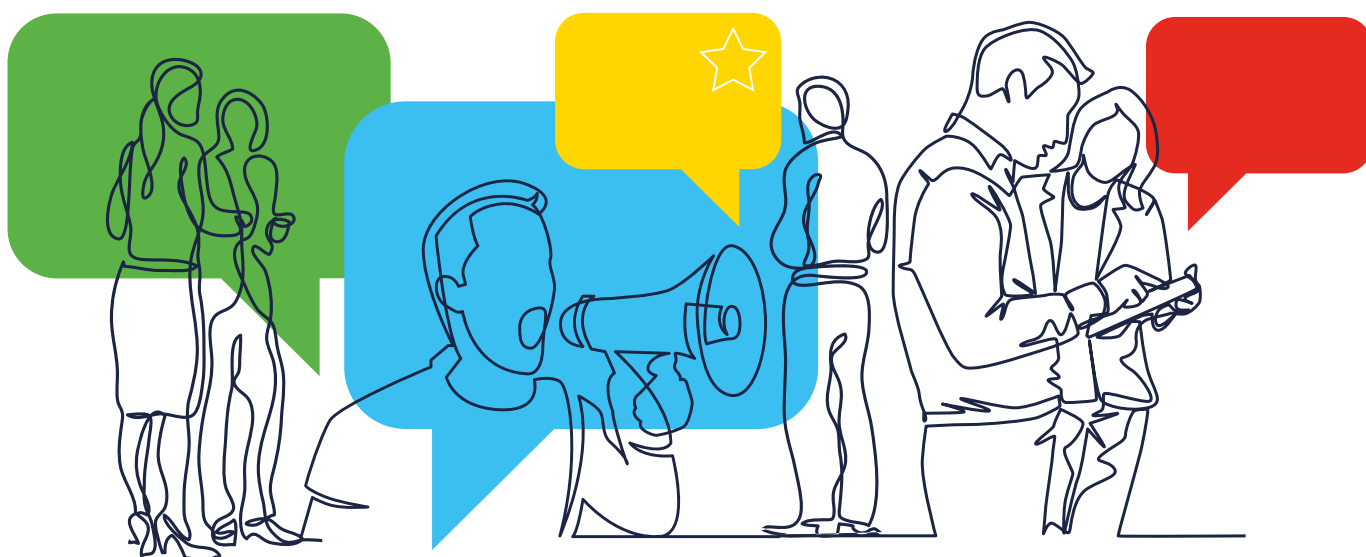




INICIATIVA CIUDADANA EUROPEA

PROHIBICIÓN DEL CERCENAMIENTO DE LAS ALETAS DE LOS TIBURONES – PROHIBICIÓN DEL COMERCIO



INFÓRMATE – DEBATE – CONECTA – PIDE ASESORAMIENTO

| Índice

La iniciativa: «Stop Finning – Stop the Trade»	3
La campaña	4
El impacto de la campaña	9



1

La iniciativa: «Stop Finning – Stop the Trade»



Factores de éxito:

- Desarrollar una asociación sólida con diversas organizaciones.
- Crear una red de seguidores antes de poner en marcha la iniciativa.
- Establecer redes y ampliar constantemente las asociaciones con otras organizaciones a lo largo de toda la campaña.
- Centrarse en el uso de las redes sociales para llegar a un público más amplio y a nuevos grupos destinatarios.
- Crear equipos de voluntarios en diferentes países de la UE para ayudar a desarrollar y mantener campañas locales.

«Stop Finning – Stop the Trade» (Prohibición del cercenamiento de las aletas de los tiburones – Prohibición del comercio) es la octava iniciativa ciudadana europea (ICE) que ha prosperado. Pide a la Comisión que ponga fin al comercio de aletas de tiburón sueltas en la UE ampliando el Reglamento (UE) n.º 605/2013, que prohíbe el cercenamiento de las aletas de tiburón, así como la importación, la exportación y el tránsito de aletas de tiburón sueltas hacia y desde la Unión Europea y dentro de ella.

