



# Incidence

360° Market Research Solutions

## Onderzoek naar het gebruik van desinfecterende biociden bij de Belgische bevolking

service public fédéral

**SANTE PUBLIQUE,**

**SECURITE DE LA CHAINE ALIMENTAIRE**

**ET ENVIRONNEMENT**



federale overheidssdienst

**VOLKSGEZONDHEID,**

**VEILIGHEID VAN DE VOEDSELKETEN**

**EN LEEFMILIEU**





## I. INHOUDSTAFEL

I. Inhoudstafel.....	2
II. Context en doelstellingen van het onderzoek.....	4
III. Methodologie en steekproef.....	5
IV. Resultaten .....	9
1. Biociden die op de huid of hoofdhuid worden aangebracht om te desinfecteren (PT01).....	9
1.1. Gebruikspatronen van PT01 producten .....	9
1.2. Redenen om geen PT01 te gebruiken .....	10
1.3. Redenen voor het gebruik van PT01.....	11
1.4. Gebruiksfrequentie van PT01 .....	12
1.5. Reeds gekochte vormen.....	13
1.6. Kennis van de reinigende eigenschappen van PT01.....	14
1.7. Combinatie van PT01 met andere producten.....	15
1.8. Kennis en naleving van de uiterste gebruiksdatum van PT01.....	16
1.9. Bestemming na gebruik .....	17
1.10. Criteria voor het kiezen van een PT01 bij aankoop .....	20
1.11. De aankoopkanalen van PT01 .....	21
1.12. De etiketten op de verpakking lezen/zich eraan houden .....	24
1.13. Kennis van de gebruiksvoorschriften van PT01.....	29
2. Producten voor desinfectie van oppervlakken die niet in contact komen met voedingsmiddelen of diervoeders (PT02) .....	30
2.1. Gebruik van PT02 .....	30
2.2. Redenen om geen PT02 te gebruiken .....	32
2.3. Redenen voor het gebruik van PT02.....	33
2.4. Gebruiksfrequentie van PT02 .....	34
2.5. Reeds gekochte vormen (formulatie).....	34
2.6. Kennis en naleving van de uiterste gebruiksdatum van PT02.....	35
2.7. Bestemming na gebruik .....	36
2.8. Criteria voor het kiezen van een PT02 .....	38
2.9. De aankoopkanalen van PT02 .....	42
2.10. Opbergen van PT02.....	42
2.11. De etiketten op de verpakking lezen/gebruiken.....	44
2.12. Kennis van de gebruiksvoorschriften van PT02 en naleving ervan .....	50



---

3. Producten voor desinfectie van oppervlakken die in contact komen met voedingsmiddelen of diervoeders (PT04) .....	53
3.1. Gebruik van PT04 .....	53
3.2. Redenen om geen PT04 te gebruiken .....	54
3.3. Redenen voor het gebruik van PT04.....	54
3.4. Gebruiksfrequentie van PT04 .....	55
3.5. Reeds gekochte vormen (formulatie).....	56
3.6. Kennis en naleving van de uiterste gebruiksdatum van PT04.....	58
3.7. Bestemming na gebruik .....	59
3.8. Criteria voor het kiezen van een PT04 .....	60
3.9. De aankoopkanalen van PT04 .....	63
3.10. Opbergen van PT04.....	63
3.11. De etiketten op de verpakking lezen/gebruiken.....	65
3.12. Kennis van de gebruiksvorschriften van PT04 en naleving ervan .....	69
4. Gevaarlijkheid van biociden (PT01, PT02 en PT04): negatieve ervaringen.....	71
5. Invloed van de COVID-19-crisis op het gebruik van PT01, PT02 en PT04 .....	73
IV. Samenvatting .....	74



## **II. CONTEXT EN DOELSTELLINGEN VAN HET ONDERZOEK**

Tijdens de Covid-19-pandemie en het samenhangende, wijdverbreide gebruik van desinfecterende biociden door het grote publiek heeft het Antigifcentrum talrijke oproepen ontvangen voor ontsmettingsmiddelen. Het gaat om de volgende productsoorten:

PT01: Producten die op de huid of hoofdhuid worden aangebracht om te desinfecteren

PT02: Producten voor desinfectie van oppervlakken die niet in contact komen met voedingsmiddelen of diervoeders.

PT04: Producten voor desinfectie van oppervlakken die in contact komen met voedingsmiddelen of diervoeders.

De Federale Overheidsdienst Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu wilde analyseren en begrijpen hoe het grote publiek deze desinfecterende biociden gebruikt. Dit onderzoek houdt geen rekening met productsoorten PT03 (ontsmettingsmiddelen voor diergeneeskundig gebruik) en PT05 (middelen voor ontsmetting van water).

Het onderzoek werd gevoerd met het doel om onder meer de volgende elementen te belichten:

- de gebruikspatronen van dit soort producten
- de bekendheid met het gevaar van deze producten
- het naleven van de gebruiksaanwijzing
- de aankoopprocessen
- de invloed van de Covid-19-crisis
- ...



### **III. METHODOLOGIE EN STEEKPROEF**

In het kader van dit onderzoek heeft Incidence 2.025 enquêtes afgenomen bij de Belgische bevolking.

De vragenlijst met halfgesloten vragen werd opgesteld in samenwerking met de FOD Volksgezondheid en door de FOD gevalideerd.

De gebruikte methode was gemengd en multimodaal: er werd zowel via een online vragenlijst als telefonisch gewerkt, om alle leeftijdsgroepen te bereiken en om voldoende details via de open vragen te verzamelen. Er werden 1.525 online en 500 telefonische enquêtes afgenomen.

Vóór de gegevensverzameling werd een mondelinge briefing (via Teams) gegeven in twee landstalen (NL en FR).

Vooraf werd een proefperiode doorlopen om de begrijpelijkheid van de vragen, de lengte van de vragenlijst en de antwoordmogelijkheden te testen (er werden 5 telefonische enquêtes in het Frans en 5 telefonische enquêtes in het Nederlands afgenomen). De doelstellingen van deze test waren:

- nagaan of de respondenten de vragen volledig begrijpen en nauwkeurige en volledig bruikbare antwoorden kunnen geven;
- informatie verzamelen die een zo gedetailleerd mogelijke precodering van de mogelijke antwoorden op de vragen mogelijk maakt;
- de gemiddelde tijd voor het invullen van de vragenlijst valideren;
- de volgorde, formulering en instructies van de vragen valideren.

Na deze test legde Incidence de laatste hand aan de vragenlijst, waarna de FOD Volksgezondheid deze valideerde.

Alle enquêtes werden afgenomen tussen 17 maart en 6 april 2022.

De gemiddelde antwoordtijd voor elke enquête bedroeg 10 minuten.

Er werd geen vergoeding aangeboden (ook niet in de vorm van een incentive).

Aan het begin van de enquête werden de respondenten op de hoogte gebracht van het feit dat de FOD Volksgezondheid de opdrachtgever van het onderzoek was.

De gegevens werden gewogen om ervoor te zorgen dat ze representatief waren voor de nationale bevolking in termen van leeftijd, geslacht, provincie, opleidingsniveau en urbanisatiegraad. De onderstaande tabellen geven een volledige beschrijving van de steekproef.



De maximale foutmarge (voor een waargenomen frequentie van 50%) voor dit onderzoek is 2,178% voor de totale steekproef.

De resultaten worden voor de totale steekproef (n=2.025) voorgesteld, tenzij anders vermeld.

Er werden significantietests uitgevoerd met een chi-kwadraattoets (Chi<sup>2</sup>-test). Dat is een statistische test om na te gaan of het verschil tussen twee verdelingen toevallig of statistisch significant is. Er wordt bij een vast foutenrisico nagegaan of er een verschil in de populatie bestaat tussen de groepen die worden vergeleken voor de onderzochte variabele. De resultaten worden als volgt weergegeven:

+++ : 99% kans dat het waargenomen verschil significant is.

++ : 95% kans dat het waargenomen verschil significant is.

+ : 90% kans dat het waargenomen verschil significant is.

	Steekproef		Gewogen steekproef	
<b>Gender:</b>				
✓ Man	941	46%	998	49%
✓ Vrouw	1.077	53%	1.020	50%
✓ Andere	7	0%	7	0%
<b>Taal:</b>				
✓ Frans	943	47%	830	41%
✓ Nederlands	1.082	53%	1.195	59%
<b>Leeftijd:</b>				
✓ 18-24 jaar	170	8%	221	11%
✓ 25-34 jaar	337	17%	365	18%
✓ 35-44 jaar	376	19%	365	18%
✓ 45-54 jaar	404	20%	385	19%
✓ 55-64 jaar	390	19%	385	19%
✓ 65 en ouder	348	17%	304	15%
<b>Totaal</b>	<b>2.025</b>	<b>100%</b>	<b>2.025</b>	<b>100%</b>



	Steekproef		Gewogen steekproef	
<b>Provincie :</b>				
✓ Oost-Vlaanderen	198	10%	213	11%
✓ West-Vlaanderen	258	13%	269	13%
✓ Antwerpen	299	15%	328	16%
✓ Vlaams Brabant	165	8%	203	10%
✓ Limburg	147	7%	157	8%
✓ Brussel	238	12%	209	10%
✓ Henegouwen	268	13%	238	12%
✓ Waals Brabant	108	5%	73	4%
✓ Luik	194	10%	196	10%
✓ Namen	97	5%	88	4%
✓ Luxemburg	53	3%	51	3%
<b>Graad van verstedelijking : (*)</b>				
✓ Stedelijk	626	31%	598	30%
✓ Landelijk	241	12%	273	13%
✓ Half-stedelijk	1.158	57%	1.154	57%
Total	2.025	100%	2.025	100%

	Steekproef		Gewogen steekproef	
<b>Opleidingsgraad:</b>				
✓ Low	346	17%	501	25%
✓ Medium	731	36%	754	37%
✓ High	931	46%	753	37%
✓ Niet gespecificeerd	17	1%	17	1%
<b>Beroepssituatie: (**)</b>				
✓ Actief (werkend)	1.075	53%	1.043	52%
✓ Werkzoekend	118	6%	91	4%
✓ Niet actief	832	41%	891	44%
<b>Familie situatie:</b>				
✓ Koppel met kind(eren)	606	30%	534	26%
✓ Koppel zonder kinderen	601	30%	457	23%
✓ Alleenstaand met kind(eren)	193	10%	213	11%
✓ Alleenstaand zonder kinderen	595	29%	761	38%
✓ Andere	30	1%	60	3%
Totaal	2.025	100%	2.025	100%

(\*) Aangeduid in de figuren als respectievelijk: Urb ; Rural ; Semi-urb

(\*\*) Aangeduid in de figuren als respectievelijk: Actif ; Chôm ; Inactif



De resultaten worden geanalyseerd naar de onderstaande eigenschappen:

- geslacht (aangeduid met 'Ho' voor man en 'Fe' voor vrouw)
- taal van de uitgevoerde enquête (NL, FR)
- leeftijdscategorie (<35 jaar, 35-54 jaar, 55+ jaar; dit zijn de gebruikelijke leeftijdscategorieën; ze zijn statistisch bruikbaar door voldoende aantallen stalen per categorie en maken betrouwbare vergelijkingen mogelijk)
- opleidingsniveau (Low, Medium (=hoger secundair diploma), High)
- urbanisatiegraad (stedelijk, half-stedelijk, landelijk); het type woonplaats wordt bepaald op basis van de postcode en de Eurostat-indeling voor de *Degree of Urbanisation* (DEGUBRA)<sup>1</sup>
- beroepssituatie (werkend, werkzoekend, niet actief: studenten en (pre)gepensioneerden, arbeidsongeschikt, huisvrouw/huisman)
- leeftijd van het jongste kind van het gezin (<3 jaar, 4-12 jaar, +13 jaar, geen kinderen); deze indeling maakt het mogelijk eventuele handelingen uit voorzorg met betrekking tot jonge kinderen in het gezin te belichten;
- aanwezigheid van dieren (huisdieren, hoevedieren, geen dieren)
- gezinsinkomen (< € 1.750, tussen € 1.750 en € 2.700, tussen €2.700 en € 4.200, > € 4.200). Deze informatie is gebaseerd op de volgende vraag: "*Wat is uw totale netto gezinsinkomen per maand, inclusief toelagen, uitkeringen, netto-inkomen uit vermogen (minus belastingen en hypotheek)?*" Deze categorie is gebaseerd op gevoelige informatie en moet met de nodige voorzichtigheid worden geïnterpreteerd. De berekening om tot een raming van het inkomen te komen is complex. Bovendien kan het inkomen snel veranderen in de tijd. Tot slot merken we op dat 17,73% van de respondenten deze vraag niet wou beantwoorden, d.w.z. 359 van de 2.025 respondenten.

---

<sup>1</sup> [https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/miscellaneous/index.cfm?TargetUrl=DSP\\_DEGURBA](https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/miscellaneous/index.cfm?TargetUrl=DSP_DEGURBA)





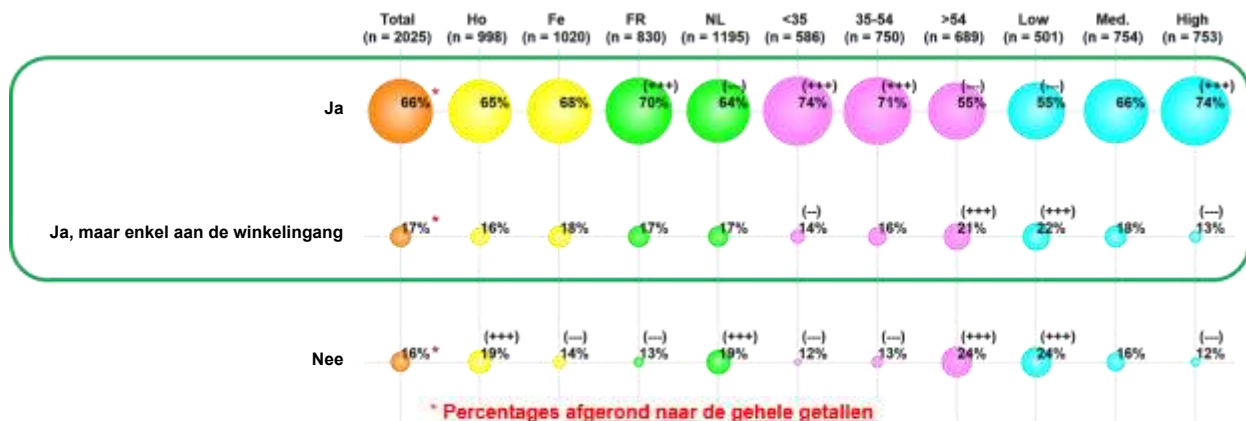
## IV. RESULTATEN

### 1. Biociden die op de huid of hoofdhuid worden aangebracht om te desinfecteren (PT01)

#### 1.1. Gebruikspatronen van PT01 producten

84% van de Belgen heeft in de afgelopen 12 maanden een ontsmettingsmiddel gebruikt dat op de huid of de hoofdhuid werd aangebracht, maar 17% heeft deze producten enkel aan de ingang van winkels gebruikt. In de afgelopen 12 maanden heeft 66% van de Belgen vrijwillig, uit eigen keuze of uit gewoonte, producten van type 01 gebruikt.

Vraag: Heeft u in de afgelopen 12 maanden een ontsmettingsmiddel gebruikt dat op de huid of de hoofdhuid werd aangebracht?



