

**CLASS ACTION**  
IL NUOVO MODO  
DI DIFENDERE  
I NOSTRI DIRITTI

**E ORA  
LE AZIENDE  
AIUTANO  
I PAPA'**

**YOGA  
E PILATES  
ARRIVANO  
IN PISCINA**

**MINI GUIDA AL  
ROSSETTO  
GIUSTO  
PER L'ESTATE**

FENOMENI  
VADO  
A VIVERE  
IN UN  
BORGO

GLITTER, LUREX E PAILLETTES

## ELODIE FA SCINTILLE

1,60 €

GRUPPO A MONDADORI

Y ITEM?

### CONTRO LA "TAMPON TAX"

Le immagini di questo servizio fanno parte di una campagna, realizzata dalle creative inglesi Sali Horsey e Zoe Nash, per sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema "tampon tax". Il Parlamento britannico ha proposto una mozione per rimuovere la tassa del 5% sui prodotti sanitari femminili che, come in Italia, sono considerati beni di lusso non essenziali.

Gabanelli ha calcolato che, in un anno, ogni donna spende all'incirca «126 euro fra assorbenti esterni e interni, e di questi 22,88 euro vanno in tasse. La stessa Iva è applicata anche alle più durevoli "mooncup", vendute in 1 milione di pezzi». Secondo una stima della società Market Research Future per Reuters, il mercato della coppetta raggiungerà nel 2025 i 48 miliardi di dollari nel mondo e già oggi è un'alternativa molto apprezzata dalle millennials. Come conferma Paola Sammarro, che a Milano gestisce la neonata Bottega della luna, il primo negozio dedicato alle mestruazioni in Italia, corner "fisico" di Intimaluna, azienda del Lodigiano che realizza e importa prodotti ecosostenibili per l'igiene femminile. La Bottega ha prezzi in linea con quelli online e punta a diventare un luogo di incontro dove affrontare argomenti sui quali ancora regna molta disinformazione. «Organizzeremo dei corsi per parlare di mestruazioni, menarca, perineo, corpo femminile, temi sui quali ci sono ancora tanti tabù» spiega Sammarro.

**I prodotti sanitari sono il 2,5% dei rifiuti solidi urbani: ma presto li ricicleremo.** Proprio le nuove generazioni sono il mercato più sensibile a un'altra importante questione legata al tema mestruazioni: il pesante impatto ambientale degli assorbenti (ogni donna in media ne utilizza 12.000 nell'arco di una vita), la cui

5,5% già nel 2015, la segretaria per le pari opportunità Marlène Schiappa sta portando per una "menstrual revolution": un emendamento che garantisca



THE LATEST LUXURY ITEM

INCHIESTA

## PERCHÉ IN ITALIA GLI ASSORBENTI SONO UN LUSO?

di Silvia Schirini

Francia, Scozia, Irlanda: sono sempre di più gli Stati europei che abbassano o aboliscono le tasse sui prodotti per il ciclo. Nel nostro Paese, invece, l'Iva rimane al 22%. Con il rischio di aumentare la "povertà mestruale": un fenomeno con importanti ricadute sulle donne in difficoltà economiche

**S**i chiama "period poverty" e sta diventando un problema talmente diffuso nel mondo da spingere l'Unicef a indire una Giornata Internazionale per sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema (si celebra il 28 maggio). Secondo l'agenzia delle Nazioni Unite, 2,3 miliardi di persone non hanno accesso ai servizi igienici di base, con conseguenze ancora più gravi per le donne quando sono nel periodo mestruale. Non accade solo nei Paesi in via di sviluppo: in molti Stati occidentali gli assorbenti non sono considerati beni di prima necessità e sono perciò soggetti a una tassazione altissima. In Inghilterra, secondo un'indagine di Plan International U.K., il 10% delle ragazze tra i 14 e i 21 anni dichiara di non potersi permettere prodotti sanitari di prima necessità e quindi diserta la scuola quando ha il ciclo. In Francia, dove l'Iva sui prodotti di uso femminile era stata ridotta dal 20



THE LATEST LUXURY ITEM

SECONDO L'UNICEF, 2,3 MILIARDI DI PERSONE NEL MONDO NON HANNO ACCESSO AI SERVIZI IGIENICI DI BASE. CON CONSEGUENZE ANCORA PIÙ GRAVI PER LE DONNE QUANDO INVIANO LE MESTRUAZIONI