



DONS SOLIDAIRES[®]



Baromètre hygiène et précarité

Etude IFOP pour Dons Solidaires

Vague 4 | Janvier 2024



SOMMAIRE



Rappel de la méthodologie

3

Les résultats

6

A – L'inquiétude à l'égard du contexte économique

6

B - La précarité hygiénique

9

C – La précarité menstruelle

23

RAPPEL DE LA MÉTHODOLOGIE



Méthodologie

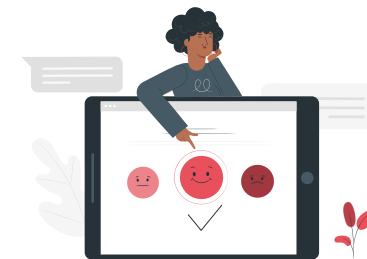
Etude réalisée par l'Ifop pour Dons solidaires




L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **2000 répondants**, représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans.



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.



Les interviews ont été réalisées par internet du 17 au 22 novembre 2023.



LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

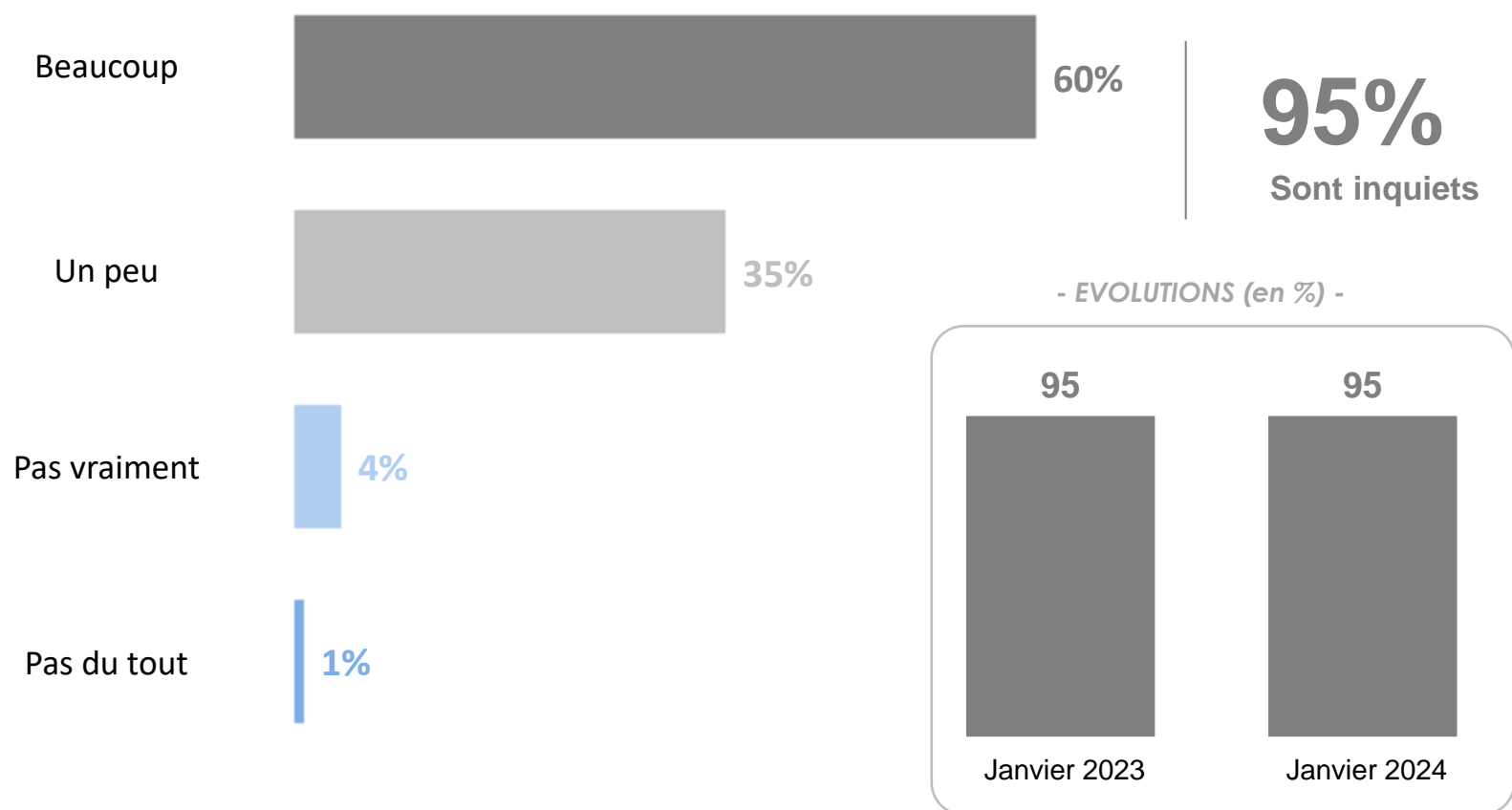
● A ●

L'inquiétude à l'égard du
contexte économique



Le contexte économique actuel est marqué par une crainte majeure autour de l'augmentation des prix

QUESTION : Vous personnellement, diriez-vous que le sujet de l'augmentation des prix est un sujet qui vous inquiète ?



Dans ce contexte, près d'un Français sur deux craint de basculer dans la pauvreté

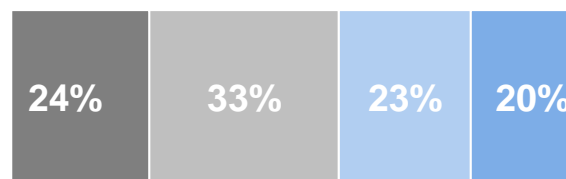
QUESTION : Vous arrive-t-il de vous dire... ?

Total
« RÉGULIÈREMENT »

Total
« RAREMENT »

Que vous n'arriveriez pas à finir le mois

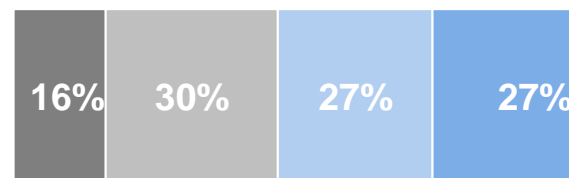
57%



43%

Que vous pourriez basculer dans la pauvreté

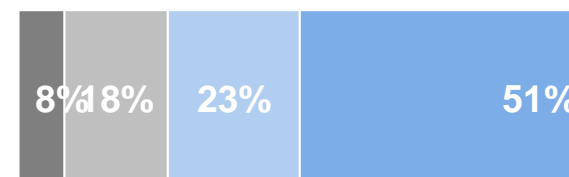
46%



54%

Que vous pourriez avoir à recourir à des associations pour vous procurer des denrées alimentaires

