

Comunicato Stampa

Ricerca Essity su Tampon Tax: l'84% degli italiani a favore della riduzione IVA sugli assorbenti

Secondo la ricerca, commissionata da Essity e svolta su un campione di oltre 1000 italiani (donne e uomini tra i 15 e i 65 anni), 9 intervistati su 10 considerano gli assorbenti femminili come beni essenziali

Milano, 6 settembre 2021 – Il ciclo non è un lusso e gli assorbenti – beni primari ed essenziali per tutte le donne – devono dunque essere tassati come tali. Il dibattito sulla Tampon Tax in Italia (ovvero l'ipotesi di riduzione al 10% o al 4% dell'IVA sugli assorbenti) si fa sempre più acceso, sintomo di un crescente interesse da gran parte della popolazione. A dimostrarlo, una ricerca Essity, azienda leader nei settori dell'igiene e della salute nota per i suoi brand TENA, Nuvenia, Tempo, Tork, Demak'Up, Libero, Leukoplast, Jobst e Actimove, svolta da AstraRicerche su un campione di oltre 1000 italiani (donne e uomini tra i 15 e i 65 anni).

Il dibattito sulla Tampon Tax, infatti, è noto a 6 italiani su 7: il 53% dichiara di conoscerlo bene (63% tra le donne, 43% tra gli uomini, più tra i 15-34enni: 60%), il 32% di averlo sentito ma senza averlo approfondito, e solo il 15% non lo ha mai sentito nominare (il 19% degli uomini, il 22% dei 55-65enni). Il dato più rilevante della ricerca riguarda **l'85% degli italiani che si dichiara a favore della riduzione dell'IVA sugli assorbenti almeno al 10%:** di questi, il 72% è totalmente favorevole (78% per le donne, 64% per gli uomini, crescente con l'età dal 64% dei 15-24enni al 77% dei 55-65enni), senza rilevanti differenze per area geografica; a essere contrario è solo il 6% (con il 3% totalmente contrario).

Tra i motivi spontaneamente indicati a favore della proposta, il fatto che si tratti di beni primari/essenziali/non di lusso (secondo il 91%, con gli uomini all'85%), che tassare beni necessari al pari di quelli di lusso "è insopportabile" (secondo l'88%, con gli uomini all'82%), che limiterebbe la spesa sostenuta dalle donne (e dalle famiglie nella loro interezza), e, infine, perché la Tampon Tax è considerata una vera discriminazione nei confronti di tutte le donne (secondo il 10%). A confermare questa tendenza, anche il fatto per cui – secondo gli intervistati – altri Paesi europei hanno già attuato riduzioni simili, mentre l'Italia no: dunque, si tratta di una tassa che **"rimarca la disparità di genere uomo-donna"**.

Ecco perché secondo l'83% degli intervistati la riduzione dell'IVA sugli assorbenti femminili è considerata una **questione di giustizia e di civiltà, utile a rendere l'Italia un paese più moderno e civile (secondo l'81%).** E' forte, infatti, la richiesta di detassazione che includa non solo gli assorbenti compostabili e biodegradabili, ma tutti i prodotti igienici femminili (secondo l'80%).

Infine, tutte le iniziative di contrasto alla Tampon Tax sono molto apprezzate e ritenute utili dalla maggioranza degli intervistati:

- Fornitura gratuita di assorbenti nelle scuole e nelle università (52%);
- Fornitura gratuita alle donne in stato di difficoltà economica (50%);
- Enti pubblici che ‘pagano’ l’IVA degli assorbenti venduti in farmacia (46%), (come è capitato recentemente nelle farmacie comunali di alcune città, a partire da Firenze, ma anche in Emilia Romagna, Lombardia e Campania).

In questo scenario si inserisce l’iniziativa del brand Nuvenia “L’IVA la assorbiamo noi”, valida dal 1° luglio 2021 al 31 dicembre 2021. Nei supermercati, farmacie, parafarmacie e negozi specializzati, le donne che acquisteranno assorbenti Nuvenia potranno richiedere il rimborso dell’IVA per ogni prodotto acquistato, regolamento e dettagli su www.livalassorbiamonoi.it

“La riduzione della Tampon Tax ha un significato sociale importante e rientra a pieno titolo nella nostra lotta contro le differenze di genere e i pregiudizi che limitano la libertà e il benessere delle persone. Da anni Essity è impegnata nel rompere i tabù legati al ciclo mestruale e all’igiene femminile, promuovendo un dialogo pubblico, a fianco delle donne”.
Dichiara **Lucia Tagliaferri, Direttrice Commerciale Consumer Goods Essity Italia.**

Anna Del Piccolo, Ufficio Stampa Essity, 335 8470267, anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com
Alessandra Quintavalla, Ufficio Stampa Essity, alessandra.quintavalla@omnicomprgroup.com

Essity

Essity è un’azienda leader globale nei settori dell’igiene e della salute. Siamo impegnati nel miglioramento della vita delle persone attraverso prodotti e servizi sempre più mirati al benessere dell’individuo. Commercializziamo i nostri prodotti in circa 150 paesi tramite brand leader a livello globale quali TENA e Tork, oltre ad altri brand affermati come JOBST, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda e Zewa. Essity conta circa 46.000 dipendenti. Nel 2020 ha registrato un fatturato di circa 122 miliardi di SEK (11,6 miliardi di EUR). La società ha sede a Stoccolma, Svezia, ed è quotata al Nasdaq di Stoccolma. Essity si impegna nell’abbattere le barriere al benessere e intende contribuire ad una società più sana, sostenibile e circolare. Per maggiori informazioni visitare il sito: www.essity.com o www.essity.it