

Novembre 2021

Comprendre la précarité hygiénique en France pour mieux la combattre

#JusteEssentiel



Édito

Marie-Claire Boslowsky,
Présidente d'Essity en France



La précarité hygiénique est une réalité française méconnue.

Et pourtant, elle touche des millions de personnes au quotidien, contraintes de choisir entre l'achat de nourriture ou de produits d'hygiène de base, entre des pâtes alimentaires ou des couches pour bébé.

Cette précarité hygiénique a des **causes multiples** qui aggravent l'exclusion sociale de certaines catégories de la population. Une tendance qui s'est accélérée avec la crise de la Covid-19.

Acteur engagé depuis des années à réduire les fractures hygiéniques, notamment en luttant contre l'insalubrité des toilettes à l'école ou en brisant les tabous autour des menstruations, **Essity a décidé en 2021 de s'attaquer à la précarité hygiénique**, phénomène méconnu et peu documenté. Pour ce faire, Essity a collaboré avec la sociologue Pascale Manuello qui, à partir des études et de la documentation existantes, a réalisé un état des lieux permettant de mieux comprendre les causes de cette situation et d'identifier les populations les plus touchées.

Comme l'indique la chercheuse, le manque de ressources financières des ménages n'explique pas à lui seul la précarité hygiénique même si cela en constitue un facteur important. D'autres éléments entrent également en ligne de compte. **Des diktats imposés par la société de façon consciente ou inconsciente soulignent les attendus en matière d'hygiène corporelle et stigmatisent les plus précaires. À cela s'ajoutent également les conditions de vie des individus.**

À travers cette étude sociologique inédite, Essity ne prétend pas apporter des réponses toutes faites et des solutions faciles à une problématique éminemment complexe, tant l'hygiène et le rapport au corps renvoient à l'intime. Avec la pandémie de Covid-19, la précarité hygiénique est plus que jamais un enjeu majeur de santé publique. Son impact social ainsi que ses conséquences sur la santé des individus ne peuvent plus être ignorés.

C'est pourquoi, en tant qu'expert de l'hygiène et de la santé, nous pensons qu'il est de notre mission d'alerter, de rassembler et d'agir avec celles et ceux susceptibles d'apporter des éléments de réponse et des solutions.

Les 7 enseignements de l'étude



La précarité hygiénique trouve ses fondements dans **une succession voire une accumulation de facteurs**. Il y a bien entendu, de façon évidente, la situation financière insuffisante des personnes qui oblige à faire des choix, souvent au détriment de l'hygiène. Mais ce n'est pas tout.

A cela, il faut ajouter deux autres facteurs tout aussi importants. Tout d'abord, la situation personnelle de chacun que ce soit le mode de vie, le lieu d'habitation, la profession ou encore la relation au corps et à la santé. Enfin, et c'est peut-être l'élément le plus surprenant et inattendu de l'étude, il faut considérer un élément exogène important : le poids que la société, dans ses injonctions et paradigmes, fait peser sur les individus et les comportements attendus en matière d'hygiène et de santé. Mis bout-à-bout, ce sont tous **ces éléments qui peuvent in fine conduire à une stigmatisation, une marginalisation, voire à l'exclusion sociale**.

Enseignement n° 1

La précarité hygiénique, une réalité méconnue et pourtant ancrée dans la société

4 millions de personnes en France touchées



Derrière le mot « précarité » se cache une réalité souvent plus large que la seule difficulté d'accès aux ressources alimentaires ou au logement.

L'étude récente du CREDOC sur les conséquences de la crise sanitaire révèle que **la précarité recouvre aussi des difficultés d'accès à l'hygiène** telles que l'accès physique aux lieux d'hygiène, l'accès à certains produits de première nécessité ou encore l'éducation à l'hygiène. C'est pourquoi nous parlons ici de précarité hygiénique, phénomène qui touche 4 millions de personnes¹ en France.

Même si cette réalité est bien ancrée, elle est peu connue du grand public. Et pour cause, selon Pascale Manuello,



« La précarité hygiénique est relativement peu documentée par les sciences sociales hormis la santé bucco-dentaire traitée par le champ des inégalités sociales de santé. Depuis longtemps, la sociologie s'intéresse aux usages sociaux du corps mais **il n'y a pas eu de recherches sur la précarité hygiénique** telle qu'elle est actuellement décrite. »

1. Quatre millions de Français fragilisés par la crise sanitaire, CREDOC, octobre 2021 (à consulter sur [ce lien](#))

Enseignement n° 2

La toilette corporelle est liée à une norme sociale



La société fait de l'hygiène un enjeu moral autant qu'un enjeu sanitaire

A chaque époque correspond une représentation dominante du corps et un ensemble de comportements prônés ou interdits. Les limites entre propre et sale évoluent. Et **ceux qui ne peuvent suivre ces modèles se sentent stigmatisés et peuvent s'autoexclure de la société.**

Les normes d'entretien du corps ont subi une progressive transformation passant en partie d'un régime de contrainte externe (imposée par le pouvoir politique pour contrôler les corps individuels et les populations) à un régime d'intériorisation : les individus sont de plus en plus renvoyés à eux-mêmes et au devoir de s'auto-contrôler.

