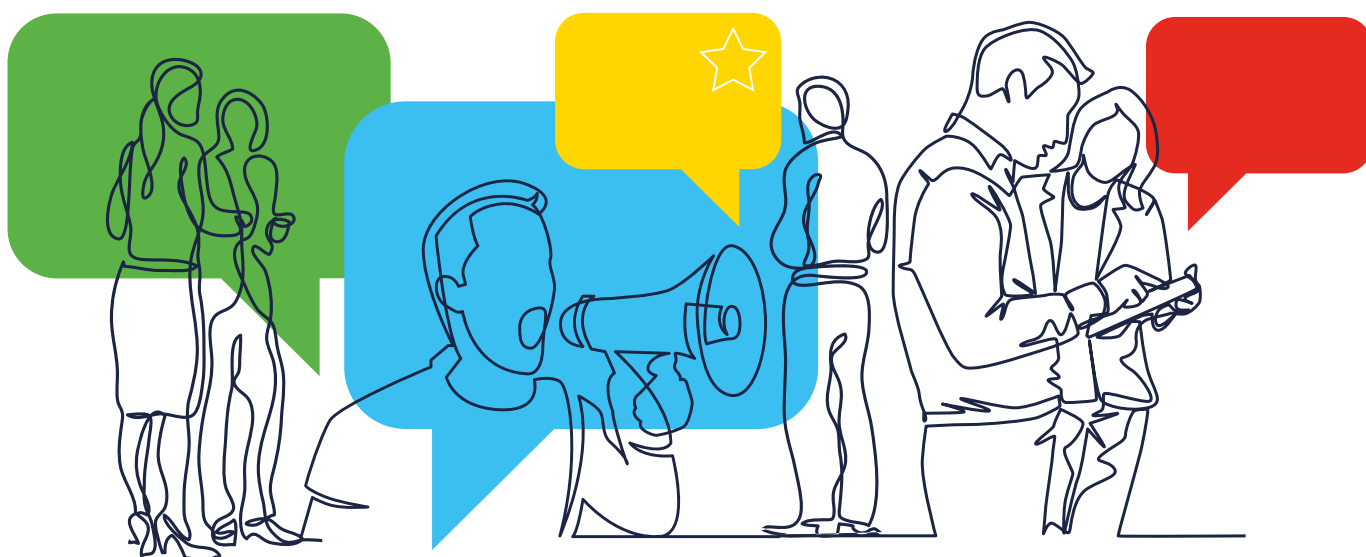


EXEMPLO DE UMA INICIATIVA BEM SUCEDIDA



INICIATIVA DE CIDADANIA EUROPEIA

FIM DA REMOÇÃO E DO COMÉRCIO DE BARBATANAS DE TUBARÃO



APRENDER – DEBATER - ENTRAR EM CONTACTO –
ACONSELHAMENTO

| Índice

A iniciativa: «Stop Finning – Stop the Trade» («Fim da remoção e do comércio de barbatanas de tubarão»)	3
A campanha	4
O impacto da campanha	9



1

A iniciativa: «Stop Finning – Stop the Trade» («Fim da remoção e do comércio de barbatanas de tubarão»)



«Stop Finning – Stop the Trade» («Fim da remoção e do comércio de barbatanas de tubarão») é a oitava iniciativa de cidadania europeia (ICE) bem-sucedida. Solicita à Comissão que ponha termo ao comércio de barbatanas de tubarão soltas na UE, alargando o âmbito de aplicação do Regulamento (UE) n.º 605/2013, que proíbe a remoção das barbatanas de tubarões, e que proíba igualmente a importação, a exportação e o trânsito de barbatanas de tubarão soltas de, para e no interior da União Europeia.

A iniciativa «Fim da remoção e do comércio de barbatanas de tubarão» foi registada em 2 de janeiro de 2020 e o seu período de recolha de assinaturas teve início em 31 de janeiro de 2020. Conseguiu reunir **1 119 996 assinaturas de apoio verificadas** e os **limiares mínimos foram atingidos em 15 Estados-Membros**. O período de recolha foi prorrogado por um ano, até 31 de janeiro de 2022, a fim de compensar o impacto da pandemia de COVID-19 na campanha¹.

