***INITIAL LANCIA DIGNITY: UN SERVIZIO DI INSTALLAZIONE E RIFORNIMENTO DI DISTRIBUTORI DI ASSORBENTI. UN’INDAGINE CONDOTTA DALL’AZIENDA SVELA I PREGIUDIZI DEGLI ITALIANI SUL TEMA.***

*Esistono ancora tabù legati al mondo del ciclo femminile? E al libero accesso agli assorbenti? Qual è la percezione maschile su questa tematica? L’azienda leader mondiale nell’offrire servizi e soluzioni per l'igiene ed il benessere fuori casa indaga sull’argomento con una ricerca dedicata.*

*Milano, 3 aprile 2024* – **1 donna su 3 prova** **imbarazzo** a parlare pubblicamente del ciclo ed il 25% degli uomini non è a suo agio nel confrontarsi su questo argomento. Questi sono solo alcuni dei risultati emersi dalla **ricerca sul tema del ciclo mestruale[[1]](#footnote-1)** commissionata da **Initial, azienda leader mondiale** nell’offrire servizi e soluzioni per l'**igiene** ed il **benessere fuori casa**, per il lancio di **Dignity.**

Il servizio è stato sviluppato per rispondere alla sempre più emergente richiesta di avere libero accesso agli assorbenti e ad altre soluzioni di supporto alla gestione del ciclo mestruale. Questo servizio prevede l'installazione di distributori per l’erogazione di assorbenti all'interno dei bagni femminili e la fornitura periodica degli stessi. Le aziende, gli esercizi commerciali e le istituzioni che sceglieranno di acquistare il nuovo servizio Dignity potranno quindi mettere a disposizione delle proprie utenti dei dispenser che consentiranno il **libero accesso agli assorbenti**.

**IL NUOVO SERVIZIO DIGNITY DI INITIAL**

**Il servizio Dignity** – promosso con la campagna “***Al tuo fianco, ciclo dopo ciclo***” – è stato pensato per garantire il benessere delle donne in ogni momento della loro giornata, con l’obiettivo di normalizzare cicli naturali (come quello mestruale) e consentire la gestione di eventuali emergenze anche fuori dall'ambiente domestico. L'introduzione di questo servizio rafforza il posizionamento di Initial come esperto di igiene a 360 gradi, ampliando la gamma di soluzioni proposte per accompagnare l’utente in ogni fase della vita fuori casa. Il nuovo lancio, inoltre, sostiene la nuova mission aziendale “**Protecting People. Enhancing lives. Preserving our planet**” attraverso un’azione reale che protegge le persone e ne migliora la vita, promuovendo un benessere globale e di conseguenza un futuro migliore per tutti.

**LA RICERCA**

In che modo gli italiani si approcciano all’argomento del **ciclo mestruale**? Quanto le donne si sentono libere e sicure di parlarne? Che percezione hanno gli uomini dell’argomento e come ne parlano? Interessanti i dati emersi dalla ricerca commissionata da Initial che indaga, su un campione sia femminile che maschile, gli stigmi del ciclo e l’influenza che quest’ultimo ha sul tema bullismo, oltre a tematiche di attualità come la Tampon Tax e il Period Poverty.

In Italia, dal 1° gennaio 2024 la ***Tampon Tax***, ovvero l’aliquota IVA che si applica agli assorbenti, è passata dal 5% al 10% riaccendendo i riflettori sulla tematica della cosiddetta ***Period Poverty***. **Gli italiani intervistati ritengono ingiusta questa misura** ed irisultati emersi dalla ricerca mostrano un accordo tra donne (82%) e uomini (71%). Continuando a parlare degli aspetti economici, quanto impatta ogni mese avere il ciclo? La spesa mensile per l’acquisto degli assorbenti raggiunge il costo di circa €10 al mese a persona ed è considerata molto alta per le **giovanissime (30%).** L’aumento della Tampon Tax, inoltre, pesa considerevolmente sul paniere della spesa soprattutto delle **donne che risiedono nel Sud Italia e nelle Isole (76%).**

C’è libertà nel parlare di ciclo? Per le donne intervistate il rapporto con il proprio ciclo mestruale non è sempre facile; **il 72% delle italiane dichiara di sentirsi libera di parlarne**, anche se questa conquista è direttamente proporzionale all’aumentare dell’età delle rispondenti: **tra le ragazze più giovani (16-18 anni) solo il 61% ne parla**. Dal sondaggio emerge anche che chi abita in grandi città altamente urbanizzate (con una popolazione superiore a 250.000 abitanti) è più predisposto a non vivere il ciclo come un tabù. Lo stesso dato mostra al contempo una latente difficoltà nel vivere con disinvoltura il proprio ciclo mestruale: **circa 1 donna su 3 dichiara di provare imbarazzo nell’ammettere di avere il ciclo in presenza di altri.**

Un imbarazzo che si evince sempre di più nell’età dell'adolescenza, spesso la più difficile. Proprio durante questo periodo, è possibile subire “***Period Shaming***”, una forma di bullismo legata alla manifestazione di possibili disagi derivanti dal ciclo mestruale. Tra le intervistate **più giovani,** il **27% ha subito prese in giro legate al ciclo**. **Nella maggioranza dei casi (65%), sono state persone di sesso maschile a mettere in ridicolo le donne in questo particolare momento**. Tuttavia, il sondaggio mostra come non siano mancate **le derisioni da parte anche di altre donne (38%)**.

