



**ADICONSUM**

Associazione Difesa Consumatori APS

*dal 1987*

# GIVE ME 5 4 GENDER EQUALITY

**5** GENDER  
EQUALITY



Progetto realizzato da Adiconsum, in collaborazione con UniCredit nell'ambito di Noi&UniCredit, il programma di partnership fra la banca e le Associazioni Consumatori di rilevanza nazionale



# **INDICE**

**Il progetto**

**Dati socio-demografici**

**Le risposte**

**I profili**

**Le parole chiave di “Give me 5!”**

**Dalle parole alle immagini**

**Note**

# IL PROGETTO

“**Give me 5 for Gender Equality**” è un progetto focalizzato sul tema della **parità di genere** realizzato in collaborazione con UniCredit nell’ambito di Noi&UniCredit, il programma di partnership fra la banca e le Associazioni Consumatori di rilevanza nazionale a cui Adiconsum partecipa attivamente dal 2005.

La parità di genere è una tematica fondamentale per lo sviluppo sostenibile del pianeta.

La sostenibilità è infatti una condizione che sussiste quando persone, ambiente ed economia si trovano in una condizione di benessere. Quindi non ci può essere sostenibilità in presenza di discriminazioni di qualsiasi tipo.

Proprio per questo, nell’Agenda 2030 dell’ONU, che indica obiettivi concreti a livello mondiale per trovare soluzioni alle grandi sfide del pianeta quali povertà, crisi sanitarie, cambiamenti climatici, è stato inserito il **goal numero 5 - Gender equality** che riguarda, tra l’altro, il contrasto alle violenze di genere, la difesa dei diritti riguardanti il lavoro e la parità salariale.

Fortunatamente, nel nostro paese non esistono fenomeni quali quelli delle spose bambine o delle mutilazioni (menzionati nei global goals come problemi da affrontare), tuttavia persistono delle importanti sfide di carattere sociale come rappresentatività e parità salariale, violenza di genere e femminicidi che, ancora oggi, continuano ad essere una piaga per la società.

## Principali obiettivi del progetto:

- Indagare **il rapporto dei cittadini-consumatori con gli aspetti della sostenibilità legati alla parità di genere**;
- Approfondire la **conoscenza e la sensibilità** rispetto a questo tema;
- Comprendere quanto le politiche di **genere attuate da aziende, banche ed enti** siano tenute in considerazione nel momento della scelta di acquisto di beni e servizi;
- Verificare quanto consumatrici e consumatori sono in grado di individuare **casi virtuosi**;
- Promuovere **la sostenibilità sociale** in relazione alla parità di genere e la **complementarietà tra sostenibilità sociale, ambientale ed economica e scelte di consumo** per contribuire ad indirizzare le aziende verso politiche più coerenti con la parità di genere.

Nell'ambito del progetto è stato realizzato un **sondaggio**, diffuso tramite i canali media e social di Adiconsum, volto a supportare consumatori e consumatrici nel prendere consapevolezza di quanto siano attivi sul fronte della parità di genere e quali altre azioni possano mettere in campo per dare il loro contributo al raggiungimento dell'obiettivo n. 5 dell'Agenda 2030 dell'ONU.

Al termine della compilazione della survey, gli **oltre 540 partecipanti al sondaggio** hanno ricevuto un profilo differenziato in base a quanto hanno affermato di supportare la parità dei diritti tra donne e uomini attraverso scelte di consumo consapevoli e di avvedersi delle disparità che si celano nei comportamenti di aziende ed enti.

