

Règlophobie



Perception des règles par les Français

dansmaculotte X “*opinion***way**”



1ère édition 2021



Edito

“j’ai mes trucs”, “j’ai mes ragnagnas”, “trucs de filles”, “je dois aller me repoudrer le nez”... Les règles on sait ce que c’est mais c’est un peu comme *Voldemort*, on prononce rarement leur nom. Pourquoi ? Honte, dégoût, gêne... Dans un monde où la libération de la parole est en marche, faisons-nous face à une “Règlophobie” ?

Dans Ma Culotte, la marque française qui accompagne chaque personne réglée pendant son cycle menstruel avec des protections saines et responsables et s’engage pour libérer la parole autour des règles s’intéresse à la perception qu’en ont les Français.

En 2021, Dans Ma Culotte s’associe à Opinion Way, institut de sondage reconnu, pour lancer l’étude Règlophobie, une enquête d’opinion s’intéressant à la perception des règles par les Françaises et les Français.

Si les hommes ont compris que les règles ce n’était pas qu’une histoire de filles mais un sujet de société, la gêne associée à ce sujet reste importante chez les plus de 65 ans qui sont une majorité à penser qu’il est inapproprié d’en parler. Pourtant nous n’existerions pas si nos mères n’avaient un jour pas eu leurs règles non ?!

Les 18-24 ans, par contre, incarnent le visage d’une nouvelle génération qui libère la parole et s’engage pour des règles de plus en plus décomplexées. Une conviction partagée par Dans Ma Culotte qui est fière de faire bouger les lignes autour des règles grâce à son impact social. En 2021, plus de 60.000 protections périodiques lavables gratuites ont été distribuées dans les établissements d’enseignement pour aider les jeunes qui souffrent de précarité menstruelle.



