



Think ahead.

Communiqué de presse
Saint-Ouen, le 4 novembre 2025

Nouvelle étude Tork

82 % des Français soulignent le manque d'hygiène des sanitaires hors domicile et l'importance d'en améliorer l'accès

Comment concilier accès à l'hygiène pour tous et besoins spécifiques de chacun ?

À l'approche de la Journée mondiale des toilettes, le 19 novembre prochain, il est important de rappeler une réalité encore trop répandue : en France, les toilettes hors domicile souffrent d'une image largement négative et sont souvent perçues comme sales, mal entretenues, peu accueillantes, voire anxiogènes. L'absence fréquente de papier toilette, de savon, la présence de mauvaises odeurs, le manque d'intimité ou la vétusté des équipements nourrissent un sentiment d'inconfort généralisé. Ce déficit d'hygiène nuit non seulement à l'expérience des usagers, mais également à la réputation des établissements, qu'il s'agisse de restaurants, d'entreprises, de commerces ou de lieux culturels.

Tork, marque d'Essity et leader mondial de l'hygiène professionnelle, a mené une enquête auprès du grand public et du personnel de nettoyage, sur l'utilisation des toilettes publiques (hors domicile) et leur capacité à inclure les différents handicaps physiques ou invisibles. L'étude révèle ainsi que 82 % des Français s'inquiètent de leur propreté. Face à ce constat, la moitié des personnes interrogées avoue avoir déjà évité d'utiliser les toilettes d'un restaurant ou d'un lieu public, et 23 % d'entre elles ont même réduit leur consommation de nourriture ou de boissons pour ne pas avoir à s'y rendre.

« Notre engagement pour une hygiène accessible à toutes et tous consiste à évaluer dans quelle mesure les toilettes hors domicile répondent aux attentes des utilisateurs et du personnel d'entretien », déclare **Éric Guazzaroni, Directeur de la Division Hygiène Professionnelle Essity**. « L'hygiène pour tous et toutes est une valeur essentielle de la marque Tork, car il s'agit d'un droit fondamental. Nous nous engageons à aider les entreprises, restaurants et ERP (établissement recevant du public) à mieux comprendre et à offrir une hygiène plus inclusive dans les toilettes. Lorsque les établissements répondent aux besoins divers, les entreprises renforcent leur réputation, améliorent la satisfaction et protègent les résultats de leurs activités ».

L'hygiène publique : s'adapter à la diversité des besoins

Si des aménagements existent pour les handicaps visibles, notamment les personnes en fauteuil roulant, ils restent très insuffisants pour répondre à la diversité des conditions particulières des Français : enfants, femmes enceintes, personnes âgées, accidents ponctuels de la vie (bras cassé, béquilles...), allergies...

En réalité, **93 % des personnes ayant un trouble physique ou cognitif ne sont pas en fauteuil**, et leurs difficultés restent largement invisibles, donc ignorées. La moitié des personnes interrogées déclare rencontrer des obstacles à l'hygiène dans les toilettes publiques : qu'il s'agisse de préoccupations personnelles liées à la propreté ou de conditions spécifiques comme l'anxiété, les



Think ahead.

problèmes de peaux, l'hypersensibilité sensorielle ou encore la parurésie (difficulté à uriner dans un lieu public). Ces situations peuvent empêcher certains de se sentir à l'aise ou même de satisfaire des besoins élémentaires, faute d'installations adaptées.

- **2 visiteurs sur 5** ont une condition physique ou cognitive particulière à prendre en compte.
- **93 %** de ces personnes ne sont **pas en fauteuil roulant** — leurs besoins restent donc souvent invisibles et négligés.

Les Français : plus exigeants en matière d'hygiène, mais souvent contraints de composer avec l'état actuel des sanitaires

Les sanitaires hors domicile jouent un rôle déterminant dans l'expérience globale des clients, visiteurs ou collaborateurs. Pourtant, **de nombreuses personnes continuent d'éviter les toilettes publiques**, faute d'hygiène, de confort ou d'accessibilité adaptée à leurs besoins. Ces espaces, trop souvent négligés, peuvent générer un profond inconfort, voire des renoncements.

En France, 82 % des Français s'inquiètent de l'hygiène dans les lieux publics. Cette préoccupation n'est pas anodine : elle a un impact direct sur les comportements. Une mauvaise expérience dans les toilettes peut non seulement écourter une visite, mais aussi influencer l'image d'un établissement ou d'un employeur.

