



L'accès aux produits d'hygiène comme besoin essentiel

Mémoire déposé par l'organisme Vide ta sacoché (REQ 1175172379) dans le cadre de la consultation publique pour le plan d'action gouvernemental en matière de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale

Juin 2023

Préambule

Ce mémoire a été rédigé dans le cadre de la consultation publique pour le plan d'action gouvernemental en matière de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale. Le choix de rédaction d'un mémoire a été priorisé au lieu des questionnaires thématiques, pour la simple raison que la mission de l'organisme ne se trouve pas précisément dans les quatre catégories de besoins essentiels énumérés au 3e thème.

À propos

Présentation de l'organisme Vide ta sacoche

Vide ta sacoche a pour principal objectif et mission de prévenir les inégalités sociales et de réduire la pauvreté et l'exclusion, ainsi que leurs effets, en offrant des produits d'hygiène corporelle et cosmétiques à des personnes vulnérables. Les valeurs qui sont au cœur de l'organisme et de sa mission sont la bienveillance, l'entraide, la solidarité, la générosité, le partage et l'inclusion. Tout au long de l'année, Vide ta sacoche collecte et récupère des produits d'hygiène corporelle et cosmétiques non utilisés et non périmés auprès de la population et auprès d'entreprises de fabrication et de distribution de produits, avec lesquels il prépare des sacs cadeaux remplis de produits, ou qu'il distribue en vrac, selon les besoins.

Constats

Tout d'abord, comme abordé plus haut, il est important de mentionner que la mission de l'organisme, soit de fournir des produits d'hygiène corporelle et des produits cosmétiques aux personnes en situation de précarité, est rarement reconnue comme répondant à des "besoins essentiels", comme on peut le constater dans le cadre du 3e thème des questionnaires de cette consultation publique. En effet, si l'organisme existe, c'est qu'il répond à un besoin précis, celui de récolter, redistribuer et offrir des produits d'hygiène corporelle et des produits cosmétiques aux personnes en situation de précarité. À notre connaissance, l'organisme est le seul au Québec qui sert cette vocation.

L'accès aux produits d'hygiène: besoin essentiel

Les enjeux liés plus spécifiquement à la santé des femmes sont d'abord abordés puisqu'ils sont identifiés comme étant prédominants. Aussi, il importe de préciser que les constats soulevés et les recommandations émises dans ce mémoire valent pour toutes les personnes vulnérables, sans égard au genre.

Produits d'hygiène menstruelle : précarité menstruelle

La précarité menstruelle se définit comme la difficulté d'accès aux produits d'hygiène menstruelle, faute de moyens financiers. En effet, alors que la moitié de la population est menstruée au cours de sa vie, les coûts associés aux produits essentiels de l'hygiène menstruelle ne sont pas accessibles à toutes.

- 6000 \$ représente le coût moyen des produits menstruels au Canada à l'échelle d'une vie¹.
- Une personne menstruée sur cinq au Québec a déjà utilisé des moyens alternatifs (papier de toilette, tissu) pour se protéger en raison du prix des produits menstruels².
- Dans un sondage pancanadien conduit en 2019 auprès de femmes âgées de 14 à 55 ans pour le compte de l'organisation Plan International, 34% des 445 répondantes du Québec ont affirmé avoir eu à sacrifier autre chose (ex. : dépenses pour le loyer, la nourriture, les loisirs ou de nouveaux vêtements) pour avoir suffisamment d'argent pour acheter des produits menstruels. Plus précisément, 27% d'entre elles ont déclaré devoir faire ce choix occasionnellement et 7% ont indiqué devoir le faire régulièrement³.
- Plus de quatre répondantes sur cinq qui ont des menstruations (83%), trouvent que les produits d'hygiène menstruelle sont trop chers.
- Une personne sur cinq (22%) rationne ou utilise des produits d'hygiène menstruelle plus longtemps qu'elle ne devrait, car elle ne peut en acheter plus. Ce pourcentage s'élève à 33% chez les personnes qui ont un revenu moyen sous la barre des 50 000\$, et à 48% pour les répondantes autochtones.

Rappelons que les femmes touchent encore un salaire moins élevé que les hommes et sont surreprésentées dans les tranches de revenu inférieures. De pair avec les coûts importants qu'engendrent les produits d'hygiène menstruelle, la précarité menstruelle est donc un enjeu d'équité important, tout en étant à l'origine de nombreuses inégalités sociales.

