



**DONSSOLIDAIRES®**

# Baromètre hygiène et précarité

Janvier 2026

N°121914

Contacts Ifop :

Jérôme Fourquet / François Legrand / Marie-Agathe Deffain  
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

# Sommaire

## 01. **La méthodologie** **3**

## 02. **Les résultats de l'étude** **5**

A – Le pouvoir d'achat

B – L'estime de soi et l'impact sur l'insertion sociale

C – La précarité hygiénique

D – La précarité menstruelle

E – Focus auprès des parents de jeunes enfants

F – Focus auprès des jeunes de moins de 25 ans



01

Méthodologie

# Méthodologie

## Echantillon

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **4002 répondants**, représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans.

*NB : Avant 2025, l'enquête était menée auprès d'un échantillon de 2000 répondants. La taille d'échantillon a été augmentée afin d'offrir une lecture des résultats selon la région d'habitation et la situation familiale.*

## Méthodologie

**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.

## Mode de recueil

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du **3 au 12 novembre 2025**.

## Précision relative aux marges d'erreur

| Taille d'échantillon | INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCES |           |           |           |           |     |
|----------------------|------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|
|                      | Pourcentage observé                      |           |           |           |           |     |
|                      | 5 ou 95%                                 | 10 ou 90% | 20 ou 80% | 30 ou 70% | 40 ou 60% | 50% |
| 500                  | 1,9                                      | 2,7       | 3,6       | 4,1       | 4,4       | 4,5 |
| 600                  | 1,8                                      | 2,4       | 3,3       | 3,7       | 4,0       | 4,1 |
| 800                  | 1,5                                      | 2,1       | 2,8       | 3,2       | 3,5       | 3,5 |
| 900                  | 1,4                                      | 2,0       | 2,6       | 3,0       | 3,2       | 3,3 |
| 1 000                | 1,4                                      | 1,8       | 2,5       | 2,8       | 3,0       | 3,1 |
| 1 500                | 1,1                                      | 1,5       | 2,0       | 2,3       | 2,4       | 2,5 |
| 2 000                | 1,0                                      | 1,3       | 1,8       | 2,0       | 2,2       | 2,2 |
| 3 000                | 0,8                                      | 1,1       | 1,4       | 1,6       | 1,8       | 1,8 |

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d'erreur », varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé comme le montre le tableau ci-contre.

**Exemple de lecture du tableau :** dans le cas d'un échantillon de **3000** personnes, si le pourcentage mesuré est de **10%**, la marge d'erreur est égale à **1,1**. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,9% et 11,1%.

# Aides à la lecture des résultats

## Aides à la lecture des chiffres

Les écarts statistiquement significatifs des différentes cibles et sous-cibles par rapport à la moyenne de l'échantillon sont indiqués par + et -

*NB : Par convention, quel que soit le sens « qualitatif » de l'écart, la couleur verte marque systématiquement un résultat statistiquement supérieur à la moyenne des répondants et la couleur rouge un résultat statistiquement inférieur*

### Nouveauté de l'édition 2025 :

Dans le cadre de ce rapport, ont été identifiés les « **Travailleurs pauvres** », c'est-à-dire les actifs occupés appartenant aux catégories pauvres (selon les critères de revenus mensuels par unité de consommation définis par l'INSEE). Le profil de ces répondants est détaillé ci-dessous.

#### SEXE DE L'INTERVIEWÉ(E)

|        |     |
|--------|-----|
| Hommes | 39% |
| Femmes | 61% |

#### ÂGE DE L'INTERVIEWÉ(E)

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Moins de 35 ans      | 31% |
| . 18-24 ans          | 10% |
| . 25-34 ans          | 21% |
| TOTAL 35 ans et plus | 69% |
| . 35-49 ans          | 43% |
| . 50-64 ans          | 25% |
| . 65 ans et plus     | 0%  |

#### TYPE DE CONTRAT (AU SEIN DU SECTEUR PRIVE)

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| CDI / Contrat à durée indéterminée | 77% |
| TOTAL Autres types de contrats     | 23% |

#### TEMPS DE TRAVAIL

|                 |     |
|-----------------|-----|
| A temps plein   | 79% |
| A temps partiel | 21% |

#### STATUT DE L'INTERVIEWÉ(E)

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| Dirigeants d'entreprise et indépendants | 22% |
| Salariés                                | 78% |
| . Salariés du secteur privé             | 54% |
| . Salariés du secteur public            | 24% |

#### SITUATION FAMILIALE

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| Foyers biparentaux                  | 43% |
| Foyers monoparentaux                | 15% |
| Foyers non-parentaux                | 13% |
| Foyers de célibataires sans enfants | 28% |

#### PRESENCE D'ENFANTS DE MOINS DE 3 ANS DANS LE FOYER

|     |     |
|-----|-----|
| Oui | 12% |
| Non | 88% |

A hand holding a stylus points at a tablet displaying various data charts and graphs. The tablet screen is filled with a variety of data visualizations, including line graphs, bar charts, pie charts, and a central globe with network connections. The background is a dark, textured surface, and the entire scene is overlaid with a semi-transparent red graphic element.

# 02

## Les résultats de l'étude

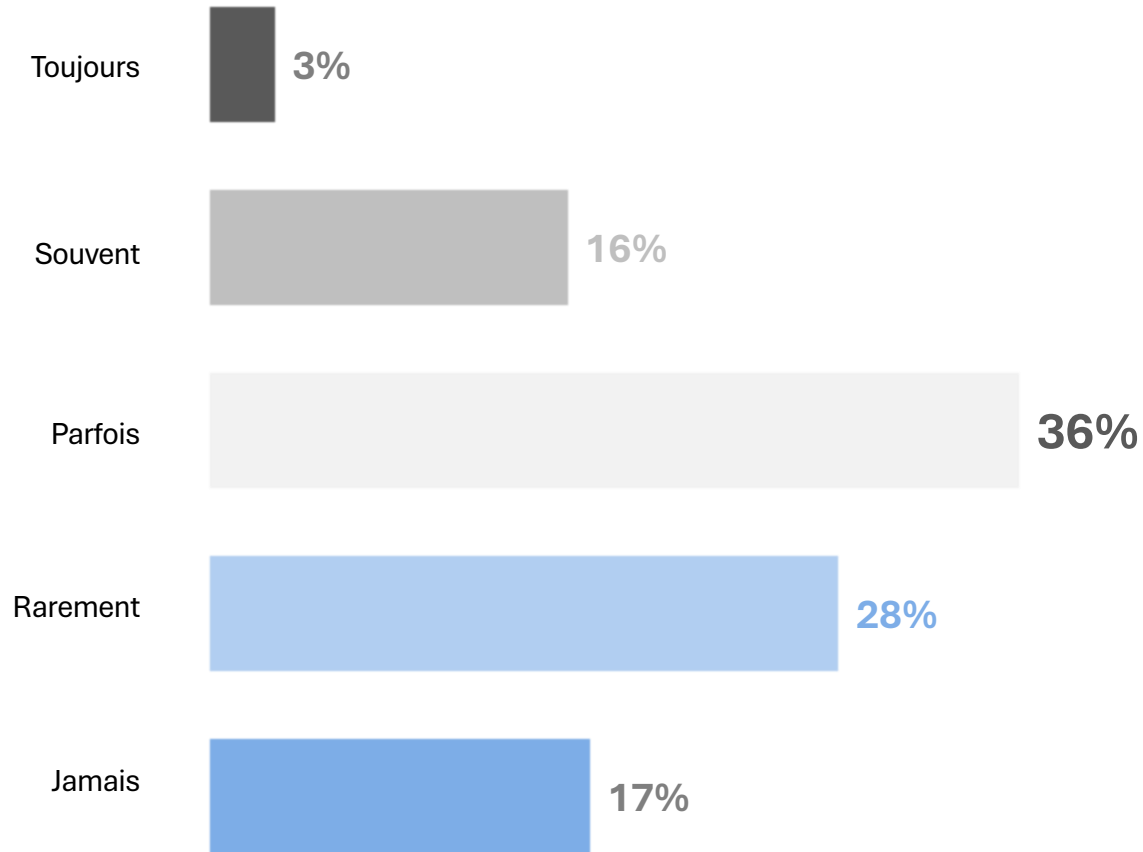


A

**Le pouvoir d'achat**

1 Français sur 5 déclare se sentir « toujours » ou « souvent » seul.  
L'expression de ce sentiment de solitude décroît par ailleurs avec l'avancée en âge

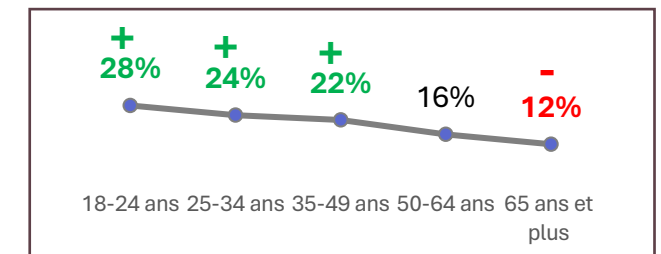
**QUESTION :** Vous arrive-t-il de vous sentir seul(e) ?



► **83%  
Oui**

Dont : **19%**  
se sentent « Toujours » ou  
« Souvent » seuls

Focus selon l'âge



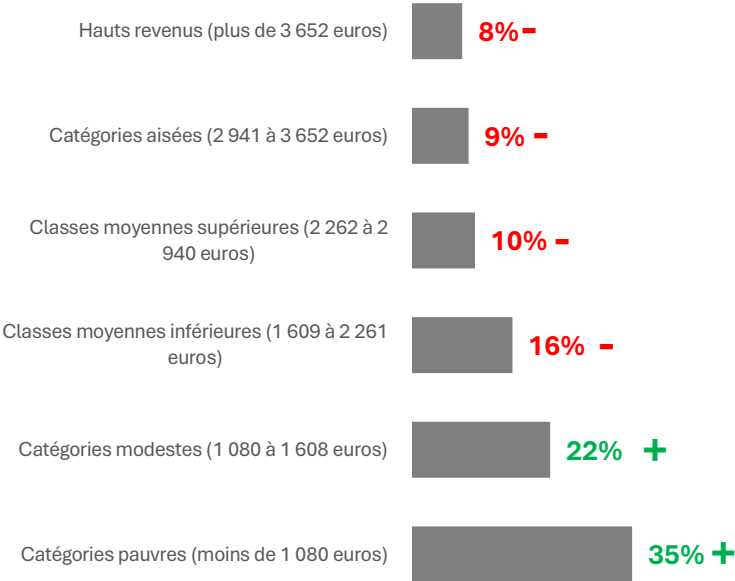
Les répondants les plus vulnérables financièrement semblent également d’avantage exposés à la solitude



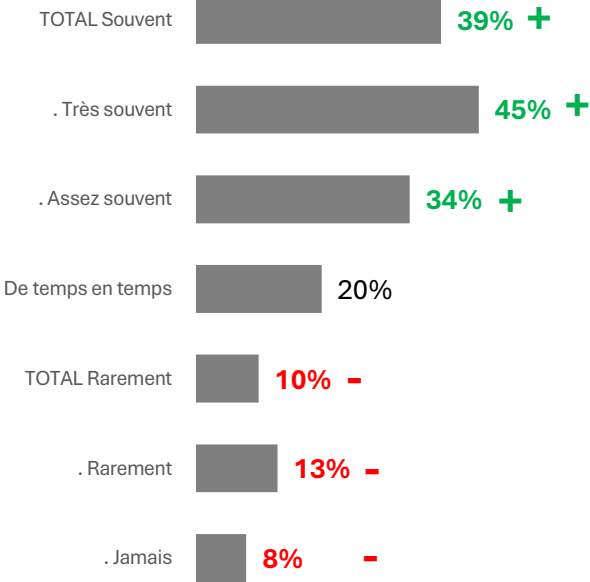
Focus sur les répondants qui se sentent

« Toujours » ou « Souvent » seuls  
(Ensemble : 19%)

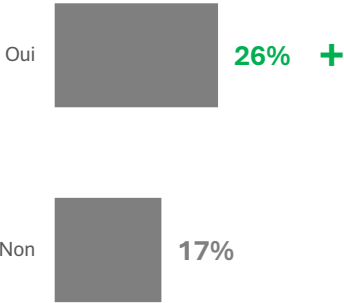
Selon le niveau de revenus



Selon le ressenti de difficultés à faire face à ses dépenses

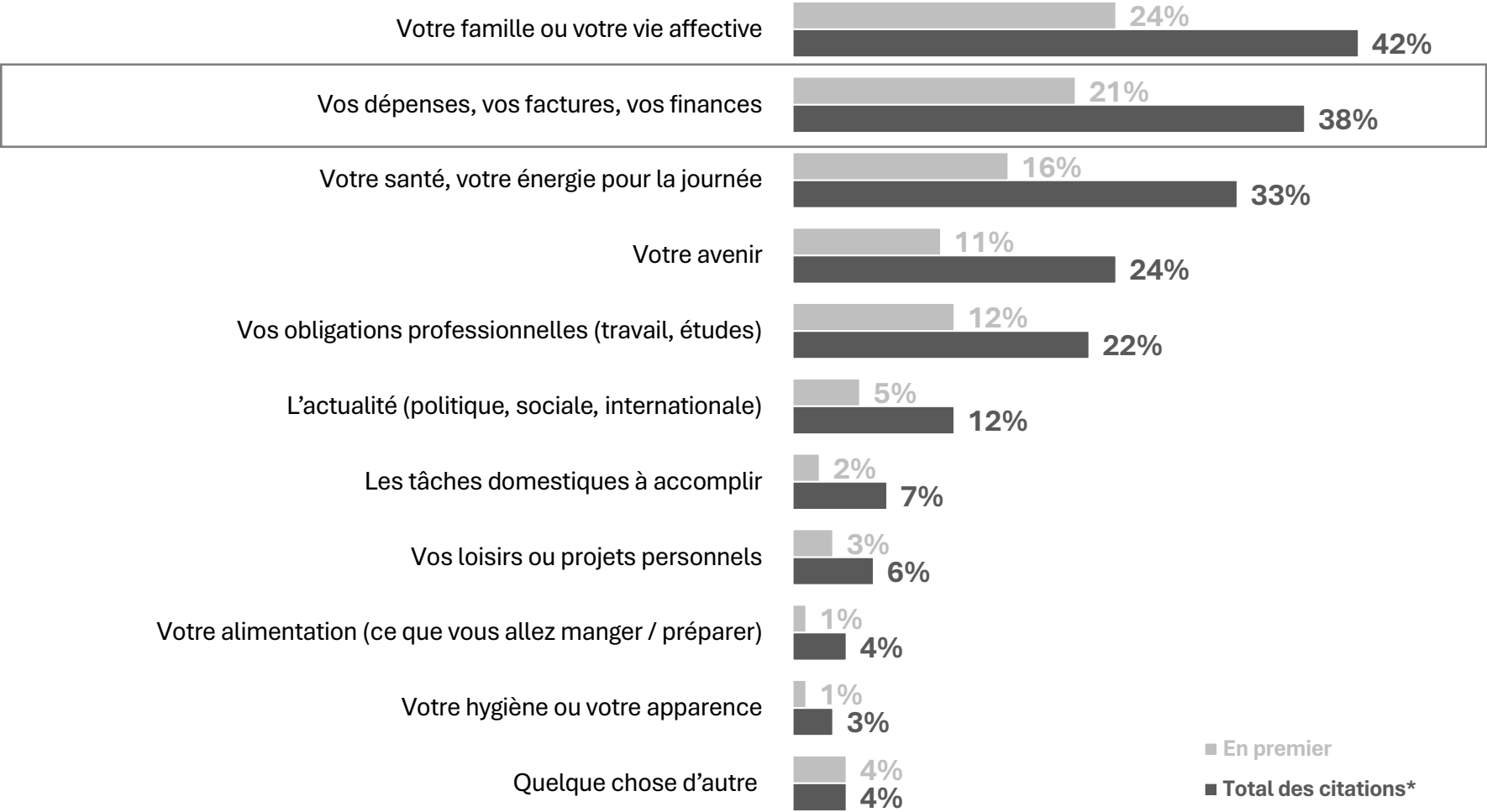


Selon le fait d’être travailleur pauvre



# Les Français sont avant tout angoissés par les pensées ayant trait à la famille/ vie affective, au budget du foyer ou à la santé

**QUESTION :** Parmi les pensées suivantes, lesquelles pourraient vous empêcher de dormir ? En premier ? En second ?



(\*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses.

Les Français les plus angoissés par leurs dépenses (au point de les empêcher de dormir) sont les catégories pauvres ou modestes, les parents ainsi que les travailleurs pauvres

**QUESTION :** Parmi les pensées suivantes, lesquelles pourraient vous empêcher de dormir ? En premier ? En second ?

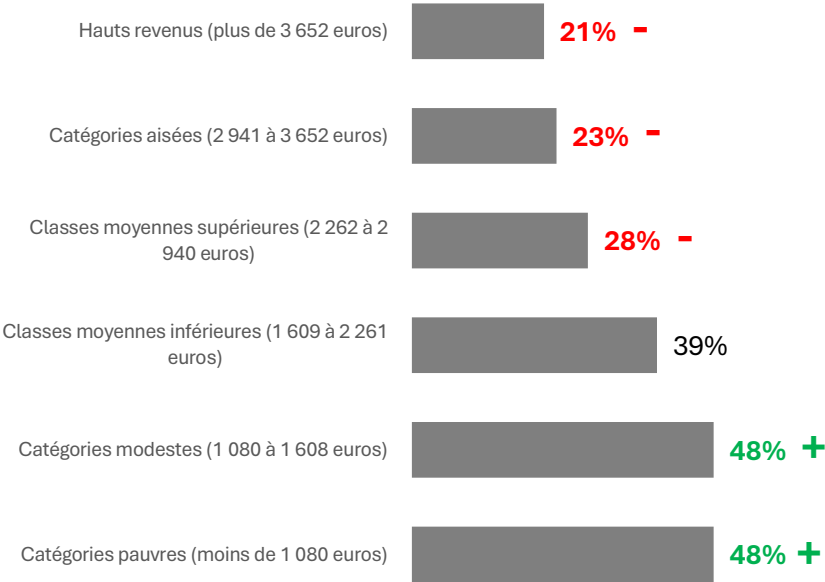
**Focus sur les répondants qui indiquent que le fait de penser à leurs dépenses, factures ou finances pourraient les empêcher de dormir (« Total des citations »)**

(Ensemble : 38%)

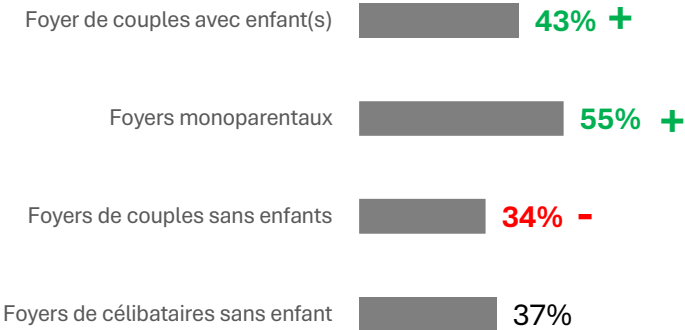
Selon le sexe



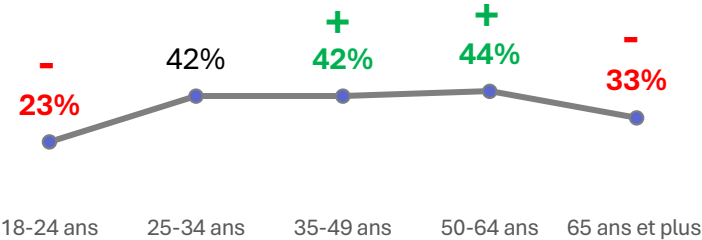
Selon le niveau de revenus



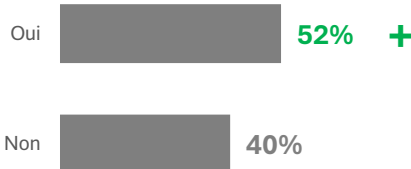
Selon la situation familiale



Selon l'âge

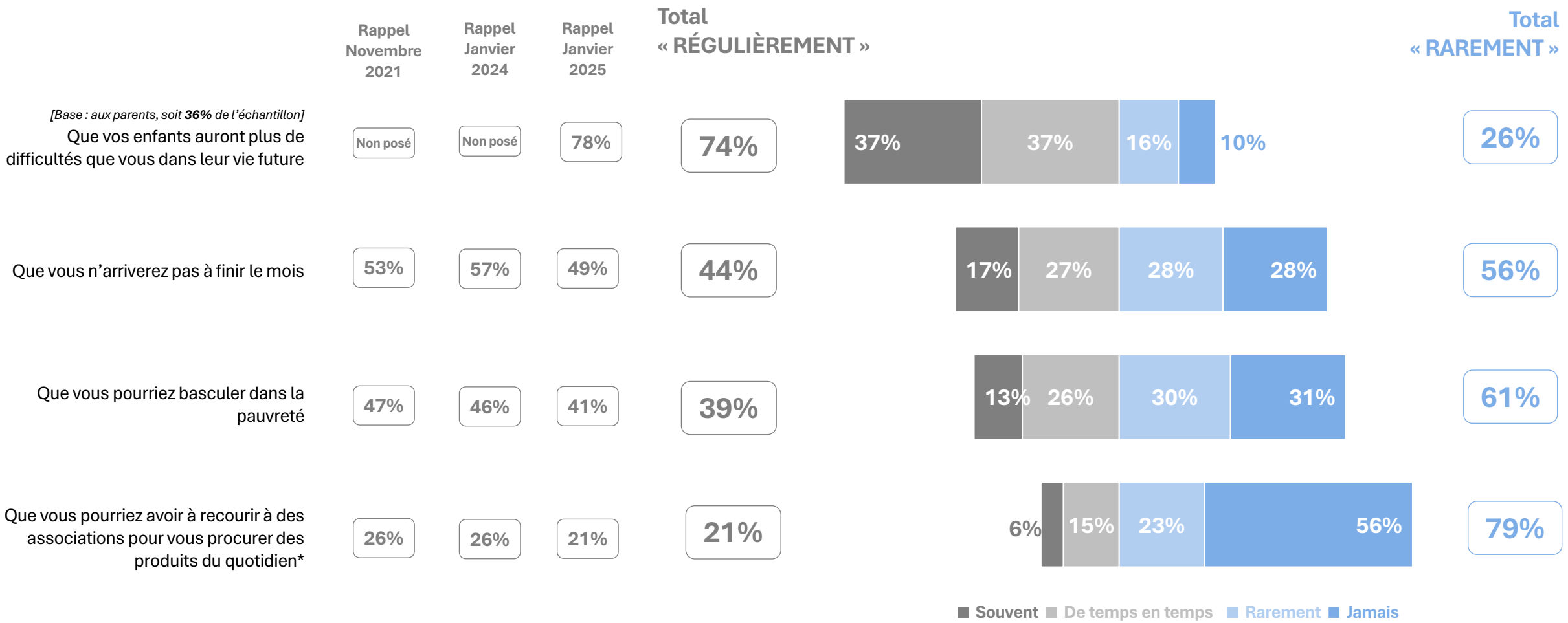


Selon le fait d'être travailleur pauvre



# Passé le « choc » inflationniste de 2022, le sentiment de vulnérabilité économique et sociale tend à baisser; il se maintient toutefois à un niveau élevé

QUESTION : Vous arrive-t-il de vous dire... ?



\* Avant Novembre 2025, l'intitulé de l'item était : « Que vous pourriez avoir à recourir à des associations pour vous procurer des denrées alimentaires »

# Les craintes financières sont particulièrement exprimées par les 18-49 ans, les foyers monoparentaux ainsi que les catégories modestes ou pauvres

**QUESTION :** Vous arrive-t-il de vous dire... ?



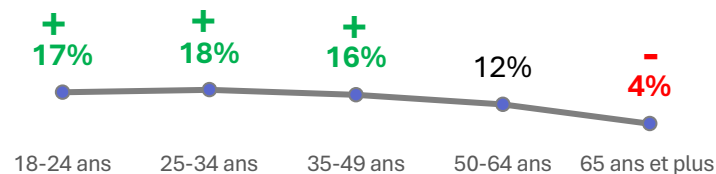
## Focus sur les répondants qui pensent « Souvent » ...

