagna è stata la **comunicazione costante** e la disponibilità di **risorse di comunicazione** fornite dagli organizzatori ai loro partner.

Nel complesso, gli organizzatori dell'iniziativa "Save Cruelty Free Cosmetics" hanno raccolto 2 160 615 euro di fondi e altre forme di sostegno.



1 Utilizzare il servizio [Chiedi una consulenza](#) sul forum ICE

Fonti dei finanziamenti (€)



Attuazione della campagna

Gli organizzatori hanno dato la priorità al coinvolgimento della loro rete di partner **ospitando webinar informativi**, predisponendo **un'area dedicata alle risorse digitali** e comunicando via e-mail. Tuttavia, con il proseguire della campagna, hanno optato per Slack (una piattaforma di collaborazione online) invece dell'e-mail per pubblicare aggiornamenti periodici, condividere informazioni, rispondere a domande e contattare i partner per ottenere aiuto.

Oltre a **mantenere una comunicazione costante** con la loro rete di partner, hanno offerto ai partner la possibilità di **adattare i materiali di comunicazione** con i propri loghi. Per quanto riguarda la partecipazione della stampa e del pubblico, gli organizzatori hanno fornito materiale per evidenziare alcune giornate internazionali pertinenti agli obiettivi dell'iniziativa (ad esempio la Giornata internazionale del gatto) e hanno **sviluppato materiali incentrati su ciascuno dei tre obiettivi dell'iniziativa**. Inoltre hanno prodotto **video informativi e risorse per aiutare le persone a navigare sulla piattaforma per la raccolta delle firme** e hanno condiviso **video convincenti in diverse lingue** ai quali hanno partecipato influencer e celebrità, come Sir Paul McCartney, l'attore Ricky Gervais, il gruppo finlandese di musica heavy metal Lordi, l'attrice Evanna Lynch e il cantante Red Canzian. Hanno anche organizzato incontri con la stampa locale e condotto campagne pubbliche con dimostrazioni e spettacoli di strada.

Oltre a coordinarsi con diversi portatori di interessi e moltiplicatori, gli organizzatori hanno provveduto a raccogliere i dati necessari (ove possibile) per **valutare le loro prestazioni e migliorare la campagna durante il suo svolgimento**. Hanno tenuto traccia delle iniziative pubblicitarie e delle strategie replicate che hanno funzionato bene in uno Stato membro per usarle in altri Stati membri.

L'iniziativa è stata promossa da 100 organizzazioni nazionali e dai loro sostenitori, nonché da marchi globali cruelty-free che non ricorrono a sperimentazione animale, come Dove e The Body Shop.