Santé physique

Le manque d'accès aux produits menstruels peut entraîner des conséquences au niveau de la santé menstruelle. En effet, le syndrome du choc toxique menstruel est un risque important associé à la précarité menstruelle, car plusieurs femmes vont utiliser des tampons pour une durée plus longue que recommandée, faute de

¹ National Union of Public and General Employees (2022). Period Poverty in Canada, 8 p., <https://nupge.ca/research/period-poverty-in-canada/>.

² Réseau québécois d'action pour la santé des femmes (2021). Portrait du vécu des menstruations au Québec, Campagne Rouge, 30 p., https://rqasf.qc.ca/campagnerouge/wp-content/uploads/2021/10/Enquete-Menstruations_FINAL.pdf.

³Nanos (2019). Female and Male views on Menstruation in Canada: Survey, [en ligne], Plan International Canada, 151 p., <https://nanos.co/wp-content/uploads/2019/05/2019-1432-Plan-Female-and-Male-Compiled-with-Tabs.pdf>.

pouvoir s'en procurer d'autres. Cela les met donc à risque de développer le syndrome du choc toxique menstruel.

De plus, une mauvaise hygiène menstruelle peut aussi mener à des infections de l'appareil reproducteur féminin. Effectivement, certaines infections pourraient être causées ou aggravées par l'incapacité de maintenir une hygiène génitale, surtout lors des menstruations.

Un autre exemple de l'importance des produits d'hygiène corporelle concerne l'hygiène dentaire. En effet, une mauvaise hygiène buccodentaire est à l'origine de problèmes de santé bien connus comme les caries et les maladies de gencives. Lorsqu'ils ne sont pas pris en charge assez tôt, ces problèmes peuvent mener à une détérioration irréversible de la dentition. De plus, une mauvaise hygiène buccodentaire peut occasionner des problèmes de santé générale, pouvant avoir un impact important sur le bien-être physique, psychologique et social.

Finalement, il est primordial d'avoir une bonne hygiène corporelle pour se protéger des maladies de peau, des infections et du développement de bactéries.

Il est donc clair que le manque d'accès aux produits d'hygiène, lesquels font partie des besoins physiologiques primaires selon la pyramide d'Abraham Maslow, représente un enjeu important pour la santé physique des personnes en situation de précarité⁴.

Inclusion sociale et accès à l'éducation

De nombreuses filles et femmes doivent s'absenter de l'école lors de leurs menstruations, faute de produits d'hygiène menstruelle et d'installations adéquates. Ainsi, ces filles et ces femmes se voient exclues de leur milieu scolaire plusieurs jours par mois, ce qui représente un véritable frein à leur inclusion sociale et à leur épanouissement personnel. Au Canada, une étude menée en 2018 auprès de femmes âgées de 16 à 24 ans a établi qu'une sur sept a dû rater un jour d'école en raison d'un problème lié à l'accès à des produits menstruels⁵.

De plus, les produits d'hygiène corporelle contribuent aussi à l'inclusion sociale des personnes en situation de précarité. Effectivement, dans un contexte scolaire, des jeunes n'ayant pas accès à des produits d'hygiène de base comme du savon, du

⁴ Fondation Cervo (2023). Initiative Maslow : Répondre aux besoins essentiels de notre clientèle, <https://fondationcervo.com/activites/initiative-maslow/?fbclid=IwAR0sDXIk9PI0zzJnQrgP2GQpCOFsCUgwMNSB1TPRXazFa4yGAoyw9vZqw>.

⁵ Procter & Gamble (2018). Nearly 1 in 7 Canadian Girls Have Missed School Due to Lack of Period Protection: Always® Wants to Help #EndPeriodPoverty and Keep Girls in School, <https://news.pg.com/news-releases/news-details/2018/Nearly-1-in-7-Canadian-Girls-Have-Missed-School-Due-to-Lack-of-Period-Protection1-Always-Wants-to-Help-EndPeriodPoverty-and-Keep-Girls-in-School/default.aspx>.

shampooing et du déodorant, peuvent se voir exclus ou mis à part, car ils n'ont pas les moyens de maintenir une bonne hygiène. Ce n'est qu'un exemple parmi d'autres qui démontre l'importance des produits d'hygiène corporelle pour l'inclusion sociale.

