



Dans une étude sur l'accessibilité à l'hygiène dans les toilettes publiques, Tork met en lumière les améliorations à réaliser pour les rendre accessible à tous

Tork, leader mondial de l'hygiène professionnelle, annonce son engagement à promouvoir l'hygiène inclusive dans les toilettes. Son objectif est d'étudier les améliorations à réaliser pour rendre accessible l'hygiène dans ces lieux, qui sont souvent les plus fréquentés d'un établissement. Il s'agit également d'améliorer le confort des utilisateurs et du personnel d'entretien, quels que soient leur état de santé, leurs capacités, leur neurodiversité, leurs préoccupations générales en matière d'hygiène ou leur âge. Ainsi, selon la récente étude de Tork, on observe que près de la moitié des personnes interrogées (44 %) se sentent anxieuses à l'idée d'utiliser les toilettes publiques¹.



Les obstacles à l'hygiène dans les toilettes publiques sont un défi quotidien, d'autant plus qu'ils ne sont pas tous visibles. En effet, les utilisateurs peuvent être gênés par toute une série de facteurs, notamment l'impossibilité d'accéder

aux distributeurs de savon et d'essuie-mains, le bruit, le manque d'intimité ou de propreté.

Selon l'étude Tork Insight 2024, de nombreuses personnes ne sont pas à l'aise avec l'utilisation des toilettes, ce qui a un impact négatif sur leur bien-être. Les principales conclusions de cette étude sont les suivantes :

- **73 % des répondants se sentent mal s'ils ne peuvent pas se laver les mains correctement,**
- **73 % admettent qu'avoir une expérience désagréable dans les toilettes d'un restaurant impacte leur volonté d'y retourner,**
- **38 % évitent de trop manger ou de trop boire pour ne pas avoir à aller aux toilettes,**
- **1 salarié sur 6 (17%) a révélé avoir déjà démissionné à cause de l'état des toilettes,**
- **26 % des répondants ont déjà évité une sortie ou un voyage à cause de préoccupations concernant l'accès aux toilettes,**
- **44 % planifient leurs itinéraires de voyage en fonction de l'accès aux toilettes.**

*« L'accès pour tous aux toilettes n'est pas seulement une question de commodité, c'est un besoin de santé publique », déclare **Eric Guazzaroni**. « Les toilettes sont l'endroit le plus fréquenté d'un établissement et notre étude réaffirme qu'elles ne sont souvent pas équipées pour s'adapter à l'évolution constante des besoins de la population. Cela influence le désir d'un individu à interagir socialement et à travailler, ses habitudes d'achat de nourriture, de boissons ou de dîner dans un restaurant, et même les itinéraires qu'il choisit d'emprunter. Aux côtés d'experts et de parties prenantes, nous cherchons à étudier et à trouver des solutions pour que l'hygiène dans les toilettes soit plus accessible pour la majorité des utilisateurs ».*

Tork a ainsi annoncé pour la première fois son objectif de faciliter l'hygiène inclusive dans les toilettes lors de l'événement Reuters Responsible Business USA 2024 à New York. Amie Kromis, directrice DEI pour Essity Amérique du Nord, s'est jointe aux dirigeants du monde entier pour étudier comment les entreprises peuvent améliorer la durabilité environnementale et sociétale de leurs opérations et de leurs solutions. Lors de l'événement, des serviettes en papier Tork laissaient apparaître les témoignages de personnes

confrontées à des obstacles liés à l'hygiène des mains. Installées dans les toilettes, ces serviettes faisaient partie des initiatives de Tork pour mettre en lumière des expériences réelles et éduquer les dirigeants concernant les lieux où ces obstacles surviennent.

*« De nombreuses personnes dans le monde se heurtent à des obstacles, à une gêne ou à une angoisse lorsqu'elles essaient de se laver et de se sécher correctement les mains dans des toilettes publiques ou sur leur lieu de travail », déclare **Ron Clemmer, directeur du secrétariat du Partenariat mondial pour le lavage des mains.** « Nous savons que le lavage des mains est essentiel pour réduire la propagation des maladies et assurer l'intégrité d'une bonne hygiène, mais il n'est pas facilement accessible à tous. Nous félicitons Tork d'avoir pris la tête de cette importante initiative et de continuer à attirer l'attention sur l'accessibilité du lavage des mains dans les toilettes publiques et sur le lieu de travail, et de l'améliorer. Grâce à ces efforts, ils ouvrent la voie pour que tout le monde puisse se laver les mains plus facilement et correctement dans ces lieux ».*

Cet été, Tork et le Partenariat mondial pour le lavage des mains ont organisé une table ronde axée sur l'hygiène inclusive à Washington, D.C. En réunissant des experts et en favorisant les discussions, l'événement visait à élever la conversation sur l'hygiène inclusive dans les toilettes publiques et à identifier les améliorations à apporter. Des experts et des voix de premier plan représentant des organisations publiques et privées se sont réunis pour examiner les nouvelles données, partager leur expertise et travailler à une meilleure compréhension des enjeux.

Pour en savoir plus sur les obstacles à l'hygiène inclusive, sur les mesures pratiques à prendre en tant qu'entreprise et pour rejoindre Tork dans sa démarche visant à aider les entreprises à fournir une hygiène plus inclusive dans leurs toilettes, vous pouvez consulter le site : www.tork.fr/hygieneinclusive

¹ Données issues de l'enquête 2024 Tork Insights réalisée auprès de 6 000 personnes âgées de 18 à 65 ans et plus et de 900 répondants représentant des

entreprises aux États-Unis, au Mexique, au Royaume-Uni, en Allemagne et en France.

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, 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.

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 et @Essity_FR.