

Pressmeddelande

Stockholm, 17 juni 2022

Essity och UNICEF i Mexiko förlänger framgångsrikt partnerskap kring hygien

Hygien- och hälsobolaget Essity och UNICEF i Mexiko har undertecknat ett nytt treårigt avtal för att gemensamt sprida kunskap om och öka medvetenheten kring vikten av god handhygien och bryta tabun kring menstruation. Samarbetet heter "Hygiene is our right" och lyfter barn och ungdomars rättigheter kring hälsa, utbildning och jämställdhet.

Enligt UNICEF* uppger 43 procent av flickor och tonåringar i Mexiko att de föredrar att stanna hemma under mensen framför att gå till skolan. Brist på tillgång till vatten och dåliga hygienfaciliteter i skolor kan bidra till bland annat högre frånvaro och sämre studieresultat. Dessutom är de allmänna kunskaperna om mens begränsade, vilket medför ett behov av utbildning, diskussioner och stöd för att förhindra diskriminering och stärka kvinnors rättigheter.

Essity och bolagets varumärke för mensskydd i Mexiko, Saba, har samarbetat med UNICEF i Mexiko sedan 2016 i syfte att öka dialogen bland ungdomar kring menstruation och hygienfrågor. Hittills har 7,5 miljoner människor nåtts av samarbetet.

2019 utökades partnerskapet till "Hygiene is our Right", och omfattar nu Essitys varumärke Tork i syfte att utbilda elever och lärare i Mexico City om vikten av god handhygien, bryta tabun kring menstruation och stärka standarder och riktlinjer för att stödja god hygien och hälsa i skolan. Som en del av programmet har Saba lanserat en app där användaren får koll på sin menstruationscykel, för att hjälpa flickor med menshygien. Sedan 2019 har ytterligare 200 000 personer, däribland 42 000 elever och nära 3 200 lärare i hela Mexiko fått information genom partnerskapet.

– Jag har med egna ögon sett hur "Hygiene is our right" har bidragit till att bryta tabun kring menstruation genom att ta med både pojkar och flickor i samtal om menstruation och samverka med kommuner för att förbättra möjligheterna till god handhygien. Genom att förlänga vårt partnerskap med UNICEF i ytterligare tre år fortsätter vi att bidra till ökat välbefinnande och jämställdhet bland barn och unga i Mexiko, säger Joséphine Edwall Björklund, Senior Vice President, Communications på Essity.

* Study of Knowledge, Attitudes and Practices on Water (CAP), Sanitation and Hygiene in elementary and secondary schools of the states of Chihuahua, Guerrero, Chiapas and Oaxaca.

För ytterligare information, kontakta:

Helena Hansen, Media Relations Manager, +46 70 616 96 69, helena.j.hansen@essity.com

Om Essity

Essity är ett ledande globalt hygien- och hälsobolag. Vi ökar människors välbefinnande genom våra produkter och tjänster. Försäljning sker i cirka 150 länder under de globalt ledande varumärkena TENA och Tork samt andra starka varumärken såsom Actimove, JOBST, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic, Vinda och Zewa. Essity har omkring 46 000 medarbetare. Nettoomsättningen 2021 var cirka 122 miljarder kronor (12 miljarder euro). Huvudkontoret ligger i Stockholm och Essity är noterat på Nasdaq Stockholm. Essity bryter barriärer för ökat välbefinnande och bidrar till ett hälsosamt, hållbart och cirkulärt samhälle. För mer information, besök www.essity.com