



DONS SOLIDAIRES

Donner > Distribuer > Partager

La précarité hygiénique

Volets Grand Public & Bénéficiaires d'associations

Mars 2021

Contacts Ifop : Département Opinion et Stratégies d'entreprises

Jérôme FOURQUET

Directeur de département, jerome.fourquet@ifop.com

François LEGRAND

Chargé d'Etudes senior, francois.legrand@ifop.com

SOMMAIRE

RAPPEL DE LA METHODOLOGIE	3
A - Estime de soi et impact sur l'insertion sociale	6
B - Hygiène corporelle	12
C - Hygiène féminine	20
D - Focus jeunes	36
E – Focus parents de jeunes enfants	44



Rappel de la méthodologie

La méthodologie

Qui ?

Grand Public : échantillon de **1807** répondants, dont un échantillon de **1503** répondants, représentatif de la population française et un sur-échantillon de **304** parents d'enfants âgés de trois ans ou moins. Les parents d'enfants en bas âge ont été remis à leur poids réel dans la population totale lors du traitement informatique. Au total, **407** parents d'enfants de trois ans ou moins ont été interrogés.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

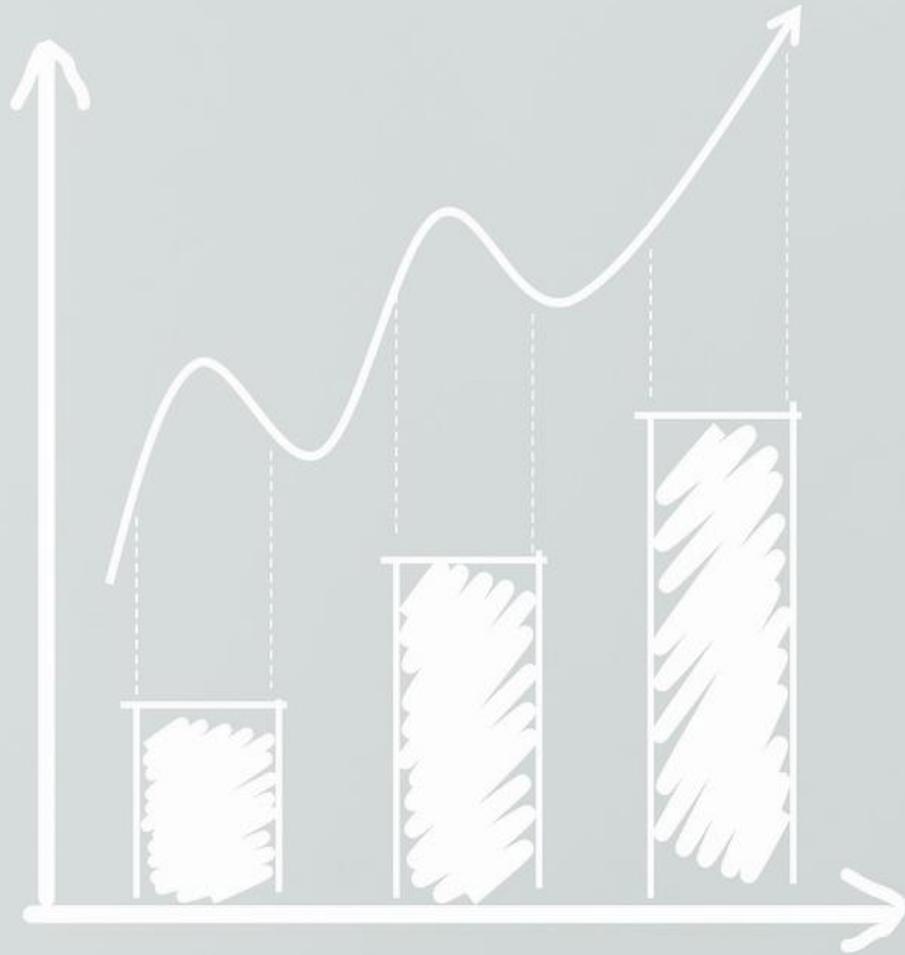
Public Bénéficiaires d'associations : échantillon de **760** personnes bénéficiaires d'associations du réseau Dons Solidaires.

Comment ?

Quand ?

Grand Public : les interviews ont été réalisées par internet du 16 au 20 novembre 2020.

Public Bénéficiaires d'associations : les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré papier et online du 5 janvier au 12 février 2021 dans les locaux des associations et organismes partenaires de Dons Solidaires.



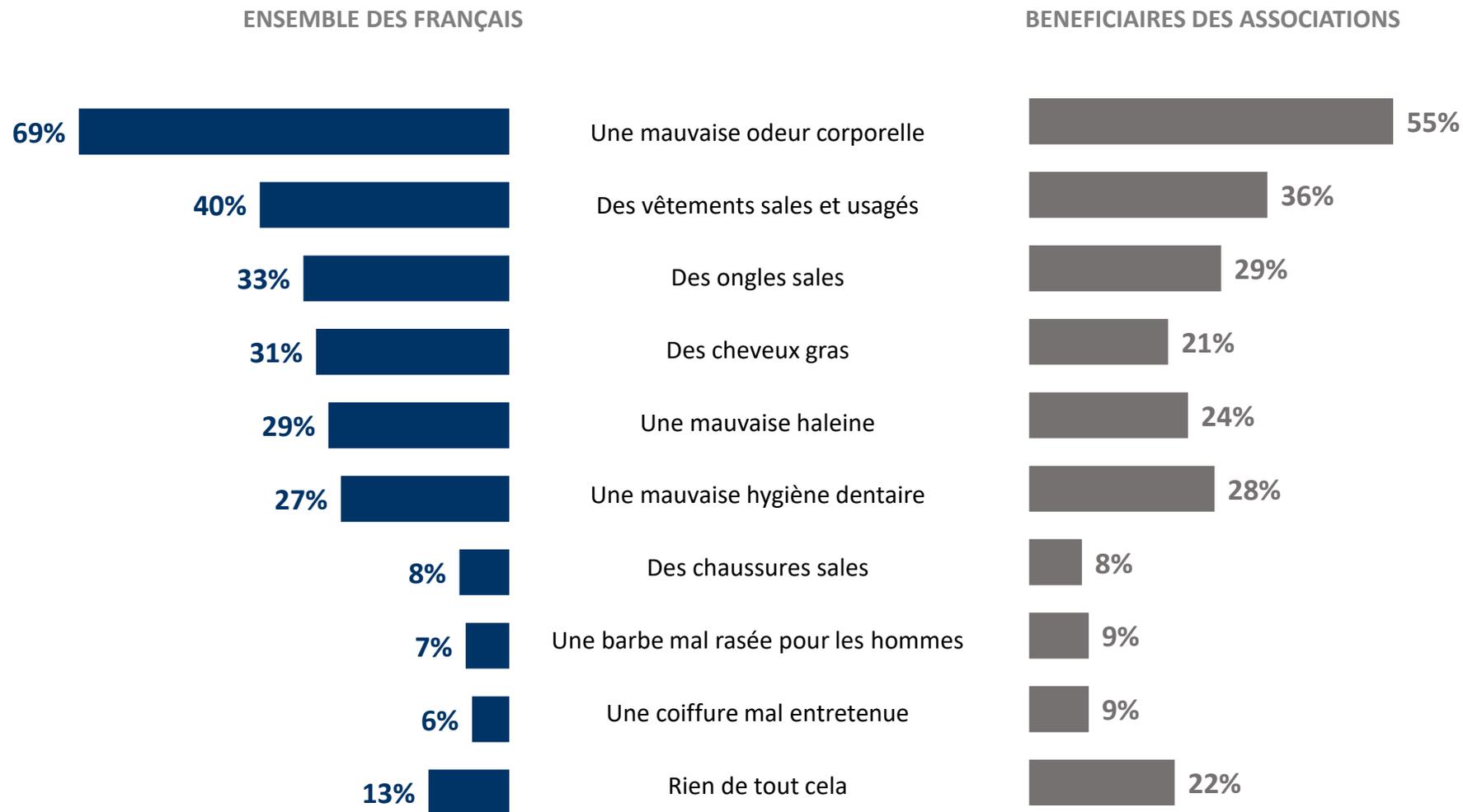
Les résultats de l'enquête

A.

**Estime de soi et impact sur
l'insertion sociale**

L'apparence et notamment l'hygiène sont des critères déterminants du jugement, pour l'ensemble des Français comme pour les publics les plus précaires

QUESTION : Quand vous rencontrez quelqu'un, quels sont parmi les éléments suivants ceux qui peuvent vous donner une mauvaise opinion de cette personne ?
En premier ? En deuxième ? En troisième ?



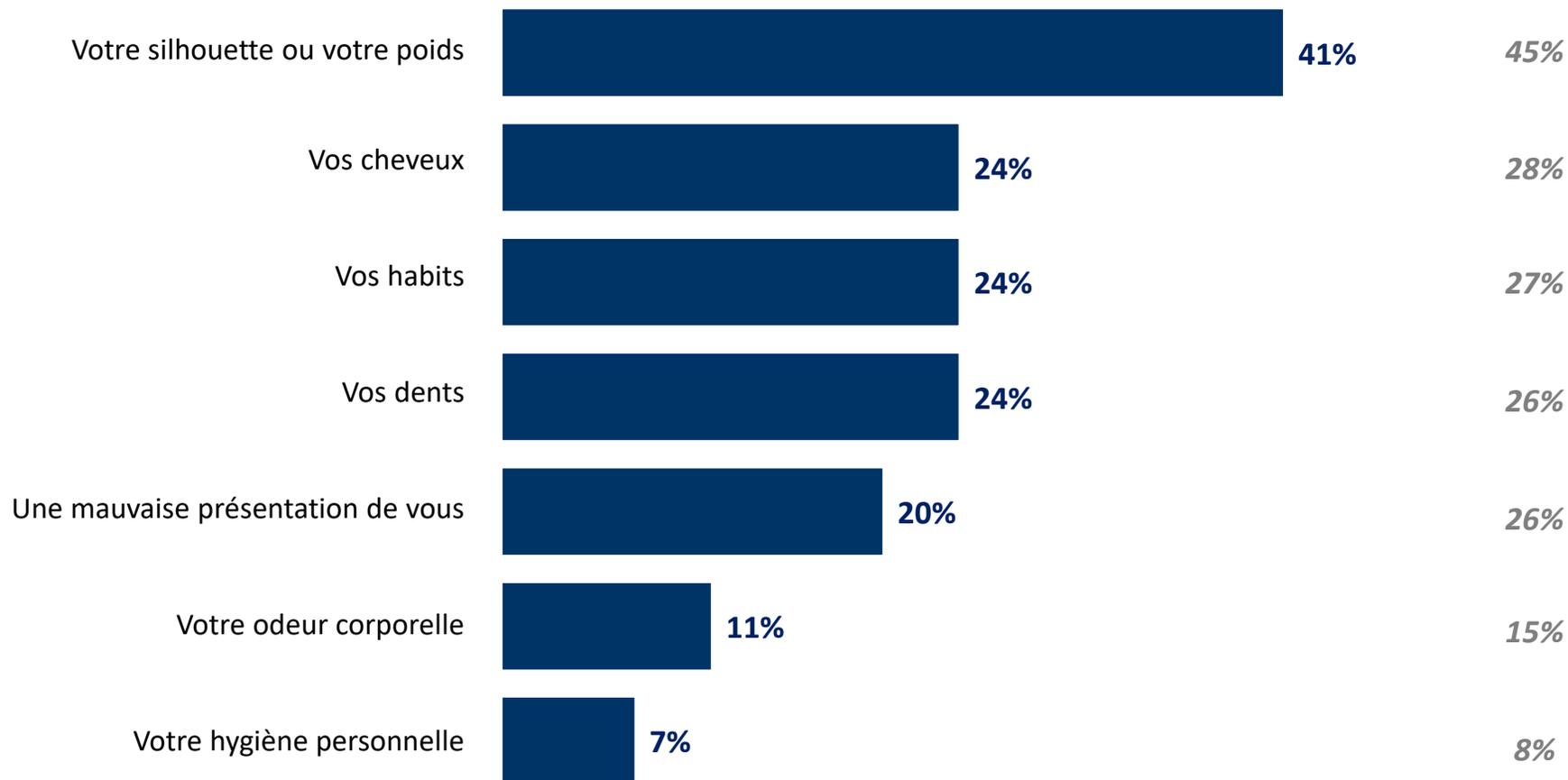
Comme en 2019, un Français sur cinq s'est déjà senti mal à l'aise en raison de son apparence physique

QUESTION : Vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de vous sentir mal à l'aise par rapport à votre apparence et d'avoir peur d'être jugé négativement par les gens en raison des éléments suivants ... ?

GRAND PUBLIC

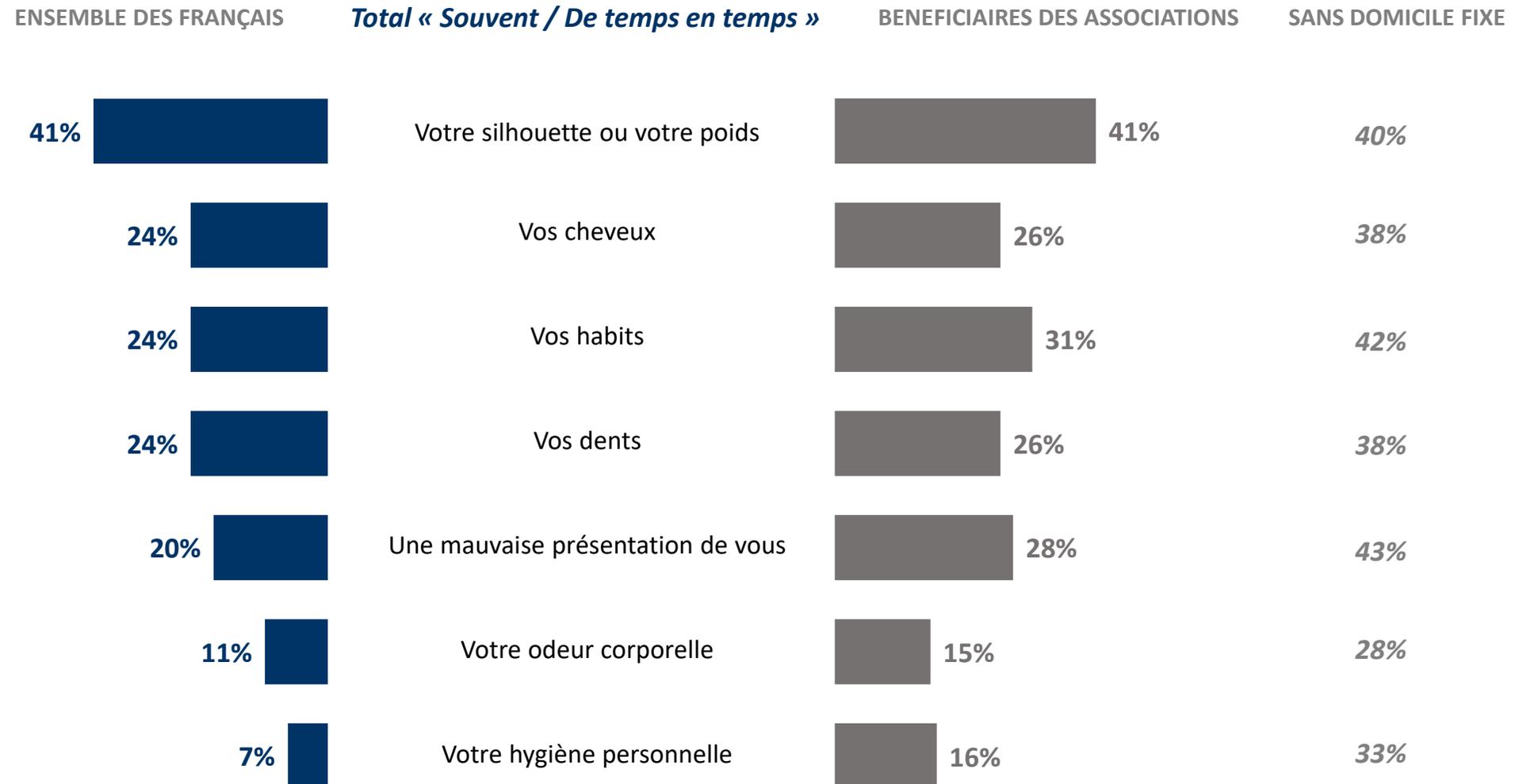
Total « Souvent / De temps en temps »

RAPPELS 2019



Le sentiment de malaise par rapport à l'apparence physique est exacerbé parmi les publics précaires et notamment les sans domicile fixe

QUESTION : Vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de vous sentir mal à l'aise par rapport à votre apparence et d'avoir peur d'être jugé négativement par les gens en raison des éléments suivants ... ?



