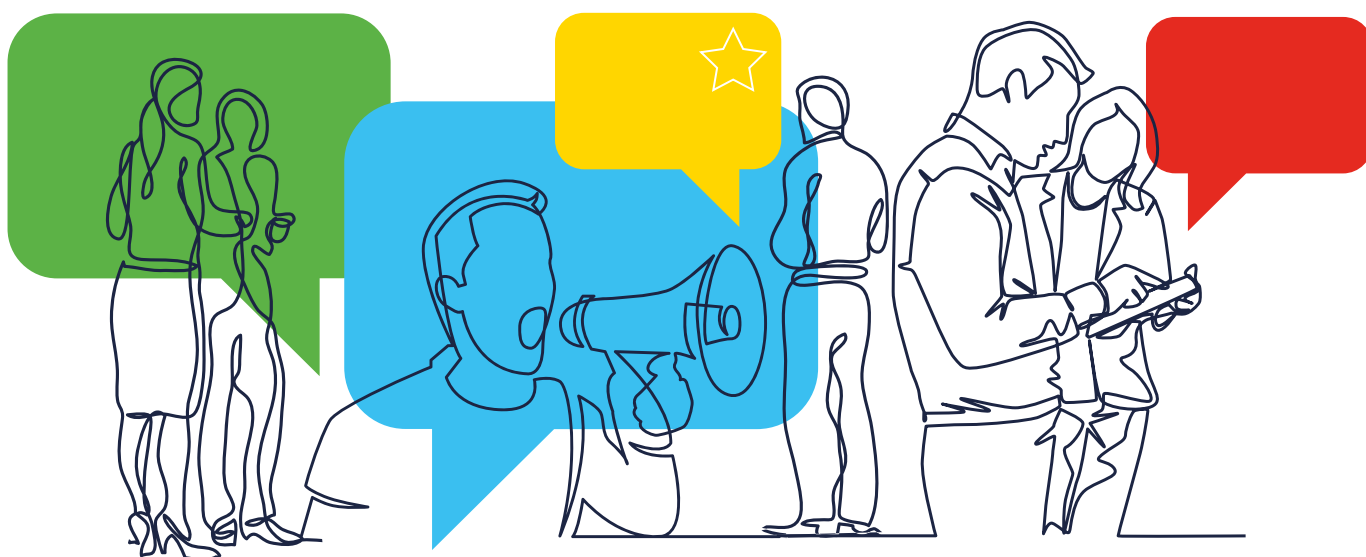


EXEMPLO DE UMA INICIATIVA BEM SUCEDIDA



INICIATIVA DE CIDADANIA EUROPEIA


COSMÉTICOS SEM CRUELDADE – POR UMA EUROPA SEM ENSAIOS EM ANIMAIS



APRENDER – DEBATER - ENTRAR EM CONTACTO –
ACONSELHAMENTO

| Índice

A iniciativa: «Cosméticos sem crueldade – Por uma Europa sem ensaios em animais» («Save Cruelty Free Cosmetics – Commit to a Europe without Animal Testing»)	3
A campanha	4
O impacto da campanha	9



1

A iniciativa: «Cosméticos sem crueldade – Por uma Europa sem ensaios em animais» («Save Cruelty Free Cosmetics – Commit to a Europe without Animal Testing»)

«Cosméticos sem crueldade – Por uma Europa sem ensaios em animais» («Save Cruelty Free Cosmetics – Commit to a Europe without Animal Testing») é a nona iniciativa de cidadania europeia (ICE) bem-sucedida. Insta a Comissão Europeia a tomar medidas no que diz respeito à utilização de animais para fins de investigação científica, ensaios regulamentares e fins educativos.

