



Attitudes et sensibilisation à l'égard de l'équité menstruelle et de la précarité menstruelle au Canada

Résumé

Préparé pour Femmes et Égalité des genres Canada

Nom du fournisseur : Environics Research

Numéro du contrat : CW2268152/001/CY

Valeur du contrat : 81 925,00 \$

Date d'attribution du contrat : 13 janvier 2023

Date de livraison des services : 31 mars 2023

Numéro d'enregistrement : POR 112-22

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Femmes et Égalité des genres Canada à l'adresse : FEGC.Communications.WAGE@fegc-wage.gc.ca.

This report is also available in English.

Attitudes et sensibilisation à l'égard de l'équité menstruelle et de la précarité menstruelle au Canada

Préparé pour Femmes et Égalité des genres Canada

Nom du fournisseur : Environics Research

Mars 2023

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage réalisé par Environics Research pour le compte de Femmes et Égalité des genres Canada. Le projet de recherche s'est déroulé du 6 au 19 mars 2023. La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de Femmes et Égalité des genres Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Femmes et Égalité des genres Canada à l'adresse : FEGC.Communications.WAGE@fegc-wage.gc.ca.

N° de catalogue : SW21-189/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-48834-9

This publication is also available in English under the title: *Attitudes and Awareness of Menstrual Equity and Period Poverty Among Canadians*

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre des Femmes et de l'Égalité des genres, 2023.

Résumé du rapport

Environics Research (Environics) a le plaisir de présenter à Femmes et Égalité des genres Canada le présent rapport, qui comprend les constatations tirées du sondage sur les attitudes et la sensibilisation à l'égard de l'équité menstruelle et de la précarité menstruelle au Canada.

A. Contexte et objectifs

Cette étude a été menée dans le but d'orienter les efforts qui seront déployés pour sensibiliser la population à la précarité menstruelle et pour modifier les mentalités au Canada contribuant aux inégalités de genre liées aux menstruations. Elle doit également servir à établir une mesure de la sensibilisation, des attitudes et des comportements dans le but d'évaluer l'incidence de ces efforts au fil du temps.

La recherche a permis de recueillir des données sur les sujets suivants :

- les connaissances générales, la familiarité et les sources d'information en ce qui concerne les menstruations;
- le niveau de confort à parler de menstruations avec d'autres personnes;
- les expériences personnelles des individus qui ont eu/ont des règles, y compris les effets des menstruations sur la capacité d'une personne d'accomplir ses activités professionnelles, scolaires ou autres activités publiques;
- l'accès aux produits menstruels et leur abordabilité;
- la stigmatisation et les idées fausses concernant les menstruations;
- les définitions de la précarité menstruelle et les composantes sociales liées à l'équité menstruelle;
- les perceptions des moyens d'atténuer la précarité menstruelle.

B. Méthodologie

Du 6 au 19 mars 2023, Environics Research a mené un sondage en ligne auprès de 2 083 Canadiennes et Canadiens de 13 ans et plus. Les personnes ayant répondu au sondage ont été sélectionnées à partir d'une liste de membres inscrits à un panel en ligne à participation volontaire. On a joint les répondantes et répondants de 13 à 17 ans par l'entremise de leurs parents ou des adultes qui en ont la responsabilité, lesquels ont autorisé leur participation au sondage. Puisqu'un échantillon provenant d'un panel en ligne ne constitue pas un échantillon probabiliste aléatoire, aucune estimation formelle de l'erreur d'échantillonnage ne peut être calculée.

Des quotas ont été établis au sein de la population générale en fonction de l'âge, du genre et de la région de résidence des répondantes et répondants. Les données définitives ont ensuite été pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population canadienne en fonction des plus récentes données de recensement disponibles. De plus amples renseignements quant à la méthodologie utilisée pour la recherche se trouvent à l'annexe A du présent rapport.

C. Principales constatations

Les résultats du sondage révèlent que les Canadiennes et Canadiens croient que notre société fait généralement preuve d'ouverture au sujet des menstruations. Cependant, les attitudes et les niveaux de confort individuels autodéclarés, ainsi que les expériences et les comportements des personnes qui ont eu/ont elles-mêmes des règles démontrent que ce n'est pas nécessairement le cas. Il continue d'y avoir des perceptions erronées et négatives à l'égard des menstruations, et cette stigmatisation continue d'influencer la préférence générale des personnes qui ont eu/ont des règles de ne pas s'exprimer ouvertement à ce sujet, ainsi que (par exemple) leur malaise à demander de l'aide à autrui lorsqu'elles se trouvent loin de la maison, sans produits menstruels.