Que vous pourriez basculer dans la pauvreté  
(Ensemble : 13%)

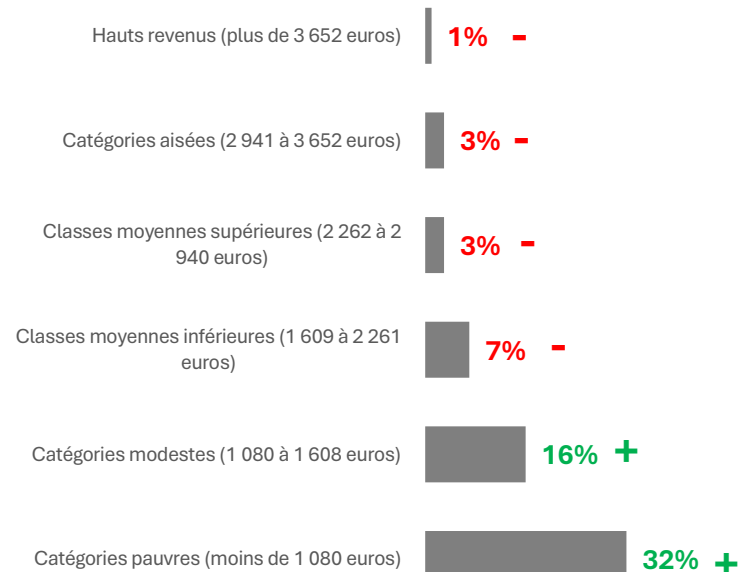
*Selon le sexe*



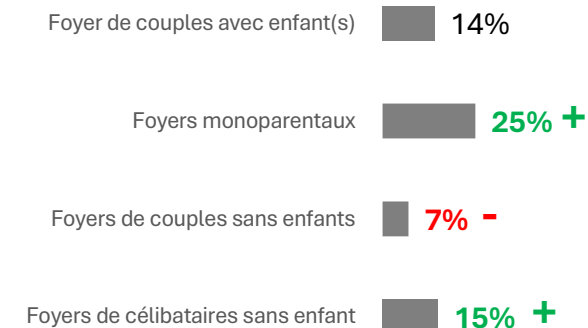
*Selon l'âge*



*Selon le niveau de revenus*



*Selon la situation familiale*



L'insertion sur le marché du travail ne suffit pas totalement à dissiper ces appréhensions : 3 travailleurs pauvres sur 10 craignent de basculer dans la précarité

**QUESTION :** Vous arrive-t-il de vous dire... ?

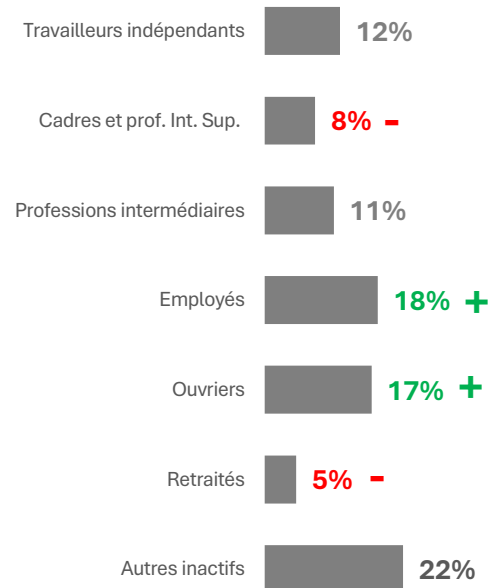


### Focus sur les répondants qui pensent « Souvent » ...

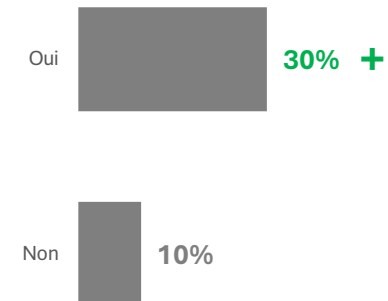
Que vous pourriez basculer dans la pauvreté

(Ensemble : 13%)

*Selon la profession de  
l'interviewé(e)*

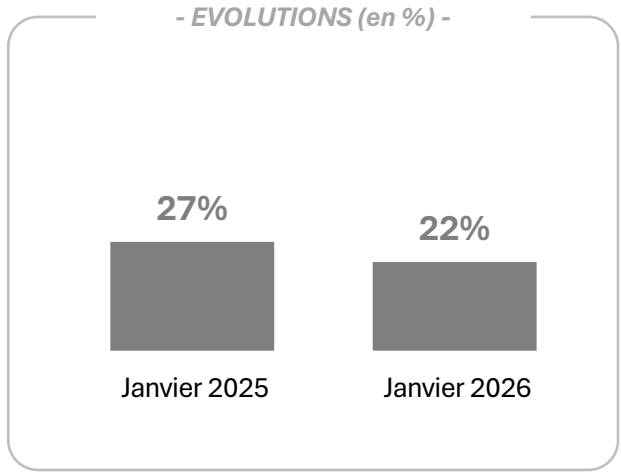
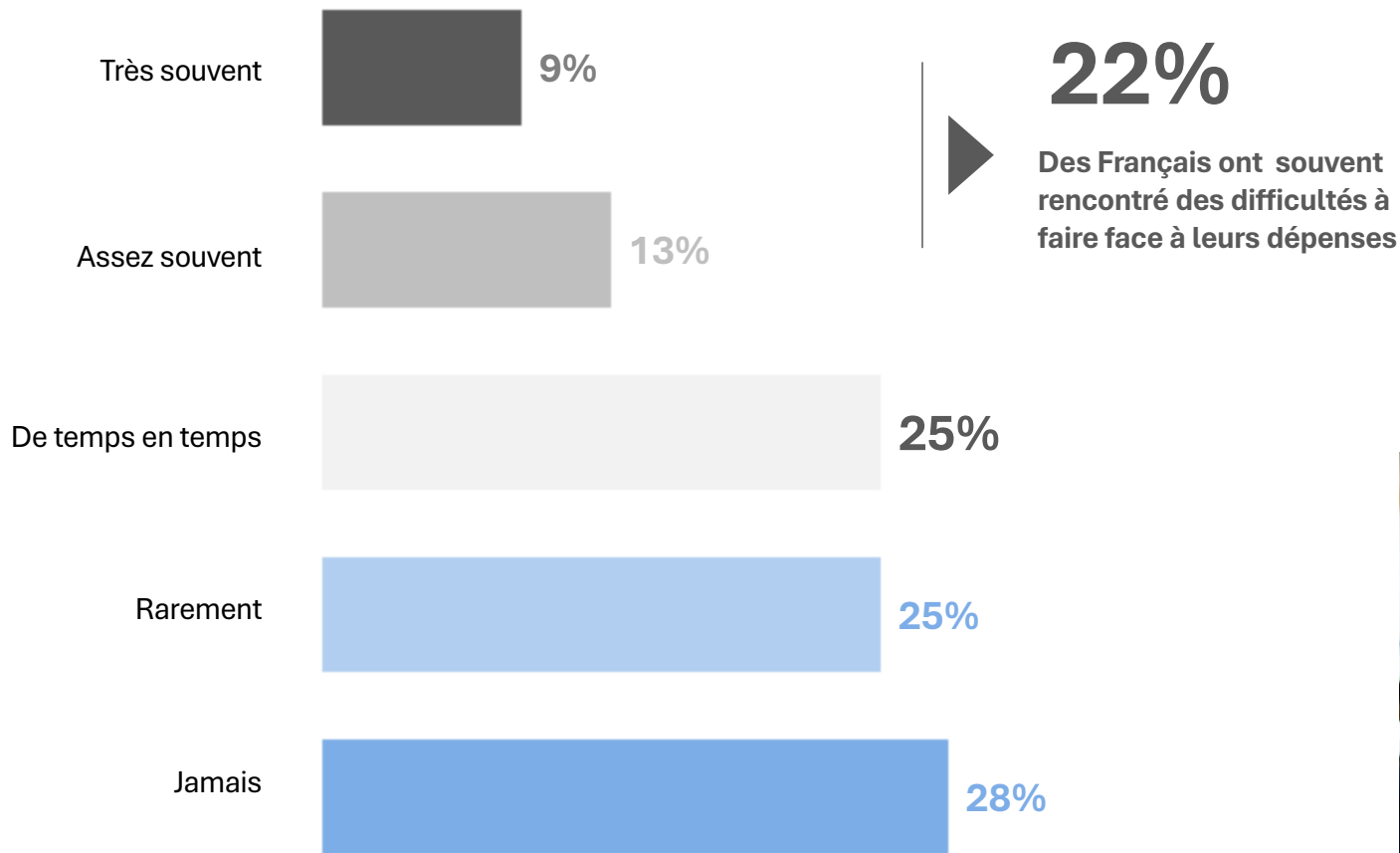


*Selon le fait d'être travailleur pauvre*



Confirmant cette tendance, la part des Français déclarant avoir rencontré des difficultés à faire face à leurs dépenses s'érode. Ils restent toutefois un cinquième à en faire l'expérience

**QUESTION :** Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé d'avoir des difficultés à faire face à vos dépenses ?



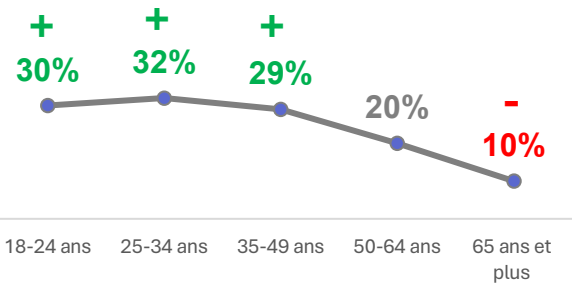
Les populations les plus vulnérables sont les 18-49 ans, les familles monoparentales et les catégories pauvres ou modestes

**QUESTION :** Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé d'avoir des difficultés à faire face à vos dépenses ?

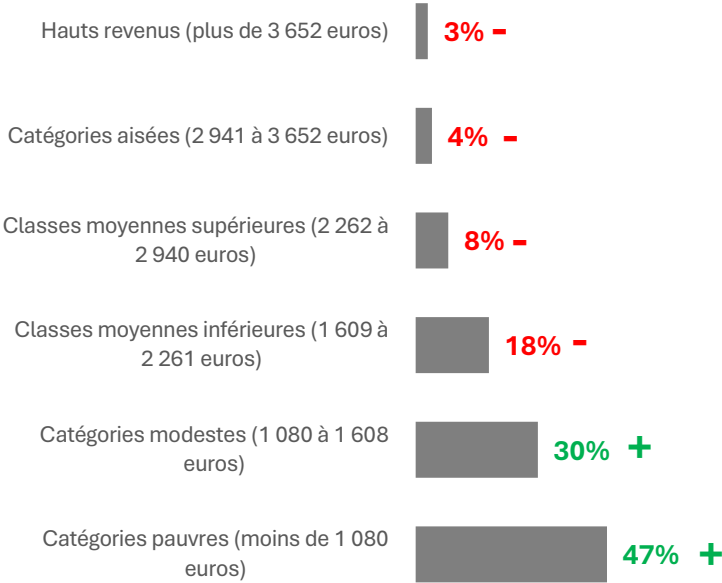


Focus sur les répondants **qui ont « souvent » rencontré des difficultés à faire face à leurs dépenses**  
(Ensemble : 22%)

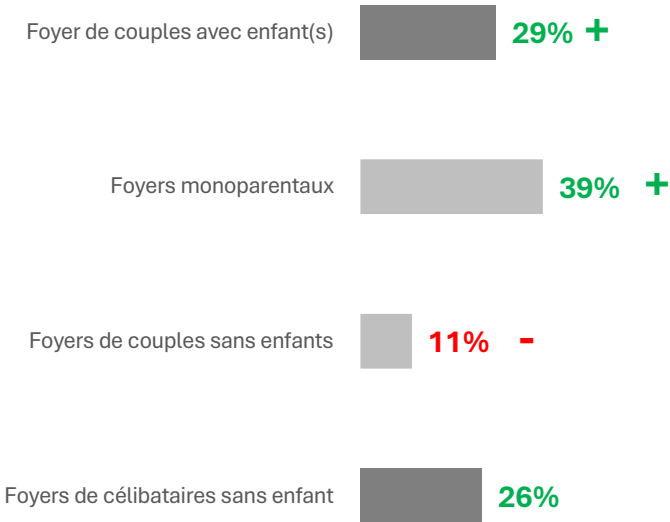
Selon l'âge



Selon le niveau de revenus



Selon la situation familiale

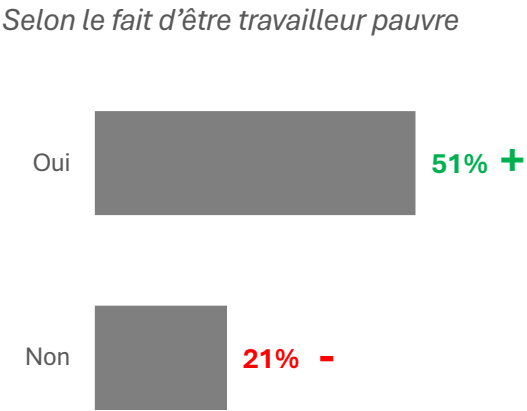
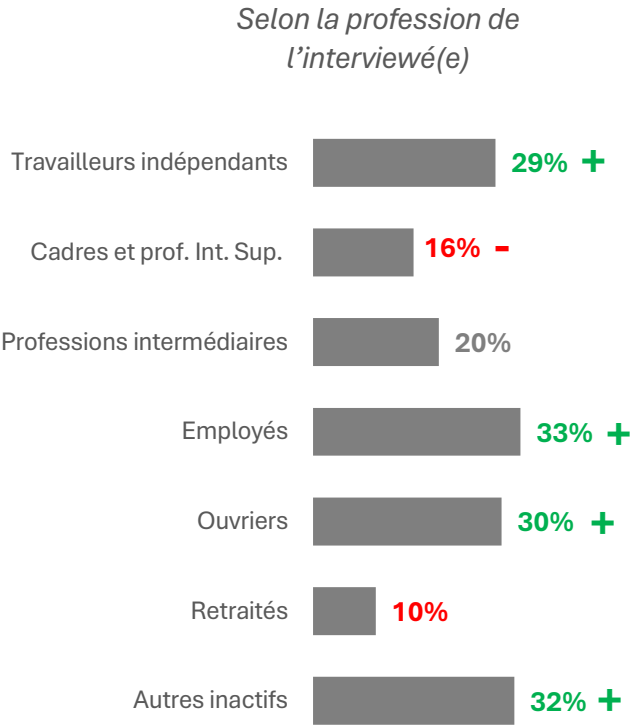


Parmi les actifs, certains profils sont également plus exposés, comme les travailleurs indépendants, les employés, les ouvriers et les travailleurs pauvres

**QUESTION :** Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé d'avoir des difficultés à faire face à vos dépenses ?

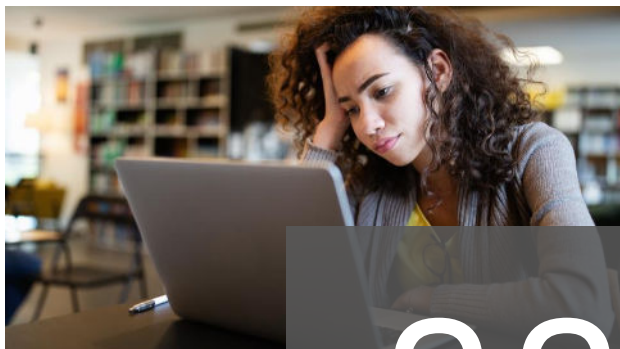


Focus sur les répondants **qui ont « souvent » rencontré des difficultés à faire face à leurs dépenses**  
(Ensemble : 22%)



## Focus selon la région d'habitation

**QUESTION :** Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé d'avoir des difficultés à faire face à vos dépenses ?

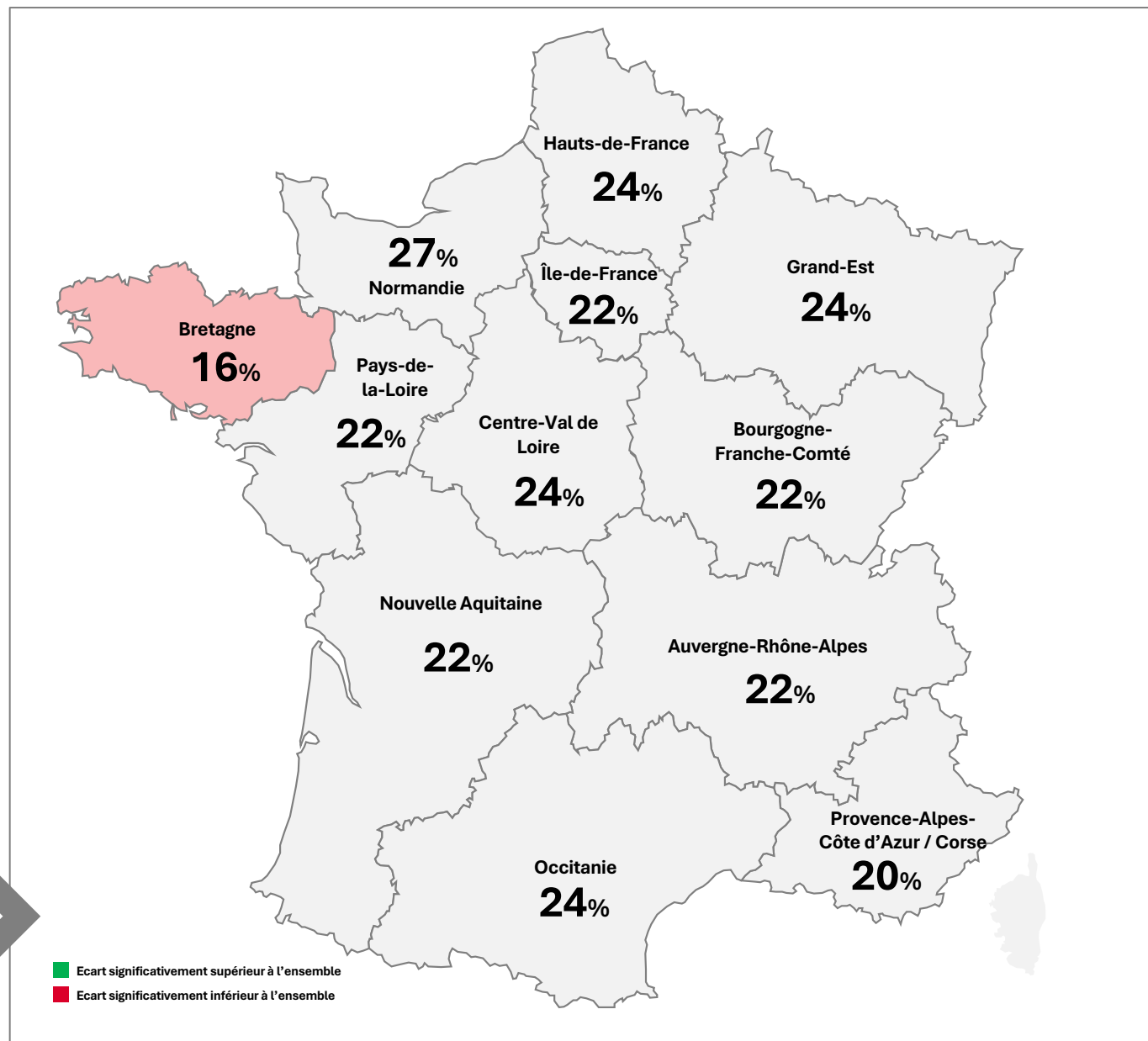


22%

Des Français ont souvent rencontré des difficultés à faire face à leurs dépenses



*Note de lecture : 22% des Français résidant en Île-de-France ont souvent rencontré des difficultés à faire face à leurs dépenses.*



A man with a beard is sitting on a light-colored sofa in a modern living room. He is looking off to the side with a thoughtful expression, his hands clasped together near his chin. The room has large windows in the background, and a lamp is visible on a tripod stand. The image is framed by large, semi-transparent red circular shapes on the left and right sides.