São objetivos da iniciativa:

- Salvar e reforçar a proibição de testar cosméticos em animais: proceder a alterações legislativas que garantam a proteção dos consumidores, dos trabalhadores e do ambiente em relação a todos os ingredientes dos cosméticos sem recurso a ensaios em animais, seja qual for a finalidade e sejam quais forem as circunstâncias;
- Transformar a legislação sobre produtos químicos em vigor na UE: assegurar a proteção da saúde das pessoas e do ambiente gerindo os produtos químicos sem novos requisitos de ensaios em animais;
- Modernizar a ciência na UE: compromisso de lançar uma proposta legislativa que defina um roteiro para a eliminação progressiva de todos os ensaios em animais na UE antes do final da atual legislatura.

A iniciativa «Cosméticos sem crueldade» foi registada em 30 de junho de 2021 e o seu período de recolha de assinaturas teve início em 31 de agosto de 2021. Conseguiu reunir **1 217 916 de declarações de apoio verificadas** e os **limiares mínimos foram atingidos em 21 Estados-Membros**.

A iniciativa foi formalmente apresentada à Comissão em 25 de janeiro de 2023 (comunicado de imprensa). Em 25 de julho de 2023, a Comissão publicou uma comunicação em resposta a esta iniciativa.



Fatores de sucesso:

- Conseguir um determinado número de assinaturas para cada Estado-Membro com base na experiência adquirida com ICE anteriores e adaptar a estratégia de marketing à medida que a campanha avança;
- Elaborar objetivos claros, pragmáticos e exequíveis, em conformidade com os Tratados da UE e pertinentes em toda a UE. A iniciativa atingiu o limiar mínimo de assinaturas num número recorde de 21 Estados-Membros, demonstrando assim o apoio pan-europeu ao fim dos ensaios em animais;
- Criar uma rede sólida de parceiros (organizações e empresas de proteção dos animais) e facilitar ao máximo a utilização e a adaptação por parte destes atores dos recursos de comunicação criados pelos organizadores.



2

A campanha

Preparativos

Em 2014, a Agência Europeia dos Produtos Químicos e a Comissão publicaram uma declaração conjunta na qual esclareceram o seu entendimento de que os ingredientes dos produtos cosméticos ainda podem ser testados em animais em determinadas circunstâncias limitadas. Esta notícia surgiu apenas 18 meses após a plena aplicação das proibições de ensaios e comercialização de produtos cosméticos, que suscitaram indignação e reprovação em toda a UE. Após anos de campanha que não lograram qualquer mudança política, as cinco maiores organizações de proteção dos animais da UE (PETA, Cruelty Free Europe, Eurogroup for Animals, European Coalition to End Animal Experimentation e Humane Society International/Europa) reuniram-se para apresentar uma proposta de ICE contra os ensaios em animais.

Os organizadores da iniciativa «Cosméticos sem crueldade» definiram cuidadosamente as metas e os objetivos da iniciativa, a fim de garantir que são pragmáticos, exequíveis e (sobretudo) consentâneos com os Tratados da UE. Além disso, **obtiveram aconselhamento jurídico**¹ para ajudar a garantir que a iniciativa era registada com êxito.

Durante a fase de preparação, os organizadores da campanha «Cosméticos sem crueldade» falaram com anteriores organizadores de ICE para **aprender com a sua experiência** na preparação e execução de campanhas.

