

Pablo Sanchez, Politique de communication, des relations publiques, des relations au Parlement européen.

Le succès d'une initiative citoyenne: bien conçue et bien dotée elle a abouti malgré de nombreux défis.

MOTS CLEFS : citoyen, solidarité, réseau, international.

L'eau : un service public

Les syndicats européens de la fonction publique préconisent depuis longtemps des services publics de qualité pour tous. L'eau est un service public parce qu'elle est essentielle à la vie et à la santé; personne ne peut vivre sans eau. Ils préconisent aussi la reconnaissance du droit humain à l'eau et à l'assainissement et font pression pour que les États assurent ces services publics de manière transparente, responsable et participative. Les Nations-Unies ont reconnu ce droit en 2010. Or, beaucoup d'États membres de l'Union européenne se sont abstenus lors du vote final aux Nations-Unies. Depuis, la Commission européenne n'a rien fait de sérieux pour promouvoir son application dans l'Union européenne.

En outre, les dispositions prises au niveau européen qui favorisent la marchandisation et la libéralisation des services publics au moment où les entités publiques (pouvoirs locaux, régionaux ou gouvernements) se

trouvent démunis d'argent à cause du sauvetage des banques.

Dès lors, la Fédération syndicale européenne des services publics a relevé le défi consistant à utiliser une initiative citoyenne européenne pour mettre le droit humain à l'eau et à l'assainissement au programme de l'Europe et réclamer sa mise en œuvre dans la législation et les politiques européennes.

L'initiative évoquée ici revendiquait plus précisément :

- Des services des eaux et d'assainissement garantis pour tous dans l'Union européenne ;
- Que les droits de l'homme passent avant les intérêts commerciaux: pas de libéralisation des services des eaux ;
- Un accès mondial/universel à l'eau et à l'assainissement pour tous.

Une initiative citoyenne européenne est une invitation faite à la Commission européenne de présenter une proposition législative portant sur tout domaine dans lequel l'Union européenne est habilitée à légiférer. L'initiative doit être soutenue par au moins un million de citoyens européens issus d'au moins sept pays sur les 28 que compte l'Union. Un nombre minimum de signataires est requis dans chacun de ces sept États membres.

Pour lancer une initiative citoyenne, il faut créer un « comité des citoyens » composé d'au moins sept citoyens de l'Union européenne résidant dans au moins sept États membres différents.

Pour en savoir plus: <http://europa.eu>

L'initiative citoyenne européenne: un outil puissant

L'eau est une ressource naturelle limitée et un bien public. Nous voulons préserver les ressources hydriques pour les générations futures. L'eau étant un monopole naturel, cette initiative citoyenne européenne demande que les services des eaux ne soient pas libéralisés ni soumis aux règles du marché intérieur. Les travailleurs et les citoyens ont pâti de la libéralisation des services publics qui a provoqué des pertes d'emplois, des hausses de prix et une inégalité d'accès. La libéralisation n'a pas engendré une société plus équitable, durable et juste bien au contraire.

L'initiative citoyenne européenne est un outil puissant quoique limité: même si elle recueille le nombre de signatures obligatoire et respecte tous les critères, elle peut être repoussée par la Commission. L'initiative citoyenne européenne doit donc être vue pour ce qu'elle est: un outil qui permet aux citoyens de définir les enjeux prioritaires et d'amorcer un débat européen sur un thème donné en attirant l'attention de la Commission ainsi que des médias et du grand public.

Un succès politique

L'initiative citoyenne européenne 'L'eau est un droit humain!' a été une réussite incontestable à plusieurs égards. Premièrement, elle a montré que l'initiative citoyenne européenne est un instrument qui fonctionne. Elle peut aboutir et la Fédération syndicale européenne des services publics et ses partenaires l'ont fait aboutir!

Deuxièmement, elle fut un succès politique. A plusieurs niveaux et dans différents pays le monde politique a réagi à notre campagne. Nous avons poussé la Commission à dire que l'eau est un bien public et qu'elle ne privatisera pas les services des eaux. Cette action a aussi suscité un débat dans de nombreux États membres et parmi les citoyens qui ont utilisé notre initiative citoyenne européenne pour exprimer leurs préoccupations devant la libéralisation en général, et celle des services des eaux en particulier. Les gens veulent que le service public et le souci de l'environnement priment sur les intérêts commerciaux. Par exemple, en Espagne, le nombre des villes qui remunicipalisent les services et déclarent un minimum de subsistance augmente.

Troisièmement, ce fut une réussite pour la Fédération syndicale européenne des services publics et ses sympathisants en termes de reconnaissance, de réputation et de visibilité. Plus de trois millions de personnes ont consulté le site www.right2water.eu. Notre action auprès de la presse et notre participation à des manifestations de grande ampleur ont eu un large retentissement.

Pour faire aboutir cette campagne, nous avons besoin de soutiens très divers. Nous avons été rejoints par toutes sortes d'organisations de tous bords: de nombreuses organisations non gouvernementales sociales et environnementales et des organismes de développement, mais aussi des organisations de femmes, des églises, des compagnies publiques des eaux et des municipalités. Parmi les plus connues figuraient le Réseau européen anti-pauvreté, le Bureau européen de l'environnement, l'Alliance européenne de santé publique, *Women in Europe for a Common Future* et *Acqua Publica Europea*. Toutes étaient animées d'un intérêt commun: que le droit humain à l'eau et à l'assainissement garantisse ce service essentiel pour tous, réduise la pauvreté, améliore la santé publique, assure une gestion durable des ressources hydriques et favorise l'égalité entre les sexes. Ce fut une large alliance entre différents acteurs de la société civile européenne qui se sont engagés à transmettre les objectifs aux organisations de leurs pays respectifs.