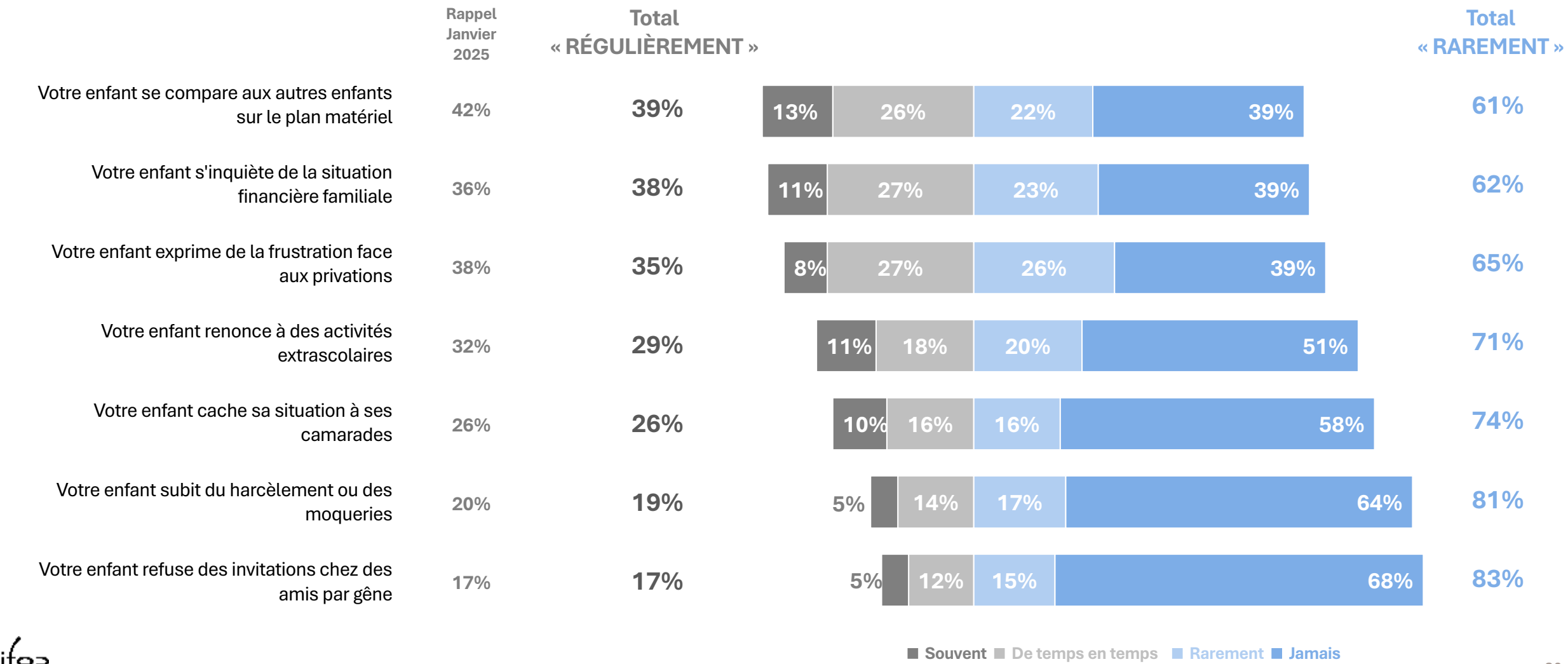
B

**L'estime de soi et  
impact sur l'insertion  
sociale**

Même s'ils ne sont pas systématiques, les parents observent des répercussions de leur situation financière sur le comportement de leur enfant – en particulier une comparaison aux autres enfants ou l'expression d'inquiétudes

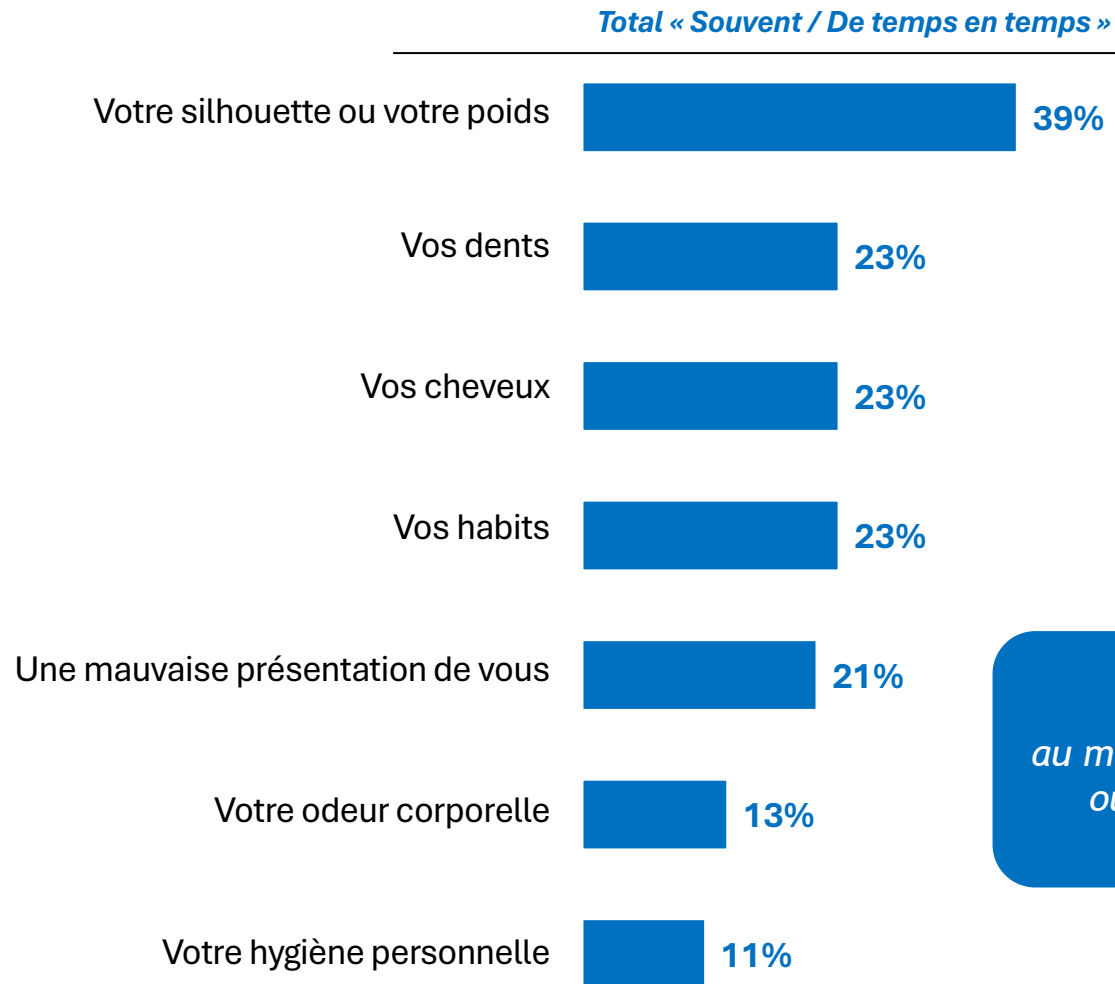
**QUESTION :** Avez-vous observé les situations suivantes à cause de difficultés financières ?

Base : Aux parents qui ont déjà rencontré des difficultés à faire face à leurs dépenses, soit 21% de l'échantillon.



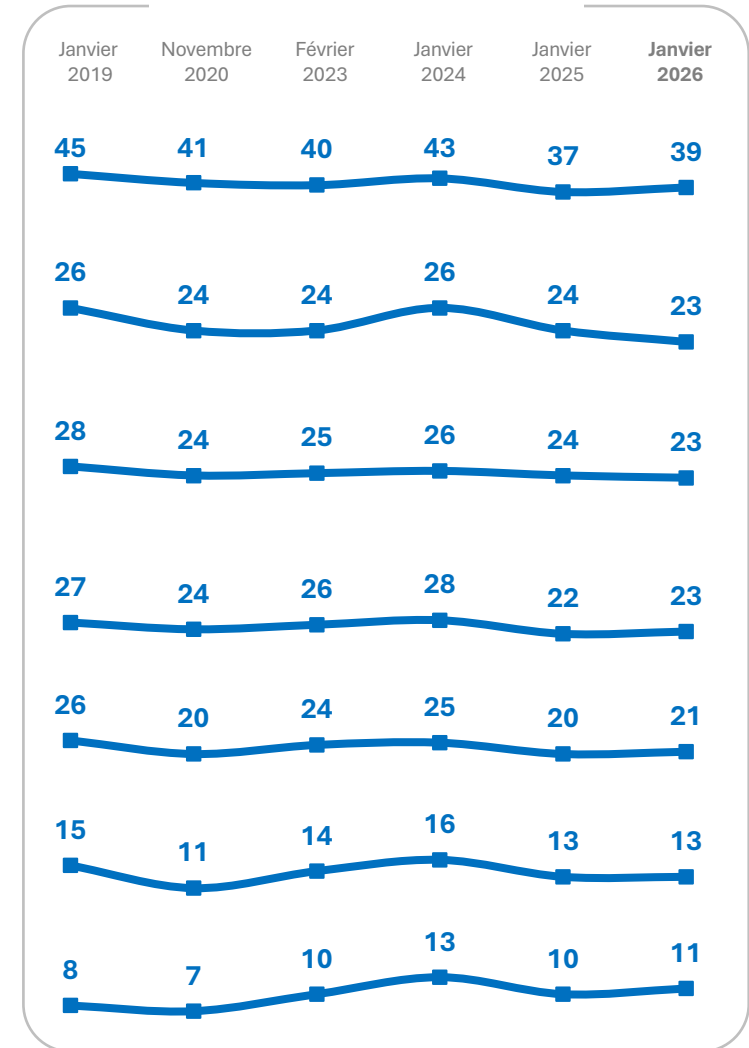
# Le sentiment de malaise en lien avec l'apparence physique se maintient au même niveau que l'an passé

**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 ... ?



**54%**  
au moins un « souvent »  
ou « de temps en temps »

- EVOLUTIONS (en %) -



# Le sentiment de malaise en lien avec la silhouette/ le poids concerne davantage les femmes, les plus jeunes, les Français aux revenus les plus modestes et les travailleurs pauvres

**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 ... ?



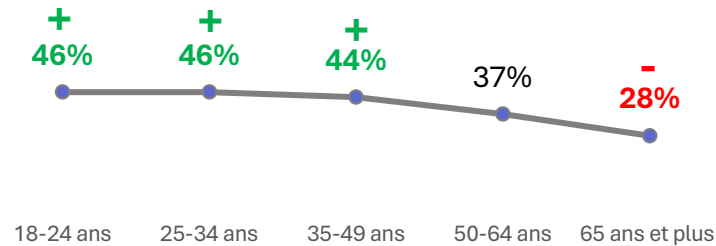
## Focus sur les répondants qui ont « souvent ou de temps en temps » eu un sentiment de malaise par rapport à leur silhouette/ leur poids

(Ensemble : 39%)

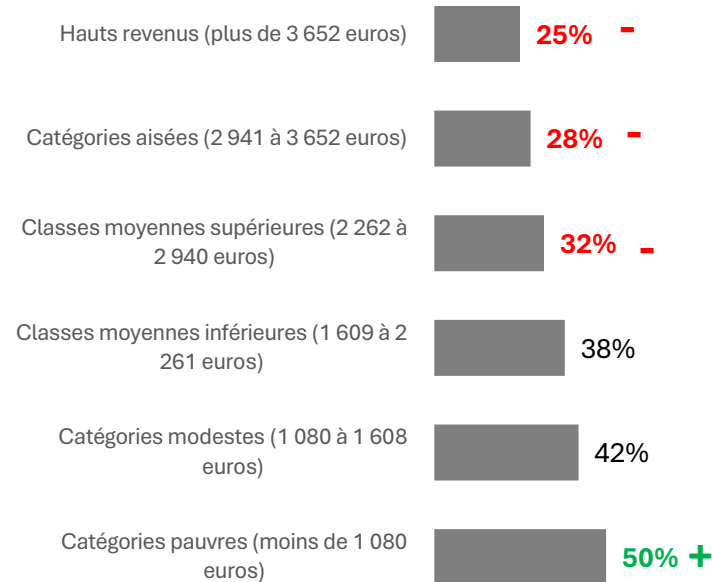
### Selon le sexe



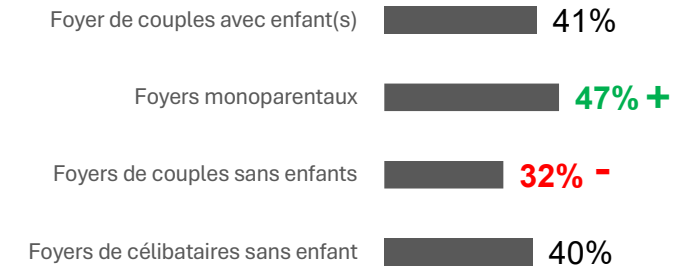
### Selon l'âge



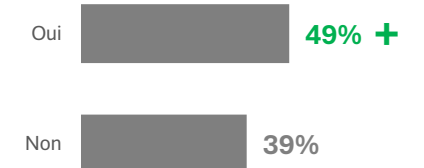
### Selon le niveau de revenus



### Selon la situation familiale



### Selon le fait d'être travailleur pauvre



# Le sentiment de malaise en lien avec une mauvaise présentation de soi concerne également davantage les femmes, les plus jeunes, les Français aux revenus les plus modestes et les travailleurs pauvres

**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 ... ?



## Focus sur les répondants qui ont « souvent ou de temps en temps » eu un sentiment de malaise par rapport à une mauvaise présentation

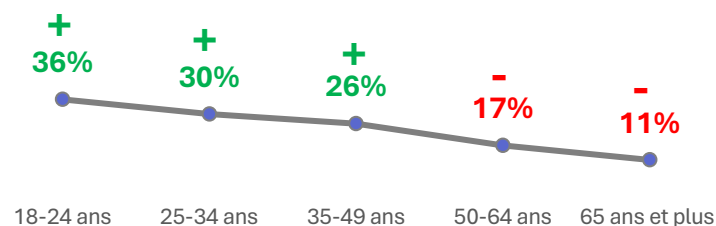
(Ensemble : 20%)

### Selon le sexe

Hommes 18% -

Femmes 24% +

### Selon l'âge



### Selon le niveau de revenus

Hauts revenus (plus de 3 652 euros) 10% -

Catégories aisées (2 941 à 3 652 euros) 15% -

Classes moyennes supérieures (2 262 à 2 940 euros) 13% -

Classes moyennes inférieures (1 609 à 2 261 euros) 18% -

Catégories modestes (1 080 à 1 608 euros) 24%

Catégories pauvres (moins de 1 080 euros) 38% +

### Selon la situation familiale

Foyer de couples avec enfant(s) 23%

Foyers monoparentaux 25%

Foyers de couples sans enfants 15% -

Foyers de célibataires sans enfant 27% +

### Selon le fait d'être travailleur pauvre

Oui 41% +

Non 20% -

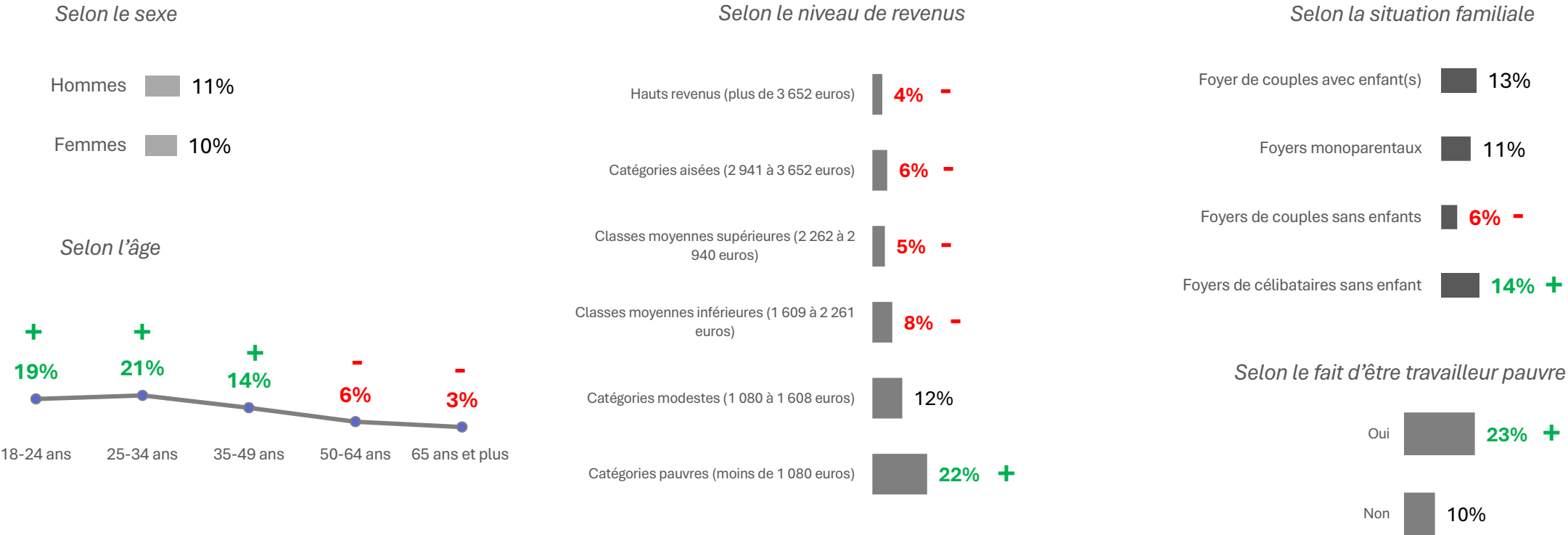
Le sentiment de malaise en lien avec une mauvaise présentation de soi concerne également davantage les plus jeunes, les Français aux revenus les plus modestes et les travailleurs pauvres

**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 ... ?



Focus sur les répondants qui ont « souvent ou de temps en temps » eu un sentiment de malaise par rapport à son hygiène personnelle

(Ensemble : 11%)



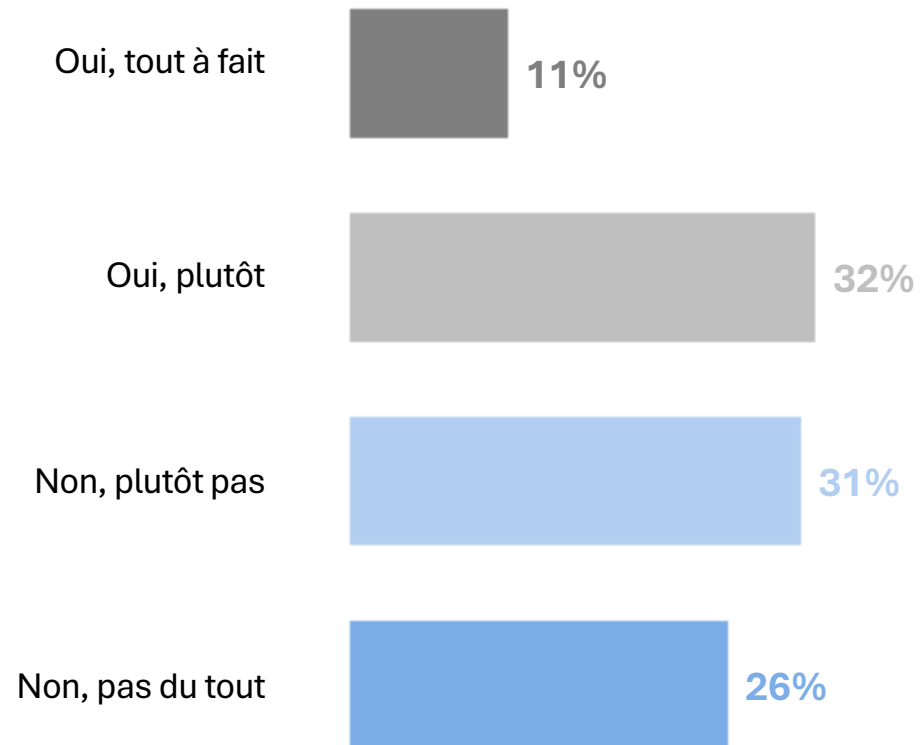
A photograph of a person from the chest up, wearing a brown quilted puffer jacket and a black beanie. They are covering their face with both hands, with fingers spread. On their left wrist, they wear a bright green digital wristband. The background is a plain, light-colored wall. The image is framed by large, semi-transparent red circular shapes on the left and right sides.

C

## La précarité hygiénique

La réduction de la consommation de produits d'hygiène pour des raisons économiques est un phénomène qui semble s'atténuer par rapport à janvier 2024. La part de Français concernés demeure néanmoins supérieure à celle observée début 2023

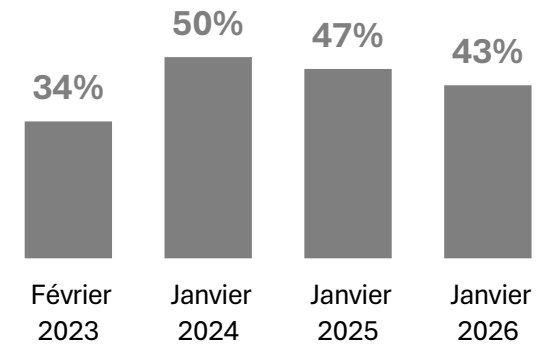
**QUESTION :** Diriez-vous que le contexte économique actuel vous incite à limiter et réduire (pour des raisons budgétaires) votre consommation de produits d'hygiène ?



**43%**

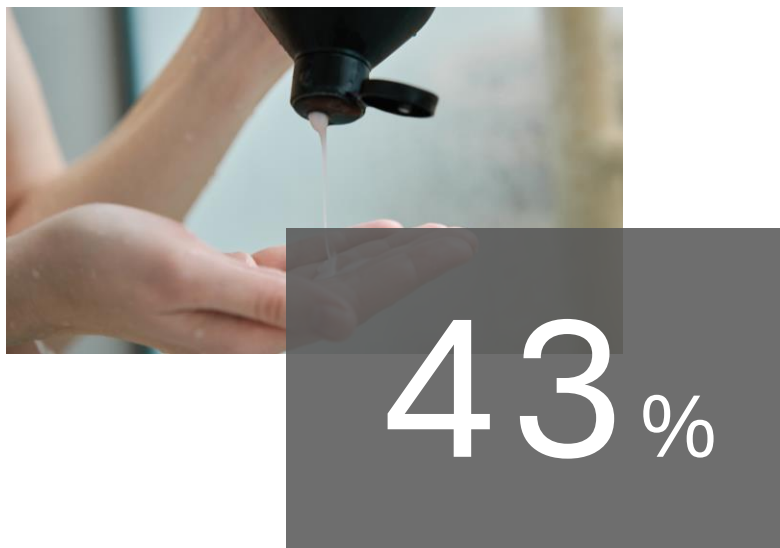
Ont été incités à  
réduire leur  
consommation de  
produits d'hygiène

- EVOLUTIONS (en %) -

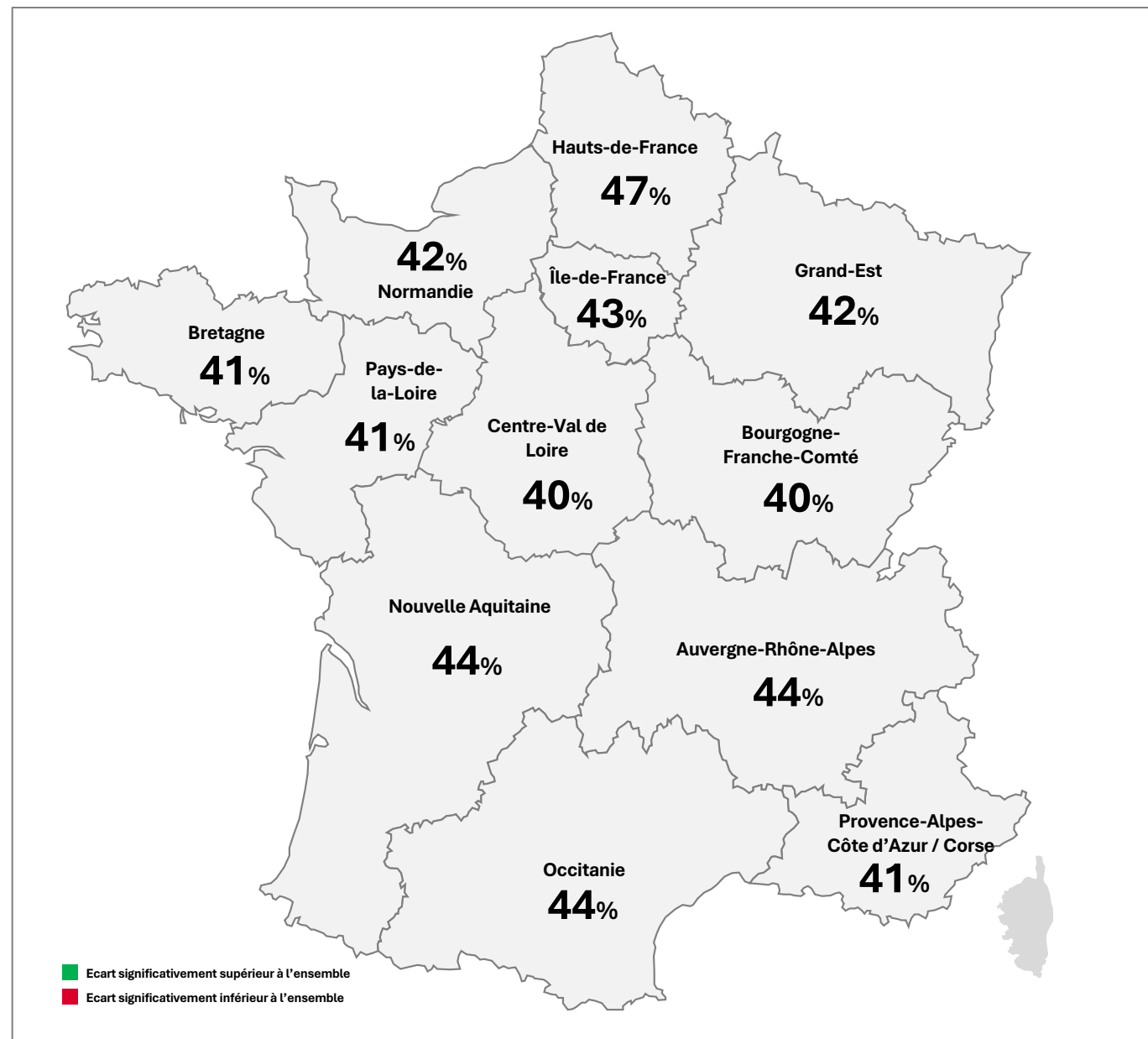


## Focus selon la région d'habitation

**QUESTION :** Diriez-vous que le contexte économique actuel vous incite à limiter et réduire (pour des raisons budgétaires) votre consommation de produits d'hygiène ?