# DATI SOCIO-DEMOGRAFICI

## Genere



**Donna**

**60%**



**Uomo**

**33%**



**Non  
risponde**

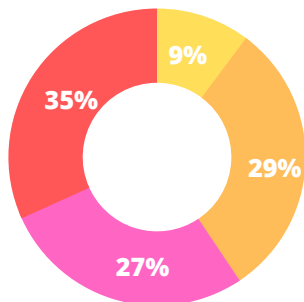
**5%**



**Non  
binario**

**2%**

## Età



**18-30**

**31-49**

**50-60**

**over 60**

## Titolo di studio



**Laurea /  
master /  
dottorato**

**52%**



**Diploma**

**39%**



**Licenza  
elementare-  
media**

**9%**

## Distribuzione Geografica



**Nord**

**34%**



**Centro**

**42%**

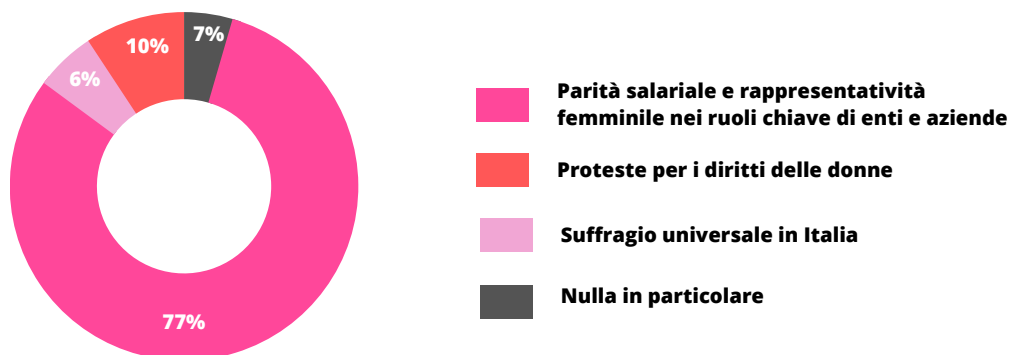


**Sud e Isole**

**24%**

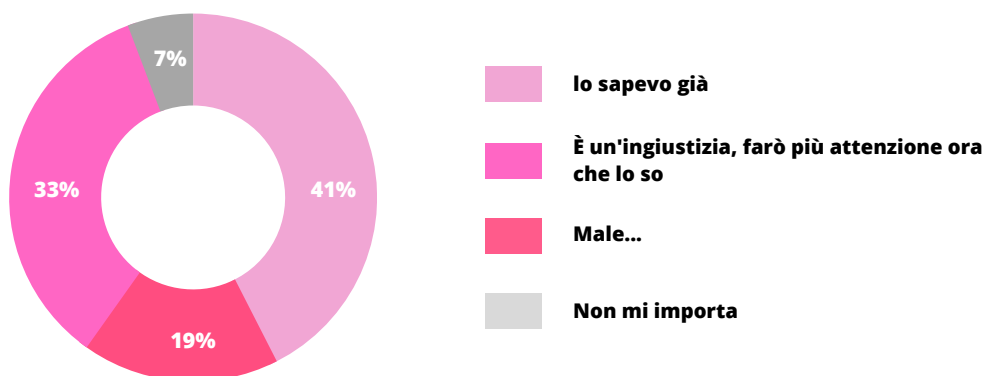
# LE RISPOSTE

La parola parità di genere ti fa pensare a:



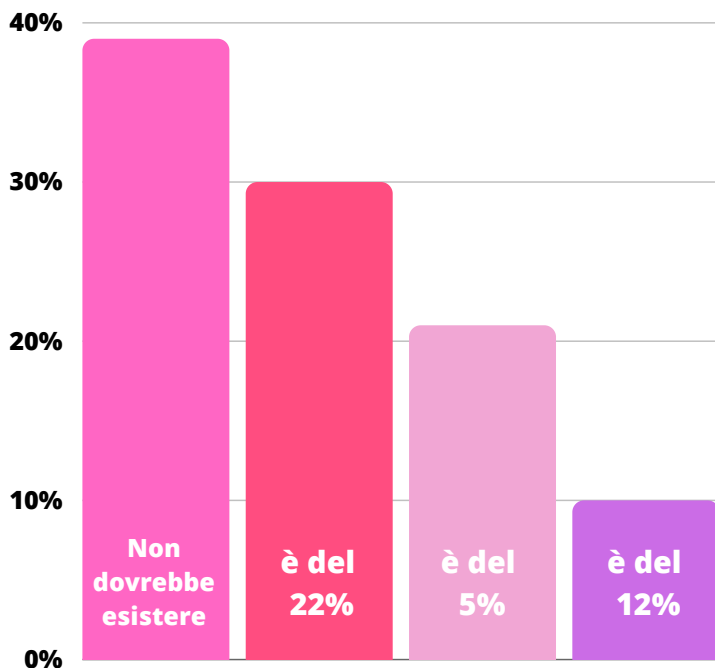
Per il 77% dei partecipanti al sondaggio il tema della parità è associato a quello della parità di retribuzione e rappresentatività.

Se ti dicessero che il costo di alcuni prodotti viene influenzato dal genere (es. i profumi/deodoranti femminili costano più di quelli maschili della stessa marca) come reagiresti?