26%



74%

■ Souvent ■ De temps en temps ■ Rarement ■ Jamais

● B ●

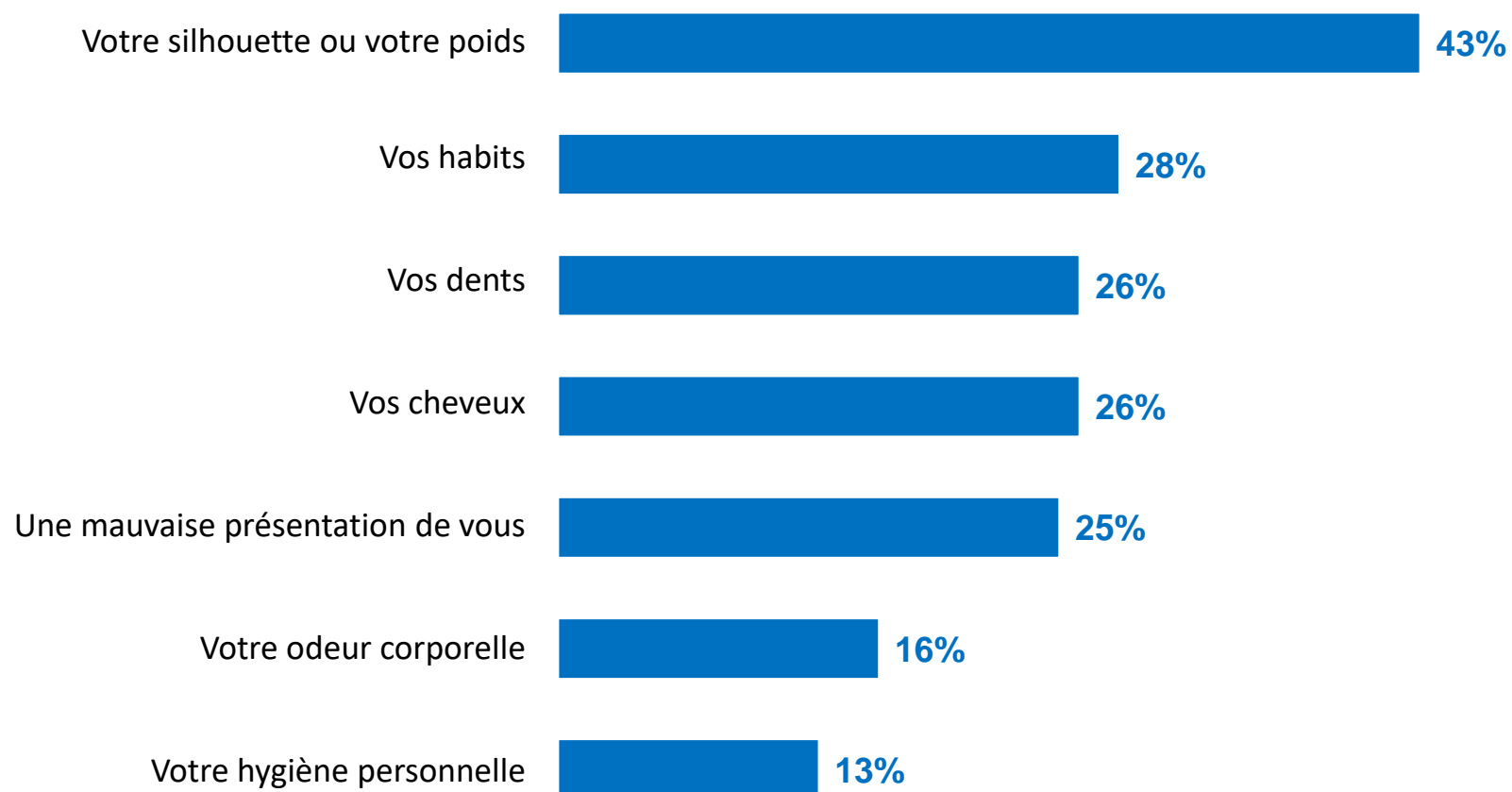
La précarité hygiénique



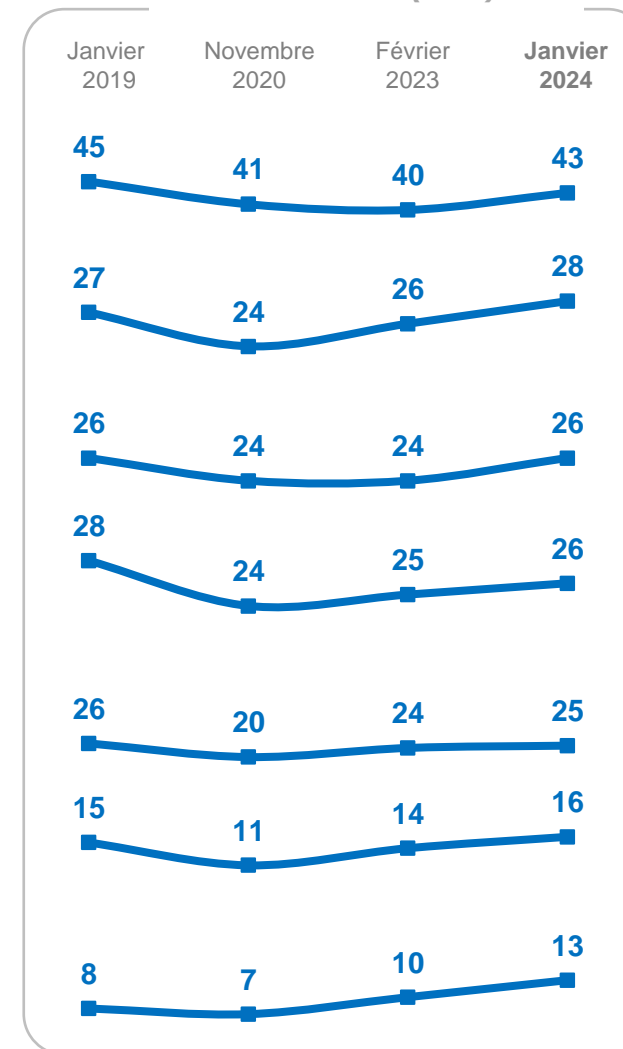
Le sentiment de malaise en lien avec l'apparence physique est répandu dans la population française

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 ... ?

Total « Souvent / De temps en temps »



- EVOLUTIONS (en %) -

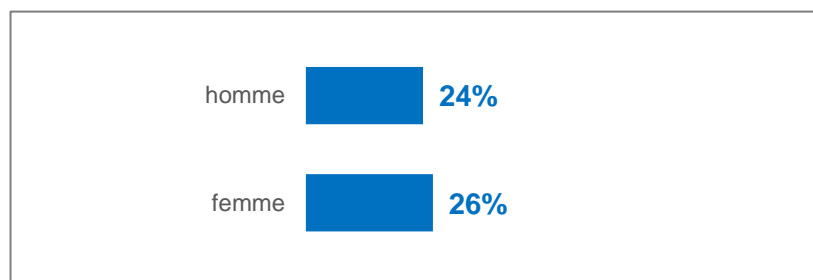


Le sentiment de malaise en lien avec l'apparence physique concerne davantage les jeunes et les catégories pauvres de la population

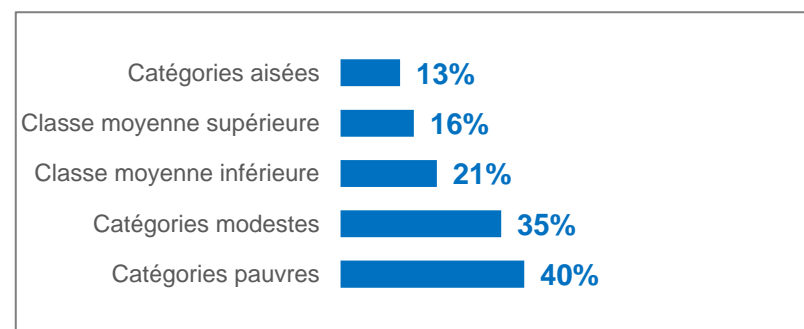
QUESTION : Vous arrive-t-il ou vous est-il arrivé de vous sentir mal à l'aise par rapport à votre apparence et d'avoir peur d'être jugé négativement par les gens en raison des éléments suivants ... ?

25% des Français ont déjà fait l'expérience d'un sentiment de malaise en raison d'une mauvaise présentation

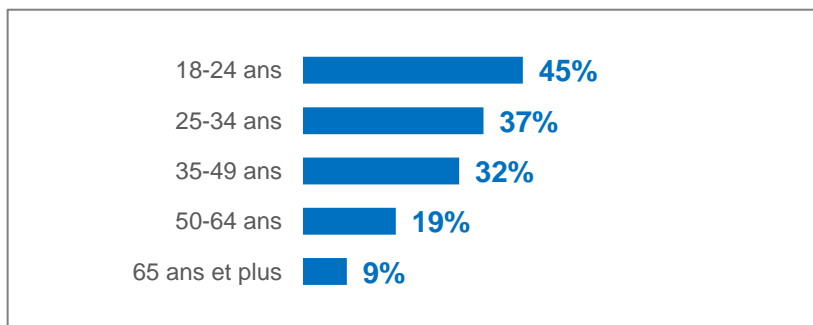
Selon le sexe



Selon le niveau de revenus

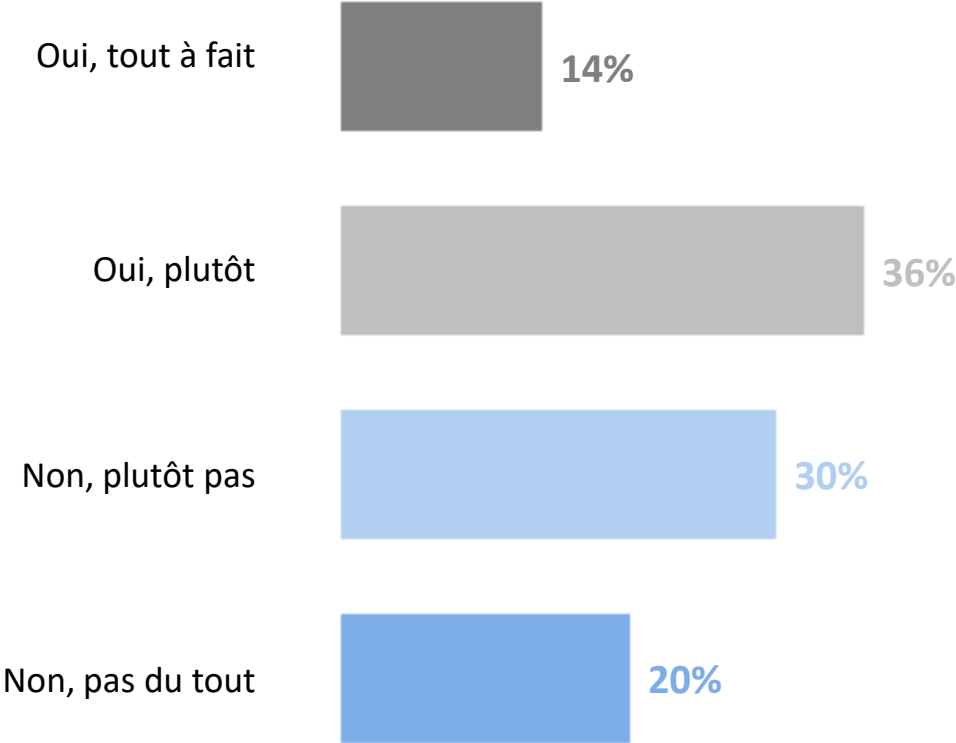


Selon l'âge



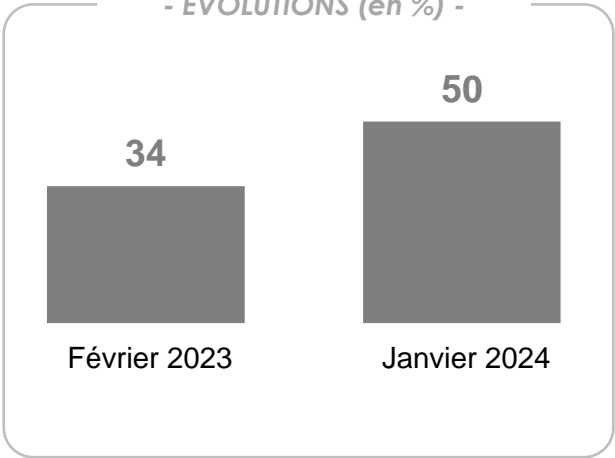
Désormais, c'est près d'un Français sur deux qui indique que le contexte économique actuel les pousse à limiter leur consommation de produits d'hygiène, une proportion en progression

