

# Stigmatisation des règles : comprendre, agir et libérer la parole

par Morgan | 7 Mai 2025

Mis à jour le 11 décembre 2025

🕒 Temps de lecture : 19 min



En 2025, parler des règles devrait être aussi naturel que de discuter de la météo. Pourtant, ce sujet, qui concerne la moitié de l'humanité à un moment ou à un autre de sa vie, reste encore trop souvent teinté de gêne, de silence, voire de honte. Saviez-vous qu'une personne sur deux considère encore les règles comme un sujet tabou ? (Source : *Baromètre Règles Élémentaires 2022*). Ce chiffre, bien que légèrement en baisse chez les plus jeunes, démontre à quel point le chemin vers une banalisation complète est encore long. Chaque fois qu'une personne chuchote pour demander une protection périodique, qu'elle dissimule un tampon dans sa manche pour se rendre aux toilettes, ou qu'elle endure en silence des douleurs invalidantes par peur du jugement, la stigmatisation des règles se rappelle à nous, insidieuse et persistante.

Ce tabou ancestral n'est pas sans conséquences. Il pèse sur le bien-être individuel, la santé physique et mentale, l'égalité entre les genres, et a même des répercussions économiques et environnementales. Comment un phénomène physiologique aussi universel peut-il encore être source de tant de non-dits et d'inégalités ? Pourquoi cette chape de plomb persiste-t-elle, et surtout, comment pouvons-nous collectivement la lever ?

Cet article se propose d'explorer en profondeur la question de la stigmatisation des règles. Nous commencerons par définir clairement ce dont il s'agit et les formes multiples qu'elle peut prendre au quotidien. Nous nous pencherons ensuite sur ses impacts considérables, touchant à la fois la sphère intime et la vie en société. Nous ferons un détour par l'histoire de la publicité menstruelle, pour comprendre comment les représentations ont évolué, passant d'un marketing de la honte à des discours plus engagés. Enfin, et c'est là l'essentiel, nous explorerons ensemble des pistes concrètes pour agir, que ce soit à l'échelle individuelle, au sein des organisations ou plus largement dans la société. Notre objectif est simple : vous fournir les clés pour comprendre, vous encourager à ouvrir le dialogue et vous inciter à devenir, à votre tour, des actrices et acteurs du changement. Car oui, il est plus que temps de changer les règles, ensemble.

# La stigmatisation menstruelle : définitions et manifestations

La stigmatisation des règles, c'est bien plus qu'une simple gêne passagère. Il s'agit d'un phénomène social complexe qui désigne l'ensemble des attitudes, croyances et pratiques négatives associées aux menstruations et aux personnes qui les vivent. Ce n'est pas un hasard si le mot « tabou » revient si souvent : la stigmatisation érige des barrières invisibles, transforme un processus physiologique naturel en un sujet honteux, voire impur, qu'il convient de cacher et de taire. Elle s'ancre profondément dans des normes sociales et des constructions de genre qui ont, pendant des siècles, associé le corps menstrué à quelque chose de mystérieux, de potentiellement dangereux ou de moins valable. Comprendre cela est essentiel, car la stigmatisation des règles n'est pas une « affaire de femmes » ou une question purement privée ; c'est un véritable enjeu de société qui freine l'égalité et le bien-être de toutes et tous.

La stigmatisation menstruelle ne se présente pas sous une forme unique ; elle est protéiforme et s'immisce dans de nombreux aspects de notre quotidien, souvent de manière subtile, parfois de façon plus frontale. Identifier ses différentes manifestations est le premier pas pour la combattre efficacement.

L'une de ses expressions les plus courantes est le silence et l'évitement. Combien de fois avons-nous entendu des euphémismes comme « les Anglais ont débarqué », « je suis indisposée » ou « la période rouge » pour éviter de prononcer le mot « règles » ? Ce contournement lexical, loin d'être anodin, renforce l'idée que le sujet est inapproprié, voire sale. On évite d'en parler ouvertement, que ce soit en famille, entre amies et amis, et encore plus dans la sphère professionnelle. Ce silence contribue à un manque criant d'informations et à la perpétuation de mythes.

