



FORUM DELL'INIZIATIVA DEI CITTADINI EUROPEI

My Voice, My Choice: per un aborto sicuro e accessibile



LEARN - DISCUSS - CONNECT - SEEK ADVICE

L'iniziativa "My Voice, My Choice: per un aborto sicuro e accessibile"

"My Voice, My Choice: per un aborto sicuro e accessibile" è la dodicesima iniziativa dei cittadini europei (ICE) a ottenere il sostegno richiesto. L'iniziativa ha proposto la creazione di un meccanismo volontario per il sostegno finanziario dell'UE, volto ad aiutare gli Stati membri a fornire assistenza all'aborto a coloro che non possono accedervi nel proprio paese.

Registrata il 10 aprile 2024, l'iniziativa "My Voice, My Choice" ha rapidamente guadagnato consensi. La campagna ha iniziato ufficialmente a raccogliere firme il 24 aprile 2024 raggiungendo **1 124 513 dichiarazioni di sostegno verificate**. Le soglie minime richieste sono state raggiunte in **19 Stati membri**. Le firme raccolte sono state prontamente inviate alle rispettive autorità nazionali per la verifica.

In seguito al processo di verifica, il 1° settembre 2025 l'iniziativa è stata formalmente presentata alla Commissione europea. Il 26 febbraio 2026 la Commissione ha adottato una comunicazione in cui illustra le azioni che intende intraprendere in risposta all'iniziativa.

Registrazione dell'iniziativa

10.4.2024

Inizio della raccolta delle firme

24.4.2024

Fine del periodo di raccolta delle firme

24.4.2025

Iniziativa presentata alla Commissione europea

1.9.2025

Risposta della Commissione europea

26.2.2026

Consigli e suggerimenti per futuri organizzatori

Metti a punto una rete di coordinatori nazionali.

Avere figure di riferimento autorevoli in ogni paese dell'UE fa sì che la raccolta delle firme, le attività di sensibilizzazione e gli eventi siano radicati a livello locale e pertinenti dal punto di vista culturale.

Abbi fiducia nel potere dei cittadini.

Anche un piccolo contributo da parte di ogni persona (alcune firme, un post condiviso, una donazione di 5 euro) contribuisce a creare un movimento. Metti da parte il tuo ego e continua a concentrarti sull'obiettivo condiviso.

Diversifica le organizzazioni che sostengono l'iniziativa.

"My Voice, My Choice" ha raccolto adesioni non solo presso i gruppi femministi e quelli che promuovono la salute riproduttiva, ma anche presso associazioni di arrampicata, gruppi universitari, musicisti e attori. Degli alleati inaspettati allargano la cerchia di sostenitori.

Ricorri al sostegno di influencer e opinionisti in modo strategico.

Un singolo post o video di un personaggio pubblico autorevole può mobilitare migliaia di persone in poche ore. Tuttavia, il coinvolgimento degli influencer dovrebbe integrare, e non sostituire, la creazione di coalizioni della società civile.

Disponi di un piano di raccolta fondi sin dal primo giorno.

Combina sovvenzioni da parte di fondazioni, donazioni individuali e flussi derivanti da attività creative come la vendita di articoli per finanziare spese tipografiche, viaggi, assistenza giuridica ed eventi.

La strategia alla base dell'iniziativa

Fase preparatoria

"Combina tutto ciò che amiamo: lottare per il cambiamento, ricorrere a strumenti giuridici e democratici, coinvolgere i cittadini e creare un movimento animato dalla gentilezza e dalla speranza" - Nika Kovač, coordinatrice di "My Voice, My Choice"

L'iniziativa "My Voice, My Choice" ha origine all'indomani della decisione della Corte suprema statunitense del 2022 di revocare la sentenza Roe/Wade. Ciò ha spinto Nika Kovač, allora residente negli Stati Uniti, e la sua stretta collaboratrice Sarah a prendere in considerazione la possibilità di una regressione analoga in Europa. Sulla base della sua esperienza presso l'8th of March Institute, un'organizzazione femminista slovena che era già riuscita a modificare le leggi nazionali attraverso campagne di raccolta firme, Kovač ha considerato che l'iniziativa dei cittadini europei potesse essere lo strumento ideale, essendo l'unico strumento democratico che consente ai cittadini di proporre direttamente modifiche al diritto dell'UE.