Si l'hygiène a pour objectif premier d'éloigner les infections microbiennes, **la toilette corporelle ne se réduit pas à l'hygiène médicale. Elle est liée à une norme sociale.** L'hygiène synonyme de propreté relève donc d'une **moralisation du corps.**

Le sondage publié en 2020 sur l'évolution des comportements d'hygiène corporelle et domestique en France² montre indéniablement une prise de conscience accrue de la part des Français qui déclarent « faire une toilette complète au moins une fois par jour ». De façon remarquable, au moins 3 Français sur 4 déclarent procéder à une toilette complète quotidienne. Cette déclaration est **la preuve de la puissance d'intériorisation des recommandations en matière d'hygiène corporelle.**

Plus généralement, avoir une apparence conforme aux attentes sociales, soigner la présentation de soi et prendre soin de son corps sont des injonctions particulièrement développées par nos sociétés, d'autant lorsque les pratiques corporelles valorisées sont renforcées par des normes médicales : par exemple, manger équilibré ou faire de l'activité physique sont des recommandations médicales pour lutter contre la survenue de maladies. Ne pas s'y conformer peut-être considéré comme la marque d'une certaine irresponsabilité ou d'une faiblesse de caractère. C'est en ce sens que le corps est moralisé.

2. Les Français sont-ils propres ? IFOP, 25 février 2020 (à consulter sur [ce lien](#))



Enseignement n° 3

On apprend
aux jeunes
filles à
**invisibiliser
les règles**



La précarité hygiénique découle en grande partie de tabous qui entourent le corps

Le manque d'argent n'explique pas à lui seul la précarité hygiénique. La moralisation du corps entraîne des tabous.

De nombreux tabous entourent le corps, s'agissant par exemple des menstruations, des odeurs corporelles ou des excréments corporelles non-contrôlés qui peuvent entraîner un sentiment de honte.

L'exemple du tabou qui entoure les menstruations est très parlant : comme le rappelle Pascale Manuello dans son étude,



« L'identification des menstruations à une souillure ne repose pas sur une explication naturelle mais est bel et bien le produit d'une construction sociale et historique. Qu'il fasse l'objet de répulsion ou de fascination, le sang des règles a toujours été considéré comme quelque chose de particulier. Les divers et successifs héritages religieux, mais aussi le domaine des sciences naturelles antiques présentant le sang menstruel comme une substance toxique, ont progressivement assimilé menstruations à souillures et les ont érigées en tabou autour duquel s'organisent un certain nombre d'interdits. Le travail de la sociologue Aurélie Mardon³ montre que les jeunes filles apprennent à invisibiliser les règles comme mode de construction et de perpétuation du tabou. Un tabou est toujours porté par le silence que ce soit par crainte ou par pudeur. »

3. A. Mardon, *Honte et dégoût dans la fabrication du féminin, l'apparition des menstrues*. Presses Universitaires de France. 2011.

Enseignement n° 4

37 % des moins de 25 ans renoncent à sortir de chez eux



Les injonctions sociales concernant le corps peuvent mener à l'auto-exclusion

Celles et ceux qui ne peuvent répondre aux standards d'hygiène corporelle peuvent se sentir pointés du doigt et exclus de la société. Cette stigmatisation peut créer un **sentiment de mal-être** pouvant aller jusqu'au **repli sur soi** et à l'**auto-exclusion**.

Par exemple, certaines personnes renoncent à se rendre à l'école, sur leur lieu d'études ou de travail parce qu'elles doivent arbitrer entre l'achat de protections hygiéniques ou le paiement de leur loyer. D'autres témoignages⁴ évoquent des personnes qui, lorsque ces protections ne sont plus disponibles à l'épicerie sociale, s'enferment chez elles pendant leurs règles.

En 2021, 46 % des 18-24 ans qui éprouvent des difficultés à accéder aux produits d'hygiène craignent le jugement des autres⁴. Ils sont les plus sensibles au malaise et risquent l'exclusion sociale. Au point que 37 % des moins de 25 ans renoncent à sortir de chez eux⁵.

Enseignement n° 5



Le cumul de difficultés sociales et économiques renforce la précarité hygiénique

Aux injonctions morales autour du corps s'ajoute la situation personnelle des individus : conditions sociales, niveau de revenus, conditions de vie et de travail, lieux et modes de vie, système de santé.