Santé mentale

Plusieurs recherches ont démontré que les individus qui avaient moins accès à des produits d'hygiène ou à des installations sanitaires convenables avaient davantage tendance à avoir une faible estime de soi. En effet, l'utilisation de produits d'hygiène influence positivement l'image corporelle, alors que se sentir sale en raison d'accès limité à des produits et à des installations peut mener à un sentiment d'insécurité. Tous ces éléments peuvent aussi mener à l'exclusion sociale⁶.

De plus, le stress et le sentiment d'échec liés à l'incapacité de répondre à ses besoins de base et à assurer sa sécurité, de pair avec l'isolation et l'aliénation vécues dans l'itinérance peuvent causer une faible estime de soi. Ce sentiment d'invalidité qui peut être ressenti peut aussi empêcher les individus de fonctionner en société, tout en les freinant dans leur réinsertion à l'emploi, par exemple⁷.

Rappelons également que les besoins d'appartenance sociale et d'estime de soi font partie des besoins de l'être humain selon la pyramide de Maslow. L'accessibilité aux produits d'hygiène corporelle et cosmétiques pour les personnes en situation de précarité contribue à leur dignité, à leur acceptation au sein d'un groupe, au respect de soi et des autres, à l'estime personnelle et, par conséquent, elle permet de réduire les inégalités sociales et de combattre la pauvreté.

Recommandations

- Reconnaître que l'accès aux produits d'hygiène corporelle et aux produits cosmétiques contribue à réduire les inégalités sociales et à combattre la pauvreté.
- Reconnaître que les produits d'hygiène sont des besoins essentiels pour les personnes en situation précaire, ces besoins étant souvent écartés au profit du logement et de la nourriture.
- Mettre en place des mesures pour permettre l'accès aux produits d'hygiène et soutenir les organismes qui aident les personnes vulnérables à avoir accès à ces produits essentiels.
- Mettre en place des mesures pour valoriser l'économie circulaire et le recyclage des produits d'hygiène et cosmétiques neufs et non périmés, qui

⁶ M.K Mitchell, L.R. Ramsey & S. Nelson (2018). The Body Image of Women at a Homeless Service Center: An Analysis of an Underrepresented, Diverse Group. *Gend. Issues* 35, 38–51.

⁷ F. A. DiBlasio, & J. R. Belcher (1993). Social work outreach to homeless people and the need to address issues of self-esteem. *Health & social work*, 18(4), 281–287.

permettent de répondre à des besoins de base, de réduire les inégalités sociales et de réduire la pauvreté, tout en réduisant les déchets.

- En France, il y a une Loi anti-gaspillage pour forcer les entreprises de fabrication et de distribution de produits d'hygiène et cosmétiques, pour l'environnement et pour diminuer la précarité sociale et les inégalités.
- Reconnaître l'importance de mettre en place des mesures pour encourager la réutilisation et le non-gaspillage des produits cosmétiques et d'hygiène.
- Reconnaître qu'il y a d'importants besoins au sein des services publics (CHSLD, CIUSSS et CISSS, CLSC, écoles), et qu'il manque un important financement pour les produits d'hygiène corporelle de qualité. Ceci étant dit, il faut octroyer des ressources à la mission et récurrentes pour les organismes qui desservent et qui collaborent avec les différents services publics au niveau des produits d'hygiène⁸.
- Finalement, il faut reconnaître que l'organisme et sa mission tombent entre deux catégories en ce qui concerne les programmes et subventions gouvernementales pour les organismes communautaires, ce qui empêche l'organisme d'avoir le financement nécessaire pour répondre aux besoins de la population vulnérable⁹.

Conclusion

En bref, ce mémoire a pour but de démontrer l'importance de l'accès aux produits d'hygiène corporelle et cosmétiques et aux produits d'hygiène menstruelle. De plus, à la lumière des informations énumérées ci-haut, il est important de reconnaître que l'accès aux produits d'hygiène est un besoin essentiel au même titre que le logement, le transport et la nourriture.

⁸ Nanos (2019). Female and Male views on Menstruation in Canada: Survey, [en ligne], Plan International Canada, 151 p., <https://nanos.co/wp-content/uploads/2019/05/2019-1432-Plan-Female-and-Male-Compiled-with-Tabs.pdf>.

⁹ *Ibid.*

Annexe 1

Quelques exemples de témoignages et demandes d'aide reçus de la part de bénéficiaires, d'organismes et d'institutions partenaires

« Grâce aux dons amassés pour la campagne « Vide ta sacoche pour les jeunes dans le besoin », 200 sacs-cadeaux remplis de beaux produits ont été remis à nos jeunes issus des services de la protection de la jeunesse, qui doivent apprivoiser la vie adulte à leur sortie.