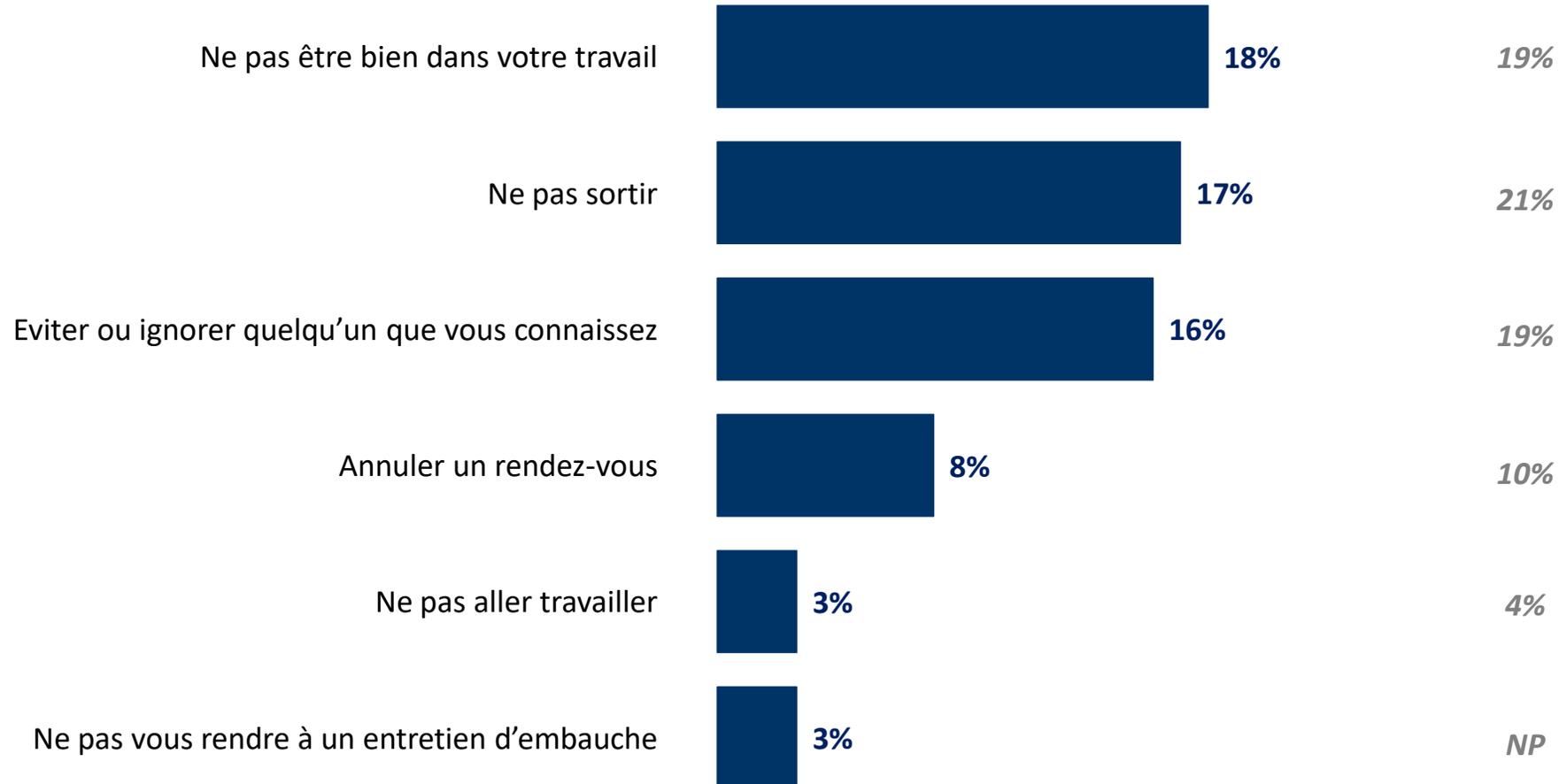
La gêne liée à l'apparence physique conduit près d'un Français sur cinq à renoncer à sortir

QUESTION : Est-ce que le fait de vous sentir mal à l'aise dans votre apparence personnelle vous a déjà conduit aux choses suivantes ?

GRAND PUBLIC

Total « Souvent / De temps en temps »

RAPPELS 2019



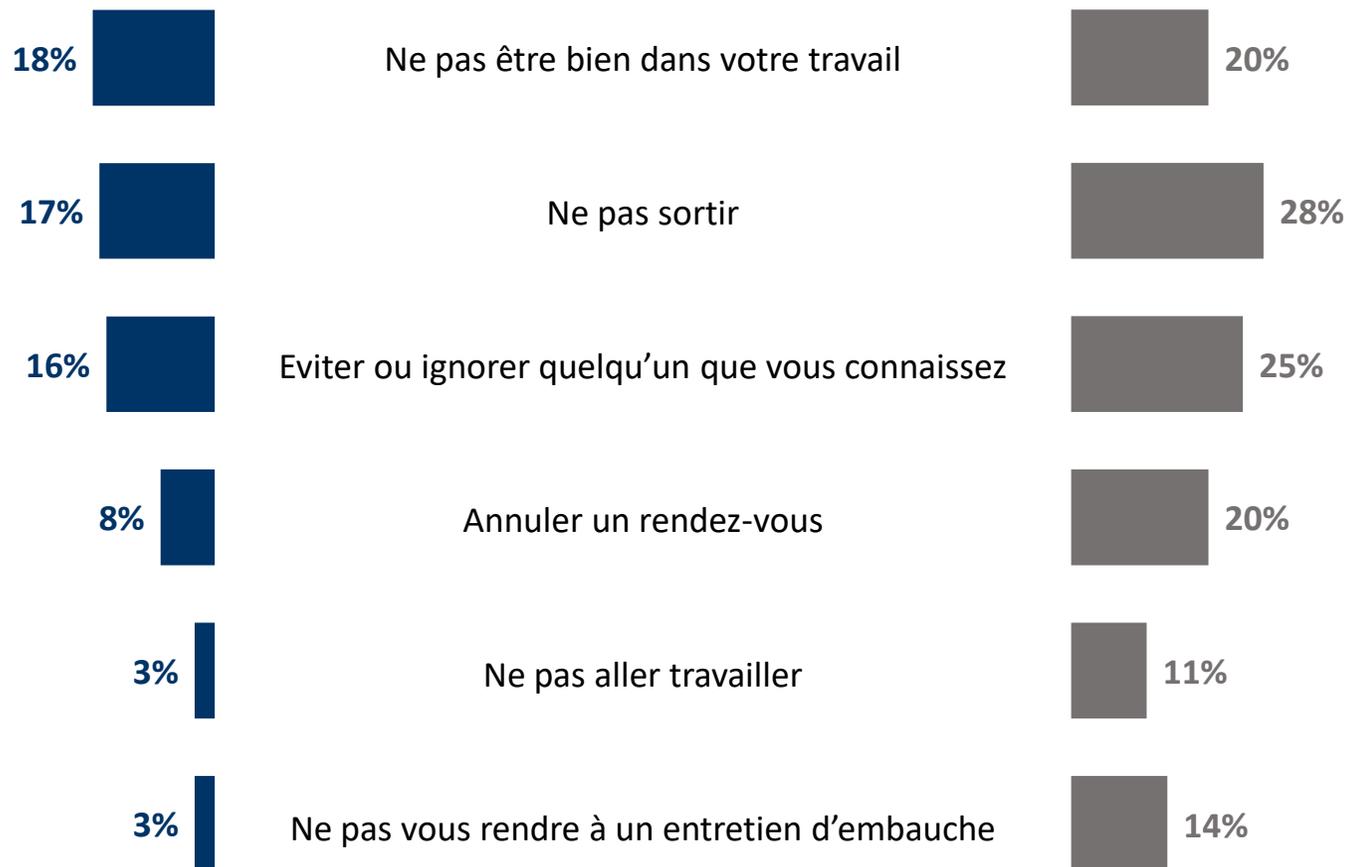
La gêne liée à l'apparence physique est facteur d'exclusion sociale

QUESTION : Est-ce que le fait de vous sentir mal à l'aise dans votre apparence personnelle vous a déjà conduit aux choses suivantes ?

GRAND PUBLIC

ENSEMBLE DES FRANÇAIS

BENEFICIAIRES DES ASSOCIATIONS

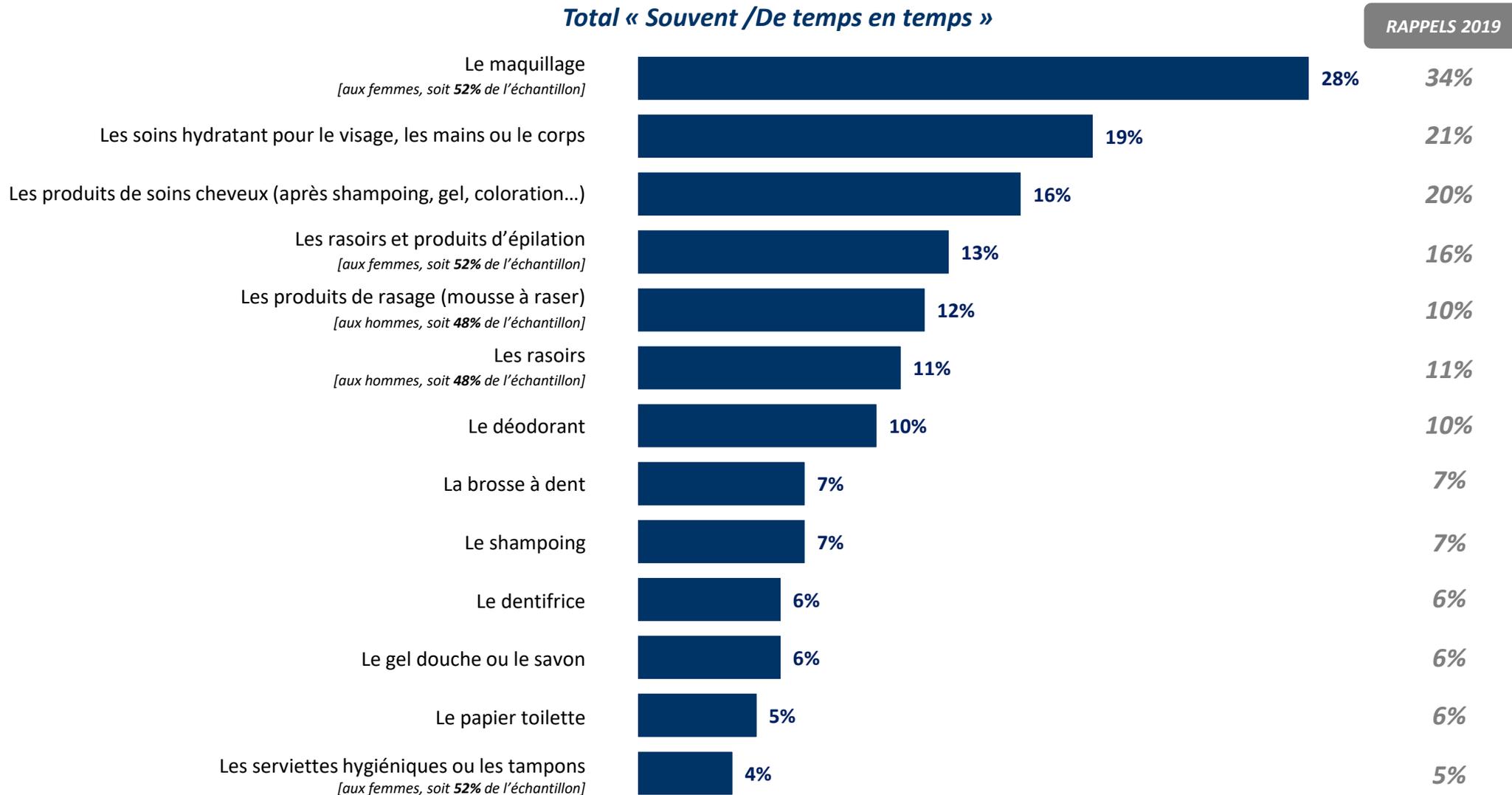


B.

Hygiène corporelle

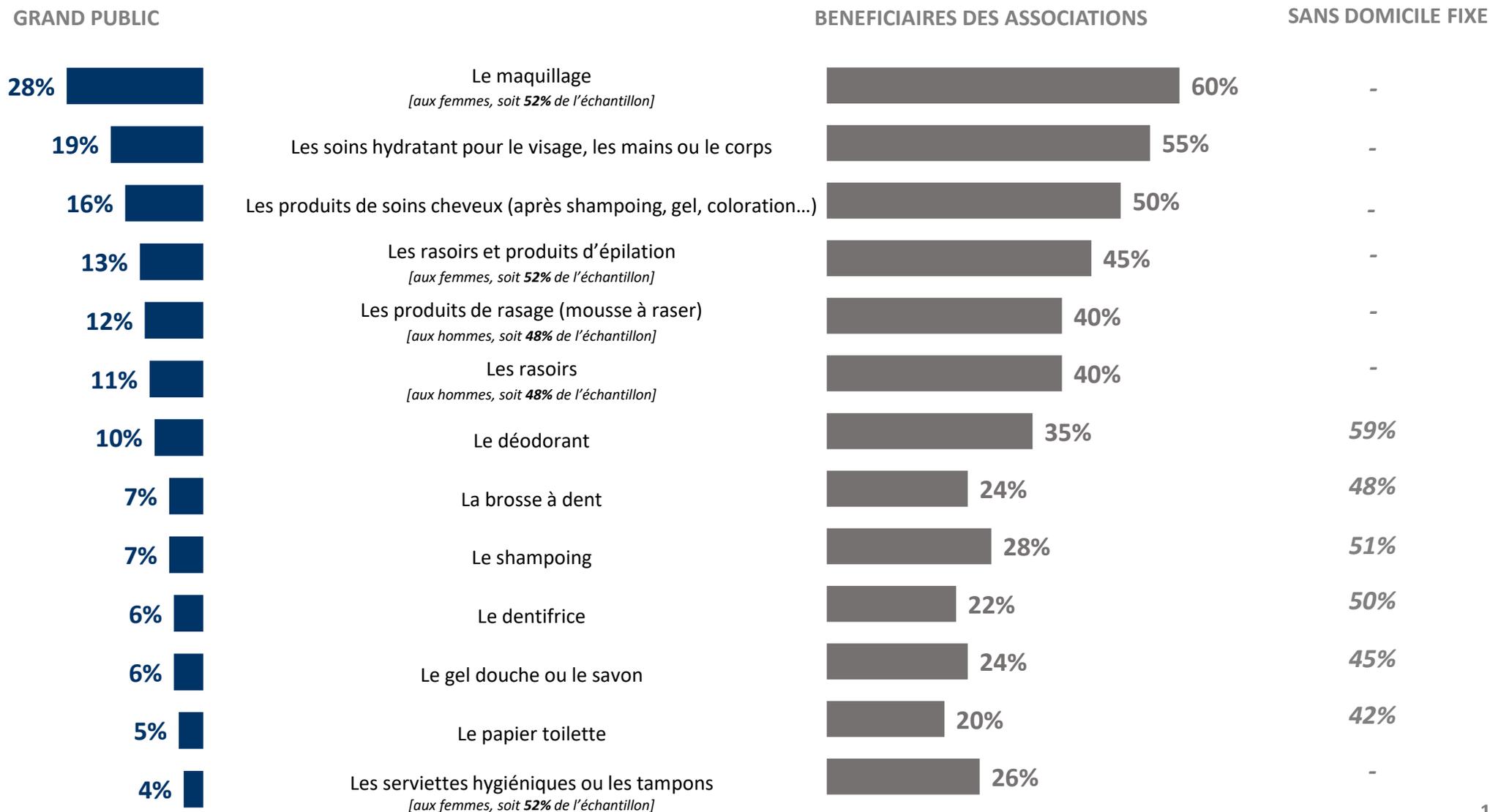
Comme en 2019, le manque d'argent conduit de nombreux Français à renoncer à l'achat de certains produits d'hygiène

QUESTION : Pour chacun des produits d'hygiène suivants, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de renoncer à en acheter par manque d'argent ?