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



50%

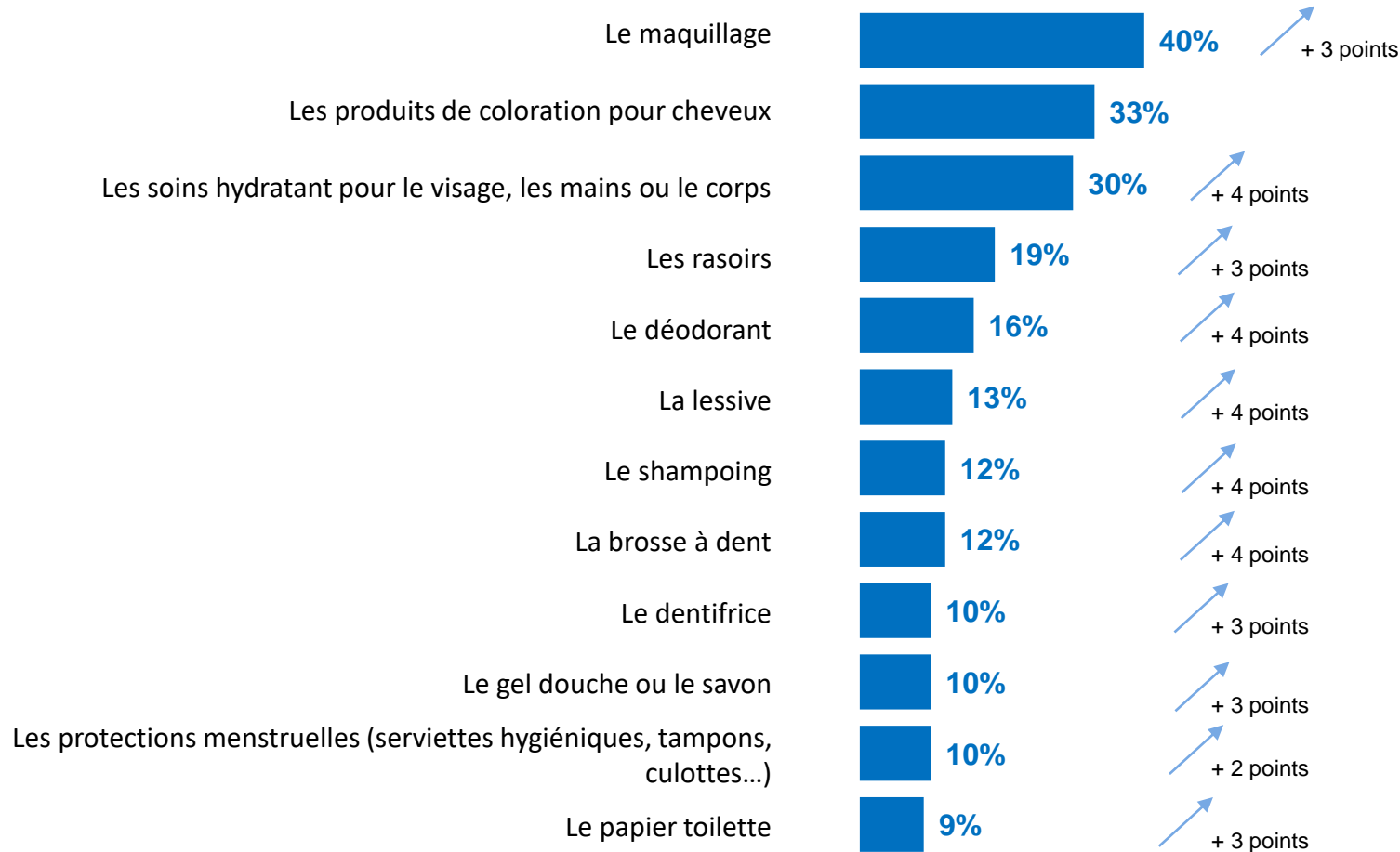
Cela les a incités



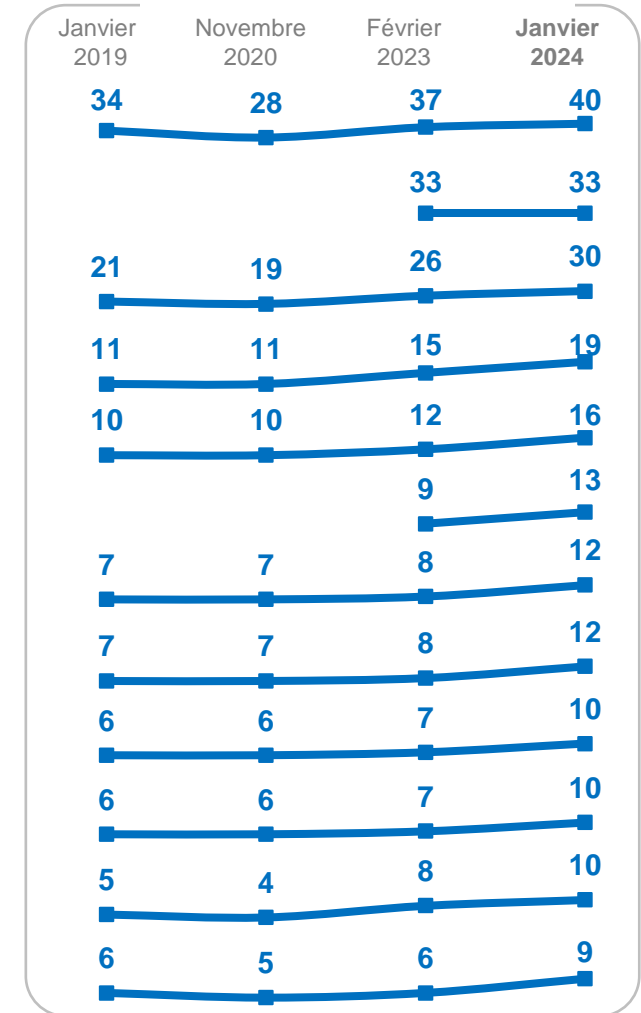
Le renoncement à l'achat de produits d'hygiène est en progression sur la quasi-totalité des postes de dépenses

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 »

