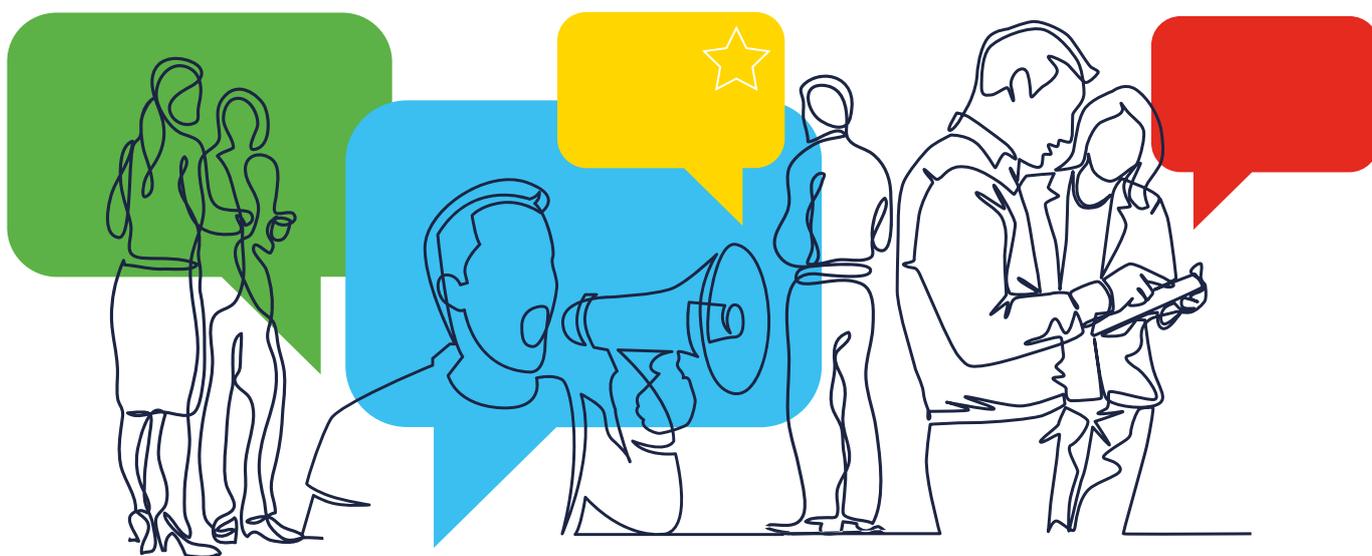


EXEMPLO DE UMA INICIATIVA BEM SUCEDIDA



INICIATIVA DE CIDADANIA EUROPEIA

A INICIATIVA: «UMA EUROPA SEM PELES»



APRENDER – DEBATER - ENTRAR EM CONTACTO –
ACONSELHAMENTO

| Índice

A iniciativa: «Uma Europa sem peles»	3
A campanha	4
O impacto da campanha	8



1

A iniciativa: «Uma Europa sem peles»

«Uma Europa sem peles» é a décima iniciativa de cidadania bem-sucedida. A iniciativa apela à proibição da criação de animais para produção de peles com pelo na UE e da venda de produtos que as contenham no mercado único.

A iniciativa «Uma Europa sem peles» foi registada em 16 de março de 2022 e o seu período de recolha de assinaturas teve início em 18 de maio de 2022. Conseguiu reunir **1 502 319 declarações de apoio verificadas, atingindo os limiares mínimos em 18 Estados-Membros.**

Os organizadores encerraram a fase de recolha de assinaturas em 1 de março de 2023, dois meses e meio antes do prazo de 18 de maio de 2023. As assinaturas foram enviadas para validação pouco depois. Após a validação das declarações de apoio pelas autoridades competentes de cada Estado-Membro, a iniciativa foi apresentada oficialmente à Comissão Europeia em 14 de junho de 2023 ([comunicado de imprensa](#)). Em 7 de dezembro de 2023, a Comissão publicou uma comunicação em resposta a esta iniciativa.



Fatores de sucesso:

- Preparação – «a organização de uma iniciativa de cidadania europeia não é uma corrida de velocidade, mas uma prova de resistência»;
- Desenvolvimento de uma rede forte com várias organizações parceiras e alargamento desta rede a outras organizações ao longo da campanha;
- Elaboração de um orçamento e de uma estratégia para obter apoio e financiamento.



