

Meer dan 25.000 Belgische jongeren zeggen al lessen te hebben gemist tijdens hun regels doordat ze geen geld hadden om menstruatieproducten te kopen

Always lanceert de beweging #StopMenstruatieArmoede en steunt twee organisaties op het terrein: BruZelle en Goods to Give.

Brussel, 16 december 2021 – Uit een nieuwe enquête¹ van iVox in opdracht van Always blijkt dat 1 op de 15 Belgen het zich vandaag nog steeds niet kan veroorloven om elke maand menstruatieproducten te kopen, vooral in het zuiden van het land. Menstruatiearmoede werkt schooluitval en sociale uitsluiting in de hand, want veel Belgische jongeren missen lessen doordat ze geen periodieke bescherming kunnen kopen. Dat is het geval voor 1 op de 10 Belgische jongeren tussen 12 en 25 jaar, ofwel meer dan 25.000 mensen. Met de beweging #StopMenstruatieArmoede die vandaag in België wordt gelanceerd, timmert Always verder aan de missie die het al elf jaar nastreeft. Het merk geeft een steuntje in de rug aan twee organisaties op het terrein, BruZelle en Goods to Give, door meer dan 350.000 stuks periodieke bescherming te doneren.

‘Menstruatiearmoede’ betekent dat iemand het moeilijk heeft om aan periodieke bescherming te komen, of zelfs helemaal geen menstruatieproducten kan kopen als gevolg van armoede.² Een situatie waar ook in België helaas nog veel mensen mee te maken krijgen en die in de afgelopen maanden aandacht kreeg in acties van organisaties en het politieke debat. Desondanks blijft dit een realiteit, zo blijkt uit de resultaten van een nieuwe studie van Always.

Zuiden van het land in het rood

“Uit onze enquête blijkt dat menstruatiearmoede nog steeds 1 op de 15 mensen in ons land treft”, zegt Chloë Raemaekers, directeur Marketing & Sales bij Always België. “Dat cijfer is uiteraard nog altijd te hoog! De studie legt ook de verschillen bloot tussen het noorden en het zuiden van ons land: 2% van de Nederlandstalige ondervraagden zegt met dit probleem te kampen, tegenover 12% aan Franstalige zijde. Een groot verschil!”

1 op de 5 Belgen wijzigt dagelijkse activiteiten door ongesteldheid

De cijfers stijgen, wat ook wordt bevestigd door de cijfers van de gratis verdelingen door verenigingen die actief zijn op het terrein. Zo deelde BruZelle in 2020 nog 340.000 stuks maandverband uit, tegenover 644.390 vandaag, in 2021³. “We worden steeds vaker benaderd door scholen en universiteiten omdat ze sneller door hun gedoneerde voorraad zijn”, aldus Véronica Martinez, directeur van de vzw BruZelle. “Deze armoede speelt zich niet alleen af op straat, maar is dagelijkse kost voor veel jongeren. Elke maand delen we ongeveer 600 à 700 kits uit, goed voor bijna 14.000 stuks maandverbanden per week, op verschillende universiteiten en hogescholen in Brussel! Je kunt je voorstellen wat dat op nationaal niveau geeft ...”

Verder geeft een vijfde van alle ondervraagden aan soms feestjes of andere sociale activiteiten af te zeggen tijdens de menstruatieperiode.

Geïmproviseerde alternatieven voor wie geen geld heeft

¹ Online enquête uitgevoerd door onderzoeksbureau iVOX in opdracht van Always tussen 19 en 28 november 2021 bij 1000 Belgische vrouwen tussen 12 en 49 jaar oud die al ongesteld zijn geweest.

² Eén menstruatiecycclus kost gemiddeld 7,5 euro aan bescherming volgens A.-A. Durand en G. Dagorn in ‘Combien les règles coûtent-elles dans la vie d’une femme ?’, *Le Monde*, 2 juli 2019: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/07/02/precarite-menstruelle-combien-coûtent-ses-regles-dans-la-vie-d-une-femme_5484140_4355770.html

³ Cijfers voor de verdelingen van januari tot midden december 2021.



Bij gebrek aan toegang tot tampons, inlegkruisjes of maandverbanden geven mensen met menstruatiearmoede aan dat ze meestal hun toevlucht nemen tot geïmproviseerde alternatieven, zoals toiletpapier, keukenrol (dat meer absorbeert), zakdoekjes of een washand.

