



CITTA' DI TORINO

PROP 21740 / 2021

PROPOSTA DI ORDINE DEL GIORNO

OGGETTO: ABBATTIAMO I TABU' SULLE MESTRUAZIONI

- L' Istituito di Ricerca Sociale e di Marketing AstraRicerche, in collaborazione con l'azienda multinazionale Essity operante nell'ambito dell'igiene e della salute, impegnata da anni nella lotta contro gli stereotipi che ledono il benessere e la libertà dell'individuo, a settembre 2019 ha condotto la prima ricerca in Italia che indaga il ciclo mestruale, coinvolgendo 1633 residenti in Italia, uomini e donne, di età compresa tra i 15 e i 65 anni.
- Con l'obiettivo di rompere il silenzio intorno al tema delle mestruazioni in Italia, i quesiti hanno affrontato diverse tematiche: dalle pratiche igieniche alle rappresentazioni linguistiche, dal percepito di donne e uomini, al dibattito politico su temi quali tampon tax e congedo mestruale, con l'obiettivo di rompere il silenzio intorno al tema delle mestruazioni in Italia.
- Nonostante il ciclo mestruale sia un evento naturale e fisiologico per una donna in età fertile, dai risultati della ricerca emerge che non tutte le donne associano a questo evento un sentimento di "normalità", e che il tema in Italia è ancora un tabù per una parte della popolazione. **Le mestruazioni infatti sono vissute male da oltre la metà delle donne intervistate (54,1%) che associa al ciclo una sensazione di dolore.** I disturbi più frequenti sono: gonfiore, dolore pelvico, stanchezza fisica e cambiamento dell'umore.
- Il 27,4% prova disagio ed imbarazzo e il 23,6% considera le mestruazioni una condizione invalidante. Solo il 19,3% delle donne intervistate le associa ad una "potenzialità generativa". D'altra parte, il 12,3% vi associa l'idea di depurazione che vince su quella di "schifo" (5,1%), mentre quella di sensualità/femminilità (15,1%) vince su quella di minorità/inferiorità (3,1%).
- **A parlare liberamente di mestruazioni sono le donne più giovani** (le percentuali decrescono al crescere dell'età) e nel Sud del Paese (qui le percentuali crescono man mano che si scende attraverso lo stivale). **Il 70,1% del campione (uomini e donne) concorda con l'affermazione che parlare di mestruazioni è importante anche per gli uomini** "per aprire un mondo di conoscenza e di percezione sulle loro madri, compagne, sorelle, etc. che in molti ignorano del tutto" (75,3% delle donne e 65,3% degli uomini) e il 69,% ritiene che il tema andrebbe trattato regolarmente e con serietà: "una corretta comunicazione potrebbe contribuire a migliorare la salute delle donne vista l'ignoranza diffusa su alcuni disturbi e malattie legate alle mestruazioni" (75,3% delle donne e 62,8% degli uomini).
- **Il 67% degli intervistati ritiene che "non parlarne ha alimentato false idee/superstizioni".** Solo il 27,5% ritiene che sia un argomento che ogni donna dovrebbe tenere per sé (ma solo il 7,5% lo afferma con forza). Accordo quasi perfetto tra i due sessi sul fatto che la maggior parte delle persone considera le mestruazioni un tabù (45,3%).

- Due intervistate su tre dichiarano di aver ricevuto comprensione e supporto (67,2%) ma solo una su due è stata preparata prima del ciclo mestruale (49,8%): se ne parla troppo tardi (e comunque per un terzo delle famiglie affrontare il tema è ancora un problema).
- gli intervistati maschi pensano che le donne abbiano minore capacità di giudizio durante il 'ciclo' (18%), che rendono meno al lavoro (18%).
- Circa la **'tampon tax'** (la proposta di ridurre l'IVA sugli assorbenti), invece, **il 63% delle donne ritiene inaccettabile che gli assorbenti siano tassati con IVA al 22%** dal momento che rappresentano un bene di prima necessità e non un lusso.
- **Mentre il 54,5% delle donne e il 55,6% degli uomini non ha mai sentito parlare di congedo mestruale.** Le opinioni in merito a questa proposta di legge (che prevede fino a tre giorni al mese di permesso retribuito per tutte le donne lavoratrici con dismenorrea: ciclo mestruale invalidante) sono simili. Uomini e donne concordano nel ritenere che un Paese civile dovrebbe riconoscere la possibilità a chi sta male di non lavorare (34,6% donne e 33,6% uomini). Si nota però un **sentimento leggermente più negativo da parte delle donne che temono un peggioramento della situazione lavorativa femminile.** Alcune intervistate credono potrebbe aumentare la diffidenza dei datori di lavoro verso le assunzioni di donne (35,2% le donne e 28,6% gli uomini). E ancora che "sminuirebbe le donne, lasciando passare il concetto che la capacità lavorativa di una donna varia in base ai cambiamenti ormonali" (27,9% le donne e 22,6% gli uomini).