Ensuite, il y a les stéréotypes et les moqueries. Qui n'a jamais entendu le "Qu'est ce que t'as ? T'as tes règles ?" ou une blague désobligeante sur l'humeur prétendument changeante des personnes pendant leurs règles, ou des insinuations sur une baisse de compétence ou de rationalité ? "T'as le cul dans les fraises ?" 🍓🍓 Connaissez-vous cette expression ? Chez Marguerite & Cie, elle nous a marquées depuis que Béatrice, une amie, nous a confié qu'on lui avait lancé cette phrase au travail.

Ces clichés, souvent sexistes, réduisent les personnes menstruées à leurs cycles et alimentent une vision négative et infantilisante. Ils peuvent entraîner une pression supplémentaire pour faire comme si de rien n'était, même en cas de douleurs ou de fatigue.

L'invisibilisation matérielle est une autre facette de cette stigmatisation. L'absence quasi systématique de protections périodiques gratuites et accessibles dans les toilettes des écoles, des entreprises ou des lieux publics en est un exemple flagrant. C'est comme si ce besoin fondamental n'existait pas ou devait rester entièrement à la charge et à la discrétion des personnes concernées. Pendant longtemps, la publicité elle-même a contribué à cette invisibilisation, en utilisant un liquide bleu pour représenter le sang menstruel, comme pour nier la réalité et ne pas « choquer ». Heureusement, les lignes commencent à bouger sur ce front, mais le réflexe de cacher la réalité des règles reste tenace.

Enfin, et c'est peut-être la conséquence la plus insidieuse, il y a l'auto-stigmatisation. À force d'entendre que les règles sont sales, honteuses ou problématiques, beaucoup de personnes finissent par intérioriser ces messages négatifs. Cela se traduit par une honte profonde, une obsession de la discrétion, l'angoisse permanente de la « tache » visible, ou la difficulté à parler de son corps et de ses besoins. Cette honte intériorisée peut avoir des conséquences directes sur la santé, en retardant par exemple la consultation pour des douleurs ou des saignements anormaux.

*« Je me souviens de mes premières règles. J'étais en cours de sport. J'ai senti quelque chose couler et j'ai paniqué. Je n'osais rien dire à personne, ni à mes copines, ni à la professeure. J'ai passé le reste de l'heure terrorisée à l'idée que quelqu'un voie la tache sur mon short clair. Quand je suis rentrée chez moi, ma mère m'a donné des serviettes en me disant de faire attention et de ne pas en parler à mon petit frère. J'ai tout de suite compris que c'était quelque chose de secret, un peu*

*quand je dois parler de mes règles. »*

**Chloé, 25 ans**

une toile d'impacts négatifs qui s'étendent bien au-delà de l'inconfort passager, affectant profondément la santé mentale, la situation économique, les dynamiques sociales et même notre environnement. Prendre la mesure de ces conséquences est indispensable pour comprendre l'urgence d'agir.

## L'épée de Damoclès sur la santé mentale

L'un des impacts les plus insidieux et pourtant les moins discutés de la stigmatisation des règles concerne la santé mentale. Vivre ses règles dans une société qui les considère encore comme un sujet tabou peut générer un fardeau psychologique considérable. L'anxiété et le stress sont des compagnons fréquents pour de nombreuses personnes réglées. La peur constante de la fuite, la crainte d'une tache visible sur un vêtement, l'appréhension du jugement ou des moqueries si l'on doit s'absenter ou si l'on semble moins performante... tout cela crée un état de vigilance permanent, épuisant nerveusement. Cette angoisse peut être particulièrement aiguë à l'adolescence, période de grande vulnérabilité, mais elle perdure souvent à l'âge adulte, notamment dans le contexte professionnel où l'image de soi est constamment en jeu.

