INSTITUT d'études

LA BOITE Rose
ACTEUR ENGAGÉ DÈS LE DÉBUT DE LA VIE

france 5 .LA MAISON. des MATERNELLES

GRANDE ENQUÊTE

Naturalité



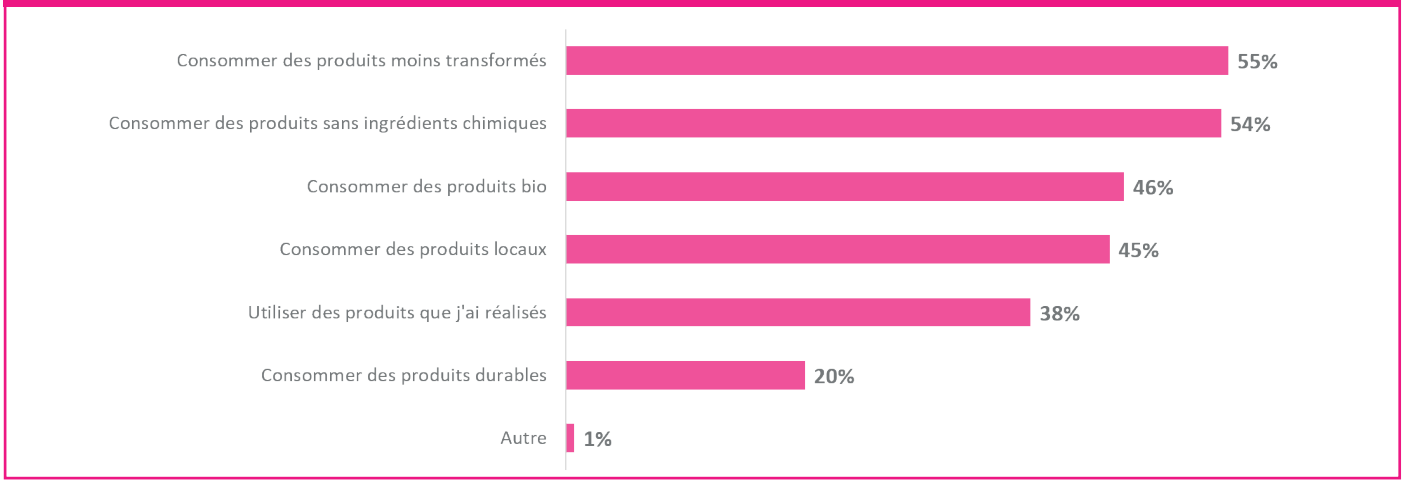
— Les mamans et la naturalité —

Vivre de façon harmonieuse avec la nature ou du moins limiter son empreinte écologique entre progressivement dans les consciences. Et heureusement, car la dégradation des différents écosystèmes nous prouve aujourd'hui l'action néfaste de l'homme sur la nature.
L'arrivée d'un bébé est une excellente occasion de se poser les bonnes questions sur la conduite à tenir pour qu'il puisse vivre sa vie future dans les meilleures conditions possible. Pour cela, les mamans font de plus en plus le choix d'une alimentation saine pour leur bébé, de couches lavables donc écologiques, d'équipements pour bébé d'occasion ou en matériaux recyclés, etc.
Alors, que vous attendiez votre premier enfant ou que vous soyez déjà maman, les informations contenues dans ce numéro de La Boîte Rose vont sans aucun doute vous intéresser. Vous y trouverez les conseils et les bonnes pratiques recueillis auprès de mamans et de futures mamans qui élèvent leur bébé « au naturel ».

Qu'est-ce que la naturalité ?

Commençons par nous interroger sur ce que signifie le terme « naturalité » pour les femmes interrogées dans le cadre de cette étude. Pour certaines d'entre elles, cela équivaut à consommer des produits moins transformés, pour d'autres à bannir les ingrédients chimiques, pour d'autres encore à s'approvisionner exclusivement en magasin bio, ou à opter pour des produits locaux, etc.