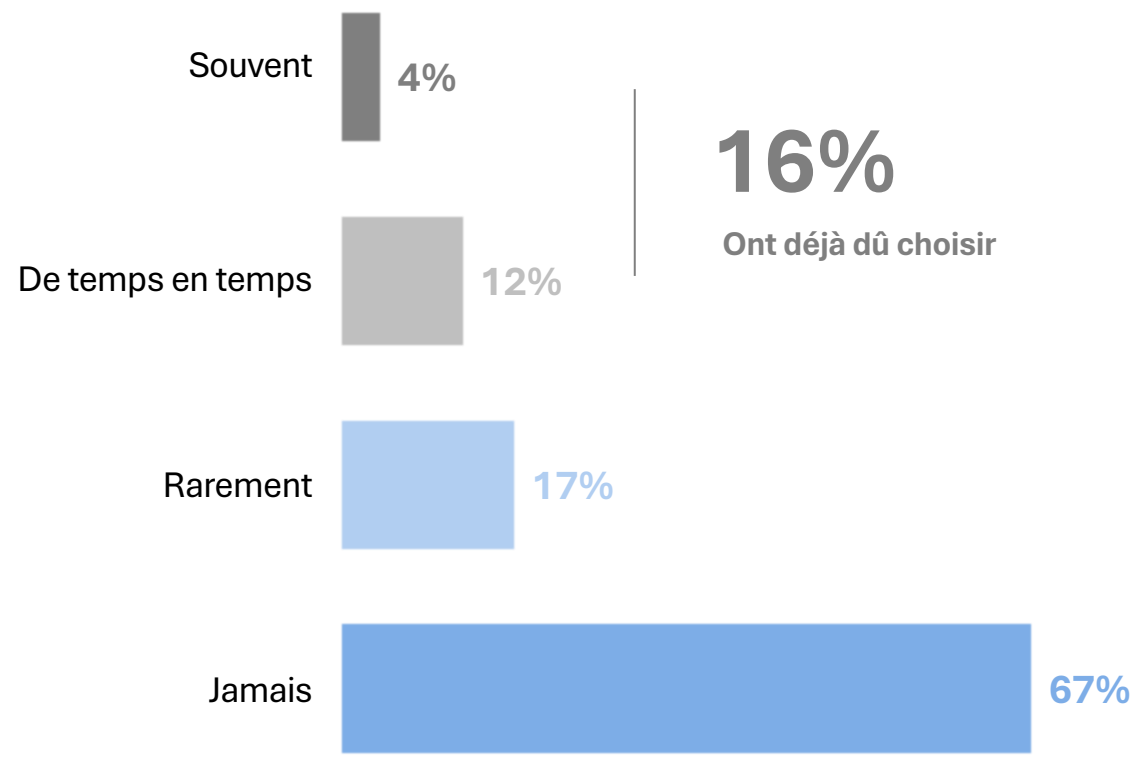


Des Français déclarent que le contexte économique les a incités à réduire leur consommation de produits d'hygiène

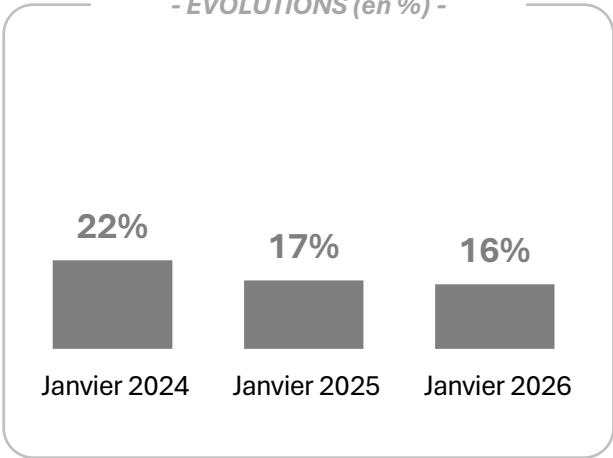


16% des Français ont même été amenés à arbitrer entre de la nourriture et des produits d'hygiène – Une proportion qui se stabilise par rapport à janvier 2025

QUESTION : Vous est-il déjà arrivé de devoir choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène ?



« Total ont déjà dû choisir »  
- EVOLUTIONS (en %) -



# Cet arbitrage touche principalement les plus jeunes, les catégories pauvres et les familles monoparentales...

**QUESTION :** Vous est-il déjà arrivé de devoir choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène ?

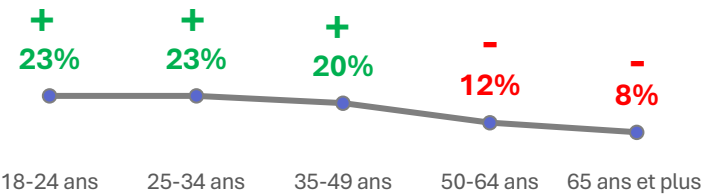


## Focus sur les Français qui ont déjà dû choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène (Ensemble : 16%)

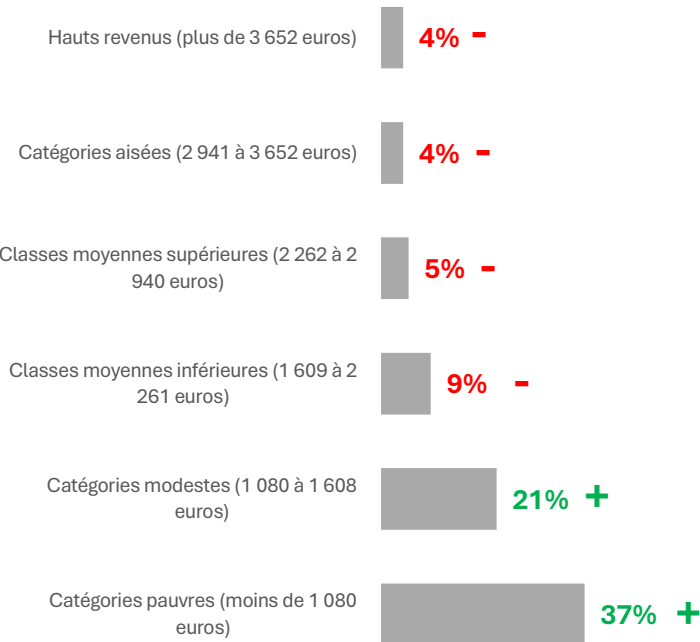
Selon le sexe



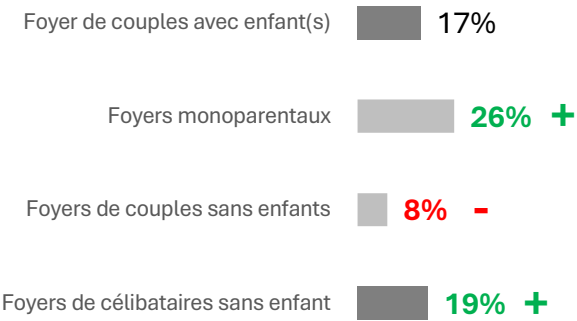
Selon l'âge



Selon le niveau de revenus



Selon la situation familiale

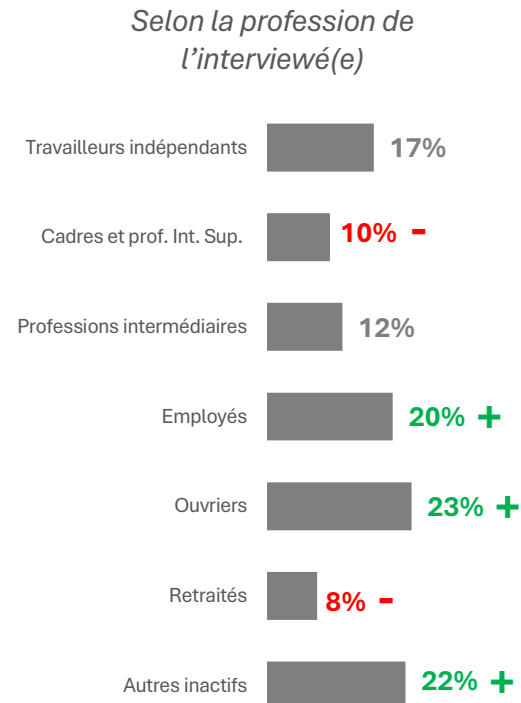


...mais également certains profils d'actifs : les employés, les ouvriers et les travailleurs pauvres

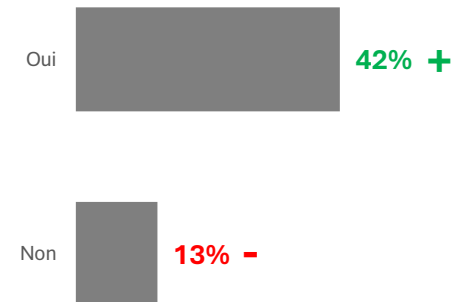
**QUESTION :** Vous est-il déjà arrivé de devoir choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène ?



**Focus sur les Français qui ont déjà dû choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène**  
(Ensemble : 16%)



*Selon le fait d'être travailleur pauvre*

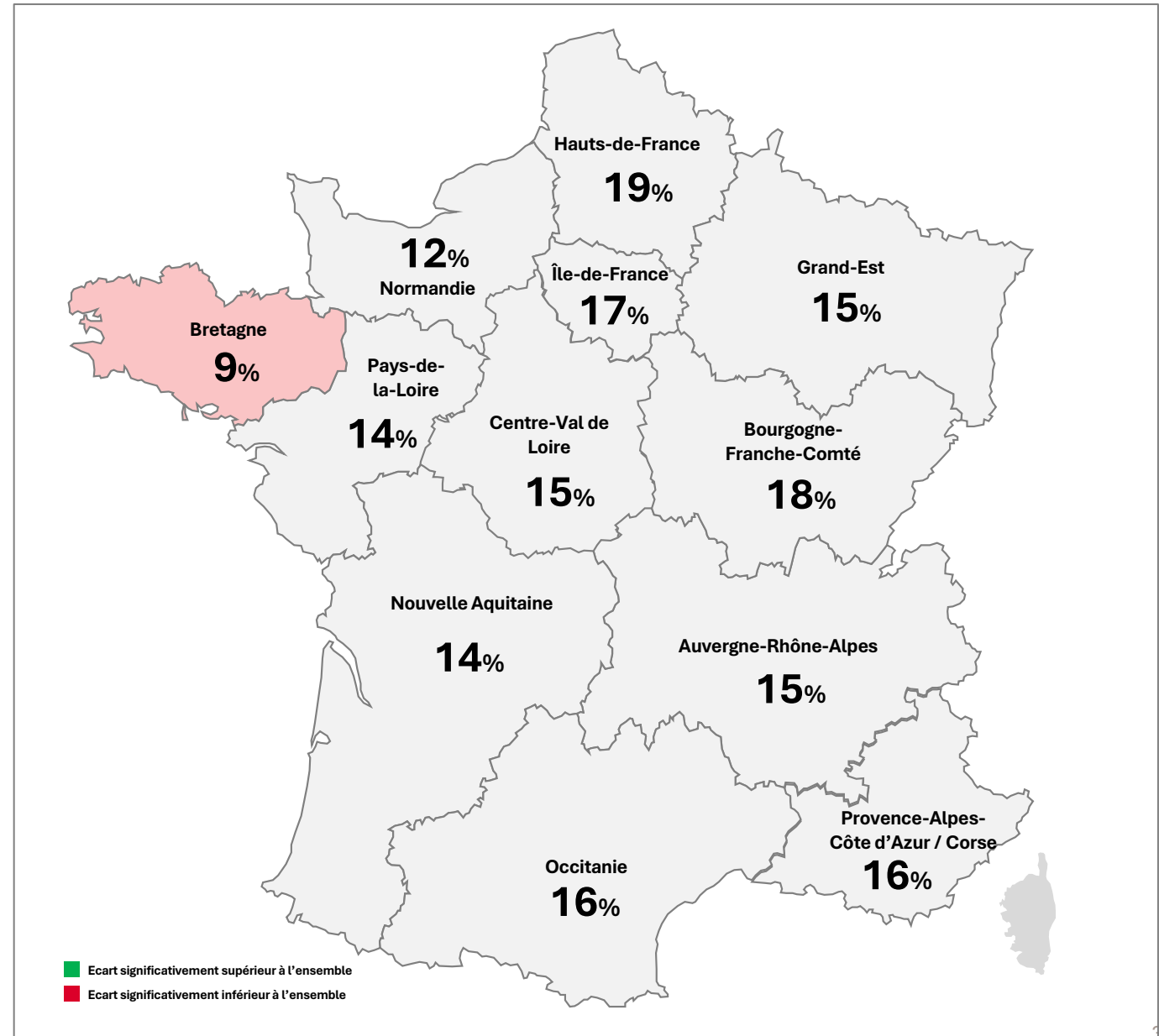


## Focus selon la région d'habitation

**QUESTION :** Vous est-il déjà arrivé de devoir choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène ?



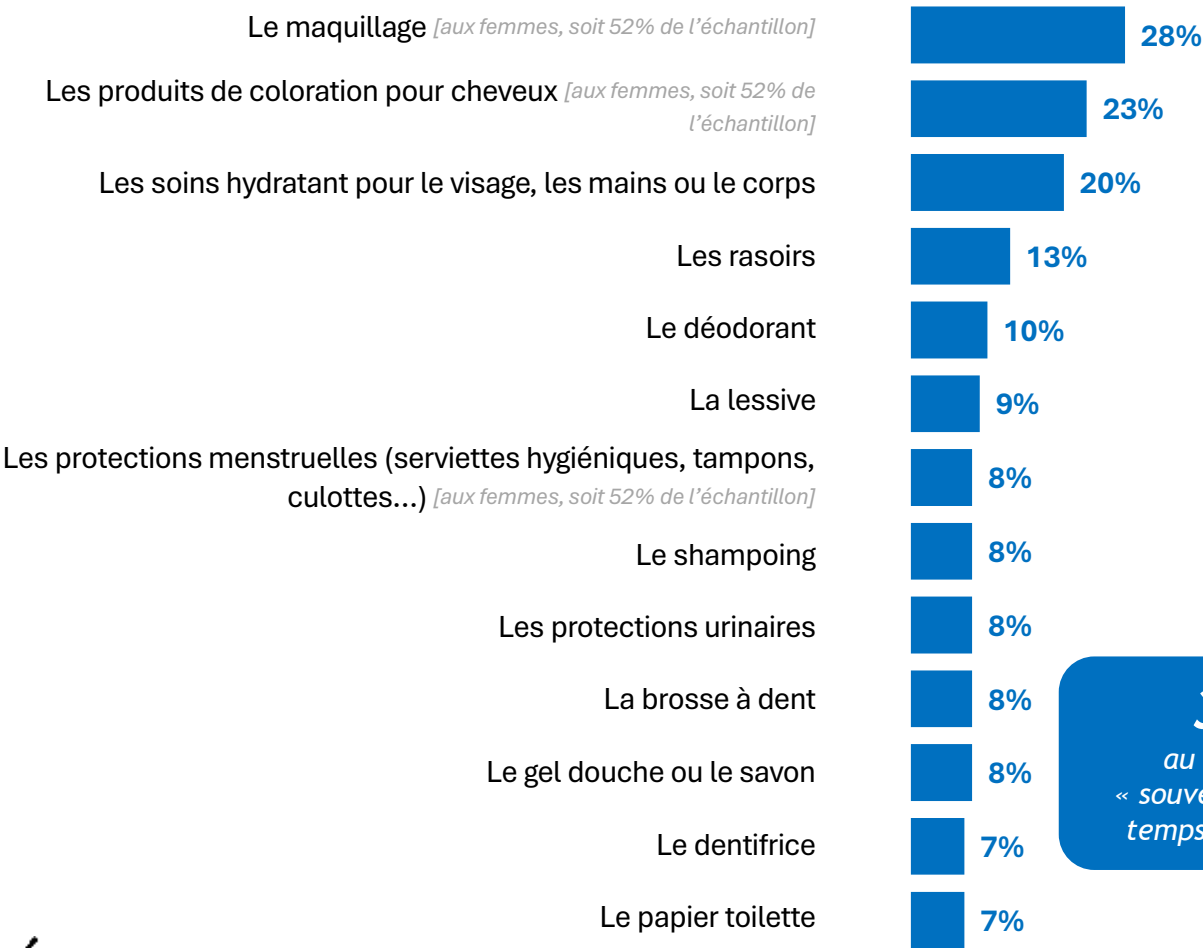
Des Français déclarent qu'il leur est déjà arrivé de devoir choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène



L'achat de maquillage, de produits de coloration pour cheveux ou de produits hydratants demeurent les principales variables d'ajustement face aux difficultés financières ; depuis janvier 2024 toutefois, de moins en moins de Français y renoncent

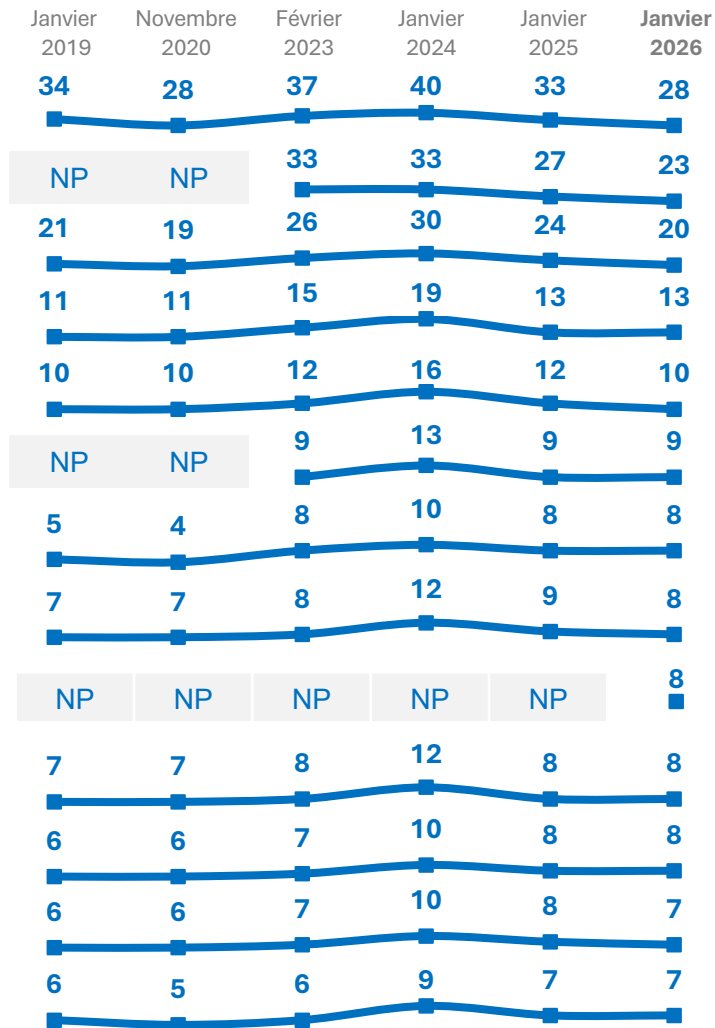
**QUESTION :** Pour chacun des produits d'hygiène suivants, vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de renoncer à en acheter par manque d'argent ?

Total « Souvent / De temps en temps »



31%  
au moins un  
« souvent » ou « de  
temps en temps »

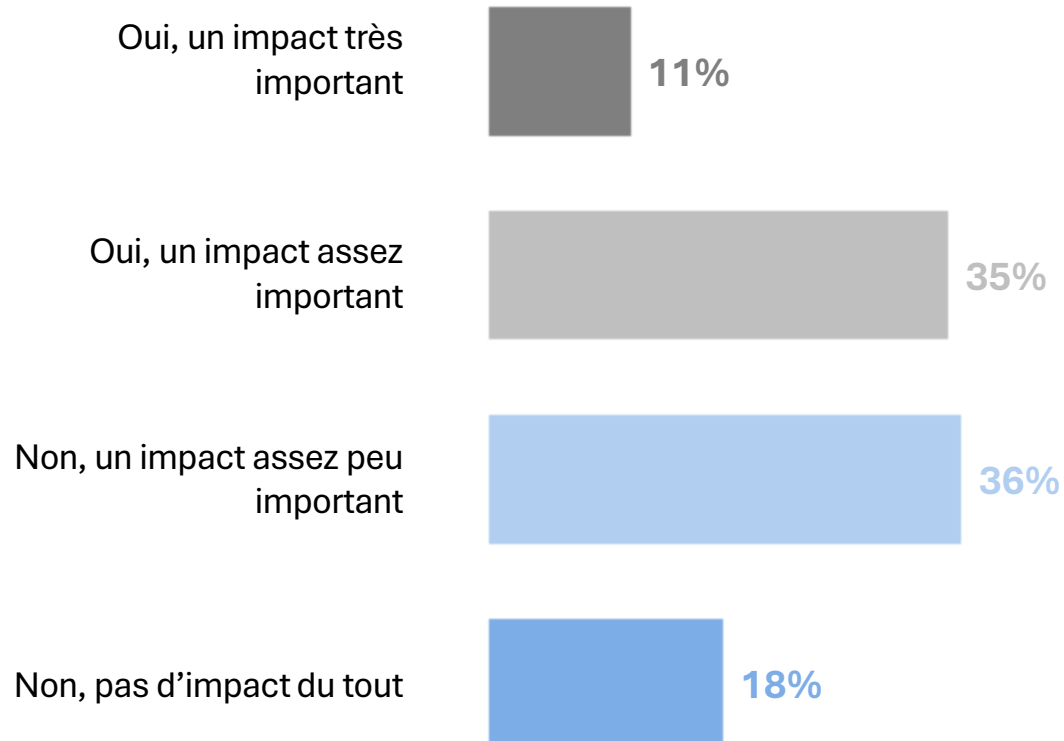
- EVOLUTIONS (en %) -



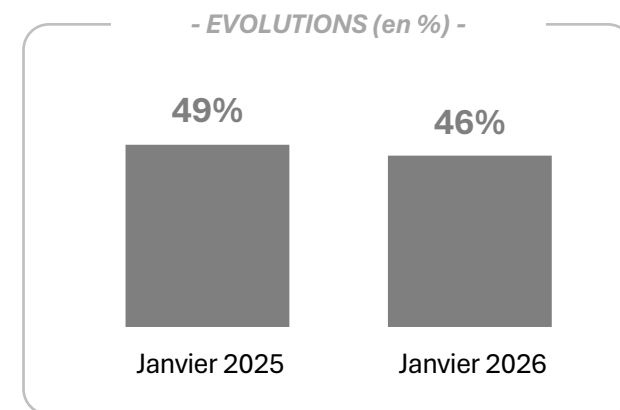
Près de la moitié des Français concernés déclarent que ces limitations ont eu un impact sur leur confiance en eux/ leur estime d'eux-mêmes – et ce, à même niveau quel que soit le sexe

**QUESTION :** Diriez-vous que le fait de devoir limiter ou réduire votre consommation de produits d'hygiène et cosmétique a un impact sur votre confiance en vous, votre estime de vous-même ?

Base : A ceux qui ont limité leur consommation de produits d'hygiène et cosmétiques, soit **43%** de l'échantillon.



**46%**  
Cela a un impact important



Les interviewés qui perçoivent l'impact le plus important sur leur confiance en eux sont les moins de 50 ans, les catégories pauvres ainsi que les travailleurs pauvres

**QUESTION :** Diriez-vous que le fait de devoir limiter ou réduire votre consommation de produits d'hygiène et cosmétique a un impact sur votre confiance en vous, votre estime de vous-même ?

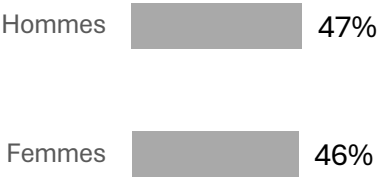
Base : A ceux qui ont limité leur consommation de produits d'hygiène et cosmétiques, soit 43% de l'échantillon.