CONSIDERATO CHE

- Nel corso della storia i patriarcati – supportati dalle religioni – hanno utilizzato le mestruazioni come prova della subalternità femminile rispetto alla normalità maschile. **Questa narrazione è costruita e perpetrata sull'idea che la condizione normale sia non avere le mestruazioni:** chi le ha deve adattarsi, come se non esistessero. In questo scenario si sono sviluppati i pregiudizi che etichettano le donne e ragazze mestruate come "contaminate", "sporche" e "impure", e che negano la normalità e potenza di questo fenomeno biologico legato intrinsecamente alla generazione della vita.
- La scarsa rappresentazione femminile, sia nei ruoli di potere che in ambito medico, ha reso ancor più difficile parlare apertamente e consapevolmente di ciclo mestruale all'interno della struttura sociale e della comunità scientifica, con conseguente scarsità di politiche dedicate ad una maggiore inclusività e studi a tema salute e benessere delle donne. Questo è ciò che accade quando nella discussione manca la diversity, e cioè la rappresentazione di punti di vista che diano risalto a background e necessità differenti.
- Un approccio sano e consapevole alle mestruazioni può avere un impatto migliorativo sulla qualità della vita di donne e ragazze e favorire un reale avanzamento della gender equity, e il primo passo per infrangere questo stigma è **chiamare le cose con il loro nome;** il report di AstraRicerche ci riporta che il 58,1% degli Italiani, in particolare donne e giovani 18-34enni utilizzano il termine "ciclo" per definire la mestruazione. Meno utilizzato – ma con prevalenza tra gli uomini – è il termine "cose". Seguono poi moltissimi modi di dire (il marchese, le armate rosse, problemi femminili e molti altri), poco rilevanti numericamente, ma che raccontano il tentativo o necessità di evitare di nominare direttamente il ciclo mestruale.
- Quando non nominiamo qualcosa non la conosciamo e quindi perdiamo l'occasione di viverla in un modo migliore, più sano e consapevole, è necessario dunque riprendere il potere delle parole, e della lingua, rimettendo protagonista della discussione le persone che hanno le mestruazioni.

DATO CHE

- Le innovazioni in ambito di prodotti per arginare il ciclo mestruale sono ferme a quasi un secolo fa, ciò accade, secondo il libro “Invisibili” di Criado-Perez e il libro “Per soli uomini. Il maschilismo dei dati, dalla ricerca scientifica al design” di Grigliè-Romeo, perché il mondo della ricerca, del design e dell’innovazione, anche tecnologica, è ad appannaggio degli uomini, che non si interrogano come innovare un prodotto per arginare le mestruazioni.
- Basti pensare che la coppetta mestruale è stata ideata alla fine del 1800 e brevettata nel 1932 da Leona Chalmers (come si può apprendere dal libro “Green marketing. Il manifesto” di Jonh Grant), mentre gli assorbenti usa e getta sono stati creati da un’idea di Benjamin Franklin, e prodotti dalla Johnson & Johnson nel 1888. Degli anni ‘70 è l’innovazione di una striscia adesiva posizionata al di sotto dell’assorbente igienico, per far sì che rimanesse fermo e attaccato alle mutandine.
- I prodotti non hanno la possibilità di evolvere se non riportando al centro del dibattito le mestruazioni, stimolandone l’innovazione.
- La politica può e deve governare il dibattito influenzando il mercato per migliorare l’industria e il comparto per l’igiene mestruale. Ad oggi molte delle alternative sono sconosciute perché poco interessanti dal punto di vista del mercato, come i prodotti economici che hanno una durabilità di molti anni (coppette, spugne, dischi, assorbenti lavabili e mutande mestruali) poco pubblicizzate al contrario degli assorbenti usa e getta, che costringono ad un acquisto continuo.
- Osserviamo così che le mestruazioni diventano un momento di marketing che si concentra su glitter e paillettes, o su bustine “discrete” per “nascondere” l’assorbente, come accade per il kit per il primo menarca: l’innovazione dell’apparenza, che di innovativo ha ben poco.

