

LA GRANDE COLLECTE

Association Toulousaine de lutte contre la précarité menstruelle et le tabou des règles.

Manon Durand, Fondatrice & Chargée de projet
07 83 19 79 77

DROIT DES FEMMES:
PARLONS CHARGE MENTALE

JEUDI
21 MARS 2024
DE 18H À 20H

ANIMATIONS EXPOS
DOCU-DÉBATS
20H-21H INITIATION RAGGAFIT

RDV AU BAR ASSOCIATIF DU KIWÉ
ENTRÉE LIBRE

PLACE JEAN JARRÉS À RAMBOUILLE SAINT-AOÛT
EN PARTENARIAT AVEC LE CENTRE SOCIAL D'ANIMATION
SOLIGNES & RENOUVEAU RAMBOUILLE EN NOÛT ET ARTS



<http://www.lagrandecollecte31.com>



la_grande_collecte_31



lagrandecollecte31@gmail.com



La grande collecte

LA GRANDE
COLLECTE

NOS PUBLIC CIBLES

NOS PUBLICS CIBLE

LES STRUCTURES DE L'ACTION
SOCIALE

LES PERSONNES VULNÉRABLES
ÉCONOMIQUEMENT ET
SOCIALEMENT

LE GRAND PUBLIC



Près d' 1/3 des moins de 25 ans n'ont pas les moyens de s'acheter des protections périodiques en quantité suffisante.

30%

des Françaises de 18 à 24 ans
ont renoncé à acheter
des protections périodiques

Q1. Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé, au moins une fois, de renoncer à acheter pour des raisons financières des protections périodiques pour vous protéger ?



14% des jeunes de 18 à 24 ans sont fréquemment dans l'impossibilité financière d'accéder à des protections périodiques, cela équivaut à plus de **330 000 personnes**.





Parmi celles qui ont pu accéder à des protections périodiques, % a dû renoncer à un autre bien de première nécessité.
Au global, la précarité menstruelle concerne près d'une jeune femme sur 2 en France.

La précarité
menstruelle touche
44%
des Françaises
de 18 à 24 ans



Q1. Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé, au moins une fois, de renoncer à acheter pour des raisons financières des protections périodiques pour vous protéger?



Q2. Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé, au moins une fois, de renoncer à acheter au moins un produit essentiel de votre quotidien (par exemple : de la nourriture, des produits d'hygiène, du carburant, etc.) pour acheter à la place des protections périodiques ?)
réponse pour les femmes de 18 à 24 ayant répondu "Non" à la question Q1. soit 160 répondantes



Plusieurs fois dans l'année passée

Une seule fois dans l'année passée

NOS MISSIONS

RENDRE ACCESSIBLE

FINANCEMENT ET INSTALLATION
DE DISTRIBUTEUR DE
PROTECTIONS MENSTRUELLES
GRATUITES ET EN LIBRE-SERVICE.

ORGANISER LA COLLECTE ET LA
REDISTRIBUTION DE PROTECTIONS
MENSTRUELLES EN COOPÉRATION
AVEC LE TISSU ASSOCIATIF LOCAL.



SENSIBILISER ET INFORMER

**ORGANISER DES ATELIERS DE
SENSIBILISATION
D'INFORMATION ET D'ÉCHANGE.**

**ÉVEILLER LES CONSCIENCES SUR
LES THÉMATIQUES DE LA SANTÉ
MENSTRUELLE ET DU TABOU DES
RÈGLES.**

**DISPENSER DES INFORMATIONS
QUALITATIVES, PRÉVENIR LES RISQUES ET
AUTONOMISER LES BÉNÉFICIAIRES.**



ANIMER DES EVENEMENTS

PROMOUVOIR LA QUESTION DES RÈGLES ET DES CORPS MENSTRUÉS DANS L'ESPACE PUBLIC.

VISIBILISER ET NORMALISER CES THÉMATIQUES AUPRÈS DU GRAND PUBLIC À TRAVERS DES ÉVÈNEMENTS ARTISTIQUES ET CULTURELS.



CHIFFRES CLÉS

DISTRIBUTEURS
INSTALLÉS

30

ATELIERS
ORGANISÉS

+20

BÉNÉFICIAIRES/MOIS
DE NOS ACTIONS

+1500

PROTECTIONS
MENSTRUELLES
DISTRIBUÉES

+61000

ÉVÈNEMENTS

+10