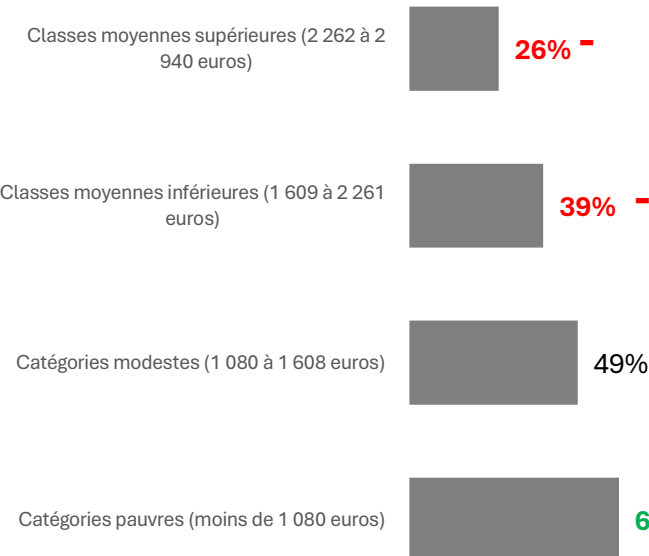
**Focus sur les Français qui ont le sentiment que ces limitations ont eu un impact « important » sur leur confiance en eux ou l'estime qu'ils avaient d'eux-mêmes**

(Ensemble : 46%)

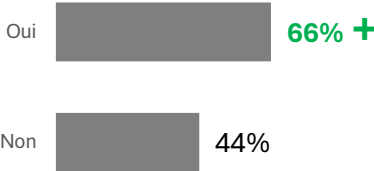
Selon le sexe



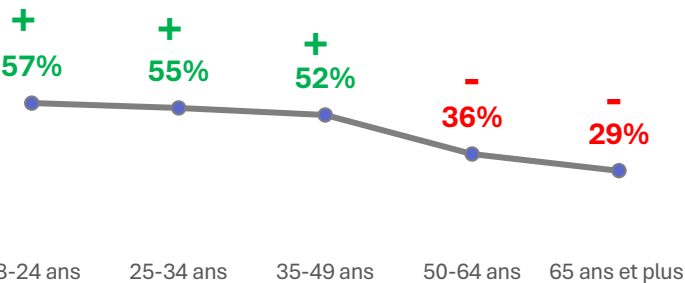
Selon le niveau de revenus



Selon le fait d'être travailleur pauvre

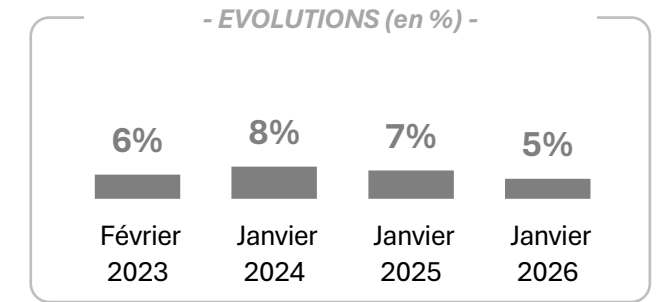
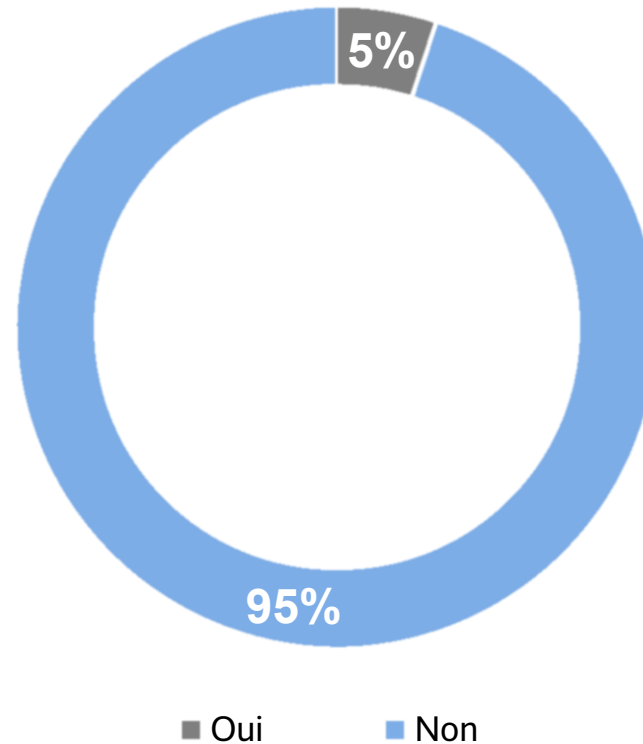


Selon l'âge



## Une proportion également moindre de répondants recourt à des structures d'aides pour se procurer des produits d'hygiène

**QUESTION :** Avez-vous fait appel au cours des mois passés à une structure d'aide pour vous procurer des produits d'hygiène ? (Épiceries sociales solidaires, resto du cœur...)\*



# Le recours aux structures d'aide touche deux fois plus de foyers monoparentaux que de foyers de couples avec enfant(s)...

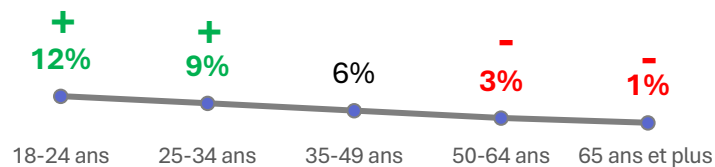
**QUESTION :** Avez-vous fait appel au cours des mois passés à une structure d'aide pour vous procurer des produits d'hygiène ? (Épiceries sociales solidaires, resto du cœur...)\*



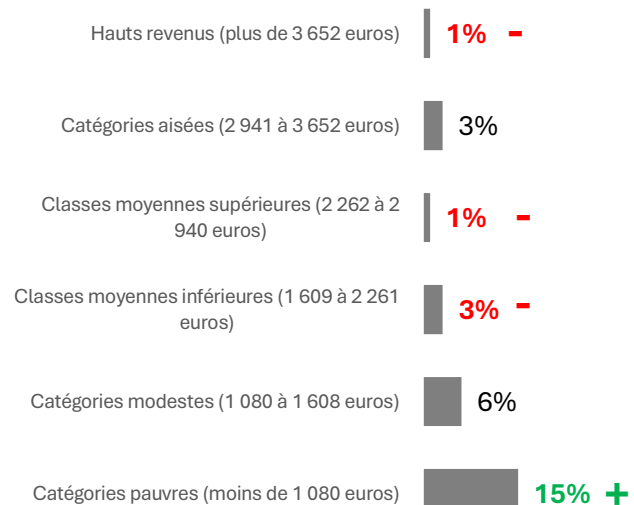
**Focus sur les Français qui ont recours aux structures d'aide pour se procurer des produits d'hygiène compte-tenu du contexte économique actuel**

(Ensemble : 5%)

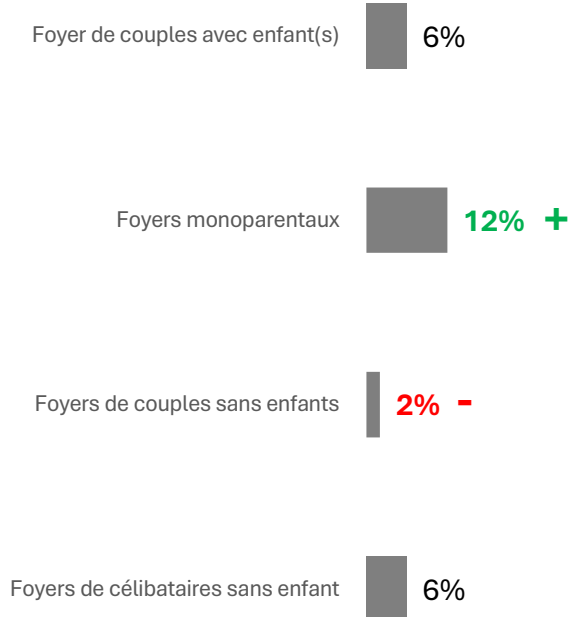
*Selon l'âge*



*Selon le niveau de revenus*



*Selon la situation familiale*



...mais également une proportion bien supérieure de travailleurs pauvres

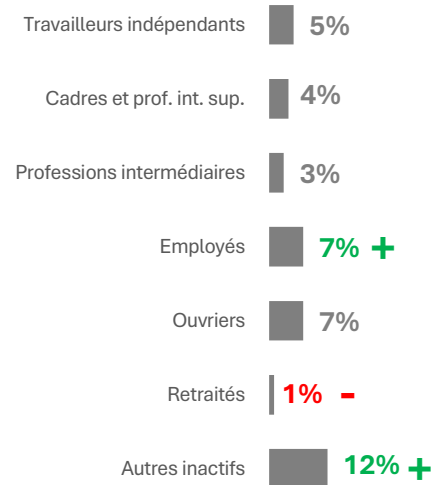
**QUESTION :** Avez-vous fait appel au cours des mois passés à une structure d'aide pour vous procurer des produits d'hygiène ? (Épiceries sociales solidaires, resto du cœur...)



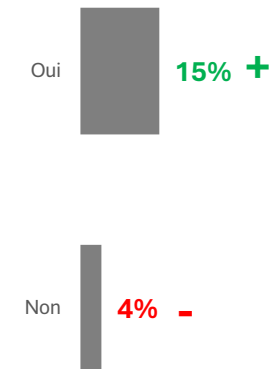
**Focus sur les Français qui ont recours aux structures d'aide pour se procurer des produits d'hygiène compte-tenu du contexte économique actuel**

(Ensemble : 5%)

*Selon la profession de l'interviewé(e)*

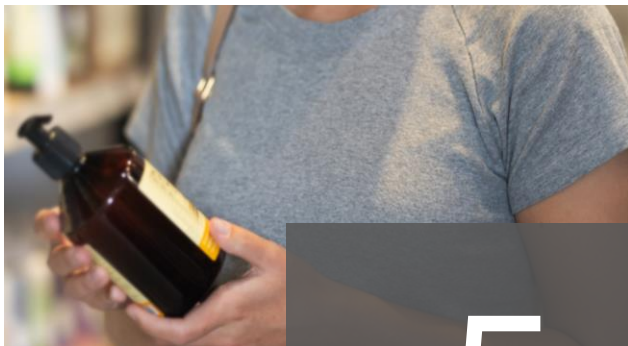


*TRAVAILLEURS PAUVRES*



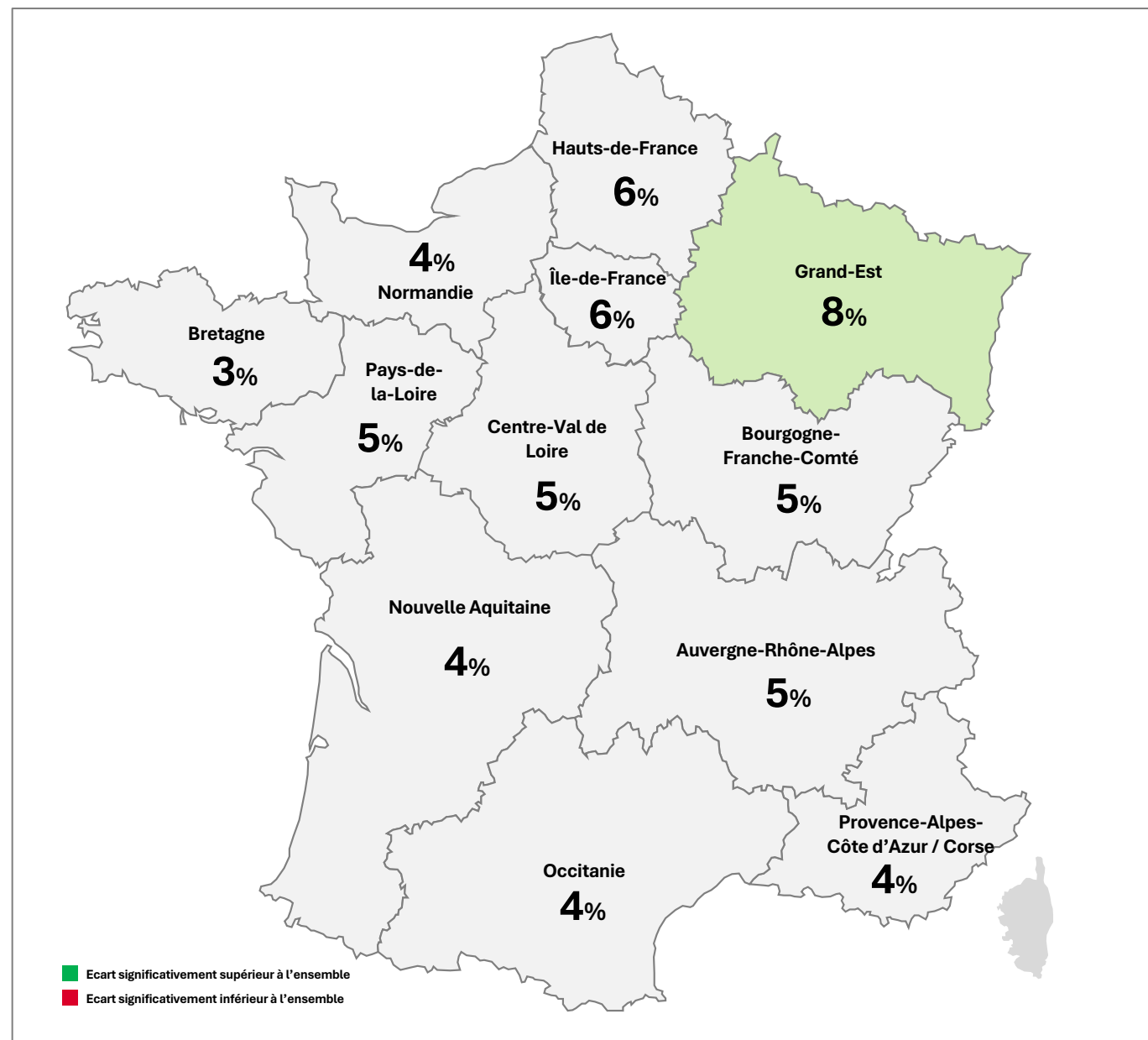
## Focus selon la région d'habitation

**QUESTION :** Avez-vous fait appel au cours des mois passés à une structure d'aide pour vous procurer des produits d'hygiène ? (Épiceries sociales solidaires, resto du cœur...)



5 %

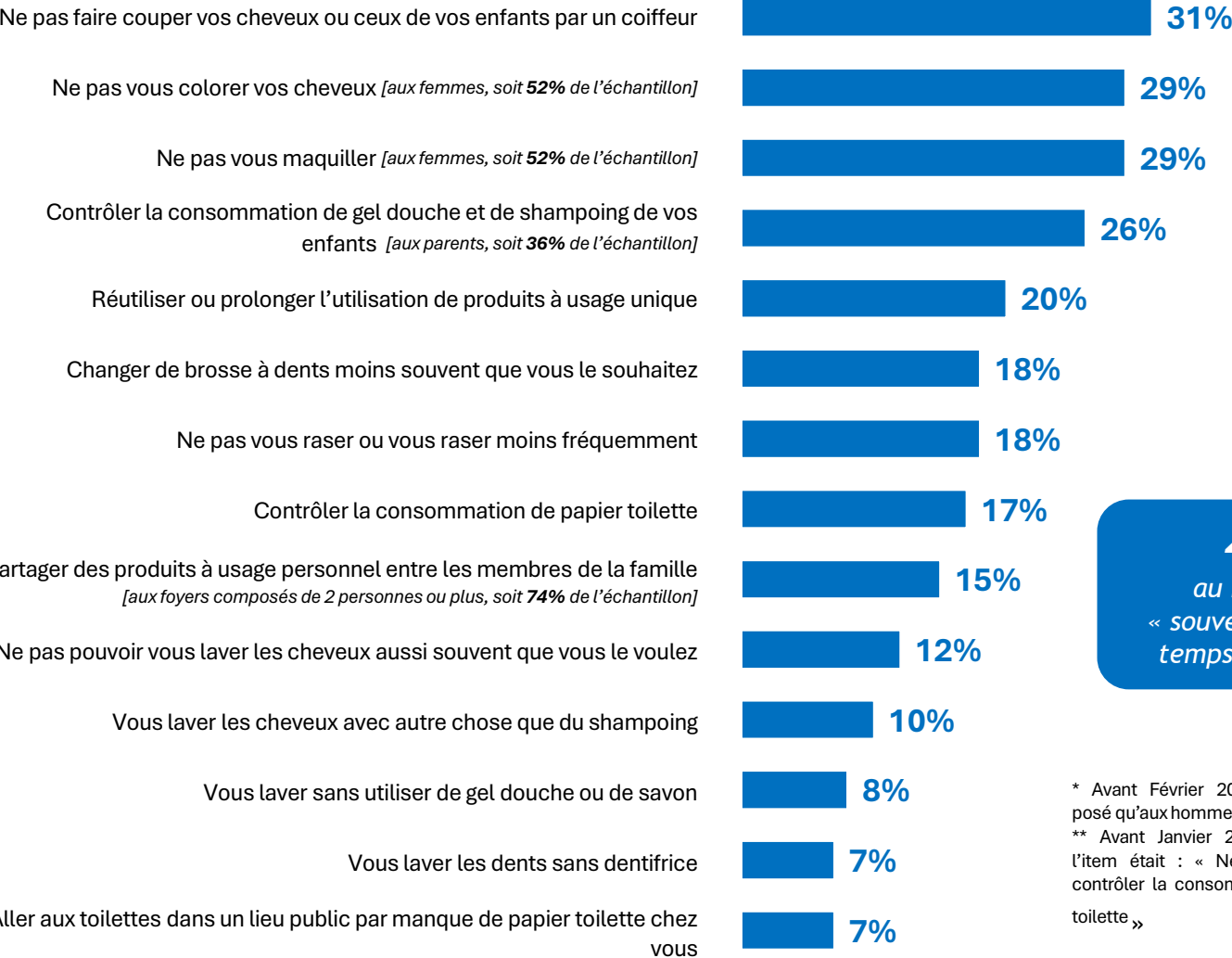
Des Français ont eu recours au cours des derniers mois à une structure d'aide pour se procurer des produits d'hygiène



# Plusieurs comportements de renoncement sont moins mis en œuvre cette année

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

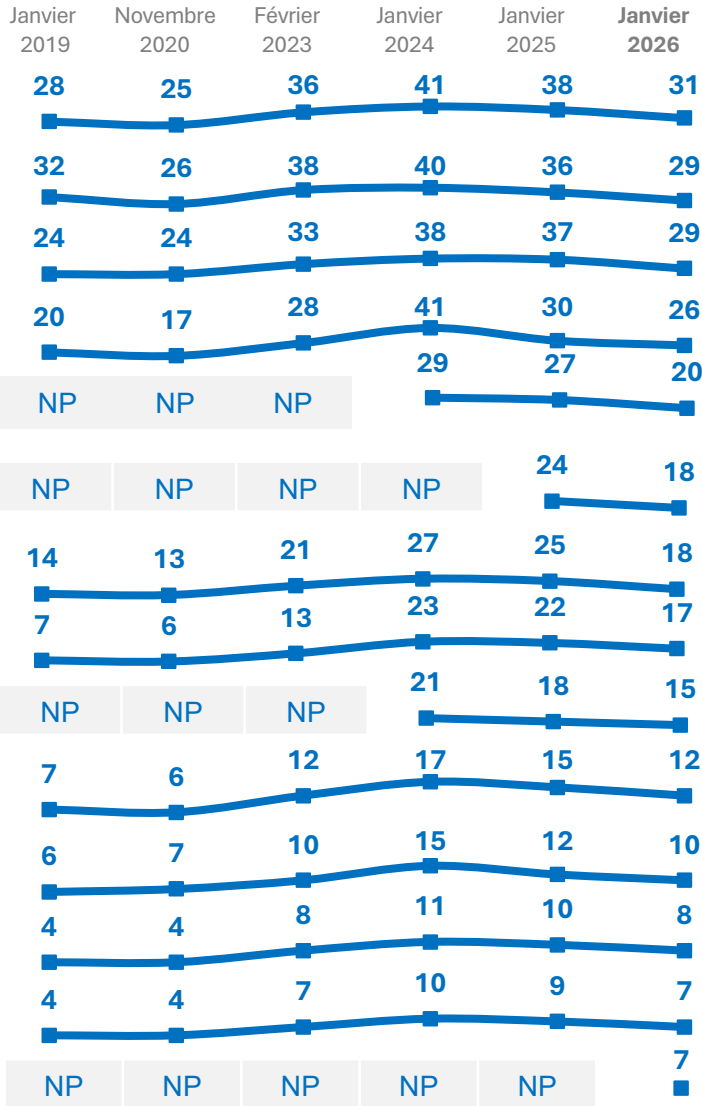
Total « Souvent / De temps en temps »



47%  
au moins un  
« souvent » ou « de  
temps en temps »

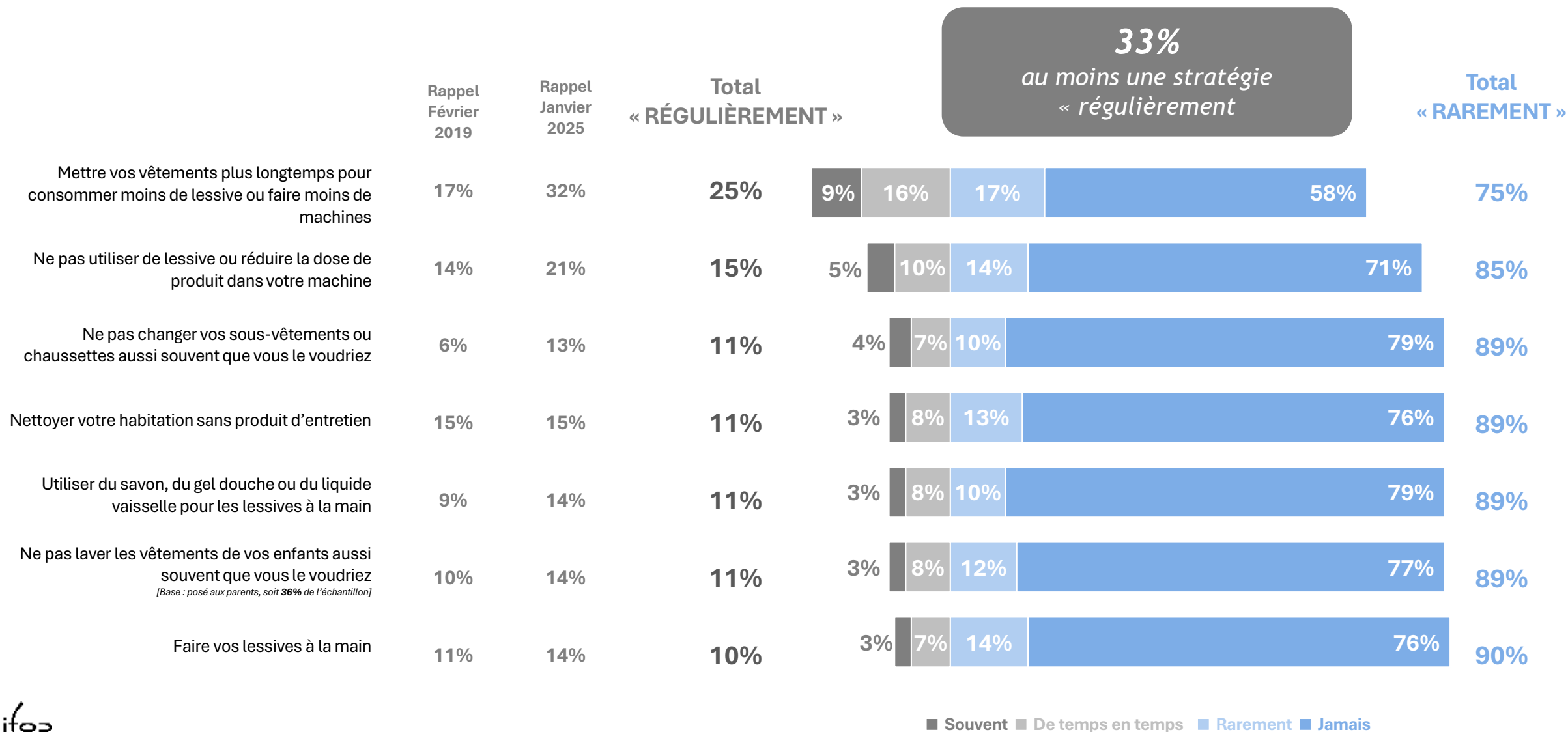
\* Avant Février 2023, l'item n'était posé qu'aux hommes  
\*\* Avant Janvier 2024, l'intitulé de l'item était : « Ne pas utiliser ou contrôler la consommation de papier toilette »