La iniciativa «Stop Finning – Stop the Trade» se registró el 2 de enero de 2020 y su período de recogida de firmas comenzó el 31 de enero de 2020. Logró reunir **1 119 996 firmas de apoyo verificadas** y **se alcanzaron los umbrales mínimos en quince Estados miembros**. El plazo de recogida se prorrogó un año, hasta el 31 de enero de 2022, para tener en cuenta el impacto de la pandemia de COVID-19 en la campaña¹.

Una vez concluida la fase de recogida de firmas, la iniciativa pasó por el proceso de verificación (también ampliado debido a la pandemia), durante el cual las autoridades responsables de cada Estado miembro comprobaron y validaron las declaraciones de apoyo. La iniciativa se presentó entonces oficialmente a la Comisión Europea el 11 de enero de 2023 ([comunicado de prensa](#)). El 5 de julio de 2023, la Comisión publicó la Comunicación en respuesta a esta iniciativa.



¹ De conformidad con el Reglamento (UE) 2020/1042, la Decisión C(2020) 9226 y la Decisión C(2021) 1121.

2

La campaña

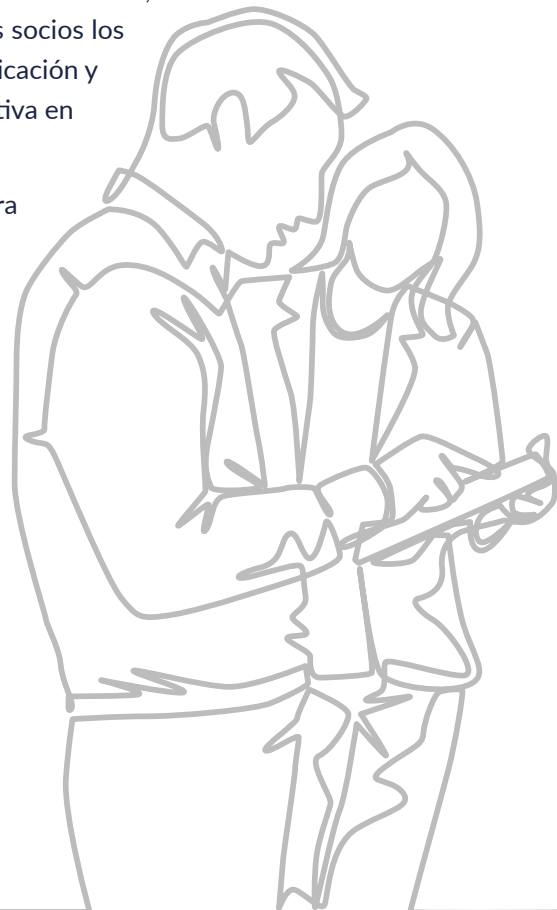
Preparación

Los organizadores de «Stop Finning – Stop the Trade» sentían, al igual que otros organizadores de ICE, una gran pasión por el tema de la iniciativa y estaban dispuestos a dar el do de pecho desde el principio. La preparación de una ICE es probablemente la parte más importante. Durante la fase de preparación, los organizadores desarrollan su estrategia de campaña y construyen su red. La creación de una **red de socios y voluntarios** fue esencial para el éxito de esta iniciativa, que contó con el apoyo de 105 organizaciones, 14 asociaciones de deportes acuáticos, 14 empresas y 16 personas famosas o influyentes. El principal defensor fue la ONG Sea Shepherd, que proporcionó a los organizadores apoyo financiero, conocimientos especializados en campañas y asesoramiento.

