

## Protagoniste

### Il kit riciclabile di Lucy per spezzare i tabù

ANTONELLA MARIANI

Quando si è molto poveri anche un assorbente può essere uno strumento di ricatto. 'Sex for pads'(sesso in cambio di tamponi) è un 'baratto' comune nelle aree più marginali della Tanzania, dove l'80per cento della ragazze e della donne non ha le risorse per gestire il ciclo in modo igienico. Fogliesecche, stracci, avanzi di tessuto non evitano situazioni imbarazzanti e conseguenti periodiche assenze da scuola. Anche per Lucy Odiwa è stato traumatico: la prima volta accadde a lezione e quando si alzò dal banco le altre ridevano e lei, all'oscuro di cosa le stava accadendo, credeva di essersiferita. Aveva 16 anni, frequentava una scuola superiore femminile nel Kenya occidentale; oggi di annine ha 37 ed è una apprezzata imprenditrice: la sua WomanChoice Industries, con sede nella città diTanga, nella Tanzania orientale, affacciata sull'Oceano Indiano, dal 2016 produce assorbentiriutilizzabili e altri prodotti lavabili per l'igiene personale. «Lavoravo come operatrice sanitaria,insegnavo nozioni di igiene alle ragazze. Mi raccontavano che saltavano la scuola nel periodo delciclo.

Queste le sottoponeva al rischio di subire rapporti sessuali, di contrarre malattie e di avere gravidanze precoci. Non mi bastava più parlare alle ragazze. Io volevo offrire loro il prodottogiusto». Lucy è una giovane donna dinamica, dal fisico esuberante e una energia contagiosa. Quando hainiziato, aveva un capitale di 75 dollari, due macchine per cucire di seconda mano e due sarte: haacquistato avanzi di tessuto assorbente e ha sviluppato un modello di impresa sociale, aiutata daaltri soggetti che hanno a cuore l'emancipazione femminile.

WomanChoice Industries confeziona i kit composti da 5 assorbenti riciclabili, dal costo di 2 dollari,lavabili per 100 volte, che vengono distribuiti (anche attraverso il sostegno di organizzazioni comeJust Peoples e Amref Health Africa) nei villaggi della regione di Simiyu (nel nord est della Tanzania,sul Lago Vittoria), tramite una rete di vendita quasi tutta al femminile.

«Nello staff di WomanChoice abbiamo 32 persone, di cui 9 uomini e 23 donne. Abbiamo poi 763 agenti divendita; 663 sono donne», racconta ad Avvenire Lucy Odiwa, che per la sua attività nel 2018 ha vintoil premio 'Sustainable Development Goals and her' della Banca Mondiale, prima tra 1.200 candidate di800 Paesi.

Le venditrici vengono scelte tra le ragazze madri, le giovani uscite prematuramente dalla scuola, le donne malate di Aids, ex prostitute, contattate attraverso la rete di assistenti sociali. Lucy aognuno di loro offre un'alternativa, invitandole a entrare nel network di WomenChoice Industries.

«Chiediamo solo che siano alfabetizzate perché devono essere in grado di fare piccoli conti - spiegaLucy - . Una donna non lo era, ma era così determinata che portò la figlia ai nostri corsi peraiutarla a prendere nota». Il Covid ha rallentato, ma non fermato, la produzione. «Una ragazza è



## Avvenire

---

venuta a chiederci il kit perché la sua famiglia non poteva più permettersi gli assorbenti usa e getta. Le ragazze sacrificano la loro igiene per i bisogni della famiglia, e lo fanno in solitudine, senza nessuno con cui parlare». Lucy Odiwa e il suo staff coltivano anche un'instancabile attività educativa: finora hanno incontrato oltre 5 milioni di ragazze e ragazzi, parlando del ciclo mestruale, cercando di rompere i tabù che lo accompagnano e introducendo una nuova prospettiva nei rapporti tra maschi e femmine.

2,6 milioni di studentesse hanno ricevuto il kit igienico. Per il riutilizzo mensile serve da un minimo di un litro a un massimo di 2 litri e mezzo di acqua. Il prezzo della libertà.

RIPRODUZIONE RISERVATA Lucy Odiwa.