I dati raccolti evidenziano come **la maggior parte degli intervistati** (sia uomini che donne) è a conoscenza del fatto che esistono **discriminazioni di prezzo in base al genere e le valuta negativamente**.

## Che tu sappia, l'iva su tamponi e altri prodotti di igiene intima femminile è del:



**Dal 2023** l'iva sui tamponi e altri prodotti di igiene intima femminile è del **5%** (a partire dal 2024 potrebbe tornare al 10%) tuttavia il sondaggio evidenzia come pochi consumatori siano al corrente di questa novità mentre la maggior parte dei partecipanti ha affermato che, trattandosi di prodotti di prima necessità, questa taxa di genere non dovrebbe esistere.

# SAPEVI CHE...

**Le discriminazioni di prezzo basate sul genere** sono state osservate in diverse industrie, i settori in cui questa pratica è più diffusa includono giocattoli, abbigliamento e prodotti per la cura personale e servizi.

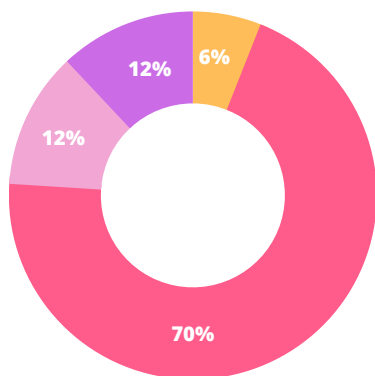
In alcuni casi, prodotti simili o identici sono venduti a prezzi diversi in base al genere del consumatore. Questo fenomeno riguarda infatti entrambi i generi, tanto che si tende a parlare di **Pink** o **Blue tax**.

Ad esempio, giocattoli rivolti alle ragazze spesso presentano prezzi più elevati rispetto a quelli rivolti ai ragazzi, anche se le differenze funzionali sono minime o inesistenti: lo studio "**From Cradle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer**" realizzato dal "**Department of Consumer Affairs di New York City nel 2015**" è tutt'oggi uno dei paper più completi sulla tematica e fece particolare scalpore per il caso del monopattino da bambine venduto al doppio del prezzo rispetto a quello da bambini, nonostante l'unica differenza fosse il colore.

Uno studio condotto da Idealo nel 2020 in Italia riguardo a questo tema ha rilevato come **i deodoranti e i prodotti per il viso sono più costosi per le donne** rispettivamente del 51,1% e del 57,2% rispetto a prodotti maschili simili per caratteristiche mentre **scarpe sportive (+11,4%) e prodotti per la cura del corpo (+34,6%) sono più costosi per gli uomini**.



## Recentemente si è tornato a parlare del tema della gratuità della pillola anticoncezionale, secondo te:



70%

Ripristinarne la gratuità è molto importante, ma credo che sia fondamentale unire anche una corretta educazione per aumentare la consapevolezza soprattutto tra i più giovani

12%

Ritengo positivo il fatto che si voglia rendere la pillola anticoncezionale gratuita, ma prima di tutto bisogna vedere se la proposta sarà approvata e in quale modo

12%

Penso che sia un'ottima iniziativa, appena sarà una realtà contribuirò a diffondere la notizia

6%

Non mi interessa

La stragrande maggioranza dei partecipanti ha espresso una valutazione positiva nei confronti della proposta di ripristinare la gratuità della pillola anticoncezionale, suggerendo, in particolare, di affiancare questa facilitazione ad una corretta educazione

## In Italia c'è ancora molto da fare in tema di sostenibilità sociale in particolare in termini di parità di genere. A tuo parere questa tematica è...

64%

Poco sentita da chi la dovrebbe sostenere

9%

Sentita

19%

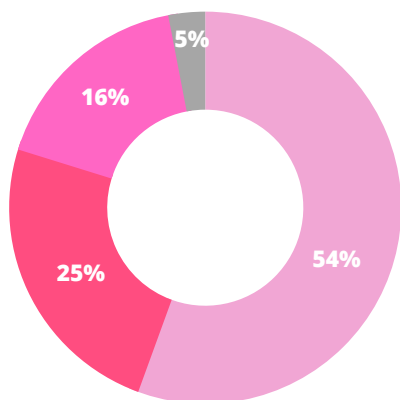
Abbastanza sentita

8%

Poco sentita, d'altronde anche io non me ne preoccupo molto...