2

A campanha

Preparação

Os organizadores da iniciativa «Uma Europa sem peles» tinham bastante experiência na organização de uma iniciativa de cidadania europeia, tendo alguns participado com êxito nas iniciativas «Fim da era da gaiola» e «Cosméticos sem crueldade», que recolheram cerca de 1,4 e 1,2 milhões de assinaturas, respetivamente. A experiência adquirida beneficiou os organizadores, cientes de que a preparação é crucial para a organização e lançamento bem-sucedidos de uma iniciativa de cidadania europeia.

Antes da execução da campanha, para os organizadores era importante **investir tempo no estabelecimento de uma rede de parceiros**, a fim de assegurar uma base de apoio sólida antes de iniciar a recolha de assinaturas. O Eurogrupo para o bem-estar dos Animais, a principal ONG que apoia esta iniciativa, é uma organização de cúpula que reúne mais de 90 organizações. Um terço destas organizações está ativamente empenhado há vários anos na promoção da proibição das peles e foi convidado a participar na campanha. Os organizadores colaboraram também com outros promotores não incluídos na sua rede direta, fazendo um levantamento das organizações dos



Copyright: Fur Free Europe Instagram

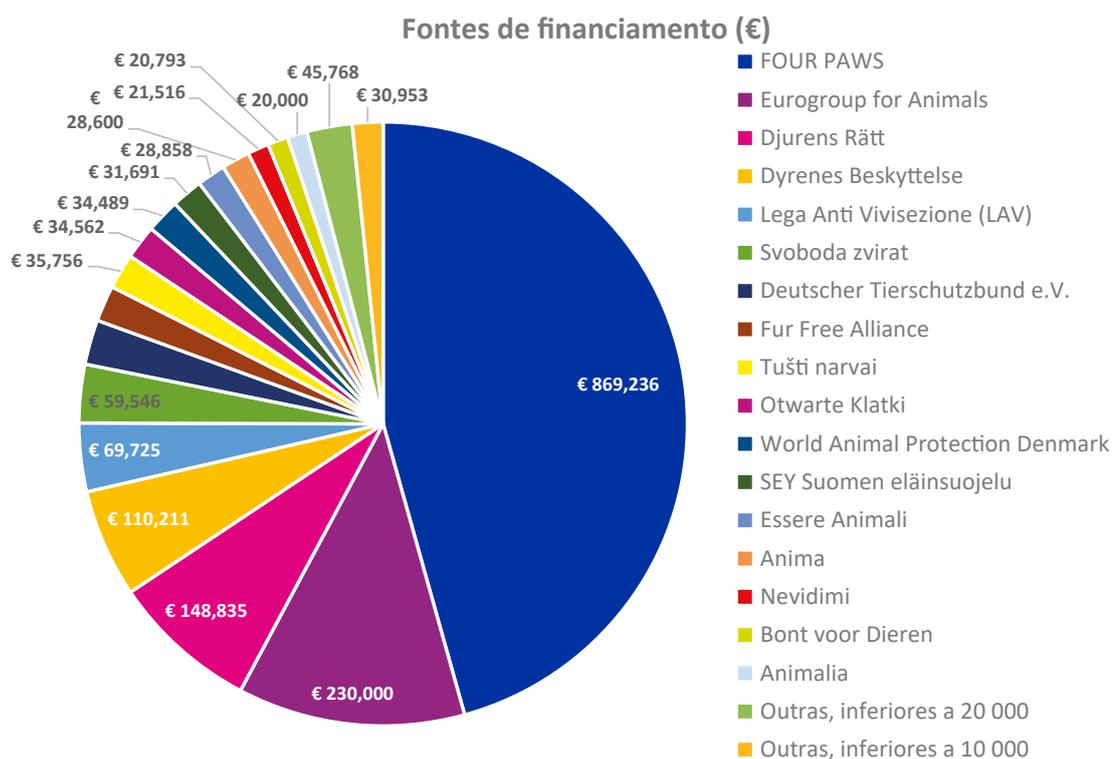


Estados-Membros. A iniciativa contou com o apoio de 82 organizações.

A fim de apoiar os seus voluntários e parceiros e assegurar que estas redes de parceiros apoiassem ativamente a iniciativa, os organizadores criaram um «banco de recursos para a campanha». Este «banco» incluía todo o material de comunicação pertinente, necessário para os parceiros promoverem e apoiarem a campanha. Além disso, os organizadores reuniram-se periodicamente com os parceiros, a fim de os informar sobre os progressos da iniciativa, manter a coordenação e debater eventuais desafios surgidos no decurso da campanha.