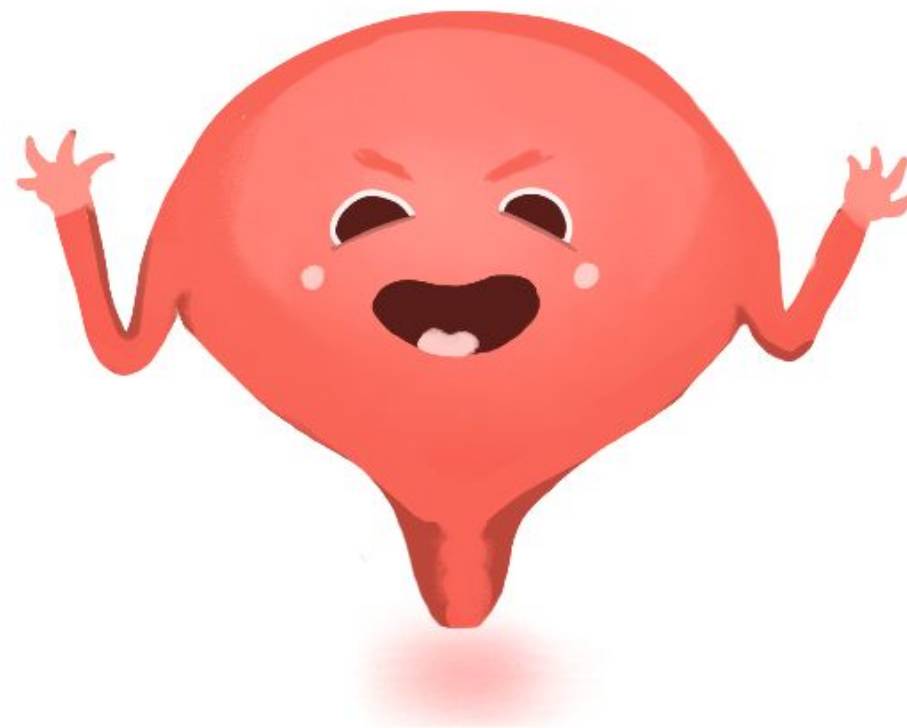
dans ma culotte

Synthèse de l'étude



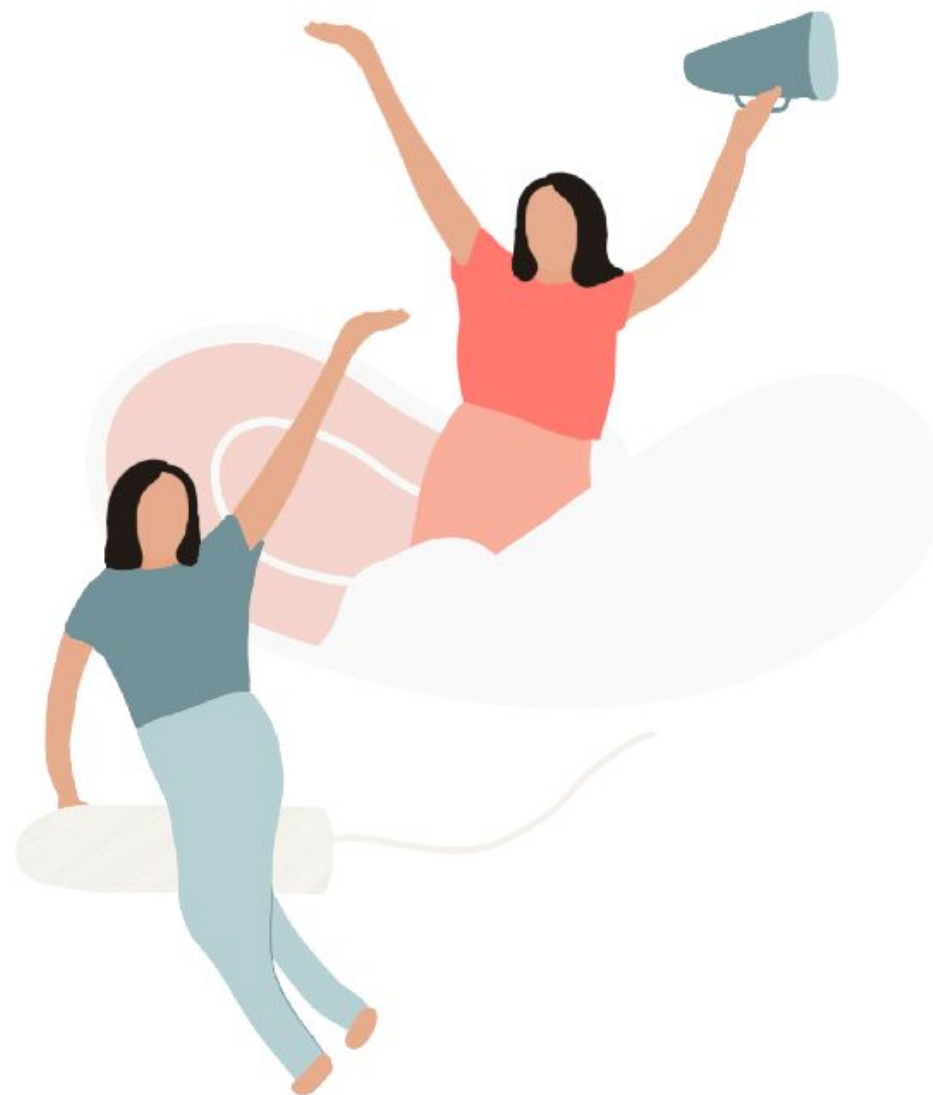
1/3

c'est la part de personnes qui indiquent
ne jamais parler des règles dans leur quotidien



