

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

KÄRCHER - ANALYSE ET FAITS

Conclusions principales de l'étude internationale sur le nettoyage 2024

Wilrijk, 2025 - Combien d'importance accordons-nous à une maison propre ? Pourquoi nettoyons-nous ? Comment nettoyons-nous ? Ces questions et bien d'autres ont été posées par Kärcher en 2024 à environ 1.000 personnes réparties dans 10 pays (*), dont la Belgique.

Découvrez les faits les plus remarquables de l'étude la plus complète sur le nettoyage, menée par Kärcher.

Contact presse
Pieter Weyn
Marketing Manager
Kärcher N.V.
Boomsesteenweg 939
2610 Wilrijk (Antwerpen)

T +32 (0)3 340 08 51
pieter.weyn@karcher.com

Une maison propre c'est important, mais nous y consacrons peu de temps.

- 57% des Belges estiment la propreté de leur maison comme « très importante » et 37% disent la trouver « plutôt importante ». Aux États-Unis, en Pologne, en Australie, aux Pays-Bas et en France, ce chiffre est même légèrement supérieur au nôtre. Le Japon attache remarquablement moins d'importance à la propreté de la maison. Seulement 34 % estiment que c'est vraiment important.
- Pourtant, nous consacrons nous-mêmes relativement peu de temps au nettoyage de notre maison. 41 % des Belges reconnaissent ne consacrer qu'une heure par semaine au nettoyage de leur maison. Il est important de souligner que ces chiffres se réfèrent aux tâches ménagères effectuées par la personne concernée. Ce chiffre ne couvre pas la part prise en charge par une éventuelle aide ménagère.

L'hygiène, la motivation principale pour le nettoyage.

- 75 % des personnes interrogées considèrent qu'une bonne hygiène est la principale motivation pour nettoyer. De plus, nous nettoyons tous essentiellement parce que cette activité nous apporte satisfaction, calme et sérénité (58 %) et nous procure un sentiment de contrôle (42 %). Une autre raison importante de faire le ménage dans la

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

plupart des pays - à l'exception du Japon - est l'attente d'une visite de la famille ou d'amis (49 %).

- Au Japon, en revanche, on sort son torchon parce qu'on participe à des « défis de nettoyage » (30 %), un phénomène beaucoup moins courant chez nous.
- Autre fait remarquable, les hommes sont presque deux fois plus nombreux que les femmes à avouer qu'ils nettoient pour éviter les conflits.

Les toilettes sont le plus souvent nettoyées dans la maison.

- L'étude réalisée montre que nous nettoyons le plus souvent les toilettes - (55 %), suivie de l'évier (46 %) et de la cuisinière (34 %).
- Viennent ensuite la propreté de la douche (30 %) et celle du lit (25 %). Nous accordons légèrement plus d'attention au nettoyage des tapis (19 %). Pour la plupart des autres objets de la maison, nous les nettoyons nettement moins souvent.

Les prétextes les plus fréquents pour ne pas faire le ménage ou le remettre à plus tard.

- Le manque de temps ou la fatigue de la vie quotidienne semble être l'excuse numéro un pour ne pas nettoyer ou pour reporter le nettoyage. Pas moins de 77 % des personnes interrogées partagent cet avis. Un peu plus de la moitié semblent perdre leur motivation à faire le ménage parce qu'il y a trop de désordre dans la maison (53 %).
- Le manque du bon matériel de nettoyage, l'absence d'un résultat final satisfaisant ou la décision d'économiser l'eau sont aussi invoqués comme excuses par un répondant sur trois.
- Les autres membres de la famille compliquent parfois la tâche. Les enfants, qui salissent tout en un rien de temps, servent aussi d'excuse idéale pour ne pas faire le ménage (25 %). De plus, une personne sur quatre se réfugie derrière son ou sa partenaire pour ne pas lui donner un coup de main ou pour ne pas respecter le planning de nettoyage.
- Pratiquement aucune différence n'est observée entre les différents pays participants à ce sujet.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La poussière nous tombe dessus et nous ne savons pas toujours la combattre.

- Parmi une liste de tâches de nettoyage difficiles, la plupart des personnes interrogées ont désigné le combat contre la poussière (58 %), le nettoyage en hauteur (57 %) et le nettoyage des textiles tachés (43 %) comme les plus grands défis à relever.
- Le nettoyage sans trace (42 %) et les toiles d'araignée et poils d'animaux (40 %) posent manifestement plus de problèmes que les autres tâches de nettoyage.

Maman, experte en nettoyage !

- Les mamans sont les premières personnes auxquelles on s'adresse pour les questions de nettoyage. L'étude montre que 77 % des personnes interrogées ont indiqué avoir appris le nettoyage grâce à leur mère. En Belgique, ce pourcentage s'élève même à 86 %.
- Les conseils de nettoyage de papa sont aussi appréciés, mais d'une manière moins prononcée. 33 % des personnes interrogées demandent conseil à leur père. En Belgique, ce pourcentage s'élève à 49 %.
- En ce qui concerne les conseils de nettoyage, la concurrence touche un peu plus les pères. Environ 30 % des personnes interrogées approfondissent leurs connaissances en matière de nettoyage en regardant la télévision ou en consultant Google.
- 40 % des jeunes de 18 à 24 ans reconnaissent consulter Tik Tok et YouTube pour obtenir des conseils en matière de nettoyage.