Parmi les facteurs qui mènent à la précarité hygiénique, il faut pointer **le poids des dépenses contraintes dans le budget des ménages précaires**. Certaines personnes sont en effet dans l'obligation d'opérer des arbitrages entre paiement du loyer, alimentation et produits d'hygiène. Ces dépenses dans le revenu disponible sont d'autant plus fortes que le niveau de vie des personnes précaires est faible⁶.

Lorsque ce type de difficultés s'installe, elles peuvent amplifier la précarité hygiénique. Précarité économique et précarité hygiénique, conjuguées l'une à l'autre, constituent ensemble des facteurs aggravants d'isolement. Si cette situation peut être transitoire et réversible, elle est susceptible de conduire à la grande pauvreté voire à l'exclusion.

4. La précarité hygiénique. Deuxième Baromètre hygiène et précarité hygiénique en France. Dons solidaires, 2021 (à consulter sur [ce lien](#))

5. *Ibid.*

6. Dépenses pré-engagées : quel poids dans le budget des ménages? Les dossiers de la DREES n° 25, mars 2018 (dossier à télécharger [ici](#))



Enseignement n° 6

La Covid-19 a amplifié le phénomène de précarité hygiénique



Les ménages les plus pauvres sont contraints de réaliser des arbitrages budgétaires permanents pour choisir entre un achat alimentaire, un shampoing, du dentifrice ou une serviette hygiénique. Quatre millions de Français se privent ainsi de produits d'hygiène de base⁷. Et la Covid-19 n'a fait qu'accentuer ces tendances déjà présentes.

En 2020, selon les principales associations caritatives, plus d'une personne sur quatre a vu les revenus de son foyer diminuer⁸.

À cela s'ajoutent les effets néfastes des confinements. Si l'isolement a pu offrir un répit éphémère et illusoire à l'abri du regard de l'autre, il a surtout renforcé la précarité hygiénique en contribuant à la détérioration de l'image de soi.

Enseignement n° 7

Les jeunes et les femmes sont les premières victimes de la précarité hygiénique



L'effet conjugué de la crise sanitaire et de la précarité hygiénique pèse lourdement sur le bien-être et la santé des jeunes. Selon une étude du Conseil National des politiques de Lutte contre la pauvreté et l'Exclusion (CNLE), **la crise sanitaire a entraîné une baisse de ressources pour 41 % des moins de 34 ans⁹**. Or, comme le souligne Pascale Manuello dans son étude, cette tranche d'âge était déjà la plus concernée par l'inaccessibilité aux produits de première nécessité avant la pandémie. La crise de Covid-19 n'a fait qu'aggraver leur situation.

La pandémie a également lourdement pesé sur la précarité hygiénique des femmes. 11 % d'entre elles, mais surtout 34 % des bénéficiaires d'association, ont ainsi vu leur capacité d'achat de protections hygiéniques être dégradée par la crise sanitaire. Là aussi, les plus jeunes sont les plus durement touchés dans leur vie sociale et l'estime d'elles-mêmes.

7. Etude Crédoc, *Quatre millions de Français fragilisés par la crise sanitaire*, octobre 2021 (à consulter sur [ce lien](#))

8. N. Bajos, J. Warszawski, A. Paihle et al., *Les inégalités sociales au temps du Covid-19*. Questions de Santé Publique n° 40, octobre 2020

9. *La pauvreté démultipliée, dimensions, processus et réponses* (printemps 2020 | printemps 2021), CNLE, mai 2021

La nécessité de l'action face à la précarité hygiénique



Ce que la précarité hygiénique rend visible est l'extrême dénuement au cœur d'une société d'abondance avec ses implications en termes de stigmatisation sur la présentation de soi. Évoquer la précarité hygiénique est donc l'une des multiples manières de rappeler la violence des inégalités.

En plus de faire peser des risques sur la santé des individus, la précarité hygiénique entraîne une rupture des liens sociaux et favorise une situation d'exclusion susceptible de conduire à l'isolement total. Pour les plus précaires, cet isolement constitue également un facteur aggravant de mortalité¹⁰.

Ce constat impose de faire de la précarité hygiénique une priorité des politiques de santé publique. L'enjeu est de lutter non seulement contre les effets d'une hygiène et d'une santé qui se dégradent et aboutissent à des situations d'exclusion, mais aussi de **créer les conditions d'un dialogue et d'un lien social renouvelé avec les plus précaires. Lutter à leurs côtés contre la précarité hygiénique revient à les accompagner dans la réappropriation de leur corps et dans la restauration de leur estime d'eux-mêmes.** Ce sont là des facteurs incontournables d'une meilleure réinsertion pour leur permettre de reprendre pied durablement dans la société.