Após o termo da fase de recolha de assinaturas, a iniciativa passou pelo processo de verificação (também prolongado devido à pandemia), durante o qual as declarações de apoio foram verificadas e validadas pelas autoridades competentes de cada Estado-Membro. A iniciativa foi depois formalmente apresentada à Comissão Europeia em 11 de janeiro de 2023 ([comunicado de imprensa](#)). Em 5 de julho de 2023, a Comissão publicou uma comunicação em resposta a esta iniciativa.



Fatores de sucesso:

- Desenvolvimento de uma parceria forte com várias organizações;
- Criação de uma rede de apoiantes antes do início da iniciativa;
- Ligação em rede e alargamento constantes das parcerias com outras organizações ao longo da campanha;
- Concentração na utilização das redes sociais para chegar a um público mais vasto e a novos grupos-alvo;
- Criação de equipas de voluntariado em diferentes países da UE para apoiar a organização e a manutenção de campanhas locais.



¹ Em conformidade com o Regulamento (UE) 2020/1042, a Decisão C(2020) 9226 e a Decisão C(2021) 1121.

2

A campanha

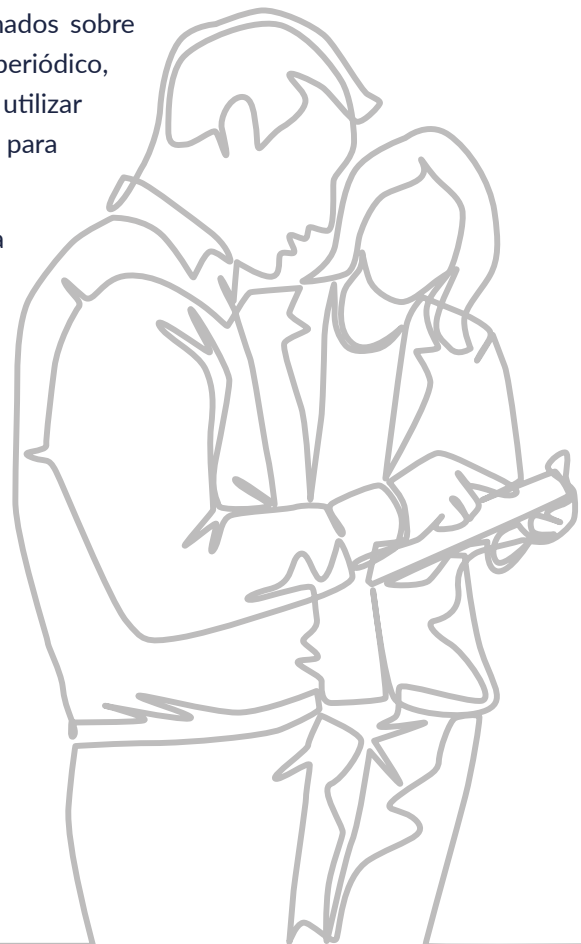
Preparativos

Os organizadores da iniciativa «Fim da remoção e do comércio de barbatanas de tubarão» demonstraram, à semelhança de outros organizadores de ICE, grande entusiasmo pelo tema, estando preparados para começar a trabalhar de imediato. Os preparativos são provavelmente a parte mais importante de uma ICE. Durante esta fase, os organizadores desenvolvem a sua estratégia de campanha e constroem a sua rede. A criação de uma **rede de parceiros e voluntários** foi essencial para o êxito desta ICE. Esta iniciativa contou com o apoio de 105 organizações, 14 associações de desportos aquáticos, 14 empresas e 16 pessoas famosas/influentes. O principal apoiante foi a ONG Sea Shepherd, que prestou apoio financeiro, aconselhamento e consultoria de campanha aos organizadores.

