

SEULS

29 %

DES BELGES SE SENTENT RÉELLEMENT PROPRES EN SORTANT DES TOILETTES

LES HABITUDES D'HYGIÈNE PERSONNELLE REPOSENT TOUJOURS SUR DES FONDEMENTS CULTURELS

La marque Geberit AquaClean souffle cette année sa dixième bougie en Belgique. À cette occasion, Geberit a demandé à GfK de mener une enquête* sur l'hygiène personnelle des Belges. Le même sondage avait été réalisé à travers le pays en décembre 2011, lors du lancement des WC-douches Geberit AquaClean en Belgique. Vous allez le voir, la comparaison entre ces deux enquêtes est parfois surprenante...**

Les Belges n'aiment pas trop parler de leur utilisation des toilettes. Nous l'avons déjà constaté il y a 11 ans, et aujourd'hui encore, il s'agit d'un sujet tabou. GfK, à la demande de Geberit, a réussi à convaincre 2.000 Belges entre 25 et 69 ans de donner quelques détails sur leurs visites au petit coin. Les mêmes questions ont été posées dans d'autres pays européens***. Il en est ressorti que de nombreuses habitudes autour de l'hygiène personnelle ont une origine culturelle.

2.000
Belges

révèlent des détails plus intimes concernant leurs passages au petit coin



115 HEURES PAR AN AUX TOILETTES

Les Belges consacrent en moyenne 34 minutes par jour à leur hygiène personnelle. C'est ce qu'a révélé l'enquête. Ce n'est pas tellement, du moins comparé à nos amis italiens, qui y consacrent en moyenne 45 minutes. L'hygiène personnelle, comme en 2011, reste une priorité. Pour une grande majorité des répondants (87 %), l'hygiène personnelle implique de se sentir propre de la tête aux pieds. En parallèle, nous passons aussi en moyenne 19 minutes par jour aux toilettes. Cela représente 115 heures par an, soit près de 5 journées complètes ! Tant qu'à faire, il vaut mieux que ce temps passé « sur le trône » soit agréable, vous ne trouvez pas ? Alors qu'en 2011, près de la moitié des Belges interrogés occupaient ces longues minutes en lisant, c'est aujourd'hui le smartphone qui remporte le plus de suffrages (43 %). Viennent ensuite le plaisir de profiter d'un moment de calme et de silence (32 %), la lecture d'un livre ou d'un magazine (24 %) et la relaxation (18 %).

Cet ordre de priorité correspond plus ou moins à ce qui a été constaté dans les autres pays européens. Même si, dans la plupart des pays, la lecture a dégringolé en quatrième place, après la relaxation. En ce qui concerne l'utilisation du smartphone aux toilettes, c'est l'Espagne qui tient le haut du pavé. Plus de la moitié des Espagnols interrogés (54 %) admettent consulter leur smartphone pendant qu'ils « font ce qu'ils ont à faire ». Les Allemands, pour leur part, sont ceux qui recourent le moins (34 %) au smartphone.

* GfK Personal Hygiene and Wellbeing Belgium 2021, enquête en ligne menée auprès de 2.086 Belges.
** GfK Personal Hygiene and Wellbeing Belgium 2011, enquête en ligne menée auprès de 1.000 Belges.
*** Allemagne, Danemark, République tchèque, France, Italie, Pays-Bas, Espagne et Finlande.



43 %

utilisent le smartphone pendant leur visite aux toilettes



32 %

profitent du calme et de la tranquillité pendant leur visite aux toilettes



24 %

lisent un livre ou un journal pendant leur visite aux toilettes

PETIT ENDROIT, NOMBREUX DÉSAGRÉMENTS

Même si nous passons quand même pas mal de temps aux toilettes, c'est loin d'être notre activité favorite. Dans cet espace restreint, les mauvaises odeurs restent encore et toujours le plus grand désagrément (68 % des répondants s'en plaignent). Et seul un tiers des personnes interrogées (29 %) se sentent réellement propres en sortant des toilettes. 57 % des Belges ont ainsi pris l'habitude d'utiliser du papier de toilette humide, sous forme de lingettes. Pour se sentir plus propres et pour des raisons d'hygiène, mais aussi parce que ces lingettes sentent bon et qu'elles sont plus douces pour la peau et plus pratiques. Plus de deux tiers (69 %) des répondants déclarent qu'ils se sentiraient mieux après s'être lavé les parties intimes à l'eau.

PLUS DE
69 %
PENSENT SE SENTIR PLUS PROPRES APRÈS S'ÊTRE NETTOYÉS À L'EAU

LES WC-DOUCHES DE PLUS EN PLUS POPULAIRES

Le Japon est l'un des pays dans lesquels les WC-douches sont les plus courants et où un lavage doux à l'eau après un passage aux toilettes semble évident (près de 80 % des logements japonais sont équipés d'un WC-douche). Le WC-douche n'a pourtant pas été inventé là-bas. C'est le Suisse Hans Maurer qui, en 1957, a été le premier à demander un brevet pour une toilette hygiénique. L'adoption de son invention dans les salles de bains suisses a été compliquée. Geberit a pourtant rapidement compris les avantages d'un nettoyage à l'eau. Ainsi, Geberit développe des WC-douches depuis les années 70, ce qui lui confère une expérience de quasiment 45 ans dans ce domaine. À l'occasion de l'enquête menée en 2021, nous nous sommes intéressés au succès des WC-douches dans notre pays depuis 2011. Tout d'abord, il faut mentionner que les connaissances en la matière ont