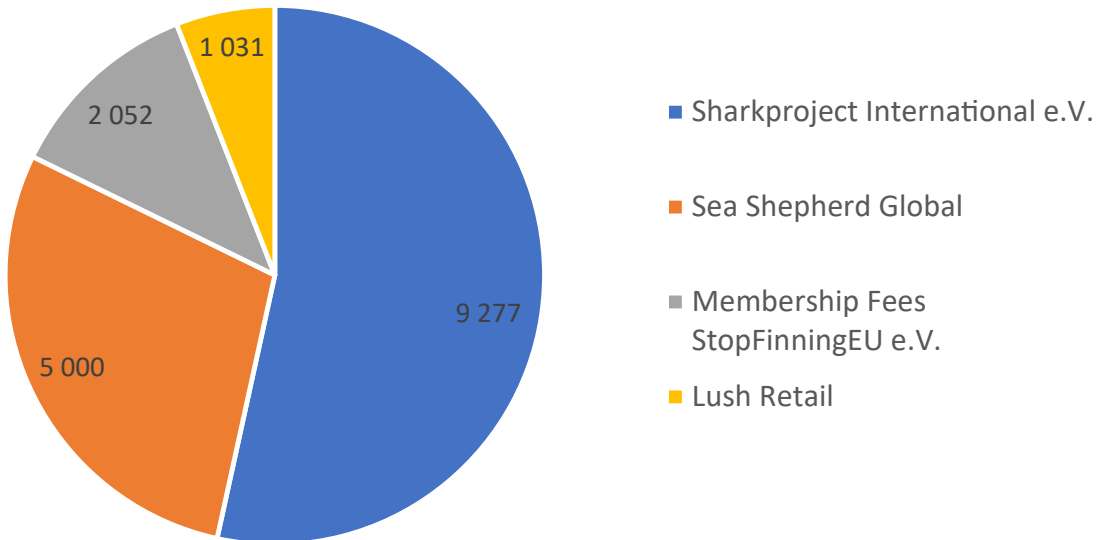
Garantizar que estas redes de socios apoyaran activamente la iniciativa era un reto. Los organizadores superaron esta situación dando conferencias en línea para mantener informados a los socios sobre los avances de la iniciativa, creando un boletín periódico, creando contenidos para que los socios los adaptasen para ser utilizados en sus propios canales de comunicación y haciendo acopio de ideas para actos que promoviesen la iniciativa en sus propias zonas.

La creación de una **presencia en línea** también fue crucial para esta iniciativa, ya que la recogida de firmas tuvo lugar durante la pandemia de COVID-19 y, por tanto, fue imposible organizar actos presenciales. Los organizadores crearon un sitio web multilingüe con información de referencia sobre la iniciativa, sus demandas y diversos recursos, como fichas informativas y esquemas de la campaña. Los organizadores también garantizaron su presencia en línea en las redes sociales: [Facebook](#) (15 000 seguidores), [Instagram](#) (37 600 seguidores), [X](#) (anteriormente [Twitter](#)) (1 998 seguidores) y [YouTube](#) (229 suscriptores).

En total, los organizadores de la iniciativa «Stop the Finning – Stop the Trade» recaudaron 17 360 euros en apoyo y fondos. Solo se notifican las contribuciones superiores a 500 euros por donante.



Fuentes de financiación (€)



| Ejecución de la campaña

Para alcanzar el umbral mínimo, los organizadores de la iniciativa **se fijaron diez Estados miembros objetivo**: Chequia, Alemania, Grecia, España, Francia, Italia, Luxemburgo, Hungría, Países Bajos y Austria. Los organizadores eligieron estos países por dos razones:

1. estos países forman parte del comercio de aletas de tiburón y se ven directamente afectados por las propuestas de la ICE, y
2. la mayoría de las organizaciones asociadas al organizador, los voluntarios y los influencers operan en estos países.

Como consecuencia de la pandemia, los organizadores tuvieron que revisar la estrategia de campaña original y centrarse en la presencia en línea y en la recogida de firmas en línea. Sin embargo, la ampliación del período de recogida de firmas, la ayuda de su red de socios y voluntarios y su intensa campaña en las redes sociales permitieron a los organizadores superar este obstáculo. Cabe destacar que, gracias a la ayuda de socios y voluntarios y a las campañas en las redes sociales los organizadores recogieron más de 500 000 firmas durante los veinte días previos al cierre oficial del período de recogida de firmas. La clave de todo ello fue la sensibilización y ahí es donde

«Todo esto (campañas en las redes sociales y divulgación) dio lugar a una mayor sensibilización sobre nuestra iniciativa. Hay que ser paciente y tener confianza, y eso no siempre es fácil».