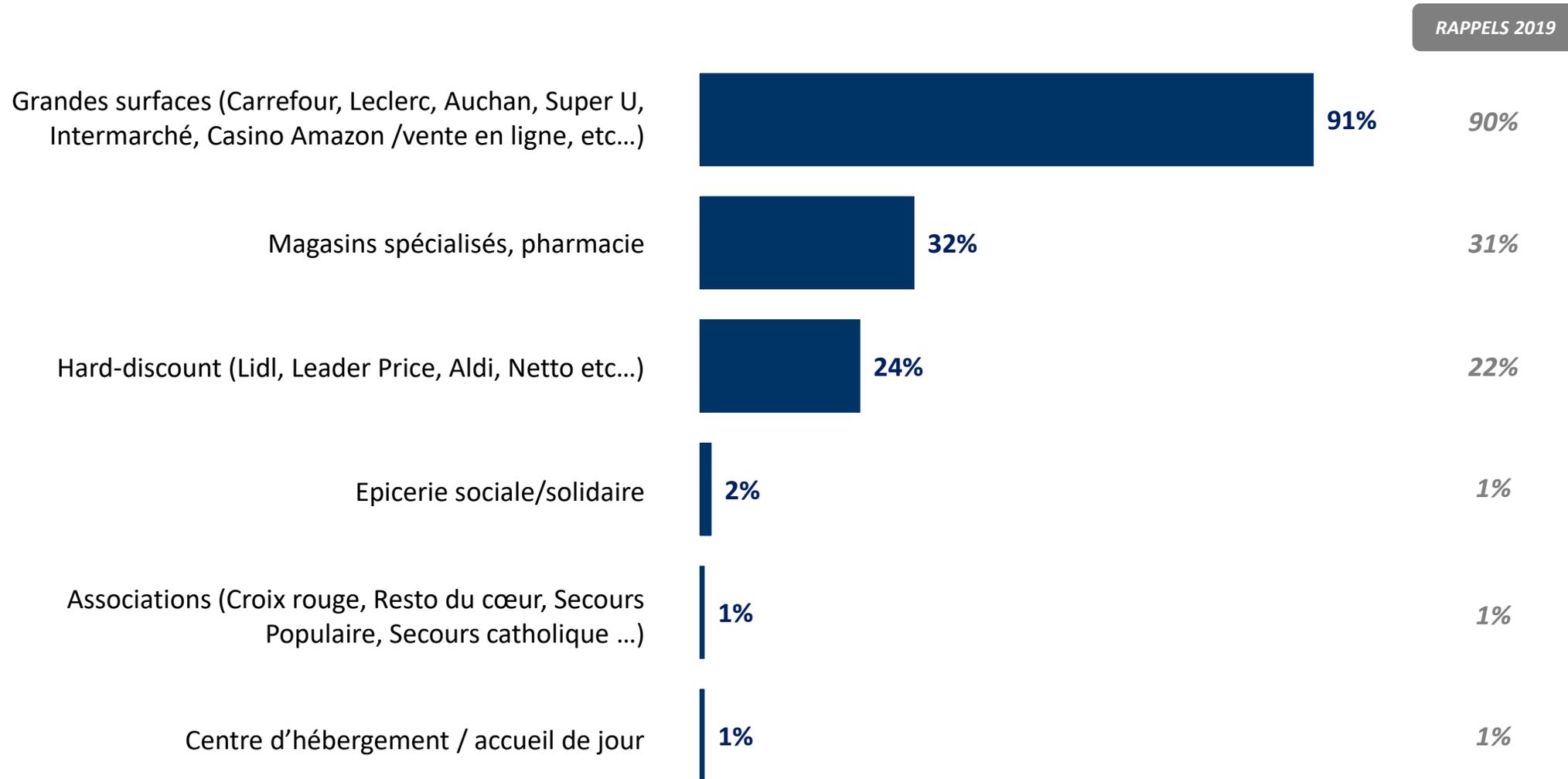
Sur les produits de base, la fréquence de renoncement est 4 fois plus élevée chez les personnes bénéficiaires d'associations et plus encore chez les sans domicile fixe

QUESTION : Pour chacun des produits d'hygiène suivants, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de renoncer à en acheter par manque d'argent ?



Le grand public a très largement recours aux grandes surfaces pour l'achat de produits d'hygiène

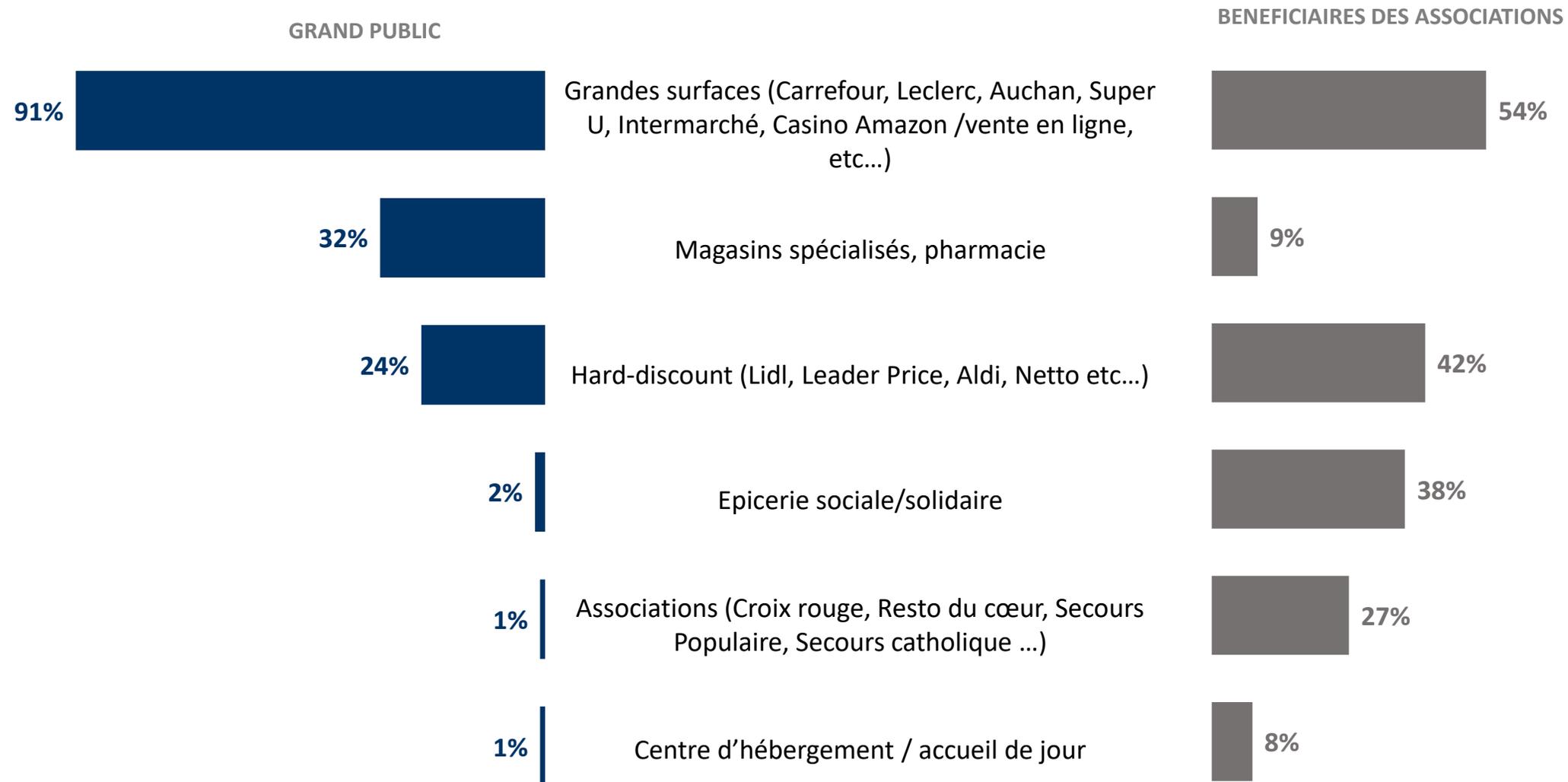
QUESTION : Pour les produits d'hygiène cités précédemment, où vous les procurez-vous ?



(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses

Alors que les bénéficiaires d'associations sont obligés de se procurer les produits d'hygiène au sein des structures d'aide sociale

QUESTION : Pour les produits d'hygiène cités précédemment, où vous les procurez-vous ?



(* Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses)

Depuis la crise, les bénéficiaires d'associations sont plus nombreux à compter sur les structures caritatives pour l'obtention de produits d'hygiène

QUESTION : Pour les produits d'hygiène cités précédemment, avez-vous plus souvent fait appel aux structures d'aide (Associations, Epicerie sociale/solidaire, centre d'hébergement, accueil de jour...) depuis la crise de la Covid-19 ?

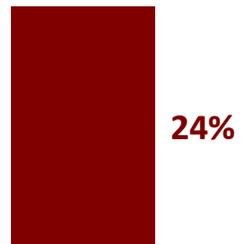
Base : répondants se procurant des produits d'hygiène auprès d'épiceries sociales, d'associations ou de centres d'hébergement, soit 4% de l'échantillon GP et 62% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

BENEFICIAIRES DES ASSOCIATIONS

SANS DOMICILE FIXE



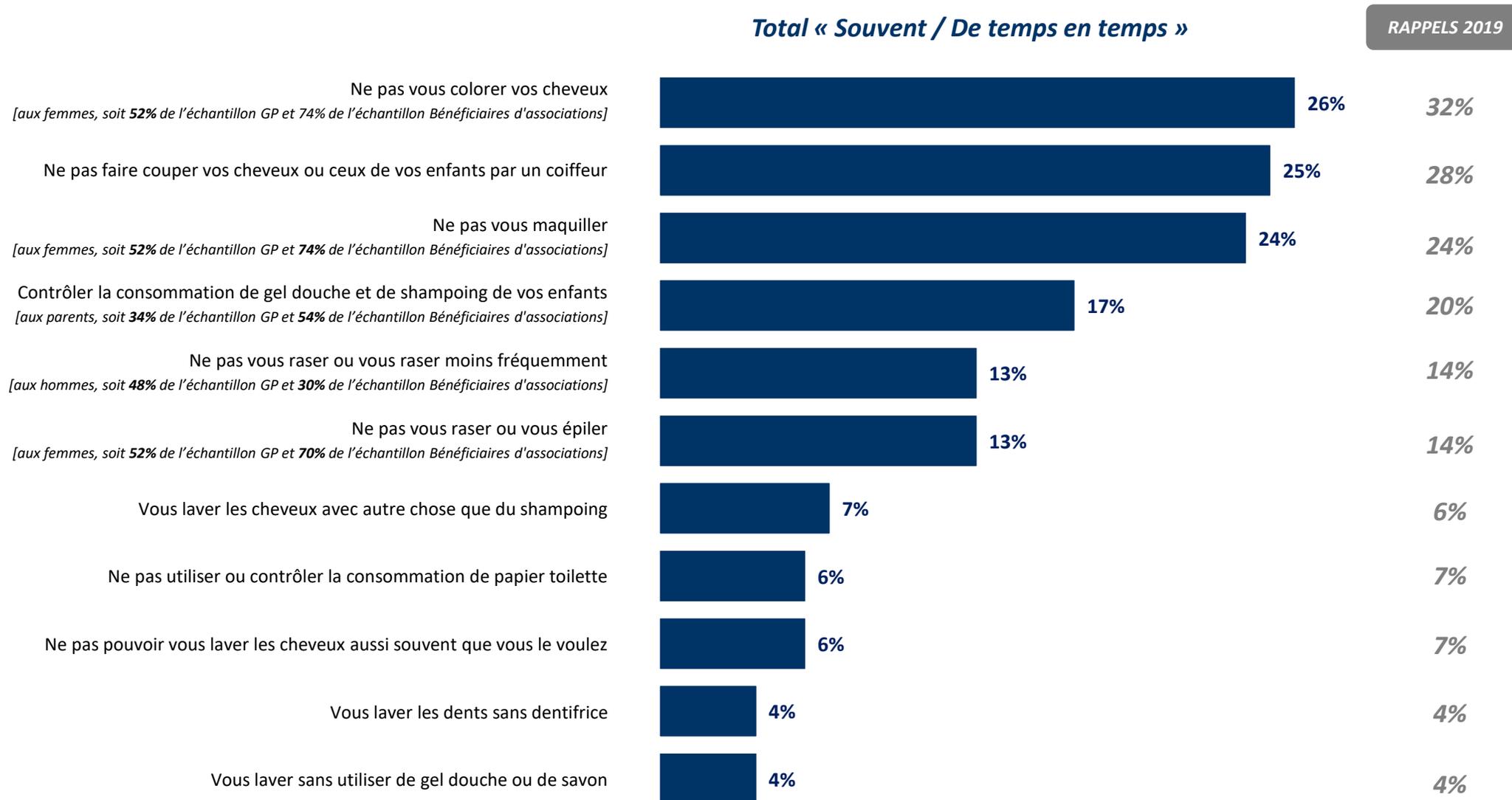
81%



19%

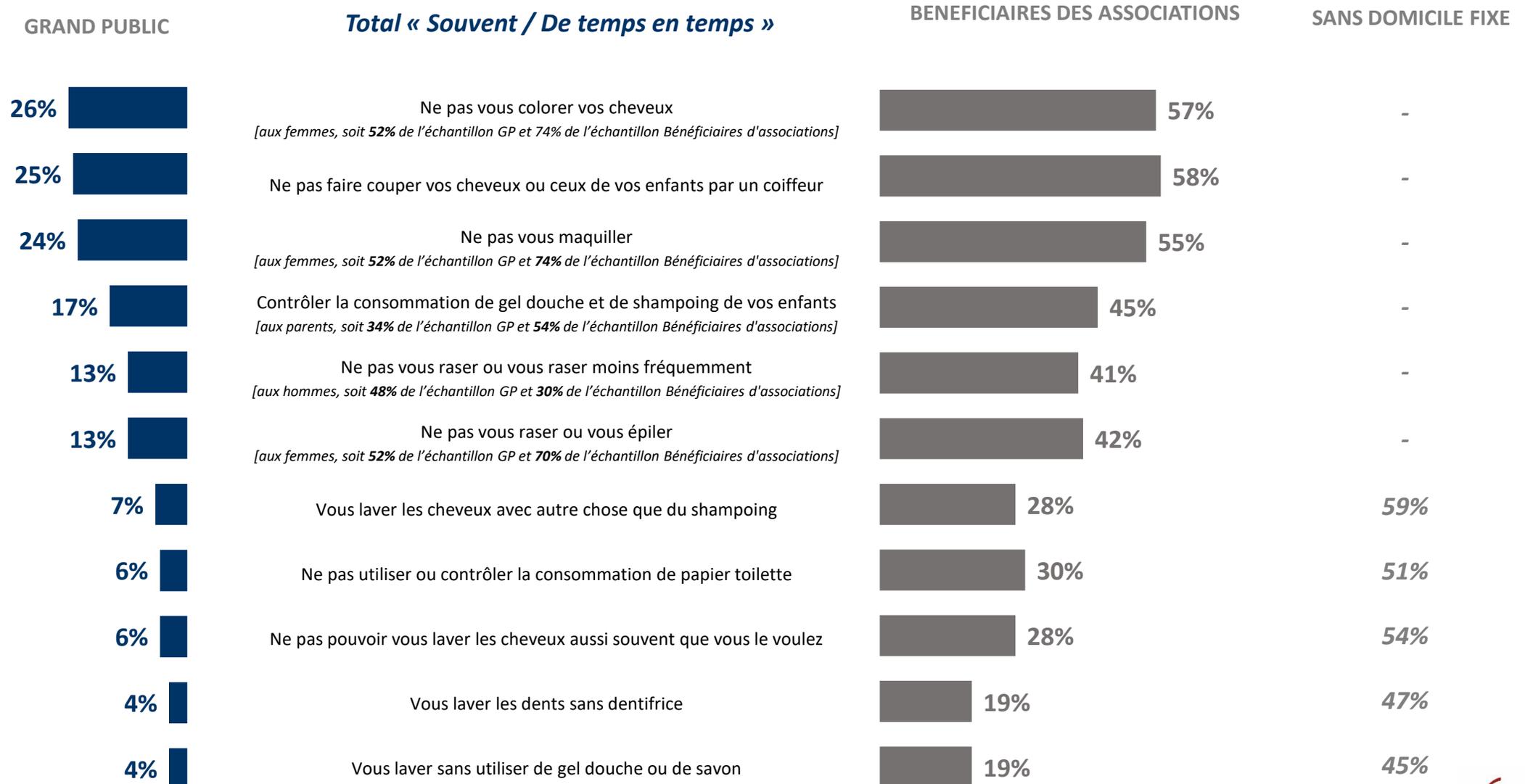
Comme en 2019, certains Français sont contraints de renoncer à des comportements d'hygiène de base

QUESTION : Par manque d'argent, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de... ?



Ce renoncement est exacerbé chez les bénéficiaires d'associations et les sans domicile fixe

QUESTION : Par manque d'argent, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de... ?



C -

Focus hygiène féminine

[Bloc de questions posées aux femmes, soit 52% de l'échantillon Grand public et 74% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations]

Comme en 2019, près d'1 Française sur 10 a déjà manqué de protections hygiéniques pour des raisons financières, 24% des femmes pauvres et 39% des bénéficiaires d'associations

QUESTION : Vous arrive-t-il de ne pas disposer de suffisamment de protections hygiéniques (serviettes, tampons) pour vous-même ou votre fille par manque d'argent ?

Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 32% de l'échantillon GP et 56% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

ENSEMBLE DES FRANÇAIS

BENEFICIAIRES DES ASSOCIATIONS

Rappel 2019 : 8%

9%

Selon le niveau de revenus

Catégorie aisée	<1
Classe moyenne supérieure	<1
Classe moyenne inférieure	2
Catégorie modeste	11
Catégorie pauvre	24

78%

13%

7%

2%

Souvent

16%

39%

Rappel 2019 : 39%

De temps en temps

23%

Rarement

19%

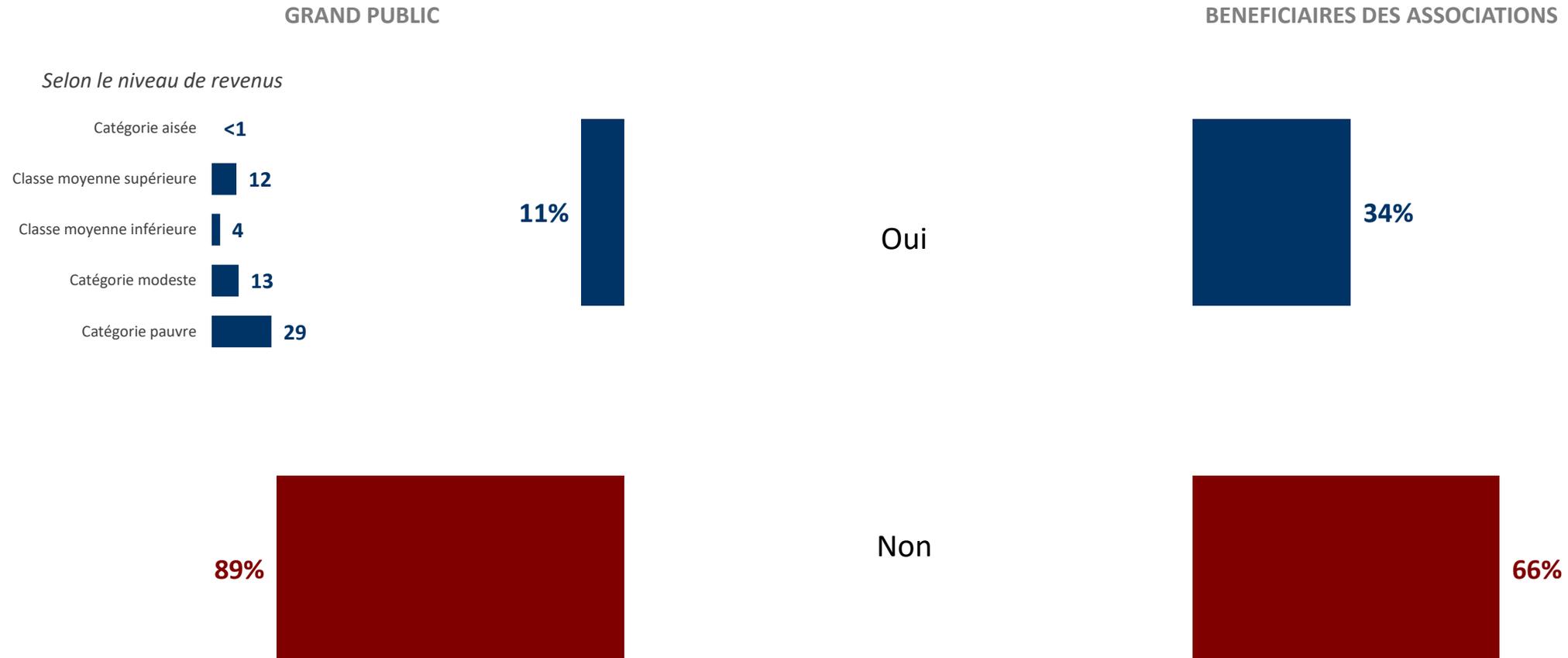
Jamais

42%

L'impact de la crise sur la capacité financière à acheter des protections hygiéniques est trois fois plus fort pour les catégories pauvres et les bénéficiaires d'associations que pour le grand public

QUESTION : Est-ce que la crise de la Covid-19 a eu un impact négatif sur votre capacité financière à acheter des protections hygiéniques ?

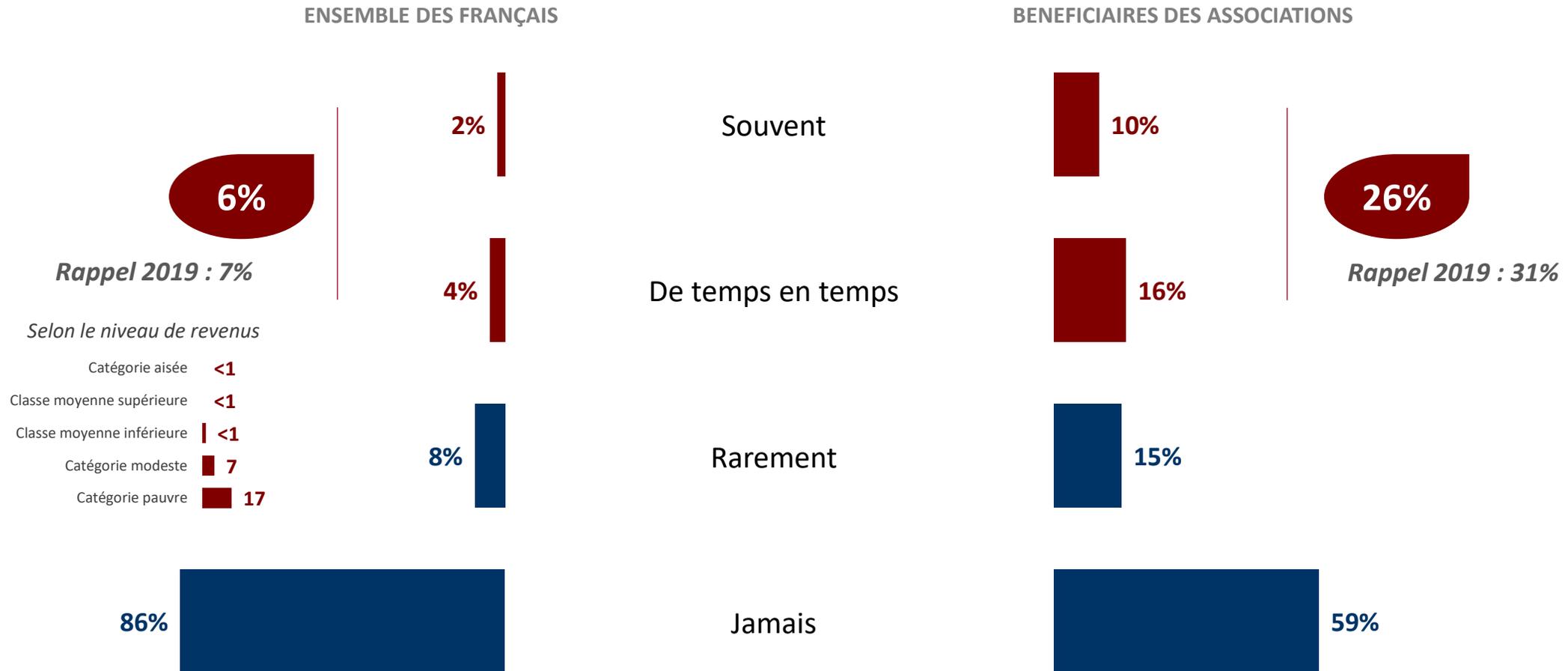
Base : Question posée aux femmes réglées, soit 30% de l'échantillon GP et 51% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



L'utilisation d'une protection bricolée concerne jusqu'à 6% des Françaises

QUESTION : Vous arrive-t-il pour vous-même ou votre fille d'utiliser autre chose à la place de protections hygiéniques par manque d'argent ?

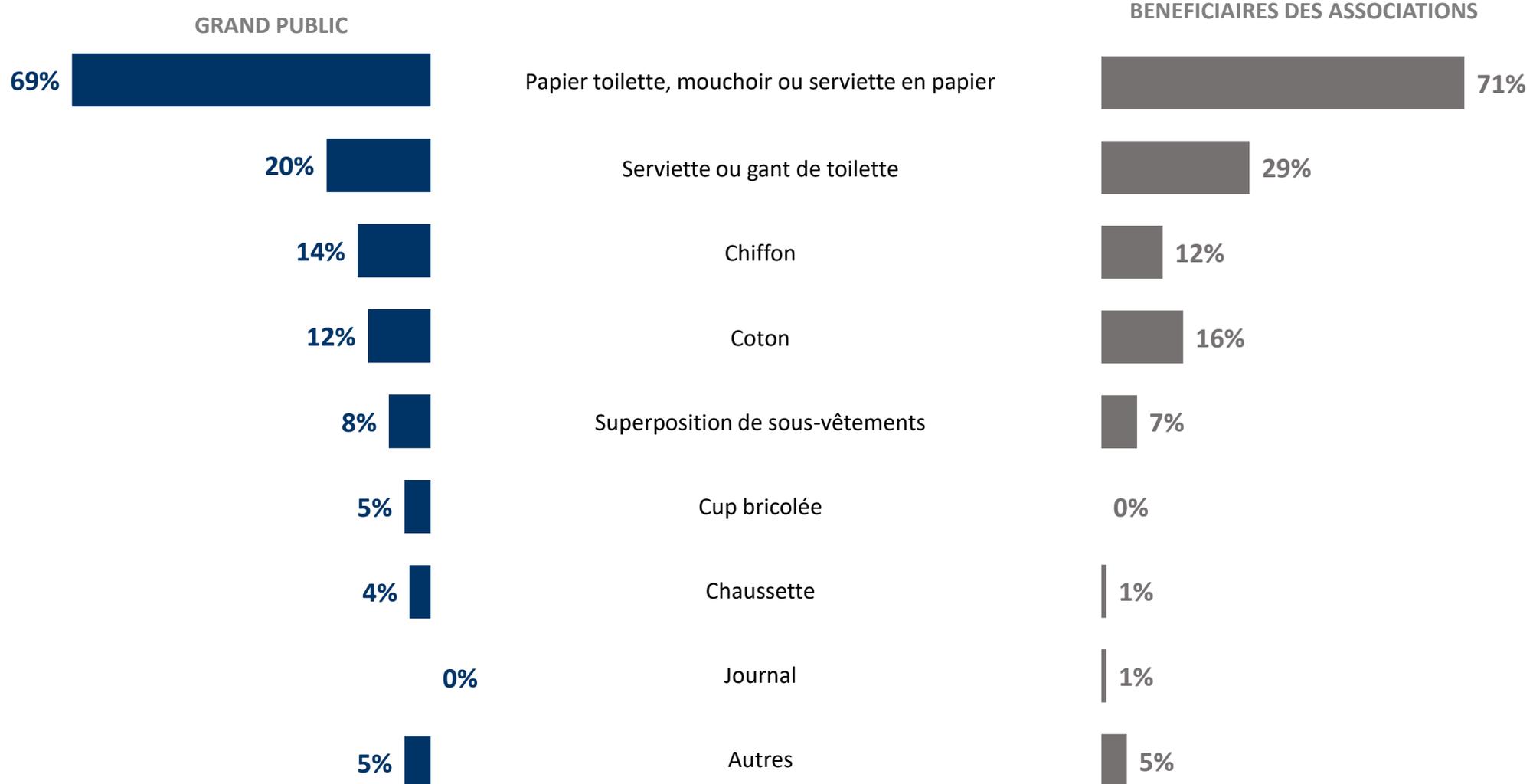
Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 32% de l'échantillon GP et 55% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Les femmes concernées utilisent du papier toilette, des mouchoirs ou des serviettes en papier

QUESTION : Quels moyens de remplacement avez-vous déjà utilisés?

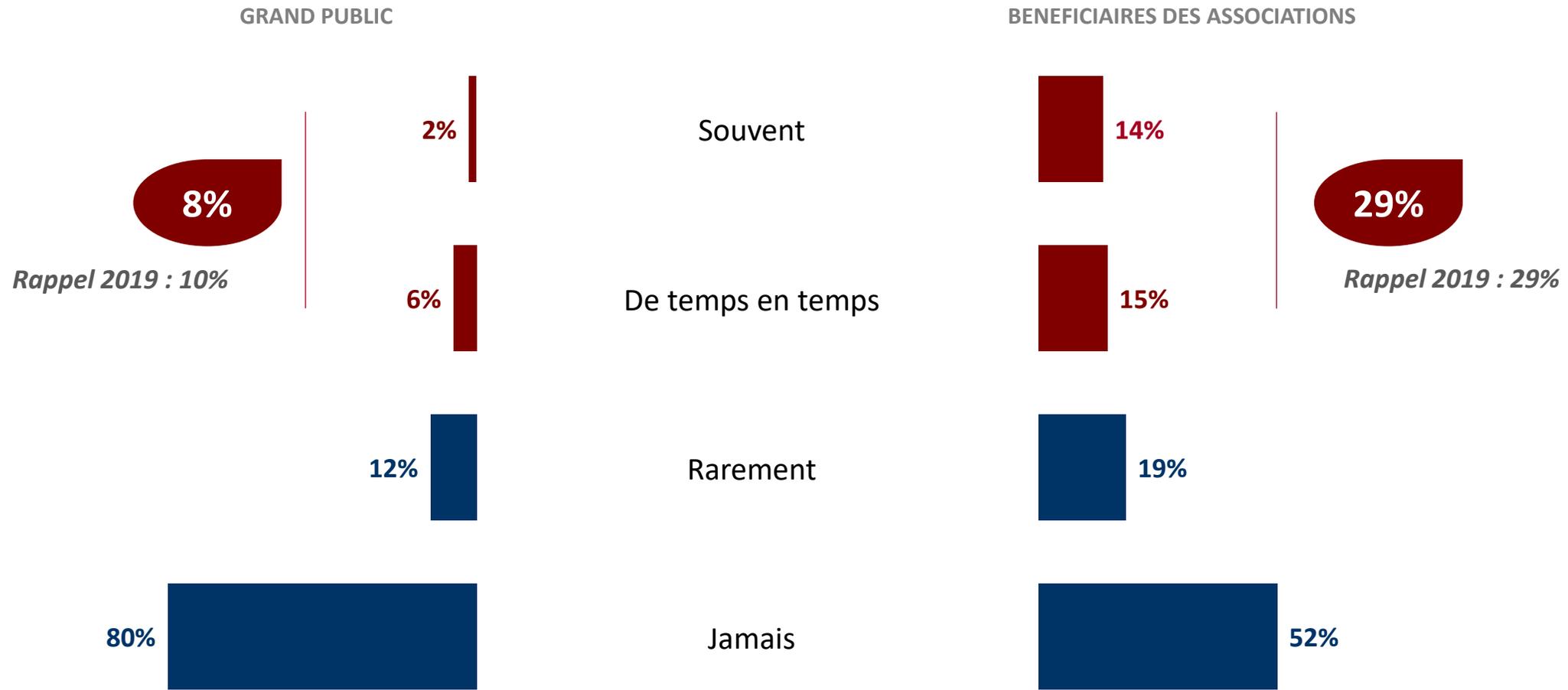
Base : Question posée aux femmes ayant utilisé un produit de substitution, soit 5% de l'échantillon GP et 22% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Et comme en 2019, près d'1 Française sur 10 renonce à changer de protection périodique aussi souvent que nécessaire

QUESTION : Vous arrive-t-il pour vous ou votre fille de renoncer à changer de protection hygiénique aussi souvent que nécessaire par manque d'argent ?

Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 32% de l'échantillon GP et 55% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

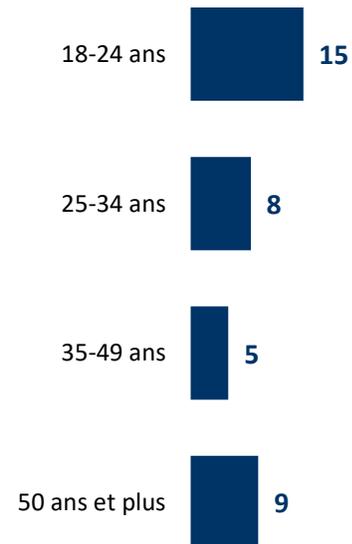


Ce renoncement touche plus particulièrement les jeunes filles de moins de 25 ans qui sont 15 % à ne pas changer de protection hygiénique aussi souvent que nécessaire

QUESTION : Vous arrive-t-il pour vous ou votre fille de renoncer à changer de protection hygiénique aussi souvent que nécessaire par manque d'argent ?

Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 32% de l'échantillon GP et 55% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

Renoncer à changer de protections hygiéniques
Ensemble de la population française : 8%



¼ des Françaises ont recours à d'autres types de protections comme les culottes menstruelles, un usage qui est aussi répandu dans les catégories aisées que pauvres

QUESTION : Utilisez-vous d'autres types de protections comme les culottes menstruelles, cups/coupes menstruelles ?

Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 32% de l'échantillon GP et 13% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

GRAND PUBLIC

BENEFICIAIRES DES ASSOCIATIONS

25%

Selon le niveau de revenus

Catégorie aisée 20

Classe moyenne supérieure 37

Classe moyenne inférieure 17

Catégorie modeste 21

Catégorie pauvre 20

75%

13%

6%

6%

Oui, régulièrement

Oui, de temps en temps

Oui, mais rarement

Non, Jamais

4%

5%

4%

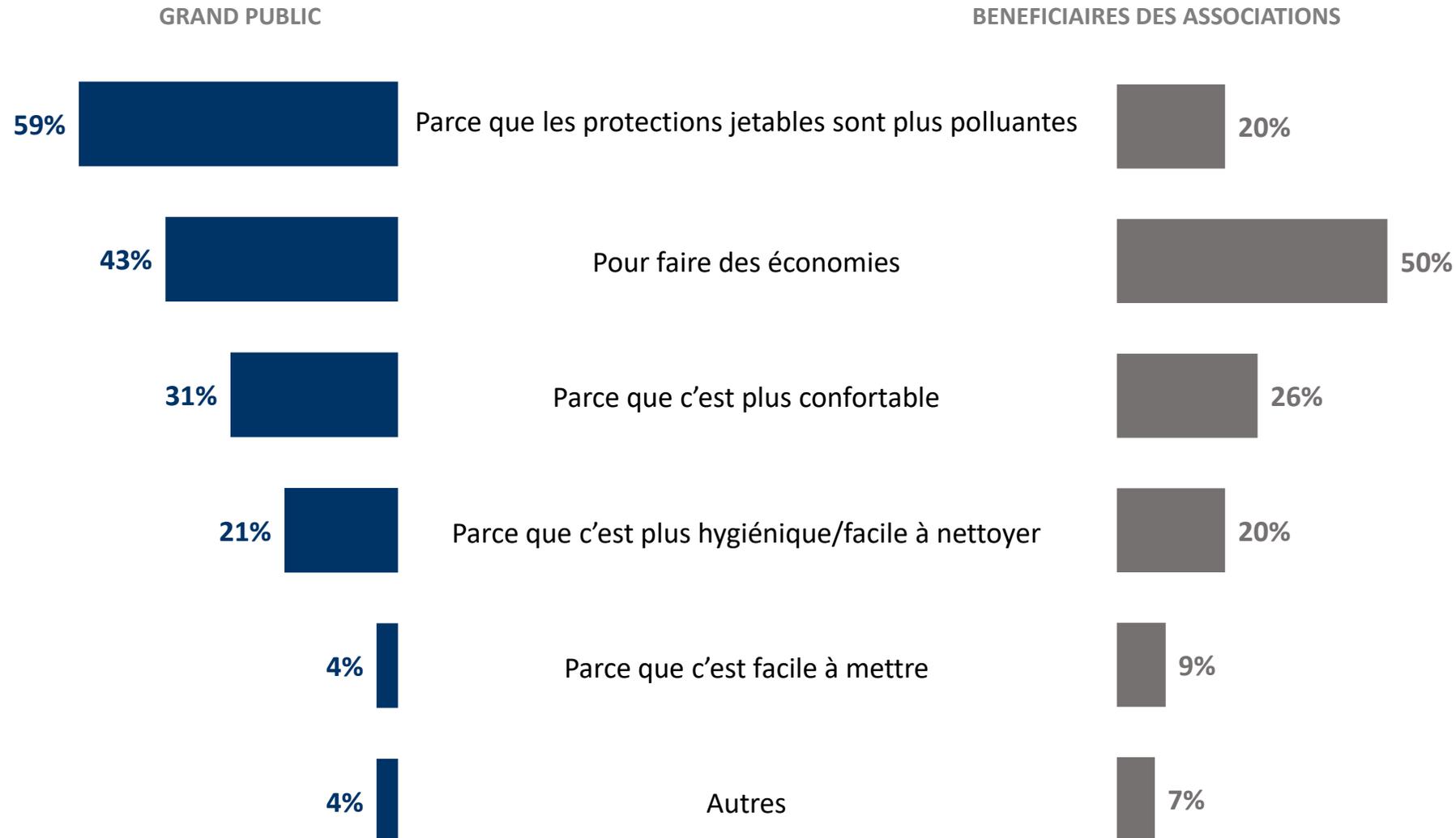
13%

87%

Les bénéficiaires d'associations les utilisent avant tout pour faire des économies financières alors que le grand public cite en premier l'aspect écologique

QUESTION : Pour quelle(s) raison(s) ?

Base : Question posée aux femmes qui utilisent d'autres types de protection, soit 8% de l'échantillon GP et 7% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Si la plupart des bénéficiaires n'utilisent pas ces nouvelles protections, c'est principalement par manque de connaissance

QUESTION : Pour quelle(s) raison(s) ?

Base : Question posée aux femmes qui utilisent d'autres types de protection, soit 8% de l'échantillon GP et 43% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

GRAND PUBLIC



Je n'ai pas confiance

Je ne connais pas

C'est trop cher

Ce n'est pas hygiénique/difficile à nettoyer

Ce n'est pas confortable

Ce n'est pas facile à mettre

Ce n'est pas disponible dans mon magasin

Autres

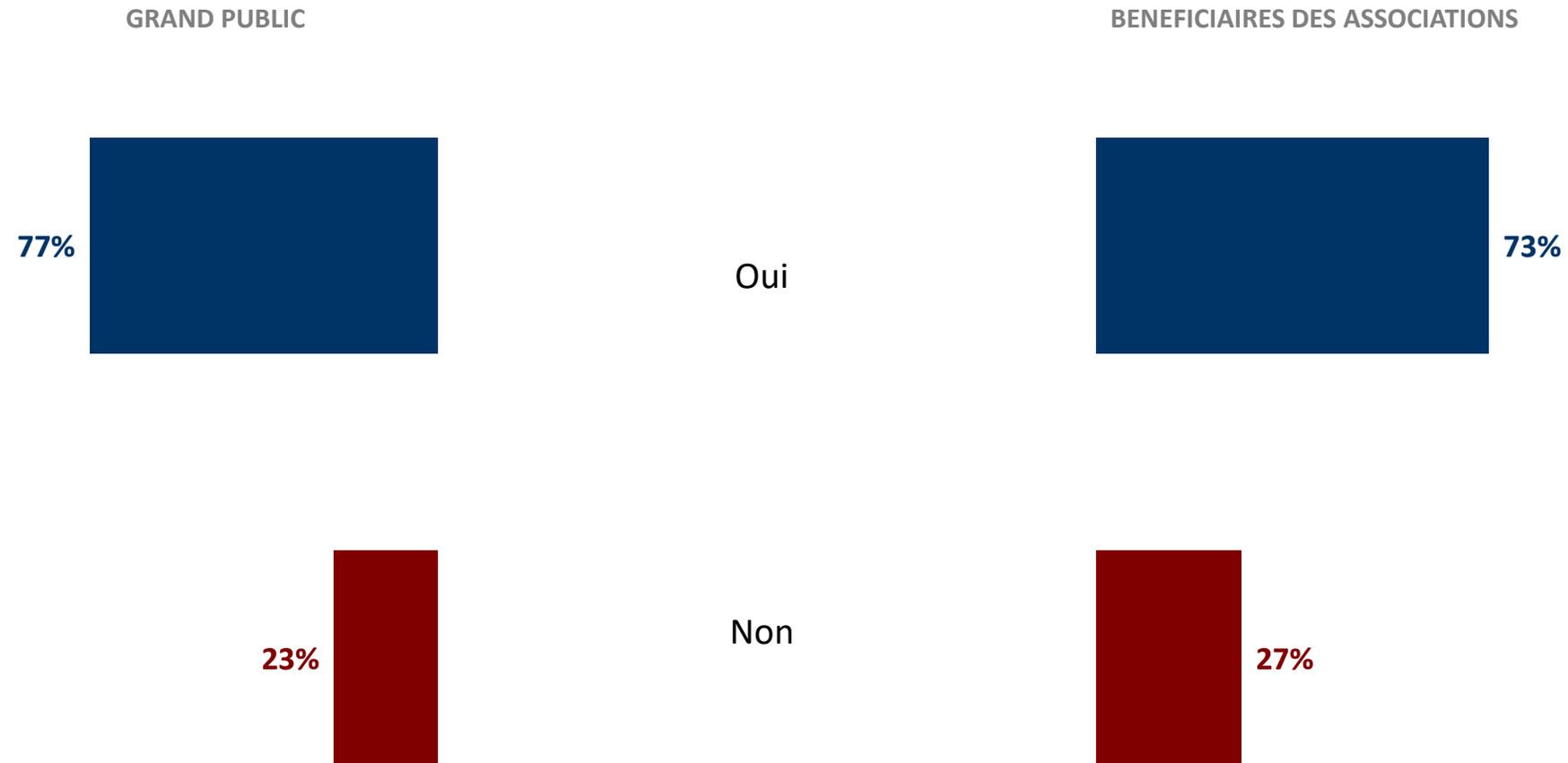
BENEFICIAIRES DES ASSOCIATIONS



Le manque de protections hygiéniques a des conséquences sur le bien-être de $\frac{3}{4}$ des femmes concernées

QUESTION : Le fait que vous n'ayez pas toujours de protections hygiéniques en quantité suffisante a-t-il des conséquences sur votre bien-être ?

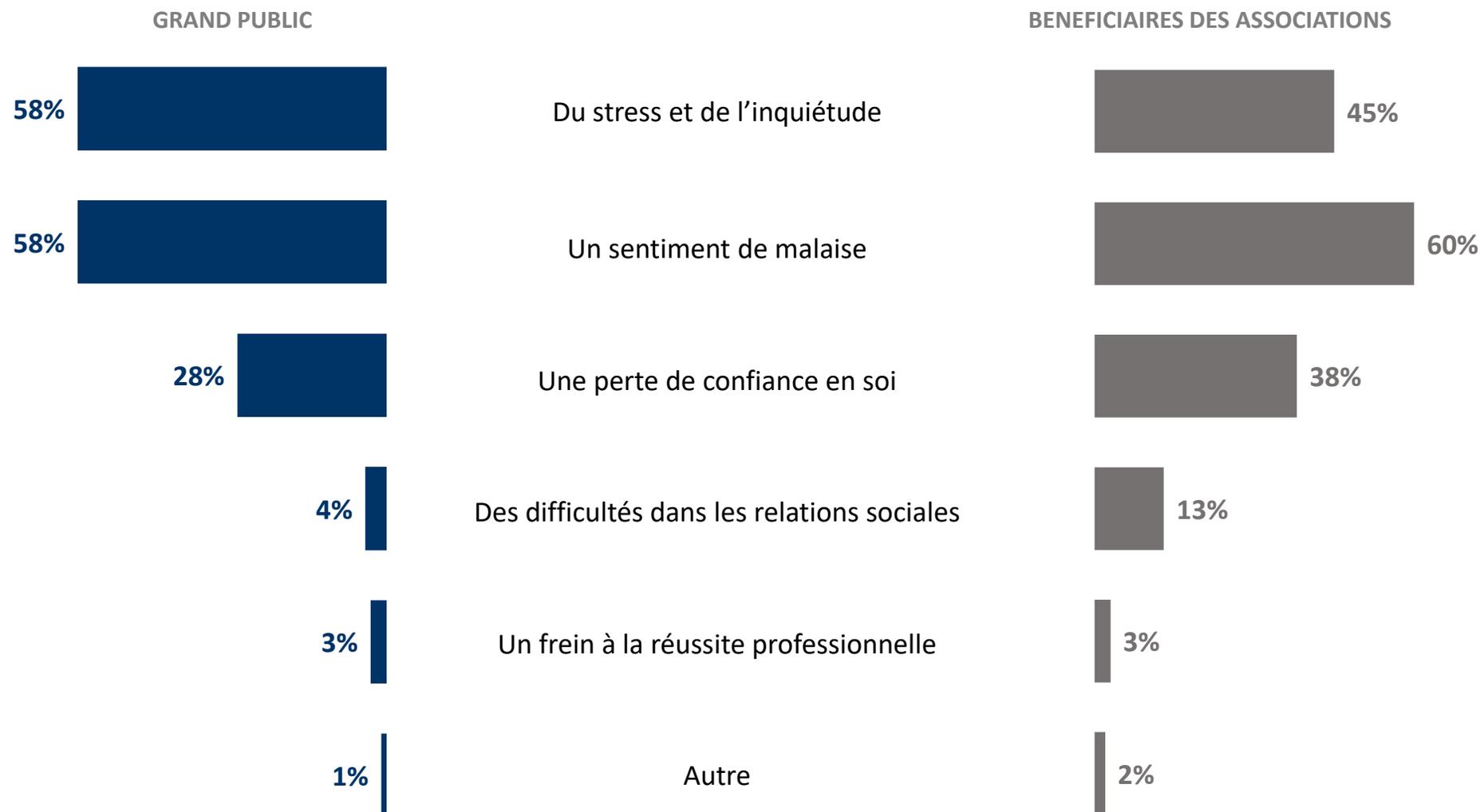
Base : Question posée aux femmes ayant indiqué avoir déjà été confrontée à un manque de protections hygiéniques, soit 7% de l'échantillon GP et 32% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Le manque de protections hygiéniques a des conséquences sur le bien-être des femmes concernées

QUESTION : Quelles sont ces conséquences sur votre bien-être ?

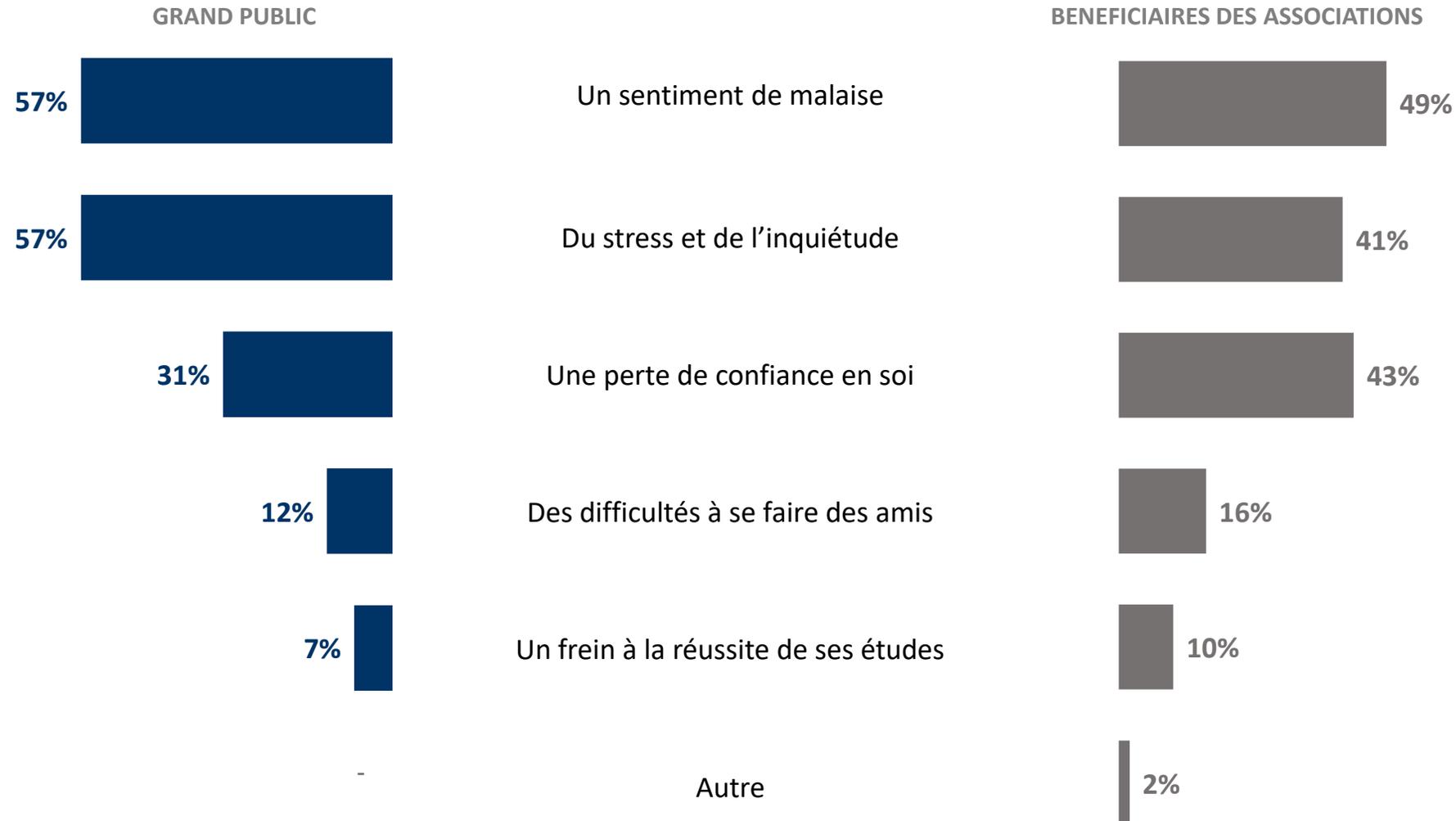
Base : Question posée aux femmes qui ont indiqué que le manque de protections a eu un impact sur leur bien-être, soit 5% de l'échantillon GP et 23% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Une opinion qui s'applique aussi quand la femme sondée s'exprime en pensant à sa fille

QUESTION : Quelles sont les conséquences sur le bien-être de votre fille ?