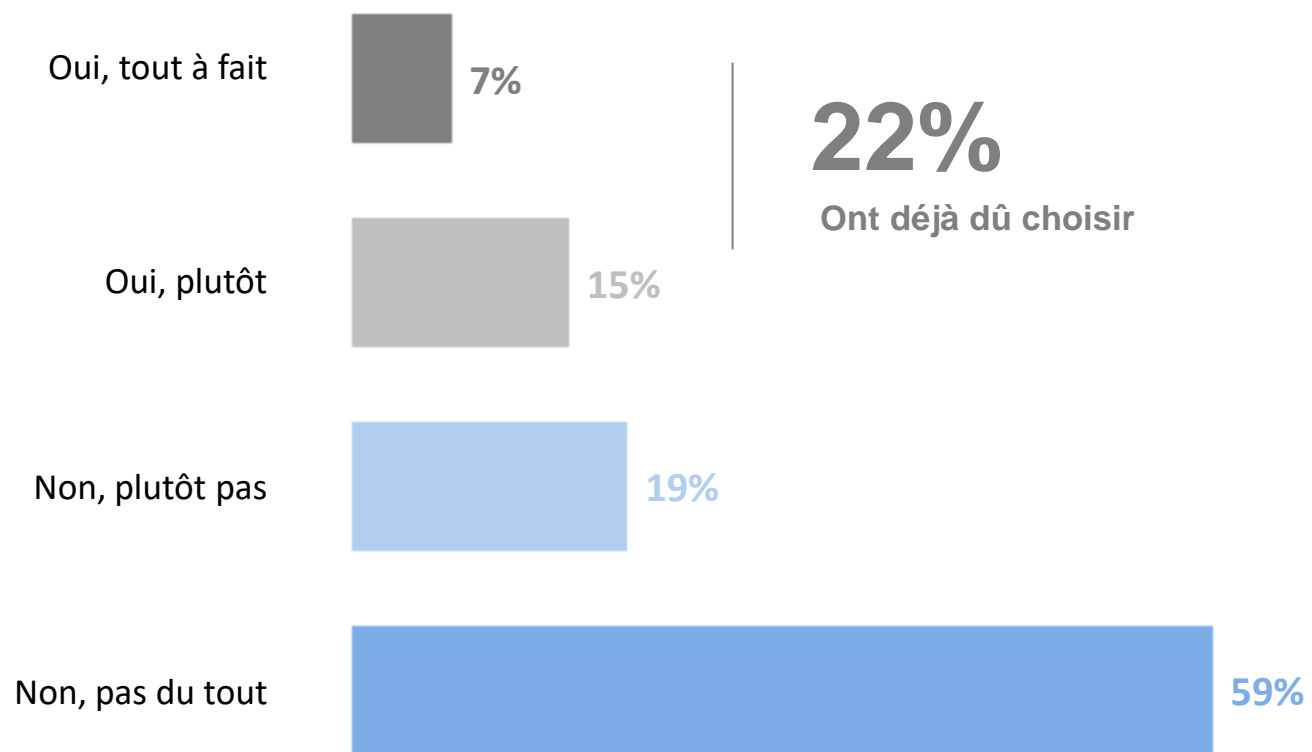


- EVOLUTIONS (en %) -



Un Français sur cinq doit parfois arbitrer entre l'achat d'un produit d'hygiène et de la nourriture

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

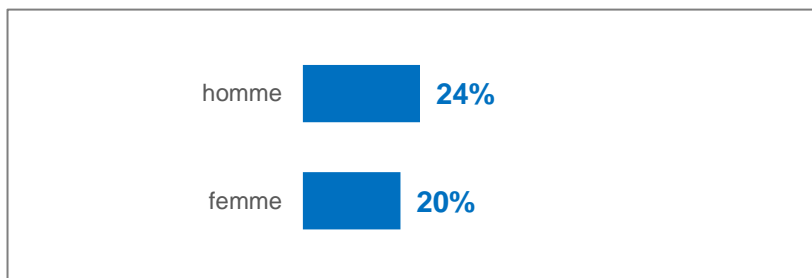


Cet arbitrage concerne près d'une personne sur deux parmi les catégories pauvres de la population

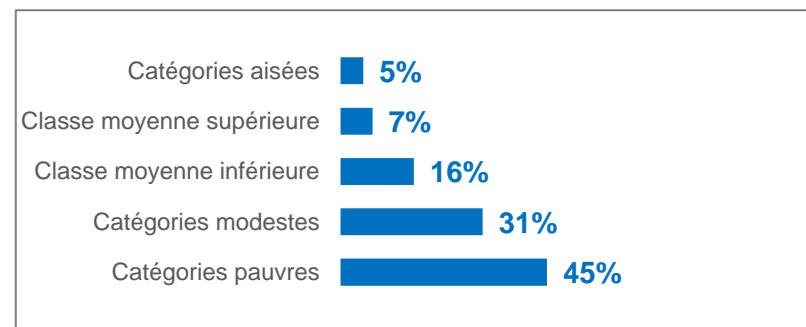
QUESTION : Vous est-il déjà arrivé de devoir choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène ?

22% des Français ont déjà dû choisir entre acheter de la nourriture et des produits d'hygiène

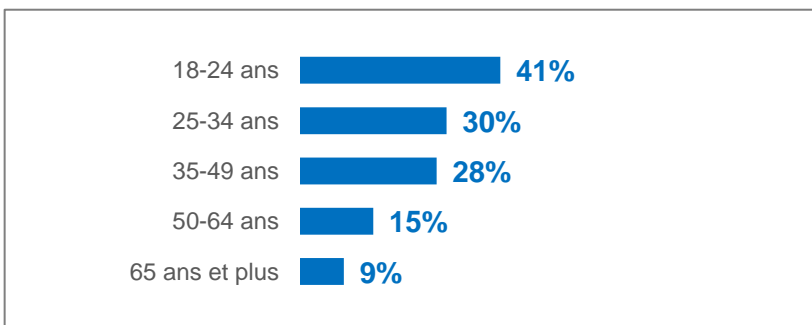
Selon le sexe



Selon le niveau de revenus

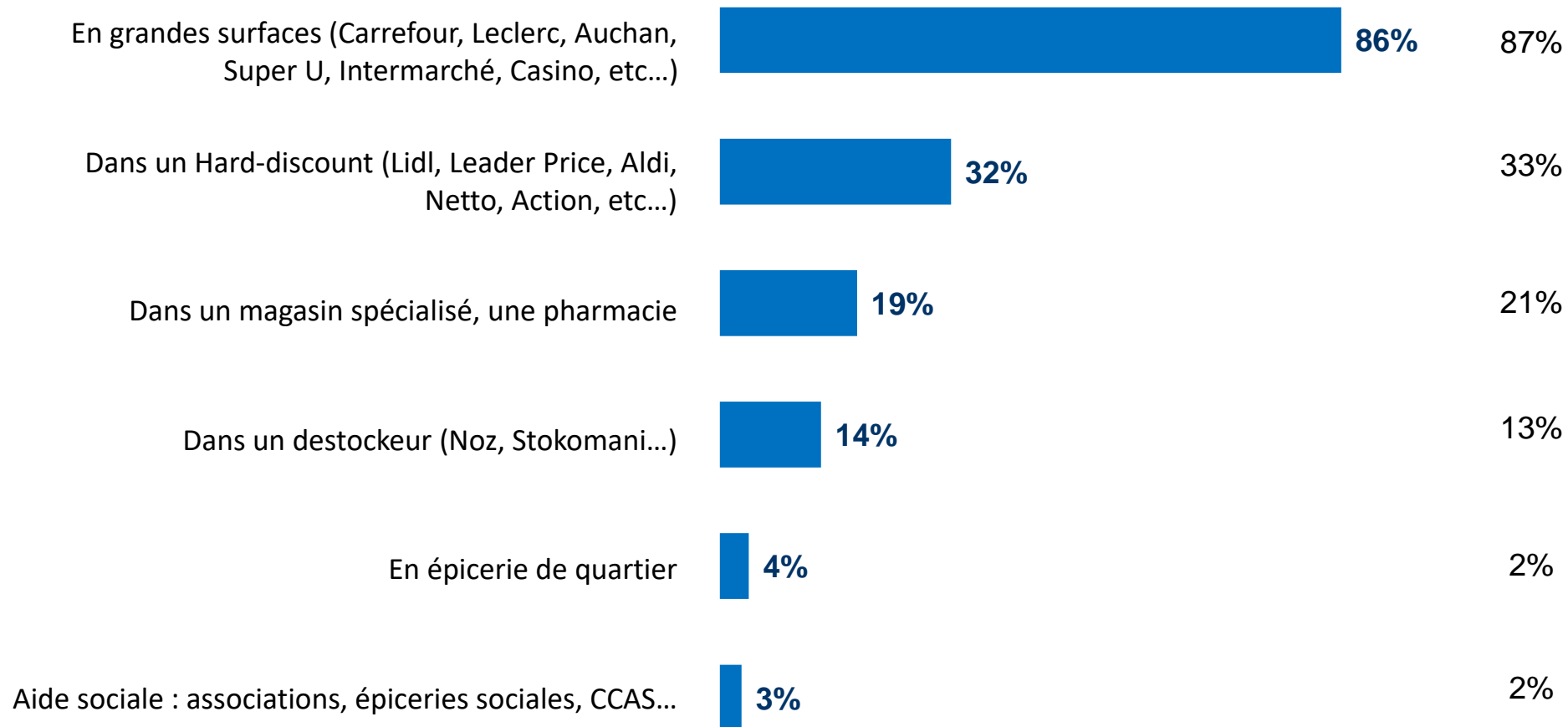


Selon l'âge



Dans un contexte de tensions liées au pouvoir d'achat, un tiers des Français ont recours au hard-discount

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



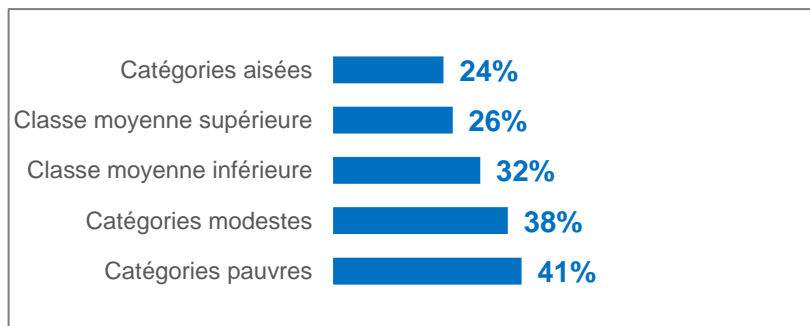
(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses

Une pratique répandue dans les catégories modestes et pauvres de la population

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

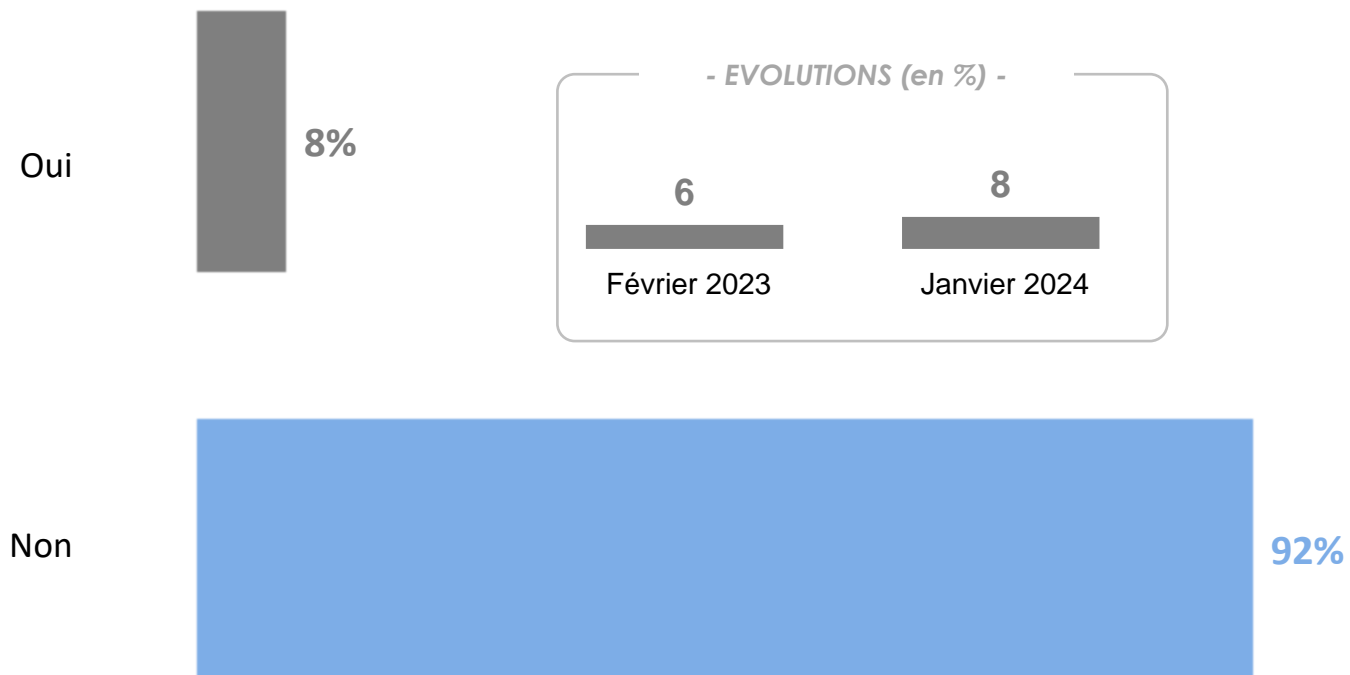
32% des Français se procurent des produits d'hygiène en hard Discount

Selon le niveau de revenus



Le recours aux structures d'aides est en légère progression par rapport à 2023

QUESTION : Compte tenu du contexte économique actuel (hausse des prix), 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...)

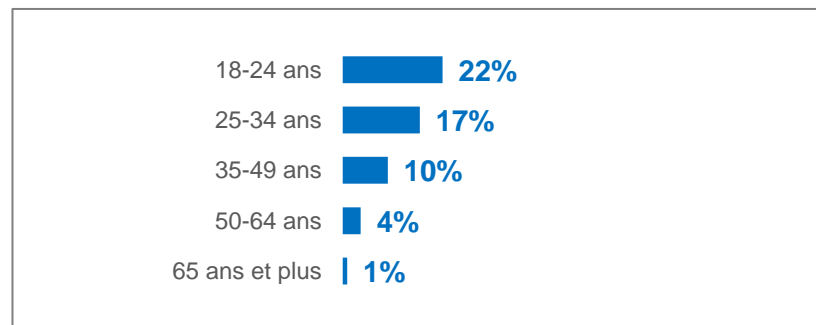


Un phénomène qui concerne un jeune sur cinq et quart des Français appartenant aux catégories pauvres

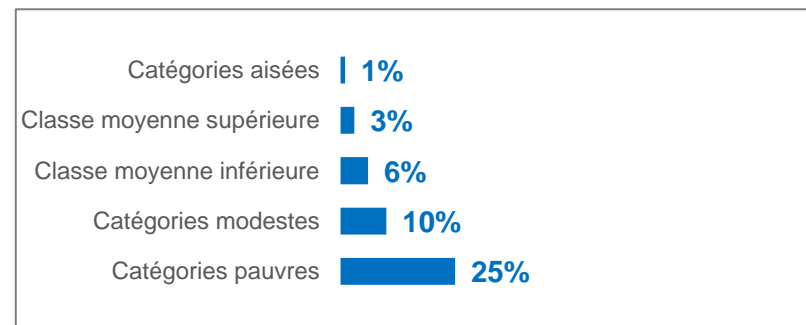


QUESTION : Compte tenu du contexte économique actuel (hausse des prix), avez-vous fait appel au cours des mois passés à une structure d'aide pour vous procurer des produits d'hygiène ? (Épiceries sociales solidaires, resto du cœur...)

Selon l'âge



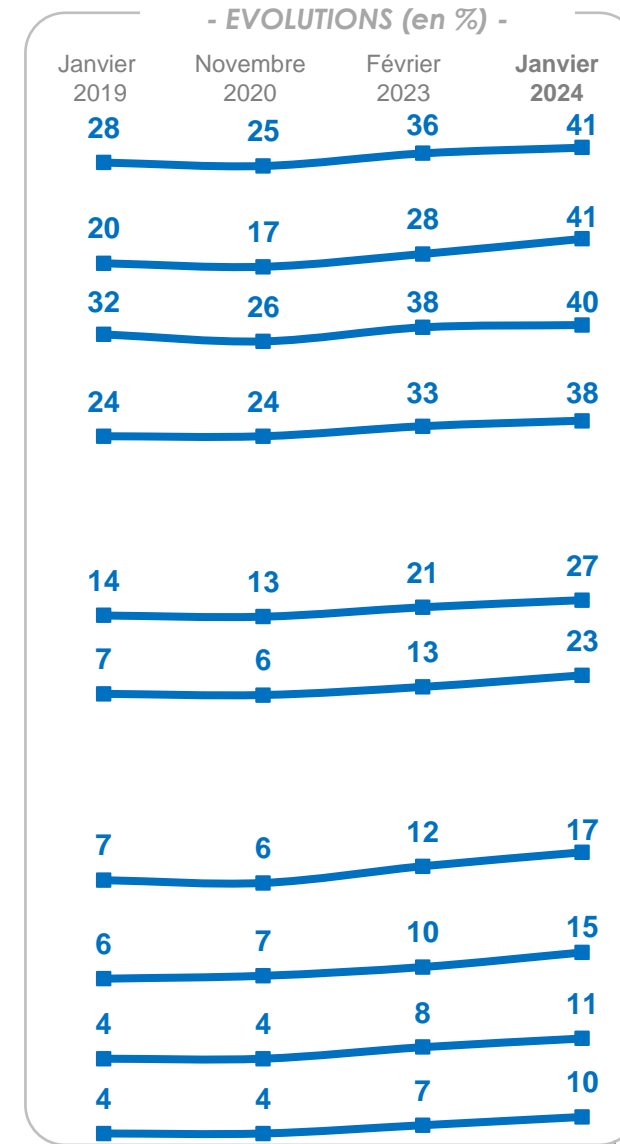
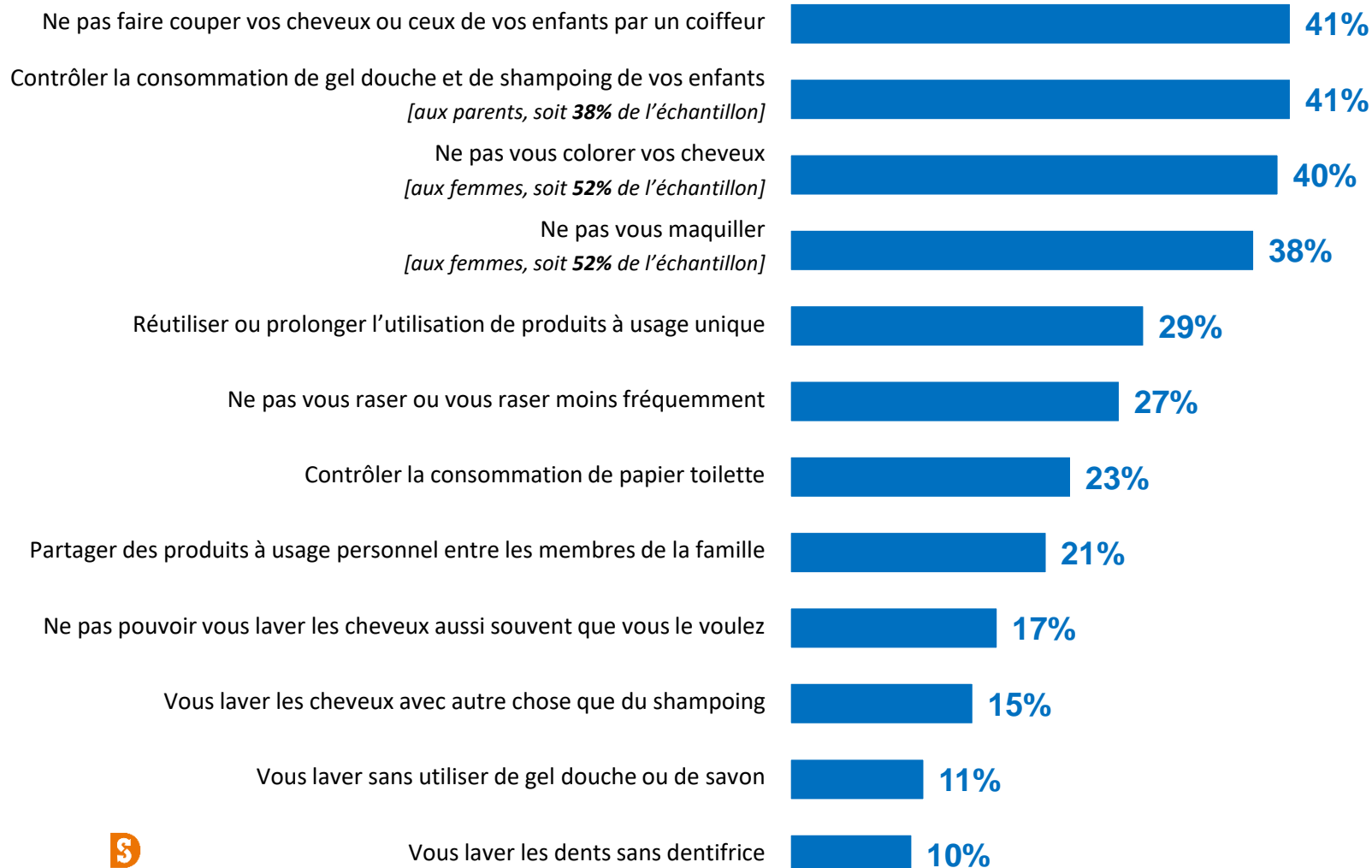
Selon le niveau de revenus



