



## CITTA' DI TORINO

**PROP 28522 / 2022**

### **PROPOSTA DI MOZIONE**

**OGGETTO: ELIMINIAMO LE DIFFERENZE: IL CICLO NON E' UN LUSO.**

Il Consiglio Comunale di Torino

VISTO CHE

- Il ciclo mestruale femminile è ancora oggetto di tabù e come conseguenza di questo genera una vera e propria “diseguaglianza sociale”.

-Il ciclo mestruale è una funzione fisiologica del corpo ed è un segno di salute riproduttiva della donna.

TENUTO CONTE CHE

-Il 65% della popolazione mondiale, ossia 7 miliardi e mezzo, ha un'età compresa tra i 15 e i 60 anni, e che più o meno la metà di queste sono donne, si può desumere che almeno 3 miliardi di persone abbiano periodicamente le mestruazioni. L'età media del menarca è infatti di 12,5 anni, in Italia 12 anni, mentre l'età media della menopausa è di 51 anni.

-Ogni donna in media ha le mestruazioni per 40 anni, per un totale di circa 520 cicli della durata media di 3-7 giorni (65 giorni all'anno, quasi 7 anni della vita di una donna) con un consumo stimato di assorbenti di circa 12000 unità a testa (il numero degli assorbenti e tamponi utilizzati ogni anno dalla totalità della popolazione femminile sarebbe compreso tra i 120 e 480 miliardi).

-Gli assorbenti non sono rifiuti comuni, la presenza di plastica sia nel packaging sia nel dispositivo fa sì che lo smaltimento di tali prodotti abbia tempi lunghissimi (500-800 anni). Se si pensa che circa 3 miliardi di donne hanno le mestruazioni per 40 anni e con una media di consumo di 25 pezzi al mese si può intuire come siano ampie le dimensioni del problema anche dal punto di vista dell'impatto ambientale. Per questo motivo, la possibilità di produrre e sensibilizzare la distribuzione di assorbenti ecosostenibili consentirebbe di ridurre il problema.

CONSIDERATO CHE

-Ogni anno nel nostro Paese vengono venduti 2,6 miliardi di assorbenti

-Una donna con un ciclo regolare nell'arco della propria esistenza ne consuma almeno 12 mila.

-Ogni confezione costa in media 4 euro e non tutte le donne si possono permettere gli assorbenti.

-Tale condizione viene definita period poverty e affligge le donne a ogni latitudine e la questione è presente a livello globale.

-La period poverty non è semplicemente un altro aspetto della povertà: è il riflesso di una società guidata dalle disuguaglianze di genere. E' una questione da non sottovalutare poiché compromette l'accesso all'educazione, alle opportunità, all'indipendenza e al mondo del lavoro, alla salute riproduttiva

-Si stima che il 49% delle ragazze abbia perso un giorno di scuola a causa del ciclo e che una donna su 10 tra i 14 e i 21 anni non sia in grado di permettersi i prodotti di protezione intima.

-Dati Istat ci dicono che il numero delle donne che vivono in condizioni di indigenza sia pari a 2.277.000.

## PRESO ATTO CHE

-Dopo anni di richieste e battaglie, con la legge di Bilancio 2022 l'imposta su valore aggiunto è passata dal 22% al 10%. In tutto il mondo viene chiamata tampon tax, un'imposta che però non tiene conto del fatto che tamponi assorbenti e coppette mestruali sono dei beni necessari perché le donne non scelgono di avere il ciclo essendo un evento fisiologico e naturale.

-Assorbenti, tamponi e coppette non vengono ancora considerati beni di prima necessità e anche se la legge di Bilancio 2022 ne ha migliorato e ridotto l'imposta non è accettabile che siano ancora sottoposti alla stessa imposta di alimenti di lusso come il tartufo, tassato al 4 o al 10%, e delle opere d'arte tassate con IVA agevolata al 10%

## IMPEGNA

Il Sindaco e la Giunta

-a individuare soluzioni volte a dare un segnale univoco di riconoscimento di una condizione non scelta alle donne che fanno parte della nostra comunità.

-a realizzare misure di incentivazione di prodotti ecosostenibili e a intervenire presso il governo per chiedere l'abbassamento dell'IVA su assorbenti, tamponi, coppette

-inviare il presente ordine del giorno al Presidente del Consiglio dei ministri e ai presidenti di Camera e Senato

Elena Apollonio  
Nadia Conticelli  
Alice Ravinale  
Tiziana Ciampolini

Torino, 07/10/2022

LA CONSIGLIERA  
Firmato digitalmente da Elena Apollonio