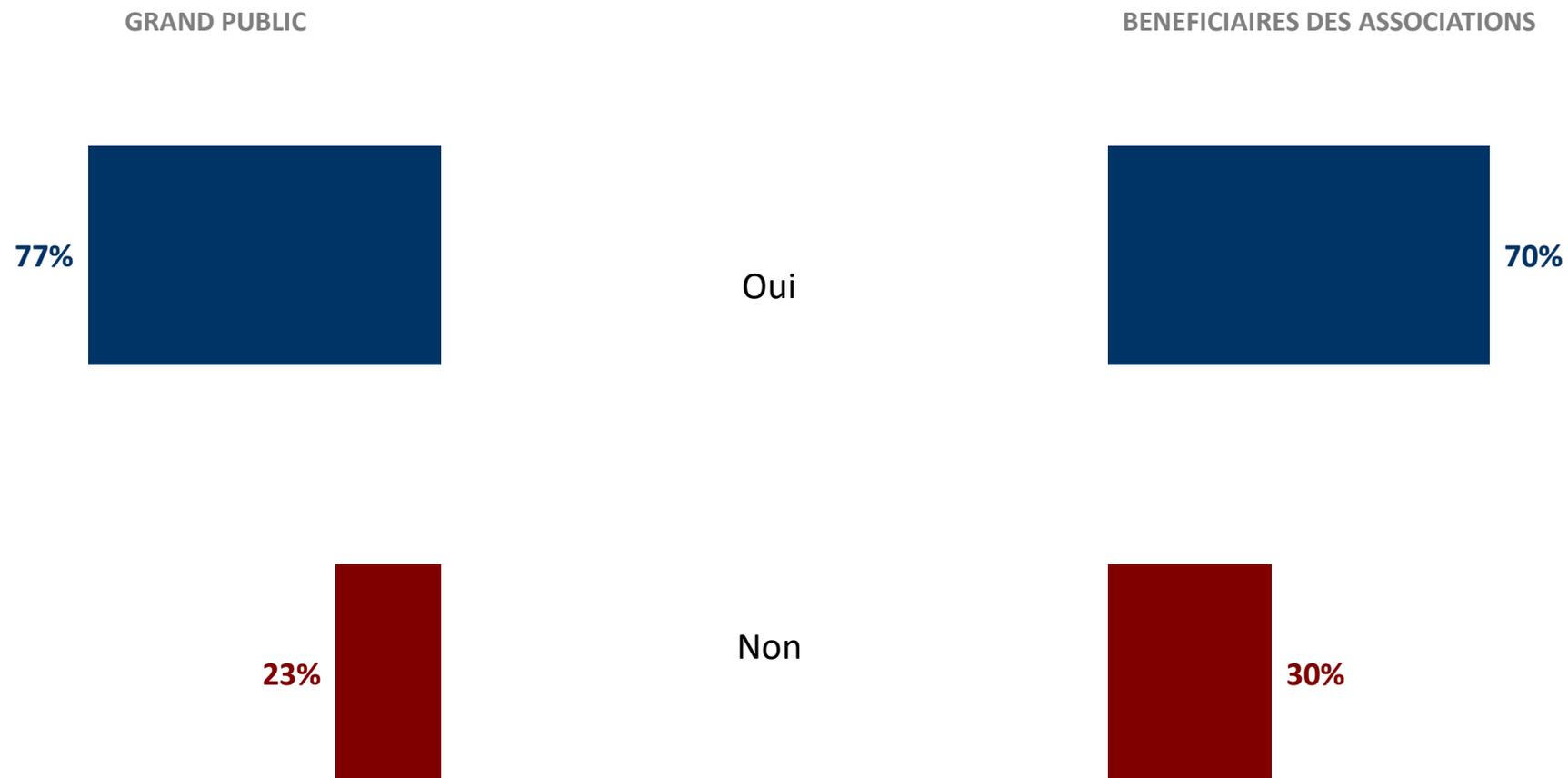
Base : Question posée aux femmes réglées qui estiment que le manque de protections hygiéniques a un impact sur le bien-être de leur fille, soit 1% de l'échantillon GP et 7% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Et de la même manière est vécu comme impactant négativement le bien-être des jeunes filles concernées

QUESTION : Selon vous, le fait que votre fille n'ait pas toujours de protections hygiéniques en quantité suffisante a-t-il des conséquences sur son bien-être ?

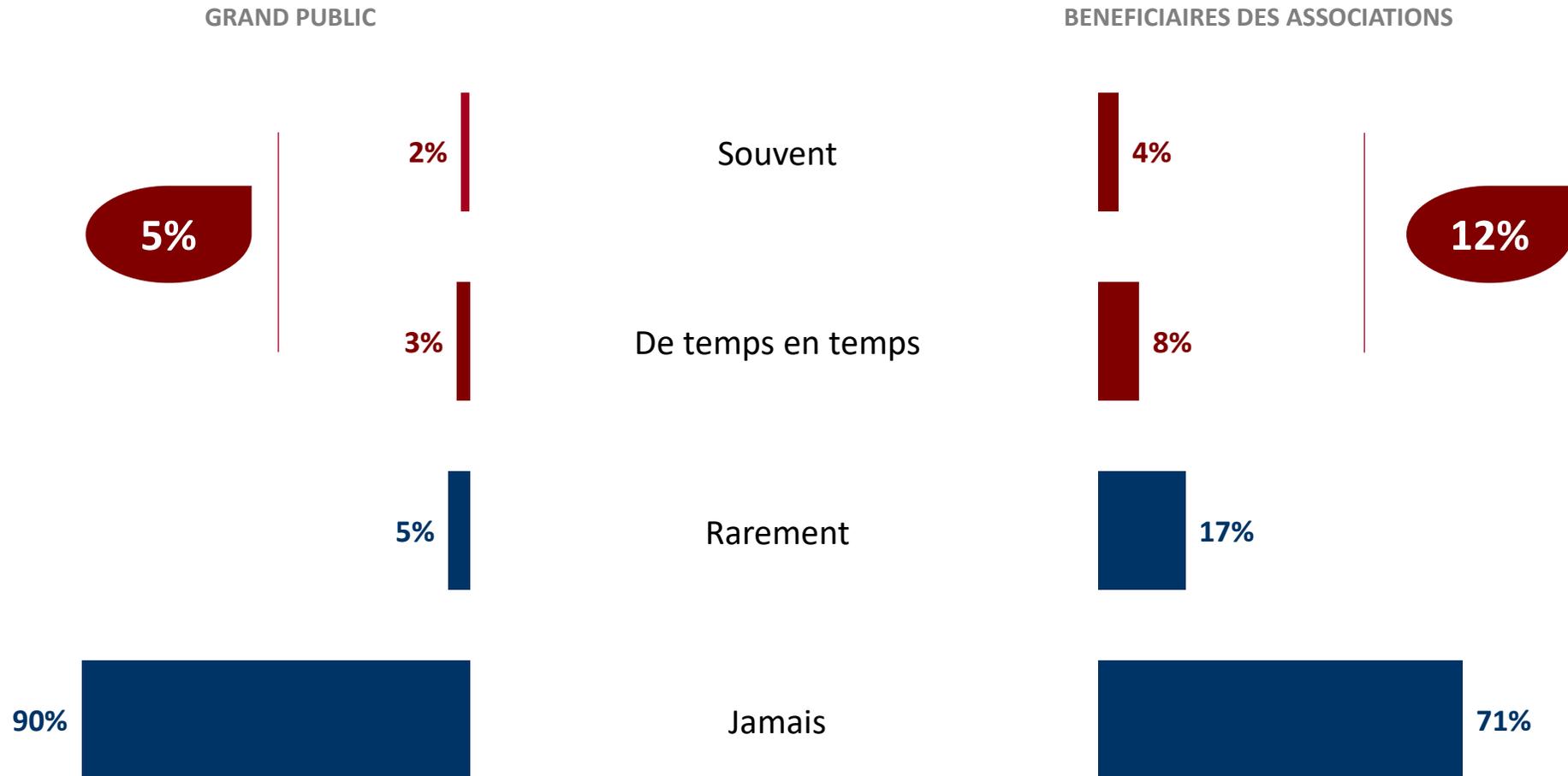
Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer ayant été confrontée à un manque de protection hygiénique, soit 2% de l'échantillon GP et 10% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Par conséquent, le manque de protections hygiéniques impacte la vie sociale et professionnelle : renoncement à sortir ou à aller au travail

QUESTION : Vous arrive-t-il de ne pas sortir de chez vous ou de manquer le travail car vous n'avez pas de protections hygiéniques ?

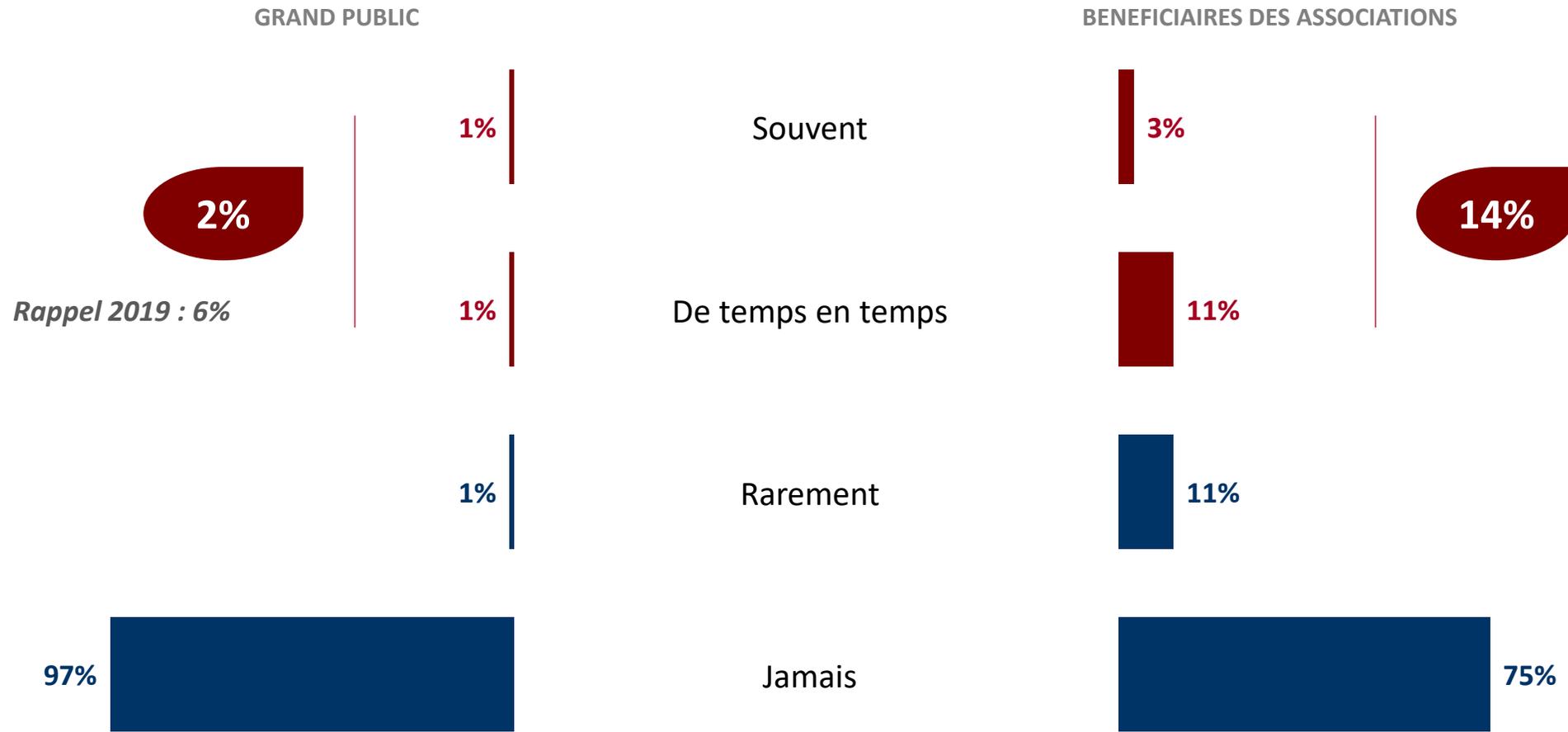
Base : Question posée aux femmes réglées, soit 30% de l'échantillon GP et 51% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Le manque de protections hygiéniques n'entraîne en revanche de l'absentéisme scolaire que dans une minorité de cas

QUESTION : Et votre fille a-t-elle déjà manqué les cours car elle n'avait pas de protections hygiéniques ?

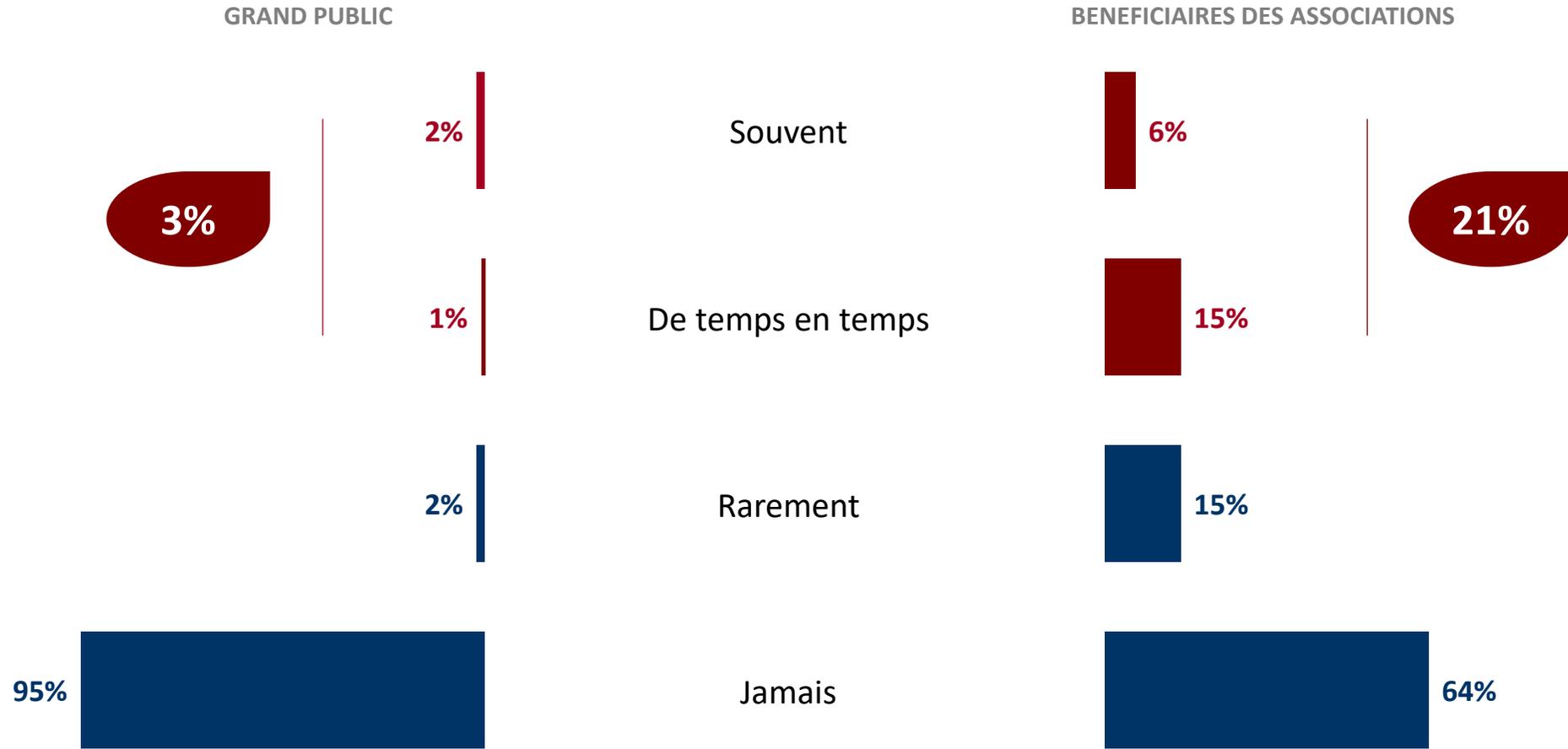
Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 7% de l'échantillon GP et 17% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Le renoncement à une sortie en raison d'un manque de protections hygiéniques est minoritaire sauf pour les publics précaires

QUESTION : Et votre fille a-t-elle déjà renoncé à sortir pour voir des amis ou faire du sport car elle n'avait pas de protections hygiéniques (par manque d'argent) ?

Base : Question posée aux femmes ayant une fille réglée au foyer, soit 7% de l'échantillon GP et 17% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations





E.

Focus jeunes

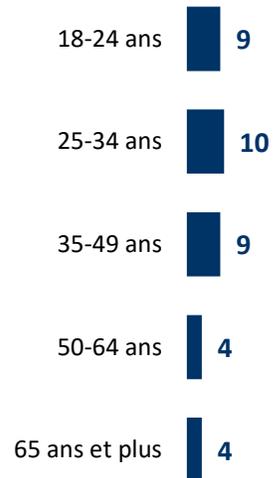
1 jeune sur 10 renonce à acheter des produits d'hygiène de première nécessité

QUESTION : Pour chacun des produits d'hygiène suivants, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de renoncer à en acheter par manque d'argent ?

Le shampoing

Ensemble de la population française : 7%

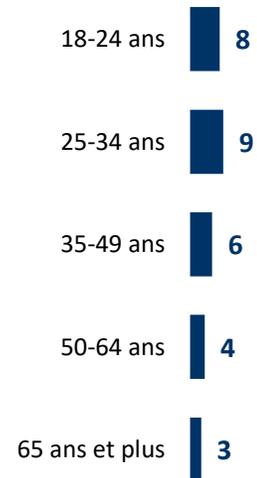
Selon l'âge



Le dentifrice

Ensemble de la population française : 6%

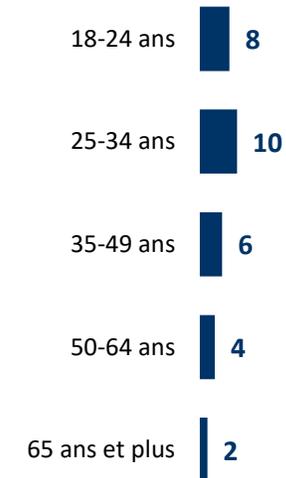
Selon l'âge



Le papier toilette

Ensemble de la population française : 5%

Selon l'âge



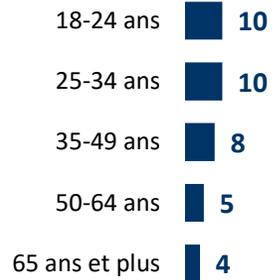
Ce renoncement à l'achat de produits d'hygiène amène 1 jeune sur 10 à adopter des stratégies de contournement

QUESTION : Par manque d'argent, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de... ?

