

Comunicato Stampa

19 Novembre 2018

The World Toilet Day: sognando uffici e scuole con servizi igienici più puliti e attrezzati

In occasione del 19 Novembre, “Giornata Mondiale della Toilette”, Essity pubblica i dati della ricerca “Hygiene and Health Report 2018-2019” da cui emerge il bisogno di avere toilette pubbliche più pulite, attrezzate e sicure per tutti

Il 19 novembre 2013 nasce la **Giornata Mondiale della Toilette**, istituita dall’Onu con l’obiettivo di assicurare a tutti, entro il 2030, l’accesso a servizi igienico sanitari puliti e sicuri.

Essity, leader mondiale nei settori dell’igiene e della salute con i suoi brand **TENA, Nuvenia, Tempo, Tork, Demak’Up, Libero, Leukoplast, Jobst e Actimove**, presenta quest’anno i risultati della ricerca internazionale **“Hygiene and Health Report 2018-2019”**, che indaga il rapporto tra persone e bagni pubblici, in particolare all’interno dei luoghi di lavoro e nelle scuole.

Dallo studio emerge che, in **Italia, 3 intervistati su 10 non usano il bagno sul posto di lavoro.**

Il nostro Paese infatti, risulta al **terzo posto tra i paesi più refrattari all’utilizzo dei servizi igienici** alle spalle di **Messico e Francia.**

A spiegare questa **diffidenza** sono innanzitutto la presenza di **bagni sporchi e antigienici**; la difficoltà di condividere i servizi igienici con altre persone, **la mancanza di un’idonea attrezzatura** come **sapone e/o carta igienica**, e la sensazione di non avere la giusta privacy.

Gli **svedesi**, gli **inglesi** e gli **australiani sembrano invece farsi meno problemi**, risultando i più inclini all’uso del bagno pubblico, almeno al lavoro. Sarà perché hanno bagni più puliti e attrezzati? O è solo una questione di adattamento? La domanda resta aperta.

Dai luoghi di lavoro alle **scuole**, anche i luoghi deputati all’educazione non sono indenni alle critiche. **Il 51% dei genitori italiani infatti, afferma che i propri figli evitano di utilizzare i bagni scolastici.** Di questi, **l’11% ha raccontato che i figli non li usano addirittura mai.** Fra i motivi che impediscono a bambini e ragazzi di utilizzare con tranquillità e serenità i gabinetti ci sono il **disordine** e le **condizioni igieniche non ottimali**: il **52%** di coloro che hanno risposto alle domande, infatti, ha affermato che è proprio la **mancanza di ordine e la poca pulizia** a dissuadere i figli dall’usare le toilette. A questo si aggiunge la **frequente mancanza** di prodotti necessari quali **sapone e/o carta igienica**, come ha sottolineato il **47%** dei genitori intervistati con figli in età scolare.

Gli studenti più inclini all’uso dei bagni scolastici sembrano essere invece, in ordine, i **russi, gli spagnoli e gli inglesi.**

“Che sia a scuola o nei luoghi di lavoro, un bagno pulito e sicuro garantisce salute, dignità e benessere. Soprattutto laddove passiamo la maggior parte della nostra giornata, è necessario garantire servizi igienici attrezzati e moderni, che rispondano ad adeguati

standard di qualità. È significativo il fatto che anche in un Paese civilizzato come il nostro ci siano ancora percentuali così elevate di persone che non utilizzano i servizi”, commenta Riccardo Trionfera, Commercial Director Professional Hygiene Essity Italia.

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 figlio.

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

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