



## Communiqué

Paris, le 18 novembre 2022

# 19 novembre - Journée Mondiale des Toilettes : Plus de 8 enfants sur 10 se retiennent encore d'aller aux toilettes à l'école



**Engagés depuis plusieurs années pour un meilleur usage des toilettes à l'école et pour briser les tabous de l'hygiène, la marque Harpic (Groupe Reckitt) et le Groupe Essity s'associent dans le cadre du programme « A nous les toilettes ». Ces deux leaders de l'hygiène et de la santé dévoilent aujourd'hui les résultats de leur étude conduite auprès de 600 enfants et 400 parents, du 7 au 24 octobre 2022.**

Les résultats de l'enquête Essity–Harpic-Harris Interactive, dressent un constat toujours aussi alarmant. L'hygiène et l'usage des toilettes scolaires continuent de poser problème en 2022, alors que le contexte Covid a fait des règles d'hygiène un enjeu central de la vie en collectivité. Plus de 8 enfants sur 10 indiquent se retenir encore d'aller aux toilettes à l'école. Ce chiffre témoigne des progrès qu'il reste à accomplir dans la mise en place de solutions pérennes déjà éprouvées pour améliorer le quotidien et le bien-être des enfants.

Dans ce contexte, l'étude se révèle riche de plusieurs enseignements et préconise une série de solutions à mettre en œuvre pour en finir avec ce véritable enjeu de santé publique.

### **L'hygiène et l'usage des toilettes scolaires continuent à poser problème...**

La question de la propreté des toilettes scolaires est clairement soulevée par les répondants. Ainsi, 1 enfant sur 2 estime que les toilettes sont sales ou sentent mauvais. Mais c'est aussi l'enseignement et l'apprentissage des règles d'hygiène qui demeurent perfectibles. Près d'un quart des enfants a le



sentiment de ne pas avoir reçu de consignes spécifiques pour utiliser les toilettes à l'école. Ce manque de pédagogie rend les enfants mal à l'aise à l'idée de s'y rendre.

### **...et les tabous persistent parfois au détriment du bien-être des enfants...**

Le manque d'explication et de transparence vis-à-vis des enfants se traduit par une gêne quand il s'agit de se rendre aux toilettes. Ils sont 54% à se déclarer gênés de demander à leur professeur d'aller aux toilettes. De même, pour 48% d'entre eux, les toilettes à l'école restent un sujet difficile à aborder. Des résultats qui illustrent la persistance du tabou autour de cette thématique. Au fil du temps, le problème se perpétue et engendre de potentielles conséquences physiques et psychologiques pour les enfants. Par exemple, 60% d'entre eux ont mal au ventre et 58% ne peuvent pas se concentrer sur leur travail parce qu'ils se retiennent d'aller aux toilettes.

### **...Ce qui nécessite une prise de conscience et des actions concrètes.**

Pour régler le problème de l'hygiène et de la sécurité des toilettes à l'école sur le long terme, les parents et les enfants s'accordent sur plusieurs solutions. Tout d'abord, faire montre de plus de pédagogie. Ainsi, pour 90% des enfants, expliquer aux autres comment bien se comporter aux toilettes constitue le premier vecteur d'amélioration de l'hygiène des toilettes. Ensuite, bien communiquer autour des règles de propreté à respecter et de la liberté de se rendre aux toilettes, apparaît comme une priorité pour répondre aux besoins des enfants. Enfin, il apparaît pertinent de s'orienter vers des solutions préconisées par des experts du sujet comme la fin des urinoirs et la segmentation des toilettes par âge plutôt qu'en fonction du sexe.

C'est la vocation du programme « A nous les toilettes » de développer des analyses et proposer des solutions pour résoudre ces questions plus que jamais d'actualité, avec l'appui d'experts reconnus de l'éducation, des villes et des espaces publics tels que Les Petits Citoyens de la Fédération Léo Lagrange et les expertes de la ville et de l'école de l'ARObE.

*« Le partenariat engagé permet d'étudier la question sensible du droit à aller aux toilettes pour les enfants. Les questionnaires mettent en avant les freins et les conséquences au quotidien. La réflexion collective et la mise en place d'expérimentations autour du projet « A nous les toilettes » permettent d'envisager des solutions collectives pour un usage facilité et « décomplexé ». C'est d'autant plus important que les toilettes sont un lieu où on a le droit, fondamental, d'aller, pour sa santé », déclare **Edith Maruéjols, sociologue et géographe, fondatrice de l'ARObE, l'Atelier Recherche Observatoire Egalité**, qui a mené des enquêtes de terrain sur les enjeux d'éducation, d'hygiène et de santé liés aux toilettes à l'école.*

*“Les enfants sont très sensibles au fait qu'on les prenne au sérieux, même pour ce type de sujet trop souvent ignoré par la communauté éducative »* commente **Catherine Jacquet, Directrice du**



**programme Les petits citoyens, Fédération Léo Lagrange.** *“Les impliquer dans les règles du jeu permet aussi de les faire grandir”.*

*« Aujourd’hui, il est primordial que toutes les parties prenantes s’allient pour améliorer l’hygiène et l’usage des toilettes à l’école. Compte tenu des conséquences physiques et psychologiques sur les enfants et les répercussions sur leurs résultats scolaires, ce sujet toujours aussi tabou devrait être aujourd’hui une priorité pour améliorer le bien-être des enfants. Un sujet sur lequel Essity est engagé depuis 2018 »,* déclare **Marie-Claire Boslowsky, Présidente d’Essity en France.**

*« Aller aux toilettes est un droit fondamental qui peut avoir un impact sur la santé. La marque Harpic s’engage depuis 2019 pour que les enfants retrouvent le chemin des toilettes, pour que ce soit un lieu où ils s’y sentent bien. Nous avons donc cherché à comprendre les points de blocage, parmi lesquels la mauvaise hygiène, et participé à la mise en place d’outils pédagogiques pour permettre un meilleur usage et respect des toilettes à l’école »,* ajoute **Marco Monti, Directeur Reckitt France.**



## À propos de Harpic

Harpic est une marque du groupe Reckitt, un acteur mondial de la santé, de l’hygiène et de la nutrition, présent dans plus de 190 pays. Depuis plus de 100 ans la marque Harpic œuvre pour une meilleure hygiène des sanitaires dans nos maisons et s’engage depuis 2019 auprès des acteurs locaux pour un accès à des toilettes propres, sûres et saines. Forte de son expertise, Harpic propose une gamme complète de produits efficaces et de qualité. En France et partout où elle est présente, la marque Harpic inscrit son action dans le 6e objectif du développement durable de l’ONU qui vise un accès universel et équitable à l’hygiène. Parce que notre santé se joue aussi dans nos toilettes.

## 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, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic, Vinda et Zewa. Essity compte environ 46.000 collaborateurs dans le monde et a réalisé un chiffre d’affaires net de 12 milliards d’euros en 2021. 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’informations sur [www.essity.com](http://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 10 ans, Essity est partenaire de la Croix-Rouge française et permet la distribution d'environ 100.000 kits hygiène par an aux personnes défavorisées ou sans abri. Plus d'informations sur [www.essity.fr](http://www.essity.fr) et [@Essity\\_FR](https://twitter.com/Essity_FR).

**Contacts Presse :**

Emmanuelle Mathioudakis-Burney & Pierre Lostanlen – [france.essity@omnicomprgroup.com](mailto:france.essity@omnicomprgroup.com)

[Contact@anouslestoilettes.fr](mailto:Contact@anouslestoilettes.fr)