Pour consommer des produits naturels c'est :



Pour la majeure partie des femmes interrogées, la naturalité est avant tout une question de responsabilité **(56%)**, mais reflète aussi un besoin d'authenticité **(34%)**, un phénomène durable **(26%)**. En revanche, pour **13%** d'entre elles, c'est plutôt un argument de vente.
On constate que pour les femmes qui attendent leur premier enfant, la responsabilité arrive en tête avec **67%** des justifications, puis décroît sensiblement avec le nombre d'enfants déjà présents au foyer. Les mamans ayant déjà un ou plusieurs enfants sont plus nombreuses à considérer la naturalité comme un phénomène de mode **(22%)** ou un argument de vente **(22%)**, contre respectivement **14%** et **9%** pour les futures mamans.
Ce qui permet également d'évaluer le degré d'implication dans des choix plus naturels, c'est le fait de connaître ou non les différents labels écologiques présents sur le marché. Mais, même si **92%** des femmes interrogées citent le label AB en premier, les labels écologiques ne sont pas les plus connus. En effet, le label Ecocert n'arrive qu'en 8e position des labels évoqués spontanément, et Cosmebio en 11e. En revanche, ils sont d'emblée associés au caractère naturel.



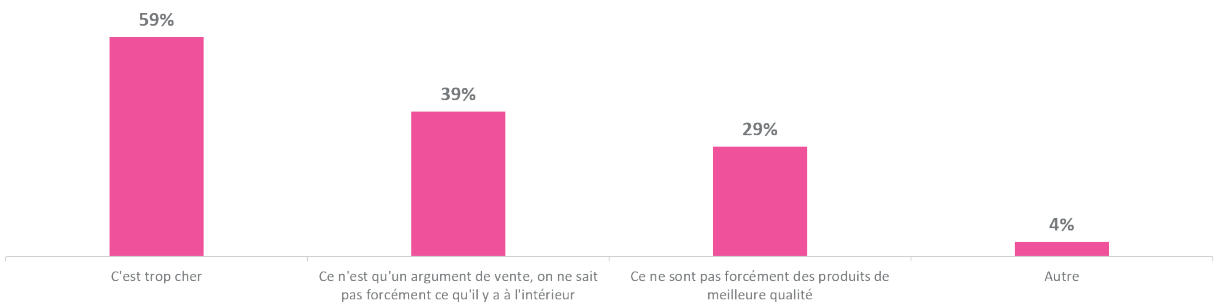
Les futures et jeunes mamans à la recherche de produits plus naturels

82% des futures et jeunes mamans déclarent faire attention au caractère naturel des produits qu'elles achètent. On s'aperçoit que de nombreux paramètres entrent en ligne de compte dans leurs choix, comme le nombre d'enfants au foyer, l'âge de la maman, la pratique d'une activité physique ou non, la personne pour laquelle on fait l'achat (nouveau-né, enfant(s), soi-même ou famille entière), le type de produit acheté (alimentation, produit d'hygiène, produit ménager, médicaments, jouets, vêtements).
Ainsi les futures mamans sont plus nombreuses à être attentives au caractère naturel **(84%)** que les mamans ayant déjà trois enfants **(66%)**. Si on considère l'âge de la maman, **87%** des 35-44 ans y sont attentives, contre **64%** pour les 18-24 ans. Les femmes pratiquant une activité sportive sont plus nombreuses à s'intéresser aux produits naturels **(86%)** que les non-sportives **(70%)**. Enfin, lorsque les femmes sont vigilantes à ce qu'elles achètent, ces achats sont le plus souvent pour toute la famille **(57%)**, et, dans **41%** des cas, exclusivement pour les enfants.
Parmi les produits qui suscitent une attention particulière, l'alimentation arrive en tête avec **94%** des préoccupations, suivent les produits d'hygiène **(84%)**, les produits ménagers **(57%)**, les médicaments **(29%)**, les jouets **(27%)** et enfin les vêtements **(12%)**.

Quelles sont les motivations des femmes ?

Quand on interroge les femmes sur leur choix de produits naturels, elles répondent majoritairement qu'ils sont meilleurs pour la santé **(95%)**, pour l'environnement **(56%)**, de meilleure qualité **(40%)**, ou encore que c'est une question d'éthique **(14%)**.
On note de légères différences d'approche selon l'âge : les 18-24 ans sont plus sensibles à la qualité des produits, tandis que les 35-44 ans se soucient plus de l'impact sur l'environnement.
Pour près de la moitié des femmes, c'est avec la maternité que leur est venue cette orientation pour une vie plus saine et plus naturelle.
Quid du papa dans cette affaire ? Dans **58%** des cas, il est impliqué dans le choix, mais dans une moindre mesure par les femmes âgées de 18 à 24 ans (seulement **43%**).
Néanmoins, il y a aussi des femmes qui n'adhèrent pas à cet engouement général. Au rayon des arguments défavorables aux produits naturels, on trouve :

Pourquoi ne consommez-vous pas de produits naturels ?