La fase preparatoria si è concentrata sull'elaborazione di una proposta che fosse giuridicamente fondata sulle competenze dell'UE e convincente dal punto di vista emotivo per cittadini appartenenti a 27 contesti nazionali diversi. Gli organizzatori erano consapevoli del fatto che con la richiesta di armonizzare le normative nazionali sull'aborto si sarebbe andati oltre le competenze dell'UE in materia di salute pubblica. Hanno pertanto deciso di richiedere un meccanismo di solidarietà finanziaria mirato che consenta l'accesso transfrontaliero all'aborto sicuro per le donne che non ne

hanno accesso nel loro paese di origine.

Creazione di una rete di partner e volontari

L'iniziativa "My Voice, My Choice" è diventata uno dei più grandi movimenti femministi d'Europa, che giova del sostegno di oltre 300 organizzazioni e coordinatori nazionali in praticamente tutti gli Stati membri dell'UE. Gli organizzatori hanno strutturato la campagna in modo che i coordinatori nazionali potessero mettere in contatto la società civile, i responsabili politici e i singoli cittadini a livello locale, organizzando eventi e raccogliendo firme con modalità consone alle loro comunità.

La campagna ha inoltre attirato alleati inaspettati, tra cui un'associazione di arrampicata, gruppi universitari e personalità culturali come cantanti e attori. Questo approccio inclusivo ha consentito all'iniziativa di raggiungere un pubblico che di norma non si impegnerebbe nella difesa dei diritti femministi o riproduttivi.

Nota informativa

Gli organizzatori dispongono di un massimo di sei mesi dalla data di registrazione per scegliere la data in cui iniziare la raccolta delle firme, il che lascia loro del tempo per i preparativi. Il team "My Voice, My Choice" ha deciso di iniziare la raccolta delle firme due settimane dopo la registrazione.

Raccolta di fondi e risorse

La campagna è stata finanziata tramite il sostegno di fondazioni, donazioni individuali e un flusso derivante da attività creative come la vendita di articoli attraverso il negozio online della campagna. Articoli come T-shirt, felpe e tazze con lo slogan "My Voice, My Choice" hanno generato sia entrate che un senso di solidarietà collettiva: i volontari hanno riferito di aver provato particolare gioia nel vedere una T-shirt della campagna indossata in città diverse dalla loro.

"Il mio consiglio è di avere un'idea forte e una causa in cui credi profondamente, perché questa sarà la campagna più lunga della tua vita. Si tratta di una campagna senza sosta e ti stancherai, così come si stancheranno le persone che ti circondano. Devi avere talmente a cuore la causa che promuovi da essere disposto a lavorare anche gratuitamente." - Nika Kova?

Le voci di bilancio maggiori hanno riguardato la consulenza giuridica, la stampa di documentazione, l'organizzazione di eventi e le spese di viaggio. Gli organizzatori sottolineano che la scarsità di risorse non deve ostacolare il successo di una campagna: l'energia, la determinazione e le notti insonni possono compensare un bilancio ridotto, a condizione che la causa di fondo sia forte.

Nota: ulteriori informazioni sul sostegno e sui finanziamenti dell'iniziativa sono disponibili sulla [pagina di "My Voice, My Choice" nel registro ICE](#). Nota sugli sponsor privati: gli sponsor privati hanno contribuito con circa 22 donazioni, comprese tra 250 e 5 000 euro.*

Strategia della campagna e piano di raccolta firme

La campagna "My Voice, My Choice" ha applicato quella che gli organizzatori definiscono la formula PEACE (Patience, Engagement, Action, Courage and Errors): pazienza, impegno, azione, coraggio ed errori. Ciascun elemento ha svolto un ruolo specifico nel tradurre un'idea audace in oltre un milione di firme.

Pazienza: la pazienza è stata necessaria per riuscire a gestire il complesso processo di individuazione dei partner, perfezionamento della proposta e costituzione della rete iniziale di coordinatori nazionali prima ancora di avviare la raccolta.