Nettoyage plus facile grâce aux bons ustensiles.

- Le choix des produits les plus utilisés pour le nettoyage n'est pas la plus grande surprise. Environ 80 % des personnes interrogées déclarent utiliser des produits chimiques tels que des nettoyeurs universels, des produits WC et des abrasifs, ainsi que des accessoires manuels tels que des brosses, des balais ou des serpillières.
- 10 % des personnes interrogées utilisent encore des remèdes ménagers classiques tels que la soude, le vinaigre ou le citron. Fait intéressant, il semble que ces remèdes classiques ne soient pas connus ou appréciés au Japon.

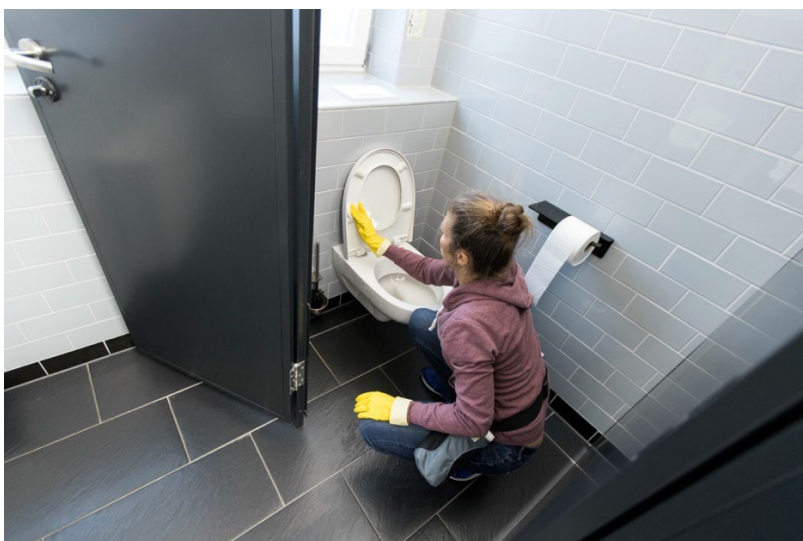
KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

- En Pologne (65 %), le nettoyage s'effectue beaucoup plus à l'aide d'appareils électriques que dans les autres pays (51 %). En ce qui concerne l'utilisation d'appareils à batterie, le Japon se place en tête de liste avec 19 %.
- La participation d'autres membres de la famille au nettoyage est aussi considérée comme un élément important par 36 % des personnes interrogées.
- 12 % des Belges déclarent avoir recours à une aide ménagère rémunérée. Un pourcentage peu différent de celui des autres pays participant à l'étude.

Gain de temps : l'exigence principale pour les appareils de nettoyage !

- Comme nous l'avons déjà conclu, le manque de temps a une influence significative sur notre comportement en matière de nettoyage. Il n'est donc pas surprenant que 90 % des Belges interrogés posent des exigences importantes aux appareils de nettoyage à cet égard. Les appareils de nettoyage doivent tout d'abord nous faire gagner du temps, être prêts à l'emploi, faciles à nettoyer et à ranger. Ces exigences priment sur la consommation électrique, l'ergonomie et la durabilité, ce qui ne veut pas dire qu'il s'agit là de critères insignifiants. *(Note : ce sujet ne concerne que les participants belges).*



L'étude internationale sur le nettoyage 2024 de Kärcher montre que les toilettes sont le plus souvent nettoyées à la maison.

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Consensus mondiale : la fatigue due à l'agitation de la vie quotidienne est la raison la plus courante de ne pas faire le ménage.



Les Belges attendent des appareils de nettoyage qu'ils soient avant tout économiques en temps, prêts à l'emploi, faciles à nettoyer et facilement rangeables.

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

()Les résultats ci-dessus sont basés sur une étude menée par MarketSight® pour Kärcher. 1 000 personnes ont été interrogées dans les pays suivants : États-Unis, Australie, Allemagne, Autriche, Belgique, France, Japon, Pays-Bas, Pologne et Royaume-Uni. L'intervalle de confiance de cette étude est de 95%.*

Pour obtenir des informations plus détaillées sur cette étude en vue d'une publication, veuillez contacter heidi.smitt@vprconsult.be

Nous sommes disposés à vous fournir les informations supplémentaires suivantes, sur mesure :

- un aperçu de la question initiale ;

- l'analyse de l'influence de facteurs spécifiques tels que l'âge, le sexe, la nationalité ou la région sur les résultats généraux mentionnés ci-dessus, pour un groupe cible spécifique auquel votre média s'adresse.

À propos de Kärcher

Alfred Kärcher SE & Co. KG est le premier fournisseur mondial de technologies de nettoyage. L'entreprise familiale, qui compte aujourd'hui plus de 17.000 employés dans 85 pays, a réalisé un chiffre d'affaires de 3,446 milliards d'euros en 2024.

Kärcher SA, leader des systèmes de nettoyage en Belgique et au Luxembourg, poursuit un développement exponentiel tant dans le secteur privé que dans le secteur professionnel. Avec une gamme diversifiée de solutions de nettoyage de haute qualité, Kärcher SA, dont le siège social se trouve à Wilrijk, offre des technologies avancées visant à maximiser l'efficacité et à minimiser l'impact sur l'environnement.

www.kaercher.com/be-fr/

KÄRCHER