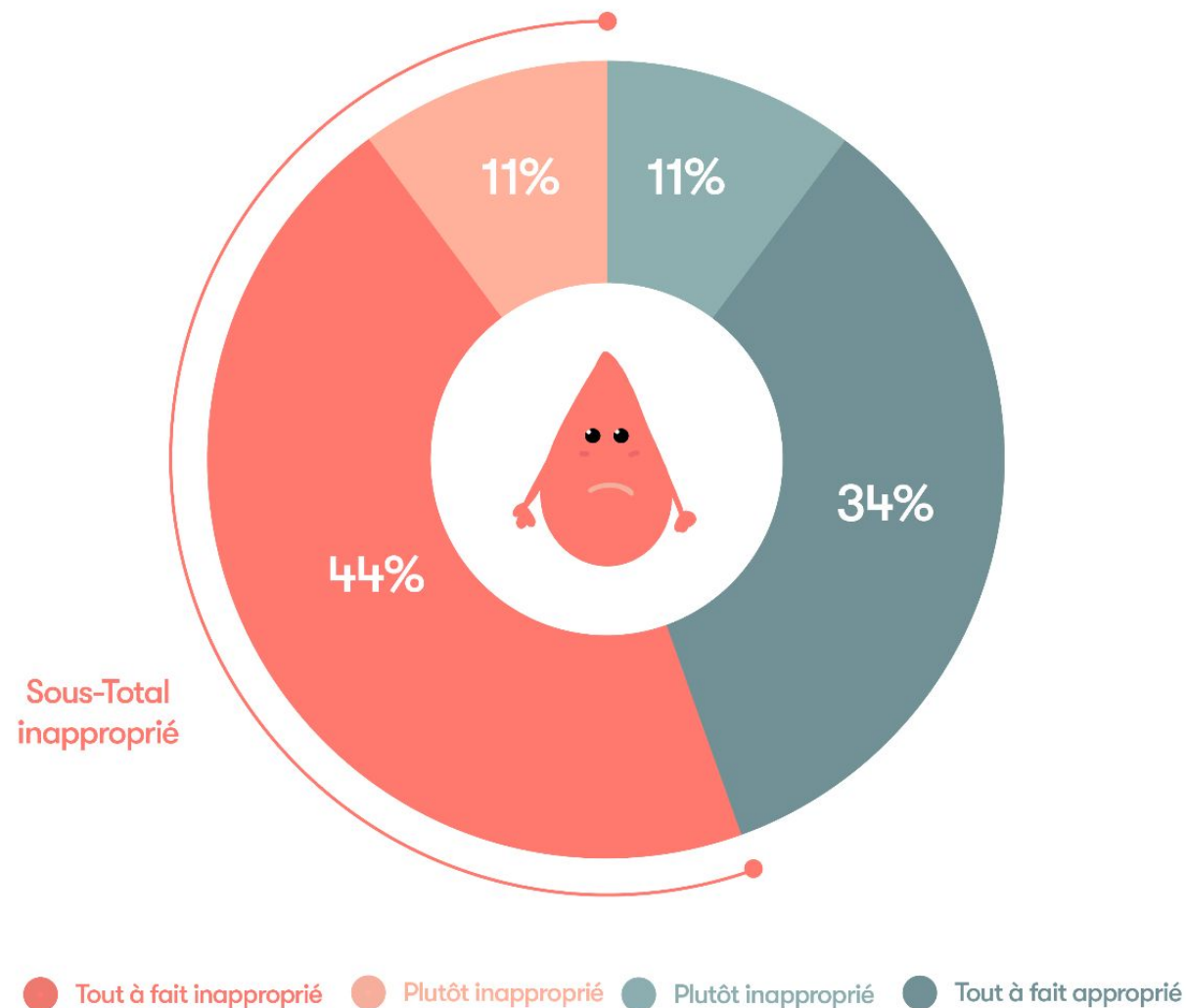
70 %

des 18-24 ans jugent qu'il est approprié de
parler des règles en public



55 %

des Français pensent que parler des règles
en public est inapproprié



46 %

c'est le taux de Français pensant que la mère
est la personne de référence



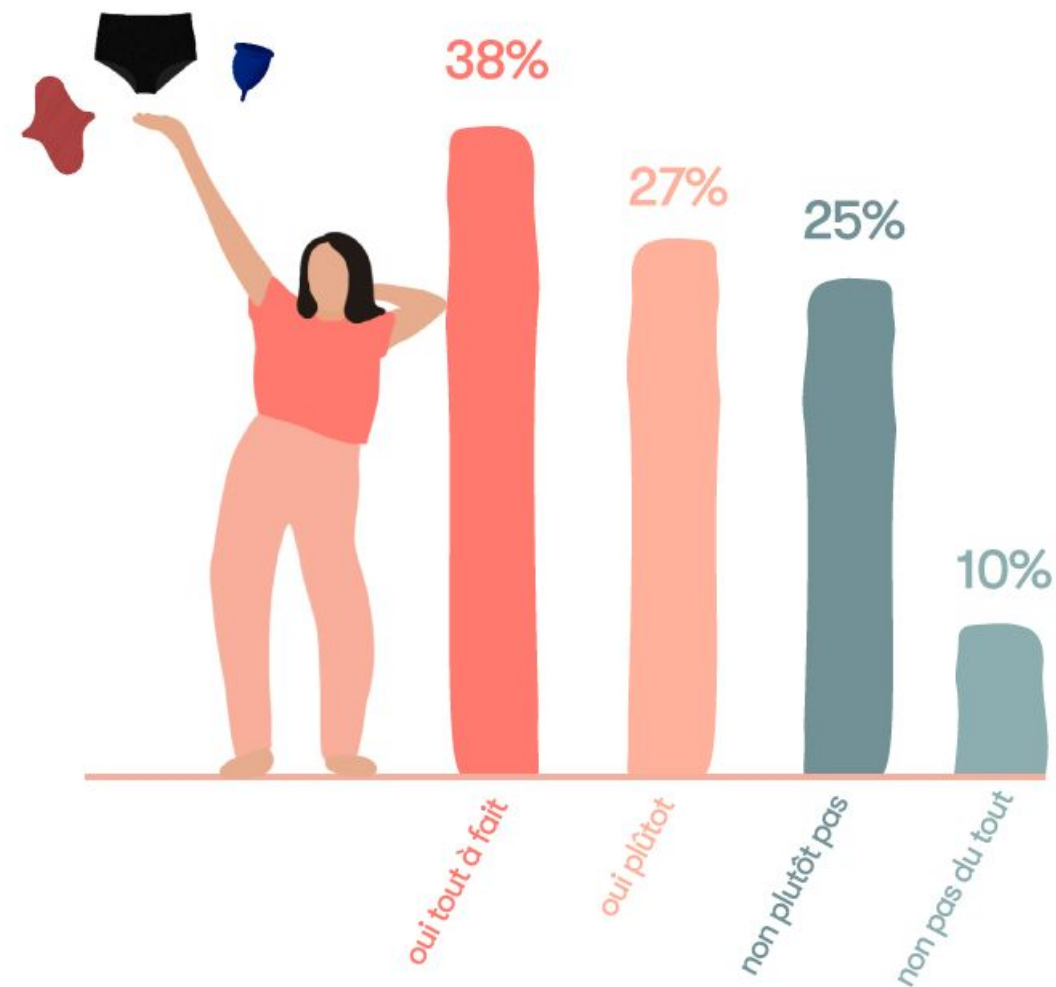
31 %

des femmes estiment que les règles sont un
sujet de femmes, pourtant 1 homme sur 2
déclare avoir déjà acheté une protection



2/3

des français se prononcent pour la gratuité
des protections périodiques pour les femmes



dans ma culotte

Analyse



**Une perception plutôt positive
des règles avec néanmoins
des différences de genre et d'âge**

q4. Quel est votre sentiment prédominant lorsque vous pensez aux règles ?

Base : à tous (1051)

— ST Sentiment positif – 76% —

Hommes : 80%

C'est naturel
73%

65 ans et + : 80%

3%

18-24 ans : 13% ; 25-34 ans : 8%
CSP+ : 6%

Curiosité / Intérêt

Indifférence
13%

Hommes : 16%

— ST Sentiment négatif – 8% —

Femmes : 12%

Honte

2%

Moins de 35 ans : 4%

6%

Dégoût

Femmes : 9%

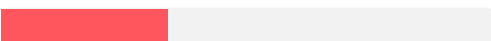
Autre – 3%

(douleur, pénible, fatigant, gênant,
contraignant, tracas...)

Exclusivement les
femmes

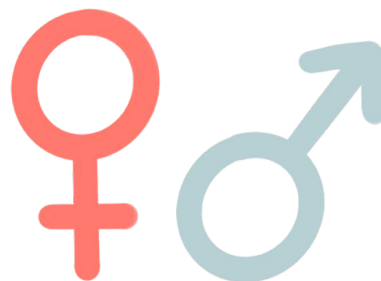


27%

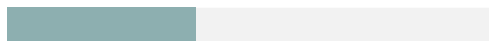


Femmes : **31%**
25-34 ans : **37%** ; 35-49 ans : **32%**
CSP- : **33%**
IDF : **35%**

Les femmes **et** les
hommes



26%



Hommes : **29%**
65 ans et + : **34%**

Tout le monde
(non-binaire, hommes, femmes :
adultes comme enfants)