Impegno: impegno nel raggiungere, oltre al nucleo di sostenitori già esistenti, anche la "fascia intermedia mobile", costituita da quelle persone che, pur non essendo ancora impegnate sul tema, condividevano valori di fondo che potevano motivarle a firmare.

Azione: agire ha significato mantenere una dinamica costante attraverso eventi pubblici, apparizioni sui media, giornate dedicate e attività di raccolta firme svolte in contesti politici e non, come maratone e festival locali.

Coraggio: è stato necessario dar prova di coraggio per far fronte a molestie online, a campagne denigratorie e all'opposizione politica e per assumere rischi calcolati, ad esempio rivolgendosi direttamente agli influencer che potessero dare maggiore risonanza alla campagna nei paesi in cui le soglie non erano ancora state raggiunte.

Errori: gli errori sono stati considerati come opportunità per imparare: ogni evento di scarso successo, ogni post con scarso seguito od ogni collaborazione non accettata è diventata un'occasione di riflessione per perfezionare l'approccio della campagna.

Nella prima settimana di campagna è stato registrato un picco iniziale di quasi 100 000 firme, ma gli organizzatori riconoscono che questa prima ondata di sostenitori impegnati è stata solo l'inizio. Il lavoro vero e proprio ha comportato attività di sensibilizzazione strategica per raggiungere un pubblico nuovo, spesso escluso, attraverso messaggi mirati, collaborazioni con partner inaspettati e un uso creativo dei social media.

"Il mio consiglio agli altri organizzatori è quello di fidarsi del potere dei cittadini! Anche se una persona raccoglie solo poche firme, ciò rappresenta comunque qualcosa di importante. Mettete anche da parte il vostro ego e concentratevi sull'obiettivo finale, ossia raggiungere un milione di firme" - Nika Kova?

La campagna ha ricevuto un sostegno particolare da parte di influencer e opinionisti per superare gli ostacoli algoritmici che le piattaforme dei social media sempre più spesso impongono ai contenuti classificati come "politici". Quando è comparsa alla conferenza stampa di Bruxelles, il 1° settembre 2025, per celebrare la presentazione formale dell'iniziativa, la pop star croata Severina ha trasmesso il messaggio della campagna a un pubblico di milioni di persone in tutta la regione dell'ex Jugoslava e non solo. Anche la giornalista e presentatrice greca Anastasia (Natasa) Giamali ha permesso sia una copertura dell'iniziativa da parte dei media tradizionali che una mobilitazione digitale attraverso i reel di Instagram e articoli di opinione. La sua esperienza ha dimostrato che anche polemiche, sotto forma di attacchi da parte di politici reazionari, possono essere sfruttate a vantaggio della campagna perché permettono di sensibilizzare l'opinione pubblica.

Raccolta e verifica delle firme

Nel quadro dell'iniziativa "My Voice, My Choice", per tutto il periodo della raccolta firme è stato impiegato il sistema centrale di raccolta elettronica della Commissione europea. La raccolta delle firme è iniziata il 24 aprile 2024 e si è conclusa un anno dopo.

L'iniziativa è riuscita alla fine a raccogliere firme in tutti i 27 Stati membri dell'UE. "My Voice, My Choice" è stata formalmente sottoposta all'esame della Commissione il 1° settembre 2025. A seguito di una verifica formale da parte delle autorità nazionali, 1 124 513 firme (su 1 224 998 di firme raccolte) sono state confermate come valide. Le soglie minime richieste sono state superate in 19 Stati membri, ossia in più del doppio dei paesi previsti dal diritto dell'UE, che richiede un minimo di sette paesi.

"My Voice, My Choice" ha raggiunto le soglie minime in diciannove Stati membri. Fonte: sito web dell'iniziativa dei cittadini europei, 2026. La tabella completa con le dichiarazioni di sostegno è disponibile sulla [pagina web dedicata della Commissione](#).

Nei mesi precedenti alla presentazione formale, gli organizzatori hanno privilegiato l'impegno istituzionale rispetto alla mobilitazione pubblica, organizzando riunioni con i deputati al Parlamento europeo al fine di creare le condizioni adatte a un'accoglienza positiva da parte delle istituzioni.