We stellen vast dat het gebruik van PT01 producten significant verschilt naargelang het sociaal-demografisch profiel van de respondent. Gebruikers zijn vaker:

- Franstaligen dan Nederlandstaligen (87% t.o.v. 81%)
- personen jonger dan 55 jaar (88% t.o.v. 76%)
- personen die onderwijs genoten na het hoger secundair onderwijs (74% t.o.v. 55% van de respondenten die geen diploma hoger secundair hebben)
- personen die in stedelijke gebieden wonen (70% t.o.v. 64% en 67% voor semi-stedelijke en landelijke gebieden)
- personen die een job uitoefenen (75% t.o.v. 53% voor werkzoekenden en 58% voor niet-actieven)
- ouders van kinderen jonger dan 12 jaar (80% t.o.v. 63% voor respondenten zonder thuiswonende kinderen)
- respondenten met dieren (huisdieren: 72% en hoevedieren: 78% en 59% voor respondenten zonder dieren)
- respondenten met hogere inkomens.



Het profiel van de respondenten (17%) die alleen aan de ingang van de winkels een PT01 gebruiken, hebben voornamelijk volgende sociaal-demografische kenmerken:

- personen van 55 jaar of ouder (21%)
- personen zonder diploma hoger secundair onderwijs (22%)
- personen die werkloos of niet-actief zijn (respectievelijk 29% en 20%)
- personen die geen dieren hebben (20%)
- personen die een inkomen van minder dan € 1.750 aangaven (21%).

## 1.2. Redenen om geen PT01 te gebruiken

De belangrijkste reden die 9% van de respondenten (totale steekproef) aanvoerden om geen PT01 te gebruiken, is dat zeep even doeltreffend lijkt te zijn. Bovendien irriteren dergelijke producten de huid (4%) en worden ze als schadelijk beschouwd (3%). 3% van de respondenten gaf ook aan dat "dergelijke producten nutteloos zijn" en 2% stelt dat ze duur zijn.

*Vraag: Waarom gebruikt u deze producten niet?*

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)
De handen wassen met zeep is even doeltreffend	9%	(++) 11%	(--) 8%	(--) 7%	(+++) 11%	(--) 5%	(--) 7%	(+++) 15%
Die producten beschadigen of irriteren de huid	4%	4%	4%	4%	5%	4%	4%	(+) 5%
Die producten hebben geen nut	3%	(++) 4%	(--) 2%	(--) 2%	(++) 4%	4%	(-) 2%	4%
Het zijn giftige producten, schadelijk voor gezondheid	3%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	(+++) 4%
De producten zijn duur	2%	(+) 3%	(-) 1%	(-) 1%	(++) 2%	(-) 1%	2%	(++) 3%
Andere	1%	(+++) 2%	(--) 1%	1%	1%	(-) 0%	1%	(+++) 2%
Gebruiken enkel aan de winkelingang	17%	16%	18%	17%	17%	(-) 14%	16%	(+++) 21%
Gebruiken producten van type 1	66%	65%	68%	(+++) 70%	(--) 64%	(+++) 74%	(+++) 71%	(--) 55%

In het algemeen worden de redenen om dit type product niet te gebruiken vaker genoemd door de volgende respondenten: Nederlandstaligen, mensen ouder dan 54 jaar, werkzoekenden, mensen zonder kinderen/zonder thuiswonende kinderen en zonder huisdieren en met lagere inkomens (een maandinkomen van minder dan € 1.750).



### 1.3. Redenen voor het gebruik van PT01

De volgende vragen werden niet gesteld aan respondenten die dit type product enkel aan de ingang van een winkel hebben gebruikt.

**De belangrijkste reden om dit type product te gebruiken is duidelijk gerelateerd aan de COVID-19-pandemie: meer dan de helft van de Belgische bevolking (58%) gebruikt het product om de verspreiding van het virus te voorkomen;** daarbij gaat het vooral om respondenten met jonge kinderen (68%), hoger opgeleiden (67%), beroepsmatig actieven (64%), jongeren (64%) of personen van middelbare leeftijd (61%), personen die in stedelijke gebieden wonen (62%), Franstaligen (61%), eigenaars van een hoedier (69%) of een huisdier (61%) en vrouwen (60% t.o.v. 56%).

**13% van de respondenten gebruikt dit type product in een professionele context** (verplichting op de werkvloer), maar **11% heeft het altijd al gebruikt**. Er is ook een grotere bereidheid tot gebruik bij de bevolking wanneer er contact is met **zwakkere** personen: **10% van de respondenten gebruikt desinfecterende biociden van type 01 wanneer een naaste ziek is, 8% in aanwezigheid van mensen met een zwakkere immuniteit en 6% in aanwezigheid van jonge kinderen**. 4% van de respondenten gebruikt dergelijke producten op aanbeveling van een gezondheidswerker. Ten slotte gebruikt 4% van de respondenten PT01's omdat ze een huisdier hebben.

*Vraag: Om welke reden(en) en in welke gevallen gebruikt u dit type product?*

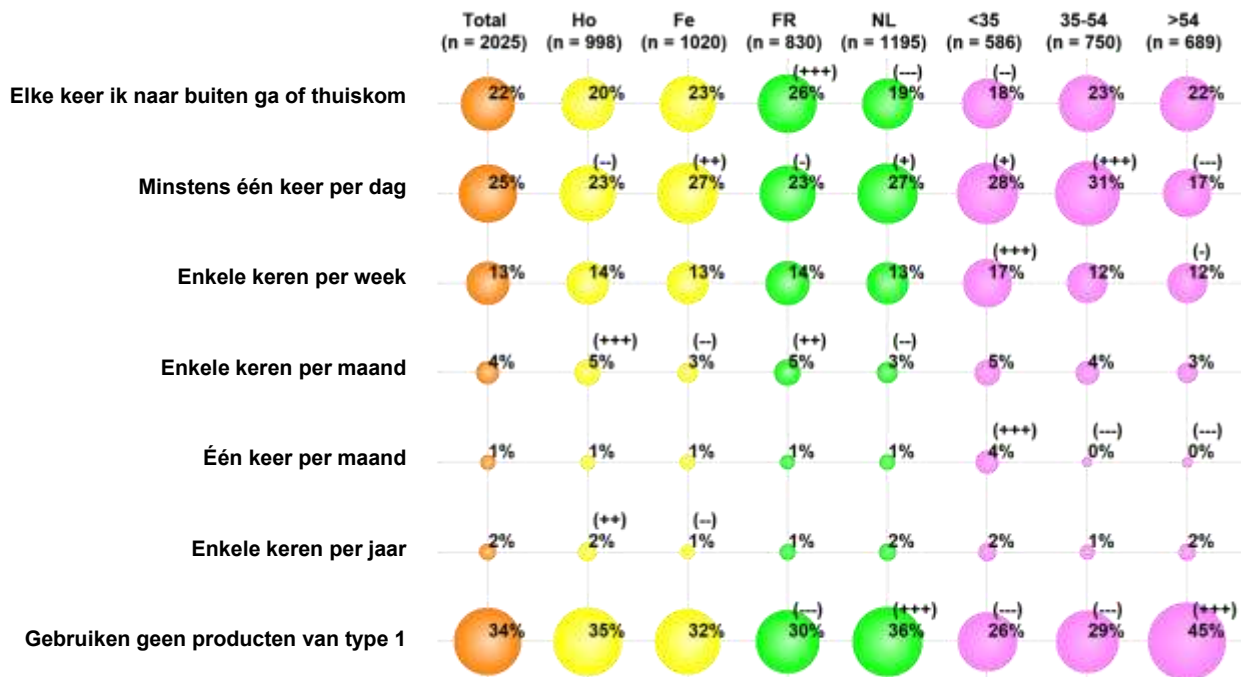
	Total (n = 2025)	Urb. (n = 598)	Semi-urb. (n = 1154)	Rural (n = 273)	Actif (n = 1043)	Chôm. (n = 91)	Inactif (n = 891)	Enf. 0 à 3 (n = 167)	Enf. 4 à 12 (n = 261)	Enf. > 12 (n = 319)	Pas d'enf. (n = 1278)
Om verspreiding van Covid-19 tegen te gaan	58%	62% (++)	56% (-)	68%	64% (+++)	42% (-)	52% (-)	61%	68% (+++)	60%	55% (-)
Het is een verplichting op het werk	13%	11%	13%	17% (++)	22% (+++)	3% (-)	3% (-)	16%	21% (+++)	15%	10% (-)
Uit gewoonte, ik gebruik dit altijd	11%	11%	11%	7% (-)	10%	10%	11%	10%	14% (++)	9%	10%
Wanneer iemand in mijn omgeving ziek is	10%	10%	10%	9%	10%	5% (-)	10%	10%	14% (++)	12%	9% (-)
Omdat iemand in de woning een verminderde weerstand heeft	8%	10%	7% (-)	9%	8%	4%	10% (++)	10%	7%	10%	8%
Omdat er jonge kinderen in de woning zijn	6%	8% (++)	5%	5%	9% (+++)	6%	3% (-)	24% (+++)	17% (+++)	3% (-)	2% (-)
Een gezondheidswerker heeft het gebruik aangeraden	4%	4%	5%	5%	4%	3%	5%	3%	5%	5%	4%
Omdat er één of meerdere dieren zijn	4%	5%	5%	3%	4%	3%	5%	3%	6%	9% (+++)	3% (-)
Andere	2%	2%	2%	2%	2%	4%	3%	2%	2%	2%	3%
Gebruiken geen product van type 1	34%	30% (-)	36% (++)	33%	25% (-)	47% (+++)	42% (+++)	27% (-)	20% (-)	32%	37% (+++)



## 1.4. Gebruiksfrequentie van PT01

47% van de Belgen gebruikt biociden van type 01 minstens dagelijks: 22% geeft aan "elke keer ik naar buiten ga of thuiskom", 25% gebruikt ze minstens één keer per dag; 13% gebruikt ze een paar keer per week en 7% gebruikt ze nog minder vaak.

Vraag: Hoe vaak gebruikt u deze producten?



Respondenten (22%) die (bijna) systematisch biociden van type 01 gebruiken onderscheiden zich door de volgende sociaal-demografische kenmerken:

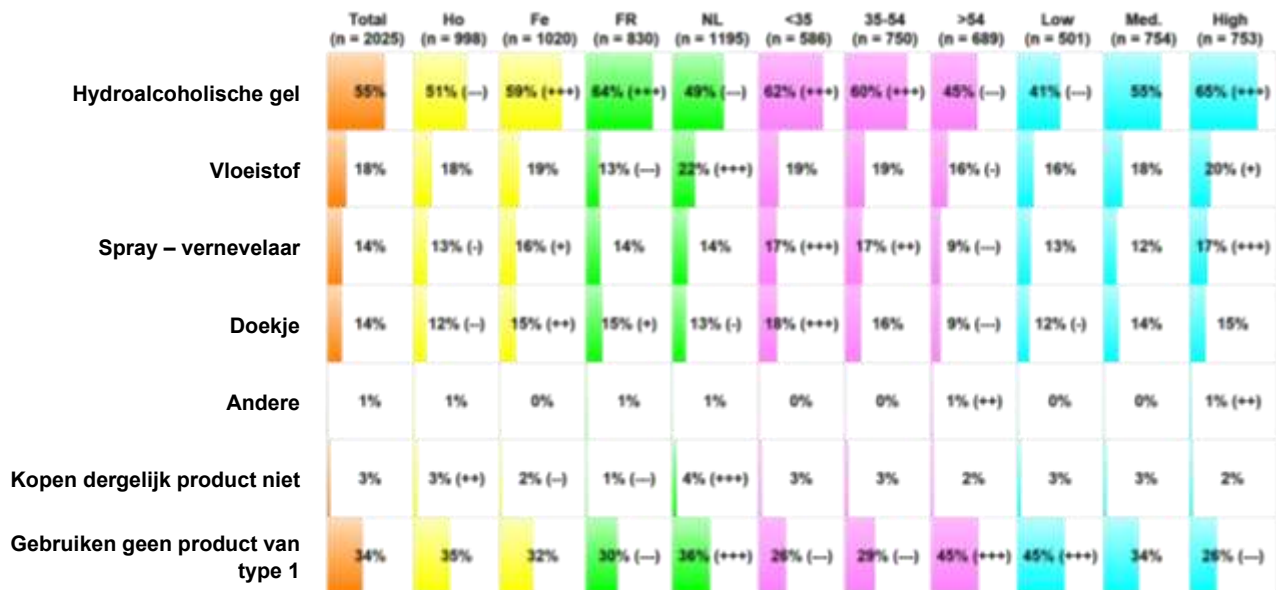
- de aanwezigheid van een hoevedier (31%)
- wonend in een stedelijk gebied (29%)
- wonend in het Franstalige landsdeel (26%)
- hoger opgeleid na het hoger secundair onderwijs (24%).



## 1.5. Reeds gekochte vormen

Van de verschillende vormen die op de markt verkrijgbaar zijn, is de meest gekochte de hydroalcoholische gel (55%), gevolgd door een vloeistof (18%), spray of verstuiver (14%) en ten slotte doekjes (14%). 3% van de bevolking zegt ze nooit te kopen (zij zijn vaker Nederlandstaligen, mannen, werkende mensen, die in semi-stedelijke gebieden wonen).

Vraag: In welke vorm(en) heeft u dit type product reeds gekocht?



De sociaal-demografische profielen verschillen naar gelang van de gekochte productformules. De belangrijkste significante verschillen zijn:

- voor de hydroalcoholische gel (55%):
  - o ouders van jonge kinderen (66% en 62%)
  - o personen met een opleiding na hoger secundair onderwijs (65%)
  - o Franstaligen (64%)
  - o jongeren tot 35 jaar (62%) en personen van "middelbare leeftijd" (60%)
  - o beroepsactieven (62%)
  - o personen die in stedelijke gebieden wonen (61%)
  - o personen die een huisdier bezitten (61%)
  - o vrouwen (59%)
- voor de vloeibare vorm (18%):
  - o Nederlandstaligen (22%)
  - o eigenaars van een huisdier (21%) of een hoevedier (32%)
  - o beroepsactieven (20%)
- voor het product in de vorm van een spray/verstuiver (14%):
  - o ouders met kinderen van 4-12 jaar (21%) of ouder (18%)
  - o huishoudens met een maandelijks inkomen van meer dan € 4.200 euro (20%)
  - o respondenten jonger dan 55 jaar (17%)
  - o personen met een opleiding na het hoger secundair onderwijs (17%)
  - o beroepsactieven (17%)

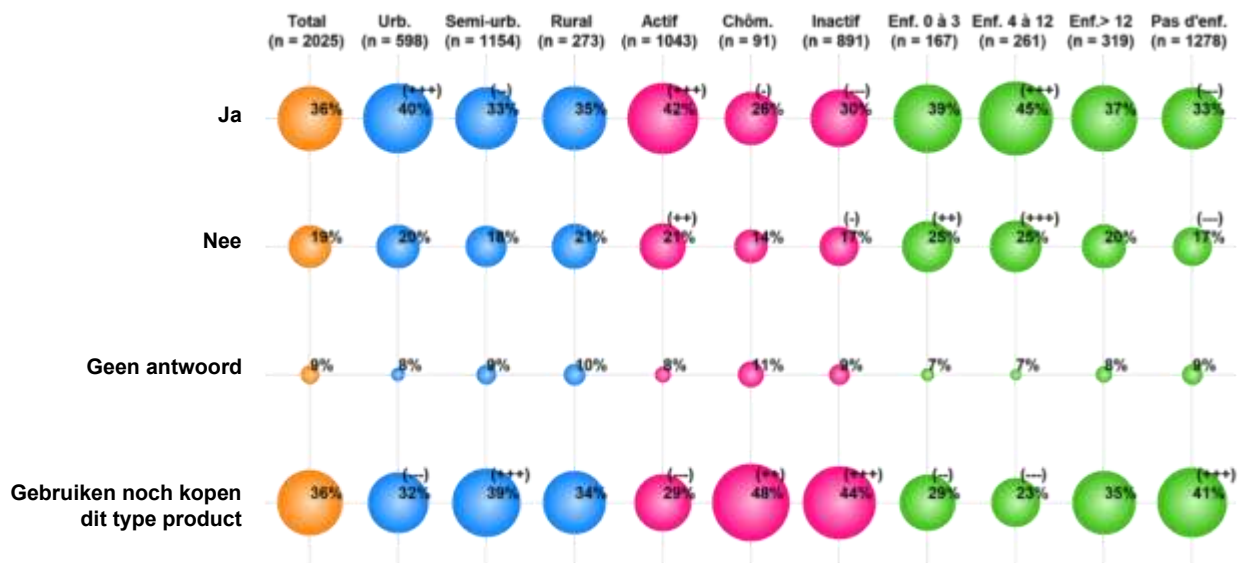


- voor het product in de vorm van doekjes (14%):
  - o ouders van jonge kinderen (22% als het kind jonger is dan 3 jaar en 23% voor ouders van wie het jongste kind tussen 4 en 12 jaar oud is)
  - o jongvolwassenen (18%)
  - o beroepsactieven (17%) en
  - o vrouwen (17%).