Face à ce constat, Essity entend mobiliser tous les acteurs de la société pour combattre la précarité hygiénique.

10. *Le capital social, de la sociologie à l'épidémiologie*, Didier Fassin. Revue d'épidémiologie et de santé publique, vol.51, n° 4, 2003

Essity et la lutte contre la précarité hygiénique : de l'action de terrain à la mobilisation des consciences

Le « **Rapport sur la précarité hygiénique au sein de la société française** » s'inscrit dans une série d'initiatives sociétales menées depuis plusieurs années par Essity en faveur de l'accès du plus grand nombre aux produits d'hygiène et de santé.



10 ans de mobilisation avec la Croix-Rouge française au service des plus démunis



1 million de Kits Hygiène distribués

- Depuis 2011, Essity mène en partenariat avec la Croix-Rouge française le programme «Kits Hygiène». Cette action conjointe a déjà permis de distribuer en dix ans plus d' **1 million de Kits Hygiène** auprès de personnes en situation de grande précarité ou d'exclusion, partout en France, territoires ultra-marins compris. L'assemblage de ces kits est par ailleurs réalisé par des personnes en insertion professionnelle salariées de Croix-Rouge Insertion.



22 points hygiène Croix-Rouge

- En complément de cette action, Essity a contribué à la rénovation de **22 points hygiène Croix-Rouge** en France. Réservés aux personnes en situation de grande précarité, ces points hygiène leur permettent de prendre soin d'elles.



Partenariat renouvelé pour 3 années

- Au plus fort de la crise sanitaire, Essity et ses collaborateurs se sont mobilisés pour remettre à la Croix-Rouge française et à de nombreuses autres associations d'utilité publique **des millions de mouchoirs, de couches-bébé et de serviettes hygiéniques**.
- Le partenariat entre Essity et la Croix-Rouge française a été renouvelé le 17 juin 2021 pour **trois nouvelles années**. Dans le contexte actuel de crise sanitaire, Jean-Christophe Combe, Directeur général de la Croix-Rouge française estime que «*le renouvellement du soutien d'Essity pour les trois années à venir est encore plus précieux pour la Croix-Rouge française et les publics que nous accompagnons dans l'ensemble des dispositifs de lutte contre l'exclusion*».



Mobilisation sur les conditions d'hygiène des toilettes à l'école : des conséquences insoupçonnées sur les enfants

En novembre 2018, Essity publie une grande étude afin d'**identifier les points de blocage liés au manque d'hygiène dans les toilettes scolaires en France.**

À travers cette initiative, Essity engage un dialogue constructif entre les différentes parties prenantes pour **faciliter la recherche de solutions pérennes et constructives et améliorer la santé et le bien-être des enfants.**

En mai 2019, ce rapport donne lieu à l'organisation d'une table ronde à l'Assemblée nationale et à **une expérimentation dans une cinquantaine d'écoles dans le département de l'Eure à l'initiative de la Députée Marie Tamarelle-Verhaeghe**, membre de la commission des Affaires sociales et Présidente du groupe d'études sur la santé à l'école.

À télécharger sur le site d'Essity [en cliquant ici](#)



Engagement à briser le tabou des règles à l'école

À l'automne 2020, Essity prolonge l'étude précédente et brise un nouveau tabou. Elle consacre une grande enquête aux menstruations à l'école et dénonce les conditions souvent pénalisantes pour le bien-être et la scolarité des jeunes filles.

Ce rapport donne lieu à une action commune, en particulier sur les réseaux sociaux, avec Dr Good!, la marque incarnée par Michel Cymes, pour s'attaquer aux tabous autour de l'hygiène féminine et de l'hygiène des toilettes à l'école.

En novembre 2020, une webconférence est organisée à laquelle participent Marie Tamarelle-Verhaeghe, Marie Duru-Bellat, sociologue, et Marie-Claire Boslowsky, Présidente d'Essity en France.

À télécharger sur le site d'Essity [en cliquant ici](#)



Essity, Groupe international leader dans l'hygiène et la santé, est engagé à améliorer le bien-être grâce à des produits et solutions essentiels à la vie quotidienne.

En France, Essity compte 2.500 collaborateurs répartis sur 8 sites. Essity fabrique et commercialise des produits d'hygiène et de santé à travers des marques de renom telles que Demak'Up, Leukoplast, Lotus, Nana, Radiante, TENA ou Tork.

Plus d'informations sur www.essity.fr et [@Essity_FR](https://twitter.com/Essity_FR).

Contacts presse

**Emmanuelle Mathioudakis-Burney
& Pierre Lostanlen**

emmanuelle.burney@omnicomprgroup.com

pierre.lostanlen@omnicomprgroup.com

06 78 94 60 38