La honte et la baisse de l'estime de soi ont également des conséquences directes. Lorsque la société renvoie l'image que quelque chose d'aussi naturel que les règles est sale ou doit être caché, il est difficile de ne pas intérioriser ces messages. Beaucoup de personnes développent un rapport compliqué à leur propre corps, se sentant « impures » ou « anormales » pendant leurs règles. Cette honte peut miner la confiance en soi et affecter la manière dont on interagit avec les autres et dont on se perçoit.

Plus grave encore, le tabou entourant les menstruations rend extrêmement difficile la communication autour des douleurs et des problèmes gynécologiques. Des millions de personnes souffrent de douleurs menstruelles invalidantes, de Syndrome Prémenstruel (SPM) sévère, ou de maladies chroniques comme l'endométriose. Pourtant, la peur d'être jugée, de ne pas être prise au sérieux (« c'est normal d'avoir mal », « tu exagères »), ou simplement la gêne d'aborder un sujet intime, empêchent souvent de chercher de l'aide, de consulter un professionnel de santé ou même d'en parler à ses proches. Ce silence peut entraîner des retards de diagnostic dramatiques, des souffrances inutiles et un sentiment d'isolement profond. On se sent seule face à sa douleur, incomprise, parfois même coupable de ne pas « gérer » comme il le faudrait.

*« Pendant des années, j'ai cru que mes douleurs pendant les règles étaient normales. Je me pliais en deux chaque mois, je vomissais parfois, mais on m'avait toujours dit que c'était 'ça, être une femme'. J'avais tellement honte d'en parler, peur qu'on me trouve douillette ou que je me plaigne pour rien. Au travail, je prenais sur moi, je souriais alors que j'avais l'impression qu'on me tordait les entrailles. Quand j'ai enfin osé consulter sérieusement, après une énième crise insupportable, et que le diagnostic est tombé, ça a été un choc, mais aussi un soulagement. Un soulagement de savoir que ce n'était pas 'dans ma tête'. Mais j'ai perdu tellement d'années à souffrir en silence, à me sentir anormale. Si le sujet des règles avait été moins tabou, si j'avais pu en parler plus librement, peut-être que j'aurais été prise en charge plus tôt. »*

**Manon, 32 ans, diagnostiquée tardivement avec une endométriose**

## Les conséquences économiques : un coût invisible mais réel

La stigmatisation des règles ne se contente pas d'affecter le bien-être psychologique ; elle a également des conséquences économiques tangibles, souvent sous-estimées ou invisibilisées. Ces impacts financiers pèsent de manière disproportionnée sur les personnes menstruées et, par ricochet, sur l'ensemble de la société.

années précédentes (2 millions en 2021). Cela signifie que des millions de personnes n'ont pas les moyens financiers suffisants pour se procurer régulièrement des protections périodiques en quantité adéquate. Elles sont alors contraintes d'utiliser des solutions de fortune (papier toilette, tissus usagés, etc.), de porter des protections plus longtemps que recommandé, ou de choisir entre acheter des protections et subvenir à d'autres besoins essentiels comme l'alimentation. Cette situation indigne a des répercussions directes sur la santé (risques d'infections), la dignité et la participation à la vie sociale et éducative.

Au-delà de la précarité, le coût des protections périodiques représente une charge financière spécifique et contraignante pour toutes les personnes qui ont leurs règles, quels que soient leurs revenus. Sur toute une vie fertile, cette dépense s'accumule et constitue une inégalité économique de fait par rapport aux personnes qui n'ont pas de règles. Cet aspect est d'autant plus problématique qu'il s'inscrit souvent dans un contexte d'inégalités salariales persistantes entre les femmes et les hommes. Les règles ajoutent une couche d'inégalités à un « [millefeuille existant](#) ».