## 1.6. Kennis van de reinigende eigenschappen van PT01

36% van de Belgen schrijft aan deze producten reinigende eigenschappen toe; 19% weet dat dit niet het geval is en 9% kan er geen antwoord op geven.

*Vraag: Hebben deze producten reinigende eigenschappen volgens u?*



Onder de respondenten (36%) die het product ten onrechte reinigende eigenschappen toeschrijven, zijn bepaalde sociaal-demografische profielen aanzienlijk sterker vertegenwoordigd. Dat zijn:

- ouders van kinderen van 4-12 jaar (45%)
- jongeren onder 35 jaar (45%)
- beroepsactieven (42%)
- stadsbewoners (40%)
- eigenaren van huisdieren (40%)
- hoogopgeleiden (39%)

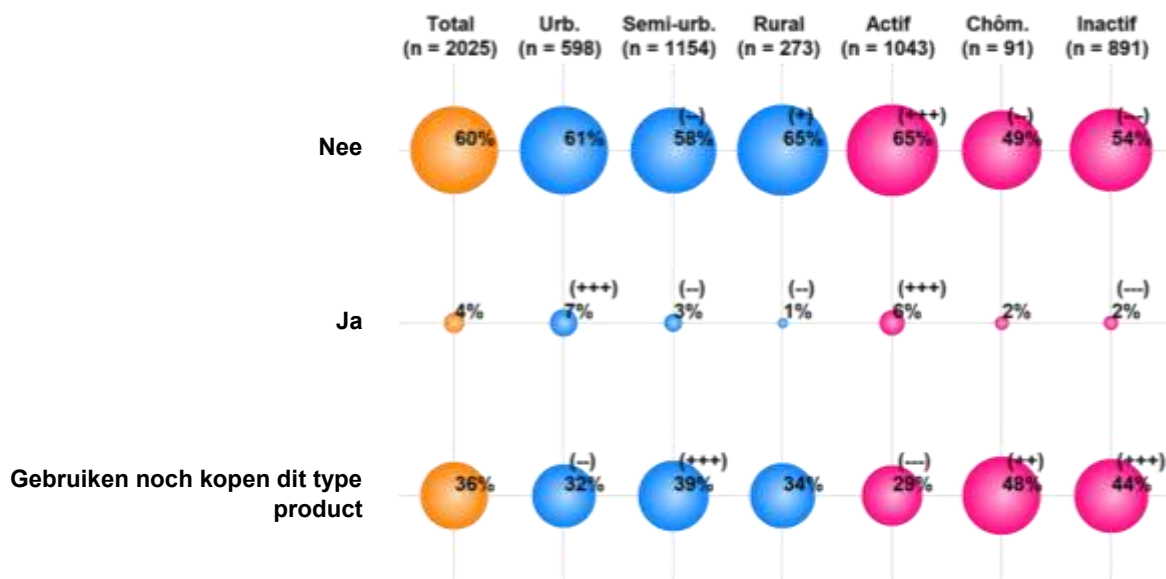


## 1.7. Combinatie van PT01 met andere producten

4% van de respondenten heeft al eens een PT01 gemengd met een ander product. Er zijn enkele significante verschillen naar sociaal-demografisch profiel, zoals:

- de leeftijd: het zijn vaker jongvolwassenen tot 35 jaar (8%),
- de leefomgeving: 7% van de respondenten die in steden wonen
- de beroepsactiviteit: 6% van de actieve bevolking
- het bezit van een huisdier: 5%.

*Vraag: Heeft u uw ontsmettingsmiddel ooit met een ander product gemengd?*



Het toegevoegde product betreft meestal een reinigingsproduct.

Vaakst toegevoegde productsoorten	Gewenst effect
✓ Een reinigingsmiddel (n=27)	➤ Reinigen bovenop het ontsmetten
✓ Een ander ontsmettingsmiddel (alcohol, javel ...) (n=11)	➤ Doeltreffendheid verhogen
✓ Water (n=10)	➤ Verdunnen van het product
✓ Essentiële oliën (n=6)	➤ Doeltreffendheid verhogen ➤ Voor de geur
✓ Hydraterende creme (n=6)	➤ Hydrateren van de huid

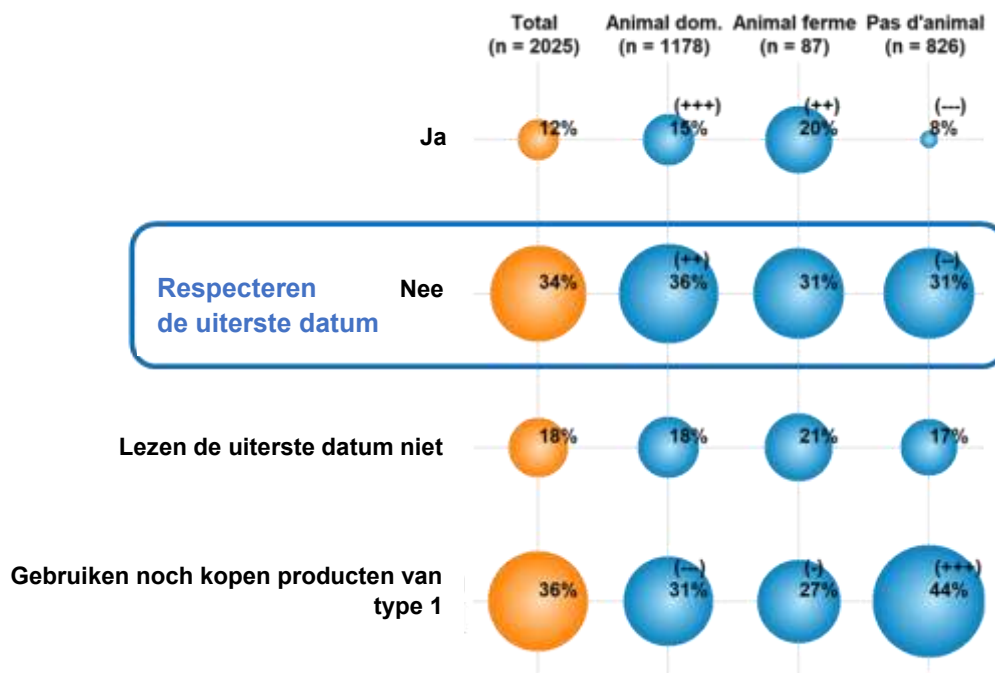


## 1.8. Kennis en naleving van de uiterste gebruiksdatum van PT01

Wat betreft de instructies over de uiterste gebruiksdatum:

- 18% van de respondenten leest deze instructies niet.
- 12% leest ze wel, maar houdt er zich niet aan.
- 34% beweert zich eraan te houden.

Vraag: Heeft u dergelijke producten ooit na de uiterste gebruiksdatum gebruikt?



Concreet leest 18% van de respondenten de uiterste gebruiksdatum niet. Dat zijn meestal (significante verschillen tussen de profielen):

- jongvolwassenen tot 35 jaar (45%)
- personen met een opleiding na het hoger secundair (22%)
- Franstaligen (20%)
- beroepsactieven (20%)

Mensen die de uiterste gebruiksdatum wel lezen maar niet systematisch naleven vertegenwoordigen 12% van de respondenten. Daarbij zijn significante verschillen waarneembaar wat de profielen betreft:

- aanwezigheid van kinderen van 4-12 jaar (19%)
- beroepsactieven (16%)
- aanwezigheid van een dier (huisdier 15% - hoevedier 20%)
- jongvolwassenen tot 35 jaar (17%)
- personen met een opleiding na het hoger secundair onderwijs (14%)





Bij de 34% die de uiterste gebruiksdatum respecteren, kwamen de volgende profielen duidelijk naar voren:

- volwassenen van 35-54 jaar (37%)
- vrouwen (36%)
- eigenaars van huisdieren (36%)
- personen met een kind van 4-12 jaar (43%)

## **1.9. Bestemming na gebruik**

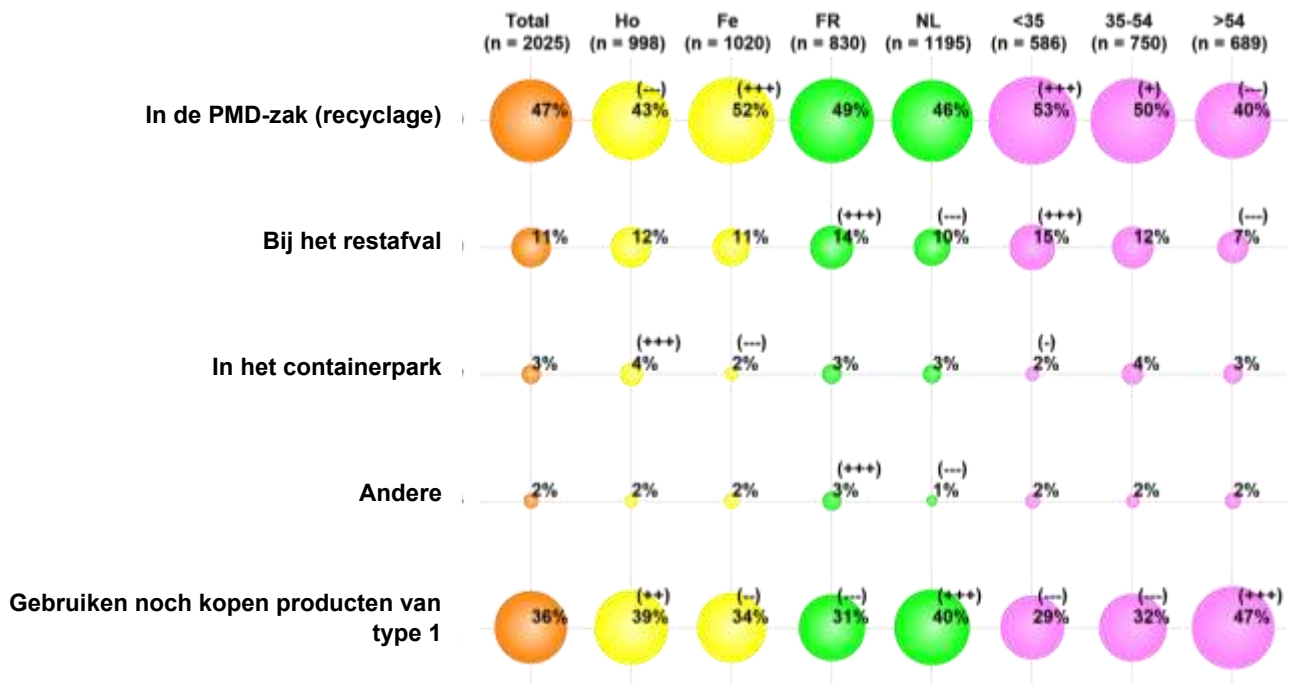
De afvalsortering verschilt tussen de regio's. In Vlaanderen en Brussel geldt dat lege verpakkingen en productresten in de PMD-zak mogen, tenzij ze een kindveilige sluiting hebben of gevarensymbolen 'giftig' en/of 'lange termijn gevaarlijk' dragen. In dat laatste geval moeten ze naar het containerpark gebracht worden als klein gevaarlijk afval. In Wallonië geldt dat ook de verpakkingen met het symbool 'ontvlambaar' als gevaarlijk afval behandeld worden (containerpark).

### **1.9.1. Bestemming van de verpakking na gebruik**

**Bijna de helft van de Belgen gooit de verpakkingen in de PMD-zak (47%),** vooral vrouwen (52% t.o.v. 43% mannen), jongeren onder de 35 jaar (53%), hoger opgeleiden (53%), ouders met kinderen onder de 12 jaar (55 en 56%), beroepsactieven (52%) en eigenaars van een huisdier (52%). **11% van de respondenten werpt de verpakkingen in de "klassieke" afvalbak** (met restafval). Deze personen zijn vaker jonger dan 35 jaar (15%), Franstalig (14%), wonen in een stedelijk gebied (16%), behoren tot de actieve beroepsbevolking (12%) en hebben vaker hoevedieren (19%). Ten slotte brengt **3% ze naar het containerpark.**



Vraag: Waar gooit u de verpakking van dit soort producten het vaakst weg?

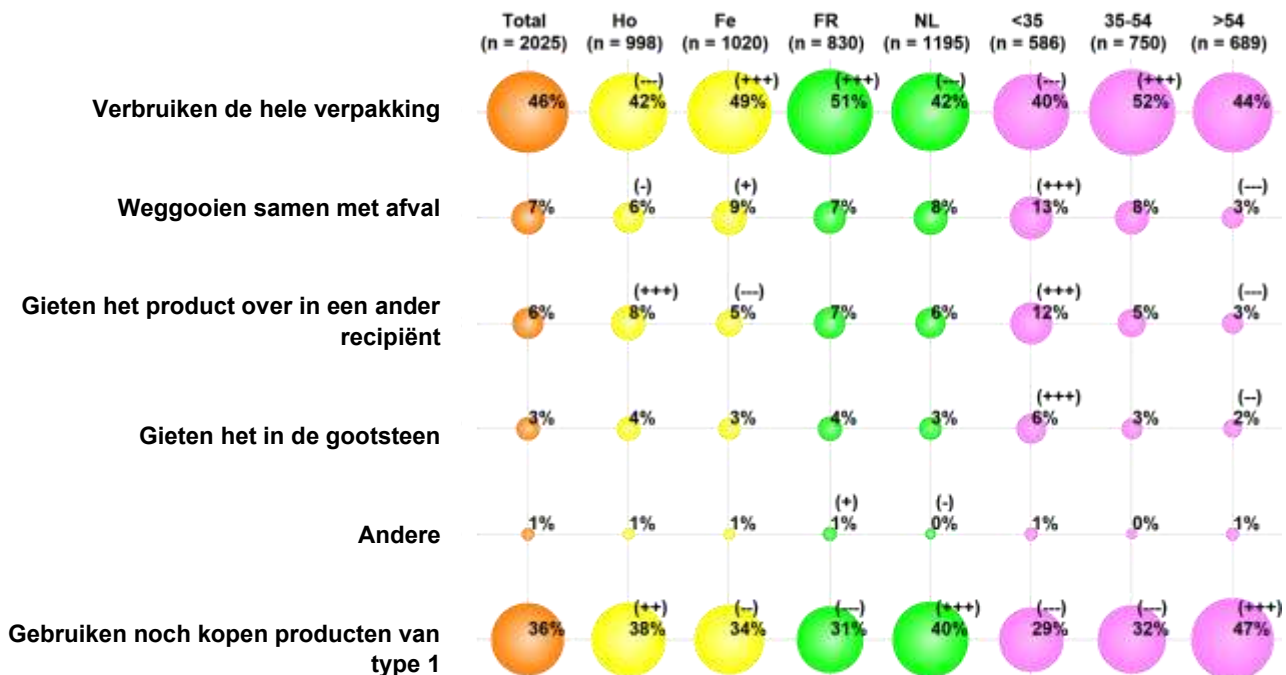




### 1.9.2. Bestemming van het restproduct na gebruik

46% van de Belgen gebruikt het product volledig op, 7% gooit de restjes samen met de verpakking weg, 6% giet ze over in een nieuwe container en 3% spoelt de restjes weg in de gootsteen.