- EVOLUTIONS (en %) -



# L'adoption « régulière » de l'ensemble des stratégies de renoncement relatives à l'utilisation des produits d'entretien du linge tend également à la baisse cette année

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



L'adoption « régulière » d'au moins une de ces stratégies concerne principalement les femmes, les moins de 50 ans, les revenus les plus modestes, les foyers monoparentaux et les travailleurs pauvres

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

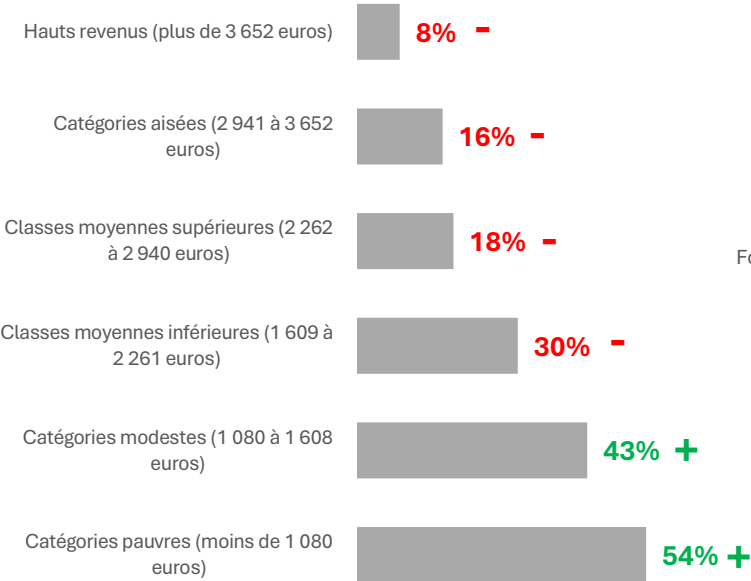


Focus sur les Français qui ont adopté au moins une stratégie « régulièrement »  
(Ensemble : 33%)

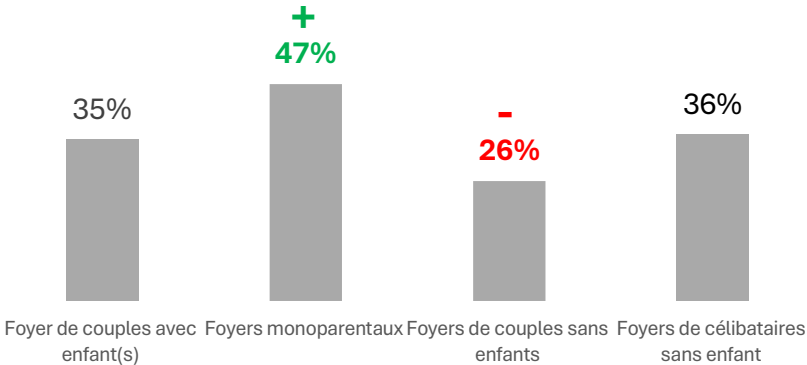
Selon le sexe



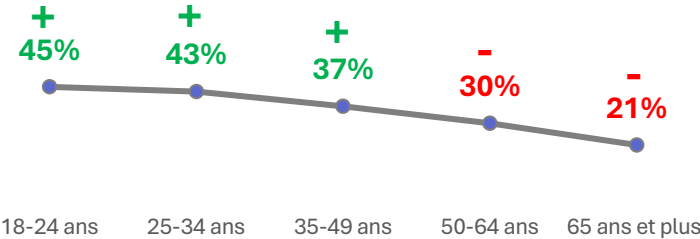
Selon le niveau de revenus



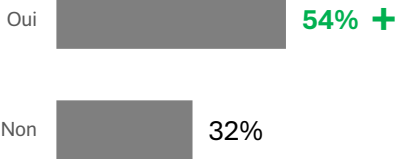
Selon la situation familiale



Selon l'âge



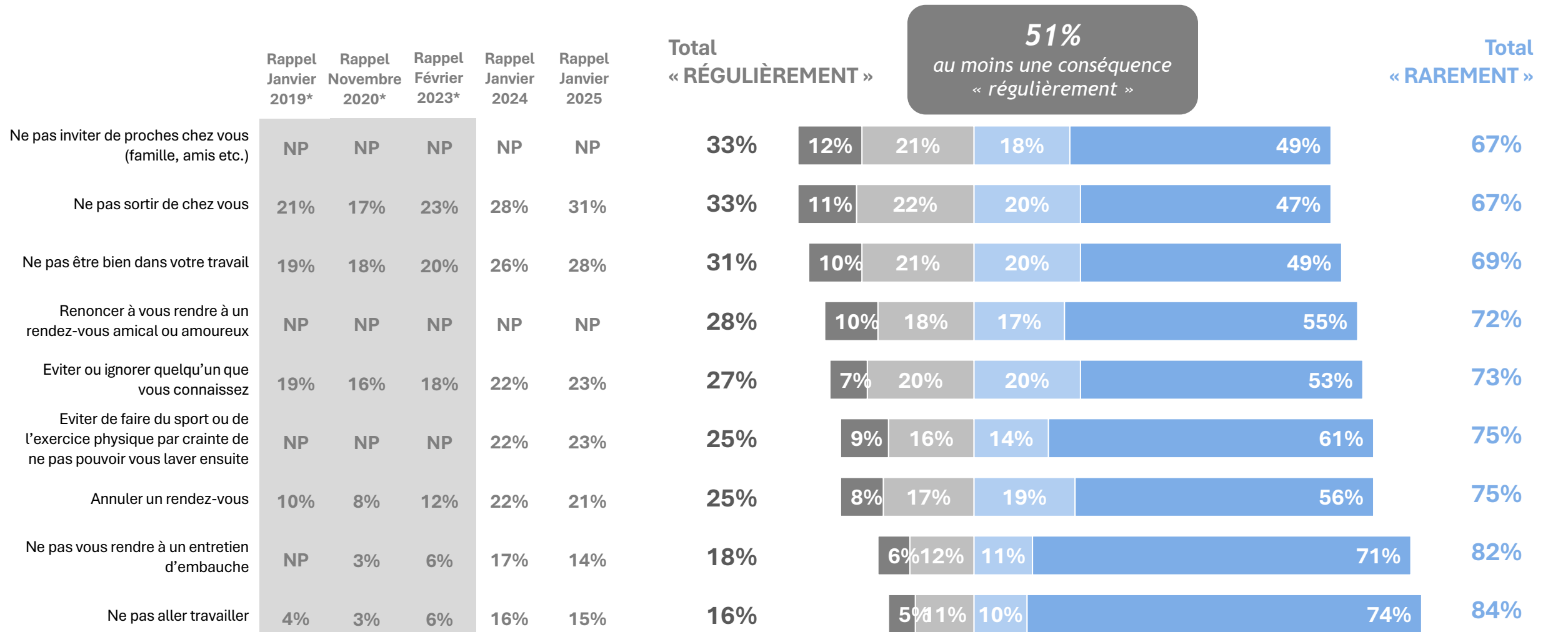
Selon le fait d'être travailleur pauvre



# En revanche, plusieurs conséquences sociales du manque de produits d'hygiène progressent cette année

**QUESTION :** Est-ce que le fait de manquer de produits d'hygiène vous a déjà conduit aux choses suivantes... ?

Base : Aux personnes ayant renoncé « souvent » ou « de temps en temps » à au moins un produit d'hygiène, soit 31% de l'échantillon.



\* En 2019, 2020 et 2023, la question était posée à tous les répondants. En raison de ce changement de base, les rappels sur ces trois années ont été ajoutés à titre indicatif.

■ Souvent ■ De temps en temps ■ Rarement ■ Jamais

# Principaux concernés, les plus jeunes, les hommes et travailleurs pauvres

**QUESTION :** Est-ce que le fait de manquer de produits d'hygiène vous a déjà conduit aux choses suivantes... ?

Base : Aux personnes ayant renoncé « souvent » ou « de temps en temps » à au moins un produit d'hygiène, soit 31% de l'échantillon.

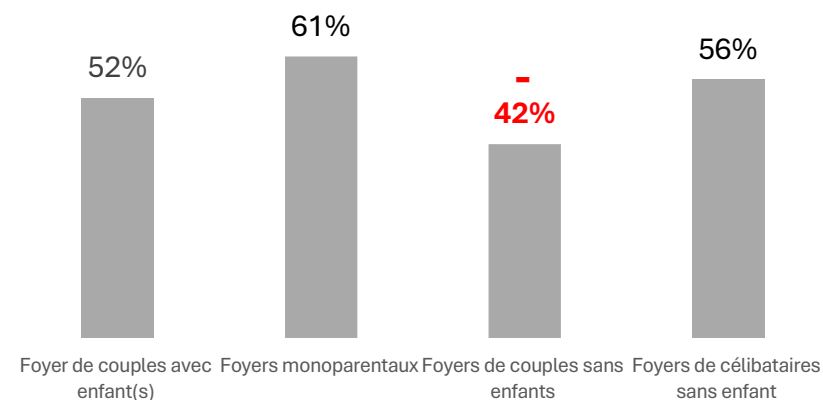


## Focus sur les répondants qui ont subi au moins une conséquence (Ensemble : 51%)

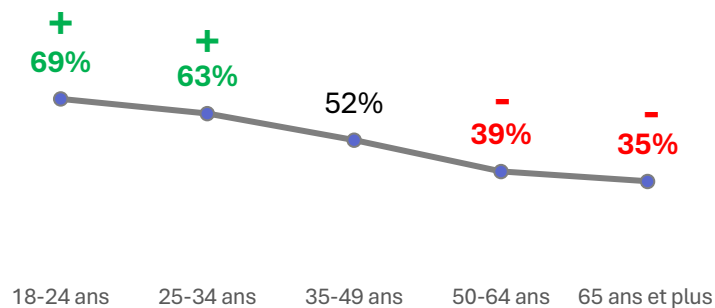
Selon le sexe



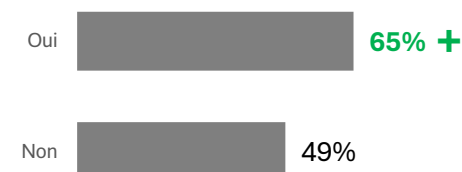
Selon la situation familiale



Selon l'âge



Selon le fait d'être travailleur pauvre



# La précarité hygiénique se répercute aussi négativement sur les trajectoires professionnelles des travailleurs pauvres

**QUESTION :** Est-ce que le fait de manquer de produits d'hygiène vous a déjà conduit aux choses suivantes... ?

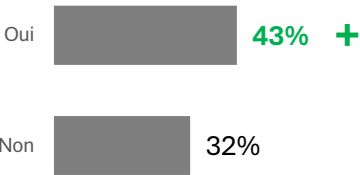
Base : Aux personnes ayant renoncé « souvent » ou « de temps en temps » à au moins un produit d'hygiène, soit 31% de l'échantillon.



## Focus sur les réponses des travailleurs pauvres

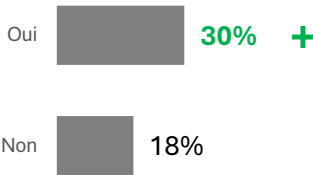
... ne pas être bien dans son travail

Selon le fait d'être travailleur pauvre



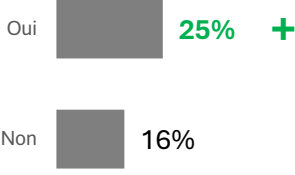
... ne pas se rendre à un entretien d'embauche

Selon le fait d'être travailleur pauvre



... ne pas aller au travail

Selon le fait d'être travailleur pauvre





D

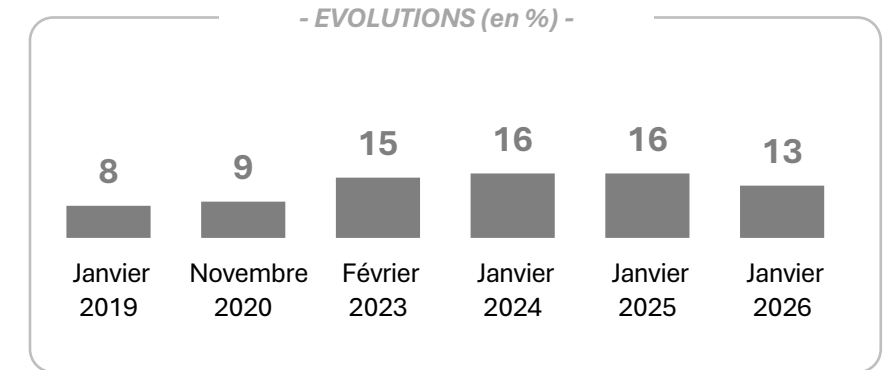
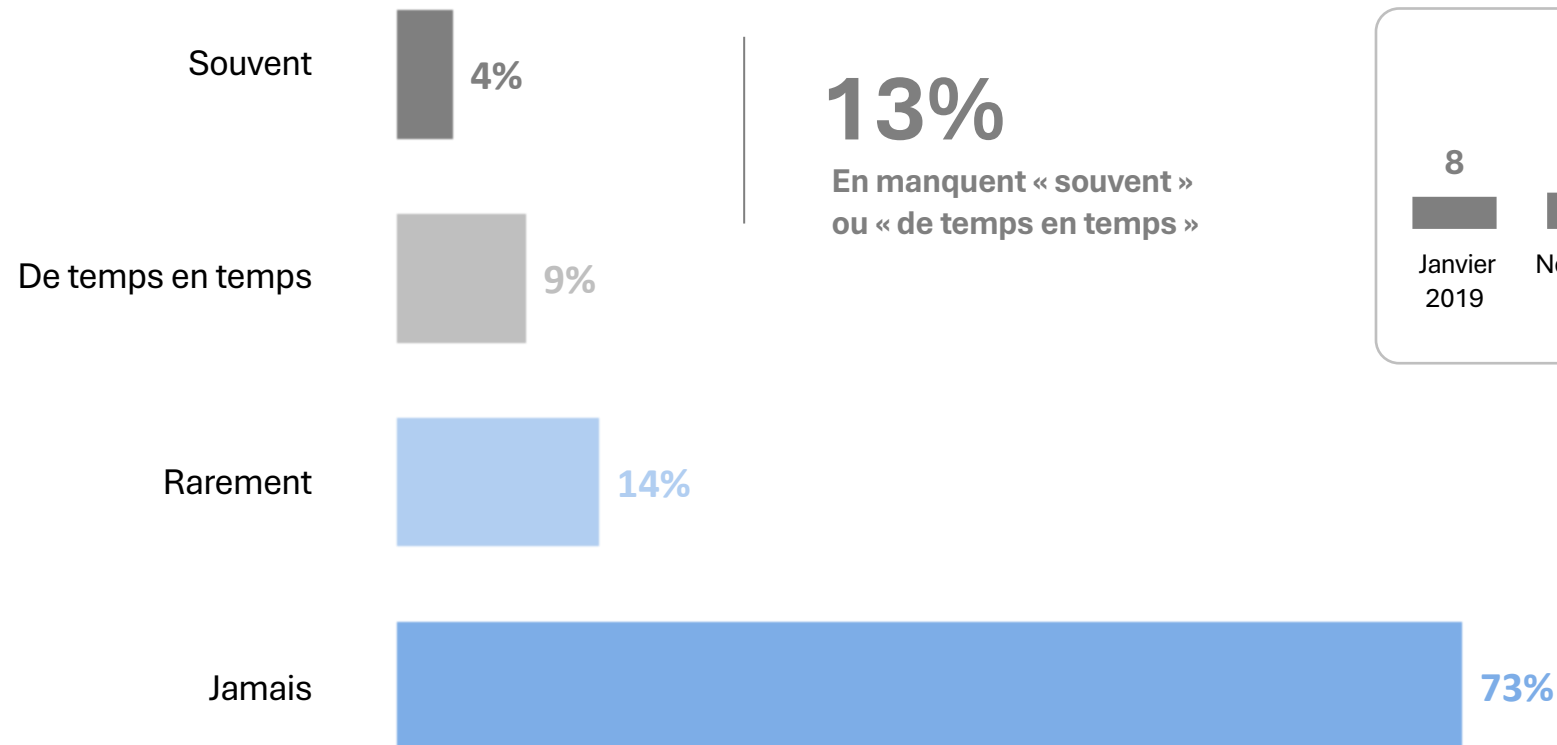
## La précarité menstruelle

*[Bloc de questions posées aux femmes, soit  
52% de l'échantillon]*

13% des femmes réglées indiquent qu'il leur arrive de ne pas disposer de suffisamment de protections hygiéniques pour elle-même ou leurs filles. Une proportion en baisse par rapport aux trois précédentes années

**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 28% de l'échantillon



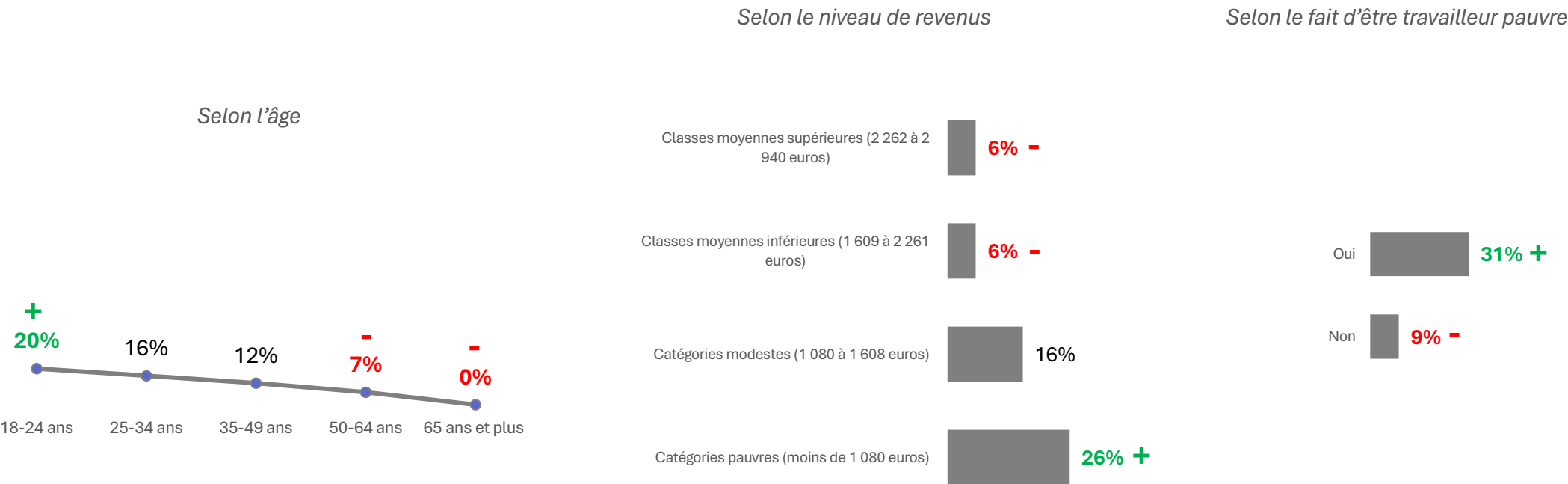
# Certaines femmes sont davantage exposées à la précarité menstruelle : les 18-24 ans, les catégories pauvres et les travailleuses pauvres

**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 28% de l'échantillon



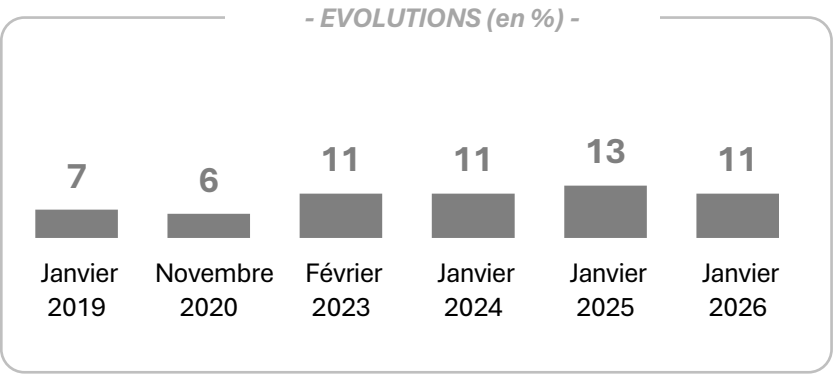
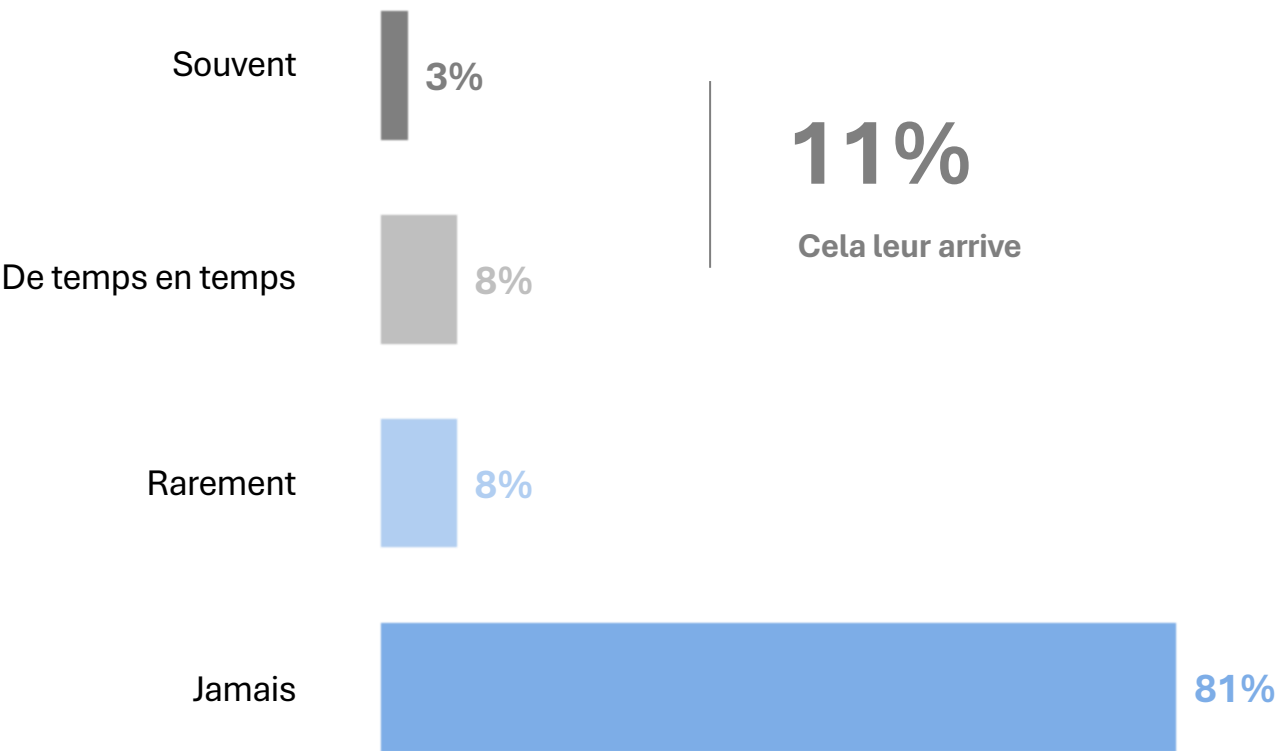
**Focus sur les répondantes qui ont déjà manqué de protections hygiéniques (« souvent » ou « de temps en temps »)**  
(Ensemble : 13%)