Ma in tutto questo, qual è il punto di vista degli uomini? Il 66% delle italiane pensa che il sesso maschile abbia difficoltà a rapportarsi con il ciclo mestruale, un sentimento comprovato anche dai risultati della ricerca. Infatti, **oltre il 26%** degliitaliani intervistati **ammette di non essere a proprio agio con il ciclo femminile**: il **17% dichiara di non avere mai trattato l’argomento**, **mentre il 9% ha addirittura sempre evitato di discuterne**. La situazione è accentuata tra i più giovani: il 54% del totale degli intervistati si dichiara in imbarazzo a parlare di mestruazioni, oppure non l’ha mai fatto.

In questo panorama Initial fornisce una soluzione concreta, consentendo alle aziende che sceglieranno di acquistare il nuovo servizio Dignity di garantire alle proprie utenti il libero accesso agli assorbenti. Initial si occupa dell’installazione e del rifornimento ciclico di assorbenti, calcolando le quantità necessarie per ogni specifica struttura. Il dispenser è disponibile nella **versione singola, dotata solo di assorbenti esterni**, e nella **versione doppia che offre la possibilità di scegliere tra assorbenti esterni o interni**, confezionati sempre singolarmente. Un servizio innovativo che fornisce un'esperienza di benessere attenta ai dettagli nei bagni fuori casa.

“*Negli ultimi anni abbiamo parlato ed intervistato sempre più dipendenti e lavoratori, per conoscere le loro abitudini nell’utilizzo dei bagni presenti nei luoghi di lavoro o nei luoghi pubblici. Abbiamo quindi pensato ad un servizio per le donne, in grado di rispondere ad un bisogno di cui spesso non si parla o per vergogna o a causa di un disagio. Dignity è il servizio che accompagna le aziende, i plessi scolastici e gli uffici pubblici nel dare un chiaro e concreto segno di attenzione al benessere delle proprie utenti, proprio in “quei giorni” un po’ più complessi da gestire. Dalla nostra recentissima ricerca è infatti emerso come questo sia un tema su cui c’è ancora molto da lavorare.”* – commenta **Elena Ossanna, Amministratore Delegato di Rentokil Initial Italia** **–** “*Siamo certi che questo nuovo servizio rappresenti una vera e propria forma di progresso culturale ed una soluzione apprezzata da molte utenti . Lo pensa* ***il 93% della popolazione femminile intervistata per la nostra indagine ma soprattutto l’83% del campione maschile intervistato, che ritiene l’introduzione di questo servizio perfetto per abbattere gli attuali tabù culturali legati al ciclo mestruale.****”*

*\*\*\**

**Rentokil Initial**

Rentokil Initial è il maggior fornitore al mondo di servizi per le aziende. Da oltre 90 anni l’azienda - nata dalla fusione di due società - si occupa di Pest e Hygiene Services. Attiva in oltre 90 Paesi al mondo - in Europa, Asia, Oceania, America e Africa - conta più di 57.000 dipendenti e un fatturato annuo di £ 3 miliardi. La filiale italiana opera oggi con due divisioni: Initial Hygiene, specializzata in servizi per l’igiene e marketing olfattivo, che si è ampliata grazie all’acquisizione di CWS-boco Italia e di LFree, e Rentokil Pest Control, dedicata ai servizi per la disinfestazione e monitoraggio degli infestanti e la disinfezione degli ambienti. Lo staff è composto ora da oltre 600 dipendenti, con un personale tecnico suddiviso su molteplici filiali nel territorio nazionale. Nel 2021 la società ha acquisito Gico Systems, azienda italiana specializzata nel pest control e allontanamento volatili. Rentokil ha un'esperienza globale dal Nord America all'Europa, anche grazie alla recente acquisizione di Terminix, società leader del Pest Control in Nord America.

**Contatti per la stampa**

Liliana Panzino, Federica Castagna

Noesis Comunicazione - Tel. 02 8310511

Email:[**rentokil-initial@noesis.net**](mailto:rentokil-initial@noesis.net)

 [@Initial\_Italia](https://www.instagram.com/initial_italia/) C:\Users\cristina_g\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.MSO\9768F7B.tmp[Initial italia](https://www.youtube.com/channel/UCM8tVRNsb3ZFUdKuVtAj7-w) Linkedin Logo - Vettori e PSD gratuiti da scaricare[Initial Italia](https://www.linkedin.com/company/initial-hygiene-italia/) [Initial Italia](https://www.pinterest.it/InitialItalia/)

**#Dignity**

1. *Indagine commissionata da Initial Italia a mUp Research - svolta fra il 24 ed il 28 novembre 2023 attraverso la somministrazione di n.1607 interviste CAWI ad un campione di individui in età compresa fra 16 e 60 anni, rappresentativo della popolazione italiana residente sull’intero territorio nazionale nell’intervallo di età considerato.* [↑](#footnote-ref-1)