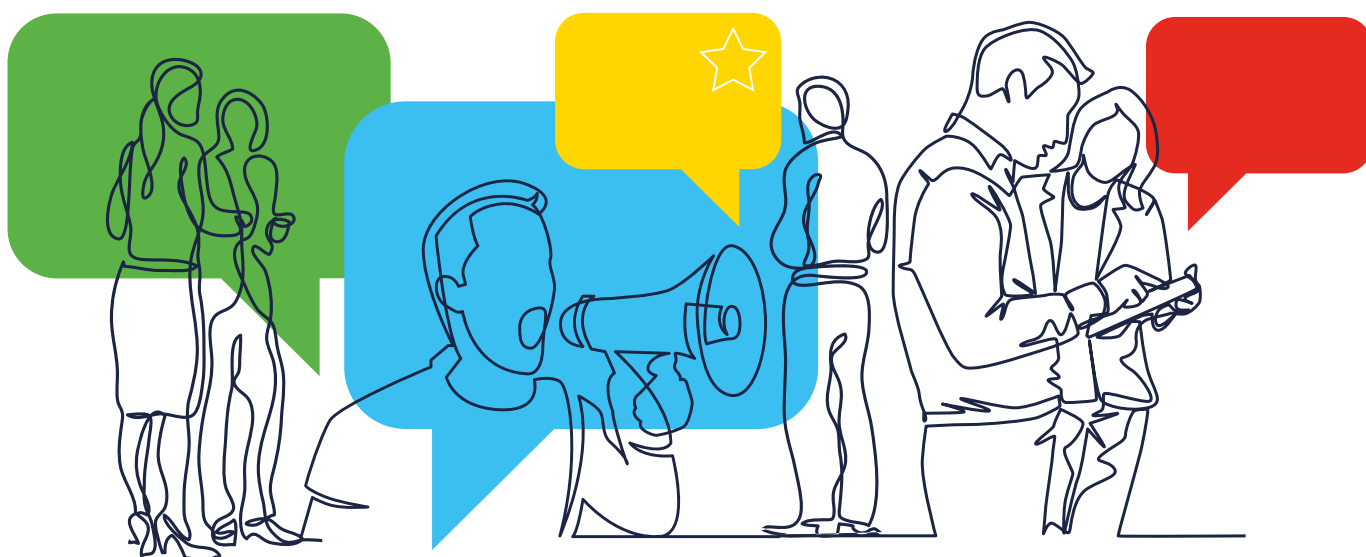




INIZIATIVA DEI CITTADINI EUROPEI

L'INIZIATIVA: FUR FREE EUROPE
(BASTA PELLICCE IN EUROPA)



IMPARA – DISCUTI – COLLEGATI - CHIEDI UNA CONSULENZA

| Indice

L'iniziativa: Fur Free Europe (Basta pellicce in Europa)	3
La campagna	4
L'impatto della campagna	8



1

L'iniziativa: Fur Free Europe (Basta pellicce in Europa)

"Fur Free Europe" è la decima iniziativa dei cittadini europei (ICE) andata a buon fine. Chiede che l'UE vieti l'allevamento di animali da pelliccia e la vendita di prodotti contenenti pellicce nel mercato unico.

L'iniziativa è stata registrata il 16 marzo 2022 e il suo periodo di raccolta delle firme è iniziato il 18 maggio 2022. È riuscita a raccogliere **1 502 319 dichiarazioni di sostegno verificate**, raggiungendo la **soglia minima richiesta in 18 Stati membri**.

La fase di raccolta delle firme è stata chiusa dagli organizzatori il 1° marzo 2023, due mesi e mezzo prima della scadenza del 18 maggio 2023. Le firme sono state inviate per la convalida subito dopo. A seguito della convalida delle dichiarazioni di sostegno da parte delle autorità competenti di ciascuno Stato membro, l'iniziativa è stata formalmente presentata alla Commissione europea il 14 giugno 2023 ([comunicato stampa](#)). La Commissione ha pubblicato la comunicazione in risposta a tale iniziativa il 7 dicembre 2023.



Fattori determinanti per il successo dell'iniziativa

- Preparazione - «l'organizzazione di un'ICE non è uno sprint, ma una maratona»;
- Sviluppare una solida rete con varie organizzazioni partner e ampliarla con altre organizzazioni nel corso della campagna;
- Definire un bilancio e una strategia per la raccolta del sostegno e dei finanziamenti.