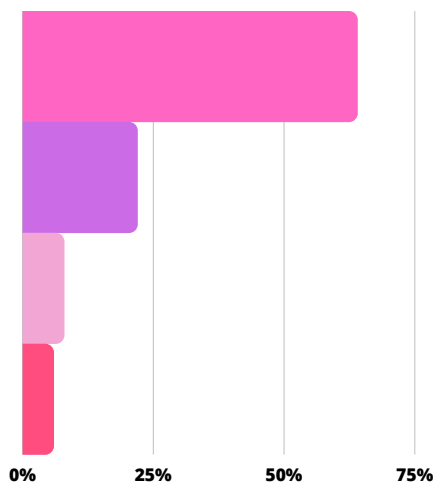
Più della metà delle persone partecipanti al sondaggio ritiene che istituzioni, imprese e governi non si occupino abbastanza di questo tema e una **quota non esigua (8%) ammette di non preoccuparsene** molto a dimostrazione di quanto ci sia ancora molto da fare sul fronte della **consapevolezza** dei cittadini-consumatori in tema di parità di genere.

Quanto consideri importante che un'azienda / ente si dedichi ai temi della sostenibilità sociale e, in particolare, al rispetto della parità di genere (pari retribuzione salariale, pari opportunità per ricoprire ruoli di leadership)?



- Fondamentale, la sostenibilità funziona solo se collaborano tutti gli attori coinvolti**
- Importante, le discriminazioni devono essere abolite**
- Importante, perché dobbiamo essere noi consumatrici/consumatori a influenzare il mercato verso queste scelte**
- Per niente importante**

Sapresti indicare quali enti o aziende attuano politiche di parità di genere?



**64%**

No, ma vorrei saperlo perchè credo che un ente/azienda sensibile al concetto di parità di genere avrà maggior rispetto dei miei diritti di consumatrice/consumatore

**22%**

Sì, a parità di caratteristiche scelgo sempre l'ente/azienda che rispetta maggiormente i principi di parità di genere

**8%**

Sì, si tratta di un fattore importante che pesa molto sulle mie scelte

**6%**

No, non mi interessa

## Il metodo migliore per informare consumatrici e consumatori su quali aziende attuano politiche di parità di genere...



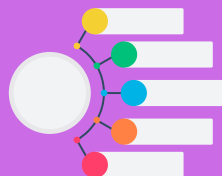
41%

È quello di utilizzare un marchio di sostenibilità sociale riconosciuto a livello mondiale



29%

È quello di far realizzare una classifica delle aziende che rispettano la parità di genere in modo che le cittadine e i cittadini siano informati



24%

È quello di realizzare un sito web/app curato da un ente affidabile dove siano riassunti in forma di infografica i bilanci di sostenibilità realizzati dalle varie aziende settore per settore



6%

Non è necessario fare nulla

### La sostenibilità e il rispetto delle politiche di genere pagano!

Consumatrici e consumatori attribuiscono grande importanza al fatto che le aziende pubbliche e private prestino attenzione ai temi della sostenibilità sociale.

La maggioranza degli intervistati (64%), afferma di non essere in grado di indicare quali imprese siano più attive nell'attuare politiche di parità di genere ma che sarebbe interessato a saperlo indicando l'utilizzo di un marchio di sostenibilità riconosciuto a livello mondiale come il metodo migliore per informare i cittadini-consumatori su quali aziende siano più attive su questo fronte.

# LAVORO E GENDER GAP

Quale tra questi settori secondo te tende ad essere meno inclusivo dal punto di vista della parità di genere e della promozione delle donne nei ruoli chiave?

Sulla base delle risposte pervenute appare evidente che, a parere della maggior parte degli intervistati/e (56%), **le donne sono quasi sempre sottorappresentate**, in particolare nei seguenti settori: **edilizio (16%), finanziario-bancario (9%) e politico (8%).**



Quasi sempre  
sottorappresentate  
(56%)



Edilizio  
(16%)



Finanziario-bancario  
(9%)



Politico  
(8%)



Industriale  
(5%)



Cinematografico  
(3%)



Enogastronomico  
(2%)



Turistico  
(1%)

# I PROFILI

In base alle risposte fornite ai partecipanti al sondaggio è stato restituito un profilo rappresentativo del loro rapporto/interesse con il tema della parità di genere. Ciascuno dei 4 profili è identificato con una figura archetipa ed una pietra: **samurai** - granato **artista** - labradorite **scienzatə** - onice verde **ignavə** - pietra grezza

## Samurai



*Come un/una modernə guerrierə affronti le sfide per la parità di genere a testa alta, hai la convinzione che il mondo possa e debba cambiare per diventare più giusto e inclusivo.*