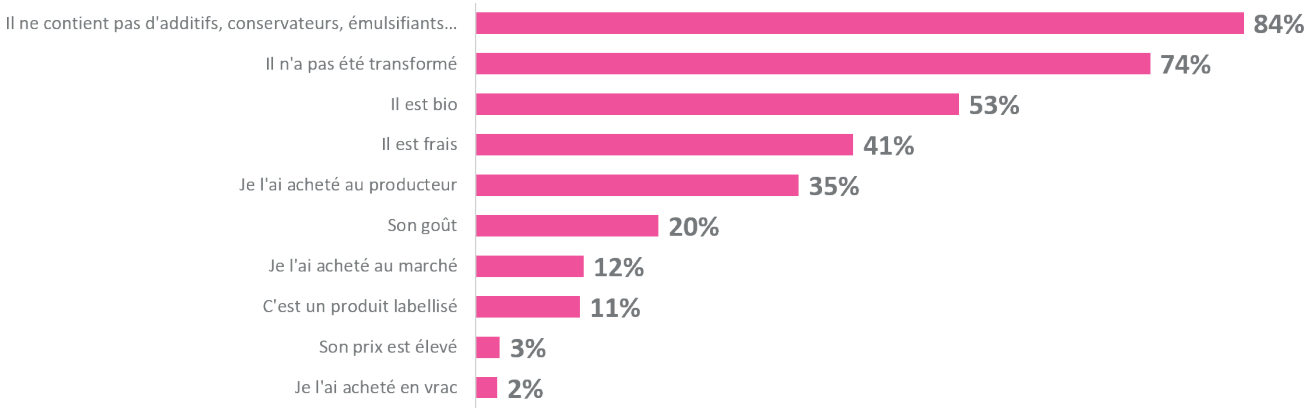


Des choix éclairés pour chaque type de produit

L'alimentation, au cœur des préoccupations des mamans

Aujourd'hui, les femmes sont de plus en plus informées, et donc de plus en plus attentives à la composition des produits. Elles ne se fient plus seulement aux labels ou aux modes d'achat (marché, vrac…). Les aliments les plus scrutés sont, sans surprise, les fruits et légumes, la viande et les produits laitiers, etc. Un aliment est considéré comme naturel si :

Qu'est-ce qui vous fait dire qu'un aliment est naturel ?



Et qui dit naturel dit aussi et souvent bio. Selon les futures et jeunes mamans, manger bio est meilleur pour la santé **(73%)**, pour l'environnement **(58%)**, c'est aussi faire le choix d'aliments qui ont plus de goût (**35%** – contre **60%**[1] pour la population totale française). Mais le bio a aussi ses détracteurs. Ainsi **39%** des femmes considèrent que les produits bio sont trop chers et **16%** que l'on ne sait pas vraiment ce qu'ils contiennent.

Malgré ces pourcentages plutôt favorables, seules **15%** des femmes s'approvisionnent exclusivement en bio, **71%** le font de temps en temps et **14%** n'en achètent jamais. En outre, plus les mamans avancent en âge, plus elles se tournent vers le bio. Et quand il s'agit de l'alimentation de bébé, on constate une nette progression du recours exclusif au bio avec **32%** des mamans qui font ce choix.

Avec la multiplication des informations concernant l'alimentation (presse, livres, sites Internet, blogs), faire ses courses implique désormais une plus grande vigilance. Et les mamans l'ont bien compris : elles sont **49%** à lire systématiquement la liste des ingrédients avant d'acheter un produit, et **48%** à la lire de temps en temps.

Et c'est d'autant nécessaire que l'on continue à faire ses courses en supermarché (**93%** des mamans), même si d'autres modes d'approvisionnement, marché, petits commerces, producteurs, etc., sont utilisés parallèlement. Les Amap[2] , quant à elles, sont connues de **40%** des personnes interrogées, mais seules **10%** d'entre elles en sont adhérentes.

[1]Baromètre de la consommation et de la perception de produits biologiques en France – Édition 2017, CSA Research et Agence bio, février 2018.

[2]Association pour le maintien d'une agriculture paysanne.