Taboe doorbreken en om hulp durven te vragen

Er hangt nog vaak een taboe rond menstruatie, maar dat lijkt stilaan te verminderen: de meerderheid (85%) van de ondervraagde Belgen vindt het niet lastig om over menstruatie te praten met de omgeving, meestal met vrienden (62%) of familie (57%). Maar het taboe blijft nog wel bestaan onder personen bij wie de nood het hoogst is: de helft (53%) van de respondenten die aangaven niet genoeg geld te hebben om menstruatiebescherming te kopen, houdt dat liever voor zichzelf of durft – in een kwart van de gevallen (25%) – zelfs niet om maandverbanden of tampons te vragen aan anderen. Via de beweging #StopMenstruatieArmoede wil Always met donaties de toegang tot periodieke bescherming vergemakkelijken en het taboe doorbreken, opdat mensen die het nodig hebben met een gerust hart om hulp durven te vragen.

1 maand om bij te dragen aan #StopMenstruatieArmoede

De missie van het merk Always is om alle menstruerende mensen te ondersteunen om hun leven lang zelfverzekerd te blijven en hen aan te moedigen om voluit voor hun eigen kunnen te gaan. "Voor ons is het ondenkbaar dat mensen vandaag de dag nog gedwongen worden school te missen omdat ze zich geen menstruatieproducten kunnen veroorloven," legt Chloë Raemaekers van Always uit. "Verenigingen zoals BruZelle en Goods to Give zijn essentieel voor mensen in precare situaties, daarom willen we hen vandaag steunen door meer dan 350.000 menstruatieproducten te schenken." Het merk zal voor elk Always-product dat tussen 6 januari en 6 februari 2022 in de winkel wordt gekocht een maandverband schenken aan Goods to Give en BruZelle. Die organisaties zullen vervolgens via hun netwerken gerichte verdelingen doen in scholen en universiteiten overal in het land.

"We zijn erg blij met de donaties van Always. Dit gedoneerde maandverband maakt het dagelijks leven van duizenden jongeren in België ongetwijfeld een stuk prettiger en comfortabeler", zeggen BruZelle en Goods To Give.

###

Om nog meer jongeren hierbij te betrekken zal Always de hashtag #StopMenstruatieArmoede verspreiden op sociale media via samenwerkingen met Belgische influencer-ambassadeurs. Zij zullen het onderwerp bespreken met experts van die organisaties om de noden op dit vlak onder de aandacht te brengen. Tot slot zullen er tijdens de hele maand januari tv-spots worden uitgezonden op de verschillende zenders van het land voor meer bewustmaking rond menstruatiearmoede.

###

Perscontacten:

Ketchum – Nikita Scheelen

nikita.scheelen@ketchum.com - +324 99 56 56 55

Over Always



Al meer dan 25 jaar ondersteunt Always generaties meisjes, vrouwen en menstruerende mensen over de hele wereld, vanaf de puberteit tot elke levensfase. Always biedt een breed scala aan maandverbanden en inlegkruisjes voor verschillende lichaamsvormen en menstruatiestromen. Veiligheid en transparantie zijn sterke merkbeloften en verbintenissen. Elk jaar worden meer dan 20.000 kwaliteitstesten uitgevoerd door onafhankelijke laboratoria op Always maandverbanden en hun componenten. Deze pads zijn gecertificeerd door de Skin Health Alliance, een onafhankelijke dermatologische accreditatie die verklaart dat de producten veilig zijn voor de huid. Voor meer informatie, zie <https://www.zininmeer.be/merken/always>.

Over BruZelle

BruZelle is een vzw die sinds oktober 2016 in heel België actief strijdt tegen menstruatiearmoede. Het werd tot stand gebracht door de vraag: hoe ga je om met je menstruatie als je in een precare situatie leeft? Om een antwoord te bieden op deze onrechtvaardige situatie voor alle menstruerende mensen die in precare omstandigheden leven, verzamelt en verdeelt BruZelle gratis menstruatiekits. Bovendien is het BruZelle's missie om mensen bewust te maken, te informeren, te communiceren en op te voeden over de menstruatieproblemen in een precare omgeving of in een noodsituatie en om het taboe dat aan menstruatie gekoppeld is te doorbreken. Voor meer informatie kunt u terecht op <https://www.BruZelle.be/nl/>.

Over Goods to Give

Goods to Give geeft concrete steun aan de waardigheid van de meest achtergestelden en bestrijdt hun sociale uitsluiting door bedrijven te steunen in hun sociale aanpak. Hun logistiek platform voor de inzameling en herverdeling van nieuwe non-foodproducten vormt een professionele, efficiënte en transparante schakel tussen de wereld van de industrie en die van de verenigingen. Voor meer informatie kunt u terecht op <https://www.goodstogive.org/nl>.