Connaissances et attitudes

- **Les Canadiennes et Canadiens affichent un niveau modéré de confort et de connaissance concernant les menstruations, bien qu'il existe un écart évident entre les sexes.** Dans l'ensemble, les trois quarts (73 %) de la population canadienne sont au moins plutôt à l'aise de discuter des menstruations, mais ce pourcentage est beaucoup plus élevé chez les femmes (87 %) que chez les hommes (59 %), qui sont relativement plus à l'aise de discuter d'orientation sexuelle, d'argent ou de politique. De même, huit Canadiennes et Canadiens sur dix (82 %) disent avoir une bonne connaissance des menstruations, et cette connaissance est encore une fois plus répandue chez les femmes (99 %) que chez les hommes (65 %).
- **Les mères sont de loin la principale source d'information en ce qui concerne les menstruations, chez les deux sexes, mais surtout chez les adolescentes (95 %) et les adolescents (79 %).** Fait à noter, les membres du personnel enseignant constituent la deuxième principale source d'information en ce qui concerne les menstruations chez les adolescents (59 % contre 28 % chez les adolescentes). Parmi les autres sources d'information relativement populaires sur les menstruations, citons les membres du personnel de la santé, les proches et les collègues, ainsi qu'Internet.
- **Le sujet des menstruations n'est pas un sujet de conversation particulièrement fréquent, ce qui réduit la possibilité d'accroître le confort et les connaissances à ce sujet.** Près de la moitié de la population canadienne affirme parler de menstruations avec quelqu'un moins d'une fois par année. Les discussions sont plus fréquentes chez les femmes (27 % disent en discuter au moins une fois par mois) que chez les hommes (13 %). Il serait intéressant de voir si la fréquence de ces discussions évolue au fil du temps.
- **Au-delà de son propre niveau de confort, la population croit que la société canadienne nourrit une opinion principalement positive ou neutre à l'égard des menstruations, et qu'elle est de plus en plus ouverte à discuter du sujet.** La croyance selon laquelle la population canadienne a une opinion principalement positive (29 %) ou neutre (49 %) des menstruations dépasse la croyance selon laquelle l'opinion de la population à ce sujet est principalement négative (10 %). En outre, plus de la moitié (58 %) des répondantes et répondants, dont les deux tiers des femmes (65 %), croient que la population canadienne est devenue plus à l'aise de parler de menstruations au cours des 10 dernières années. Si la population ne perçoit pas l'existence d'un problème important, elle peut être moins susceptible de soutenir l'investissement de ressources et d'efforts dans des solutions.
- **Les données révèlent clairement qu'il existe encore des idées fausses largement répandues sur les menstruations, ainsi que des attitudes négatives chez une minorité de la population.** Par exemple, près de la moitié des Canadiennes et Canadiens sont d'accord pour affirmer que les personnes sont physiquement

plus faibles (45 %) et moins en mesure de contrôler leurs émotions (49 %) quand elles sont menstruées. De plus, une personne sur quatre est d'accord pour affirmer que les règles, c'est sale et malpropre, et environ une personne sur cinq, qu'on ne doit pas en discuter en public (22 %) et que les produits menstruels devraient être gardés hors de vue (22 %).

Expériences personnelles

- **La moitié des personnes ayant répondu au sondage se définissent comme des personnes ayant des menstruations ou ayant déjà eu des menstruations.** La plupart des personnes qui n'ont pas elles-mêmes de menstruations (principalement celles qui se définissent comme des hommes) (68 %) affirment qu'un de leurs proches a des menstruations.
- **Les expériences personnelles des effets des menstruations sur la vie quotidienne varient d'une personne qui a eu/a des règles à une autre, mais la plupart d'entre elles affirment qu'il leur arrivait/arrive souvent ou parfois de ressentir des douleurs, de craindre la possibilité de fuites et d'essayer de faire preuve de discrétion avec les produits menstruels.** Un nombre inférieur, mais tout de même important, de personnes qui ont eu/ont des règles craignaient/craignent que les autres puissent deviner qu'elles avaient/ont leurs règles (34 %), manquaient/manquent des activités sportives (31 %), s'absentaient/s'absentent de l'école (25 %), manquaient/manquent des événements sociaux (24 %) ou devaient/doivent rationner les produits menstruels (25 %).
- **Étant donné qu'il pouvait/peut arriver aux personnes qui ont eu/ont des règles de se retrouver loin de la maison, sans produits menstruels, il convient de noter qu'un nombre relativement faible de personnes disent qu'elles étaient/sont à l'aise de demander à d'autres personnes de leur fournir des produits menstruels, y compris à leurs proches ou à d'autres personnes de leur connaissance.** Par exemple, quatre personnes sur dix (42 %) affirment être très à l'aise de demander des produits menstruels à un proche; un nombre moindre de personnes s'estiment très à l'aise de demander des produits menstruels à une femme ne faisant pas partie de leurs proches (22 %) ou à une personne qu'elles ne connaissent pas (11 %) ou d'en obtenir d'un distributeur dans un lieu public (35 %).
- **Bien qu'elles considèrent que la société canadienne est de plus en plus ouverte à discuter de menstruations, les personnes elles-mêmes expriment un degré relativement limité de confort à interagir avec les autres au sujet des menstruations.** La moitié des personnes se disent très à l'aise d'acheter des produits menstruels dans un magasin et, dans un pourcentage plus faible, de parler de menstruations à des personnes qui ont eu/ont des règles (39 %) et des personnes qui n'en ont pas (24 %).
- **En fin de compte, la plupart des personnes qui ont eu/ont des règles préfèrent que ce sujet relève du domaine privé ou faire preuve de discrétion dans ces discussions.** Seulement le quart (25 %) des personnes affirment faire preuve d'une entière transparence auprès des autres au sujet de leurs règles; cette pratique est plus courante chez les femmes de 18 à 29 ans (41 %), ce qui suggère que de telles attitudes pourraient évoluer au fil du temps.