La stigmatisation a aussi un impact sur la productivité et l'absentéisme au travail et à l'école. Les douleurs menstruelles, lorsqu'elles ne sont pas reconnues ou prises en charge, peuvent rendre la concentration difficile, voire impossible. La peur de la fuite, le manque d'accès à des sanitaires adéquats ou à des protections en cas d'oubli peuvent générer un stress qui nuit à la performance. Certaines personnes sont contraintes de s'absenter, parfois sans oser en donner la véritable raison par crainte du jugement ou de l'incompréhension. Ces absences, ou cette baisse de productivité « cachée », ont un coût pour les entreprises et pour l'économie en général, un coût qui pourrait être largement diminué par une meilleure prise en compte des besoins liés aux menstruations.

Enfin, dans de nombreuses régions du monde, et parfois même en France dans des contextes de grande précarité, le manque d'accès à des protections et la stigmatisation des règles constituent un frein majeur à l'éducation des jeunes filles. L'absentéisme scolaire lié aux règles, par manque de produits ou par peur des moqueries, peut entraîner un décrochage et limiter les opportunités futures de ces jeunes. 130 000 collégiennes et lycéennes sont concernées chaque mois par l'absentéisme scolaire en France pour ces raisons, un chiffre qui interpelle sur l'urgence d'agir également dans le milieu éducatif.

## Les conséquences sociales : un frein à l'égalité et au lien

Au-delà des impacts individuels sur la santé mentale et la situation économique, la stigmatisation des règles tisse une toile de conséquences sociales qui affectent la dynamique collective et freinent la marche vers une véritable égalité.

L'un des effets les plus manifestes est l'entrave à l'égalité des genres. En maintenant les règles dans la sphère du tabou, du caché, voire du honteux, la société perpétue une forme de discrimination qui pèse spécifiquement sur les personnes réglées. Cela renforce l'idée que certains aspects du corps sont problématiques ou moins « nobles » que d'autres. Ce fardeau invisible contribue à maintenir des déséquilibres et à légitimer, insidieusement, des inégalités de traitement dans d'autres domaines. Comme le souligne notre copine Elise Thiébaud, journaliste, éditrice de [@nouvelles\\_Lunes](#), autrice de « [Ceci est mon sang](#) » :

« C'est parce que les règles sont taboues que les femmes subissent une forme d'oppression qu'aucun homme ne connaîtra jamais. »

La stigmatisation peut également entraîner une limitation de la participation à certaines activités sociales, sportives ou de loisir. La peur de la fuite, l'inconfort lié aux douleurs, ou simplement la gêne d'avoir ses règles peuvent conduire certaines personnes à s'isoler ou à renoncer à des moments de convivialité et d'épanouissement. Cette auto-restriction, bien que compréhensible dans un contexte de tabou, appauvrit la vie sociale et peut renforcer un sentiment de différence ou d'exclusion.

De plus, le manque de dialogue ouvert sur les règles crée des difficultés de communication et d'incompréhension au sein des familles, des couples, et même entre collègues. Comment expliquer sereinement à son partenaire, à ses enfants (garçons comme filles), ou à un collègue masculin ce que l'on vit si le sujet est d'emblée considéré comme gênant ou inapproprié ? Ce silence nourrit les malentendus, les idées reçues et peut empêcher la mise en place d'un

Enfin, la stigmatisation des règles peut avoir des répercussions sur la manière dont les politiques publiques et les entreprises abordent la question. Si [le sujet reste tabou](#), il est plus difficile de faire émerger des revendications légitimes pour un meilleur accès aux protections périodiques, pour une meilleure prise en charge des douleurs menstruelles, ou pour une adaptation des conditions de travail. Le silence collectif freine la prise de conscience et donc l'action politique et organisationnelle. Heureusement, des voix s'élèvent de plus en plus pour changer cela, mais le poids des représentations sociales négatives reste un obstacle important.

## Les conséquences environnementales : un tabou qui pèse sur la planète

Si les impacts sociaux, économiques et psychologiques de la stigmatisation des règles sont de plus en plus documentés, ses conséquences environnementales restent parfois dans l'ombre. Pourtant, le tabou qui empêche de parler ouvertement des menstruations a aussi un coût écologique non négligeable, principalement lié à la production, à l'utilisation et à l'élimination des protections périodiques conventionnelles.