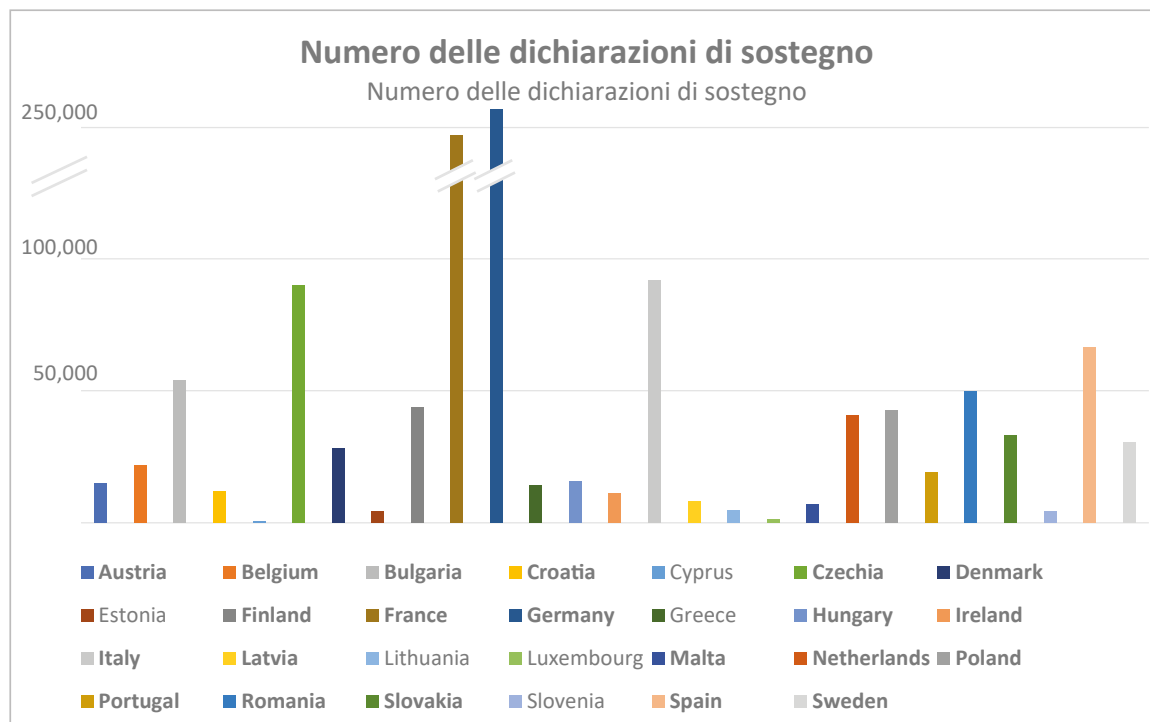
| Raccolta delle firme

Gli organizzatori hanno affrontato la fase di raccolta delle firme sulla base di un'attenta pianificazione e un esame approfondito. Hanno fissato obiettivi per ciascuno Stato membro sulla base di diversi fattori, tra cui **il numero di firme precedentemente raccolte** in un determinato Stato membro per campagne analoghe, **il numero di organizzazioni di sostegno** nello Stato membro e **la capacità di sensibilizzazione online** delle organizzazioni locali. Inoltre hanno preso in considerazione i **potenziali ostacoli** incontrati dai cittadini per firmare l'iniziativa, quali le lacune tecnologiche e la necessità di fornire l'identificazione personale online. Dopo aver valutato questi fattori, **hanno individuato i principali paesi che avrebbero formato la base della loro strategia di marketing** e avrebbero garantito che l'iniziativa riuscisse a raccogliere almeno 1 000 000 di firme.

Nonostante una pianificazione e una preparazione meticolose, gli organizzatori hanno incontrato alcune difficoltà durante la fase di raccolta delle firme. Hanno pertanto dovuto **adattare la loro strategia** negli Stati membri in cui la raccolta delle firme era lenta e alle situazioni di crisi, come la guerra in corso in Ucraina, che ha costretto le organizzazioni partner a dirottare energie e risorse per aiutare coloro che ne hanno bisogno. Pur avendo preparato video con istruzioni pratiche su come firmare l'iniziativa attraverso il sistema centrale di raccolta online messo a disposizione dalla Commissione, gli organizzatori hanno comunque ricevuto riscontri dai cittadini che non capivano cosa dovessero fare o perché dovessero fornire così tante informazioni personali. Inoltre (come già accennato), hanno utilizzato lo studio dei risultati delle campagne pubblicitarie per migliorare la loro strategia di marketing. Tuttavia,



hanno riscontrato che il sistema centrale di raccolta online non consentiva loro di tracciare le metriche dei dati con dettagli sufficienti² per organizzare la campagna sui social media, il che ha limitato la possibilità di utilizzare tali informazioni per migliorare la loro strategia. Gli organizzatori hanno tuttavia continuato ad adeguare la loro strategia ove possibile.



² Da allora questa funzionalità è stata migliorata nel sistema.

| Verifica e presentazione

La raccolta di firme per l'iniziativa „Save Cruelty Free Cosmetics” si è conclusa il 31 agosto 2022. Le dichiarazioni di sostegno sono state inviate alle autorità nazionali preposte in ciascuno Stato membro alla loro verifica. A seguito della verifica formale, sono state convalidate complessivamente **1 217 916 firme**. Le soglie richieste sono state raggiunte in 21 Stati membri, un risultato senza precedenti.

L'iniziativa è stata quindi presentata formalmente alla Commissione il giorno 25 gennaio 2023, dando il via al periodo di 6 mesi per il suo esame.