- **1 personne sur 2** a déjà **évité d'utiliser des toilettes publiques**    cause de leur état, dont **23 %** ont **limité leur consommation** de nourriture ou boissons pour ne pas avoir à y aller.
- **19 %** des sanitaires sont signalés comme **fréquemment en rupture** de savon, papier toilette ou essuie-mains.
- **46 %** des salariés estiment que les **produits menstruels ou d'incontinence** devraient être fournis par leur employeur — mais **seuls 14 %** déclarent que c'est le cas, soit un écart de **32 points** entre attentes et réalité.
- **55 %** jugent **indispensable la présence de poubelles adaptées** pour les produits d'hygiène usagés dans les sanitaires pour femmes et celles des hommes (serviettes, protections, etc.).

Les produits les plus attendus par les utilisateurs français :

- **57 %** plébiscitent les **distributeurs d'essuie-mains en papier sans contact** pour plus de confort et d'hygiène,
- **35 %** estiment que le **savon hypoallergénique** est indispensable,
- **34 %** souhaitent disposer de **d  sinf  ctants sans alcool** adaptés aux peaux sensibles.

Le personnel de nettoyage, entre manque de moyens et isolement

Côté professionnel, les agents d'entretien jouent un rôle central dans le maintien de la propreté et du confort des sanitaires. Pourtant, leur travail reste sous-estimé, mal équipé et souvent pénible. En France, **1 agent sur 10 a déjà quitté son poste** faute de matériel ou d'équipements adéquats pour assurer ses missions en toute sécurité.

Dans un contexte de pression constante, **plus de la moitié des difficultés** rencontrées sur le terrain sont directement liées à l'insuffisance des outils mis à disposition.    cela s'ajoute un environnement

de travail souvent marqué par un **manque de respect des utilisateurs**, des **gestes incivils répétés**, une **forte pénibilité physique**, et une **absence fréquente d'équipements de protection individuelle (EPI)**.

Malgré leur rôle essentiel, les agents d'entretien se sentent rarement soutenus : **moins d'un tiers d'entre eux pensent que leur direction ne réagirait pas en cas de problème signalé par un usager**. Le sentiment d'isolement professionnel s'en trouve renforcé, affectant à la fois leur bien-être et l'efficacité de leur mission.

- **57 %** des difficultés du personnel de nettoyage sont liées à un manque d'outils, de fournitures ou d'équipements.
- **36 %** pointent le **comportement irrespectueux des utilisateurs** comme principal défi dans les sanitaires.
- De nombreux agents dénoncent le **manque d'EPI (Equipe Protection Individuelle)**, malgré les risques sanitaires inhérents à leurs tâches.
- **92 %** estiment que l'**accessibilité physique universelle** est une composante essentielle de leur environnement de travail.

Fort de tous ces différents constats, Tork a souhaité ouvrir le débat sur la thématique : « Sanitaires hors domicile : comment concilier accès à l'hygiène pour tous et besoins spécifiques de chacun ? », à l'occasion d'une table ronde réunissant des représentants de la société civile, des élus et des experts le 4 novembre au matin.



« Je dois pouvoir aller aux toilettes où je veux, quand je veux et le plus simplement possible ; les sanitaires font partie de mon univers quotidien, je dois pouvoir m'y sentir bien. », explique **Pascal Bureau, Représentant du Conseil d'Administration, en charge de l'accessibilité – APF France Handicap.**

« Il existe un véritable besoin d'éducation et d'information sur ce sujet. La société nous identifie comme personnes en situation de handicap, donc comme ayant des besoins spécifiques, mais elle ne répond pas réellement à nos besoins. »



Think ahead.



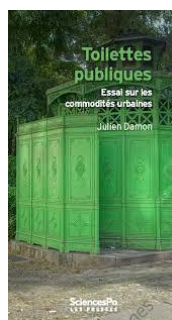
« Aujourd'hui en France, la difficulté d'accès aux toilettes dans les lieux publics n'est plus acceptable. C'est une source immense d'anxiété pour les personnes atteintes de maladies inflammatoires chroniques de l'intestin et toutes celles qui souffrent de besoins impérieux. Avec notre campagne Action Pressante, l'AFA Crohn RCH France milite pour qu'enfin nos décideurs politiques et de santé s'emparent de ce sujet. », développe **Eve Saumier, Directrice de la communication et du développement – AFA Crohn RCH France**. « Il s'agit d'un véritable enjeu de santé publique et de respect de la dignité humaine. »



« L'accès à l'hygiène ne devrait jamais être un tabou, pouvoir aller aux toilettes, c'est une question de dignité, pas de pudeur. », déclare **Marion Moulin, Présidente de Solidarité Verneuil**. « Chacun devrait pouvoir se déplacer librement sans avoir à se demander où trouver des toilettes ou quel chemin emprunter en cas d'urgence. C'est un droit fondamental. Ce qui me choque, c'est qu'on demande aux patients de reprendre une vie normale et de lutter contre l'isolement, alors que la société nous exclut en nous refusant l'accès à des choses simples, qui pourraient pourtant améliorer notre qualité de vie... ».