2

La campagna

Preparazione

Gli organizzatori dell'iniziativa «Fur Free Europe» avevano una notevole esperienza nell'organizzazione di un'ICE, in quanto alcuni di loro hanno partecipato con successo alle iniziative «End the Cage Age» e «Save Cruelty Free Cosmetics», che hanno raccolto rispettivamente circa 1,4 e 1,2 milioni di firme. Questa esperienza precedente li ha avvantaggiati in quanto sapevano che la preparazione è la chiave per organizzare e lanciare con successo un'ICE.

Prima di attuare la campagna, per gli organizzatori era importante **investire tempo nella costruzione di una rete di partner** per garantire una solida base di sostegno prima di avviare la raccolta delle firme. Eurogroup for Animals, la principale ONG a sostegno di questa iniziativa, è una ONG ombrello con oltre 90 organizzazioni membri. Un terzo di queste organizzazioni è attivamente impegnato da diversi anni nel promuovere il divieto delle pellicce ed è stato invitato a partecipare alla campagna. Gli organizzatori hanno inoltre collaborato con altri promotori al di fuori della loro rete diretta attraverso la mappatura delle organizzazioni negli Stati membri. L'iniziativa ha ricevuto il sostegno di 82 organizzazioni.



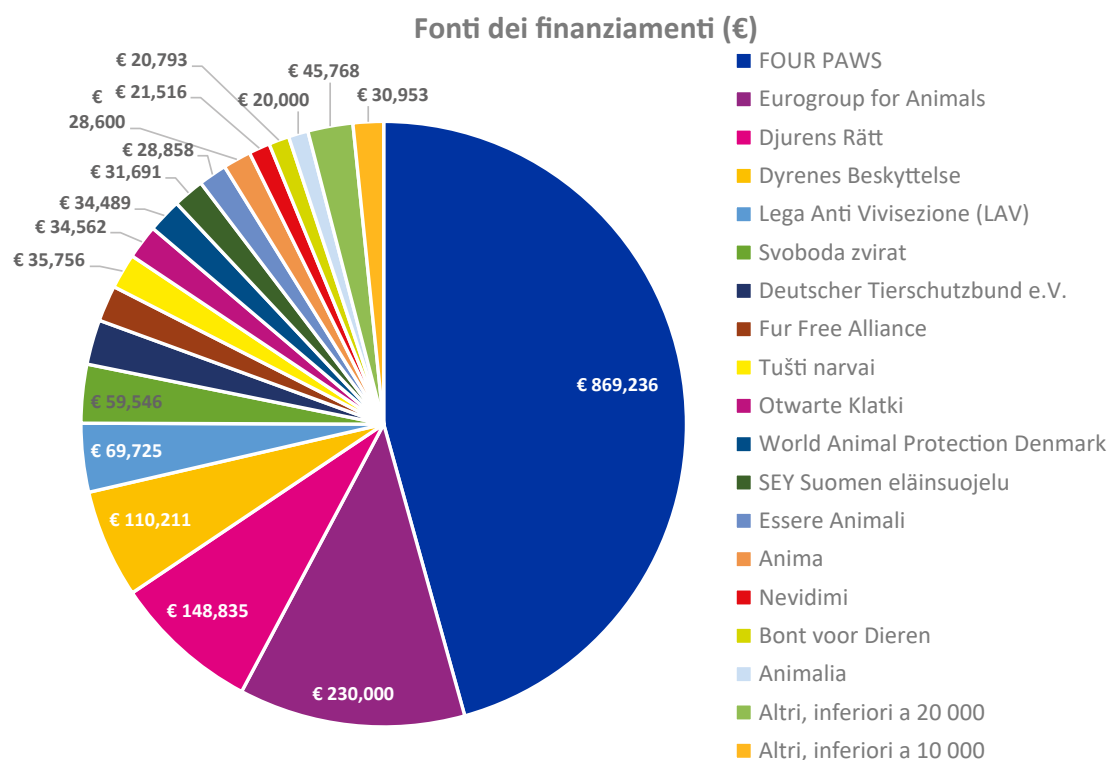
Copyright: Fur Free Europe Instagram



Al fine di sostenere i loro volontari e partner e garantire che queste reti di partner sostenessero attivamente l'iniziativa, gli organizzatori hanno creato una «banca di risorse per la campagna». Questa «banca» comprendeva tutto il materiale di comunicazione pertinente necessario ai partner per promuovere e sostenere la campagna. Gli organizzatori hanno inoltre tenuto riunioni periodiche con i partner per tenerli aggiornati sui progressi dell'iniziativa, mantenere il coordinamento e discutere le eventuali sfide emerse durante la campagna.