Le silence entourant les règles a longtemps freiné les discussions sur la composition des protections périodiques que des milliards de personnes utilisent chaque mois. Pendant des décennies, la priorité a été donnée à la discrétion et à l'efficacité, sans que la question des matériaux utilisés et de leur impact sur l'environnement ne soit réellement soulevée publiquement. Or, une grande majorité des tampons et serviettes jetables conventionnels contiennent des matières plastiques (polypropylène, polyéthylène, etc.), des polymères super-absorbants (SAP), des parfums et des agents blanchissants comme le chlore. La charte éditoriale de Marguerite & Cie rappelle d'ailleurs que la marque Natracare, partenaire de l'entreprise, considère que les protections périodiques peuvent contenir jusqu'à 90% de plastique. Un chiffre alarmant quand on sait que, selon Planétoscope, 45 milliards de serviettes sont jetées chaque année dans le monde.

Cette utilisation massive de protections jetables contenant du plastique a des répercussions directes sur notre environnement. Une fois utilisées, ces protections deviennent des déchets qui mettent des centaines d'années à se dégrader. Jetées dans les toilettes (une pratique encore trop courante malgré les interdictions), elles contribuent à la pollution des systèmes d'assainissement et des milieux aquatiques. Surfrider Foundation Europe, citée dans notre article sur [le plastique dans les protections périodiques](#), recense régulièrement des milliers de tampons et d'applicateurs sur les plages européennes. Ces déchets plastiques menacent la faune marine, qui peut les ingérer ou s'y emmêler, et se fragmentent en microplastiques qui contaminent durablement les écosystèmes et la chaîne alimentaire.

La production de ces protections conventionnelles est également source de pollution. La culture du coton non biologique, souvent utilisé dans leur fabrication, requiert d'importantes quantités d'eau et de pesticides. Les processus de transformation et de blanchiment des matériaux peuvent aussi être énergivores et générer des effluents polluants. Le tabou des règles, en limitant la demande pour des alternatives plus écologiques et transparentes, a indirectement soutenu ce modèle de production peu respectueux de l'environnement.

Heureusement, une prise de conscience émerge. Le lien entre la stigmatisation des règles et l'impact environnemental des protections devient plus clair. Lever le tabou, c'est aussi pouvoir exiger plus de transparence sur la composition des produits que nous utilisons au contact de notre intimité, et c'est pouvoir choisir des options plus écologiques : protections réutilisables (coupes menstruelles, culottes et serviettes lavables) ou protections jetables fabriquées à partir de matériaux biodégradables et biologiques, sans plastique ni produits chimiques nocifs. Marguerite & Cie, en s'associant à Natracare et en promouvant des produits sains, s'inscrit dans cette démarche. En 2024, l'entreprise a ainsi permis d'éviter 19 tonnes de plastique et 1,7 tonne de pesticides, une preuve concrète qu'agir est possible.

Parler ouvertement des règles, c'est donc aussi parler de notre responsabilité collective envers la planète. C'est reconnaître que nos choix de consommation, même les plus intimes, ont un impact, et que nous avons le pouvoir de choisir des solutions plus respectueuses de notre corps et de l'environnement.



avec le tabou. Pendant la Seconde Guerre mondiale et l'après-guerre, l'ampax s'annonce déjà dans des dizaines de magazines, vantant « ces jours-là » comme un simple contretemps pour les femmes engagées dans l'effort collectif, tout en évitant soigneusement le mot « règles ».

Dans les années 1950-1960, l'icône publicitaire devient la ménagère sportive : en 1958, une annonce montre pour la première fois une personne en maillot de bain avec le slogan « Don't miss a single day of fun », signe que la capacité à rester active devient un argument de vente central. La censure, pourtant, demeure : radio et télévision sont interdites de spots menstruels jusqu'en 1972, date à laquelle le National Association of Broadcasters lève enfin le ban – toujours sans sang à l'écran. Parallèlement, l'innovation produit nourrit le discours : l'arrivée des serviettes autoadhésives Stayfree en 1969 promet de libérer les corps des ceintures sanitaires, préparant ainsi le terrain aux années 80.