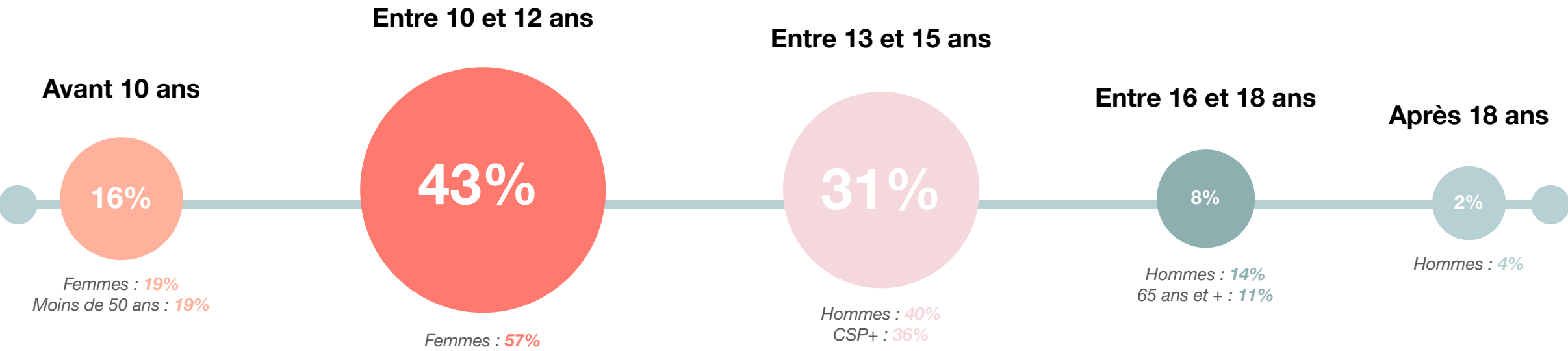


47%



q1. A quel âge avez-vous entendu parler des règles pour la première fois ?

Base : à tous (1051)



ST avant 12 ans
59%

Femmes : 76%
Hommes : 42%

Ecart significatif positif par rapport à l'ensemble des répondants

q2. Quelle est la personne qui vous en a parlé pour la première fois ?

Base : à tous (1051)

1 personne de référence

Ma mère

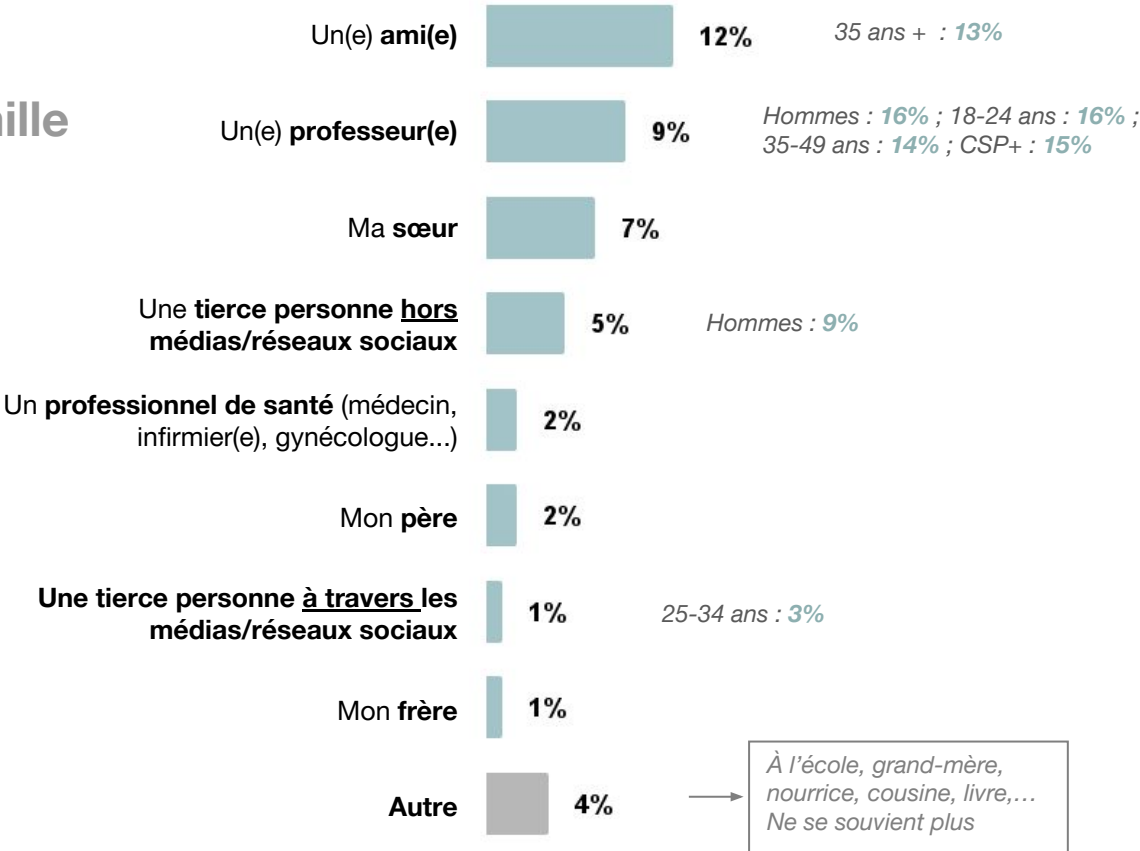


46%

Femmes : 63%

Ensuite...