La principale strategia della campagna degli organizzatori è stata quella di **creare una presenza online** perché «è lì che è possibile raggiungere facilmente la maggior parte dei cittadini e dialogare con diversi gruppi destinatari». Gli organizzatori hanno creato un sito web multilingue contenente informazioni generali sull'iniziativa, le richieste avanzate dall'iniziativa e varie risorse quali schede informative e sintesi della campagna. Inoltre hanno costruito la loro presenza online sui social media: Instagram (5 405 follower e 270 post). Gli organizzatori hanno utilizzato i propri canali di social media per promuovere l'iniziativa: X (ex Twitter) (15 900 iscritti), Youtube (619 iscritti), Instagram (3 874 iscritti) e Facebook (20 000 iscritti).

Nel complesso, sono stati raccolti 1 904 595 euro di sostegno e fondi. Sono registrati solo i contributi superiori a 500 euro per donatore.



| Attuazione della campagna

Gli organizzatori hanno pianificato attentamente la fase di raccolta delle firme, fissando obiettivi per ciascuno Stato membro sulla base di diversi fattori, tra cui il fatto che l'industria delle pellicce sia ancora attiva in tale paese, il numero di firme precedentemente raccolte nello stesso paese per campagne analoghe e il numero di organizzazioni di sostegno che vi sono attive. Gli organizzatori hanno deciso di concentrarsi su un numero massimo di Stati membri per dimostrare che il sostegno all'iniziativa proviene da tutta l'Unione europea.

“Non è facile raggiungere più di un milione di firme, per cui è meglio non limitarsi al minimo richiesto di sette Stati membri” - organizzatore dell'ICE “Fur Free Europe”

| Raccolta delle firme

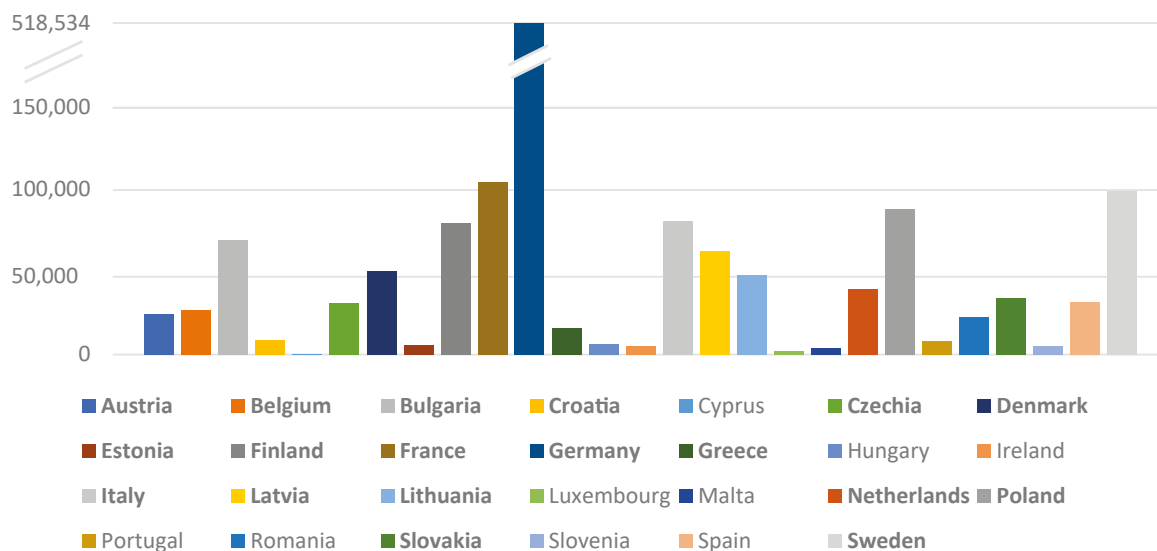
L'iniziativa ha utilizzato un sistema indipendente di raccolta elettronica¹. La strategia si è concentrata principalmente sui social media, basandosi sulla loro rete per promuovere la campagna “Fur Free Europe” presso i vari tipi di pubblico delle diverse organizzazioni partner. Gli organizzatori hanno superato la sfida di mantenere lo slancio iniziale durante la campagna di un anno analizzando attivamente la loro strategia e comunicando con i partner su cosa ha funzionato bene e cosa invece non ha funzionato.

“Bisogna costantemente analizzare, testare, rivedere i progetti, vedere cosa funziona e dove, senza perdersi mai d'animo!” - organizzatore dell'ICE “Fur Free Europe”



¹ A partire dal 1° gennaio 2023, il sistema centrale di raccolta online è l'unico sistema che gli organizzatori possono utilizzare per raccogliere le firme online.