# Une femme réglée sur 10 (ou sa fille) utilise une alternative aux protections hygiéniques par manque d'argent

**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 ?

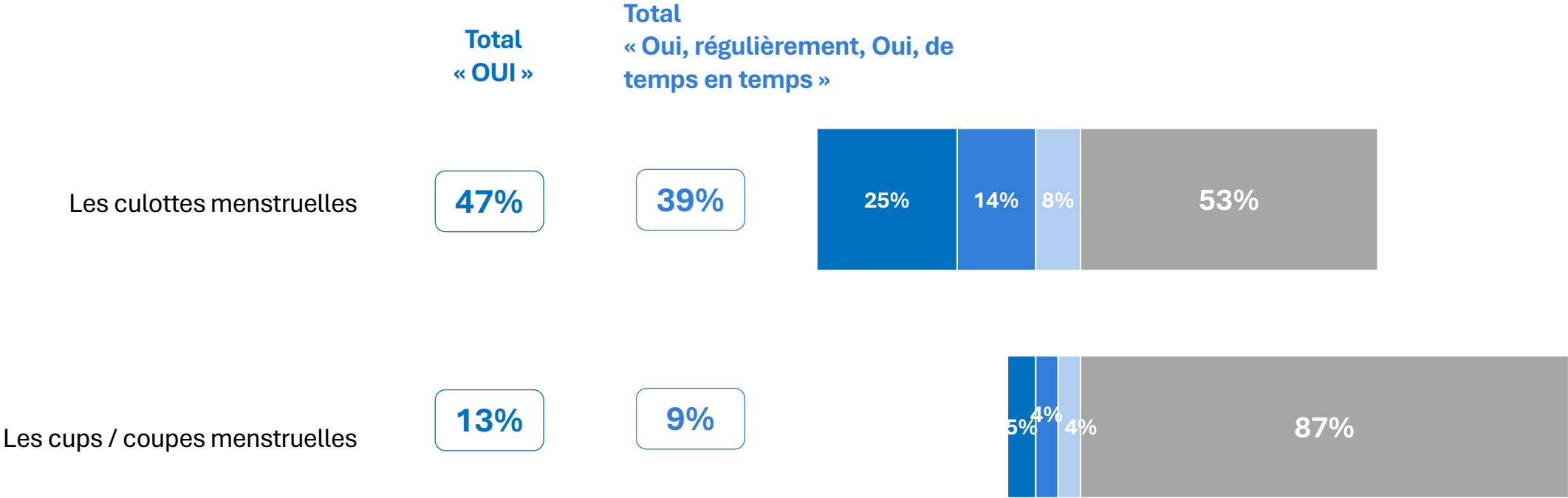
Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 28% de l'échantillon



# 47% des femmes réglées ont déjà utilisé ou utilisent régulièrement des culottes menstruelles

**QUESTION :** Utilisez-vous chacun des types de protections suivantes ?

Base : Question posée aux femmes réglées, soit 26% de l'échantillon

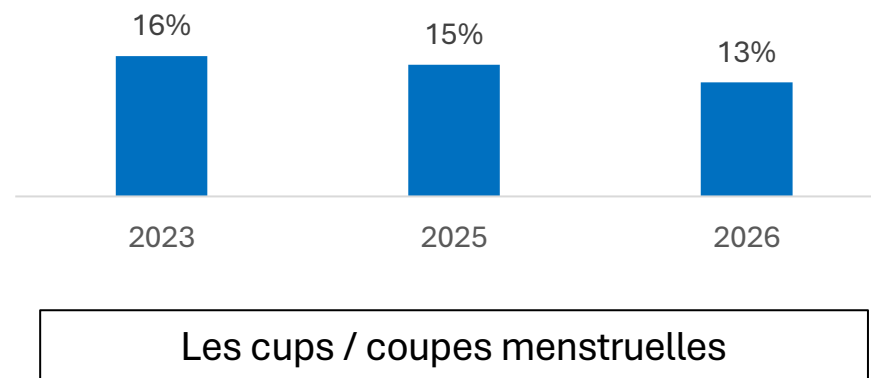
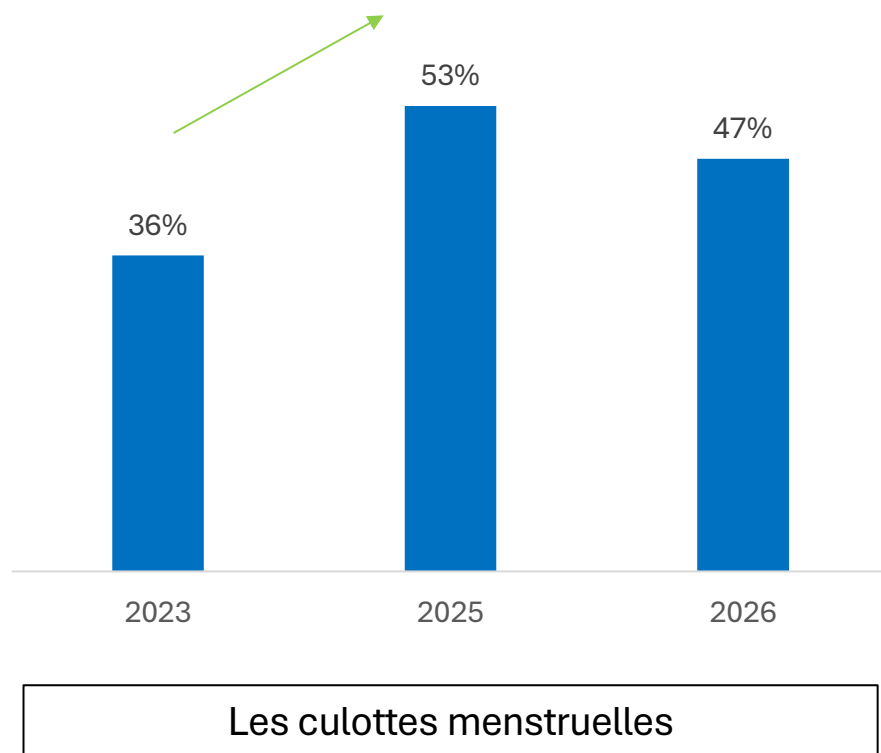


■ Oui, régulièrement ■ Oui, de temps en temps ■ Oui, mais rarement ■ Non, jamais

Après la nette progression observée en 2025, le recours aux culottes menstruelles se stabilise cette année

**QUESTION :** Utilisez-vous chacun des types de protections suivantes ?

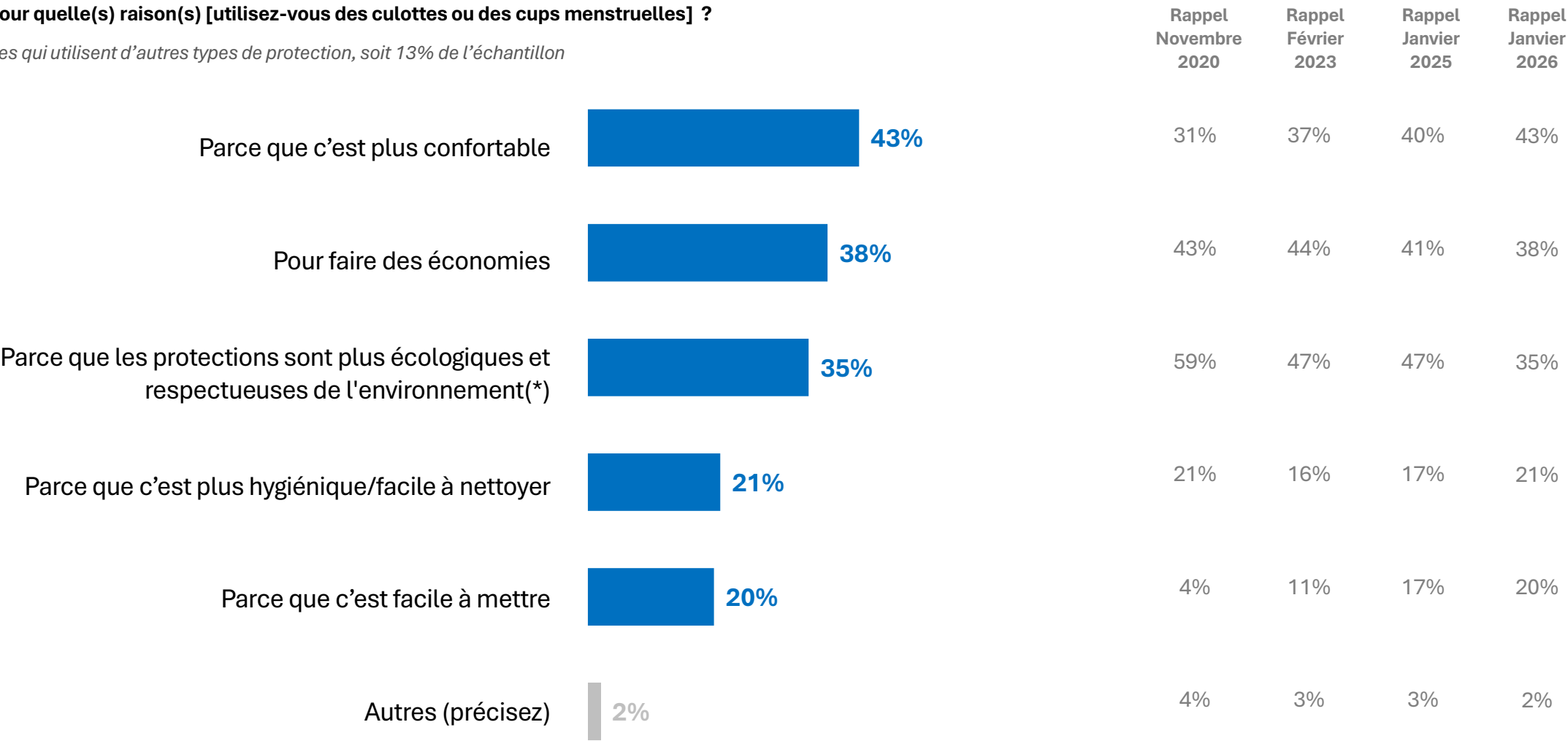
*Base : Question posée aux femmes réglées, soit 26% de l'échantillon*



# Les principales motivations à utiliser des protections hygiéniques alternatives aux serviettes sont à la fois écologique, économique et de confort

**QUESTION :** Pour quelle(s) raison(s) [utilisez-vous des culottes ou des cups menstruelles] ?

Base : aux femmes qui utilisent d'autres types de protection, soit 13% de l'échantillon



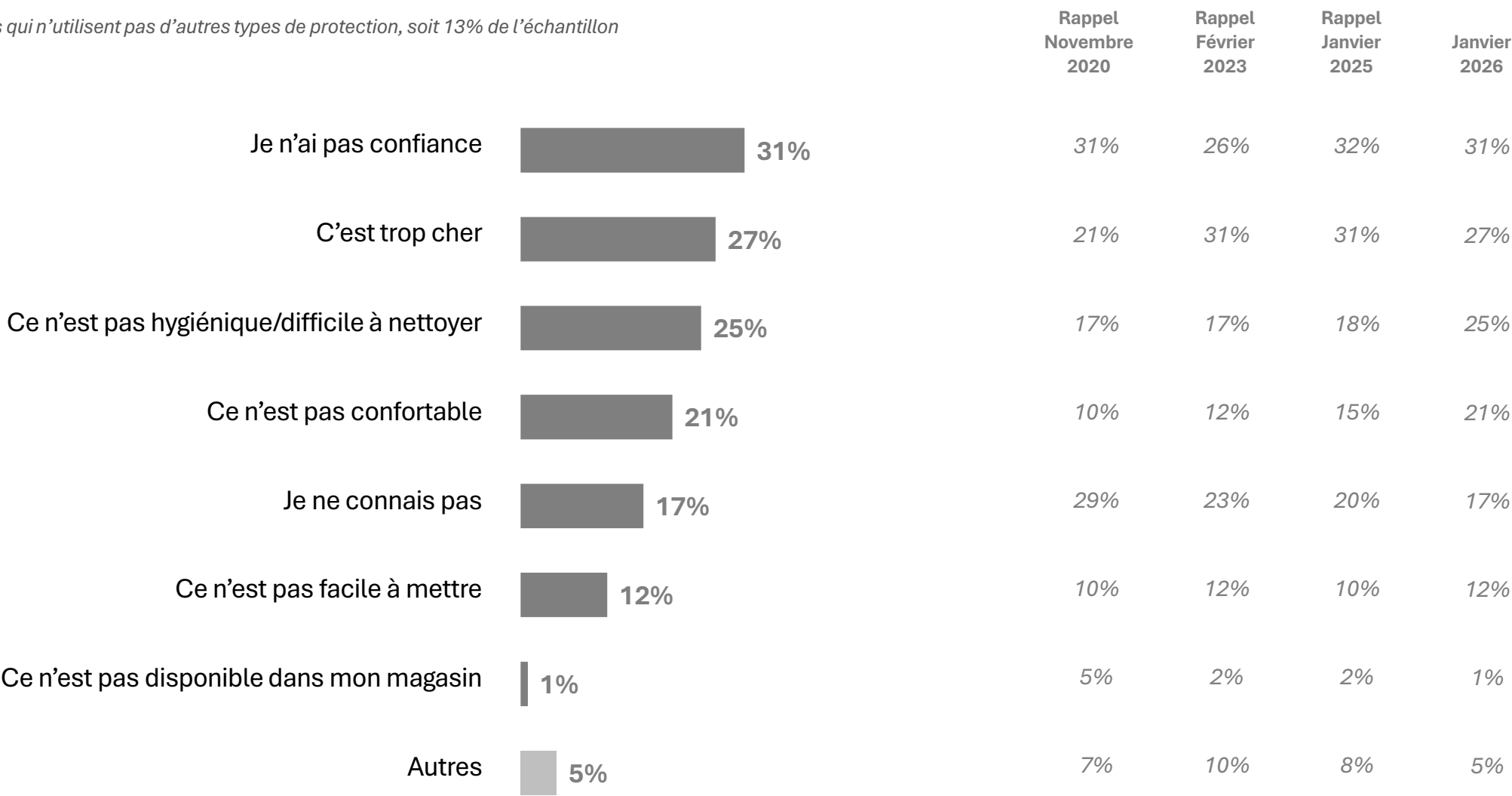
(\*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses

\* En novembre 2020, l'intitulé de l'item était : « Parce que les protections jetables sont plus polluantes »

A contrario, les principaux motifs de non-utilisation sont le manque de confiance et le prix trop élevé

**QUESTION :** Pour quelle(s) raison(s) [n'utilisez-vous pas des culottes ou des cups menstruelles]?

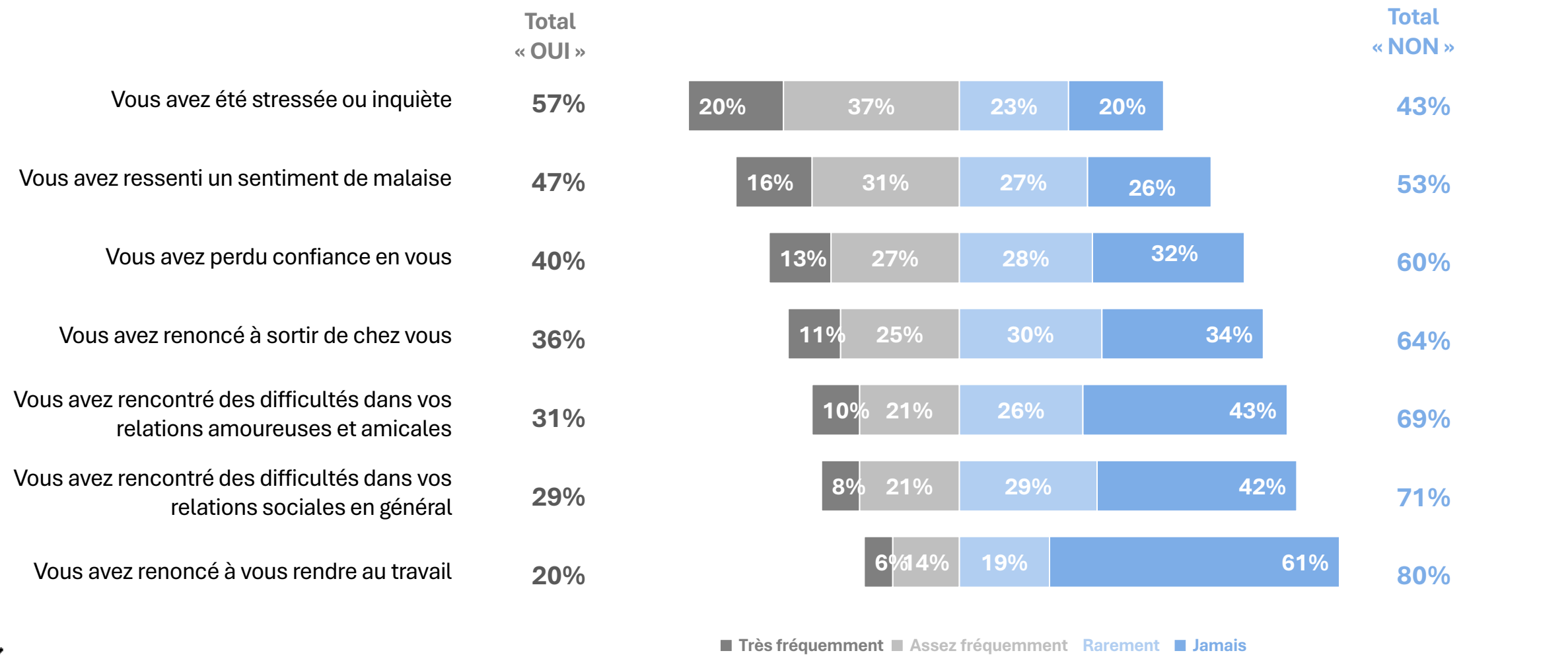
Base : aux femmes qui n'utilisent pas d'autres types de protection, soit 13% de l'échantillon



# Chez les femmes concernées, le manque de protections hygiéniques a surtout des conséquences sur leur bien-être et l'estime d'elles-mêmes

**QUESTION :** Plus précisément, en raison d'un manque de protections hygiéniques, avez-vous personnellement été confrontée aux conséquences suivantes ... ?

Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer à qui il arrive de ne pas disposer de suffisamment de protections hygiéniques par manque d'argent, soit 8% de l'échantillon





E

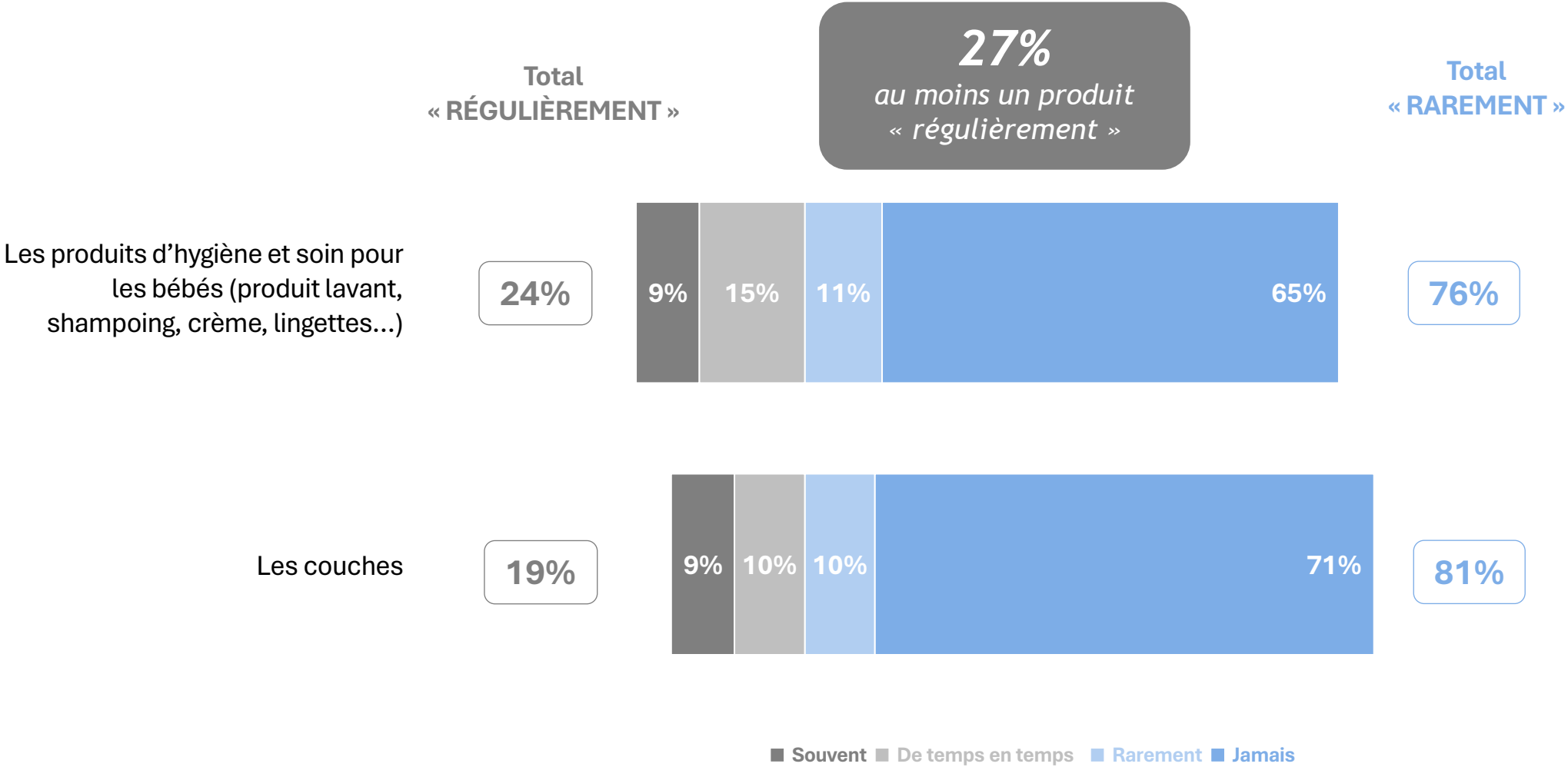
## Focus parents de jeunes enfants

*[Bloc de questions posées aux parents d'un  
enfant de moins  
de 3 ans, soit 6% de l'échantillon]*

# 27% des parents de jeunes enfants ont renoncé à l'achat de produits d'hygiène pour bébé ou de couches

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

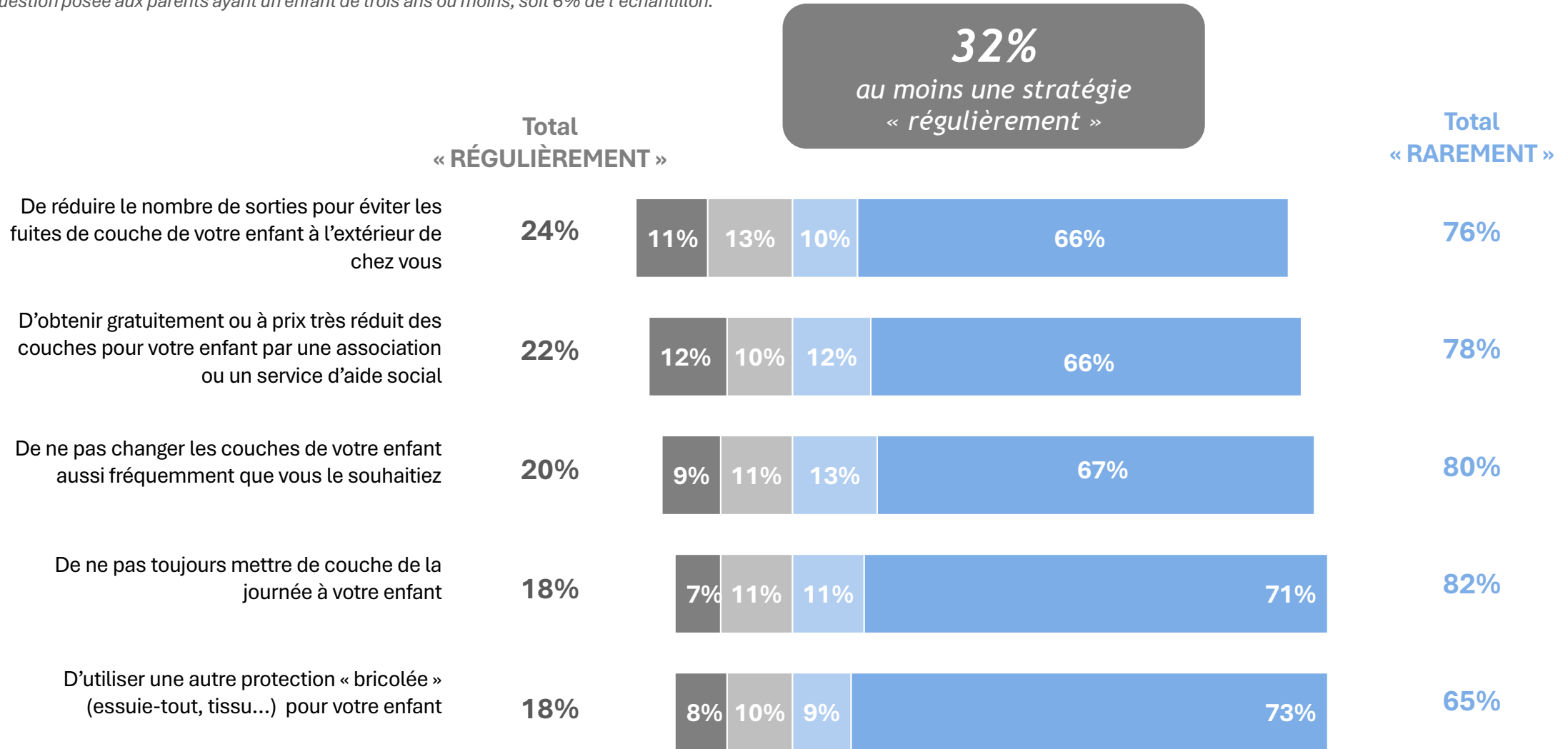
Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins, soit 6% de l'échantillon.



