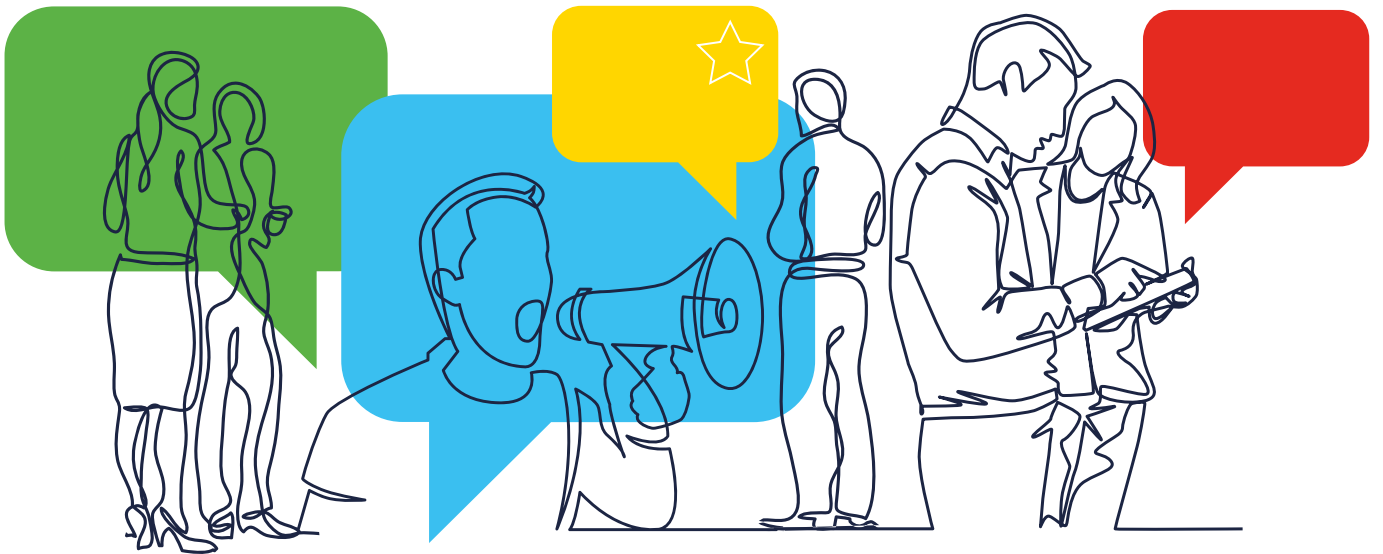




## INIȚIATIVA CETĂȚENEASCĂ EUROPEANĂ

INIȚIATIVA: FUR FREE EUROPE („O EUROPĂ FĂRĂ PRODUSE DIN BLANĂ”)



**RESURSE** – DIISCUȚII – MESAGERIE – CONSULTANȚĂ

## | Cuprins

Inițiativa: Fur Free Europe („O Europă fără produse din blană”)	3
Campania	4
Impactul campaniei	8



# 1

## Inițiativa: Fur Free Europe („O Europă fără produse din blană”)

Inițiativa Fur Free Europe („O Europă fără produse din blană”) este cea de-a 10-a inițiativă cetățenească reușită. Aceasta solicită interzicerea creșterii animalelor pentru blană și a vânzării de produse care conțin blană pe piața unică a UE.

Inițiativa „O Europă fără produse din blană” a fost înregistrată pe 16 martie 2022, iar perioada de colectare a semnăturilor a început pe 18 mai 2022. Organizatorii au reușit să strângă **1 502 319 declarații de susținere validate**, iar pragurile minime au fost atinse în **18 state membre**.

Etapele de colectare a semnăturilor a fost încheiată de organizatori pe 1 martie 2023, cu două luni și jumătate înainte de termenul-limită de 18 mai 2023. Semnăturile au fost trimise spre validare la scurt timp după aceea. În urma validării declarațiilor de susținere de către autoritățile responsabile din fiecare stat membru, inițiativa a fost prezentată oficial Comisiei Europene pe 14 iunie 2023 (consultați [anunțul de presă](#)). Pe 7 decembrie 2023, Comisia și-a publicat comunicarea prin care a dat răspunsul la această inițiativă.