Puis vint la longue « période bleue », des années 1980 jusqu'au milieu des années 2010. Les fameuses publicités où un liquide bleu, aseptisé et irréel, était versé sur une serviette pour en démontrer l'absorption. Cette convention visuelle, adoptée mondialement, symbolise à elle seule l'incapacité de la société à regarder la réalité des règles en face. Le sang, le vrai, était jugé trop choquant, trop cru pour être montré. Les publicités mettaient en scène des jeunes femmes épanouies, souvent vêtues de blanc, courant dans des champs de fleurs ou pratiquant des sports extrêmes, comme pour conjurer l'idée que les règles pourraient être un frein ou une source d'inconfort. La promesse était celle d'une « normalité » retrouvée, d'une invisibilité totale du cycle menstruel, renforçant paradoxalement le tabou en niant sa réalité physique.

Heureusement, les lignes ont commencé à bouger ces dernières années, sous l'impulsion de mouvements féministes, de consommatrices et consommateurs plus exigeants, et de marques plus audacieuses. Des campagnes ont enfin osé briser les codes. On se souvient de l'initiative #LikeAGirl d'Always en 2014, qui cherchait à redonner du pouvoir à l'expression « comme une fille ». Puis, en 2017, la marque Bodyform (Libresse/Nana en France) a marqué une rupture en montrant enfin du sang rouge dans sa campagne « Blood Normal », un geste fort salué pour son réalisme. D'autres ont suivi, comme Nana avec « Viva la Vulva » en 2019, célébrant la diversité des corps, ou plus récemment des marques de culottes menstruelles comme Moodz, qui n'hésitent pas à utiliser l'humour et un ton direct pour parler des règles sans fard, comme avec leur campagne d'affichage « On ne va quand même pas parler de règles ici ». Thinx, aux États-Unis, a également mené des campagnes percutantes, comme « State of the Period », mettant en lumière la précarité menstruelle.

Ces évolutions sont cruciales. Elles montrent que la publicité, après avoir longtemps renforcé la stigmatisation, peut aussi devenir un formidable outil pour la déconstruire. En proposant des représentations plus inclusives, réalistes et décomplexées, elle peut contribuer à normaliser le sujet des règles, à éduquer et à ouvrir le dialogue. Le chemin est encore long pour que toutes les publicités reflètent la diversité des expériences menstruelles, mais la tendance est encourageante. Il est essentiel que les marques continuent sur cette voie, en comprenant que parler vrai est non seulement un acte militant, mais aussi une attente forte de la part d'un public de plus en plus conscient et désireux de briser les tabous.

s'installer. Pourtant, il est essentiel de se rappeler que les tabous ne sont pas immuables et que chacune et chacun d'entre nous a un rôle à jouer pour faire évoluer les mentalités et construire un environnement plus juste et respectueux. Agir ensemble, à différents niveaux, est la clé pour véritablement changer les règles.

## L'éducation : la pierre angulaire pour briser le silence dès le plus jeune âge.

Tout commence par l'éducation. Il est fondamental d'instaurer une éducation menstruelle complète, décomplexée et inclusive, et ce, dès le plus jeune âge, aussi bien à l'école qu'au sein des familles. Il ne s'agit pas seulement d'expliquer le fonctionnement biologique du cycle menstruel, mais aussi d'aborder les aspects émotionnels, sociaux et environnementaux. Les garçons comme les filles doivent être informés pour déconstruire les mythes et les idées reçues. Les médias, les créatrices et créateurs de contenu, et les personnalités publiques ont également une responsabilité importante en diffusant des informations justes et en adoptant un discours positif et ouvert sur le sujet. Encourager les discussions ouvertes et bienveillantes au sein du cercle familial, amical et scolaire est primordial pour que les jeunes générations grandissent avec une vision saine et naturelle des règles.