L'impatto dell'iniziativa

Presentazione formale e riunione con la Commissione

Il 1° settembre 2025 l'iniziativa è stata formalmente presentata alla Commissione europea. Lo stesso giorno gli organizzatori hanno tenuto una conferenza stampa a Bruxelles in cui la pop star croata Severina e la giornalista greca Anastasia (Natasa) Giamali hanno espresso pubblicamente il loro sostegno.

Presso la Commissione europea a Bruxelles, il 1° ottobre 2025, conformemente all'articolo 15 del regolamento ICE, gli organizzatori hanno incontrato Hadja Lahbib, commissaria europea per la Parità e per la Preparazione e la gestione delle crisi, e funzionari della Commissione. Alla riunione hanno partecipato la coordinatrice Nika Kovač e altri membri del team "My Voice, My Choice".

Audizione dinanzi al Parlamento europeo

Il ruolo della commissione per i diritti delle donne e l'uguaglianza di genere (FEMM) è stato fondamentale nel sostenere l'iniziativa "My Voice, My Choice". Il 5 novembre ha adottato un progetto di risoluzione a sostegno dell'ICE, che è stato approvato con 26 voti favorevoli, 12 contrari e nessuna astensione, cosa che evidenzia l'ampio sostegno della commissione parlamentare e segna un passo importante per l'iniziativa. Successivamente, il 2 dicembre 2025 il Parlamento europeo ha tenuto un'audizione pubblica (vedere la registrazione) sull'iniziativa, organizzata dalla commissione FEMM con la partecipazione della commissione per le petizioni (PETI) e di altre commissioni competenti (DEVE, SANT e LIBE).

Anche la commissaria Lahbib ha tenuto un discorso. Gli organizzatori hanno potuto presentare gli obiettivi dell'iniziativa e portare avanti un dialogo costruttivo direttamente con i deputati al Parlamento europeo.

Discussione in Aula e adozione di una risoluzione del Parlamento europeo

Il 16 dicembre 2025 l'iniziativa è stata discussa durante la sessione plenaria del Parlamento europeo a Strasburgo. Il 17 dicembre 2025 il Parlamento ha approvato, con 358 voti favorevoli, 202 contrari e 79 astensioni, una risoluzione a sostegno dell'iniziativa. Relatrice era Abir Al-Sahlani, deputata del Parlamento europeo (Renew, Svezia).

Gli attivisti di "My Voice My Choice" mentre celebrano la vittoria al Parlamento europeo a Strasburgo. Fonte: [sito web di "My Voice, My Choice"](#).

La risoluzione ha rappresentato un traguardo politico significativo, in quanto ha dimostrato l'ampio sostegno dei partiti agli obiettivi dell'iniziativa, mostrando alla Commissione la forza del sostegno del Parlamento all'azione in materia di diritti riproduttivi (vedere il [comunicato stampa](#)).

Risposta formale della Commissione europea

Il 26 febbraio 2026 la Commissione europea ha adottato una comunicazione in cui illustra la sua risposta all'iniziativa. Dopo aver analizzato attentamente la proposta e tenuto conto dei limiti imposti dai trattati dell'UE alla competenza dell'Unione europea nel settore della salute pubblica, la Commissione ha confermato che gli Stati membri possono utilizzare il Fondo sociale europeo Plus (FSE+) per garantire un migliore accesso a servizi per l'aborto sicuri e legalmente disponibili.

Gli attivisti di "My Voice My Choice" mentre celebrano la vittoria davanti alla Commissione europea a Bruxelles. Fonte: [sito web di "My Voice, My Choice"](#).

La Commissione ha sottolineato che tale sostegno può essere fornito in tempi relativamente rapidi attraverso gli strumenti esistenti, senza la necessità di una nuova legislazione, a condizione che gli Stati membri scelgano volontariamente di assegnare o riassegnare le risorse disponibili nell'ambito dei loro programmi FSE+.