*Vraag: Waar gooit u de restjes van dit soort producten het vaakst weg?*



Onder de respondenten zijn de volgende verschillen waar te nemen:

- personen die het product volledig op gebruiken (46%): dat zijn vaker 35-54-jarigen (52%), Franstaligen (51%), vrouwen (49%), beroepsactieven (49%) en eigenaars van een huisdier (48%);
- personen die de restjes samen met de verpakking weggooien (7%): dat zijn vaker jongeren onder de 35 jaar (13%), met kinderen van 4 tot 12 jaar (12%), beroepsactieven (9%) en personen met een diploma hoger secundair onderwijs (9%);
- personen die de restjes overgieten in een andere verpakking/recipiënt (6%): dat zijn vaker mensen jonger dan 35 jaar (12%), mannen (8%), beroepsactieven (7%), werkzoekenden (12%) en eigenaars van een dier (huisdier 8% en hoevedier 13%);
- personen die de productresten door de gootsteen spoelen (3%): dit gedrag wordt vaker aangetroffen bij personen jonger dan 35 jaar (6%), beroepsactieven (5%), ouders van kinderen van 4 tot 12 jaar (6%) en respondenten die in stedelijke gebieden wonen (5%).



## 1.10. Criteria voor het kiezen van een PT01 bij aankoop

Gemiddeld sommen de respondenten 2 tot 3 elementen op waarmee zij rekening houden bij de aankoop van een PT01.

De drie belangrijkste aankoopcriteria voor de Belgen zijn de prijs (34%), het kleine formaat van de verpakking (28%) en de doeltreffende desinfecterende werking (19% van de respondenten is ervan overtuigd dat de gekochte producten doeltreffender zijn dan die van een concurrerend merk).

Deze 3 criteria worden vernoemd bij alle profielen, behalve in de volgende 2 categorieën:

- de respondenten die hoevedieren hebben, letten vaker op de hypoallergene eigenschappen (19%) en de textuur (19%): deze twee criteria komen op de derde plaats, na de prijs en de verpakkingsgrootte.
- Ouders van kinderen van 4-12 jaar houden ook vaker rekening met de hypoallergene eigenschappen (19%) en het feit of het product geschikt is voor kinderen (19%), gevolgd door de doeltreffendheid van het product (15%).

De verschillende aankoopcriteria variëren ook naar gelang van het profiel van de respondenten, zoals blijkt uit de volgende grafieken.

*Vraag: Op welke criteria let u bij de aankoop van een bepaald product?*

	Total (n = 2025)	Animal dom. (n = 1178)	Animal ferme (n = 87)	Pas d'animal (n = 826)
De prijs	34%	37% (+++)	36%	28% (---)
De kleine verpakking (gemakkelijk mee te nemen)	28%	31% (+++)	35%	25% (---)
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting	19%	21% (+++)	16%	16% (---)
Een hypo allergisch product – geen allergie	13%	15% (+++)	19% (+)	9% (---)
Het parfum	12%	13% (+++)	10%	9% (---)
De textuur	10%	11%	19% (+++)	9% (-)
De kortere droogtijd	9%	10% (+)	8%	8% (-)
De grote inhoud van de verpakking	9%	11% (+++)	6%	7% (---)
Het product is geschikt voor kinderen	9%	10% (++)	13%	7% (---)
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	8%	9% (++)	7%	6% (---)
De bekendheid van het merk	8%	9% (+)	8%	7%
De aantrekkelijkheid van de verpakking	2%	2% (++)	3%	1% (-)
Er is reclame voor het merk	1%	1%		1%
Andere	3%	3%	4%	3%
Kopen noch gebruiken producten van type 1	36%	31% (---)	27% (-)	44% (+++)



	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)	Low (n = 501)	Med. (n = 754)	High (n = 753)
De prijs	34%	33%	34%	36% (+)	32% (-)	41% (+++)	36% (++)	24% (—)	23% (—)	35%	39% (+++)
De kleine verpakking (om mee te nemen)	28%	25% (—)	32% (+++)	27%	29%	34% (+++)	26% (-)	26%	23% (—)	29%	32% (++)
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting	19%	18%	20%	22% (+++)	17% (—)	22% (++)	18%	17%	15% (—)	18%	22% (++)
Een hypo allergisch product – geen allergie	13%	12% (-)	14% (++)	14%	12%	12%	15% (++)	12%	13%	12%	14%
Het parfum	12%	9% (—)	14% (+++)	15% (+++)	9% (—)	16% (+++)	14% (++)	5% (—)	7% (—)	13%	13% (++)
De textuur	10%	7% (—)	13% (+++)	11%	9%	13% (+++)	11%	6% (—)	7% (—)	10%	13% (+++)
De kortere droogtijd	9%	8% (-)	11% (++)	8%	10%	13% (+++)	8% (-)	8%	8%	10%	10%
De grote inhoud van de verpakking	9%	9%	9%	9%	9%	11%	10%	7% (-)	9%	9%	10%
Het product is geschikt voor kinderen	9%	8%	10%	8%	9%	10%	11% (++)	6% (—)	8%	9%	9%
Duidelijke en leesbare gebruiksaanwijzingen	8%	9%	7%	7%	9%	7%	8%	10%	10%	8%	7%
De bekendheid van het merk	8%	8%	8%	9%	8%	12% (+++)	8%	5% (—)	5% (—)	9%	9%
De aantrekkelijkheid van de verpakking	2%	1%	2%	1%	2%	4% (+++)	1% (-)	1% (-)	2%	2%	2%
Er is reclame voor het merk	1%	1%	1%	1% (-)	1% (+)	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Andere	3%	3%	3%	5% (+++)	2% (—)	3%	5% (+++)	2% (-)	1% (—)	3%	5% (+++)
Kopen noch gebruiken producten van type 1	36%	38% (++)	34% (-)	31% (—)	40% (+++)	29% (—)	32% (—)	47% (+++)	48% (+++)	36%	28% (—)

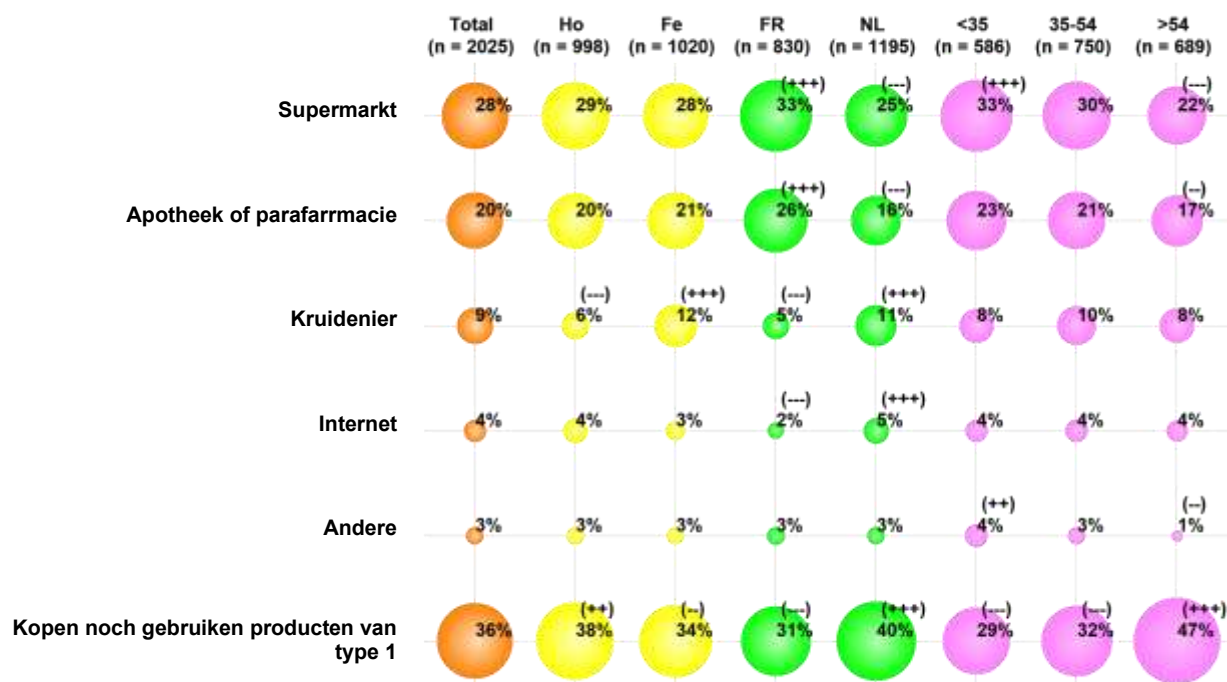
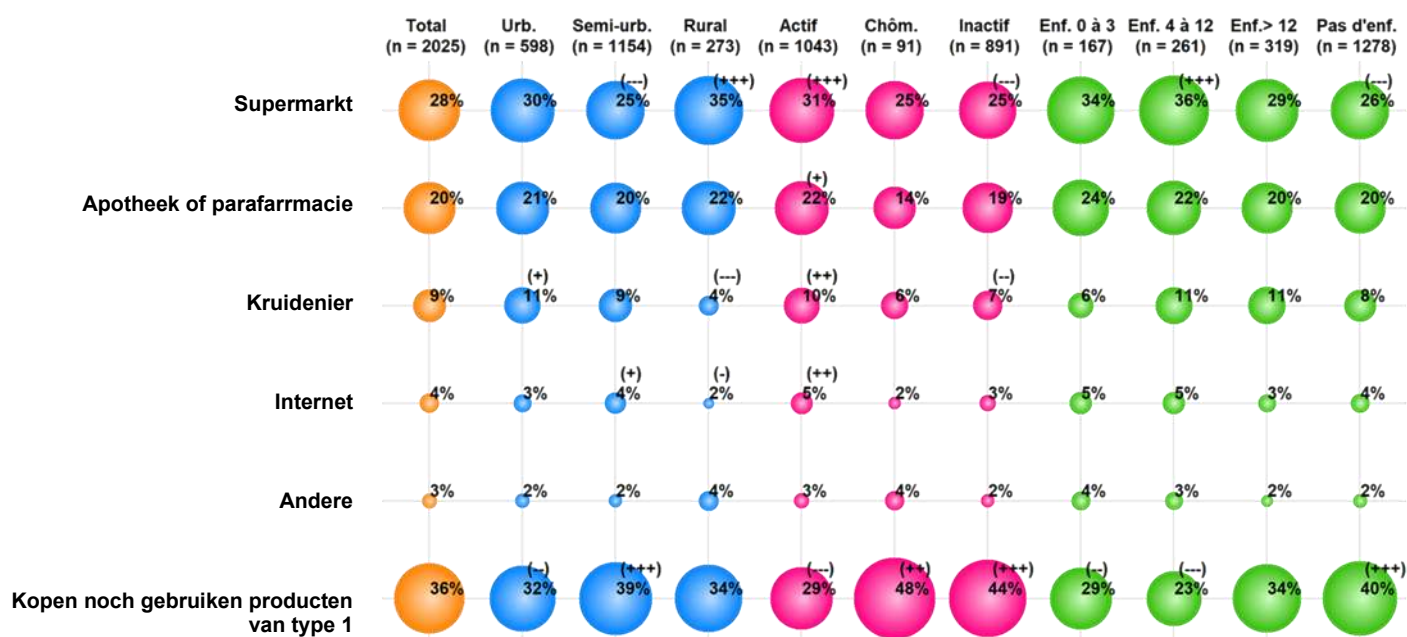
	Total (n = 2025)	Urb. (n = 598)	Semi-urb. (n = 1154)	Rural (n = 273)	Actif (n = 1043)	Chôm. (n = 91)	Inactif (n = 891)	Enf. 0 à 3 (n = 167)	Enf. 4 à 12 (n = 261)	Enf. > 12 (n = 319)	Pas d'enf. (n = 1278)
De prijs	34%	36%	32%	34%	38% (+++)	27%	29% (—)	41% (++)	40% (++)	35%	31% (—)
De kleine verpakking (om mee te nemen)	28%	31% (+)	27%	26%	31% (+++)	24%	26% (-)	30%	26%	28%	29%
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting	19%	21%	17% (-)	20%	18%	18%	19%	20%	15%	18%	19%
Een hypo allergisch product – geen allergie	13%	15% (+)	12% (-)	14%	13%	11%	14%	13%	19% (+++)	11%	12%
Het parfum	12%	14% (++)	10% (—)	13%	14% (+++)	15%	8% (—)	14%	15% (+)	14%	10% (—)
De textuur	10%	11%	10%	9%	11% (+)	8%	9% (-)	13%	9%	9%	10%
De kortere droogtijd	9%	9%	10%	7%	10%	10%	8%	10%	8%	11%	9%
De grote inhoud van de verpakking	9%	11% (+)	8%	8%	10%	12%	8%	9%	11%	8%	9%
Het product is geschikt voor kinderen	9%	10% (+)	8%	8%	9%	9%	8%	16% (+++)	19% (+++)	11%	5% (—)
Duidelijke en leesbare gebruiksaanwijzingen	8%	9%	8%	7%	7%	6%	9% (+)	4% (-)	8%	6%	9% (++)
De bekendheid van het merk	8%	9%	7% (-)	10%	10% (+++)	4%	6% (-)	10%	12% (++)	7%	8%
De aantrekkelijkheid van de verpakking	2%	2%	2%	1%	1%		2% (+)	1%	2%	1%	2%
Er is reclame voor het merk	1%	0% (-)	1% (++)	1%	1%		1%	0%	2%	1%	1%
Andere	3%	4%	3%	5%	4%	2%	3%	3%	5% (+)	4%	3%
Kopen noch gebruiken producten van type 1	36%	32% (-)	39% (+++)	34%	29% (—)	48% (++)	44% (+++)	29% (-)	23% (—)	34%	40% (+++)

### 1.11. De aankoopkanalen van PT01

De respondenten kopen dergelijke producten het vaakst in de supermarkt (28%), bij de apotheek of gezondheidswinkel (20%) en bij de kruidenier/drogisterij (9%). Ten slotte koopt 4% van de respondenten deze producten online.



Vraag: Waar koopt u dergelijke producten het vaakst?