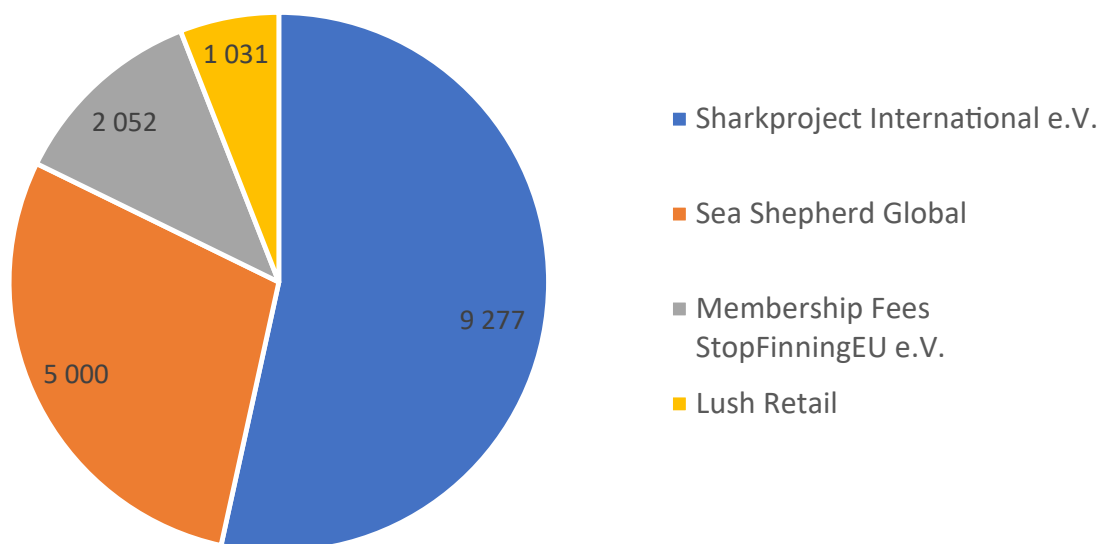
Foi um desafio garantir que estas redes de parceiros apoiavam ativamente a iniciativa. Os organizadores ultrapassaram esta situação iniciando chamadas de conferência via Internet para manter os parceiros informados sobre os progressos da iniciativa, criando um boletim informativo periódico, criando conteúdos que os parceiros pudessem adaptar para utilizar nos seus próprios canais de comunicação e concebendo ideias para eventos locais de promoção da iniciativa.

A criação de uma **presença em linha** foi também crucial para esta iniciativa, uma vez que a recolha de assinaturas teve lugar durante a pandemia de COVID-19, o que impossibilitou a realização de eventos presenciais. Os organizadores criaram um sítio Web multilíngue com informações gerais sobre a iniciativa, as exigências da iniciativa e recursos, tais como fichas informativas e planos da campanha. Os organizadores também asseguraram uma presença nas redes sociais: [Facebook](#) (15 000 seguidores), [Instagram](#) (37 600 seguidores), [X \(antigo Twitter\)](#) (1 998 seguidores) e [Youtube](#) (229 subscritores).

Os organizadores da iniciativa «Fim da remoção e do comércio de barbatanas de tubarão» angariaram um total de 17 360 EUR em apoio e fundos. Só são declaradas as contribuições de valor superior a 500 EUR por doador.



Fontes de financiamento (€)



| Execução da campanha

Os organizadores da iniciativa **identificaram 10 Estados-Membros a eleger como alvo e para alcançar o limiar mínimo**: Chéquia, Alemanha, Grécia, Espanha, França, Itália, Luxemburgo, Hungria, Países Baixos e Áustria. Os organizadores escolheram estes países por duas razões:

1. Estes países participam no comércio de barbatanas de tubarão e são diretamente afetados pelas propostas da ICE; e
2. A maioria das organizações parceiras dos organizadores, voluntários e influenciadores operam nestes países.