ST Famille
56%

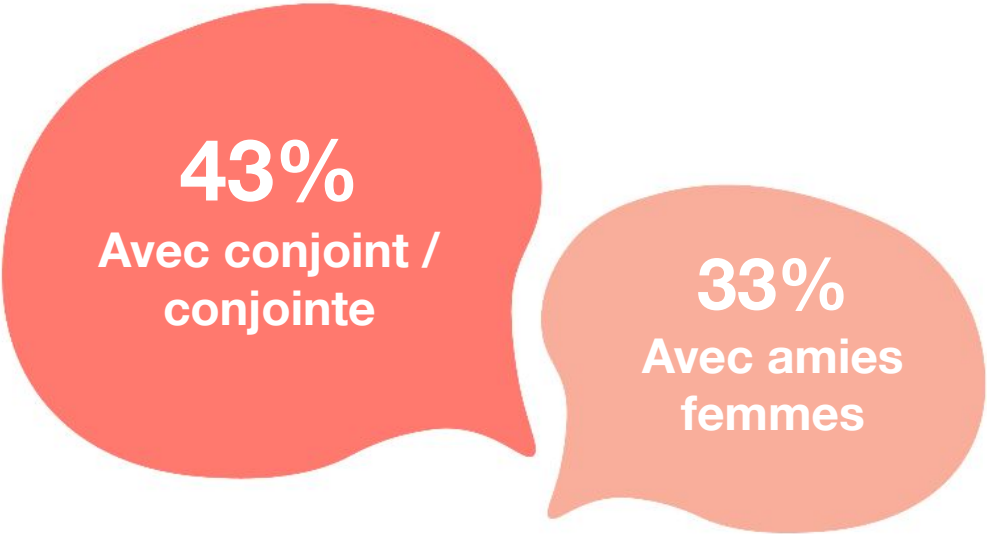


Personne, vous avez appris seul(e)
11%

Hommes : 16%

q3. Dans votre quotidien, avec qui parlez-vous ouvertement des règles ?

Base : à tous (1051)



N'en parle jamais
33%

Hommes : 42%
65 ans et + : 49%
18-24 ans : 11%



Avec des clientes, avec leur fille / nièce / grand-mère....

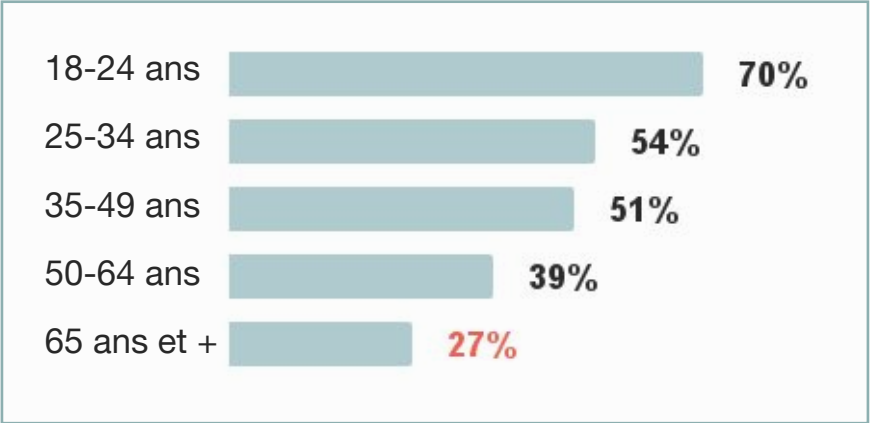
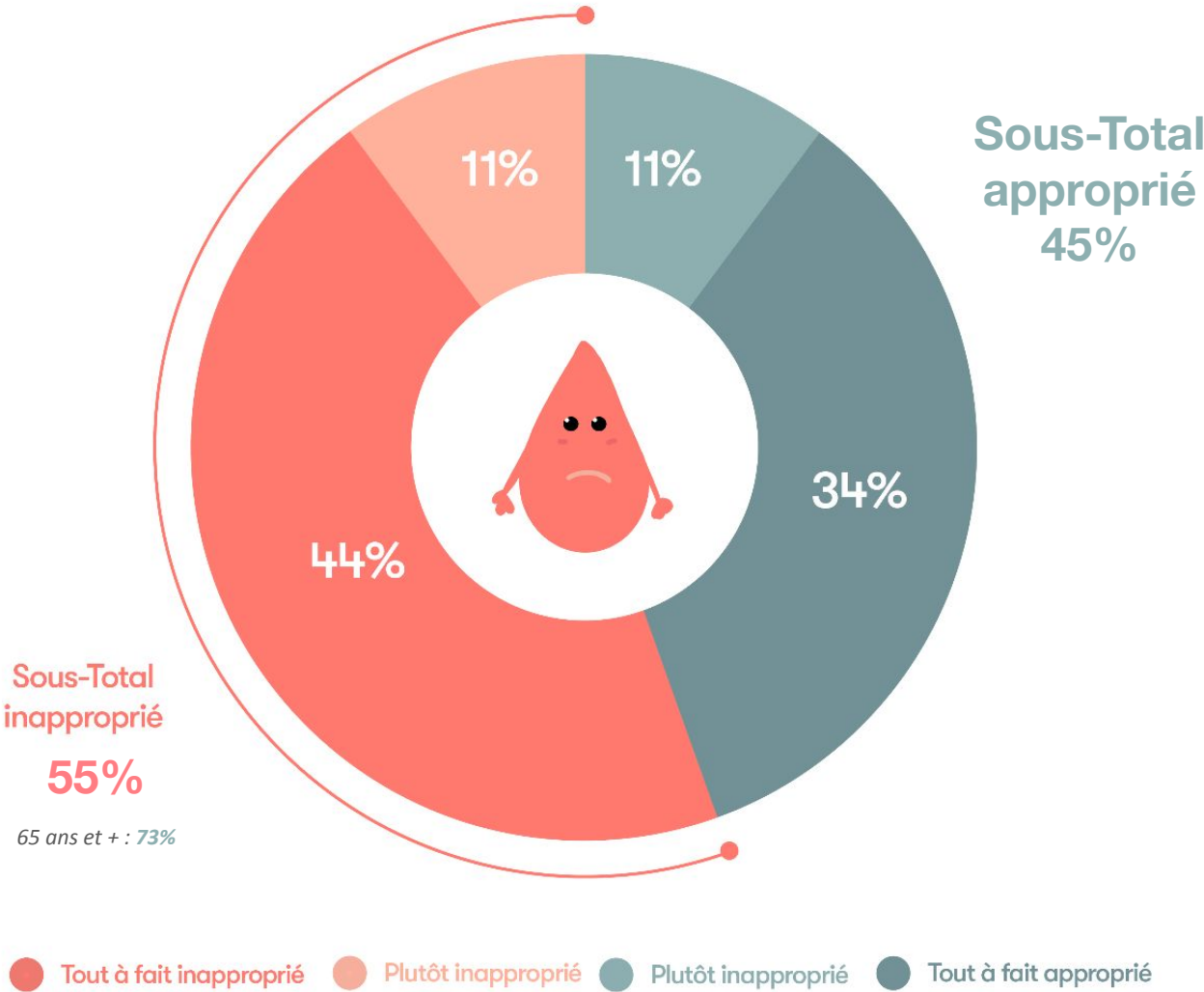
ST
Famille
31%