Numero di dichiarazioni di sostegno (in grassetto: paesi in cui è stata raggiunta la soglia)



| Verifica e presentazione

Gli organizzatori di “Fur Free Europe” hanno deciso di chiudere la raccolta di firme il 1° marzo 2023, due mesi e mezzo prima della scadenza. Nel complesso, l’iniziativa ha raccolto 1 701 892 firme in 27 Stati membri dell’UE, l’88% delle quali è stato considerato valido dalle autorità nazionali. Le soglie richieste sono state raggiunte in 18 Stati membri, un risultato senza precedenti. Il 14 giugno 2023 gli organizzatori hanno presentato alla Commissione europea i certificati comprovanti la raccolta di **1 502 319 dichiarazioni di sostegno verificate**. La presentazione delle firme ha dato inizio al periodo di esame di 6 mesi.



3

L'impatto della campagna

Esame e decisione della Commissione

Dopo la presentazione formale dell'iniziativa, il 20 luglio 2023 gli organizzatori hanno incontrato la commissaria Věra Jourová, vicepresidente responsabile del portafoglio "Valori e trasparenza", e la commissaria Stella Kyriakides, responsabile del portafoglio "Salute e sicurezza alimentare" ([comunicato stampa](#)).



Diritti d'autore: Unione europea, 2023

Il 10 ottobre 2023 il Parlamento europeo ha tenuto un'audizione pubblica sull'iniziativa "Fur Free Europe", in cui gli organizzatori hanno presentato gli obiettivi dell'iniziativa e hanno discusso dell'argomento con i deputati al Parlamento europeo ([registrazione dell'audizione pubblica](#)).



Diritti d'autore: Unione europea, 2023

Il 19 ottobre 2023, l'iniziativa "Fur Free Europe" è stata discussa in una sessione plenaria del Parlamento europeo (cfr. registrazione della [parte 1](#) e della [parte 2](#)).

Il 7 dicembre 2023 la Commissione europea ha adottato una [comunicazione](#) che illustra le sue azioni in risposta a questa iniziativa. La Commissione europea accoglie con favore l'iniziativa e adotterà le seguenti misure (leggi il [comunicato stampa](#)):

La Commissione ha chiesto all'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA) di formulare un parere scientifico sul benessere degli animali da pelliccia **entro marzo 2025**. Il parere dell'EFSA dovrebbe concentrarsi sugli animali allevati esclusivamente per la produzione di pellicce, vale a dire visoni, volpi, cani procioni e cincillà, e analizzare il benessere di tali animali, i sistemi di allevamento comuni e le modalità per prevenire o attenuare eventuali problemi di benessere nelle attuali condizioni di allevamento.

La Commissione valuterà quindi i divieti richiesti dall'iniziativa "Fur Free Europe", compresa una valutazione dell'impatto economico e sociale di tali divieti nell'UE.

Entro marzo 2026, tenendo conto del parere dell'EFSA e dei risultati della valutazione, la Commissione comunicherà se ritiene opportuno proporre un divieto dell'allevamento di animali da pelliccia e della commercializzazione di pellicce nell'UE dopo un periodo di transizione.

Nel frattempo, la Commissione proseguirà inoltre i lavori preparatori su altre proposte in materia di benessere degli animali, come annunciato nella strategia "Dal produttore al consumatore". Sta inoltre adottando diverse misure in relazione all'impatto dell'allevamento di animali da pelliccia sul benessere, sulla salute pubblica e sull'ambiente. Tra queste figurano visite in loco negli allevamenti di animali da pelliccia negli Stati membri per esaminare i meccanismi "One Health" esistenti, nonché una valutazione d'impatto in vista di un'eventuale revisione del regolamento sull'etichettatura dei prodotti tessili. La Commissione seguirà un approccio "One Health", nella consapevolezza che la salute umana, animale e ambientale sono collegate in maniera indissolubile, per prevenire e individuare i focolai di malattie negli allevamenti di animali da pelliccia e per farvi fronte.

Il 9 febbraio 2024 gli organizzatori hanno incontrato la commissaria Kyriakides per discutere della risposta all'iniziativa.



Diritti d'autore: Unione europea, 2024



Consigli e suggerimenti per i futuri organizzatori

- Prepararsi bene prima di avviare un'iniziativa!
- Assicurarsi di collaborare con le organizzazioni della società civile che hanno già l'attenzione e il sostegno dei cittadini
- Creare nuove connessioni per sviluppare le attività di sensibilizzazione
- Consentire a coloro che aderiscono all'iniziativa di promuovere attivamente la campagna sui propri canali, fornendo loro strumenti di comunicazione elettronici e le date principali per la campagna.



- BASTA PELLICCE IN EUROPA -