Em resultado da pandemia, os organizadores tiveram de rever a sua estratégia inicial de campanha e de se concentrar na sua presença em linha e na recolha de assinaturas em linha. No entanto, a prorrogação do período de recolha de assinaturas, a ajuda da rede de parceiros e voluntários e a forte campanha nas redes sociais permitiram aos organizadores superar este obstáculo. É de assinalar que, através destes parceiros, voluntários e campanhas nas redes sociais, os organizadores conseguiram recolher mais de 500 000 assinaturas nos 20 dias anteriores ao termo oficial do período de recolha de assinaturas. A chave para este êxito foi a sensibilização para a campanha, e foi aqui que os

«Tudo isto (campanhas nas redes sociais e sensibilização) levou a um maior conhecimento da nossa iniciativa! É preciso ser paciente e confiante... e isso nem sempre é fácil.»

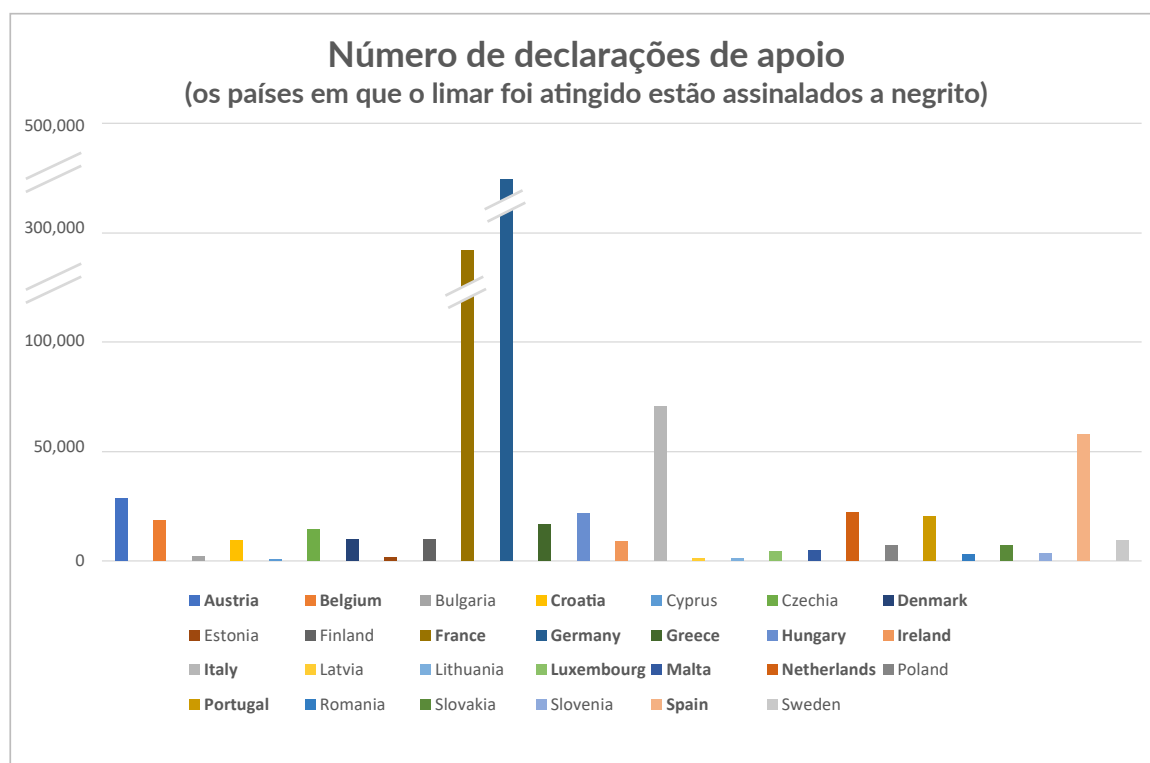
— Organizador da ICE

influenciadores desempenharam um papel vital na campanha da iniciativa. Cada marco alcançado pelos organizadores e voluntários, tais como o limiar exigido num determinado Estado-Membro, constituiu uma oportunidade para dar um novo ímpeto à iniciativa. Os organizadores também utilizaram a consecução de marcos importantes no domínio da conservação do meio marinho para promover a iniciativa e sensibilizar para este tema. Apesar da pandemia, os organizadores conseguiram realizar com êxito alguns eventos pan-europeus em grandes cidades, como Roma, Atenas e Berlim.