ST Collègues de
travail
20%

1,8
citations
en moyenne

q5. Pensez-vous que parler des règles en public est

Base : à tous (1051)



**Une gratuité des protections
périodiques approuvée par
une majorité de Français.**

q7. Avez-vous déjà acheté des protections périodiques (pour votre usage personnel ou pour quelqu'un d'autre) ?

Base : à tous (1051)

72% des français déclarent avoir déjà acheté des protections périodiques (pour leur usage personnel ou pour quelqu'un d'autre)

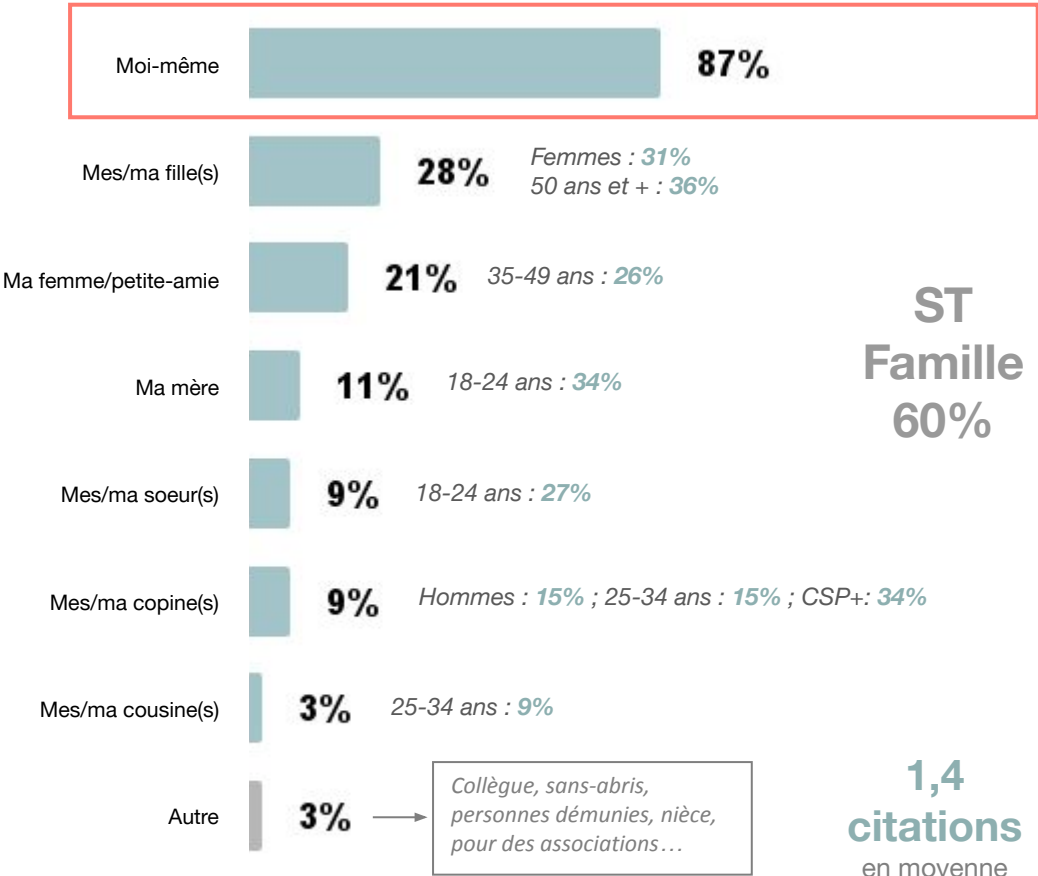


Femmes : 97%
35-49 ans : 78%

et 45% des hommes déclarent avoir déjà acheté des protections périodiques.