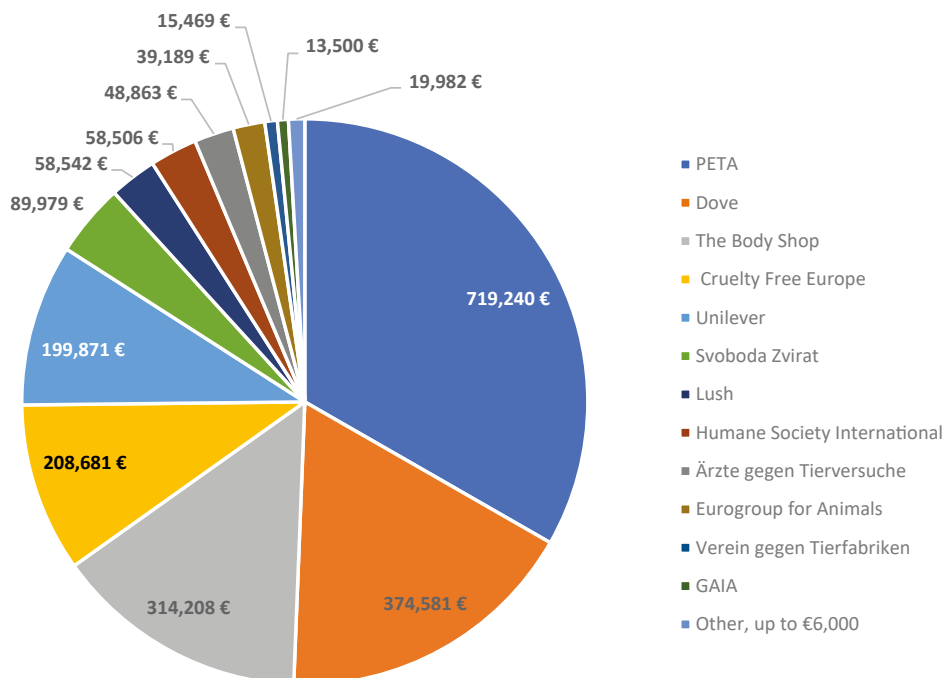
Antes de realizar a campanha, era importante **criar uma rede de parceiros para ajudar a impulsionar a campanha em linha**. Os organizadores contactaram várias organizações e empresas de proteção dos animais, cujos valores estão alinhados com a campanha «Cosméticos sem crueldade», para ajudar a promover a mensagem da iniciativa. Um dos fatores-chave para garantir que esta rede de parceiros estava ativa e empenhada ao longo da campanha foram a **comunicação constante** e os **recursos de comunicação** disponibilizados pelos organizadores aos seus parceiros.

No total, os organizadores da iniciativa «Cosméticos sem crueldade» angariaram 2 160 615 EUR em fundos e outros apoios.



1 Utilizando o serviço de Aconselhamento no Fórum da ICE.

Fontes de financiamento (€)



| Execução da campanha

Os organizadores da iniciativa «Cosméticos sem crueldade» deram prioridade à participação da sua rede de parceiros **organizando webinários informativos**, tendo uma **zona dedicada aos recursos digitais** e comunicando por correio eletrónico. No entanto, com o avançar da campanha, os organizadores passaram do correio eletrónico para o Slack (uma plataforma de colaboração em linha), onde podem publicar atualizações regulares, partilhar informações, responder a perguntas e contactar os parceiros para obter ajuda.

Para além de **manterem uma comunicação constante** com a sua rede de parceiros, os organizadores permitiram aos parceiros **adaptar os materiais de comunicação** com os seus próprios logótipos. Com o objetivo de envolver a imprensa e o público, os organizadores forneceram materiais para destacar determinados dias internacionais pertinentes para os objetivos da iniciativa (por exemplo, o Dia Internacional do Gato) e **criaram materiais centrados em cada um dos três objetivos da iniciativa**. Além disso, disponibilizaram **vídeos e recursos informativos para ajudar as pessoas a utilizar a plataforma de recolha de assinaturas** e partilharam **vídeos inspiradores em diferentes línguas**, utilizando influenciadores conhecidos e pessoas famosas como Sir Paul McCartney, o comediante Ricky Gervais, a banda finlandesa de heavy metal Lordi, a atriz Evanna Lynch e o cantor Red Canzian. Os organizadores também contactaram a imprensa local e realizaram campanhas dirigidas ao público com demonstrações e arte de rua.