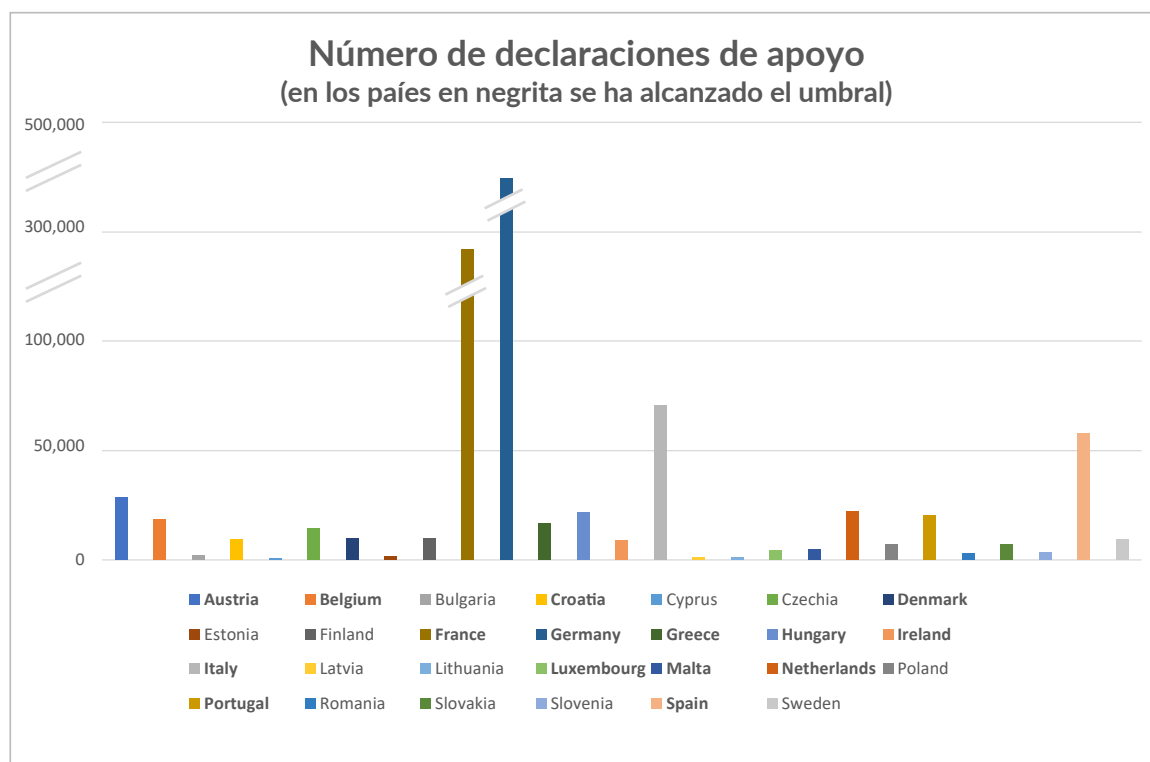
— Organizador de la ICE «Stop Finning»

los influencers desempeñaron un papel fundamental en la campaña de la iniciativa. Cada hito alcanzado por los organizadores y voluntarios, como obtener el umbral requerido en un Estado miembro, fue una oportunidad de inyectar más impulso a la iniciativa. Los organizadores también aprovecharon la consecución de hitos importantes en materia de conservación marina para promover su iniciativa y aumentar la sensibilización. A pesar de la pandemia, los organizadores pudieron celebrar con éxito algunos actos paneuropeos en grandes capitales, como Roma, Atenas y Berlín.