Vous laver les cheveux avec autre chose que du shampooing

Ensemble de la population française : 7%

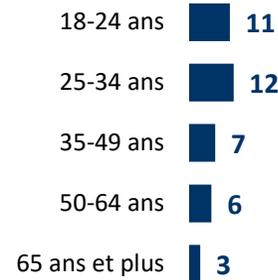
Selon l'âge



Ne pas utiliser ou contrôler la consommation de papier toilette

Ensemble de la population française : 6%

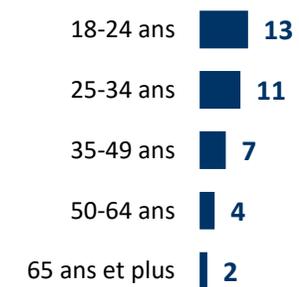
Selon l'âge



Ne pas pouvoir vous laver les cheveux aussi souvent que vous le voulez

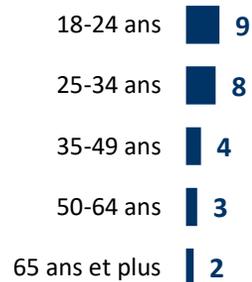
Ensemble de la population française : 6%

Selon l'âge



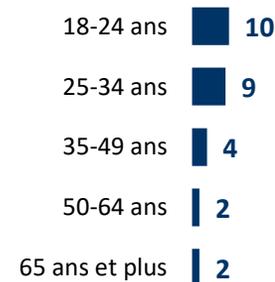
Vous laver les dents sans dentifrice
Ensemble de la population française : 4%

Selon l'âge



Vous laver sans utiliser de gel douche ou de savon
Ensemble de la population française : 4%

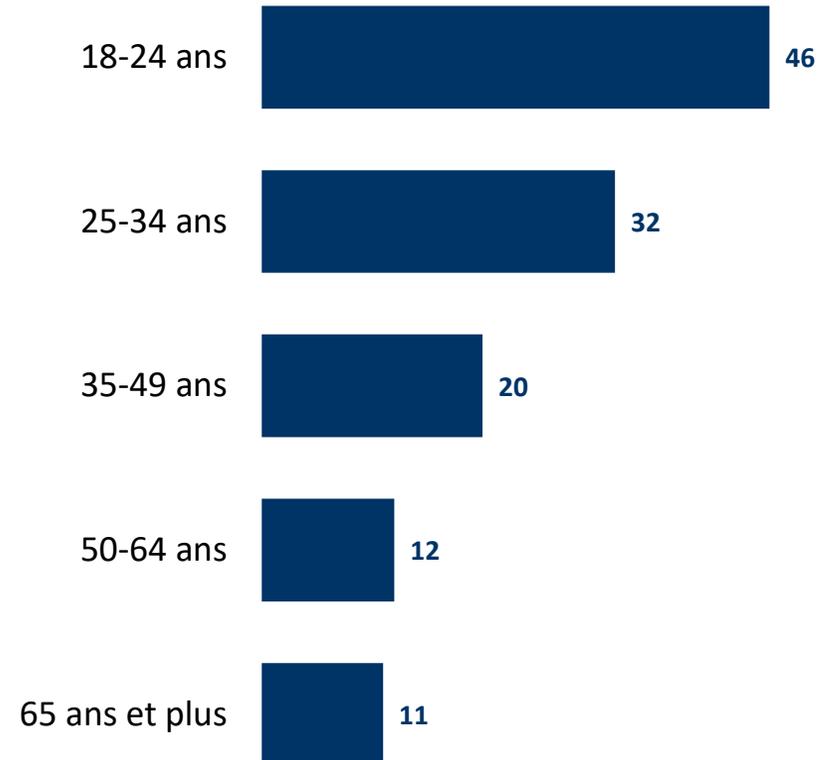
Selon l'âge



Le manque de produits d'hygiène génère un sentiment de malaise très prégnant parmi les moins de 25 ans

QUESTION : Vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de vous sentir mal à l'aise par rapport à votre apparence et d'avoir peur d'être jugé négativement par les gens en raison des éléments suivants ... ?

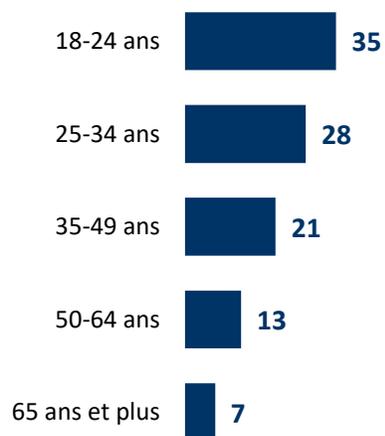
Sentiment de malaise par rapport à sa présentation
Ensemble de la population française : 20%



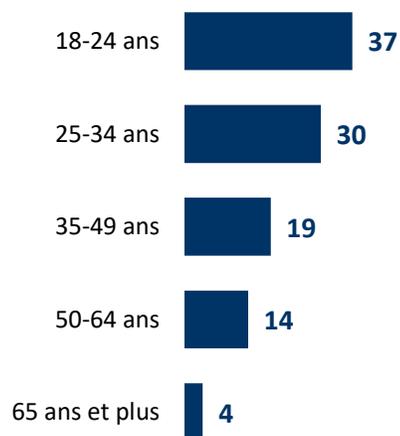
Ce sentiment de malaise devient facteur d'exclusion sociale chez les jeunes concernés qui renoncent pour 37 % à sortir de chez eux

QUESTION : Est-ce que le fait de vous sentir mal à l'aise dans votre apparence personnelle vous a déjà conduit aux choses suivantes ?

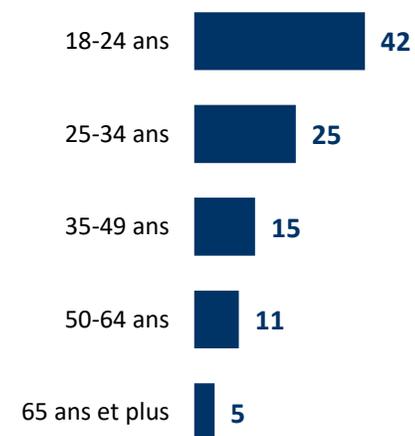
Ne pas être bien dans votre travail
Ensemble de la population française : 18%



Ne pas sortir
Ensemble de la population française : 17%



Eviter ou ignorer quelqu'un que vous connaissez
Ensemble de la population française : 16%

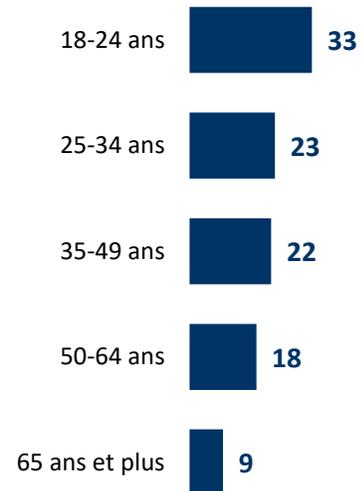


Ce sont aussi eux qui sont les plus contraints au renoncement à l'achat de produits cosmétiques...

QUESTION : Pour chacun des produits d'hygiène suivants, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de renoncer à en acheter par manque d'argent ?

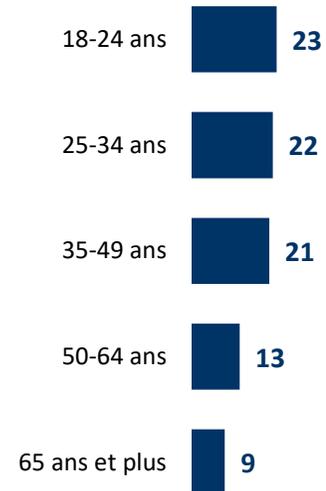
Les soins hydratants

Ensemble de la population française : 19%



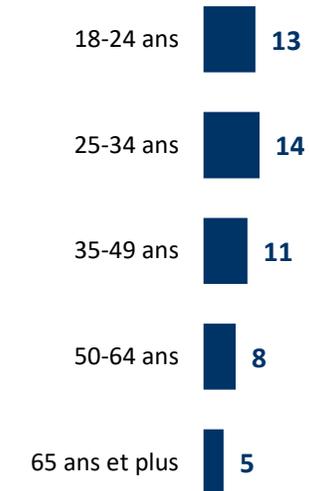
Les produits de soins cheveux

Ensemble de la population française : 16%



Le déodorant

Ensemble de la population française : 10%



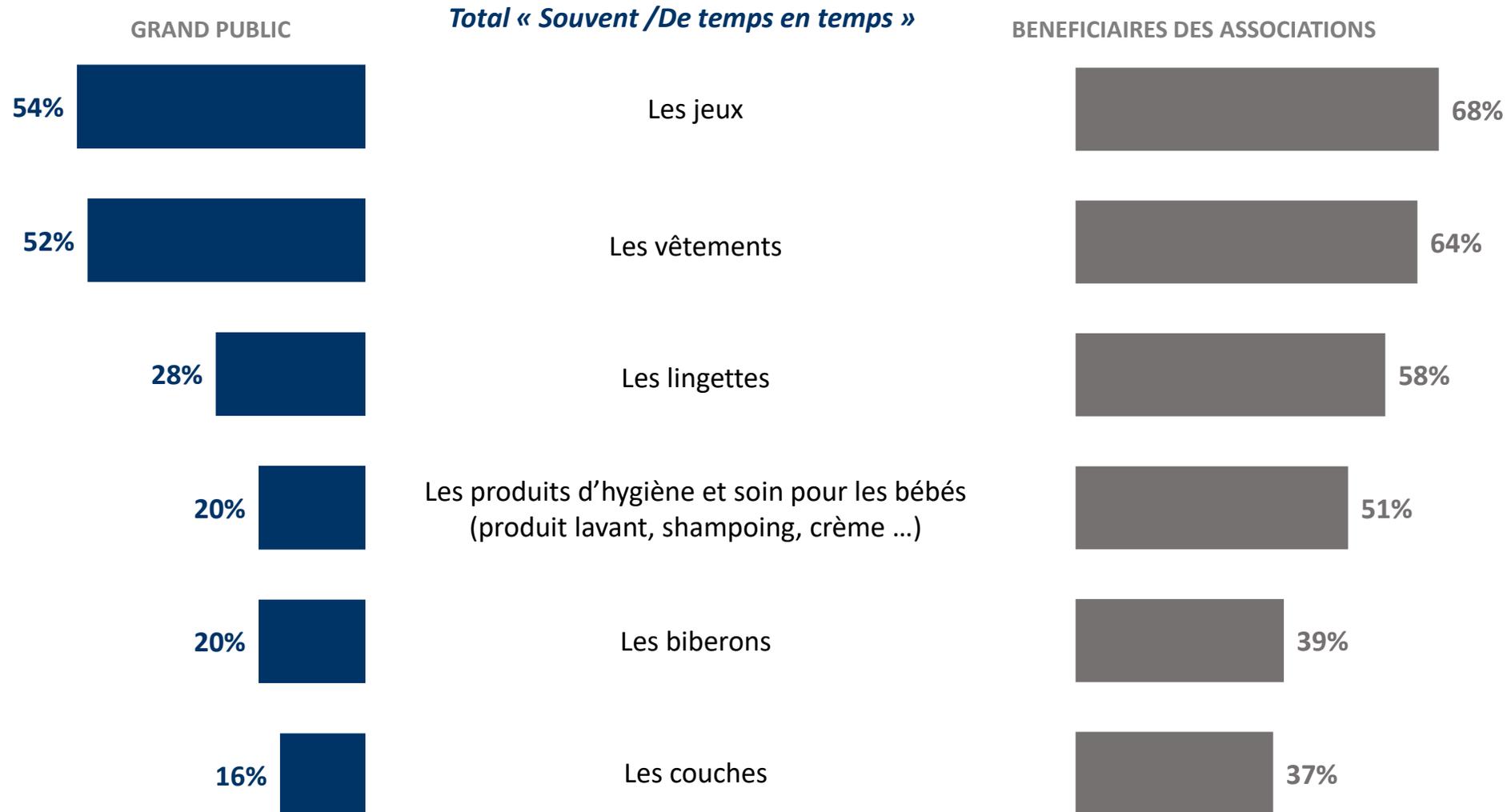
D.

Focus parents de jeunes enfants

16% des parents ont déjà renoncé à l'achat de couches pour leurs bébés et 37% des parents bénéficiaires d'associations soit plus du double

QUESTION : Pour chacun des produits suivants, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de renoncer à en acheter par manque d'argent ?

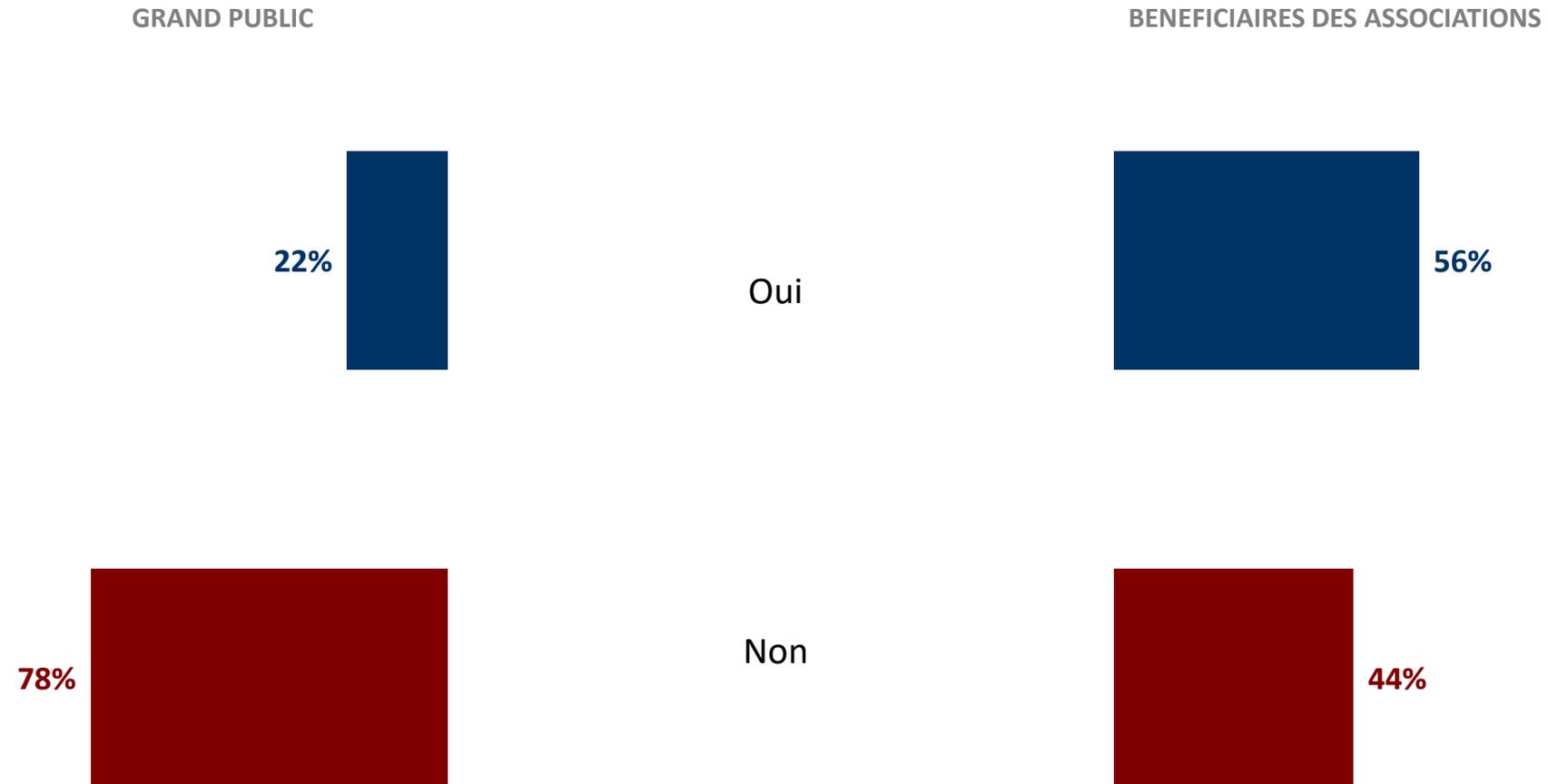
Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins, soit 7% de l'échantillon (pourcentage redressé, mais 407 répondants) GP et 16% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Une situation qui s'est dégradée, 1 parent de jeunes enfants sur 5 éprouve plus de difficultés à acquérir des couches depuis le début de la crise sanitaire

QUESTION : Est-ce que la crise de la Covid-19 a eu un impact négatif sur votre capacité financière à acheter des couches pour votre enfant ?