Recolha de assinaturas

Os organizadores da iniciativa utilizaram o **sistema central de recolha em linha**. Devido à pandemia, a recolha de assinaturas tornou-se mais difícil e o ritmo da recolha abrandou durante a campanha. Os organizadores tiraram partido da sua rede de parceiros e voluntários para manter a dinâmica e continuar a promover a iniciativa. Graças aos influenciadores, a iniciativa conquistou uma grande presença nas redes sociais. Esta situação teve um enorme impacto na campanha e resultou na recolha de mais de 1,1 milhões de assinaturas. Para mais informações, consulte a respetiva publicação no Fórum da ICE.



| Verificação e apresentação

Após a prorrogação do período de recolha, a iniciativa acabou por recolher 1 202 121 assinaturas em 27 Estados-Membros da UE, das quais 93 % foram consideradas válidas pelas autoridades nacionais competentes. Em 11 de janeiro de 2023, os organizadores realizaram um evento na Place du Luxembourg, em Bruxelas, para celebrar a apresentação à Comissão dos **1 119 996 milhões de declarações de apoio verificadas**. Mais de 50 pessoas de mais de 10 países da UE reuniram-se em frente ao Parlamento Europeu para celebrar este momento (ver [publicação nas redes sociais](#)). A apresentação das assinaturas assinalou o início do período de exame de seis meses.



3

O impacto da campanha

Exame e resposta da Comissão

Após a apresentação formal da iniciativa, os organizadores reuniram-se com **Virginijus Sinkevičius, comissário europeu responsável pelo Ambiente, Oceanos e Pescas** em 6 de fevereiro de 2023 ([comunicado de imprensa](#)). Em 27 de março de 2023, o Parlamento Europeu realizou uma audiência pública sobre a iniciativa «Fim da remoção e do comércio de barbatanas de tubarão» ([gravação da audiência pública](#)), durante a qual os organizadores apresentaram os objetivos da iniciativa e trocaram impressões com os deputados ao Parlamento Europeu ([destaques da audiência no PE](#)). Em 11 de maio de 2023, a iniciativa foi debatida numa sessão plenária do Parlamento Europeu ([gravação do debate](#)).



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

Em 5 de julho de 2023, a Comissão adotou uma **comunicação em que expõe a sua resposta** à ICE «Fim da remoção e do comércio de barbatanas de tubarão». A Comissão congratula-se com a iniciativa e tomará as seguintes medidas (ver comunicado de imprensa):

1. Analisar a oportunidade de lançar uma medida legislativa para pôr termo ao comércio de barbatanas de tubarão soltas; iniciar uma avaliação de impacto sobre as consequências ambientais, sociais e económicas da aplicação da política de «barbatanas naturalmente unidas ao corpo»;
2. Melhorar as estatísticas sobre o comércio de produtos do tubarão até ao final de 2024;
3. Intensificar o controlo do cumprimento das medidas de rastreabilidade da UE mediante o reforço do controlo do cumprimento da legislação da UE aplicável a toda a cadeia de valor;
4. Intensificar a ação da UE a nível internacional, defendendo uma proibição mundial da remoção das barbatanas de tubarão e outras ações.

Em 13 de julho de 2023, os organizadores reuniram-se com o comissário Virginijus Sinkevičius para debater a resposta da Comissão à ICE. Em 18 de outubro de 2023, os organizadores da iniciativa publicaram uma comunicação sobre a resposta da Comissão, salientando todos os argumentos que têm de ser tidos em conta para uma avaliação de impacto justa e equilibrada (ver comunicado de imprensa).



Dicas e sugestões para futuros organizadores

- Criar uma rede ampla e forte de organizações parceiras e de voluntários antes do início da campanha;
- Manter a comunicação com a respetiva rede de organizações parceiras e voluntários;
- Criar materiais para a rede de organizações parceiras e de voluntários para divulgar a iniciativa;
- Contactar pessoas famosas e/ou influenciadores através das redes sociais.