A principal estratégia da campanha dos organizadores consistiu em **criar uma presença em linha**, uma vez que «é em linha que é possível chegar facilmente à maioria dos cidadãos e dialogar com diferentes grupos-alvo». Os organizadores criaram um sítio Web multilingue com informações gerais sobre a iniciativa, os pedidos formulados pela mesma, a página de recolha de assinaturas e um boletim informativo. Além disso, os organizadores asseguraram uma presença nas redes sociais: Instagram (5 405 seguidores e 270 publicações). Os organizadores também promoveram a iniciativa nos seus próprios canais nas redes sociais: X (antigo Twitter) (15 900 seguidores), Youtube (619 subscritores), Instagram (3 874 seguidores) e Facebook (20 000 seguidores).

Os organizadores da iniciativa «Uma Europa sem peles» obtiveram apoio e fundos no valor total de 1 904 595,00 EUR. Só são declaradas as contribuições de valor superior a 500 EUR por patrocinador.



| Execução da campanha

Os organizadores planearam cuidadosamente a fase de recolha de assinaturas, fixando objetivos para cada Estado-Membro tendo em conta vários fatores, nomeadamente a existência nesse país de um setor das peles com pelo ainda ativo, o número de assinaturas anteriormente recolhidas em campanhas semelhantes no mesmo país e o número de organizações de apoio que nele operam. Os organizadores decidiram concentrar-se num número máximo de Estados-Membros, a fim de demonstrar que o apoio à iniciativa provém de toda a União Europeia.

«Não é fácil alcançar mais de um milhão de assinaturas, pelo que não devemos limitar-nos ao mínimo exigido de sete Estados-Membros» – Organizador da iniciativa de cidadania europeia «Uma Europa sem peles»

| Recolha de assinaturas

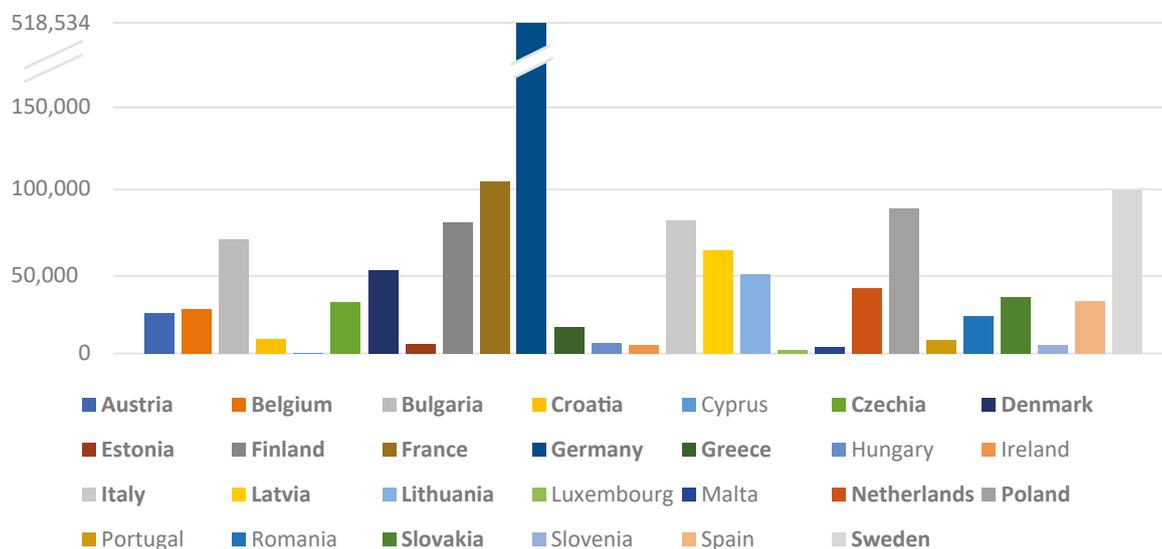
Os organizadores da iniciativa utilizaram um sistema independente de recolha em linha¹. A estratégia de campanha centrou-se principalmente nas redes sociais, apoiando-se na sua rede para promover a campanha «Uma Europa sem peles» junto dos vários públicos das diferentes organizações parceiras. Os organizadores ultrapassaram o desafio de manter o dinamismo inicial durante a campanha de um ano analisando ativamente a sua estratégia de campanha e comunicando com os parceiros sobre o que tinha funcionado bem e o que não tinha funcionado.