Recogida de firmas

Los organizadores de «Stop Finning» utilizaron el **sistema central de recogida en línea**. A consecuencia de la pandemia, la recogida de firmas se hizo más difícil y más lenta durante la campaña. Los organizadores utilizaron su red de socios y voluntarios para mantener el impulso y seguir promoviendo la iniciativa. Gracias a los influencers, la iniciativa obtuvo una gran presencia en las redes sociales. Esto tuvo un enorme impacto en la campaña y dio lugar a la recogida de más de 1 100 000 firmas. Para más información, consulte su [blog](#) en el Foro de la ICE.



| Verificación y presentación

Tras la ampliación del período de recogida, la iniciativa finalmente recogió 1 202 121 firmas en 27 Estados miembros de la UE, de las cuales el 93 % fueron consideradas válidas por las autoridades nacionales competentes. El 11 de enero de 2023, los organizadores celebraron un acto en la Place du Luxembourg de Bruselas para festejar la presentación a la Comisión de las **declaraciones de apoyo verificadas, que ascendieron a 1 119 996**. Más de 50 personas de más de 10 países de la UE se reunieron ante el Parlamento Europeo para celebrar este momento (véase la [entrada en las redes sociales](#)). Con la presentación de las firmas se inició el período de examen de seis meses.



3

El impacto de la campaña

Examen y respuesta de la Comisión

Tras la presentación formal de la iniciativa, los organizadores se reunieron con el **comisario europeo de Medio Ambiente, Océanos y Pesca, Virginijus Sinkevičius**, el 6 de febrero de 2023 ([comunicado de prensa](#)). El 27 de marzo de 2023, el Parlamento Europeo celebró una audiencia pública sobre la iniciativa «Stop Finning – Stop the Trade» (Prohibición del cercenamiento de las aletas de los tiburones – Prohibición del comercio) ([grabación de la audiencia pública](#)). Los organizadores presentaron los objetivos de la iniciativa y mantuvieron un diálogo con los diputados al Parlamento Europeo ([resumen de la audiencia ante el PE](#)). El 11 de mayo de 2023, la iniciativa «Stop Finning – Stop the Trade» se debatió en una sesión plenaria del Parlamento Europeo ([grabación del debate](#)).



Derechos de autor: European Union, 2023 ([link](#))

El 5 de julio de 2023, la Comisión adoptó una **Comunicación en la que expone sus acciones en respuesta a la ICE «Stop Finning – Stop the Trade»**. La Comisión acoge con satisfacción la iniciativa y tomará las siguientes medidas (véase el comunicado de prensa):

1. examinar la conveniencia de poner en marcha una medida legislativa para poner fin al comercio de aletas de tiburón sueltas; iniciar una evaluación de impacto sobre las consecuencias medioambientales, sociales y económicas de la aplicación de la política de «aletas intactas»;
2. mejorar las estadísticas sobre el comercio de productos de tiburón para finales de 2024;
3. mejorar la aplicación de las medidas de trazabilidad de la UE reforzando la aplicación del Derecho de la UE que se aplica a toda la cadena de valor;
4. Intensificar la actuación internacional de la UE en defensa de la prohibición mundial del cercenamiento de las aletas de los tiburones y otras medidas.

El 13 de julio de 2023, los organizadores se reunieron con el comisario Sinkevičius para debatir la respuesta de la Comisión a la ICE. El 18 de octubre de 2023, los organizadores de «Stop Finning» publicaron una comunicación sobre la respuesta de la Comisión en la que destacaban todos los argumentos que deben tenerse en cuenta para una evaluación de impacto justa y equilibrada (véase el comunicado de prensa).



Consejos y sugerencias para futuros organizadores

- Crear una amplia y sólida red de organizaciones asociadas y voluntarios antes de poner en marcha la campaña.
- Mantener la comunicación con la red de organizaciones asociadas y voluntarios.
- Crear materiales para la red de organizaciones asociadas y voluntarios para dar a conocer la iniciativa.
- Conectar con famosos o influencers a través de las redes sociales.