beaucoup évolué. Ainsi, la moitié (50 %) des personnes interrogées déclarent savoir ce qu'est un WC-douche, contre seulement 29 % il y a 10 ans. Ce chiffre de 50 % nous permet de nous placer devant la moyenne européenne, qui se situe à 43 %. Davantage de Belges envisagent aussi l'achat d'un WC-douche par rapport à 2011 (évolution de 38 à 53 %). La principale raison citée pour un tel achat est une amélioration de l'hygiène personnelle, conjuguée au confort et au sentiment de bien-être. Pour la plupart des Belges, l'aspect financier reste le principal frein à l'achat d'un WC-douche. Tant en Belgique que dans les autres pays de l'enquête (excepté l'Italie), les WC-douches n'en sont pas moins cités comme la manière la plus efficace de se nettoyer à l'eau, loin devant le bidet. À noter aussi qu'en 2022, les Belges sont prêts à dépenser plus pour un WC-douche qu'en 2011.

EN DIX ANS, LA PROPORTION DE BELGES ENVISAGEANT L'ACHAT D'UN WC-DOUCHE A CONSIDÉRABLEMENT AUGMENTÉ



68 %

sont gênés par les odeurs désagréables

■ GEBERIT

MOINS DE DÉSAGRÉMENTS GRÂCE À UN MEILLEUR CONFORT ?

Quasiment tous les désagréments énoncés ci-dessus disparaîtraient avec un WC-douche AquaClean de Geberit. Geberit, leader européen en technologie sanitaire, propose 3 modèles de WC-douches, chacun doté de plus ou moins de fonctionnalités favorisant le confort (AquaClean Mera, AquaClean Sela et AquaClean Tuma). Ces modèles, équipés de la technologie de douchette brevetée WhirlSpray, procurent un sentiment de propreté, de fraîcheur et de confort après chaque passage aux toilettes. À cela s'ajoutent un système silencieux d'extraction des odeurs et la technique de rinçage de la cuvette TurboFlush, qui rendent totalement superflus une aération et l'usage d'une brosse de toilette. Et avec la

télécommande fournie ou un panneau mural sans fil, il est même possible de configurer le WC-douche en fonction de nos préférences. En une simple pression sur un bouton, on profite ainsi d'une fraîcheur et d'une hygiène inédites. Saviez-vous, par ailleurs, qu'un WC-douche ne prend pas plus de place qu'une toilette normale ? Quant à la lunette de WC chauffante, c'est sûr, elle ne vous laissera pas froid... De quoi révolutionner les visites au petit coin !



SAVIEZ-VOUS, PAR AILLEURS, QU'UN WC-DOUCHE NE PREND PAS PLUS DE PLACE QU'UNE TOILETTE NORMALE ?



RIEN NE VAUT UN PETIT TEST !

Vous êtes sceptique ? Un tiers (34 %) des Belges qui ont investi dans un WC-douche se sont laissé convaincre après avoir testé eux-mêmes ce produit, que ce soit dans un hôtel, chez des amis ou chez un grossiste en sanitaires.

TRÈS BIENTÔT, VOUS POURREZ AUSSI VENIR TESTER CETTE TECHNOLOGIE À MEISE, DANS LE SHOWROOM GEBERIT, OÙ OUVRIRA EN AVRIL PROCHAIN LE TOUT **NOUVEAU CENTRE D'EXPÉRIENCE GEBERIT AQUACLEAN**. LES CLIENTS PARTICULIERS POURRONT Y TESTER CHAQUE MODÈLE, EN TOUTE INTIMITÉ BIEN SÛR. ON SE RETROUVE LÀ-BAS ?

Les WC-douches Geberit AquaClean sont disponibles chez les grossistes sanitaires.

Prix conseillés hors TVA :

AquaClean Tuma
à partir de
964 €

AquaClean Sela
à partir de
2.451 €

AquaClean Mera
à partir de
3.682 €



CLIQUEZ ICI POUR TÉLÉCHARGER LES VISUELS



CONTACT PRESSE

Sparkies – Julie Jadoul
jjadoul@sparkies.be – 02 346 90 85

POUR EN SAVOIR PLUS, VEUILLER CONTACTER

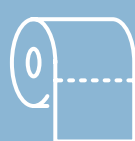
Geberit SA
Ossegemstraat 24
1860 Meise

Véronique Langlois, Media & PR manager
Veronique.langlois@geberit.com

www.geberit.be
www.geberit-aquaclean.be

À propos du groupe Geberit :

Actif dans le monde entier, le groupe Geberit est leader sur le marché européen des produits sanitaires. Geberit s'appuie sur une présence locale très forte dans la plupart des pays d'Europe, lui permettant d'offrir une valeur ajoutée unique, tant dans le domaine de la technique sanitaire que dans celui des céramiques pour salle de bains. Son réseau de production est réparti sur 29 sites, dont 6 outre-mer. Le siège social du groupe se situe à Rapperswil-Jona, Suisse. Avec plus de 12.000 collaborateurs dans près de 50 pays, Geberit a réalisé un chiffre d'affaires net de 3,5 milliards CHF en 2021. Les actions Geberit sont cotées à la SIX Swiss Exchange et entrent dans la composition du SMI (Swiss Market Index) depuis 2012.



57 %

préfèrent les lingettes humides au papier toilette