---

Uit de analyse van de resultaten volgens het sociaal-demografische profiel komen de volgende significante verschillen naar voren:

- Franstaligen kopen deze producten vaker in de supermarkt (33% t.o.v. 25% van de Nederlandstaligen) en apotheken of gezondheidswinkels (26% t.o.v. 16%), terwijl Nederlandstaligen vaker een beroep doen op de kruidenier (11% t.o.v. 5% van de Franstaligen) of het internet (5% t.o.v. 2%).
- Supermarkten (28%) zijn populairder bij mensen die landelijk wonen (35%), bij de actieve beroepsbevolking (31%) en mensen met huisdieren (31%).
- Kruideniers en het internet zijn ook populairder bij de beroepsactieven. Vrouwen kopen ook meer bij de kruidenier dan mannen (12% t.o.v. 6%).



## 1.12. De etiketten op de verpakking lezen/zich eraan houden

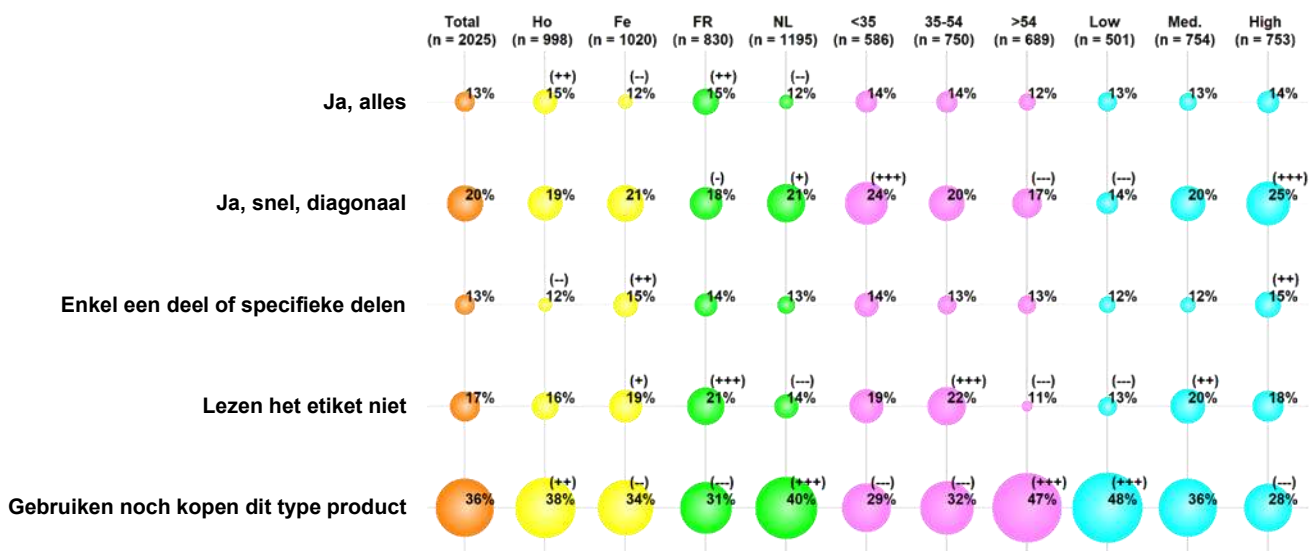
### 1.12.1. **Mate waarin de informatie op de verpakking vóór de aankoop wordt gelezen**

Voor wat betreft het lezen van de informatie op de verpakking van PT01 vóór de aankoop,

- 13% van de Belgen leest het hele etiket,
- 20% leest het snel, diagonaal,
- 13% leest slechts een deel of specifieke delen en
- 17% leest het helemaal niet.

Binnen de groep van gebruikers ("consumenten") van PT01 vinden we de volgende percentages: 21% van de Belgen leest het hele etiket, 32% leest het snel, diagonaal, 21% leest slechts een deel of specifieke delen en 27% leest het helemaal niet.

*Vraag: Leest u het etiket op de verpakking van het product voordat u het koopt?*



Er zijn enkele significante verschillen volgens het sociaal-demografische profiel van alle respondenten, namelijk:

- Over het algemeen verklaarden Franstaligen onder alle respondenten vaker het etiket niet te lezen (21% t.o.v. 14%), net als volwassenen van 35-54 jaar (22%), mensen met kinderen jonger dan 12 jaar (24% en 25%), beroepsactieven (22%), mensen met een maandinkomen van meer dan € 4.200 (24%) en eigenaars van een huisdier (20%), terwijl jongeren onder de 35 jaar (24%), Nederlandstaligen (21%) en mensen met een opleiding na het hoger secundair onderwijs (25%) vaker een snelle blik werpen op het etiket.





- Meer in het bijzonder stellen we het volgende vast:
  - o de 13% lezers die het hele etiket lezen alvorens het product te kopen, wonen veelal in stedelijke gebieden (16%), zijn vaker mannen (15%) en Franstalig (15%),
  - o de 20% respondenten die het etiket een snelle blik gunnen, zijn vooral personen jonger dan 35 jaar (24%), stedelingen (24%) en beroepsactieven (22%),
  - o de 13% personen die alleen een specifiek deel van het etiket lezen, zijn vaker vrouwen (15%) en hoogopgeleiden (15%),
  - o de 17% niet-lezers zijn eerder Franstalig (21%), volwassenen van 35-54 jaar (22%), beroepsactieven (22%), met jonge kinderen (24 en 25%) en leven vaker in landelijke gebieden (22%).

### 1.12.2. De gelezen informatie bij gedeeltelijke lezing

In het geval van gedeeltelijke lezing van het etiket (13% van de totale steekproef, d.w.z. 268 respondenten) is de gelezen informatie meer in het bijzonder:

- **de brede desinfecterende werking** (doodt virussen, bacteriën, gisten, enz.): in 55% van de gevallen zijn deze resultaten transversaal, d.w.z. zonder significant verschil tussen de verschillende profielen
- **tekst in een groot lettertype**: in 28% van de gevallen, transversale resultaten
- **de gevarensymbolen** (25%): meer jongeren < 35 jaar (37%), mannen (31%), hoogopgeleiden (35%)
- **de hypoallergene eigenschappen** (24%): meer Franstaligen (34%)
- **de uiterste gebruiksdatum** (21% van de respondenten): vooral mensen > 54 jaar (31%)
- **de geschiktheid voor kinderen** (21%): meer volwassenen van 35-54 jaar en ouders van kinderen van 0-4 en 4-12 jaar (respectievelijk 30%-38%-57%)
- **de ingrediënten**(18%): meer stedelingen (26%)

### 1.12.3. Beoordeling van de duidelijkheid van de verstrekte informatie

8% van de Belgen vindt dat de informatie op het etiket weinig of helemaal niet duidelijk is. Dit geldt vaker voor vrouwen, Franstaligen, mensen met een diploma hoger dan een diploma hoger secundair onderwijs en eigenaars van dieren (hoevedier of huisdier).



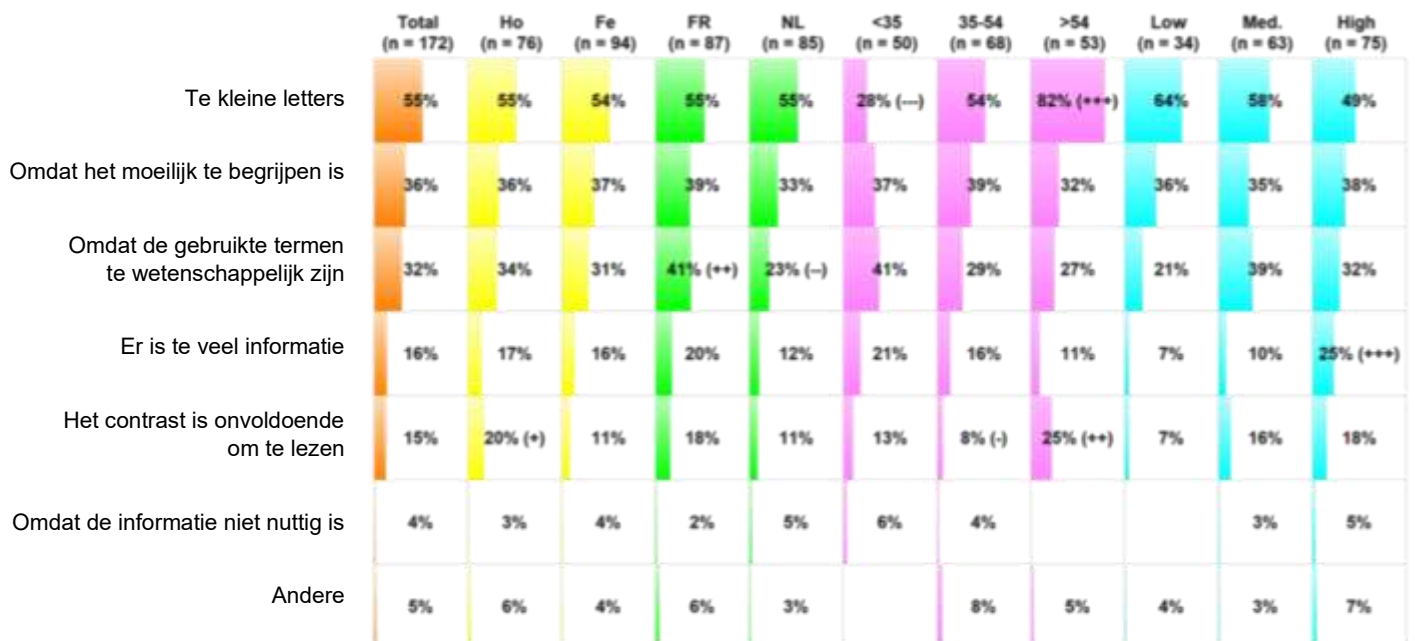
De respondenten die de etiketten als weinig duidelijk of erg onduidelijk beoordelen (n=172), wijzen vooral op 2 elementen die bijdragen tot het gebrek aan duidelijkheid: de leesbaarheid en de gebruikte taal. Wat de leesbaarheid betreft, zijn de meest genoemde klachten:

- de kleine lettertypes (55%, waarvan 82% van de 54-plussers)
- te veel informatie op het etiket (16%)
- een gebrek aan contrast tussen tekst en achtergrond (15%, 20% voor de mannen en 25% voor de 54-plussers).

Wat de gebruikte taal betreft, hekelen sommige respondenten:

- het feit dat de tekst moeilijk te begrijpen is (36%)
- het gebruik van "te wetenschappelijke" termen (32%, vooral onder Franstaligen: 41% tegen 23% van de Nederlandstaligen).

Vraag: Waarom is het etiket niet duidelijk?





### 1.12.4. Redenen om de etiketten niet te lezen

**Bij de respondenten die een snelle, diagonale blik werpen op de etiketten** (n=408) worden dezelfde problemen genoemd: de leesbaarheid en de te specifieke woordenschat. De gebruikers van PT01 menen echter dat zij weten hoe zij de producten correct moeten gebruiken zonder de informatie op de verpakking te hoeven lezen.

Vraag: *Waarom leest u niet de hele gebruiksaanwijzing?*

	Total (n = 408)	Urb. (n = 141)	Semi-urb. (n = 218)	Rural (n = 49)	Actif (n = 230)	Chôm. (n = 18)	Inactif (n = 160)	Enf. 0 à 3 (n = 27)	Enf. 4 à 12 (n = 64)	Enf.> 12 (n = 59)	Pas d'enf. (n = 258)
Te kleine lettertype	36%	37%	36%	34%	34%	20%	41% (++)	20% (-)	35%	39%	38%
Omdat ik al weet hoe die producten te gebruiken	26%	28%	25%	21%	23%	26%	29%	27%	24%	22%	27%
Omdat het vaak onduidelijk of moeilijk te begrijpen is	20%	20%	23% (+)	6% (---)	17%	7%	25% (++)	12%	24%	14%	21%
Ik heb vertrouwen in dat soort producten	19%	19%	18%	22%	18%	32%	18%	7%	19%	17%	20%
Ik volg de aanbevelingen van mijn apotheker	16%	14%	16%	26% (+)	18%	10%	15%	21%	25% (+)	12%	15%
Omdat ik weet hoe de producten te gebruiken en het werkt zeer goed	15%	21% (++)	10% (---)	17%	15%	4%	15%	12%	18%	8%	16%
Omdat de gebruikte termen te wetenschappelijk zijn	15%	17%	11% (-)	24% (+)	18% (++)	14%	10% (-)	24%	14%	13%	14%
Omdat het me niet interesseert	9%	9%	10%	9%	14% (++++)	2%	4% (---)	33% (++++)	7%	7%	8%
het contract is onvoldoende om te lezen	9%	11%	9%	3%	6% (---)	18%	13% (++)	6%	3% (-)	9%	11% (+)
omdat ik niet de gewoonte heb om dit te lezen	6%	7%	6%	8%	9% (++)	6%	3% (-)	10%	7%	6%	6%
omdat de informatie niet nuttig is	5%	6%	5%	3%	6%		4%	10%	6%	5%	5%
Andere	2%	1%	2%	5%	1%	6%	2%		3%	5% (+)	1%

	Total (n = 408)	Ho (n = 194)	Fe (n = 212)	FR (n = 152)	NL (n = 255)	<35 (n = 142)	35-54 (n = 150)	>54 (n = 116)	Low (n = 69)	Med. (n = 149)	High (n = 188)
Te kleine lettertype	36%	34%	37%	33%	38%	27% (---)	34%	51% (++++)	36%	37%	36%
Omdat ik al weet hoe die producten te gebruiken	26%	21% (-)	29% (+)	19% (-)	29% (++)	21%	29%	27%	17% (-)	25%	29%
Omdat het vaak onduidelijk of moeilijk te begrijpen is	20%	18%	22%	19%	20%	24%	16% (-)	21%	11% (-)	23%	20%
Ik heb vertrouwen in dat soort producten	19%	21%	17%	19%	18%	19%	19%	17%	15%	23% (+)	17%
Ik volg de aanbevelingen van mijn apotheker	16%	12% (-)	20% (+)	14%	18%	17%	17%	14%	4% (---)	21% (+)	17%
Omdat ik weet hoe de producten te gebruiken en het werkt zeer goed	15%	15%	14%	14%	15%	17%	16%	11%	16%	13%	16%
Omdat de gebruikte termen te wetenschappelijk zijn	15%	15%	14%	22% (++++)	10% (---)	21% (++)	14%	9% (-)	15%	17%	13%
Omdat het me niet interesseert	9%	12%	7%	7%	11%	17% (++++)	7%	3% (---)	11%	9%	9%
het contract is onvoldoende om te lezen	9%	12% (++)	6% (-)	11%	8%	13% (++)	5% (-)	10%	17% (++)	9%	6% (-)
omdat ik niet de gewoonte heb om dit te lezen	6%	6%	7%	5%	7%	8%	8%	2% (-)	5%	8%	5%
omdat de informatie niet nuttig is	5%	5%	6%	6%	5%	10% (++++)	4%	1% (-)	2%	6%	6%
Andere	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	1%		2%	3%



De respondenten die de informatie op de verpakking niet lezen (n=348) geven hiervoor verschillende redenen die wijzen op een gebrek aan tastbaar nut ("het is niet nodig", "het interesseert me niet", "het werkt heel goed" ...). Toch wordt ook melding gemaakt van het te kleine lettertype en de gebruikte woordenschat.