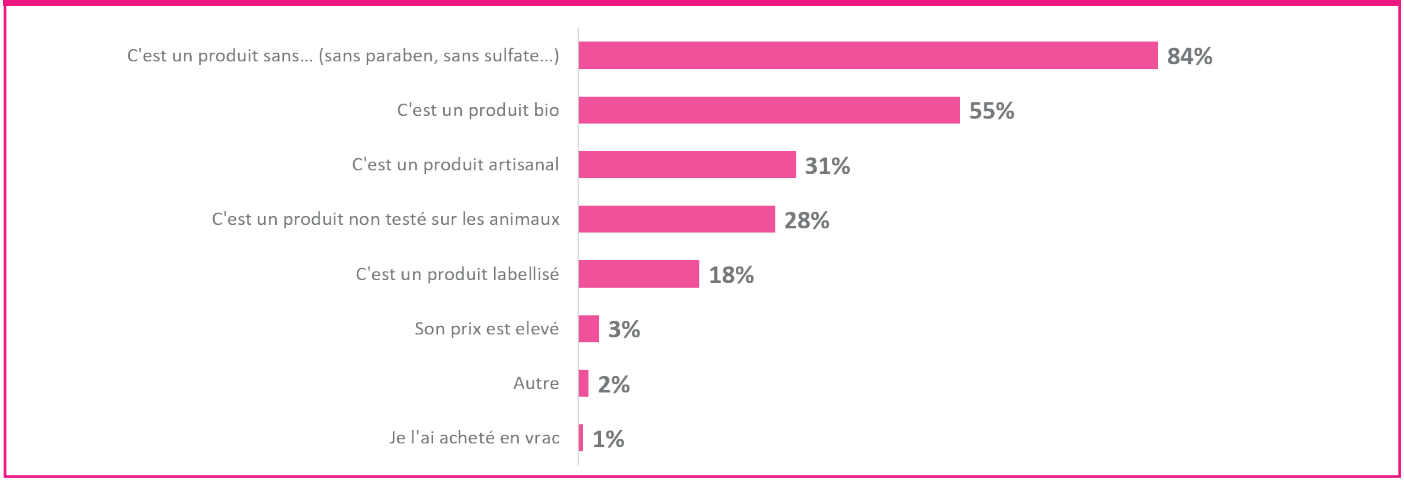




Les produits d'hygiène corporelle

Pour l'hygiène, les femmes sont aussi en quête de produits naturels. Elles considèrent un produit comme naturel si :

Qu'est-ce qui vous fait dire qu'un produit d'hygiène est naturel ?



Pour leur enfant, elles sont nombreuses à accorder un soin particulier au choix du savon, du shampooing, de la crème hydratante, etc. Et **63%** d'entre elles utilisent exclusivement ou régulièrement des produits bio, **24%** en utilisent de temps en temps. Pour leur propre consommation, elles sont attentives aux soins pour le corps, aux soins du visage, aux déodorants, au maquillage, etc. Elles optent alors pour des produits bio tout le temps (**14%** – dont **30%** de femmes qui attendent leur premier enfant), régulièrement **(31%)**, occasionnellement **(37%)**, jamais (**18%** – contre **55%**[3] pour la population totale en France).

Ces produits sont majoritairement achetés en pharmacie et en parapharmacie, mais aussi en grande surface, en magasin bio, ou confectionnés soi-même car c'est meilleur pour la santé, pour l'environnement et plus économique. Comme pour l'alimentation, les femmes lisent les étiquettes des produits, et écartent ceux qui contiennent des perturbateurs endocriniens, des substances irritantes, des allergènes.

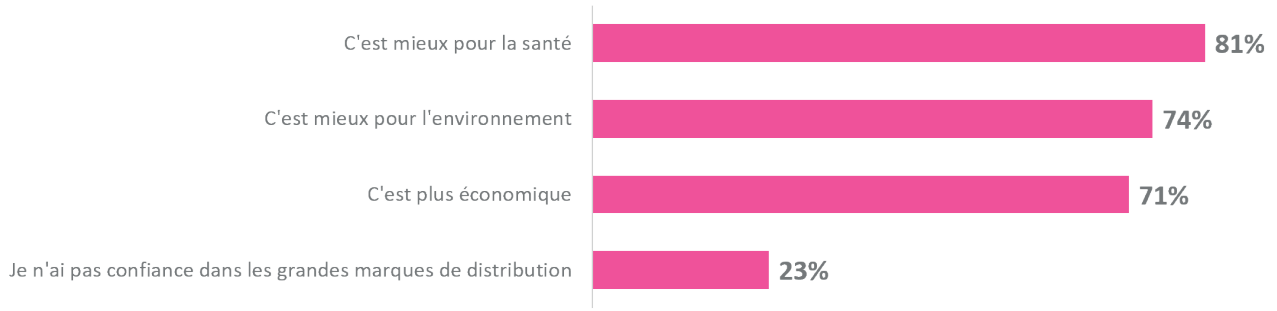
[3]Baromètre de la consommation et de la perception de produits biologiques en France – Édition 2017, CSA Research et Agence bio, février 2018.