Les comportements de renoncements progressent à nouveau en 2024 et atteignent des niveaux records

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

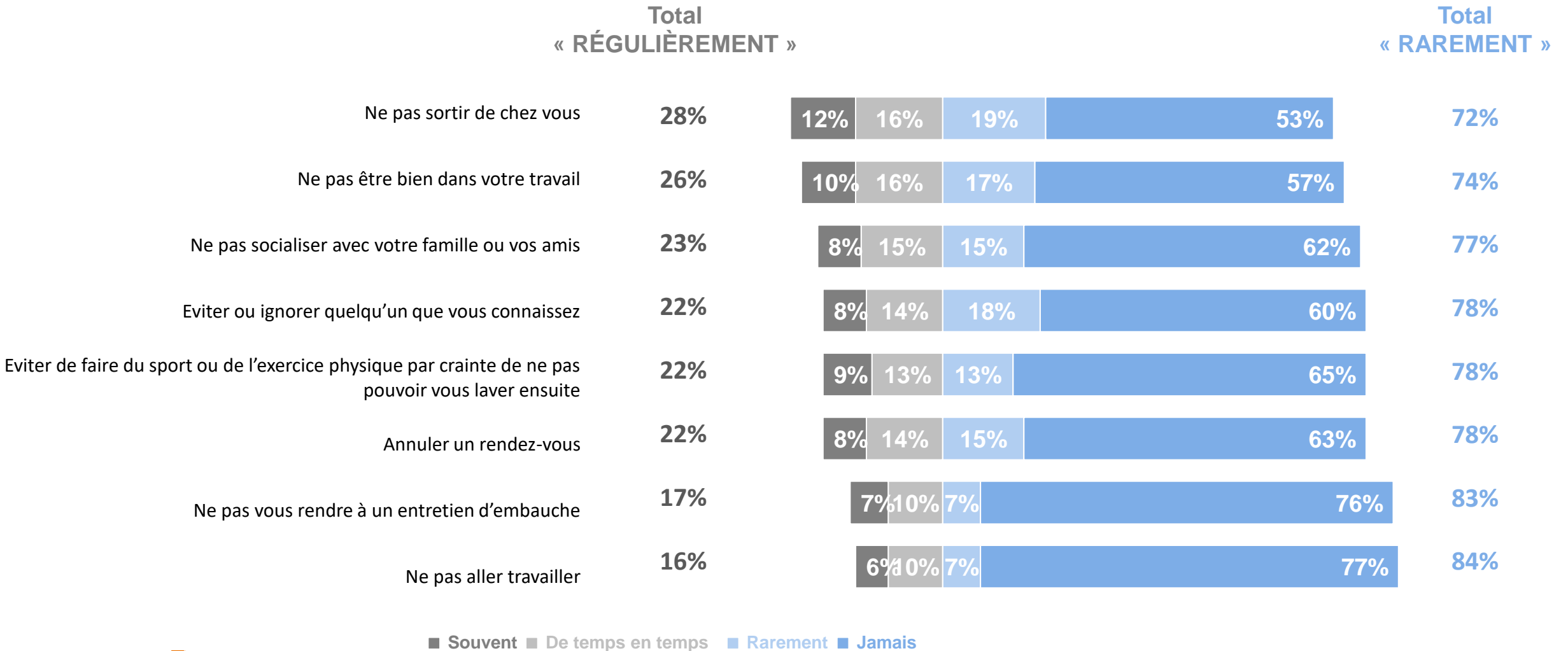
Total « Souvent / De temps en temps »



Plus d'un quart des personnes ayant déjà renoncé à un produit d'hygiène indiquent que cela les a déjà conduits à ne pas sortir de chez elles

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

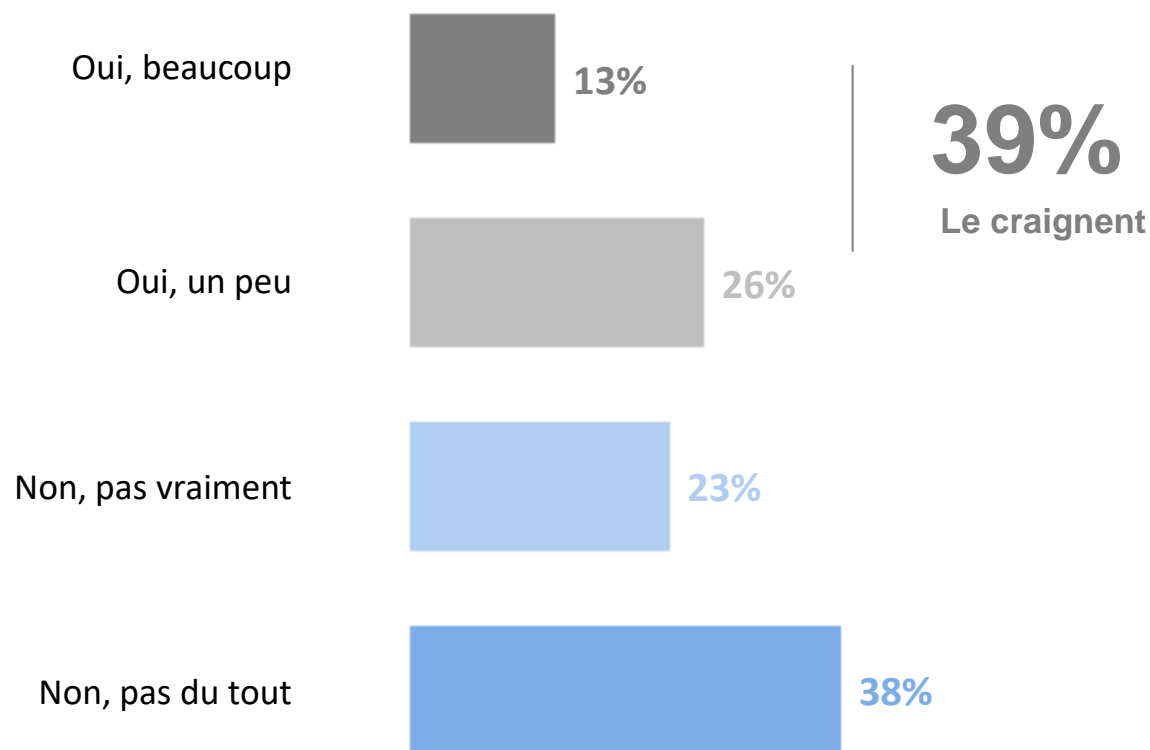
Base : Question posée aux personnes ayant renoncé « souvent » ou « de temps en temps » à au moins un produit d'hygiène

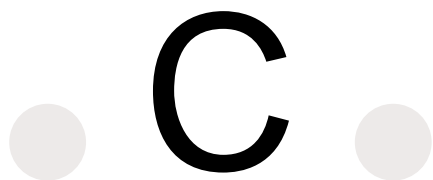


39% des parents confrontés à un manque de produits d'hygiène craignent que leur enfant soit harcelé à l'école

QUESTION : En raison du manque de produits d'hygiène dans votre foyer, craigniez-vous que votre enfant soit victime de harcèlement scolaire ?

