

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Une enquête sur l'hygiène personnelle et le bien-être révèle les habitudes des Européens

- Les Italiens consacrent le plus de temps à leur hygiène personnelle et les Espagnols passent le plus de temps aux toilettes !

- L'hygiène personnelle est importante pour la quasi totalité des Européens
- La plupart d'entre eux ne se sentent pas totalement propres en sortant des toilettes
- L'eau leur apparaît comme la meilleure solution en termes de propreté

Geberit AG, Rapperswil-Jona, le 19 novembre 2010 – Selon une récente enquête menée auprès de 8 000 adultes dans huit pays différents, les Européens accordent une grande importance à l'hygiène personnelle et à leur propreté après être allé aux toilettes. L'enquête a été menée au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, en Autriche, en Suisse, en Italie, en Espagne et aux Pays-Bas en partenariat avec Geberit, le leader européen de la technologie sanitaire.

Les Italiens consacrent le plus de temps à leur hygiène personnelle

L'hygiène personnelle est jugée importante par plus de 98% des Européens, et très importante pour 85% des Italiens et 84% des Espagnols. En Italie, 43% de la population consacrent chaque jour plus de 50 minutes à leur hygiène personnelle, contre 34% pour les Hollandais, qui y consacrent moins de 20 minutes par jour. La majorité des Européens consacrent entre 21 et 30 minutes par jour à leur hygiène personnelle et prennent une douche quotidienne. Prendre un bain semble être une pratique moins répandue, la majorité des personnes interrogées déclarant prendre un bain moins d'une fois par mois et 47% des Suisses indiquant ne jamais en prendre.

Les Espagnols détiennent le record du temps passé aux toilettes

Les Espagnols dominent le classement du temps passé aux toilettes, 62% des sondés indiquant y passer plus de 30 minutes chaque jour. L'enquête, qui dévoile les habitudes intimes des Européens aux toilettes, indique que les Espagnols y consacrent la majorité de leur temps à lire (41%), à se détendre (28%), à profiter d'un moment de calme (26%) et à écouter de la musique (21%). Les Suisses sont de leur côté une majorité à lire (51%) ou à profiter d'un moment de calme (26%). Les Italiens en profitent également pour rester connectés, 11% indiquant utiliser le téléphone lorsqu'ils s'y rendent. La plupart des Européens ont au moins deux toilettes dans leur logement, 18% des Suisses et 17% des Français déclarant en avoir trois ou plus !

Geberit AquaClean

Le WC qui vous nettoie à l'eau.

Les odeurs et l'impression de ne pas être propre en sortant des toilettes importent beaucoup les Européens

En effet, ces facteurs arrivent en tête des désagréments associés à l'utilisation des toilettes. Les odeurs importent le plus les Espagnols (68%), suivis de près par les Français (64%) et enfin par les Suisses (53%). De même, 74% des Espagnols et 68% des Français déclarent ne pas se sentir propres en sortant. Les Hollandais semblent être le moins dérangés par les odeurs et l'impression de ne pas être propre (34% et 36% respectivement).

L'eau est, selon les Européens, la meilleure solution en termes de propreté

Près de 80% des Européens pensent qu'ils se sentiraient plus propres après être allé aux toilettes en utilisant de l'eau pour se laver. Parmi ceux qui envisageraient de se laver avec de l'eau, la solution privilégiée est le WC avec douchette intégrée tel que le Geberit AquaClean. En Suisse, où sont nées les toilettes avec douche intégrée, trois personnes sur quatre sont déjà familières de cette technologie. Au Royaume-Uni en revanche, seules 22% des personnes interrogées déclarent connaître ce produit. Par rapport aux WC traditionnels, les Européens jugent ceux équipés d'une douche intégrée plus hygiéniques, procurant une plus grande sensation de fraîcheur, plus propres, plus efficaces, plus doux, plus agréables, moins irritant pour la peau et plus pratiques.

*** FIN ***

A propos de l'enquête

Menée par les instituts d'étude de marché GfK Switzerland et market pour le compte de Geberit, cette enquête en ligne étudie les différences culturelles et les habitudes en matière d'hygiène personnelle et de bien-être dans les pays sélectionnés, et selon les sexes le cas échéant.

L'enquête s'est déroulée de 2008 à 2010 en Suisse, en Allemagne, en Autriche, en Italie, en Espagne, aux Pays-Bas, en France et au Royaume-Uni. GfK et market ont proposé un questionnaire en ligne structuré à 8 000 ressortissants européens (1 000 par pays) âgés de 35 à 55 ans.

A propos de Geberit

Leader du marché européen, le groupe Geberit est un prestataire mondial de dispositifs de technique sanitaire avec un chiffre d'affaires s'élevant à 2,2 milliards de CHF. Il emploie 5700 collaborateurs dans 40 pays à travers le monde.

Contact presse:

Chloé Maillard – Cohn & Wolfe Public Relations
E-mail: chloe.maillard@cohnwolfe.com
Tél.: +41 22 908 40 79