« Paris souffre d'un manque flagrant de solutions adaptées, et nous sommes tous concernés. Qui n'a jamais ressenti une envie pressante lorsqu'il est en dehors de chez lui, sans savoir où aller ? Ce problème est encore trop peu pris en compte dans la capitale alors qu'il mérite une véritable prise de conscience et une action durable dans le temps. », souligne **Anne Biraben, conseillère de Paris, Conseillère du 5ème arrondissement, Chargé de l'urbanisme, du logement, des économies d'énergies et du patrimoine**. « La question avait été mise en avant durant les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, avant de retomber dans l'oubli une fois les compétitions terminées... Les intentions sont là, mais sans actions concrètes, aucun progrès n'est possible. »



« Il est essentiel de distinguer la question des équipements de celle de leur maintenance. En effet, multiplier les toilettes publiques n'a aucun sens si leur entretien quotidien n'est pas assuré. S'ajoute à cela un enjeu d'emplacement, car peu de personnes souhaitent voir des toilettes publiques installées à proximité de leur domicile en raison des nuisances potentielles. », précise **Julien Damon, Enseignant à l'Ecole des Ponts et à HEC, auteur de Toilettes publiques. Essai sur les commodités urbaines**. « Dans les écoles publiques par exemple, les cabines de toilettes sont ouvertes en haut et en bas, ce qui limite fortement l'intimité des enfants. On aimerait pourtant leur apprendre à être à l'aise et détendus dès leur plus jeune âge lorsqu'ils vont aux toilettes, mais les conditions ne s'y prêtent pas vraiment. Sans parler du manque fréquent de papier toilette ou de savon. »



« Il s'agit d'un vrai sujet de société avec des impacts sociaux sur les personnes. C'est aux différents décideurs d'agir et au plus vite. », ajoute **Éric Guazzaroni, Directeur de la division hygiène professionnelle d'Essity**. « Au sein du groupe Essity, nous intégrons de nombreuses innovations dans nos solutions afin de répondre à divers besoins, comme garantir que les distributeurs de serviettes ou de savon soient toujours approvisionnés. »

Sources

*Enquête Essity France 2025, menée auprès de 11 500 personnes dans 11 pays





Think ahead.

À propos de Tork

La marque Tork propose des produits et services d'hygiène aux professionnels du monde entier, des restaurants aux établissements de santé, en passant par les bureaux, les écoles et les industries. Parmi nos produits, vous trouverez des distributeurs, des essuie-mains en papier, du papier toilette, du savon, des serviettes de table et des chiffons d'essuyage, mais également des solutions logicielles dédiées au nettoyage basé sur les données. Grâce à son expertise en hygiène, sa gamme fonctionnelle et son engagement dans le respect du développement durable, Tork est devenu un leader sur le marché, aidant les clients à anticiper afin de toujours être prêts à offrir ce qu'ils font de mieux. Tork est une marque mondiale d'Essity et un partenaire engagé envers ses clients dans plus de 110 pays. Pour rester au fait de l'actualité et des innovations Tork, rendez-vous sur : www.Tork.fr

Le Groupe Essity

Essity est un Groupe international leader dans l'hygiène et la santé. Chaque jour, nos produits, services et solutions sont utilisés par un milliard de personnes dans le monde. Notre raison d'être est de repousser les limites pour plus de bien-être (breaking barriers to well-being) au bénéfice des consommateurs, patients, soignants, clients et de la société civile. 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, Cutimed, JOBST, Knix, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Modibodi, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic et Zewa. En 2024, Essity a réalisé un chiffre d'affaires net de 13 milliards d'euros et comptait environ 36.000 collaborateurs. Le Groupe a son siège mondial à Stockholm, en Suède, et est coté au Nasdaq de Stockholm. Plus d'informations 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 2011, 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](https://twitter.com/Essity_FR).