Base : Question posée aux personnes ayant des enfants au sein du foyer et ayant renoncé « souvent ou de temps en temps » à l'achat d'un produit d'hygiène





La précarité menstruelle

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

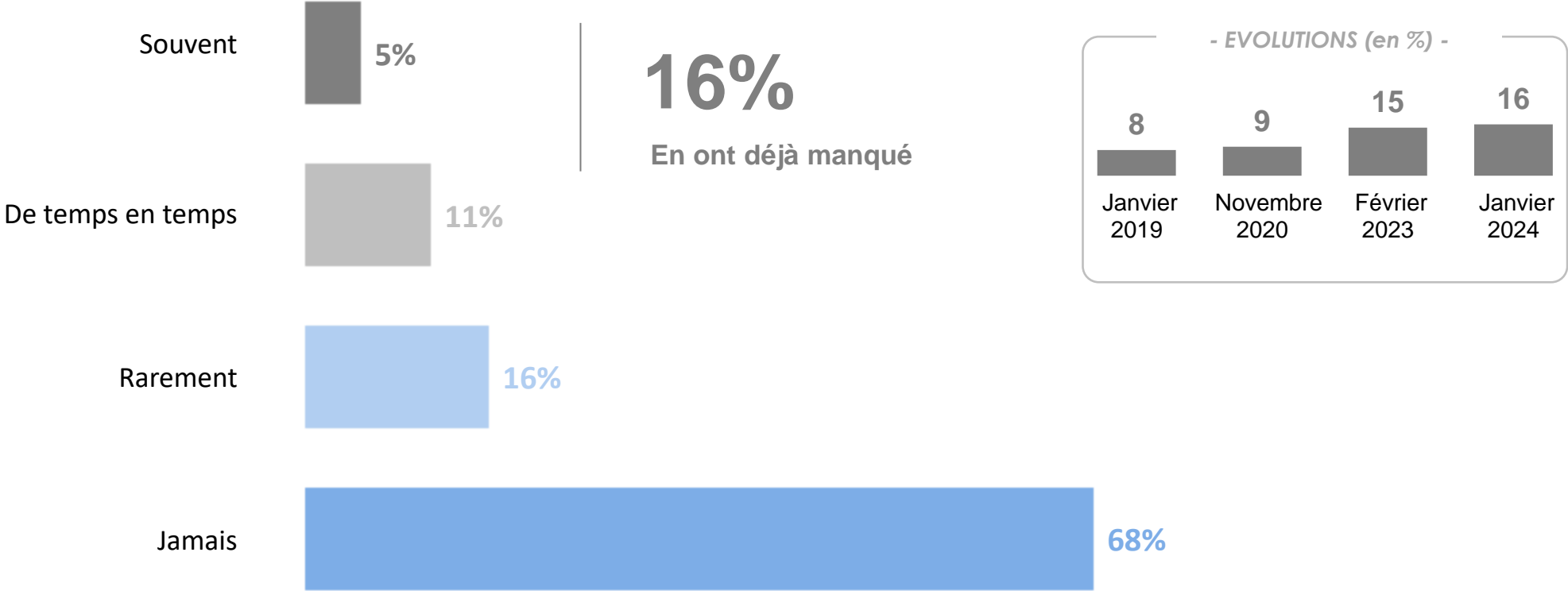


La précarité menstruelle - qui avait fortement progressé en 2023 - se maintient à un niveau élevé et concerne 16% des femmes



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 ?

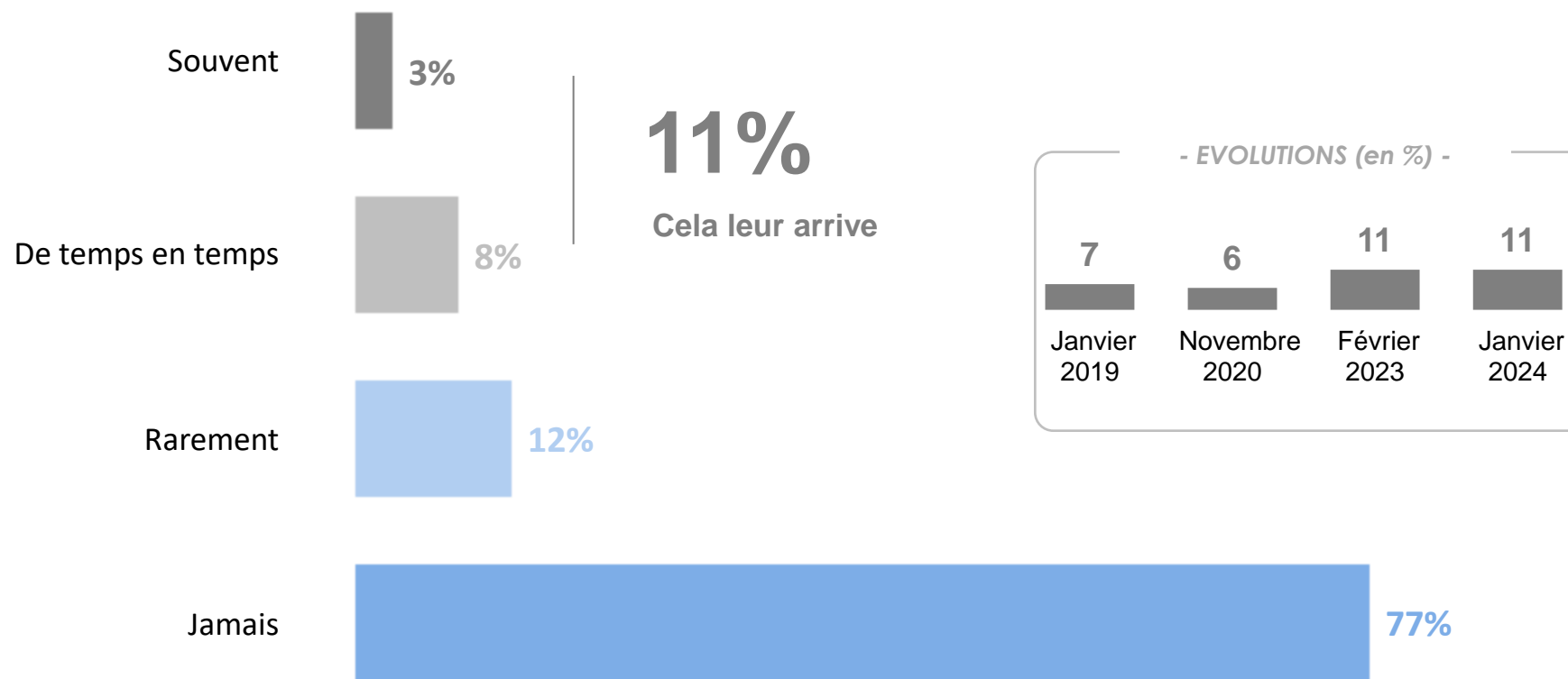
Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 28% de l'échantillon



11% des femmes indiquent par ailleurs qu'il leur arrive d'utiliser un produit de substitution à la place des protections hygiéniques

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 ?