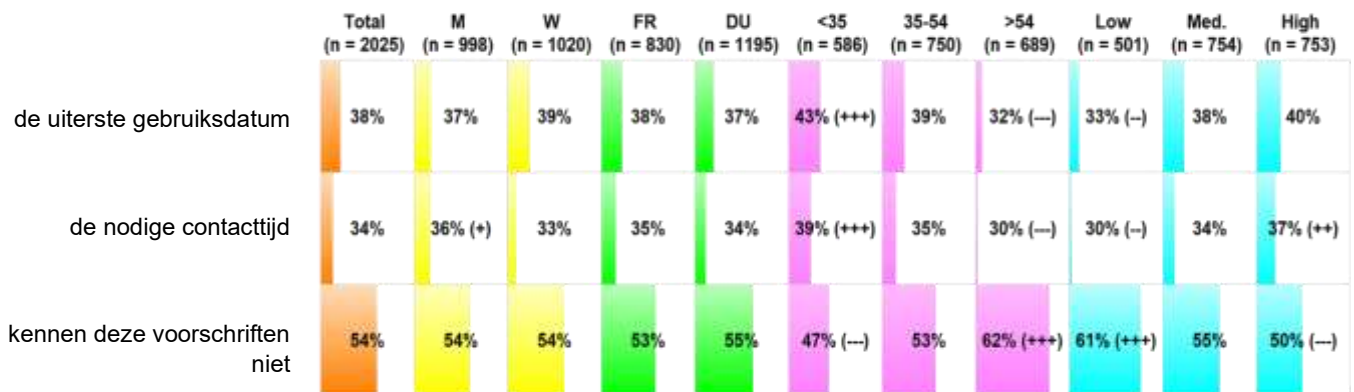
	Total (n = 348)	Ho (n = 158)	Fe (n = 190)	FR (n = 175)	NL (n = 173)	<35 (n = 111)	35-54 (n = 162)	>54 (n = 75)	Low (n = 64)	Med. (n = 148)	High (n = 134)
Te kleine lettertype	28%	34% (++)	24% (-)	28%	28%	44% (+++)	23% (-)	16% (-)	25%	32%	26%
Omdat ik al weet hoe die producten te gebruiken	23%	22%	23%	25%	21%	27%	22%	19%	22%	21%	26%
Omdat het vaak onduidelijk of moeilijk te begrijpen is	20%	24%	17%	27% (+++)	14% (-)	16%	26% (++)	15%	23%	19%	20%
Ik heb vertrouwen in dat soort producten	20%	17%	22%	20%	20%	14% (-)	16% (-)	37% (+++)	30% (++)	20%	15% (-)
Ik volg de aanbevelingen van mijn apotheker	18%	13% (-)	22% (++)	14% (-)	22% (++)	19%	19%	16%	10% (-)	20%	21%
Omdat ik weet hoe de producten te gebruiken en het werkt zeer goed	10%	10%	10%	7% (-)	13% (+)	13%	9%	7%	7%	11%	11%
Omdat de gebruikte termen te wetenschappelijk zijn	10%	9%	10%	11%	8%	16% (+++)	6% (-)	8%	5%	12%	9%
Omdat het me niet interesseert	9%	10%	9%	11%	8%	5% (-)	10%	14%	13%	9%	8%
het contract is onvoldoende om te lezen	7%	6%	8%	8%	6%	12% (++)	5%	4%	7%	9%	5%
omdat ik niet de gewoonte heb om dit te lezen	6%	6%	7%	9% (++)	3% (-)	6%	7%	7%	6%	6%	7%
omdat de informatie niet nuttig is	2%	3%	2%	3%	1%	1%	4%	2%	3%	3%	2%
Andere	7%	6%	7%	10% (++)	4% (-)	6%	8%	5%	6%	4% (-)	11% (++)



### 1.13. Kennis van de gebruiksvorschriften van PT01

54% van de Belgen kent de gebruiksvorschriften voor PT01's niet. Dit wordt vaker vastgesteld bij ouderen (55 jaar en ouder: 59%), mensen met een diploma lager dan een diploma hoger secundair onderwijs (61%), niet-werkenden (59%), mensen zonder kinderen (57%), mensen zonder huisdieren (61%) en mensen die in semi-stedelijke gebieden wonen (56%).

*Vraag: Kent u de volgende gebruiksvorschriften voor het gebruik van ontsmettingsmiddelen?*





## 2. Producten voor desinfectie van oppervlakken die niet in contact komen met voedingsmiddelen of diervoeders (PT02)

### 2.1. Gebruik van PT02

67% van de Belgen heeft in de afgelopen 12 maanden een ontsmettingsmiddel voor oppervlakken die niet met levensmiddelen in aanraking komen (PT02) gebruikt.

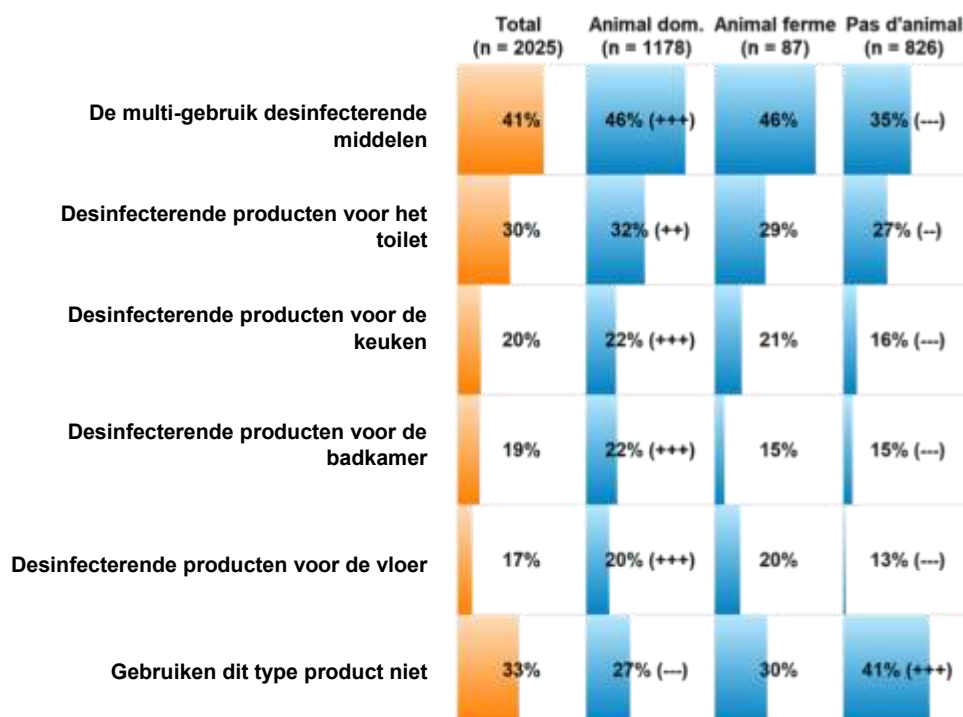
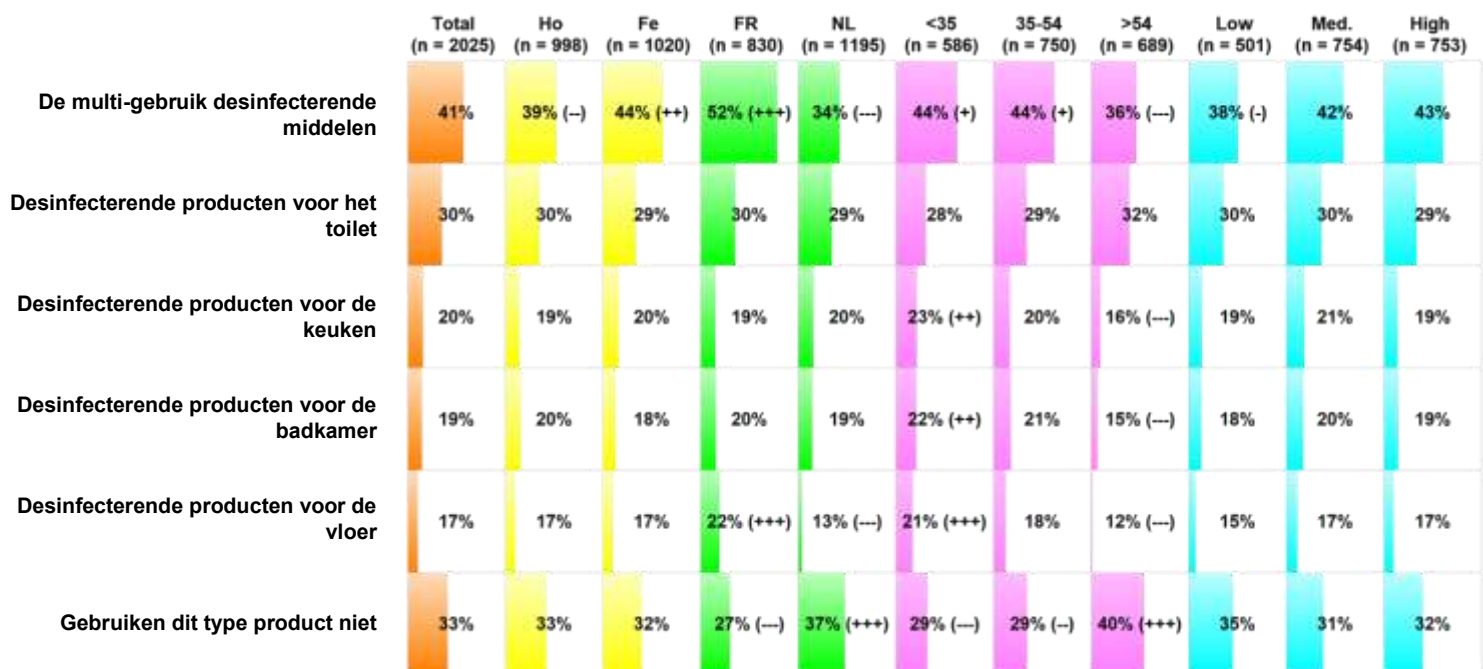
Daarentegen heeft 33% van de Belgen er de afgelopen 12 maanden geen gebruikt.

Uit de analyse van de sociaal-demografische kenmerken komen een aantal significante verschillen naar voren tussen personen die wel en geen PT02 gebruiken. Niet-gebruikers zijn vaker:

- personen die 55 jaar en ouder zijn (40%)
- Nederlandstaligen (37% t.o.v. 27% Franstaligen)
- niet-werkende personen (36%)
- personen zonder thuiswonende kinderen (36%)
- personen die in semi-stedelijke gebieden wonen (35%)
- personen die thuis geen dieren hebben (41%).

*Vraag: Heeft u in de afgelopen 12 maanden bij u thuis een schoonmaakproduct gebruikt voor desinfectie van oppervlakken, dat niet in contact komt met voedingsmiddelen of diervoeders?*





De 67% van de Belgische respondenten die een PT02 heeft gebruikt, heeft het vaakst multi-gebruik ontsmettingsmiddelen (41%) en specifieke producten voor het toilet (30%), gevolgd door producten voor de keuken (20%), de badkamer (19%) en de vloer (17%) gebruikt.

Het gebruik verschilt naargelang van het profiel van de respondenten. Mensen met kinderen of huisdieren in huis gebruiken over het algemeen meer



ontsmettingsmiddelen, in welke vorm dan ook. Jongeren (onder de 35 jaar) gebruiken meer specifieke producten dan ouderen (specifiek voor keuken, badkamer, vloer). Er bestaan ook verschillen wat betreft de multi-gebruik desinfecterende producten en de specifieke desinfecterende producten voor de badkamer. De multi-gebruik producten worden vaker gebruikt door vrouwen, Franstaligen en mensen die in stedelijke gebieden wonen (naast ouders van jonge kinderen en eigenaars van huisdieren). Specifieke badkamerproducten worden meer gebruikt door stedelingen en beroepsactieve personen (naast ouders met kinderen en eigenaars van huisdieren).

## 2.2. Redenen om geen PT02 te gebruiken

De belangrijkste reden om geen PT02 te gebruiken, genoemd door 18% van de respondenten (totale steekproef), is dat schoonmaakproducten meer dan voldoende zijn; 7% noemt het feit dat deze producten nutteloos zijn. Ook andere factoren werden genoemd, zoals de prijs (6%), de schadelijkheid voor de gezondheid (3%) of het milieu (4%) en het feit dat ze oppervlakken beschadigen (3%).

We stellen daarnaast vast dat 2% van de respondenten zelf natuurlijke schoonmaakproducten maakt. Dat zijn vaker vrouwen (3%), Franstaligen (3%) en werkzoekenden (5%).

Vraag: Waarom gebruikt u deze producten niet?

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)	Low (n = 501)	Med. (n = 754)	High (n = 753)
Gewone schoonmaakmiddelen zijn meer dan voldoende	18%	19%	18%	17% (-)	20% (+)	14% (---)	16% (-)	24% (+++)	17%	18%	19%
Deze producten hebben geen nut	7%	7%	6%	5% (---)	8% (+++)	5%	6%	9% (+++)	6%	7%	6%
Deze producten zijn duur	6%	6%	6%	4% (---)	7% (+++)	4% (-)	5%	8% (+++)	7%	6%	4% (-)
De producten zijn giftig en schadelijk voor het milieu	4%	3% (-)	5% (++)	3% (---)	5% (+++)	4%	3% (-)	6% (++)	6% (++)	2% (---)	5%
De producten zijn giftig en gevaarlijk voor de gezondheid	3%	3% (-)	4% (+)	3%	3%	2% (-)	4% (+)	3%	3%	2% (-)	4% (+)
De producten beschadigen oppervlakken	3%	2%	3%	2% (-)	4% (++)	4% (++)	2%	3%	3%	2%	3%
Maken hun eigen natuurlijke onderhoudsproducten	2%	1% (-)	3% (++)	3% (+++)	1% (---)	3% (+)	2%	1%	2%	2%	2%
Andere	4%	5% (+++)	2% (---)	4%	4%	4%	4%	3%	6% (+++)	2% (---)	3%
Gebruiken wel type2 producten	67%	67%	68%	73% (+++)	64% (---)	72% (++)	71% (++)	60% (---)	66%	69%	68%

We nemen geen significante verschillen waar tussen de verschillende profielen van respondenten met betrekking tot de verschillende genoemde redenen.