*Una solida fede nei tuoi principi ti accompagna nelle tue battaglie, perché è proprio quando le cose vanno male che bisogna essere in grado di reagire con coraggio.*

*La figura del Samurai unisce passato, presente e futuro perché sai già che le conquiste passate devono essere ribadite ogni giorno e sono la base su cui costruire un futuro luminoso.*

**La tua pietra è il granato simbolo del coraggio**



## Artista



*L'ispirazione ti guida e ti permette di raggiungere gli altri attraverso l'arte; non importa che si tratti di fotografare, scrivere o parlare, sai che le tue idee possono raggiungere le persone anche senza necessariamente passare sotto i riflettori.*

*Per te il raggiungere la parità di genere passa da semplici gesti, la quotidianità è una tela che ogni giorno dipingiamo con le nostre scelte e tu hai la sicurezza che un giorno, scelta dopo scelta, questa tela si tingerà con i cangianti e vivaci colori dell'inclusione.*

**La tua pietra è la labradorite simbolo della creatività**

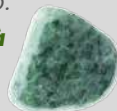


## Scienziatə



*Per te la parità di genere è una scelta razionale. Sei una persona a cui piace ragionare obiettivamente su dati certi, per te le informazioni devono essere sempre complete. Ciò non significa avere un atteggiamento freddo, anzi, per te i dati e le informazioni sono qualcosa di “vivo”, da condividere apertamente con gli altri in modo che tutti possano sapere, capire ed essere spunto di dialogo.*

**La tua pietra è l'onice verde simbolo di razionalità**



## Ignavə



*In base alle risposte date, di questo tema ti importa poco come tu ami ripeterti e ripetere a tutti.*

*Non ci sono personaggi che hanno cambiato il mondo infischandosene e ignorando il mondo che li circonda. Attualmente sei una pietra grezza coperta da un alone di pessimismo, in attesa di far splendere la gemma al suo interno; lucida con pazienza l'arte dell'apprendere e dell'ascoltare gli altri, scoprirai che per fare la differenza non servono grandi gesta, solo così una pietra grezza si mostrerà in tutto il suo splendore.*