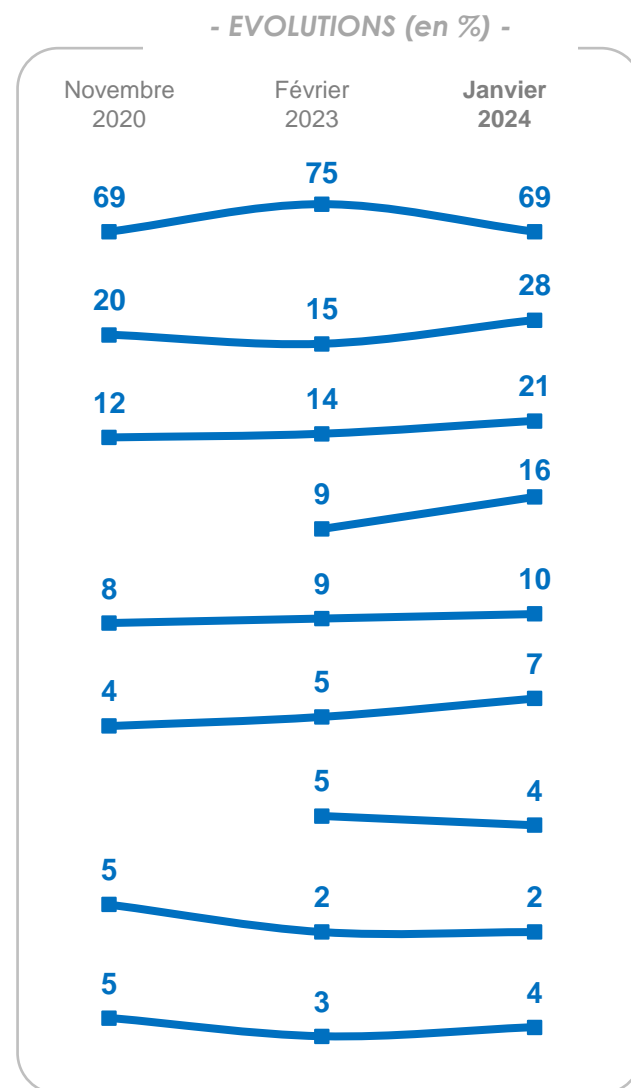
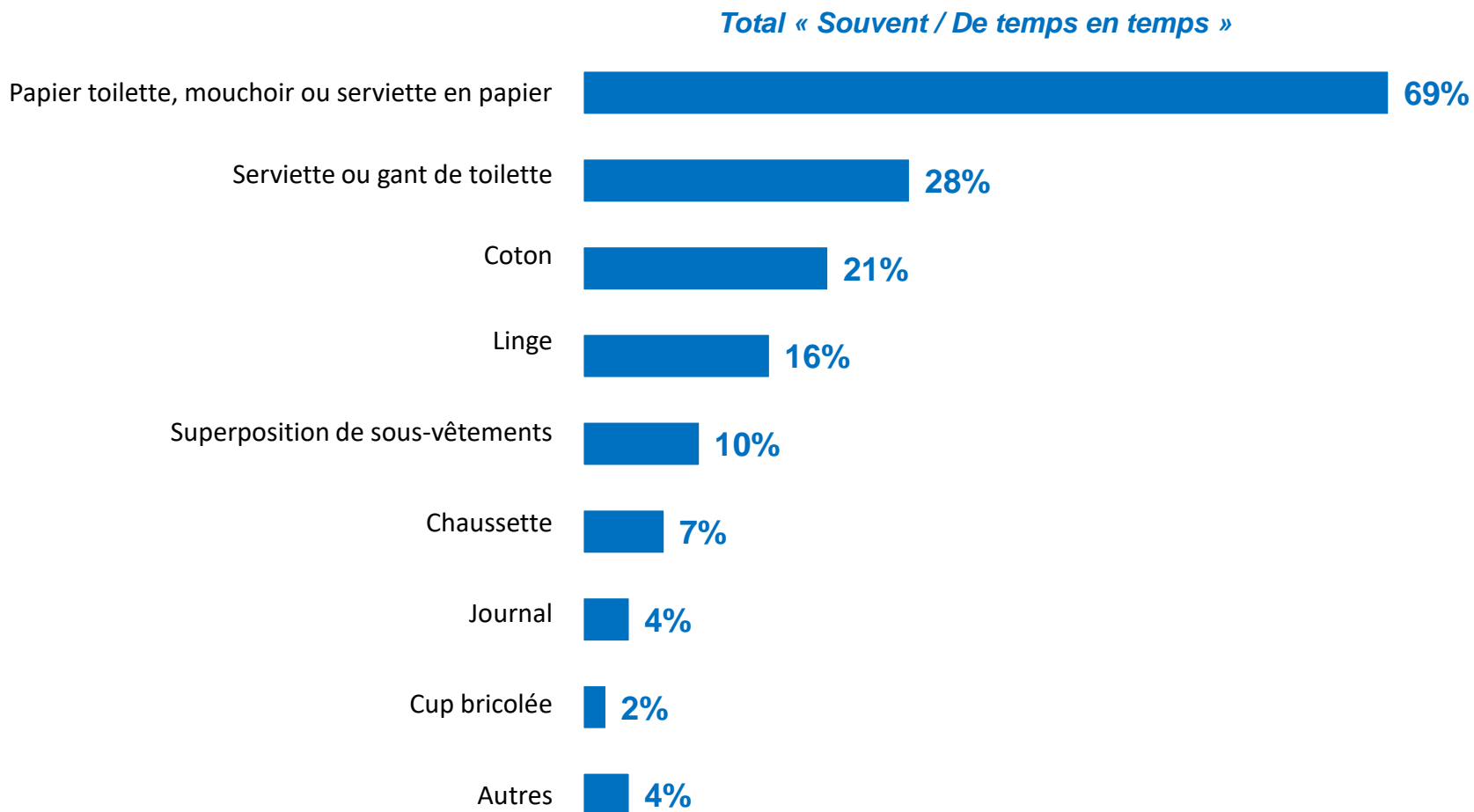
Base : Question posée aux femmes réglées et à celles ayant une fille réglée au foyer, soit 28% de l'échantillon



Le plus souvent, il s'agit de papier toilette ou d'un mouchoir

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

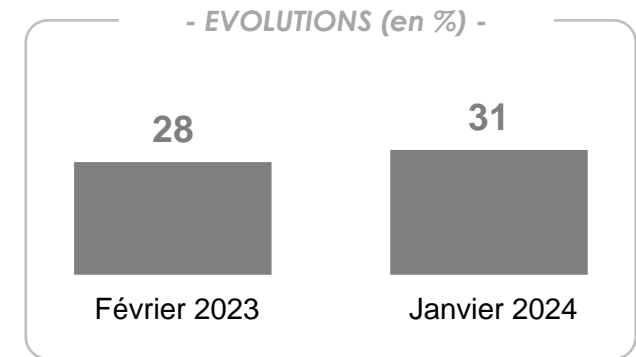
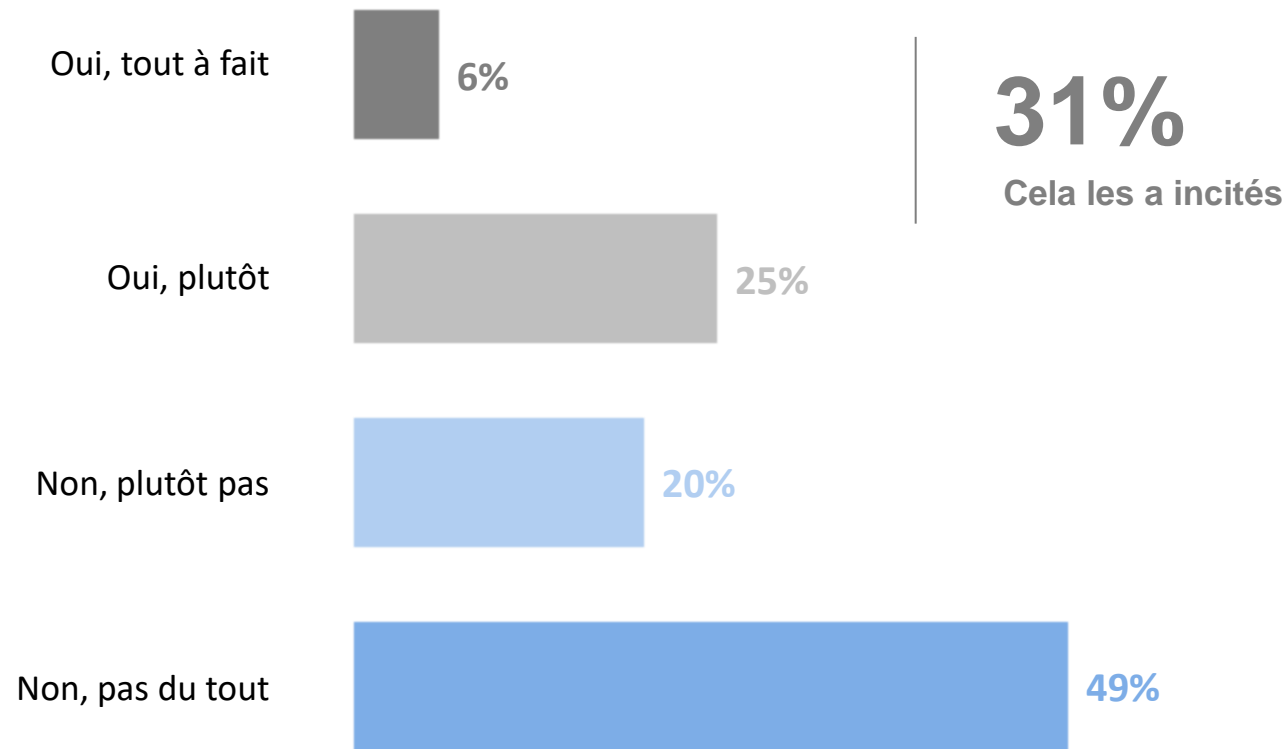
Base : Question posée aux femmes ayant utilisée un produit de substitution, soit 7% de l'échantillon



31% des femmes indiquent que le contexte économique actuel les incite à réduire leur consommation de protections hygiéniques

QUESTION : Diriez-vous que le contexte économique actuel (hausse des prix...) vous incite à réduire votre consommation de protections périodiques ?

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





CONTACTS Département Opinion et Stratégies d'entreprises



Jérôme FOURQUET
Directeur de département
jerome.fourquet@ifop.com

François LEGRAND
Directeur d'études
francois.legrand@ifop.com

RETROUVEZ-NOUS SUR
<http://www.ifop.com>

