



## Communiqué de presse

### **Les attentes et les préoccupations des Français en matière d'hygiène et d'entretien en 2022**

***C'est du propre ! Les Français, très attentifs à l'hygiène et à l'entretien de leurs lieux de vie donnent la priorité à l'efficacité et au prix des produits, tout en étant toujours plus soucieux des enjeux environnementaux***

Paris, le 15 novembre 2022 - Efficacité, composition des produits, prix, information des consommateurs : les préoccupations et les préférences des Français ont été analysées par Odoxa<sup>1</sup> pour la Fédération de l'Hygiène et l'Entretien Responsable, FHER.

#### **La propreté des lieux de vie du quotidien : un enjeu primordial pour la grande majorité des Français**

La question de l'hygiène et de l'entretien des lieux de vie, de travail et de loisirs est importante pour 95% de nos concitoyens. La crise sanitaire n'a fait qu'accentuer cet intérêt : invités à nettoyer et à désinfecter davantage, 74 % des Français accordent aujourd'hui plus d'importance à la propreté qu'avant la pandémie de Covid 19. Par ailleurs, **l'inflation qui pèse sur le pouvoir d'achat de nombreux consommateurs ne semble pas inverser cette tendance**. Les économies réalisées par les Français en réponse à l'inflation (18% d'entre eux font des économies) se concentrent au moment de l'étude principalement sur les sorties (35%), les vêtements (24%), les vacances (24%), ou encore les produits alimentaires (16%), et ne concernent que très peu les produits d'entretien (5%).

***“Ces résultats témoignent de l'importance de l'hygiène et de l'entretien dans la vie quotidienne des Français et ce, au-delà de la crise sanitaire où ces enjeux étaient sur le devant de la scène dans le contexte d'urgence. Ces préoccupations confortent notre statut de secteur de première nécessité ”*** a déclaré **Virginie d'Enfert, Déléguée Générale de FHER.**

#### **Des produits efficaces et durables : une attente forte des Français et une priorité pour le secteur**

Lors de leurs achats, **les Français sont avant tout attentifs à l'efficacité des produits d'hygiène et d'entretien** : 43% d'entre eux placent ce critère en premier et 84 % des Français le placent parmi les 3 éléments qui comptent le plus. Viennent ensuite le prix (72% placent ce critère parmi les 3 plus importants), puis l'impact environnemental (47% placent ce critère parmi les 3 plus importants).

Les Français expriment la même attente concernant l'efficacité des produits utilisés dans les lieux qu'ils fréquentent, en particulier (pour 7 Français sur 10) ceux où l'hygiène est très attendue - hôpitaux, cabinets médicaux ou Ehpad - mais également dans les autres lieux : transports en commun, écoles, crèches, restaurants, commerces, lieux de loisirs, lieu de travail, etc. Dans ces lieux, les Français s'attachent ensuite à la composition des produits ainsi qu'à leur impact sur l'environnement.

---

<sup>1</sup> L'enquête Odoxa a été menée en septembre 2022 auprès d'un échantillon de 1 005 Français représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Au près de l'ensemble des Français, la marge d'erreur s'établit, selon le score visé, à plus ou moins 1,4 et 3,1 points.



FÉDÉRATION  
HYGIÈNE &  
ENTRETIEN  
RESPONSABLE

L'importance accordée à l'efficacité par les Français témoigne de leur exigence de vivre au sein de lieux bien entretenus. Fruit d'années de recherche et de développement, les produits mis sur le marché par les fabricants sont soumis à un cadre réglementaire strict pour garantir la sécurité des utilisateurs et contribuer à réduire l'impact sur l'environnement. Pour le secteur des produits d'hygiène et d'entretien, engagé dans une démarche progrès continu depuis plus de 20 ans, proposer des produits durables, toujours plus respectueux des impératifs de sécurité et d'efficacité est une priorité pour face aux enjeux actuels.

### Une information toujours plus claire et complète pour le consommateur

La majorité des Français (65%) s'informe grâce aux étiquettes des produits qu'ils achètent. Les sites des marques sont consultés par 25% d'entre eux. **Les étiquettes sont donc la principale source d'information des consommateurs.** Toutefois, 40% indiquent qu'elles ne sont pas assez complètes et pourraient être plus adaptées au grand public.

En effet, La juxtaposition de plusieurs réglementations (REACH – Biocides – Détergents – CLP) peut rendre certaines étiquettes complexes à comprendre. Afin d'améliorer l'information du consommateur et l'accompagner dans une utilisation sûre et responsable de ces produits, différents dispositifs ont été mis en place par FHER et ses adhérents, notamment des campagnes pédagogiques<sup>2</sup> sur la lecture des étiquettes ainsi qu'une application mobile, Mon Expert Propreté<sup>3</sup>.

Enfin, **interrogés sur le contenu d'un éventuel étiquetage spécifique aux produits ménagers**, les Français déclarent souhaiter en priorité qu'il porte sur l'efficacité du produit (55%), en second sur son impact environnemental (50%) puis sur sa sécurité (43%).

***“En tant que Fédération de l'Hygiène et l'Entretien Responsable nous portons et animons un engagement collectif et continu en faveur d'une information du consommateur renforcée. Cet enjeu est primordial pour le secteur, nous le voyons bien dans le contexte actuel d'appel à la sobriété où nous sommes pleinement mobilisés pour accompagner au mieux les consommateurs au quotidien vers un usage raisonné des produits.”*** souligne Virginie d'Enfert, Déléguée Générale de FHER.

### À propos de FHER :

Fédération de l'Hygiène et de l'Entretien Responsable, FHER représente en France les entreprises qui formulent, fabriquent et commercialisent les produits destinés à laver, nettoyer et entretenir le linge, la vaisselle et l'ensemble des surfaces que ce soit dans les foyers, dans les collectivités, les services de santé ou dans l'industrie. FHER fédère 80 % des entreprises du secteur, TPE, PME ou grands groupes de dimension internationale. Ses 124 adhérents représentent 13 400 salariés avec 95 sites de production en France et génèrent un chiffre d'affaires de 6 Md€.

[fher.org](http://fher.org) | [Twitter : @FHER\\_ORG](https://twitter.com/FHER_ORG) | [LinkedIn : FHER](https://www.linkedin.com/company/fher)

### Contacts Presse :

Agence BEARIDEAS - Marion Quédreux - 01 49 96 97 87 - 06 71 49 63 21 - [marion.q@bearideas.fr](mailto:marion.q@bearideas.fr)  
FHER - Julie Frances - 06 85 15 30 80 - [julie.frances@fher.org](mailto:julie.frances@fher.org)

<sup>2</sup> Lien de la campagne « Pshit-Pshit : les produits d'entretien en 30s » : <https://www.fher.org/pshit-pshit-les-produits-dentretien-en-30-sec/>

<sup>3</sup> Lien de l'application : <https://monexpertproprete.com/>