## 2.3. Redenen voor het gebruik van PT02

Van de verschillende redenen voor het gebruik van PT02's springen er drie in het bijzonder uit:

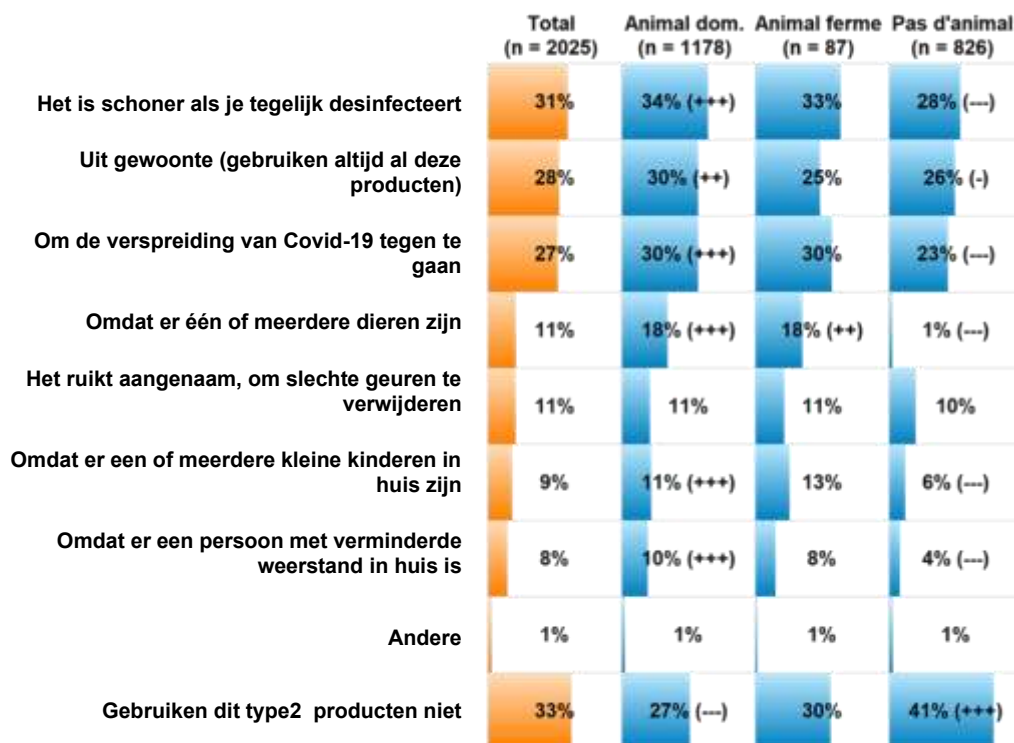
- het gevoel dat ze voor meer netheid zorgen ("het is schoner als je tegelijkertijd desinfecteert"), een reden die door 31% van de respondenten (vooral vrouwen en Franstaligen) wordt aangehaald
- de gewoonte, een reden die 28% van de respondenten aanhaalt (meer vrouwen, Franstaligen en stedelingen)
- deze producten beschermen tegen de verspreiding van Covid-19, een reden die wordt genoemd door 27% van de respondenten (vaker door beroepsactieve respondenten, 30%).

Minder vaak worden ook de volgende argumenten aangevoerd:

- de aanwezigheid van dieren (11%)
- de aangename geur (11%)
- de aanwezigheid van kinderen (9%)
- de aanwezigheid van mensen met een lagere immuniteit (8%).

Deze resultaten zijn transversaal voor de verschillende profielen van de respondenten.

*Vraag: Om welke reden(en) en in welke gevallen gebruikt u dit type product?*



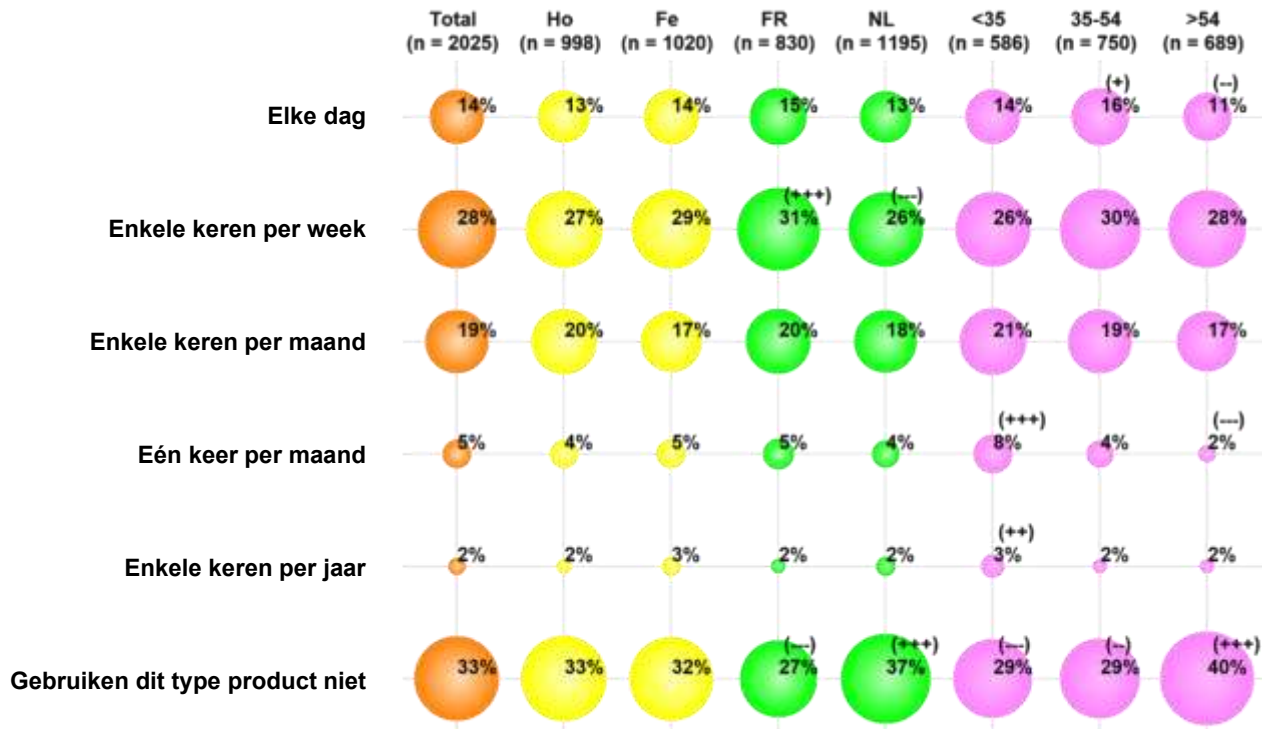


## 2.4. Gebruiksfrequentie van PT02

42% van de Belgen gebruikt eenmaal of meermaals per week biociden van type 02, waarvan 14% dagelijks. Deze laatsten zijn meestal ouders van jonge kinderen (jonger dan 12 jaar) en eigenaars van een dier (huisdier of hoevedier).

19% gebruikt dergelijke producten een paar keer per maand en 7% minder vaak.

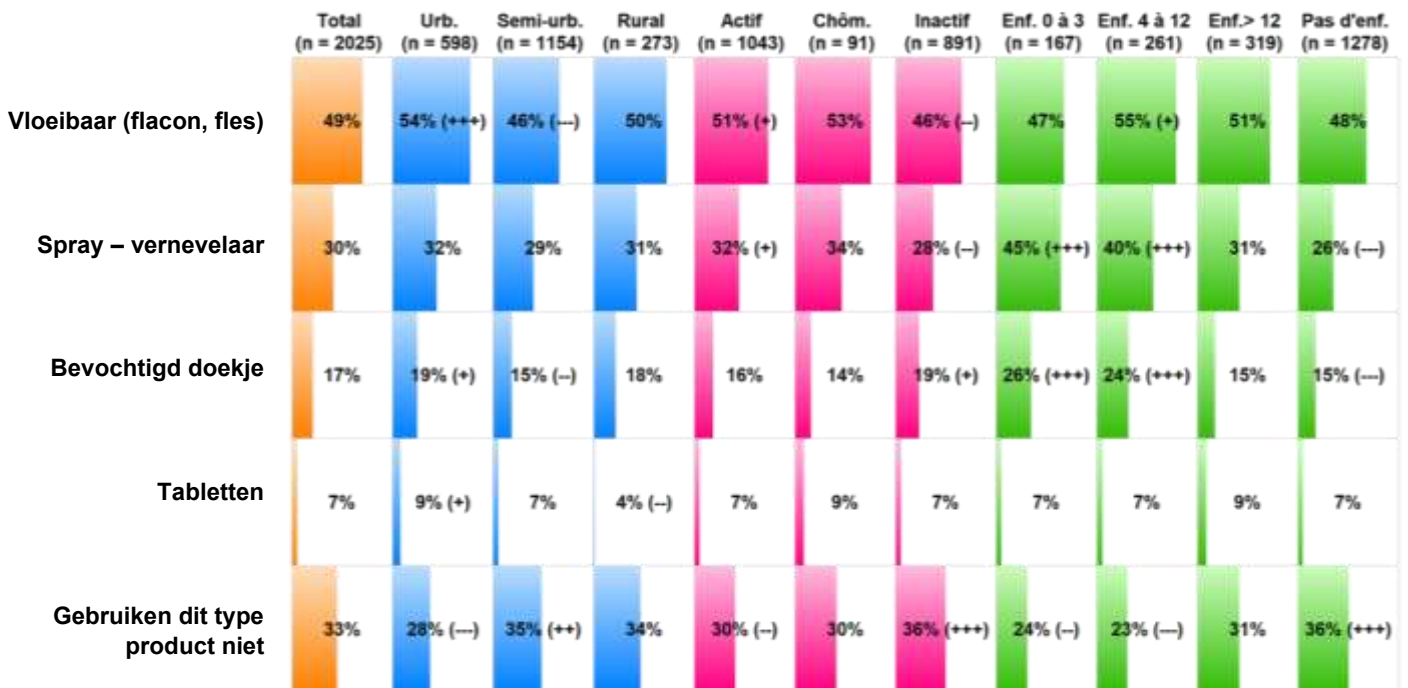
Vraag: Hoe vaak gebruikt u dit type product?



## 2.5. Reeds gekochte vormen (formulatie)

Van de verschillende vormen die op de markt beschikbaar zijn, is de meest gekochte formulatie de vloeibare vorm (in een bus of fles) (49%), gevolgd door sprays/verstuivers (30%), doekjes (17%) en pastilles/tabletten (7%).

Sprays/verstuivers worden vaker gebruikt door ouders van jonge kinderen (jonger dan 12 jaar). Bussen worden vaker gebruikt door mensen die in stedelijke gebieden wonen.



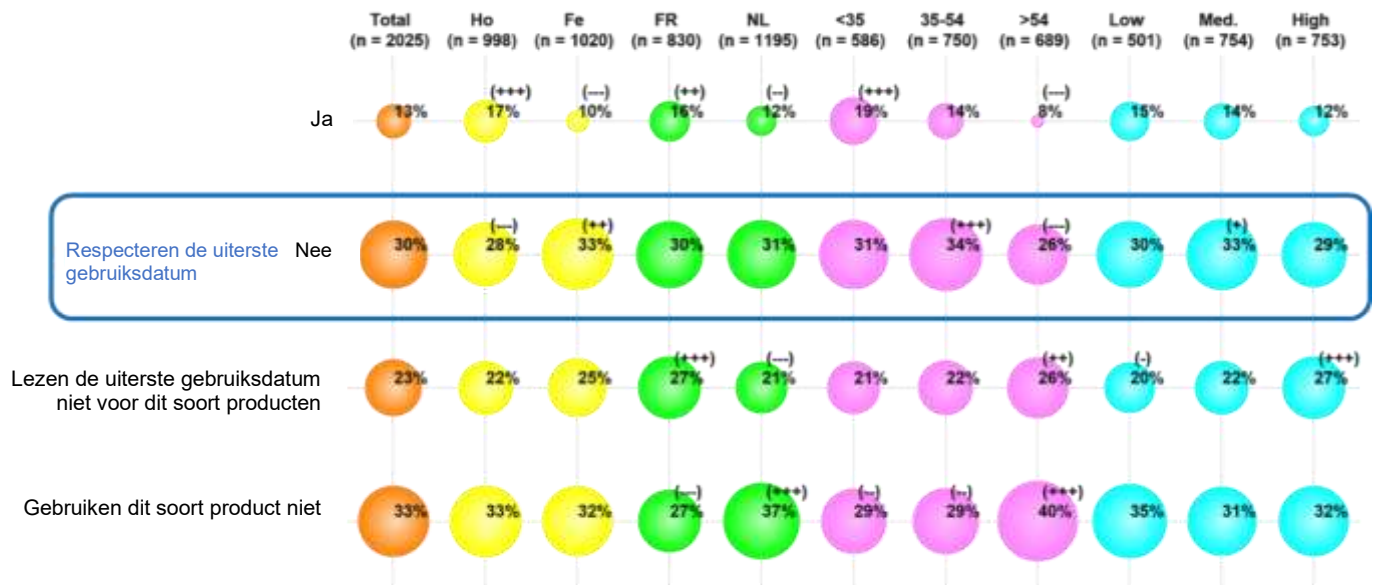
## 2.6. Kennis en naleving van de uiterste gebruiksdatum van PT02

Wat betreft de instructies over de uiterste gebruiksdatum,

- 23% van de respondenten leest deze instructies niet
- 13% leest ze, maar houdt er zich niet aan (waarvan 17% mannen t.o.v. 10% vrouwen)
- 30% beweert zich hieraan te houden (waarvan 33% vrouwen t.o.v. 28% mannen).



Vraag: Heeft u dergelijke producten ooit na de uiterste gebruiksdatum gebruikt?



## 2.7. Bestemming na gebruik

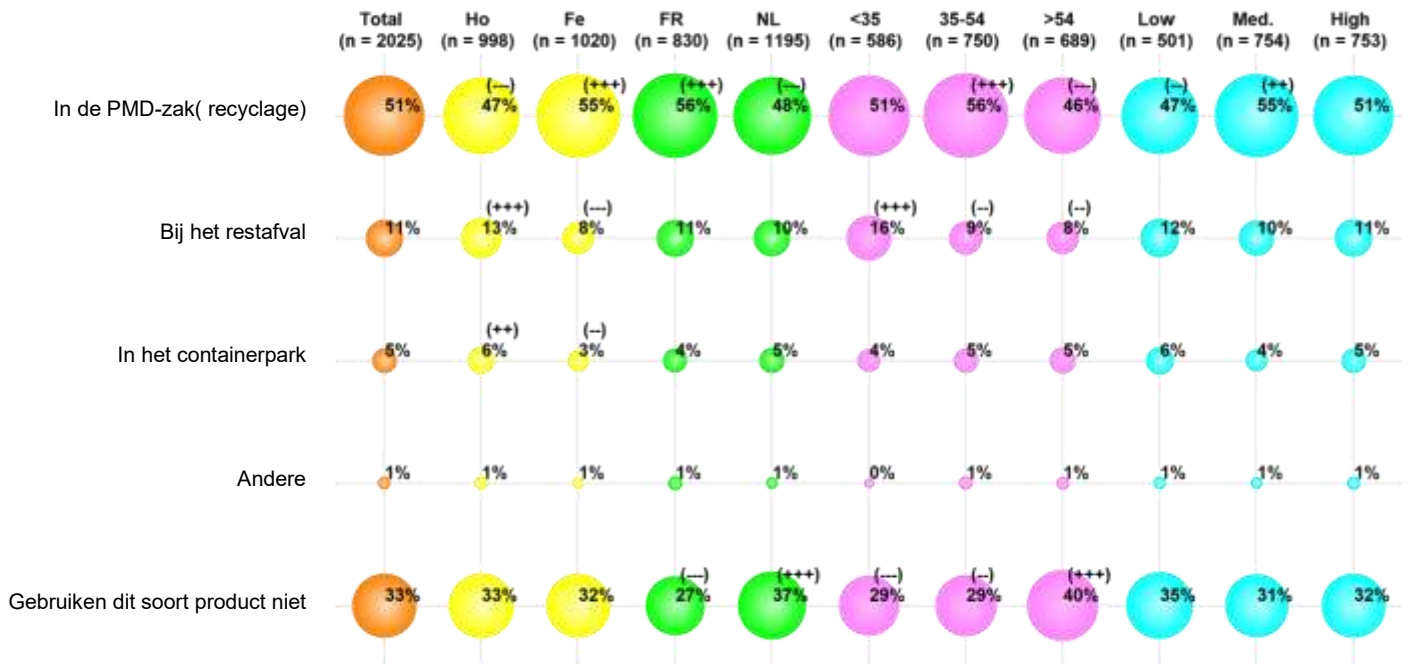
In Brussel en Vlaanderen mogen lege verpakkingen en productresten in de PMD-zak, tenzij ze een kindveilige sluiting hebben of gevarensymbolen 'giftig en/of 'lange termijn gevaarlijk' dragen. In dat laatste geval moeten ze naar het containerpark gebracht worden als klein gevaarlijk afval. In Wallonië moeten ook de producten met gevaarsymbool 'ontvlambaar' naar het containerpark gebracht worden.