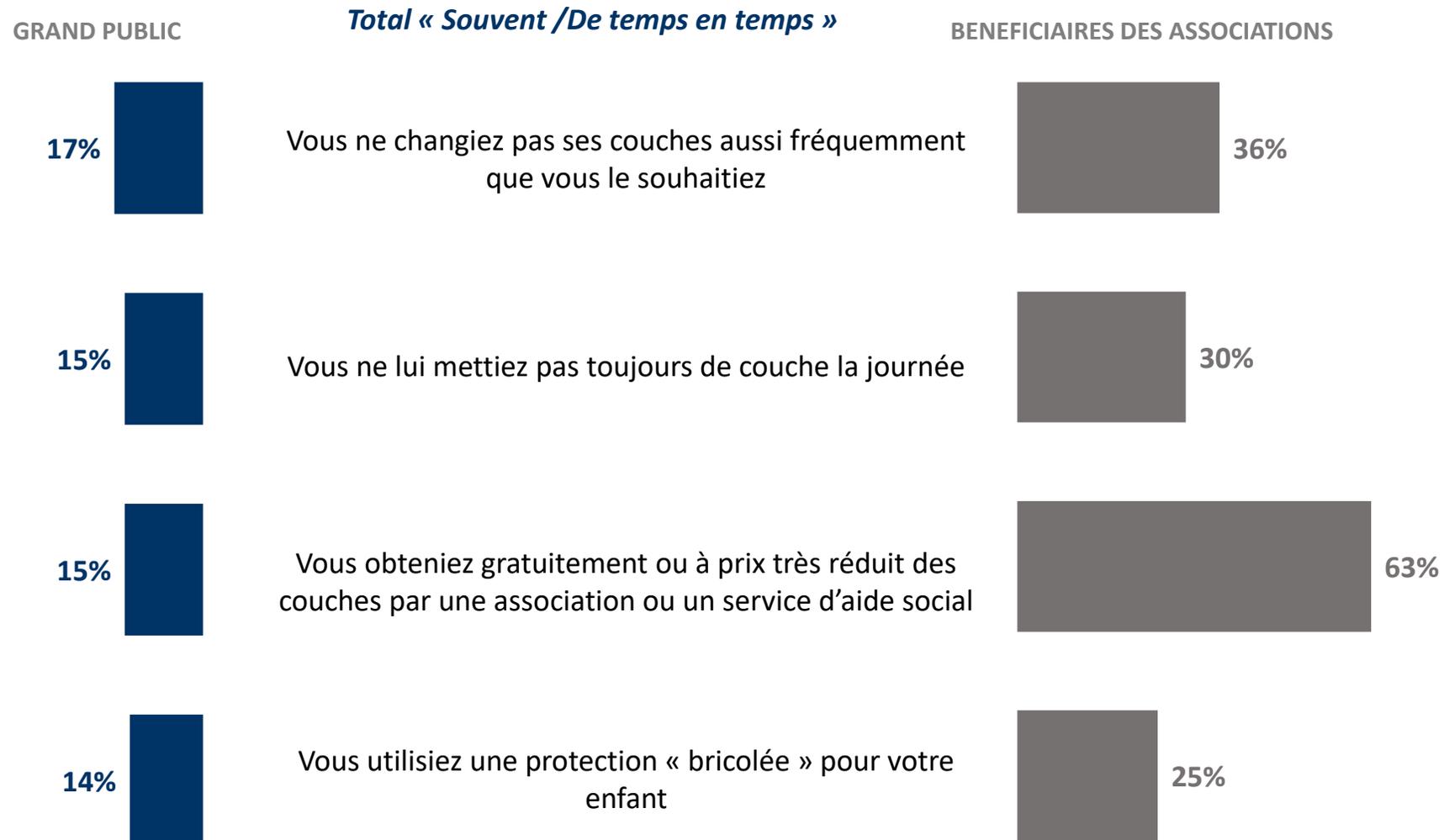
Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins, soit 7% de l'échantillon (pourcentage redressé, mais 407 répondants) GP et 16% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Près d'un parent sur cinq réduit la fréquence du changement des couches et plus 1/3 parmi les bénéficiaires d'associations

QUESTION : Si vous avez un enfant de moins de 3 ans, vous arrive-t-il par manque d'argent que... ?

Base : Question posée aux personnes ayant des enfants de moins de 3 ans, soit 6% de l'échantillon GP et 16% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

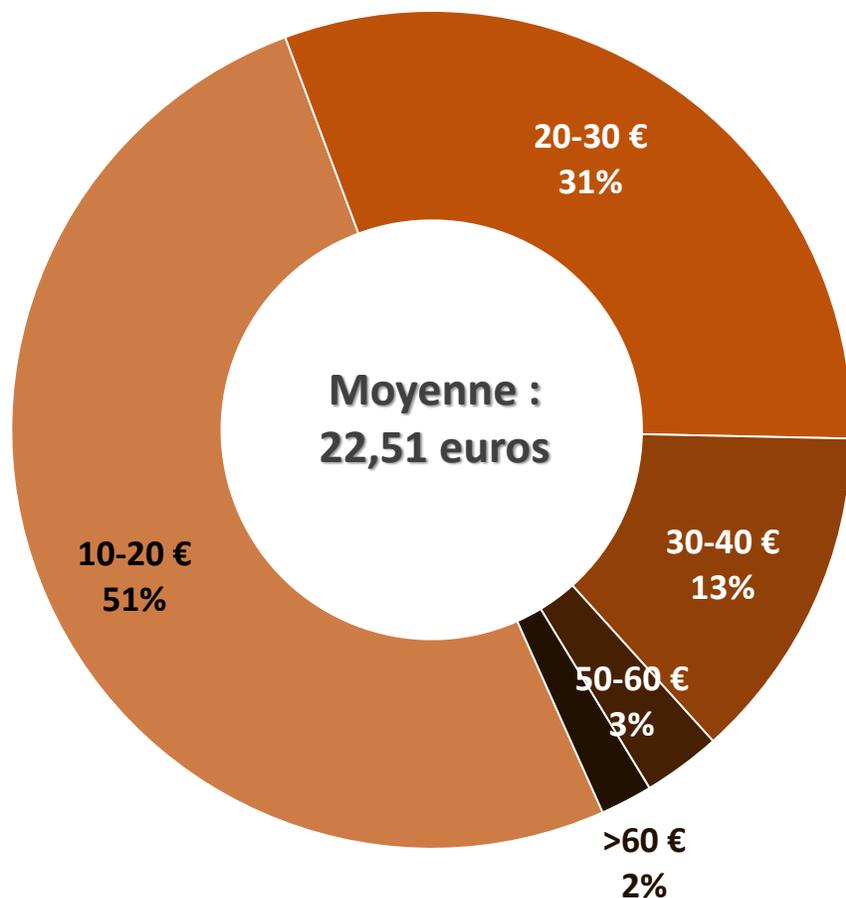


En moyenne, le budget consacré aux couches est d'environ 20 euros par semaine

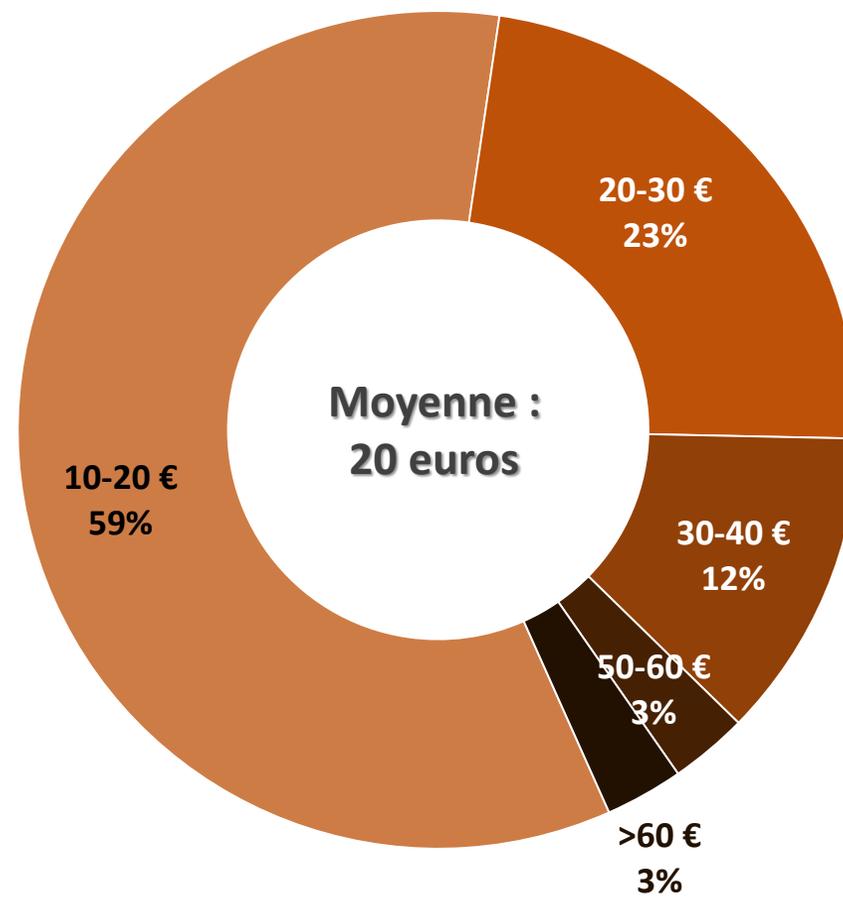
QUESTION : Quel budget consacrez-vous en moyenne par semaine à l'achat de couches pour votre enfant ?

Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins, soit 7% de l'échantillon (pourcentage redressé, mais 407 répondants) GP et 16% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

GRAND PUBLIC



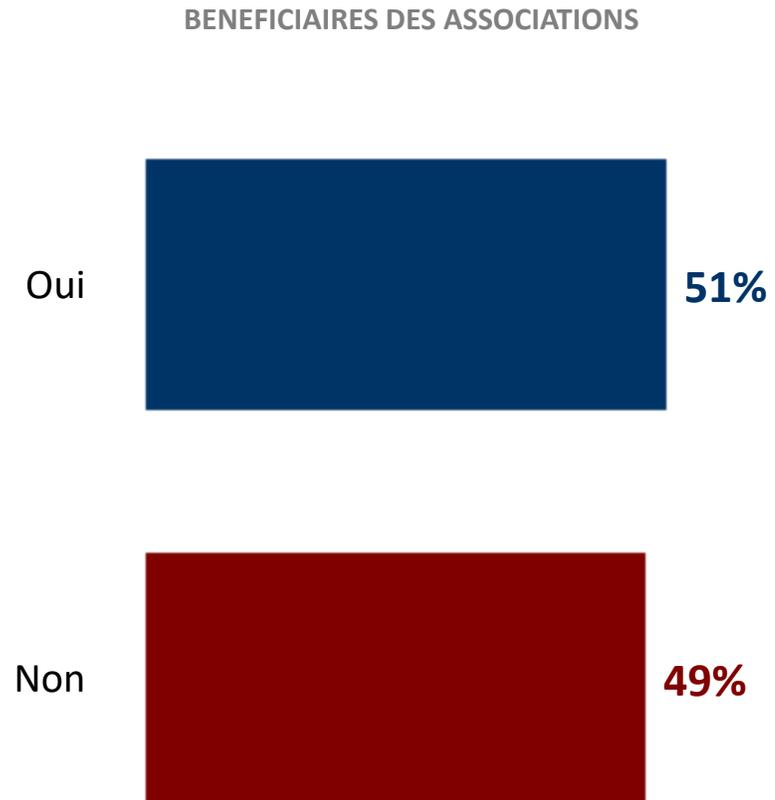
BENEFICIAIRES DES ASSOCIATIONS



1 bénéficiaire d'association sur 2 estime que la crise a rendu plus difficile la possibilité d'obtenir des couches gratuitement par le biais des structures d'aide

QUESTION : Est-ce que la crise de la Covid-19 a rendu plus difficile la possibilité d'obtenir des couches gratuitement ou à très petit prix auprès grâce aux structures d'aide (Epicerie sociale / solidaire, centre d'hébergement, accueil de jour, associations..) ?

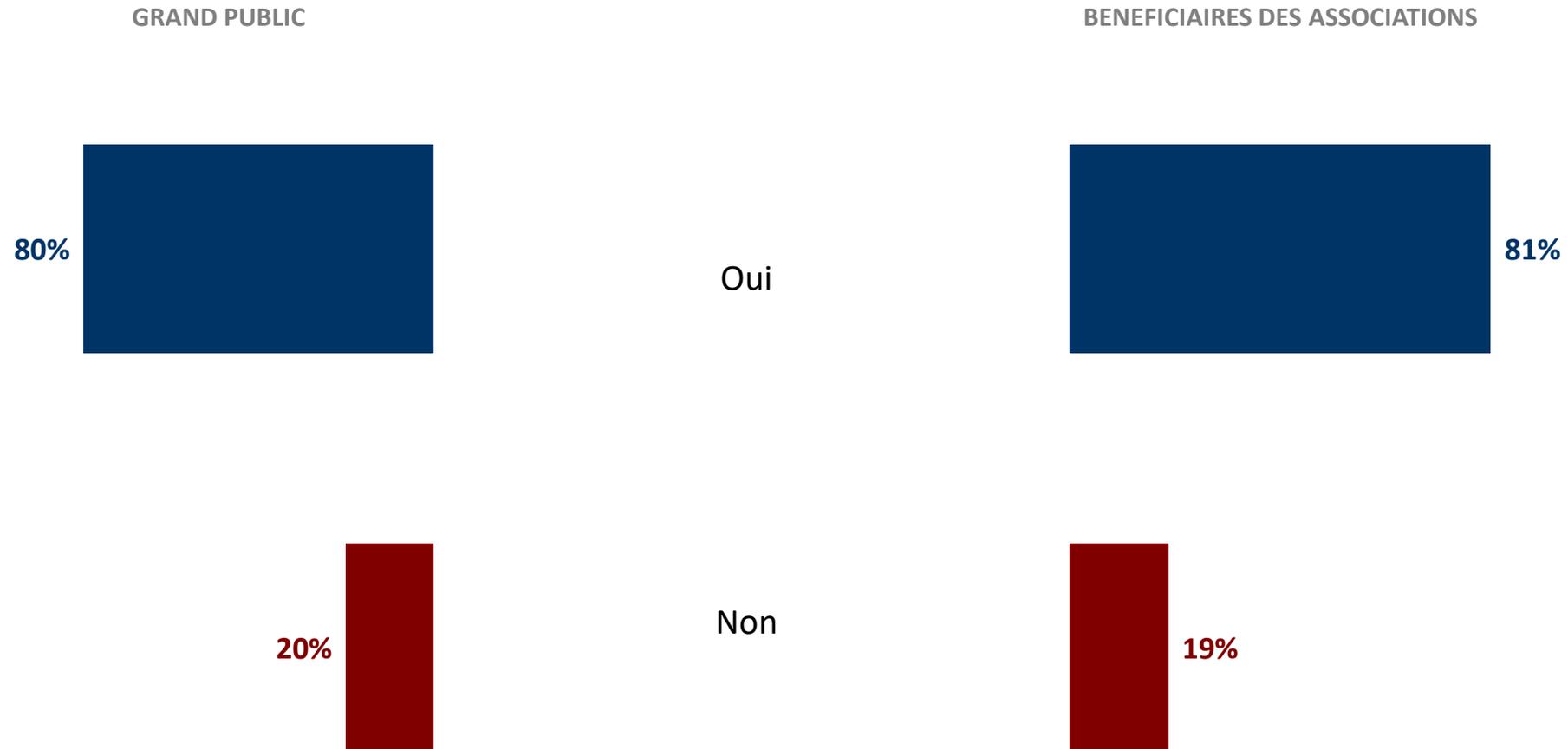
Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins, 16% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Le manque de couches a des conséquences sur l'hygiène et le bien-être des jeunes enfants pour 8 parents sur 10

QUESTION : Selon vous, le fait de ne pas pouvoir acheter les produits d'hygiène (couches, lingettes ...) que vous jugez nécessaires pour un jeune enfant a-t-il des conséquences sur son bien-être ?

Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins, soit 7% de l'échantillon (pourcentage redressé, mais 407 répondants) GP et 16% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Les manifestations de ce mal être sont diverses

QUESTION : Et selon vous quelles sont ces conséquences sur un jeune enfant ?

Base : Question posée aux personnes qui estiment que le renoncement à l'achat d'un produit a une conséquence sur le bien-être de l'enfant, soit 6% de l'échantillon GP et 13% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations



Depuis la crise, les bénéficiaires d'associations sont plus nombreux à compter sur les structures caritatives pour l'obtention des produits d'hygiène

QUESTION : Pour les produits d'hygiène cités précédemment, avez-vous plus souvent fait appel aux structures d'aide (Associations, Epicerie sociale/solidaire, centre d'hébergement, accueil de jour...) depuis la crise de la Covid-19 ?

Base : répondants se procurant des produits d'hygiène auprès d'épiceries sociales, d'associations ou de centres d'hébergement, soit 4% de l'échantillon GP et 62% de l'échantillon Bénéficiaires d'associations