"Non è esattamente quello che abbiamo chiesto, ma in realtà ciò fa sì che questo diritto possa essere rispettato in tutta l'Unione europea. Originariamente avevamo richiesto di finanziare specificamente le procedure mediche, ma la risposta che ci è stata fornita consente in realtà di finanziare anche i viaggi. Pertanto è possibile che, in termini di impatto, la decisione presa permetta di andare anche oltre quanto richiesto inizialmente".
Matteo Cadeddu, membro del team della campagna "My Voice, My Choice"

Gli organizzatori hanno riconosciuto che la risposta, pur non essendo perfettamente in linea con la richiesta, ha permesso di intraprendere un percorso significativo e potenzialmente ad ampio raggio. La prossima fase della campagna si concentrerà sulla necessità di incoraggiare i singoli Stati membri a utilizzare i fondi del FSE+ per garantire un migliore accesso a servizi per l'aborto sicuri.

Vedere il [comunicato stampa](#) della Commissione e le [osservazioni della vicepresidente esecutiva Mînzatu e della commissaria Lahbib sulla risposta della Commissione](#).

Che cosa ha contribuito al buon esito della raccolta firme a favore di questa iniziativa?

Una coalizione senza precedenti

Il sostegno di oltre 300 organizzazioni e di una vasta rete di volontari in tutti i 27 Stati membri ha creato una solida struttura in grado di mantenere lo slancio della campagna nell'arco dei 12 mesi in cui si è svolta la raccolta firme. La molteplicità dei partner, tra cui figurano organizzazioni femministe, associazioni di arrampicata, gruppi universitari e pop star, ha consentito alla campagna di raggiungere un pubblico più diversificato rispetto a quello che tradizionalmente è impegnato nella difesa dei diritti riproduttivi.

Uso strategico di influencer e opinionisti

"My Voice, My Choice" ha dimostrato come l'azione di personalità pubbliche autorevoli possa andare ben oltre le restrizioni algoritmiche sui contenuti "politici" e rispondere alla sfida strutturale di raggiungere un nuovo pubblico in 27 contesti nazionali. La strategia della campagna riguardo agli influencer è stata deliberata, mirata e, ove necessario, caratterizzata dal coraggio di rivolgersi a personalità il cui sostegno era incerto.

Adattabilità e resilienza

Gli organizzatori della campagna hanno considerato gli errori commessi come opportunità per imparare e hanno costantemente perfezionato il loro approccio in funzione dell'efficacia o meno degli interventi. Gli eventi sono stati organizzati in sedi apolitiche, i messaggi sono stati adattati ai contesti locali e le coalizioni sono state create includendo anche partner normalmente non associati alla difesa dei diritti femministi.

Un'attenzione costante alla fase istituzionale

"My Voice, My Choice" non ha considerato il traguardo di un milione di firme come la fine del processo. Viceversa, gli organizzatori hanno investito molto nella fase successiva alla raccolta firme, instaurando relazioni con i deputati al Parlamento europeo e funzionari della Commissione, preparando l'audizione al Parlamento e la discussione in Aula e adoperandosi per garantire che la risposta della Commissione costituisse un punto di partenza, e non un punto di arrivo, per un valido percorso verso il raggiungimento di risultati concreti.

Ulteriori informazioni

Ulteriori informazioni riguardo all'iniziativa "My Voice, My Choice": per un aborto sicuro e accessibile" sono disponibili sulla [pagina web dedicata della Commissione](#) e sul sito web dell'iniziativa all'indirizzo www.myvoice-mychoice.org.

Per saperne di più

- [Dare impulso all'iniziativa: il finanziamento e la strategia alla base di "My Voice, My Choice" - blog del forum ICE](#)
- [Pazienza, impegno, azione, coraggio, errori: la formula per una campagna ICE vincente - blog del forum ICE](#)
- [Perché gli influencer e gli opinionisti possono influire positivamente o negativamente sull'ICE - blog del forum ICE](#)
- [Cosa succede dopo che un'iniziativa dei cittadini europei ha raggiunto un milione di firme? - blog del forum ICE](#)
- [Webinar: Understanding Campaign Structures for Effective European Citizens' Initiatives \(Comprendere le strutture delle campagne per un'iniziativa dei cittadini europei efficace\), febbraio 2025 - forum ICE](#)

Clausola di esclusione di responsabilità

Le opinioni espresse nell'ambito del forum ICE rispecchiano esclusivamente il punto di vista dei loro autori e non possono in alcun modo essere interpretate come una posizione della Commissione europea o dell'Unione europea.