Les produits ménagers : « consommer moins mais mieux »

Là, les mamans sont particulièrement attentives à ce qu'elles utilisent puisque **73%** d'entre elles optent pour des produits ménagers bio, bien au-delà de l'ensemble de la population française **(54%**[4]**)**. On constate que les femmes qui attendent leur premier enfant sont plus nombreuses dans ce cas : **86%** contre environ **65%** pour les mamans de deux enfants et plus.

Autre chiffre encourageant : **96%** des mamans emploient des produits ménagers naturels tels que le vinaigre blanc, le bicarbonate de soude, le savon noir... Et près de la moitié d'entre elles réalisent régulièrement leurs propres préparations (lessive, produit vaisselle, nettoyant pour les sols...) – à titre de comparaison, seuls **17%**[5] des foyers français en font autant.

Pourquoi réalisez-vous vos propres produits ménagers ?



Les médicaments

Même s'ils arrivent en bonne position dans le questionnement des mamans, les médicaments allopathiques n'ont pas vraiment la cote. En effet, elles sont seulement **15%** à les utiliser pour se soigner, et **61%** à leur préférer les médecines douces telles que l'homéopathie, l'ostéopathie, la phytothérapie, la kinésithérapie, etc. Ces pourcentages augmentent lorsqu'il s'agit de soigner leur enfant, avec **18%** pour la médecine allopathique et **77%** pour les médecines douces.

On constate cependant qu'après une première naissance le recours aux médicaments classiques est plus important, que ce soit pour la mère ou pour son (ou ses) enfant(s), et que les mamans de moins de 25 ans en consomment davantage que les mamans plus âgées (**39%** contre **17%**). De même, la prise de médicaments est corrélée à la pratique ou non d'une activité physique, et les mamans sportives y ont ainsi moins recours.

Les jouets, le durable à l'honneur

Pour amuser nos bambins aussi, on fait preuve de pondération : **90%** des jouets achetés sont en bois (plus solides, plus éducatifs...), **56%** sont écologiques (meilleur pour la santé de l'enfant) et **73%** « Made in France » (jouets de meilleure qualité, éthiques). Le critère biologique n'est donc pas ici le plus déterminant.

[4]Baromètre de la consommation et de la perception de produits biologiques en France – Édition 2017, CSA Research et Agence bio, février 2018.

[5] Kantar Worldpanel LinkQ Do It Yourself, décembre 2017.



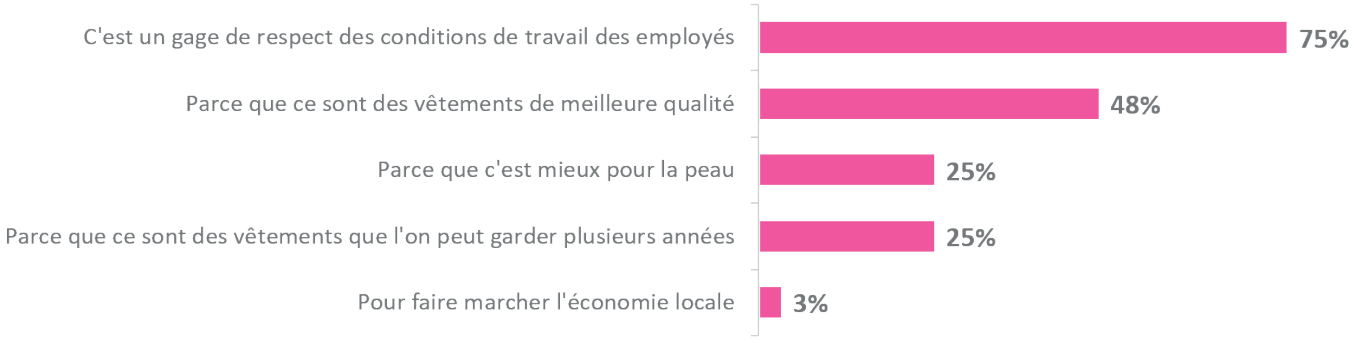
Les vêtements, vers une consommation engagée

En ce qui concerne les vêtements, les femmes ont un peu moins la « fibre » écologique : **21%** achètent des vêtements bio pour toute la famille, **24%** pour leur enfant seulement, mais la majorité **(55%)** n'en achète jamais. Parmi les consommatrices régulières, les 35-44 ans sont plus représentées **(56%)** que les 18-24 ans **(25%)**.