### Factorii care au contribuit la reușită:

- Pregătirea – „organizarea unei ICE este un maraton, nu un sprint”;
- Dezvoltarea unei rețele puternice, cu organizații partenere diverse, și adăugarea altor organizații pe tot parcursul campaniei;
- Stabilirea unui buget și a unei strategii pentru colectarea de sprijin și finanțare



## 2 Campania

### Pregătirea

Organizatorii inițiativei „O Europă fără produse din blană” aveau deja o experiență considerabilă în organizarea unei ICE, deoarece unii dintre ei participaseră cu succes la inițiativele „Să punem capăt erei cuștii” și „Cosmetice fără cruzime”, pentru care s-au obținut aproximativ 1,4 și respectiv 1,2 milioane de semnături. Experiența lor a fost valoroasă, deoarece știau că pregătirea este esențială pentru organizarea și lansarea unei ICE care să aibă șanse de reușită.

Până la lansarea campaniei, organizatorii au dedicat timp pentru construirea unei rețele de parteneri, astfel încât să aibă o bază solidă de sprijin înainte de a începe să colecteze semnături. Eurogrupul pentru animale, principalul ONG care a susținut această inițiativă, este un ONG-umbrelă cu peste 90 de organizații membre. O treime dintre ele militează activ de mulți ani pentru interzicerea produselor din blană. De aceea, au fost invitate să participe la campanie. De asemenea, organizatorii au cartografiat organizații din afara rețelei lor directe (ex. organizații din statele membre) și le-au invitat să se alăture campaniei. Inițiativa a beneficiat de sprijinul a 82 de organizații.



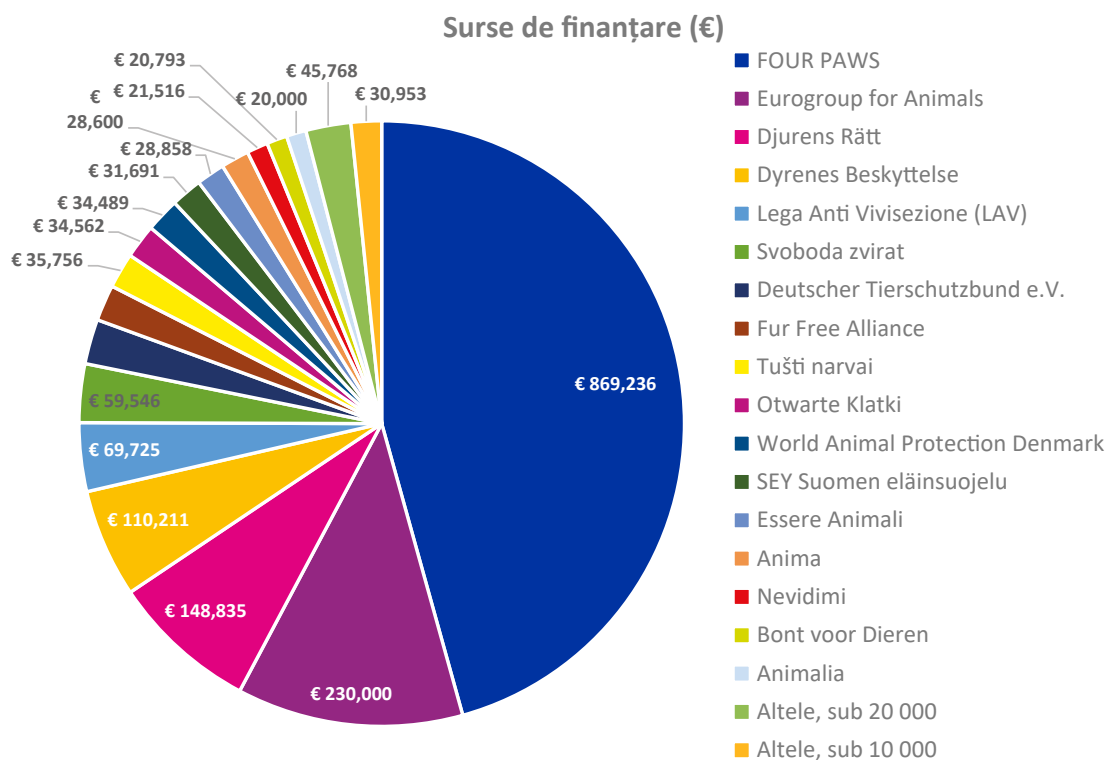
Copyright: Fur Free Europe Instagram



Pentru a-și ajuta voluntarii și partenerii și pentru a se asigura că partenerii sprijină activ inițiativa, organizatorii au creat un set de materiale de campanie. Acesta a inclus toate materialele de comunicare cu care partenerii au putut să promoveze și să sprijine campania. În plus, organizatorii au organizat reuniuni periodice cu partenerii pentru a-i ține la curent cu evoluția inițiativei, pentru a-și coordona eforturile și pentru a discuta provocările care au apărut în timpul campaniei.