## Créer des environnements bienveillants et inclusifs : l'affaire de toutes et tous.

Au-delà de l'éducation initiale, il est crucial de façonner des environnements où les personnes menstruées se sentent comprises, respectées et soutenues.

Dans le monde du travail, ça passe par la sensibilisation des équipes et du personnel d'encadrement aux réalités des règles et à leurs impacts potentiels (douleurs, fatigue, SPM, stress,...). Les entreprises peuvent mettre en place des politiques de soutien concrètes : une plus grande flexibilité dans l'organisation du travail (télétravail ponctuel si possible), la discussion autour du congé menstruel (un sujet qui gagne en visibilité et qui est déjà une réalité dans certains pays ou entreprises), et surtout, un accès facilité et gratuit à des protections périodiques de qualité dans les sanitaires. Ce dernier point, simple en apparence, envoie un message fort de reconnaissance et de considération.

« Quand j'ai pris mes fonctions de responsable RSE dans notre PME, j'ai rapidement identifié que le sujet des règles était un non-dit, alors même que notre effectif est majoritairement féminin. Sur la base du volontariat, nous avons organisé des petits ateliers de sensibilisation, co-animés avec une intervenante extérieure, pour libérer la parole. Suite à cela, nous avons décidé d'installer des distributeurs de protections périodiques biologiques dans tous les sanitaires. Au début, certaines personnes étaient un peu surprises, mais très vite, les retours ont été extrêmement positifs. Plusieurs collaboratrices m'ont confié que c'était un vrai soulagement de ne plus avoir à se soucier d'un oubli ou d'une arrivée imprévue de leurs règles. Cela a contribué à créer un climat de confiance et à montrer que l'entreprise se soucie réellement du bien-être de son personnel. »

**Alexandre, 45 ans**

Dans les lieux publics (établissements scolaires, universités, administrations, bibliothèques, gares, etc.), la généralisation de l'accès gratuit à des protections périodiques saines devrait devenir la norme. C'est un enjeu de santé publique, d'égalité et de dignité. De nombreuses collectivités et institutions commencent à s'engager dans cette voie, et il est important de soutenir et d'amplifier ces initiatives.

## Les solutions concrètes : s'engager pour un accès universel à des protections saines.

C'est ici que des entreprises comme Marguerite & Cie jouent un rôle crucial, non pas seulement en tant que fournisseur de produits, mais comme véritable partenaire du changement. L'engagement de Marguerite & Cie se traduit par la mise à disposition de [protections](#)

**distributeurs de protections périodiques**, conçus pour être simples d'utilisation et écoresponsables, permettent aux organisations de toutes tailles (entreprises, établissements scolaires, collectivités) d'offrir gratuitement des protections à leurs usagères et usagers, employées et employés.

Notre approche va au-delà de la simple fourniture de produits. Elle intègre une dimension essentielle de sensibilisation et d'accompagnement, en proposant par exemple des ateliers ou des supports pédagogiques pour aider à briser le tabou et à informer. C'est cette vision globale – des produits de qualité, un accès facilité et un travail de fond sur les mentalités – qui permet d'apporter une réponse concrète et durable à la problématique de la stigmatisation et de la précarité menstruelle. En choisissant de s'équiper avec des solutions comme celles proposées par Marguerite & Cie, les entreprises et les collectivités ne font pas qu'un geste pour le confort de leurs publics ; elles posent un acte fort en faveur de l'égalité, de la santé et du respect de l'environnement. Elles contribuent activement à faire des règles un non-sujet, un simple aspect de la vie qui ne devrait plus jamais être source de honte ou d'inégalité.