Une part importante de parents adoptent ainsi de stratégies de « débrouille », comme réduire le nombre de sorties ou obtenir des couches gratuitement ou à prix réduit

**QUESTION :** Vous arrive-t-il par manque d'argent ... ?

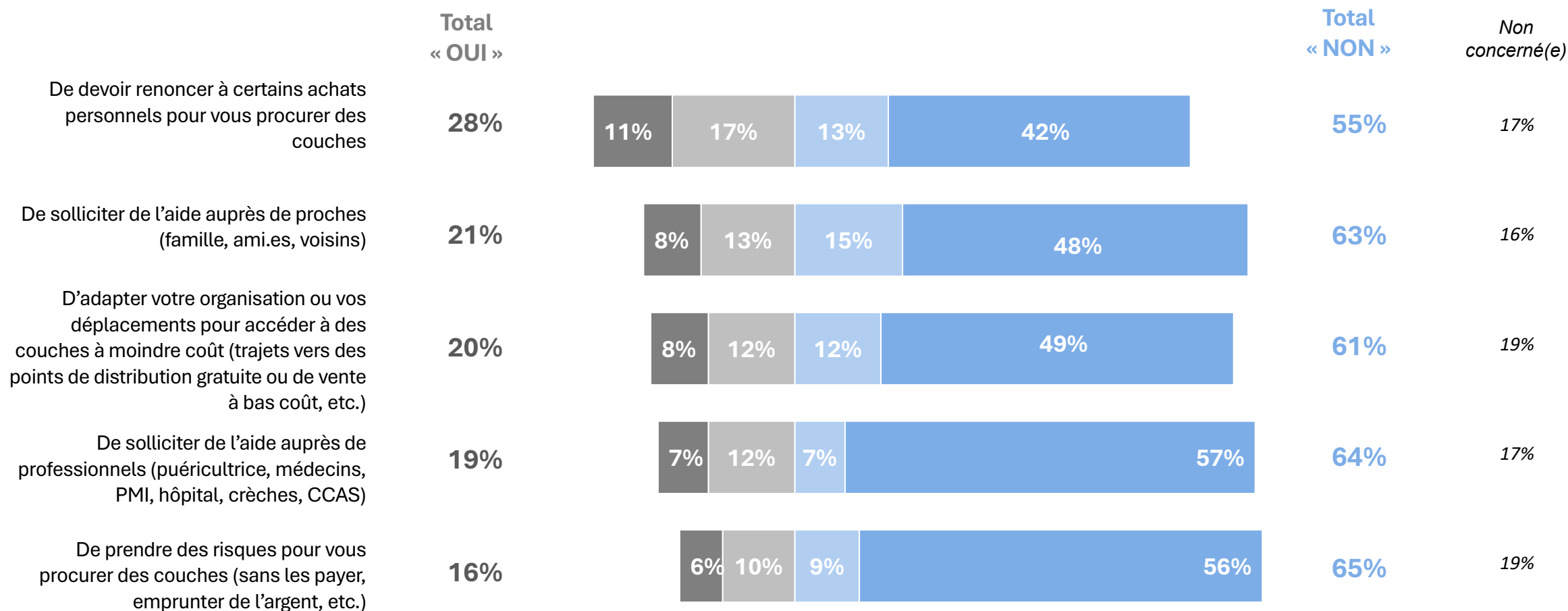
Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins, soit 6% de l'échantillon.



# Plus d'un quart des parents d'un jeune enfant ont été contraints de renoncer à certains achats personnels pour se procurer des couches

**QUESTION :** Afin que votre enfant ne manque pas de couches, vous est-il déjà arrivé ... ?

Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins, soit 6% de l'échantillon.

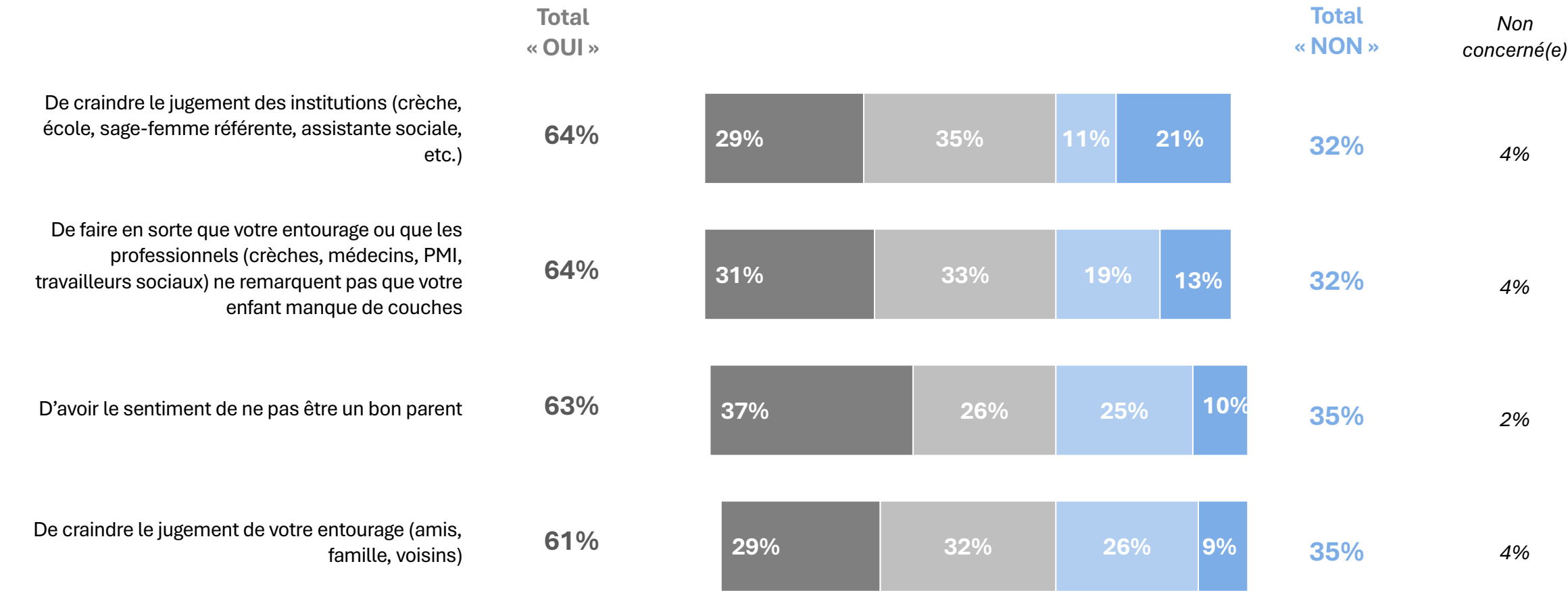


■ Oui, souvent ■ Oui, de temps en temps ■ Non, rarement ■ Non, jamais

Le manque de couche est ressenti comme une honte par deux tiers des parents concernés, qui craignent le jugement des autres et dévalorisent leurs capacités à être de bons parents

**QUESTION :** Lorsque vous manquez de couches pour enfant, vous est-il déjà arrivé... ?

Base : Question posée aux parents ayant un enfant de trois ans ou moins et ayant renoncé à l'é chat de couches, soit 2% de l'échantillon.



■ Oui, souvent ■ Oui, de temps en temps ■ Non, rarement ■ Non, jamais



F

# Focus sur les jeunes de moins de 25 ans

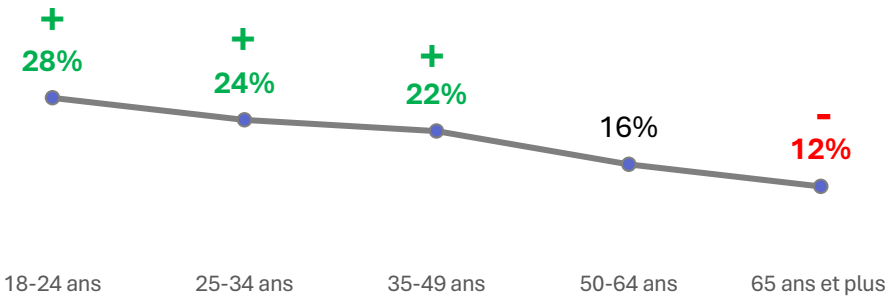
Les 18-24 ans se distingue par une vulnérabilité accrue au sentiment de solitude

QUESTION : Vous arrive-t-il de vous sentir seul(e) ?



Se sent « toujours » ou « souvent » seul  
(Total Toujours / Souvent)

Ensemble de la population française : 19%

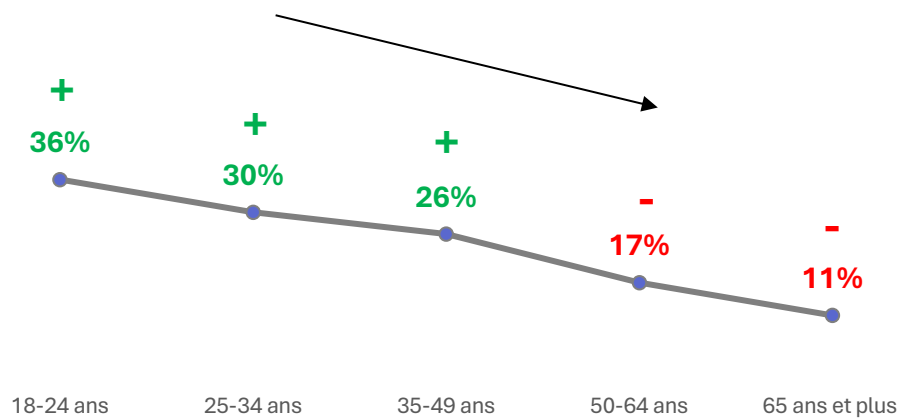


Ainsi qu'à de plus fortes pressions sociales autour de l'apparence, à un âge où la vie sociale est intense mais fortement normée

**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 (Total Souvent / De temps en temps)

Ensemble de la population française : 21%



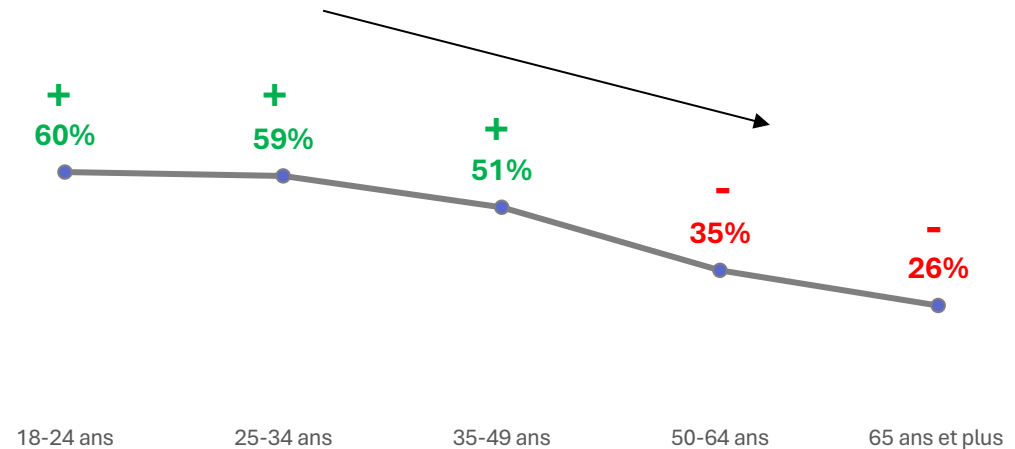
Cette année, 6 jeunes âgés de 18 à 24 ans sur 10 ont déclaré que le contexte actuel les avait incités à limiter leur consommation de produits d'hygiène – une proportion nettement supérieure à la moyenne nationale

**QUESTION :** Diriez-vous que le contexte économique actuel vous incite à limiter et réduire (pour des raisons budgétaires) votre consommation de produits d'hygiène ?



### Sentiment que le contexte économique actuel les incite à limiter leur consommation de produits d'hygiène (TOTAL Oui)

Ensemble de la population française : 43%

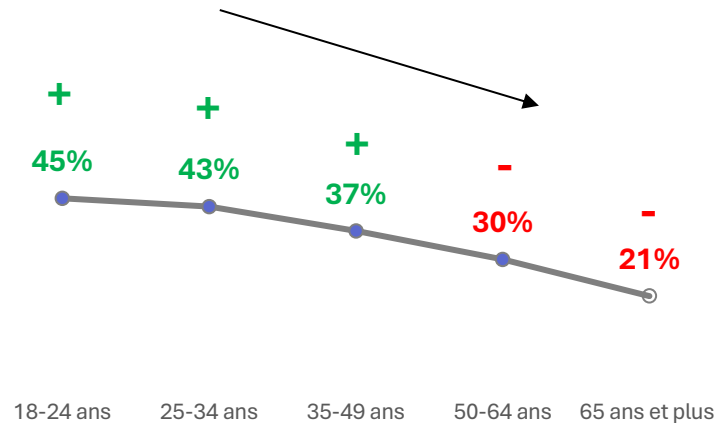


En témoigne la plus forte propension des 18-24 ans à adopter des stratégies destinées à réduire leur consommation de produits d'hygiène, notamment pour l'entretien du linge

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

### A adopté au moins 1 stratégie pour limiter leur consommation de produits pour le linge (Total Souvent / De temps en temps)

Ensemble de la population française : 33%



**32%** des 18-24 ans  
(vs 25% des Français)

Ont mis leurs vêtements plus longtemps pour consommer moins de lessive ou faire moins de machines

**22%** des 18-24 ans  
(vs 15% des Français)

N'ont pas utilisé de lessive ou ont réduit la dose de produit dans leur machine

**16%** des 18-24 ans  
(vs 11% des Français)

N'ont pas changé leurs sous-vêtements ou chaussettes aussi souvent qu'ils l'auraient souhaité

**17%** des 18-24 ans  
(vs 11% des Français)

Ont nettoyé leur habitation sans produit d'entretien

**18%** des 18-24 ans  
(vs 11% des Français)

Ont utilisé du savon, du gel douche ou du liquide vaisselle pour les lessives à la main

**16%** des 18-24 ans  
(vs 11% des Français)

Ont fait leurs lessives à la main

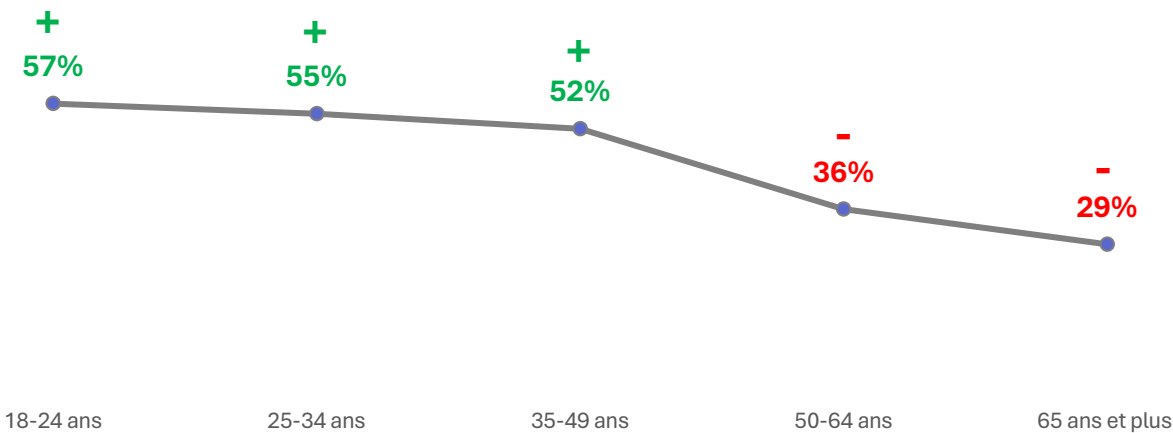
Indicateur inquiétant, le manque de produits d'hygiène ne produit pas uniquement une gêne physique. La majorité des jeunes concernés font état de répercussions psychologiques en raison de ces renoncements

**QUESTION :** Diriez-vous que le fait de devoir limiter ou réduire votre consommation de produits d'hygiène et cosmétique a un impact sur votre confiance en vous, votre estime de vous-même ?

Base : A ceux qui ont limité leur consommation de produits d'hygiène et cosmétiques, soit 43% de l'échantillon.

**Sentiment que ces limitations ont eu un impact « important » sur leur confiance en eux ou l'estime qu'ils avaient d'eux-mêmes**  
(Total Un impact très important / Assez important)

Ensemble des répondants concernés : 46%



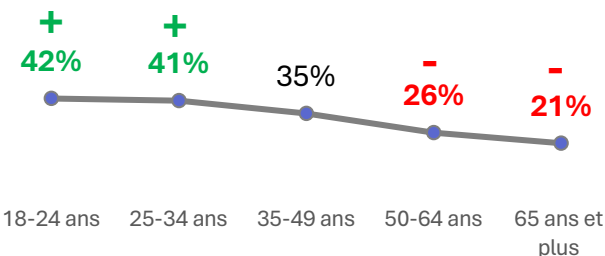
Ces difficultés induisent aussi plus fréquemment au sein de cette tranche d'âge une autocensure dans les sphères personnelles et professionnelles

**QUESTION :** Est-ce que le fait de manquer de produits d'hygiène vous a déjà conduit aux choses suivantes... ?

Base : Aux personnes ayant renoncé « souvent » ou « de temps en temps » à au moins un produit d'hygiène, soit 31% de l'échantillon.

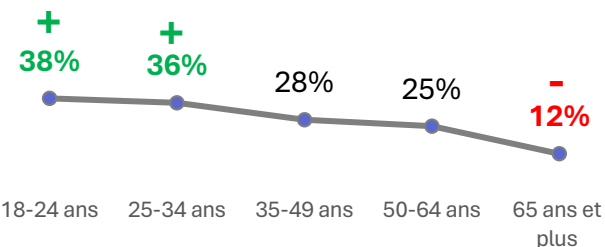
Ne pas inviter de proches chez vous (famille, amis etc.)

(Ensemble : 33%)



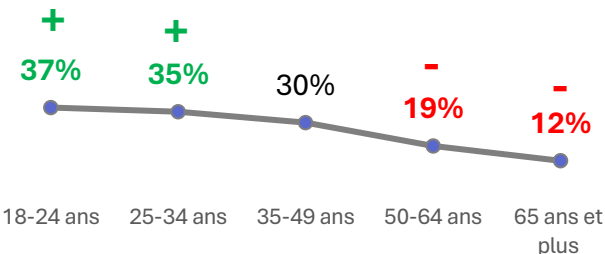
Renoncer à vous rendre à un rendez-vous amical ou amoureux

(Ensemble : 28%)



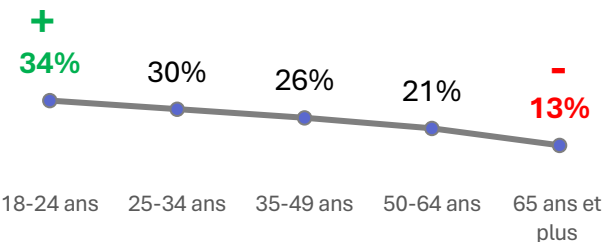
Eviter ou ignorer quelqu'un que vous connaissez

(Ensemble : 27%)



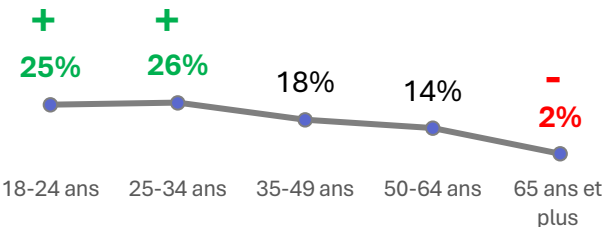
Eviter de faire du sport ou de l'exercice physique par crainte de ne pas pouvoir vous laver ensuite

(Ensemble : 25%)



Ne pas vous rendre à un entretien d'embauche

(Ensemble : 18%)



Les femmes réglées ayant entre 18 et 24 ans semblent par ailleurs bien plus exposées à la précarité hygiénique que les autres

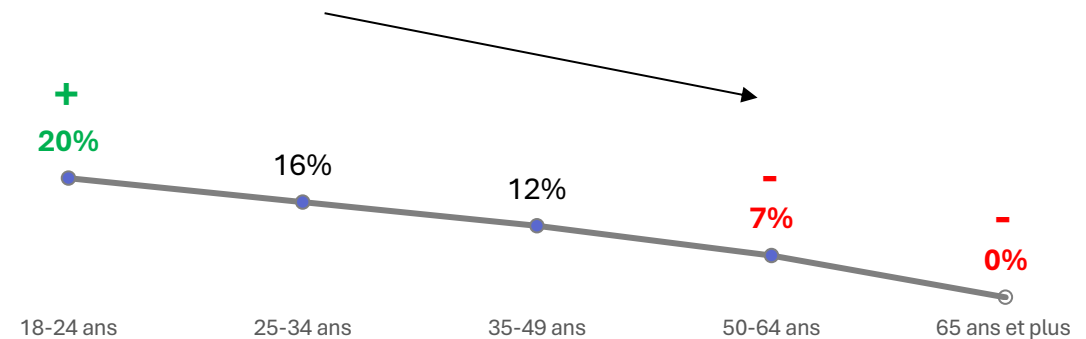
**QUESTION :** Vous arrive-t-il de ne pas disposer de suffisamment de protections hygiéniques (serviettes, tampons) pour vous-même ou votre fille par manque d'argent ?

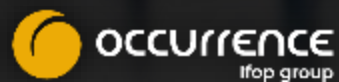
Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 28% de l'échantillon



### On « régulièrement » manqué de protections hygiéniques (Total Souvent / De temps en temps)

Ensemble des répondantes concernées : 13%





Everything starts with people