Précarité menstruelle, abordabilité et accès

- **Un petit pourcentage de la population canadienne a indiqué avoir déjà eu à faire face directement ou indirectement à l'incapacité de se permettre d'acheter des produits menstruels.** Plus d'une personne sur

quatre (28 %) connaît quelqu'un qui, au moins une fois dans sa vie, n'a pas eu les moyens d'acheter des produits menstruels. Sept pour cent des personnes qui ont eu/ont des règles affirment qu'il est très probable qu'elles se retrouvent dans cette situation au cours de l'année à venir (12 % affirment en outre que cela est plutôt probable); la majorité des personnes de ce groupe affirment que la hausse du coût de la vie est un facteur contribuant à cette situation.

- **Toutefois, la population générale a une connaissance et une compréhension limitées de la précarité menstruelle.** Bien que six personnes sur dix (63 %) aient entendu parler de ce terme, moins de quatre personnes sur dix (38 %) en connaissent la définition. Ainsi, le terme doit être clairement expliqué s'il est utilisé dans le cadre de communications publiques. Une personne qui a eu/a des règles sur dix (17 %) dit avoir personnellement vécu la précarité menstruelle (selon la définition fournie dans le cadre du sondage).
- **On constate un sentiment modéré, mais pas écrasant, selon lequel la précarité menstruelle est un problème au Canada aujourd'hui, et une compréhension limitée des groupes qui risquent d'être les plus touchés par cet enjeu.** Six Canadiennes et Canadiens sur dix affirment que la précarité menstruelle (définie dans le sondage comme le fait de ne pas avoir les moyens d'acheter des produits d'hygiène menstruels ou de ne pas y avoir accès, ce qui limite la capacité d'une personne à prendre part à la vie sociale) constitue un problème assez grave à tout le moins, y compris un quart (24 %) uniquement qui affirment qu'il s'agit d'un problème très grave. La population comprend mieux comment la précarité menstruelle peut toucher les ménages à faible revenu ou ceux qui bénéficient de l'aide sociale; elle est moins susceptible de reconnaître que les personnes racisées et celles qui ont des identités de genre ou des orientations sexuelles différentes y sont également vulnérables. Cela suggère que la population reconnaît plus facilement le problème de l'abordabilité que le problème de l'accès inégal aux produits menstruels.
- **Si la précarité menstruelle est considérée principalement comme un problème d'abordabilité des produits menstruels, il n'est pas surprenant que la population estime que l'accès à des produits menstruels gratuits constitue la principale solution au problème.** Un faible pourcentage de Canadiennes et Canadiens admettent qu'il est nécessaire d'adopter d'autres initiatives, comme l'amélioration de l'éducation sur la santé menstruelle ou l'utilisation d'un langage neutre ou inclusif, pour atténuer la précarité menstruelle au pays. Les Canadiennes et Canadiens ne sauraient dire non plus à qui incombe la responsabilité de régler le problème, même s'ils ont tendance à l'attribuer aux gouvernements (de tous les niveaux) et aux systèmes de santé ou d'éducation.
- Une solution potentielle à la précarité menstruelle consiste à promouvoir l'utilisation de produits menstruels réutilisables plutôt que de produits jetables. **Le défi ne réside pas dans le manque de connaissance de ces produits (le niveau de connaissance est sensiblement élevé chez les personnes qui ont eu/ont des règles et peut difficilement augmenter davantage), mais plutôt dans l'adoption (l'utilisation) de ces produits par les personnes qui ont/auront des règles et qui les connaissent.** Par exemple, seulement une personne qui a eu/a des règles sur cinq a déjà utilisé des serviettes réutilisables, comparativement à neuf sur dix qui ont déjà utilisé des serviettes jetables. L'intérêt pour les produits réutilisables est modeste : trois personnes qui ont des règles actuellement ou qui en auront un jour sur dix sont très susceptibles d'en utiliser dans le futur. Les personnes qui ne s'y intéressent pas davantage affirment que les deux principaux obstacles sont les préoccupations concernant l'hygiène et les tracas liés au nettoyage des produits réutilisables (c.-à-d., les inconvénients).

D. Énoncé de neutralité politique et coordonnées

Par la présente, je certifie, en tant que cadre supérieur d'Environics, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la Politique sur les communications et l'image de marque et la Directive sur la gestion des communications. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Sarah Robertson
Vice-présidente, Affaires publiques
Environics Research Group
sarah.roberton@environics.ca.
613 793-2229

Nom du fournisseur : Environics Research Group
Numéro de contrat de SPAC : CW2268152/001/CY
Date du contrat initial : 13 janvier 2023
Valeur du contrat : 81 925,00 \$

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : FEGC.Communications.WAGE@fegc-wage.gc.ca