Des écueils

La campagne s'est avérée plus difficile que prévu. Nous avons l'avantage d'une longue expérience des campagnes sur le thème de l'eau, en collaboration avec des organisations non-gouvernementales; le fait que le 'droit à l'eau' soit un concept simple et relativement clair nous a aussi beaucoup aidés. En revanche, l'approvisionnement en eau et l'assainissement ne constituent pas un «problème» pour les membres de la Fédération syndicale européenne des services publics de plusieurs pays; nous avons dès lors eu plus de mal que prévu à mobiliser les gens.

L'obligation de donner son numéro d'identité personnel était un obstacle majeur: en fait, ce fut le premier frein à la collecte de signatures en France, en Italie, en Autriche, en République tchèque, en Grèce, en Hongrie, en Roumanie et au Portugal. Sans cela, le nombre des signatures récoltées dans ces pays aurait pu au moins être doublé.



Le fait que notre initiative citoyenne européenne était une des premières du genre présentait à la fois des avantages et des inconvénients. Cela a certainement contribué à susciter l'attention des médias, mais nous avons aussi dû consacrer beaucoup de temps à expliquer ce qu'est une initiative citoyenne européenne. Notre initiative citoyenne européenne étant la première à récolter des signatures à la fois sur papier et en ligne, nous avons pâti d'un manque d'expérience du fonctionnement de ces deux systèmes. Enfin, la Commission européenne n'était pas prête lorsque nous avons ouvert la procédure de signature en ligne : à n'en pas douter, sa défaillance nous a fait perdre des milliers de signatures!

Un défi de taille : l'obligation de s'adresser aux gens dans leur langue était un énorme défi. Ce n'est pas qu'une question de vocabulaire : il faut 'traduire' les concepts et 'nationaliser' les contenus c'est-à-dire les adapter à chaque pays, parfois à chaque région si la gestion est décentralisée.

Nous avons démarré notre site Internet en huit langues, ce qui n'était pas une mince affaire. Puis nous avons ajouté deux langues supplémentaires. Très vite, nous nous sommes aperçus qu'il faut faire campagne dans la langue maternelle de ceux à qui on s'adresse ; heureusement, nous avons trouvé des traducteurs bénévoles. Les syndicats finlandais et allemands ont créé leurs propres sites Internet, ce qui a été d'une grande aide. Plusieurs affiliés ont créé des pages Facebook. Il est à noter qu'en Grèce, en Lituanie et en Hongrie, la campagne n'a démarré qu'après que nous ayons transmis les informations nécessaires en grec, en lituanien et en hongrois.

Les ingrédients du succès

Les facteurs favorables furent l'attention des médias, le soutien reçu de 'célébrités' et, surtout, notre capacité à faire campagne. Dans les pays où nous avons connu le plus de succès, tous ces facteurs étaient réunis. Le meilleur exemple est celui de l'Allemagne ; une vaste coalition s'est rassemblée dans ce pays, sous l'égide d'un syndicat puissant. L'information était disponible en allemand. Nous avons attiré l'attention des médias. Un comédien de renom, Erwin Pelzig, s'est prononcé publiquement en faveur de l'initiative citoyenne européenne et des milliers de personnes ont fait la promotion de l'initiative citoyenne européenne dans

leurs villes, leurs lieux de travail, leurs clubs sportifs et leurs familles.

Cette initiative citoyenne européenne a été portée par les syndicats. Pour ceux dont les capacités étaient limitées, le défi était énorme : ils devaient rester concentrés sur le quotidien, en particulier sur les difficultés causées par les politiques d'austérité. Pour d'autres, cette initiative citoyenne européenne a été un immense succès qui les a fait gagner en reconnaissance.

Une campagne de cette nature nécessite beaucoup de ressources. Son coût pour la Fédération syndicale européenne des services publics a été de 140.000 euros. Heureusement, la Fédération syndicale européenne des services publics avait été prévoyante et avait constitué une réserve à cet effet. Il faut aussi mobiliser beaucoup de temps en personnel ; pendant 18 mois, cette initiative citoyenne européenne a nécessité l'équivalent d'une personne et demie à temps plein. Par moments, deux à trois collègues y ont été affectés en permanence, avec l'aide d'autres. Par ailleurs, des syndicats et d'autres organisations ont contribué à la campagne aux niveaux national et local.

Quoi qu'il en soit, l'initiative citoyenne européenne doit faire la preuve de son utilité à trois niveaux. Premièrement, elle doit s'imposer en tant qu'outil démocratique. Ensuite, la Commission doit réagir positivement à notre initiative citoyenne européenne et mettre en œuvre le droit humain à l'eau et à l'assainissement (elle doit faire ça avant le 22 mars 2014 Journée Mondiale de l'eau). Troisièmement, il faut voir si une étape déterminante sur la voie d'un changement de paradigme, délaissant la croissance pour la pérennité et l'approche basée sur le marché pour une approche fondée sur les droits, est possible.

Pour une campagne efficace, une large coalition est nécessaire. Chacun doit aider et s'engager à consacrer du temps et des ressources. Il ne suffit pas de répandre le message : les gens veulent savoir les raisons de l'initiative que les médias sociaux sont utiles en tant qu'outils de campagne, mais ils ne suffisent pas en soi.

Finalement, une conclusion importante est que les organisateurs ont besoin des plans d'action et de campagne à tous les niveaux : européen, national et local. ■