Les raisons avancées pour justifier le choix de vêtements écologiques : ils sont meilleurs pour la peau, pour l'environnement et plus confortables. L'aspect humain entre aussi en ligne de compte, car ce type de vêtement sous-entend des conditions de production éthiques du point de vue des matières premières mais aussi de la fabrication.

Autre critère de choix en vogue : le « Made in France ». Plus apprécié encore que les labels écologiques, il séduit **62%** des mamans, qu'elles achètent pour toute la famille, seulement pour leur(s) enfant(s) ou pour elles-mêmes. Et leurs arguments font plaisir à entendre :

Pourquoi êtes-vous attentive au Made in France ?



Un mode de vie empreint de choix « durables » ?

Nous avons tenu à en savoir plus sur les femmes qui ont participé à cette étude et nous les avons interrogées sur leur quotidien : dynamisme, habitat, mode de transport, tri des déchets… Voici ce qu'elles nous ont répondu :

- **73%** pratiquent une activité physique, dont **25%** régulièrement ;
- **11%** vivent dans un logement écoresponsable et **70%** y aspirent ;
- **84%** se déplacent en voiture, **19%** en transport en commun, mais **47%** pratiquent aussi la marche ;
- **79%** trient leurs déchets (même si l'on peut déplorer une disparité en fonction de l'âge : les moins de 25 ans sont seulement **52%** à pratiquer le tri, alors que les plus de 25 ans sont environ **83%** à le faire).

Quant à l'appréciation qu'elles ont de leur mode de vie, **8%** le considèrent tout à fait écoresponsable et **69%** plutôt écoresponsable, avec une part plus importante des 35-44 ans. Pour la plupart, la mise en place de gestes en faveur de l'environnement est intervenue lors de l'entrée dans la vie active ou de l'installation avec leur conjoint.

— CE QU'IL FAUT RETENIR —

Consommer des produits naturels, des produits moins transformés, bannir les ingrédients chimiques, faire le choix des circuits courts et/ou bio… « Naturalité » rime avec responsabilité, authenticité.
Les produits qui suscitent le plus d'attention de la part des mamans, principalement en raison de la santé, sont l'alimentation **(94%)**, les produits d'hygiène **(84%)**, les produits ménagers **(57%)**, les médicaments **(29%)**, les jouets **(27%)** et enfin les vêtements **(12%)**.
Qu'il s'agisse d'alimentation ou d'autres produits, une grande vigilance est de mise lorsqu'on fait ses courses pour traquer les ingrédients indésirables : additifs, allergènes, perturbateurs endocriniens… La tendance est aujourd'hui de consommer moins mais des produits de meilleure qualité. On le voit avec le retour des astuces de grand-mère en matière de produits ménagers, avec l'attrait pour les jouets durables en bois, avec le « Made in France » qui privilégie l'éthique à la logique de prix. Pour autant, sommes-nous réellement écoresponsables ? C'est à chacune de nous de s'interroger sur ses pratiques et de mettre tout en œuvre pour faire encore mieux demain, et ainsi préserver le plus possible l'avenir de nos enfants.

— QUI SOMMES-NOUS ? —

Depuis 1952, La Boîte Rose accompagne les jeunes parents dans le plus beau rôle de leur vie en leur offrant des guides pédagogiques, des conseils utiles et des cadeaux tout au long de leur parcours naissance. En plus de cette activité, La Boîte Rose a développé un institut d'études pour être toujours au plus près des attentes des femmes enceintes et des mamans qui lui font confiance. Notre credo : conseiller les femmes et aider nos partenaires à mieux répondre à leurs attentes.

www.laboiterose.fr

MÉTHODOLOGIE

Les résultats présentés dans ce document sont issus d'une étude menée en ligne du 3 au 18 mai 2018 sur un panel de 974 futures et jeunes mamans.