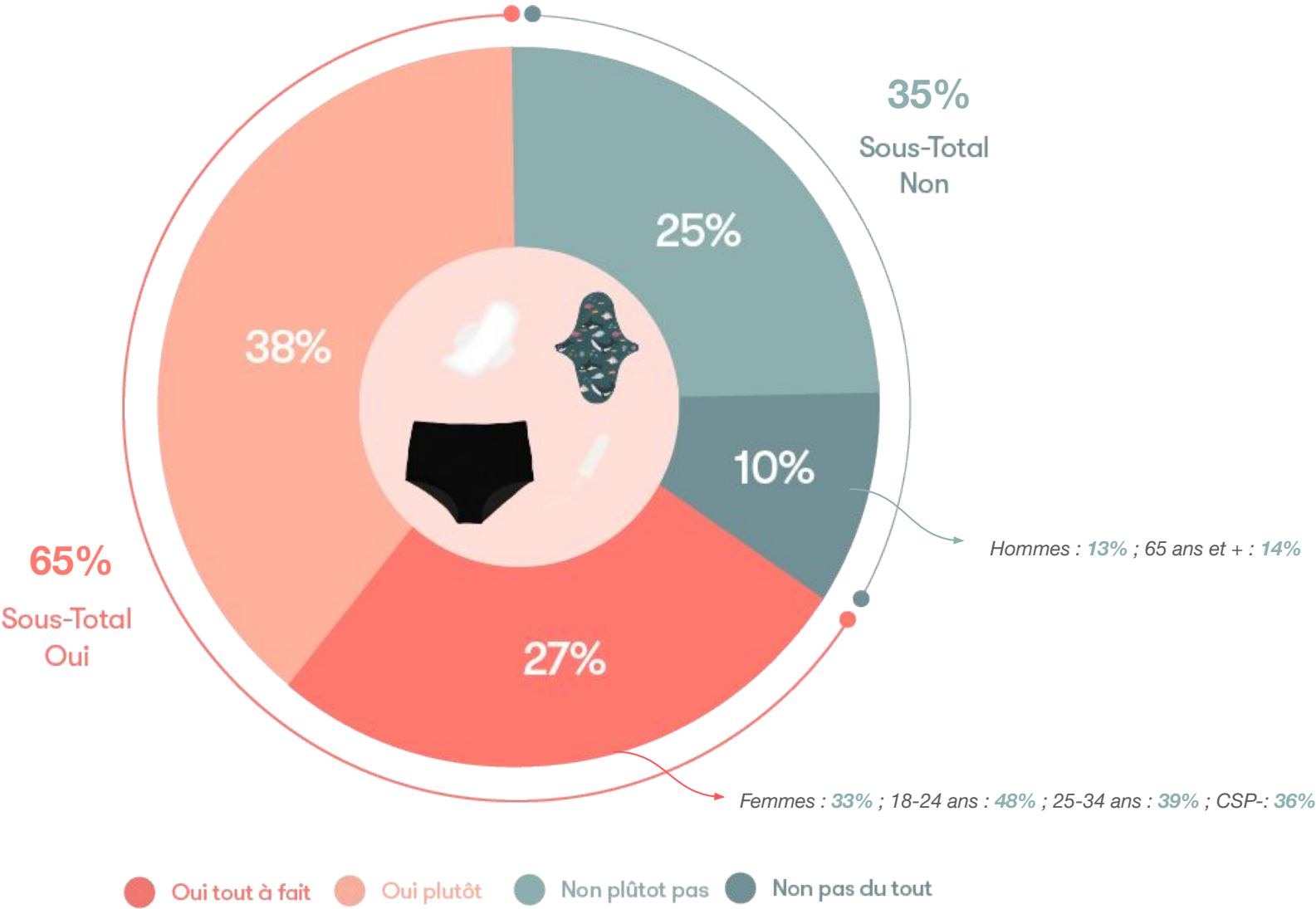
q8. Vous avez déclaré avoir déjà acheté des protections périodiques, pour qui était-ce ?

Base : ont déjà acheté des protections périodiques (763)



q9. Pensez-vous que les protections périodiques devraient être gratuites pour les femmes ?

Base : à tous (1051)



dans ma culotte

Synthèse de l'étude



Des règles largement perçues de manière positives, elles sont considérées comme « naturelles » par près des $\frac{3}{4}$ des Français aussi bien par les hommes que par les femmes.

*Seulement 6% évoquent un sentiment de « dégoût »
de manière plus prononcée chez les femmes*

... **pourtant** les évoquer publiquement reste jugé inapproprié par 55% des Français, une position qui apparaît cependant moins soutenue chez les plus jeunes.

Peu de différences de perception entre les hommes et les femmes

...et $\frac{1}{3}$ indique ne **jamais en parler dans leur quotidien** (notamment les hommes et les 65 ans et+)

Le sujet est majoritairement abordé pour la première fois autour de 12 ans

plus tardivement chez les hommes et les 65 ans et plus.

La mère est la personne de référence avec qui le sujet des règles est évoqué pour la 1^{ère} fois (dans 46% des cas)

même si 11 % des Français déclarent avoir appris seul (16 % chez les hommes)

$\frac{3}{4}$ des Français pensent que ce sujet ne concerne **pas uniquement les femmes**.

31% des **femmes** estiment qu'il s'agit d'un sujet exclusivement féminin, vs. 23% des **hommes**.

Près d'**1 homme sur 2** déclare avoir **déjà acheté des protections hygiéniques**.



Une gratuité des protections hygiéniques souhaitée par une large majorité des Français (65%) et plus encore chez les moins de 25 ans (91%)



Lancée en 2015 par Marie Réveillhac et Noëlle Papay, [Dans Ma Culotte propose la plus large gamme de protections menstruelles du marché.](#)

Lavables ou jetables, les protections périodiques saines et responsables s'adaptent au flux, à la morphologie, au style, au mode de vie, à l'âge et, bien sûr, aux revenus de chacun·e.

Dans Ma Culotte c'est l'envie d'amener une touche de joie de vivre dans le cycle menstruel grâce à des collections capsules réalisées avec des designers audacieux, des motifs, des couleurs et des prises de parole fun et décalées.

Des solutions sont conçues en France main dans la main avec des experts de l'innovation textile. Mais c'est aussi des engagements forts : celui de libérer la parole autour des règles auprès d'une communauté de 160.000 personnes, à travers des contenus inspirants et de lutter contre la précarité menstruelle.

La marque fait bouger les lignes grâce à son impact social. En 2021, plus de 60.000 protections périodiques lavables gratuites ont été distribuées dans les établissements d'enseignement pour aider les jeunes qui souffrent de précarité menstruelle.



