

Communiqué

Saint-Ouen, le 24 mai 2023

28 mai - Journée Mondiale de l'Hygiène Menstruelle : 1 femme sur 5 avoue ne rien savoir sur les règles

Essity, groupe international leader de l'hygiène et de la santé, révèle les chiffres de sa dernière étude¹ consacrée à la perception des enjeux de santé et d'hygiène notamment en France. L'enquête souligne l'important travail qu'il reste à accomplir pour briser les tabous, en particulier en ce qui concerne les menstruations et l'endométriose.

Les résultats de l'enquête réalisée par Essity dressent un constat édifiant. Les thématiques liées au corps des femmes demeurent encore, en 2023, un tabou dans notre société. 4 Français sur 10 se déclarent gênés d'aborder des sujets comme les menstruations ou l'endométriose. Un chiffre qui témoigne des progrès à accomplir pour sensibiliser et libérer la parole sur ces sujets. Des progrès essentiels pour améliorer le quotidien et le bien-être des femmes.

Des tabous qui prospèrent sur une méconnaissance...

Les tabous s'expliquent avant tout en raison d'un manque de connaissance. Ce constat est particulièrement accentué chez les hommes, mais reste également important chez les femmes. Ainsi, 1 homme sur 2 et 1 femme sur 5 avouent ne rien savoir sur les menstruations. Près de 40% des femmes ne savent pas ce qu'est l'endométriose. De façon générale, certains préjugés persistent, ce qui entrave l'échange et le dialogue. Ainsi, 1 Français sur 4 pense qu'il n'existe aucun remède contre les douleurs liées aux règles.

Marie-Claire Boslowsky, Présidente d'Essity en France, déclare : « Cette étude s'inscrit dans notre action continue pour briser les tabous dans les domaines de l'hygiène et de la santé. Plus que jamais, les résultats de notre étude rappellent que la méconnaissance et les préjugés nourrissent ces tabous autour du corps des femmes. En tant qu'entreprise engagée, nous multiplions nos efforts pour favoriser la connaissance, alerter, agir et porter ces sujets au cœur du débat public. »

... et impliquent la mise en œuvre d'actions urgentes

Face au manque d'information et aux clichés, les Français interrogés suggèrent des solutions. Près de 40% des personnes interrogées réclament la création d'espaces d'éducation et de dialogue qui permettraient d'aborder des sujets tabous tels que les menstruations ou l'endométriose.

¹ L'étude Essity a été réalisée auprès de plus de 15 000 répondants issus de 15 pays.

Dans ce cadre, tous les acteurs ont un rôle prépondérant à jouer. D'abord, les pouvoirs publics. Les Français sont près de 40% à estimer que c'est à eux d'informer sur les menstruations. Ensuite, l'école, qui constitue encore pour 40% des Français l'endroit le plus approprié pour sensibiliser et lever les tabous. Enfin, les parents. 1 Français sur 2 estime qu'une meilleure éducation des enfants permettrait de réduire leur honte et leur réticence à discuter de ces sujets d'hygiène et de santé.

À propos de Essity

Le Groupe Essity

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. Nos produits sont commercialisés dans environ 150 pays sous les marques mondiales leaders TENA et Tork, ainsi que d'autres marques fortes, telles que Actimove, JOBST, Knix, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Modibodi, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic, Vinda et Zewa. Essity compte environ 48.000 collaborateurs dans le monde et a réalisé un chiffre d'affaires net de 15 milliards d'euros en 2022. Le Groupe a son siège mondial à Stockholm, en Suède et est coté au Nasdaq de Stockholm. Essity repousse les limites pour plus de bien-être et contribue à une société durable et circulaire. Plus d'information sur www.essity.com.

Essity en France

En France, Essity compte environ 2.500 collaborateurs répartis sur 8 sites, dont un centre de Recherche et Développement mondial spécialisé dans l'hygiène papier basé en Alsace. Essity fabrique et commercialise des produits d'hygiène et de santé leaders sur leurs marchés à travers des marques de renom telles que Actimove, Cutimed, Delta-Cast, Demak'Up, JOBST, Leukoplast, Lotus, Nana, Okay, Radiante, TENA, Tensosport et Tork.

Depuis plus de 12 ans, Essity est partenaire de la Croix-Rouge française et a permis la distribution de plus d'1 million de Kits Hygiène aux personnes défavorisées ou sans abri. Plus d'informations sur www.essity.fr et @Essity_FR.

Contacts Presse :

- Emmanuel Bercault & Pierre Lostanlen – France.essity@omnicomprgroup.com
- Marc Specque – 01 85 07 92 74 – marc.specque@essity.com