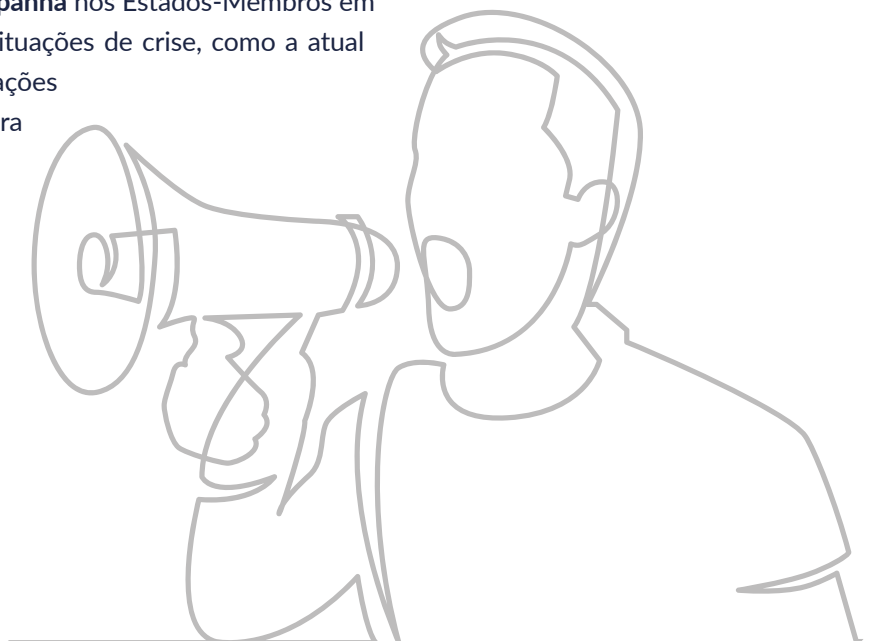
Para além de se coordenarem com várias partes interessadas e multiplicadores no âmbito da campanha, os organizadores também se certificaram de que recolhiam os dados necessários (sempre que possível) para **avaliar o seu desempenho e melhorar à medida que a campanha avançava**. Os organizadores acompanharam o desempenho publicitário e reproduziram noutros Estados-Membros estratégias que tinham funcionado bem num Estado-Membro.

A iniciativa foi promovida por 100 organizações nacionais e respetivos apoiantes, bem como por marcas mundiais «sem crueldade», como a Dove e a The Body Shop.