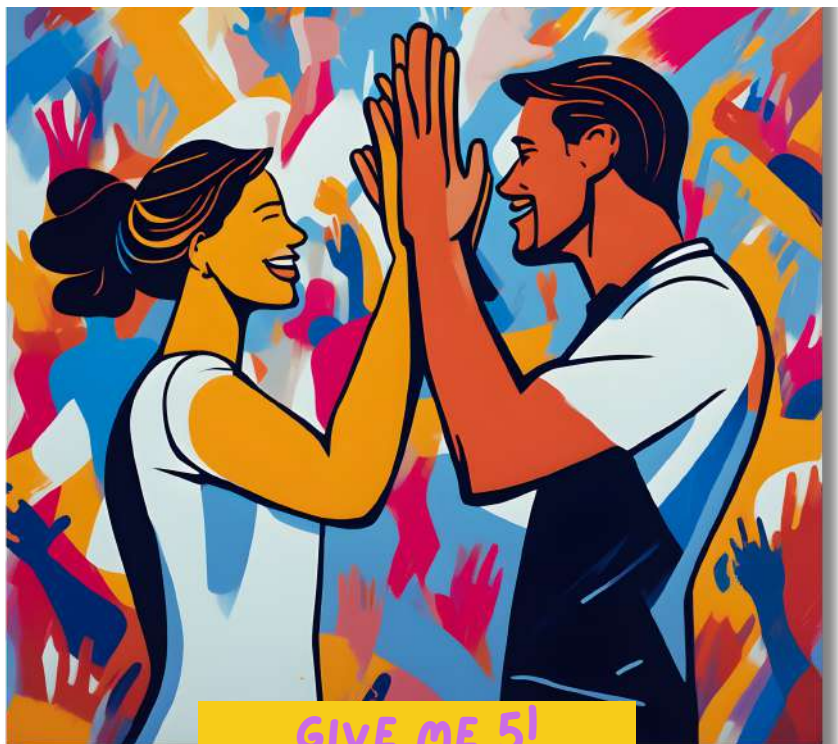


**Il profilo più diffuso fra i partecipanti è scienziatə (42%) seguono artisti (27%) e samurai (26%).**

**Esiguo il numero degli ignavə**

# LE PAROLE CHIAVE DI GIVE ME 5

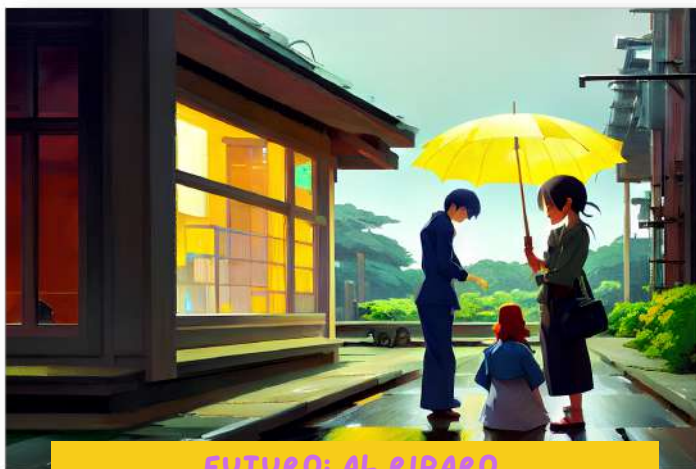
**Tecnologia** **Impresa** **Rivoluzione**  
**Equilibrio** **Studio** **Innovazione**  
**Analisi** **Crescere** **Opportunità**  
**Cambiamento** **Creatività** **Arte** **Parità**  
**Sport** **Riflessione** **Giustizia** **Manifesto**  
**Uguaglianza** **#GIVEME5**  
**Futuro**



GIVE ME 5!

# DALLE PAROLE ALLE IMMAGINI

In base agli input forniti nel corso del sondaggio dai partecipanti e con l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, sono state realizzate le seguenti immagini sulla parità di genere.



FUTURO: AL RIPARO  
DALLE DISCRIMINAZIONI

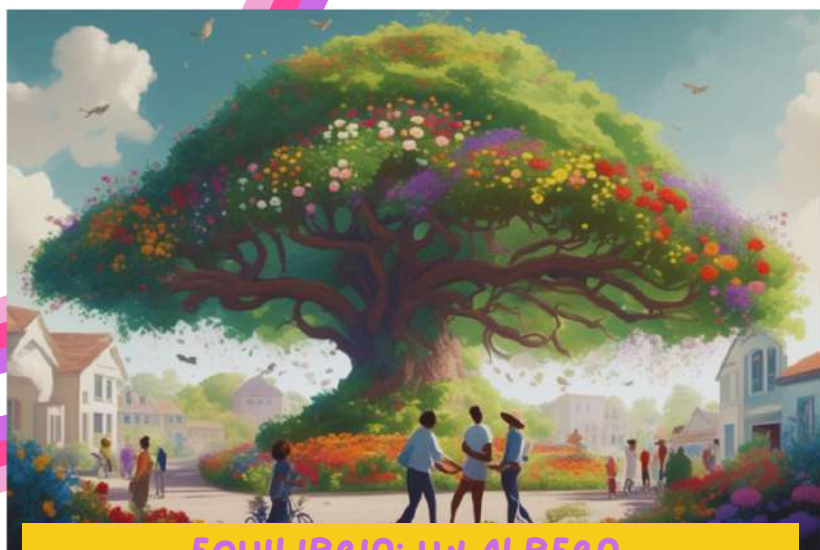


DIALOGARE PER LA PARITÀ





**COLLABORARE PER UN MONDO GIUSTO**



**EQUILIBRIO: UN ALBERO  
PER LA PARITÀ DI GENERE**



## NOTE

Nel corso della campagna social relativa a questo progetto, a fronte di una risposta molto positiva della grande maggioranza delle persone che ci seguono, che hanno partecipato al sondaggio e compreso come le politiche sulla parità di genere facciano bene all'intera società perché contrastano le violenze, aumentano gli introiti delle famiglie e permettono una miglior qualità della vita in generale, ci siamo imbattuti nei cosiddetti “odiatori seriali”, persone contrarie all'iniziativa e al concetto di parità di genere.

Ciò non ha fatto altro che rafforzare la nostra convinzione di quanto sia importante informare ed educare le persone sul tema della gender equality, garantire che donne e uomini abbiano gli stessi diritti e che, ancora oggi, tutto questo non può essere dato per scontato.

Questo progetto è stato possibile anche grazie a tutti coloro che hanno deciso di mettersi in gioco e partecipare al nostro sondaggio.

GRAZIE



Segui le iniziative di Adiconsum su [www.adiconsum.it](http://www.adiconsum.it)