## Ensemble, libérons la parole et changeons les règles !

Nous avons parcouru ensemble les multiples facettes de la stigmatisation des règles : un phénomène insidieux qui, du silence gêné aux conséquences économiques, sociales, environnementales et sur la santé mentale, impacte profondément la vie de millions de personnes. Nous avons vu comment le poids des traditions et des représentations, y compris publicitaires, a longtemps contribué à maintenir ce tabou. Mais nous avons aussi exploré les nombreuses pistes d'action qui s'offrent à nous pour inverser la tendance.

Le constat est clair : la stigmatisation des règles n'est pas une fatalité. Le changement est non seulement possible, mais il est déjà en marche. De plus en plus de voix s'élèvent, d'initiatives émergent, et la prise de conscience collective progresse. Des entreprises engagées, des associations, des personnalités publiques et des citoyennes et citoyens ordinaires contribuent chaque jour à faire bouger les lignes, à rendre visible l'invisible, et à transformer la honte en fierté et en revendication légitime.

L'espoir est donc permis, et il réside dans notre capacité collective à agir. Chacune et chacun, à son échelle, peut devenir un maillon de cette chaîne du changement. Comment ? En commençant par le plus simple, et peut-être le plus puissant : parler des règles ouvertement et sans tabou. Osons nommer les choses, que ce soit avec nos enfants, nos amies et amis, nos collègues, notre partenaire. Encourageons nos proches à poser des questions, à s'informer, à remettre en cause les idées reçues et les blagues sexistes. N'ayons plus peur de partager nos expériences, nos difficultés, mais aussi nos solutions.

Ensemble, nous pouvons créer une société où les règles sont enfin considérées pour ce qu'elles sont : un phénomène naturel et une partie intégrante de la vie. Une société où chaque personne menstruée peut vivre son cycle dans la dignité, la sérénité et le respect, sans jamais avoir à rougir ou à se cacher. Une société où l'accès à des protections périodiques saines et écologiques est un droit fondamental pour toutes et tous.

Chez Marguerite & Cie, nous sommes convaincues et convaincus que c'est en unissant nos forces et en cultivant la bienveillance, la progression et le bon sens que nous y parviendrons. Alors, n'hésitez pas à partager cet article, à en discuter autour de vous, et à rejoindre le mouvement pour que, demain, les règles ne soient plus jamais un sujet de stigmatisation, mais une simple conversation.

**Rappel important** : cet article a été rédigé avec l'aide d'une intelligence artificielle pour la recherche, la structuration et la rédaction initiale. Des personnes bien réelles, qui ont leurs règles, ont ensuite relu, enrichi, vérifié les données, corrigé les formulations, bu beaucoup de thé, de café (et aussi mangé quelques crêpes), peaufiné ce texte avec soin et engagement pour vous offrir un contenu de qualité, aligné avec les valeurs de Marguerite & Cie.

vous avez parcouru l'essentiel... mais avez-vous vraiment tout retenu sur la stigmatisation autour des règles ?

[Je fais le quiz !](#)

## Pour aller plus loin sur le sujet de la stigmatisation des règles :

« Elles utilisent l'humour pour enfin banaliser les règles » – *Le Monde* – 20 octobre 2024

« Tabou des menstruations : quel impact sur les droits des femmes ? » – CARE France – 19 septembre 2024

« La précarité menstruelle coûte trop cher : agissez pour y mettre fin » – ONU Femmes – 28 mai 2024

« State of the Period 2023 » – PERIOD & Thinx – 10 septembre 2023

« Protections périodiques : les marques devraient lutter contre la stigmatisation des règles » – Natracare – 2022

« Monstrueuses menstrues ou le tabou publicitaire des règles » – *Le Monde* – 15 août 2022

« Consommation mondiale de serviettes hygiéniques » – *Planetoscope* – 16 mai 2021

Crédit photo de couverture : Anna Alexes, Pexels

## Nos derniers articles

**Marguerite célèbres, Marguerite oubliées**

**Le tabou des règles, une construction sociale qui façonna le monde**

**Faire entrer les règles dans l'entreprise : une question de posture, pas seulement de produit**