Principala strategie de campanie a organizatorilor a fost de a **construi o prezență online**, fiind conștienți că acest mediu le permite să ajungă mai ușor la majoritatea cetățenilor din diferite grupuri-țintă. Astfel, au creat un site multilingv care conține prezentarea inițiativei și a obiectivelor sale, pagina de colectare a semnăturilor și un buletin informativ. De asemenea, au promovat inițiativa pe rețelele sociale. De exemplu, au creat un cont dedicat pe Instagram (5 405 de urmăritori și 270 de postări). Organizatorii și organizațiile partenere și-au utilizat și propriile canale de comunicare socială pentru a promova inițiativa: X (fostul Twitter) (15 900 de urmăritori), Youtube (619 abonați), Instagram (3 874 de urmăritori), și Facebook (20 000 de urmăritori).

În total, organizatorii inițiativei „O Europă fără produse din blană” au colectat sprijin și fonduri în valoare de 1 904 595 EUR. Sunt raportate doar contribuțiile de peste 500 EUR per sponsor.



## | Derularea campaniei

Organizatorii au planificat cu atenție faza de colectare a semnăturilor. Astfel, au stabilit obiective pentru fiecare stat membru, pe baza mai multor factori (ex. dacă industria blănurilor este încă activă în țara respectivă, câte semnături s-au colectat anterior acolo pentru campanii similare, câte organizații de sprijin active există în țară etc.). Organizatorii au decis să se concentreze pe cât mai multe state membre, pentru a demonstra că inițiativa este sprijinită în toată Uniunea Europeană.

„Nu e ușor să obții peste 1 milion de semnături, deci nu vă limitați la numărul minim de șapte state membre asupra cărora să vă concentrați” – organizator al ICE „O Europă fără consumator”

## | Colectarea semnăturilor

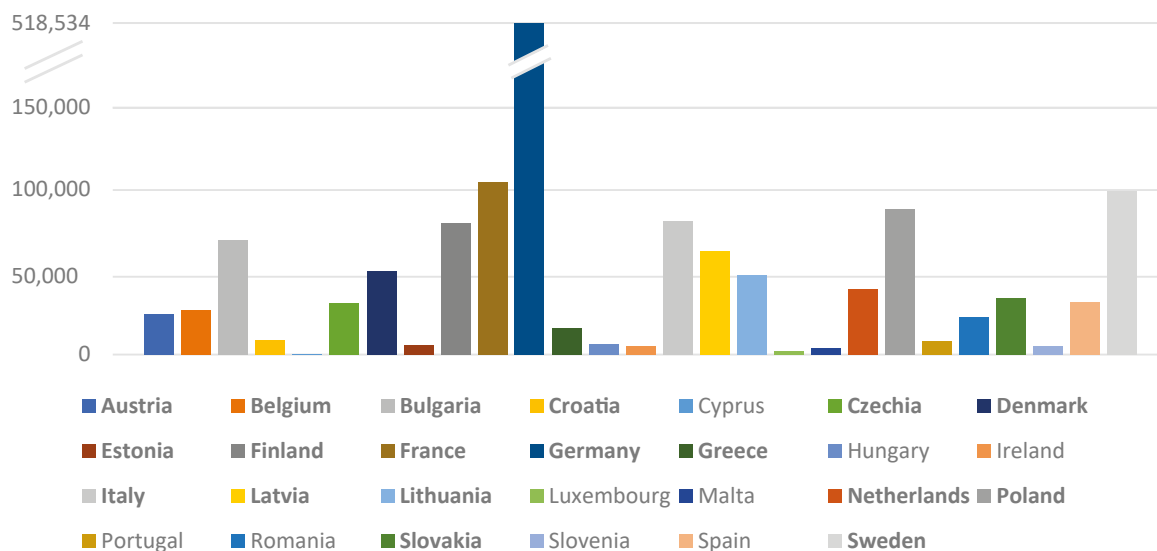
Organizatorii inițiativei au utilizat un sistem separat de colectare a semnăturilor<sup>1</sup>. Strategia lor de campanie s-a axat în principal pe rețelele sociale, bazându-se pe rețeaua de organizații partenere pentru a promova campania „O Europă fără produse din blană” în rândul propriilor publicuri-țintă. Au existat momente în care campania de un an și-a pierdut din dinamism. Ca să le depășească, organizatorii și-au analizat constant strategia de campanie și au discutat cu partenerii despre ce funcționează și ce nu.

„Întotdeauna trebuie să analizați, să testați, să refaceți planul, să vedeți ce și unde funcționează cum trebuie și să vă păstrați entuziasmul!” – organizator al ICE „O Europă fără produse din blană”



<sup>1</sup> Începând cu 1 ianuarie 2023, sistemul central de colectare online este singurul sistem pe care organizatorii îl pot utiliza pentru a colecta semnături online.

