

Comunicato Stampa

15 ottobre 2018

Global Handwashing day: lavarsi le mani è un rito salvifico che migliora l'umore e ... il business!

In occasione del 15 ottobre, "Giornata Mondiale per il lavaggio delle mani", Essity diffonde i risultati della ricerca globale "Hygiene and Health Report 2018-2019" da cui emergono abitudini bizzarre legate al lavaggio delle mani, in Italia e nel resto del mondo

Ancora oggi lavare le mani, nel modo giusto, rimane uno degli interventi sanitari più efficaci e meno costosi per prevenire malattie infettive, anche nei Paesi più sviluppati. Non solo una questione di buona educazione dunque: lavarsi le mani con il sapone diventa un rito salvifico, capace di migliorare anche l'umore... e il business! In occasione della **Giornata Mondiale per il lavaggio delle mani Essity**, azienda leader mondiale nei settori dell'igiene e della salute con i suoi brand TENA, Nuvenia, Tempo, Tork, Demak'Up, Libero, Leukoplast, Jobst e Actimove, diffonde i dati della ricerca "**Hygiene and Health Report 2018-2019**" per sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza dell'argomento e aumentare conoscenza e consapevolezza sul tema.

"Dimmi da dove vieni e ti dirò quando, come e perché ti lavi le mani" si potrebbe affermare dopo un'analisi dei dati emersi nella survey di Essity. Ogni paese infatti ha le sue abitudini igieniche che variano in base alla cultura, al livello di sviluppo e all'educazione. Così, mentre in **Spagna il 65%** degli intervistati non si lava le mani dopo aver **soffiato il naso**, in **Cina** non è diffuso lavarsi le mani dopo aver **medicato una ferita** (precisamente il 55% del campione preso ad esame dichiara di non farlo). E ancora: gli **svedesi** non si lavano le mani dopo aver **accarezzato un animale (il 67%)**. Mentre, al contrario che in Italia, in **Olanda** sembra che in molti (**il 58%** del campione intervistato) non usino **lavarsi le mani prima di mangiare**.

In **Italia** infatti lavarsi le mani prima dei pasti è una consuetudine, come lo è farlo dopo aver utilizzato il bagno, trafficato con l'immondizia, cucinato o toccato degli animali. Curioso è il fatto che gli italiani sentano maggiormente l'urgenza di lavarsi le mani quando entrano in un contatto con un malato rispetto a dopo essersi soffiati il naso o cambiato un pannolino!

In Italia le donne si lavano le mani con più frequenza degli uomini, in media 9,6 volte al giorno

In quasi tutti i paesi intervistati risulta che siano le donne a lavarsi con maggior frequenza le mani. In **Italia**, ad esempio, durante una giornata, gli uomini si lavano le mani in media 7,3 volte mentre le donne circa 10 volte. Lo stesso scenario sembra ripetersi in Europa, in Messico, negli USA e in Australia. Solo in Cina i risultati cambiano: donne e uomini sembrano condividere le stesse abitudini igieniche. Le donne si lavano le mani rispettivamente in media 6,7 volte mentre gli uomini 6,8 volte.

Lavare le mani in maniera appropriata migliora la qualità d'interazione tra le persone e ha un impatto positivo sull'umore

Più della metà degli intervistati dichiara infatti di sentirsi più a proprio agio nell'entrare in contatto con le persone che rispettano certi standard igienici. La consuetudine di lavarsi le mani in modo appropriato incoraggia le persone (3 su 10) a stringere mani sconosciute; un intervistato su 5 dichiara perfino di essere più incline ad abbracciare un estraneo o aiutarlo in caso di necessità. **Inoltre sapere che più persone si lavano le mani rende la gente più felice!** 8 intervistati su 10 confessano che tale consapevolezza ha un vero e proprio impatto positivo sul loro benessere mentale, **soprattutto se si parla del luogo di lavoro.**

Mantenere pulite le mani migliora anche il business! 4 persone su 10 giudicano di estrema importanza lavarsi spesso le mani durante la giornata lavorativa

Nei luoghi di lavoro in molti dichiarano di sentirsi più rilassati e soddisfatti se i colleghi promettono di lavarsi spesso e bene le mani. Il rispetto della buona educazione igienica può migliorare anche i risultati economici, le vendite e sviluppare fiducia. Anche i clienti la pensano allo stesso modo: ad esempio se lo staff di un ristorante rispetta un'appropriata routine igienica le persone torneranno a mangiare più volentieri!

La ricerca "Hygiene and Health Report 2018-2019"

La ricerca "Hygiene and Health Report 2018-2019" è stata condotta da Essity tra novembre e dicembre 2017 in 15 Paesi (USA, Messico, Brasile, Regno Unito, Svezia, Francia, Russia, Germania, Paesi Bassi, Spagna, Italia, Sud Africa, India, Cina e Australia), per un totale di 15.530 persone intervistate.

Per l'Italia hanno risposto al sondaggio 1.023 persone, di cui il 52% donne e il 48% uomini, dai 16° anni agli over 61, principalmente residenti in aree urbane e con almeno un/a figlio/a.

Per ulteriori informazioni contattare:

Anna Del Piccolo, Ufficio Stampa Essity, 335 8470267, anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com

Arianna Bonfioli, Ufficio Stampa Essity, 342 1540357, arianna.bonfioli@omnicomprgroup.com

Martina Porzio, Ufficio Stampa Essity, 02 31804716, martina.porzio@omnicomprgroup.com

Essity

Essity è un'azienda globale leader nel settore dell'igiene e della salute e che opera per migliorare il benessere attraverso prodotti e soluzioni essenziali per la vita di tutti i giorni. Il nome Essity nasce dalle parole inglesi "essentials" e "necessities". Il modello di business si basa su uno sviluppo sostenibile, focalizzato sulla creazione di valore per le persone e la natura. La società commercializza i propri prodotti in circa 150 paesi tramite marchi leader a livello globale quali TENA e Tork e altri importanti marchi tra cui Jobst, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda e Zewa. Essity impiega circa 48.000 dipendenti e nel 2017 ha realizzato un fatturato netto pari a 11,3 miliardi di euro. La società ha sede a Stoccolma, Svezia, ed è quotata al NASDAQ di Stoccolma. Per maggiori informazioni visitare il sito: www.essity.com