À propos d'“*opinionway*”

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

www.opinion-way.com

Opinion Way
15 place de la République
75003 Paris



Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Contacts



Presse

Jeunes Adultes Décomplexés

rachel@agencejad.com

donia@agencejad.com



Dans Ma Culotte

Noëlle Papay

noelle@dansmaculotte.fr



Opinion Way

Nadia Auzanneau

nauzanneau@opinion-way.com

dans ma culotte

Méthodologie





Etude réalisée auprès d'un échantillon de **1051 individus représentatifs de la population Français âgés de 18 ans et +**. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas : sexe, âge, région, catégorie socio-professionnelle.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 19 au 25/08/2021**

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



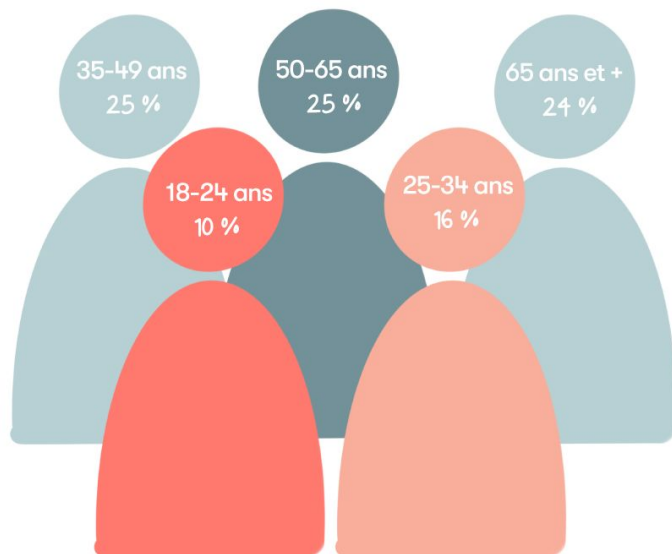
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude à 95%** : 1,32 et 3,02 points au plus pour un échantillon de 1051 répondants.

dans ma culotte

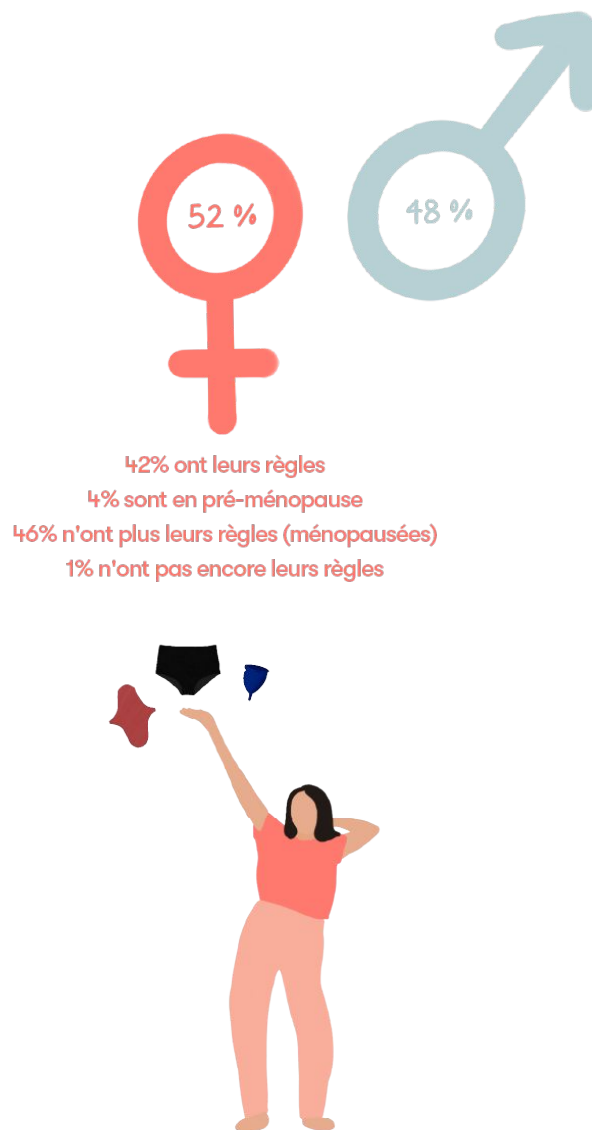
Profil des répondant·es

Age moyen : **49 ans**

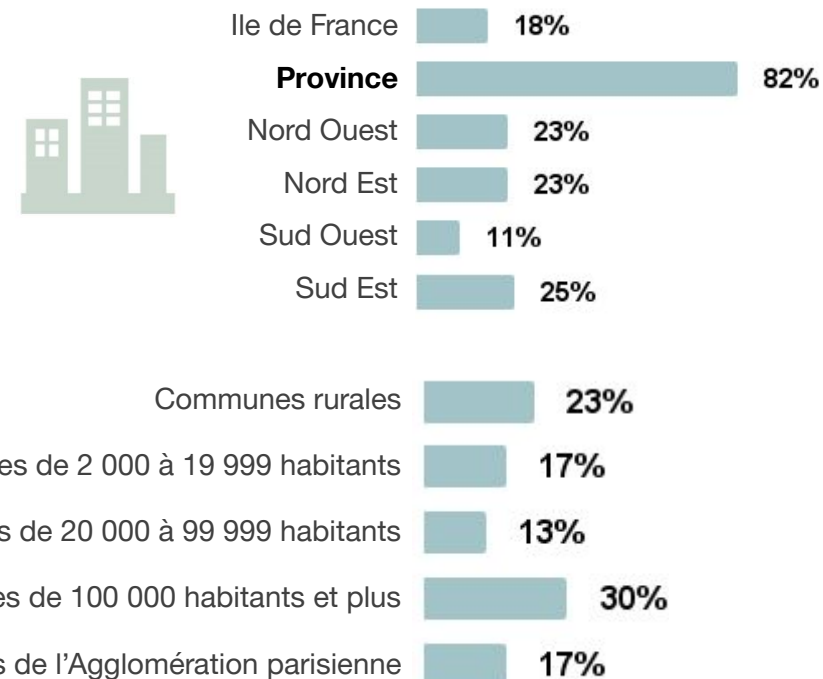
CSP + 28%

CSP - 29%

Inactifs 43%

Âge moyen des enfants :
10 ans

Zone géographique



Nombre d'enfants – 18 ans au sein du foyer