## Numărul de declarații de susținere (cu caractere aldine: țări în care s-a atins pragul)



## | Verificarea și prezentarea

Organizatorii inițiativei „O Europă fără produse din blană” au decis să încheie perioada de colectare a semnăturilor la 1 martie 2023, cu două luni și jumătate înainte de termenul-limită. În total, inițiativa a colectat 1 701 892 de semnături din 27 de state membre ale UE. Autoritățile naționale au validat 88 % dintre acestea. Pragurile necesare au fost atinse într-un număr record de 18 state membre. Pe 14 iunie 2023, organizatorii au prezentat Comisiei Europene cele **1 502 319 declarații de susținere validate**. Depunerea semnăturilor a deschis perioada de examinare de 6 luni.



# 3

## Impactul campaniei

### Examinarea inițiativei și răspunsul Comisiei

După depunerea oficială a inițiativei, organizatorii s-au întâlnit, pe 20 iulie 2023, cu vicepreședinta Comisiei Europene pentru valori și transparență, Věra Jourová, și cu doamna comisar pentru sănătate și siguranță alimentară, Stella Kyriakides (consultați [comunicatul de presă](#)).



Drepturi de autor: Uniunea Europeană, 2023

Pe 10 octombrie 2023, Parlamentul European a organizat o audiere publică cu privire la inițiativa „O Europă fără produse din blană”, în cadrul căreia organizatorii au prezentat obiectivele inițiativei și au discutat cu deputații europeni (urmăriți [înregistrarea audierii publice](#)).





Drepturi de autor: Uniunea Europeană, 2023

Pe 19 octombrie 2023, inițiativa „O Europă fără produse din blană” a fost dezbătută într-o sesiune plenară a Parlamentului European (urmăriți [partea 1](#) și [partea 2](#)).

Pe 7 decembrie 2023, Comisia Europeană a adoptat [comunicarea în care își prezintă măsurile pe care le va lua ca răspuns la ICE „O Europă fără produse din blană”](#). Comisia salută inițiativa și va lua următoarele măsuri (consultați [comunicatul de presă](#)):

Comisia a solicitat Autorității Europene pentru Siguranța Alimentară (EFSA) să furnizeze, **până în martie 2025**, un aviz științific privind bunăstarea animalelor crescute pentru blană. Avizul EFSA ar trebui să se concentreze asupra animalelor crescute exclusiv pentru producția de blană (nurci, vulpi, câini enot și șinșila) și să analizeze bunăstarea acestor animale, sistemele comune de creștere și cum pot fi prevenite sau atenuate probleme de bunăstare în condițiile actuale de creștere a animalelor.

Ulterior, Comisia va evalua interdicțiile solicitate în inițiativa „O Europă fără produse din blană”, inclusiv impactul economic și social al acestor interdicții în UE.

Până în martie 2026, ținând seama de avizul EFSA și de rezultatele evaluării, Comisia va comunica dacă găsește oportun să propună interzicerea creșterii animalelor pentru blană și a comercializării blănurilor în UE după o perioadă de tranziție.

Între timp, Comisia își va continua lucrările pregătitoare cu privire la alte propuneri privind bunăstarea animalelor, așa cum a anunțat în Strategia „De la fermă la consumator”. De asemenea, ea ia mai multe măsuri în ceea ce privește impactul creșterii animalelor de blană asupra bunăstării animalelor, sănătății publice și mediului. Astfel, efectuează vizite la fermele de animale de blană din statele membre, explorează mecanismele relative la abordarea „O singură sănătate” existente și realizează o evaluare a impactului în vederea unei posibile revizuri a Regulamentului privind etichetarea produselor textile. Comisia va urma o abordare de tip „O singură sănătate” – recunoscând că sănătatea oamenilor, a animalelor și a mediului sunt legate în mod indisolubil – pentru a preveni, a detecta și a combate focarele de boală din fermele de animale de blană.

Pe 9 februarie 2024, organizatorii s-au întâlnit cu doamna comisar Kyriakides pentru a discuta despre răspunsul Comisiei la inițiativa lor.



Drepturi de autor: Uniunea Europeană, 2024



## Sfaturi și sugestii pentru viitori organizatori

- Informați-vă bine înainte de a demara o inițiativă!
- Creați parteneriate cu organizații ale societății civile care beneficiază deja de atenția și sprijinul cetățenilor
- Extindeți-vă rețeaua de contacte, pentru a ajunge la un public cât mai larg
- Dați-le partenerilor și voluntarilor mijloacele de a vă promova campania pe propriile lor canale: informații, instrumente de comunicare și jaloane ale campaniei.