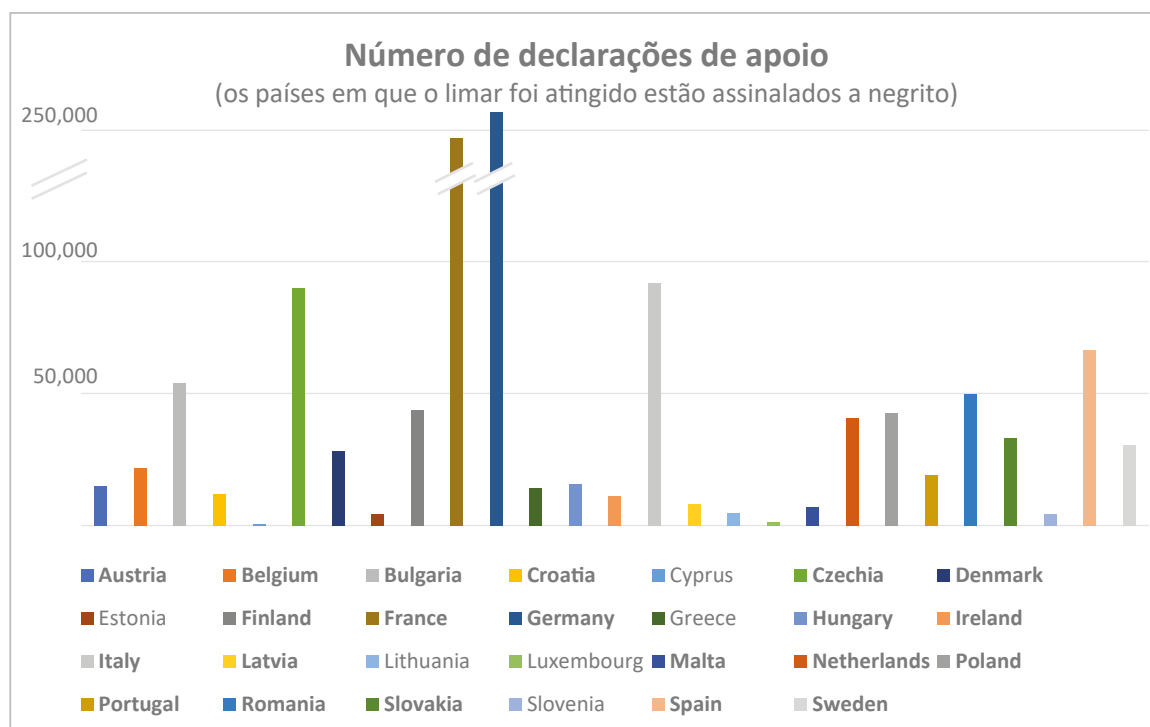
| Recolha de assinaturas

Os organizadores planearam e ponderaram cuidadosamente a fase de recolha de assinaturas. Fixaram metas para cada Estado-Membro com base em vários fatores, incluindo o **número de assinaturas recolhidas no passado** nesse Estado-Membro em campanhas semelhantes, o **número de organizações apoiantes** nesse Estado-Membro e a **capacidade de sensibilização em linha** das organizações locais. Além disso, tiveram em conta os **potenciais obstáculos** enfrentados pelos cidadãos no processo de assinatura da iniciativa, tais como as lacunas tecnológicas e a necessidade de facultarem a sua identificação pessoal em linha. Após terem avaliado estes fatores, os organizadores **identificaram os principais países-alvo que contribuiriam para a sua estratégia de marketing** e que assegurariam que a iniciativa recebia, pelo menos, um milhão de assinaturas.

Apesar da minúcia no planeamento e na preparação, os organizadores enfrentaram algumas dificuldades durante a fase de recolha de assinaturas. Tiveram, por isso, de **adaptar a sua estratégia de campanha** nos Estados-Membros em que a recolha de assinaturas foi lenta e a situações de crise, como a atual guerra na Ucrânia, que exigiu que as organizações parceiras desviassem energia e recursos para ajudar as pessoas necessitadas. Os organizadores realizaram vídeos informativos passo-a-passo sobre o processo de assinatura da iniciativa através do sistema central de recolha em linha disponibilizado pela Comissão, mas continuaram a receber feedback dos cidadãos afirmando que não compreendiam o que lhes era pedido nem a razão pela qual tinham de fornecer tantas informações pessoais. Além disso (como já referido), os organizadores utilizaram o desempenho publicitário para



ajudar a melhorar a sua estratégia de marketing ao longo da campanha. No entanto, os organizadores consideraram que o sistema central de recolha em linha não lhes permitia acompanhar as métricas de dados com um grau de pormenor suficiente² para serem tidas em conta na campanha nas redes sociais, o que limitou a sua capacidade de utilizar estas informações para melhorar a sua estratégia. Apesar disso, continuaram a adaptar a sua estratégia sempre que possível.



² Desde então, esta funcionalidade do sistema foi melhorada.

| Verificação e apresentação

A recolha de assinaturas para a iniciativa «Cosméticos sem crueldade» encerrou em 31 de agosto de 2022. As declarações de apoio foram enviadas às autoridades nacionais responsáveis pela sua verificação em cada Estado-Membro. Após o processo formal, as autoridades nacionais validaram um número final de **1 217 916 assinaturas**. Os limiares exigidos foram alcançados num número recorde de 21 Estados-Membros.

A iniciativa foi, depois, formalmente apresentada à Comissão em 25 de janeiro de 2023, dando início ao período de exame de seis meses.

À medida que os organizadores entravam na fase de lóbi da campanha, era crucial **manter uma dinâmica forte**, que implicava um **diálogo com os deputados ao Parlamento Europeu e os principais decisores**. Os organizadores **criaram vários recursos**, incluindo materiais e cartas para os seus parceiros apresentarem às autoridades das suas regiões. **Redigiram um documento informativo pormenorizado** para distribuir antes da reunião com os comissários e da audição no Parlamento Europeu. Além disso, elaboraram um documento de perguntas e respostas para abordar e refutar eventuais declarações que considerassem infundadas ou enganosas.