Une énorme dose de bienveillance pour ces adultes en devenir. Merci de contribuer à faire une différence dans la vie de nos jeunes. »

Publication Facebook du CIUSSS de la Capitale-Nationale

« Des sacs avec produits d'hygiène ont été offerts à des jeunes suivis à PQJ. Les jeunes ont grandement apprécié. Ils ont bien aimé la qualité et les marques des produits. C'est vraiment une belle initiative car les jeunes que nous suivons n'auront pas souvent l'occasion de se payer des produits d'une aussi bonne qualité. Pour ce qui est de la récupération, c'est très facile.

Merci beaucoup et je continue d'encourager les éducateurs à référer à "VIDE TA SACOCHE" pour aider les jeunes dans leur transition à la vie adulte. »

Louis St-Amant

Chef de service aux programmes associés au passage à la vie adulte et foyer de groupe du Parc, Direction du programme jeunesse, CIUSSS-Capitale-Nationale

« Je tenais à vous signifier que votre organisme est un réel baume sur le cœur de nos jeunes. C'est toujours un réel plaisir pour moi de leur remettre des sacs de produits de beauté. Ce sont des produits de qualité, diversifiés et adaptés à leurs besoins. La majorité de nos jeunes n'ont pas les moyens de se procurer ce genre de produits et de notre côté, nous ne pouvons pas nous permettre d'utiliser le peu d'argent que nous avons pour répondre aux besoins prioritaires des jeunes, pour en acheter. Ce sont des petits plaisirs de la vie, qui font tellement de bien et qui aident à l'estime personnelle.

Les jeunes suivis par la DPJ n'ont pas souvent l'occasion de recevoir des effets qui ne sont pas nécessaires à leur quotidien ou qui peuvent paraître superflus pour certains, étant donné leurs grands manques à combler dans les besoins de base. Ce sont pourtant des besoins fondamentaux, à l'adolescence, de se sentir comme les autres et d'avoir accès à des outils qui facilitent et soutiennent le sentiment d'estime. Nous tentons le plus possible de répondre à ces besoins en en priorisant quelques-uns, mais avec vos dons, nous pouvons leur offrir des extras auxquels elles n'auraient pas accès autrement.

Votre organisme contribue au bien-être de ces jeunes filles et nous aide, nous, en tant qu'intervenants, à leur offrir des petites douceurs qui leur font plaisir et qui leur apportent, très certainement, un sentiment de considération.

Merci beaucoup à vous tous! »

Nathalie Martel, intervenante des Services jeunesse du CIUSSS-CN

« Après avoir consulté mon équipe, nous nous permettons d'être porte-parole suite aux échos que nous avons eu de la part des jeunes ayant reçu les superbes sacs.

Les jeunes sont très reconnaissants. Certains ont mentionné avoir une meilleure confiance en soi et avoir développé une routine d'hygiène plus saine. Nous avons ciblé la clientèle pour qui l'hygiène personnelle est un enjeu et pour qui l'accès aux produits est plus difficile en raison d'une situation financière précaire. Nous avons également distribué des sacs aux jeunes des hébergements qui n'en avaient pas reçu de leur intervenant PQJ lors de leur déménagement. Ces dons ont permis aux intervenants d'aborder l'hygiène, qui est un sujet délicat auprès d'une clientèle trop souvent stigmatisée. Bien entendu nous accompagnons nos jeunes dans une démarche d'autonomie et nous souhaitons qu'ils aient accès à des produits semblables à ceux distribués.

Au plaisir, »

Émilie Lemieux, intervenante psychosociale et au recrutement, Le Piolet

« Savez-vous à quel point vos dons ont fait le bonheur des jeunes qui en ont bénéficié et à quel point elles vous en sont reconnaissantes? Que ce soit par l'amélioration de leur estime personnelle, le sentiment d'être reconnues ou la réjouissance de se parer de leurs plus beaux atours, nous sommes convaincus que votre implication a eu et aura des impacts positifs sur leur parcours. Nous vous remercions grandement d'avoir généreusement permis à ces jeunes de prendre soin d'elles grâce à des produits de grande qualité. Au nom des enfants et de toute l'équipe de la Fondation, nous vous remercions de votre soutien et soyez assuré que nous vous tiendrons au courant des prochaines actions de notre Fondation. »