Quando gli organizzatori sono entrati nella fase di promozione dei temi della loro campagna, è stato fondamentale **mantenere un forte slancio**. Ciò ha comportato **intrattenere rapporti con i deputati al Parlamento europeo e i principali responsabili politici**. Gli organizzatori **hanno creato varie risorse**, tra cui materiali e lettere, che i partner potevano presentare alle autorità delle rispettive regioni. **Hanno preparato un documento informativo dettagliato** da far circolare prima della riunione con i commissari e dell'audizione al Parlamento europeo. Hanno inoltre elaborato un documento con domande e risposte per affrontare e smentire eventuali dichiarazioni ritenute infondate o fuorvianti.

Inoltre, **hanno presentato la loro iniziativa in occasione di una riunione dell'intergruppo sul benessere e la conservazione degli animali** al Parlamento europeo. Hanno collaborato attivamente con i membri di questo gruppo per garantire che fossero ben preparati al dibattito in plenaria del 10 luglio 2023.



3

L'impatto della campagna

Esame e decisione della Commissione

Dopo la presentazione formale dell'iniziativa il 25 gennaio 2023, il 17 marzo 2023 gli organizzatori hanno incontrato **Věra Jourová**, vicepresidente della Commissione responsabile per i Valori e la trasparenza, e **Thierry Breton**, commissario europeo per il Mercato interno ([guarda il servizio fotografico](#)).



Copyright: European Union, 2023

Il 25 maggio 2023 il Parlamento europeo ha tenuto un'audizione pubblica sull'iniziativa ([guarda l'audizione pubblica](#)). Gli organizzatori hanno presentato gli obiettivi dell'iniziativa avviando un dialogo con i deputati al Parlamento europeo ([Cruelty Free Europe Takeaways](#)). L'iniziativa è stata discussa durante la sessione plenaria del Parlamento europeo del 10 luglio 2023 ([guarda la registrazione](#)).

Il 25 luglio 2023 la Commissione ha adottato una [comunicazione](#) in cui illustra la sua risposta all'iniziativa. La Commissione ha accolto con favore l'iniziativa, riconoscendo che il benessere degli animali continua a destare profonda preoccupazione fra i cittadini dell'UE. La comunicazione ha valutato i meriti di ciascuna proposta dell'iniziativa ([leggi il comunicato stampa](#)).

La comunicazione sottolinea il ruolo guida dell'UE nell'eliminazione graduale della sperimentazione animale e nel miglioramento del benessere degli animali in generale. Più specificamente, la Commissione ha proposto le seguenti azioni legislative e non legislative in risposta agli obiettivi

- continuare ad applicare e far rispettare il divieto di sperimentazione animale nel quadro del regolamento dell'UE sui cosmetici
- considerare la necessità di modifiche legislative per chiarire ulteriormente l'interfaccia tra i regolamenti dell'UE sui cosmetici e REACH sulla base dell'esito di un controllo giurisdizionale in corso
- avviare i lavori su una tabella di marcia per sostituire la sperimentazione animale nelle valutazioni della sicurezza chimica, con molteplici azioni e un percorso graduale per sostituire la sperimentazione animale, coinvolgendo tutte le parti interessate
- avviare una serie di azioni volte ad accelerare la riduzione della sperimentazione animale nella ricerca, nell'istruzione e nella formazione (compresi i seminari esplorativi) e a sostenere nuove iniziative di formazione per gli scienziati nelle prime fasi della loro carriera
- continuare a sostenere la ricerca sulle alternative alla sperimentazione animale con i finanziamenti dell'UE.

L'8 novembre 2023 gli organizzatori hanno incontrato il commissario Sinkevičius per discutere della risposta fornita dalla Commissione all'ICE.





Copyright: European Union, 2023



Consigli e suggerimenti per i futuri organizzatori

- Prepararsi è fondamentale!
- Occorre agevolare il più possibile la partecipazione di altre organizzazioni alla propria campagna (ad esempio traducendo messaggi pubblicitari e risorse digitali e prevedendo la possibilità di personalizzare il materiale)
- Nel proprio gruppo non occorrono solo persone che conoscano la tematica della campagna, ma anche persone in grado di creare contenuti coinvolgenti, analizzare i risultati della campagna, promuovere la cooperazione con gli altri e dialogare con i deputati al Parlamento europeo interessati
- Non dimenticare di tenere traccia delle spese (compreso il sostegno in natura) perché la legge prevede l'obbligo di dichiarare i contributi superiori a 500 euro (nonché il sostegno in natura pari o superiore a tale valore).