«É constantemente necessário analisar, testar, rever o plano, ver o que funciona e onde, mantendo sempre o ânimo!» – Organizador da iniciativa de cidadania europeia «Uma Europa sem peles»



¹ A partir de 1 de janeiro de 2023, o sistema central de recolha em linha é o único sistema que os organizadores podem utilizar para recolher assinaturas em linha

Número de declarações de apoio
(em negrito: países em que o limiar foi atingido)



Verificação e apresentação

Os organizadores de «Uma Europa sem peles» decidiram encerrar a fase de recolha de assinaturas em 1 de março de 2023, dois meses e meio antes do prazo. No total, a iniciativa recolheu 1 701 892 assinaturas em 27 Estados-Membros da UE, das quais 88 % foram consideradas válidas pelas autoridades nacionais. Os limiares exigidos foram alcançados num número recorde de 18 Estados-Membros. Em 14 de junho de 2023, os organizadores apresentaram à Comissão Europeia as **1 502 319 declarações de apoio validadas**. 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 a vice-presidente da Comissão responsável pelos Valores e Transparência, Věra Jourová, e com a comissária responsável pela Saúde e Segurança dos Alimentos, Stella Kyriakides, em 20 de julho de 2023 (comunicado de imprensa).



Direitos de autor: União Europeia, 2023

Em 10 de outubro de 2023, o Parlamento Europeu realizou uma audiência pública sobre a iniciativa «Uma Europa sem peles», na qual os organizadores apresentaram os objetivos da iniciativa e dialogaram com os deputados ao Parlamento Europeu (gravação da audiência pública).



Direitos de autor: União Europeia, 2023

Em 19 de outubro de 2023, a iniciativa «Uma Europa sem peles» foi debatida numa sessão plenária no Parlamento Europeu (ver gravação, [parte 1](#) e [parte 2](#)).

Em 7 de dezembro de 2023, a Comissão Europeia adotou uma [comunicação em que expõe a sua resposta à iniciativa de cidadania europeia «Uma Europa sem peles»](#). A Comissão Europeia congratula-se com a iniciativa e tomará as seguintes medidas (ver [comunicado de imprensa](#)):

A Comissão solicitou à Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos (EFSA) que, **até março de 2025**, emitisse um parecer científico sobre o bem-estar dos animais de peles com pelo. O parecer da EFSA deve centrar-se nos animais mantidos exclusivamente para a produção de peles, nomeadamente nos visões, nas raposas, nos cães-guaxinins e nas chinchilas, e analisar o bem-estar destes animais, os sistemas de criação frequentemente utilizados e a forma como os problemas de bem-estar podem ser evitados ou atenuados nas atuais condições de criação.

A Comissão avaliará então as proibições solicitadas pela iniciativa «Uma Europa sem peles», incluindo os impactos económicos e sociais dessas proibições na UE.

Até março de 2026, tendo em conta o parecer da EFSA e os resultados da avaliação, a Comissão comunicará se considera adequado propor a proibição da criação de animais para produção de peles com pelo e da comercialização de peles com pelo na UE, após um período de transição.

Entretanto, a Comissão prosseguirá igualmente os seus trabalhos preparatórios sobre outras propostas relativas ao bem-estar dos animais, tal como anunciado na Estratégia do Prado ao Prado. A Comissão está também a tomar várias medidas em relação ao bem-estar, à saúde pública e aos impactos ambientais da criação de animais para produção de peles com pelo. Estas incluem visitas no local a explorações de produção de peles com pelo nos Estados-Membros para examinar os mecanismos aplicados no contexto de «Uma Só Saúde», bem como uma avaliação de impacto com vista a uma eventual revisão do Regulamento Etiquetagem dos Têxteis. A Comissão seguirá uma abordagem «Uma Só Saúde» – reconhecendo que a saúde humana, a saúde animal e o ambiente estão indissociavelmente ligados – para prevenir, detetar e responder a surtos de doenças nas explorações de produção de peles com pelo.

Em 9 de fevereiro de 2024, os organizadores reuniram-se com a comissária Stella Kyriakides para debater a resposta à sua iniciativa.



Direitos de autor: União Europeia, 2024.



Dicas e sugestões para futuros organizadores

- Prepare-se bem antes de lançar uma iniciativa!
- Assegure-se de que colabora com organizações da sociedade civil que já tenham granjeado a atenção e o apoio dos cidadãos.
- Estabeleça novas relações para alcançar maior projecção.
- Capacite os que aderirem à sua iniciativa para promoverem ativamente a sua campanha nos seus próprios canais, facultando-lhes informações, ferramentas de comunicação e as principais datas da campanha.