VISTO CHE

- L’associazione di giovani donne Onde Rosa della Lombardia (l’associazione raccoglie ragazze tra i 14 e i 30 anni che hanno come obiettivo il raggiungimento dell’uguaglianza tra i sessi) ha lanciato il 24 Dicembre 2017 la petizione online indirizzata al Ministro Tria, Ministra Grillo e al Presidente del Consiglio Conte per abbassare l’iva sugli assorbenti dal 22% al 4%. La petizione ha raggiunto oltre 600.000 firme sulla piattaforma change.org
- Tale iniziativa ha il merito di aver aperto il dibattito sulle aliquote dei prodotti ad appannaggio femminile, la cosiddetta Pink Tax che si riferisce all’ampia tendenza dei prodotti commercializzati specificamente per le donne ad essere più costosi di quelli commercializzati per gli uomini. Questo fenomeno è spesso attribuito alla discriminazione di prezzo basata sul genere.
- **La riflessione si estende al Period Poverty, la povertà collegata alle mestruazioni, che si concretizza non solo in una difficoltà di acquisto di dispositivi di igiene mestruale (assorbenti, tamponi, coppette, etc.), ma anche nella difficoltà o impossibilità di accedere a luoghi sicuri e adatti in cui potersi occupare della propria igiene e a informazioni appropriate sul ciclo mestruale e il suo funzionamento (più in generale, a un’adeguata educazione sessuale).**

CONSIDERATO CHE

- Nonostante non esistano dati completi che abbiano stimato l’impatto ambientale di assorbenti e tamponi usa e getta, è possibile farsi un’idea, partendo da una stima di quanti assorbenti e tamponi vengono usati ogni anno, sappiamo così che rappresentano circa il 2,5 % dei rifiuti solidi urbani, elemento non trascurabile sapendo che un assorbente impiega circa 500 anni a decomporsi nell’ambiente.
- L’articolo 32-ter, comma 1, inserisce un nuovo numero 1-quinquies nella Tabella A, parte II-bis del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, che reca l’elenco dei beni e servizi soggetti ad aliquota IVA ridotta al 5 per cento, al fine di applicare la misura agevolata

d'imposta ai prodotti per la protezione dell'igiene femminile compostabili secondo lo standard UNI 13432:2002 o lavabili e alle coppette mestruali. Il comma 2 fissa la decorrenza dell'IVA ridotta al 1° gennaio 2020.

- la direttiva (UE) 2019/904 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 5 giugno 2019, sulla riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente di fatto rende fuori legge dal 3 luglio 2021 gli assorbenti monouso.

SI IMPEGNA LA CITTA'

1. Ad intraprendere una campagna di comunicazione finalizzata all'abbattimento dei tabù sul ciclo mestruale e alla diffusione delle alternative sostenibili presenti in commercio per la gestione delle mestruazioni;
2. Ad invitare farmacisti/e, consultori e medici di base ad una formazione specifica sui prodotti sostenibili da utilizzare durante il flusso mestruale;
3. Ad organizzare incontri nelle scuole primarie per spiegare ai bambini e alle bambine cos'è il ciclo mestruale, sensibilizzando all'uso di un linguaggio adeguato.
4. A fornire a tutte le cittadine torinesi una coppetta mestruale/mutanda assorbente gratuita.
5. Ad introdurre una riduzione della tariffa Tari per chi acquista coppette o assorbenti lavabili.

SI INVITA LA REGIONE

1. A distribuire gratuitamente nei consultori prodotti sostenibili da utilizzare durante il flusso mestruale.
2. A sostenere la campagna di comunicazione della Città finalizzata all'abbattimento dei tabù sul ciclo mestruale e alla diffusione delle alternative sostenibili presenti in commercio;

SI INVITA IL GOVERNO

1. Ad affrontare il dibattito, timidamente iniziato, sul congedo mestruale e le pink tax
2. Affrontare ed approfondire il fenomeno della "povertà mestruale", anche, eventualmente, attraverso uno studio qualitativo delle fasce economicamente a rischio, e prevedere un piano di agevolazioni economiche per l'acquisto di prodotti sanitari e igienici femminili per le fasce più deboli, in collaborazione con Comuni e Regioni.

Torino, 22/07/2021

LA CONSIGLIERA
Firmato digitalmente da Maura Paoli