Suzie Roy, Directrice générale de la Fondation du Centre jeunesse de la Montérégie

« Juste un petit mot pour vous remercier. Je suis une jeune maman qui a dû se retourner sur un 10 cents, j'ai arrêté de consommer, trouvé un logement, donne mon 110% pour mon nouveau bébé. Aujourd'hui, quand j'ai reçu votre sac, cela m'a fait un énorme baume au cœur. J'étais en train de me décourager, j'avais l'impression d'en avoir encore tellement à accomplir. Voir votre cadeau m'a rappelé de rester dans le moment présent et que je peux prendre un moment pour moi en tant que femme. Merci énormément. »

Une bénéficiaire des services d'aide du CIUSSS de la C-N.

« Depuis quelques mois, nous sommes confrontés à une clientèle encore plus vulnérable que d'habitude. Lors de certaines nouvelles admissions, les résidents arrivent vêtus de leur jaquette d'hôpital et rien d'autre. Souvent sans famille, ils n'ont pas de ressource et les délais avant d'avoir accès à des sous pour faire l'achat de produits d'hygiène peut être parfois de plusieurs jours voire même jusqu'à deux semaines en raison de la bureaucratie. C'est les employés qui par générosité en catastrophe défraient de leur poche les produits pour ces résidents. Pour pallier à cela, en collaboration avec les chefs d'unité qui sont au fait de la situation des nouveaux résidents, on aimerait pouvoir offrir une trousse de base comprenant des produits d'hygiène corporels à ces résidents. »

Demande d'aide reçue de Marie-Christine Beaulé, directrice générale de la Fondation Pause-Bonheur, associée à quatre CHSLD de la Capitale-Nationale

« Bonjour ! Je suis enseignante dans une école primaire en milieu défavorisé dans le quartier Limoilou. Suite à des problématiques au niveau de l'hygiène corporelle de différents élèves de l'école je me tourne vers votre organisme pour savoir comment cela fonctionne pour les troussees d'hygiène. C'est une infirmière dans un CLSC qui m'a parlé de votre organisme et j'aimerais en connaître plus. De plus, cela permettrait de combler les besoins de base et de favoriser l'éducation au sujet de l'hygiène corporelle ainsi que d'assurer le bien-être, une meilleure estime personnelle et aider l'inclusion sociale de ces élèves. »

Demande d'aide reçue de Véronique Plante, École La Grande Hermine

Sources

DiBlasio, F. A., & Belcher, J. R. (1993). Social work outreach to homeless people and the need to address issues of self-esteem. *Health & social work*, 18(4), 281–287.

Fondation Cervo (2023). Initiative Maslow : Répondre aux besoins essentiels de notre clientèle, <https://fondationcervo.com/activites/initiative-maslow/?fbclid=IwAR0sDXIk9PI0zzJnQrgP2GQpCOFsCUgwMNSB1TPRXazFa4yGAoywjw9vZqw>.

Mitchell, M.K., Ramsey, L.R. & Nelson, S. (2018). The Body Image of Women at a Homeless Service Center: An Analysis of an Underrepresented, Diverse Group. *Gend. Issues* 35, 38–51.

Nanos (2019). Female and Male views on Menstruation in Canada: Survey, [en ligne], Plan International Canada, 151 p., <https://nanos.co/wp-content/uploads/2019/05/2019-1432-Plan-Female-and-Male-Compiled-with-Tabs.pdf>.

National Union of Public and General Employees (2022). Period Poverty in Canada, 8 p., <https://nupge.ca/research/period-poverty-in-canada/>.

Procter & Gamble (2018). Nearly 1 in 7 Canadian Girls Have Missed School Due to Lack of Period Protection1: Always® Wants to Help #EndPeriodPoverty and Keep Girls in School, <https://news.pg.com/news-releases/news-details/2018/Nearly-1-in-7-Canadian-Girls-Have-Missed-School-Due-to-Lack-of-Period-Protection1-Always-Wants-to-Help-EndPeriodPoverty-and-Keep-Girls-in-School/default.aspx>.

Réseau québécois d'action pour la santé des femmes (2021). Portrait du vécu des menstruations au Québec, Campagne Rouge, 30 p., https://rqasf.qc.ca/campagnerouge/wp-content/uploads/2021/10/Enquete-Menstruations_FINAL.pdf.