Os organizadores **apresentaram também a sua iniciativa numa reunião do Intergrupo «Bem-estar e proteção dos animais»** no Parlamento Europeu. Colaboraram ativamente com os membros deste grupo para garantir que estavam bem preparados para o debate na sessão plenária de 10 de julho de 2023.



3

O impacto da campanha

Exame e resposta da Comissão

Após a apresentação formal da iniciativa «Cosméticos sem crueldade», em 25 de janeiro de 2023, os organizadores reuniram-se com **Věra Jourová**, vice-presidente da Comissão responsável pelos Valores e Transparência, e com **Thierry Breton**, comissário europeu responsável pelo Mercado Interno, em 17 de março de 2023 ([reportagem fotográfica](#)).



Copyright: European Union, 2023

Em 25 de maio de 2023, o Parlamento Europeu realizou uma audiência pública sobre a iniciativa «Cosméticos sem crueldade» ([audição pública](#)). Os organizadores apresentaram os objetivos da iniciativa e dialogaram com os deputados ao Parlamento Europeu ([resumo da Cruelty Free Europe](#)). Em 10 de julho de 2023, a iniciativa «Cosméticos sem crueldade» foi debatida na sessão plenária do Parlamento Europeu ([gravação](#)).

Em 25 de julho de 2023, a Comissão adotou uma [comunicação](#) que apresenta a sua resposta à iniciativa. A Comissão saudou a iniciativa e reconheceu o forte interesse que o bem-estar dos animais continuava a ter para os cidadãos da UE. A comunicação avaliou os méritos de cada uma das propostas da iniciativa ([comunicado de imprensa](#)).

A Comissão realça o papel pioneiro da UE na eliminação progressiva da utilização de animais nos ensaios e na melhoria do bem-estar dos animais em geral. Mais concretamente, a Comissão propôs as seguintes ações legislativas e não legislativas em resposta aos objetivos da iniciativa «Cosméticos sem crueldade»:

- Continuar a aplicar e fazer cumprir a proibição de ensaios em animais no âmbito do Regulamento Cosméticos da UE;
- Ponderar a necessidade de alterações legislativas para esclarecer a interface entre os Regulamentos Cosméticos e REACH da UE, com base no resultado de um controlo jurisdicional em curso;
- Iniciar os trabalhos para a definição de um roteiro que visa substituir os ensaios em animais nas avaliações de segurança química, com várias ações e um guia passo-a-passo para substituir os ensaios em animais, com a participação de todas as partes interessadas pertinentes;
- Lançar várias ações destinadas a acelerar a redução dos ensaios em animais na investigação, educação e formação (incluindo seminários exploratórios) e a apoiar novas iniciativas de formação para os cientistas em início de carreira;
- Continuar a apoiar, com financiamento da UE, a investigação sobre alternativas aos ensaios em animais.

Em 8 de novembro de 2023, os organizadores reuniram-se com o comissário Virginijus Sinkevičius para debater a resposta da Comissão à ICE.





Copyright: European Union, 2023



Dicas e sugestões para futuros organizadores

- A preparação é fundamental!
- Facilitar, tanto quanto possível, a participação de outras organizações na sua campanha (por exemplo, traduzindo os anúncios e recursos digitais e permitindo a personalização dos materiais);
- Não precisa apenas de pessoas na sua equipa que conheçam a sua campanha – precisa também de pessoas que possam criar conteúdos cativantes, analisar os resultados da campanha, promover a cooperação com terceiros e colaborar com os deputados ao Parlamento Europeu competentes;
- Controlar as despesas (incluindo o apoio em espécie), uma vez que é obrigatório por lei declarar quaisquer contribuições de valor superior a 500 EUR (bem como qualquer apoio em espécie que corresponda a esse valor ou mais).