### 2.7.1. Bestemming van de verpakking na gebruik

**Bijna de helft van de Belgen gooit de verpakkingen in de PMD-zak (51%),** vooral vrouwen (55% t.o.v. 47% mannen), 35-54 jarigen (56%), houders van een diploma hoger secundair onderwijs (55%), ouders met kinderen jonger dan 12 jaar (60 en 59%), beroepsactieven (53%) en mensen die een huisdier bezitten (56%). **11% van de respondenten werpt de verpakkingen in de "klassieke" afvalbak** (met restafval). Dat zijn vaker mannen (13%), jongeren onder de 35 jaar (16%) en stedelingen (15%). Tot slot **brengt 5% de verpakkingen naar het containerpark** (dat zijn vaker mannen: 6%).



Vraag: Waar gooit u de verpakking van dergelijke producten het vaakst weg?

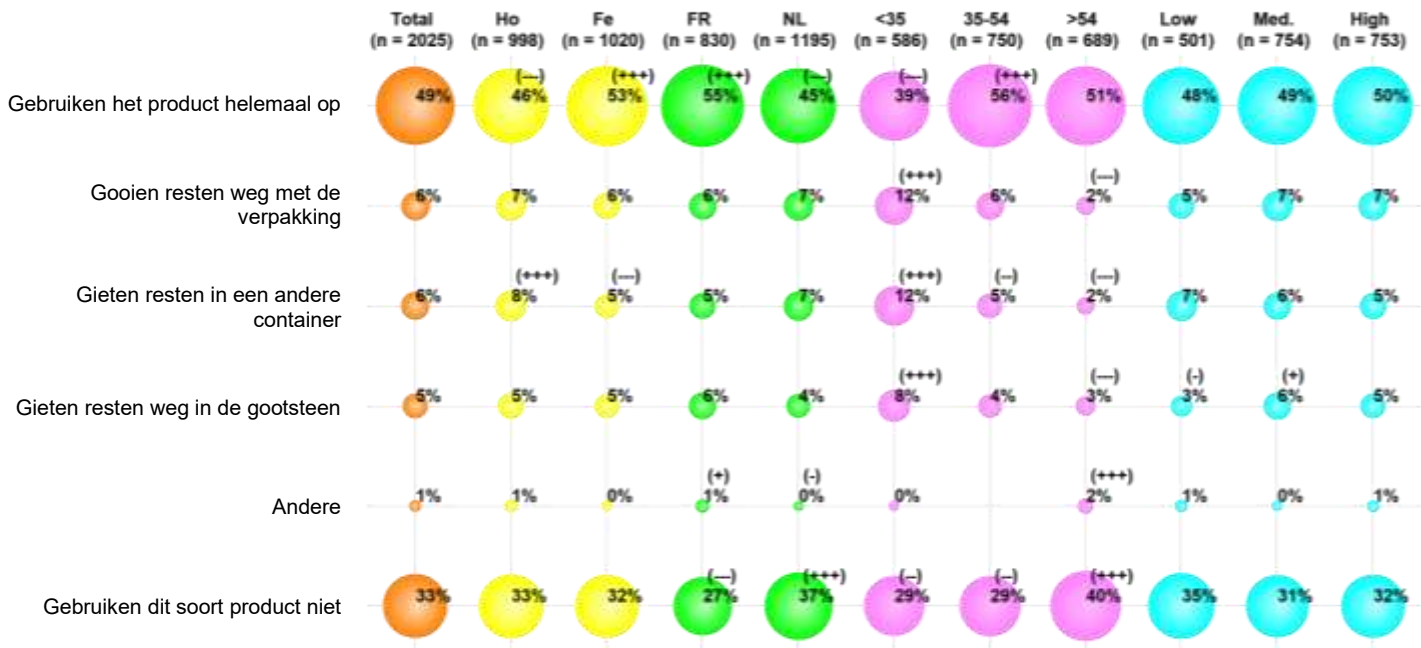




## 2.7.2. Bestemming van het restproduct na gebruik

**49% van de Belgen gebruikt het product volledig op, 6% gooit de restjes samen met de verpakking weg, 6% giet ze over in een nieuwe verpakking en 5% spoelt de restjes door in de gootsteen.**

*Vraag: Waar gooit u de restjes van dergelijke producten het vaakst weg?*



Er werden zeer weinig significante verschillen gevonden. We merken evenwel op dat:

- vrouwen eerder geneigd zijn het product volledig op te gebruiken (53% t.o.v. 46% van de mannen), terwijl mannen vaker het product in een andere verpakking overgieten (8% tegen 5% van de vrouwen).
- 35-54-jarigen zijn eerder geneigd het product volledig op te gebruiken dan jongeren (56% tegen 39%), terwijl deze laatsten vaker de restjes samen met de verpakking weggooien, of overgieten of in de gootsteen doorspoelen.

## 2.8. Criteria voor het kiezen van een PT02

Gemiddeld geven de respondenten 3 elementen op waarmee zij rekening houden bij de aankoop van een PT02. **Het vaakst genoemde criterium is de prijs (36%), gevolgd door het gebruiksgemak (22%) en de doeltreffendheid van de desinfecterende werking (20%).**



Er werden ook andere criteria genoemd (gerangschikt in volgorde van belangrijkheid voor de totale steekproef), zoals:

- de naamsbekendheid (16%)
- de geur (15%)
- het respect voor het leefmilieu (12%)
- de grootte van de verpakking (voldoende inhoud) (12%)
- niet giftig of schadelijk zijn voor dieren (11%)
- de kleine omvang van de verpakking (10%)
- het feit dat het product niet hoeft te worden verdund (10%)
- het hypoallergene aspect (9%)
- de aanwezigheid van duidelijke en leesbare gebruiksaanwijzingen (8%)
- een promotie (8%)
- het feit dat het ook geschikt is voor kinderen (4%)
- reclame voor een bepaald merk (2%)

De volgorde van deze keuzecriteria hangt af van de sociaal-demografische kenmerken van de respondenten. De onderstaande tabellen tonen inderdaad de verschillende variaties volgens de specifieke profielen.

*Vraag: Op welke criteria let u bij de aankoop van een bepaald product?*

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)
De prijs	36%	37%	36%	41% (+++)	33% (---)
Het gebruiksgemak	22%	21%	22%	23%	21%
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting	20%	18% (--)	22% (+)	28% (+++)	15% (---)
De bekendheid van het merk	16%	14%	17%	18% (++)	14% (--)
Het parfum	15%	12% (---)	18% (+++)	18% (+++)	13% (---)
Het product is niet schadelijk voor het milieu	12%	12%	11%	12%	12%
De grote inhoud van de verpakking	12%	13%	11%	12%	11%
Het product is niet schadelijk of giftig voor dieren	11%	10%	12%	12% (+)	10% (-)
De kleine verpakking	10%	13% (+++)	7% (---)	9%	11%
Het product is gebruiksklaar, hoeft niet met water verdund te worden	10%	8% (--)	11% (++)	11% (+)	9% (-)
Een hypo allergisch product – geen allergie	9%	8%	10%	11% (+++)	8% (---)
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	8%	8%	7%	9%	7%
Volgens de promoties	8%	6% (---)	10% (+++)	8%	8%
Het product is ook geschikt voor kinderen	4%	4%	5%	4%	4%
Er is reclame voor het merk	2%	2% (-)	3% (+)	2%	2%
Andere	4%	3%	4%	4%	3%
Kopen noch gebruiken producten van type 2	33%	33%	32%	27% (---)	37% (+++)



	Total (n = 2025)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)	Low (n = 501)	Med. (n = 754)	High (n = 753)
De prijs	36%	39%	39% (++)	31% (---)	29% (---)	40% (++)	38%
Het gebruiksgemak	22%	20%	21%	24% (++)	17% (---)	22%	25% (++)
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting	20%	21%	21%	19%	20%	20%	21%
De bekendheid van het merk	16%	17%	17%	13% (---)	14%	17%	15%
Het parfum	15%	18% (++)	16%	11% (---)	12% (---)	16%	16%
Het product is niet schadelijk voor het milieu	12%	11%	11%	13%	12%	12%	12%
De grote inhoud van de verpakking	12%	16% (+++)	11%	9% (---)	11%	14% (+++)	10% (-)
Het product is niet schadelijk of giftig voor dieren	11%	12%	11%	9%	11%	11%	10%
De kleine verpakking	10%	15% (+++)	8% (---)	9%	12% (+)	9%	10%
Het product is gebruiksklaar, hoeft niet met water verdund te worden	10%	9%	8%	11%	10%	10%	9%
Een hypo allergisch product – geen allergie	9%	9%	9%	9%	8%	9%	10%
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	8%	6% (---)	8%	10% (++)	9%	8%	7%
Volgens de promoties	8%	7%	8%	8%	8%	8%	7%
Het product is ook geschikt voor kinderen	4%	6% (++)	4%	3% (---)	4%	4%	5%
Er is reclame voor het merk	2%	4% (+++)	2%	1% (---)	1% (---)	3%	3%
Andere	4%	6% (+++)	3%	2% (---)	4%	4%	3%
Kopen noch gebruiken producten van type 2	33%	29% (---)	29% (---)	40% (+++)	35%	31%	32%

	Total (n = 2025)	Urb. (n = 598)	Semi-urb. (n = 1154)	Rural (n = 273)	Actif (n = 1043)	Chôm. (n = 91)	Inactif (n = 891)
De prijs	36%	37%	36%	35%	37%	44%	34% (-)
Het gebruiksgemak	22%	24%	22%	17% (-)	21%	21%	22%
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting	20%	23% (++)	18% (---)	23%	19%	19%	21%
De bekendheid van het merk	16%	15%	16%	17%	16%	12%	15%
Het parfum	15%	18% (++)	13% (---)	14%	15%	16%	14%
Het product is niet schadelijk voor het milieu	12%	12%	12%	11%	11%	7%	14% (++)
De grote inhoud van de verpakking	12%	16% (+++)	10% (---)	12%	12%	16%	11%
Het product is niet schadelijk of giftig voor dieren	11%	12%	11%	9%	10%	11%	12% (+)
De kleine verpakking	10%	12% (+)	10%	5% (---)	11%	11%	9%
Het product is gebruiksklaar, hoeft niet met water verdund te worden	10%	12% (++)	9%	7%	7% (---)	6%	12% (+++)
Een hypo allergisch product – geen allergie	9%	10%	9%	10%	8%	9%	10%
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	8%	9%	8%	5% (---)	6% (---)	7%	11% (+++)
Volgens de promoties	8%	8%	8%	7%	7%	2% (---)	9% (++)
Het product is ook geschikt voor kinderen	4%	4%	4%	5%	5%	4%	4%
Er is reclame voor het merk	2%	2%	2%	2%	3% (++)	0%	2%
Andere	4%	3%	4%	5%	4%	4%	3%
Kopen noch gebruiken producten van type 2	33%	28% (---)	35% (++)	34%	30% (---)	30%	36% (+++)





	Total (n = 2025)	Enf. 0 à 3 (n = 167)	Enf. 4 à 12 (n = 261)	Enf. > 12 (n = 319)	Pas d'enf. (n = 1278)
De prijs	36%	38%	42% (++)	37%	35% (-)
Het gebruiksgemak	22%	21%	19%	21%	23%
De grotere werkzaamheid van de ontmetting	20%	28% (++++)	19%	21%	19%
De bekendheid van het merk	16%	23% (++++)	18%	14%	15%
Het parfum	15%	20% (+)	19% (+)	16%	13% (---)
Het product is niet schadelijk voor het milieu	12%	7% (-)	9%	13%	13% (+)
De grote inhoud van de verpakking	12%	14%	14%	8% (---)	12%
Het product is niet schadelijk of giftig voor dieren	11%	9%	12%	11%	11%
De kleine verpakking	10%	11%	11%	10%	10%
Het product is gebruiksklaar, hoeft niet met water verdund te worden	10%	12%	8%	10%	9%
Een hypo allergisch product – geen allergie	9%	10%	11%	9%	9%
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	8%	6%	6%	8%	8%
Volgens de promoties	8%	6%	10%	7%	8%
Het product is ook geschikt voor kinderen	4%	13% (++++)	8% (++++)	4%	3% (---)
Er is reclame voor het merk	2%	2%	5% (++++)	2%	2% (-)
Andere	4%	5%	4%	2% (-)	4%
Kopen noch gebruiken producten van type 2	33%	24% (---)	23% (---)	31%	36% (++++)

	Total (n = 2025)	Animal dom. (n = 1178)	Animal ferme (n = 87)	Pas d'animal (n = 826)
De prijs	36%	39% (++++)	26% (---)	33% (---)
Het gebruiksgemak	22%	24% (++)	25%	19% (---)
De grotere werkzaamheid van de ontmetting	20%	22% (+)	17%	18% (-)
De bekendheid van het merk	16%	17% (++++)	13%	13% (---)
Het parfum	15%	16% (+)	13%	13% (-)
Het product is niet schadelijk voor het milieu	12%	13% (++)	9%	10% (---)
De grote inhoud van de verpakking	12%	14% (++++)	8%	8% (---)
Het product is niet schadelijk of giftig voor dieren	11%	16% (++++)	10%	4% (---)
De kleine verpakking	10%	11%	10%	9%
Het product is gebruiksklaar, hoeft niet met water verdund te worden	10%	11% (++)	14%	8% (---)
Een hypo allergisch product – geen allergie	9%	10% (+)	8%	8% (---)
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	8%	9% (++++)	9%	6% (---)
Volgens de promoties	8%	8%	5%	8%
Het product is ook geschikt voor kinderen	4%	5% (++)	7%	3% (---)
Er is reclame voor het merk	2%	3% (++)	2%	1% (---)
Andere	4%	4%	5%	4%
Kopen noch gebruiken producten van type 2	33%	27% (---)	30%	41% (++++)



## 2.9. De aankoopkanalen van PT02

Supermarkten zijn duidelijk de plaats bij uitstek waar Belgen biociden van type 02 kopen. 56% van de respondenten koopt er dit type product en als we alleen naar de gebruikers kijken, is dat meer dan 83% van de respondenten.

Drogisterijen komen op de tweede plaats (11% van de totale steekproef) en worden meer bezocht door vrouwen en Nederlandstaligen. Daarna volgen de doe-het-zelfwinkels (5%), het internet (5%: meer gebruikt door jongeren onder de 35 jaar) en de professionele winkels (3%).

Vraag: Waar koopt u dergelijke producten?

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)
Supermarkt	56%	55% (-)	58%	63% (+++)	52% (---)	58%	59% (++)	51% (---)
Kruidenier (Di, Kruidvat ...)	11%	9% (---)	13% (+++)	9% (-)	12% (++)	9% (-)	13% (++)	11%
Doe-het-zelf zaken	5%	6% (++)	4% (---)	5%	5%	9% (+++)	5%	2% (---)
Internet	5%	5%	5%	4%	5%	8% (+++)	4%	3% (-)
Winkels voor professionelen	3%	3%	2%	3%	3%	4% (+)	3%	2% (-)
Apotheek	1%	1%	1%	2% (+++)	1% (---)	1%	2%	1%
Andere	1%	1%	1%	1%	1%	0%	2% (++)	1%
Gebruiken geen producten van type 2	33%	33%	32%	27% (---)	37% (+++)	29% (---)	29% (-)	40% (+++)

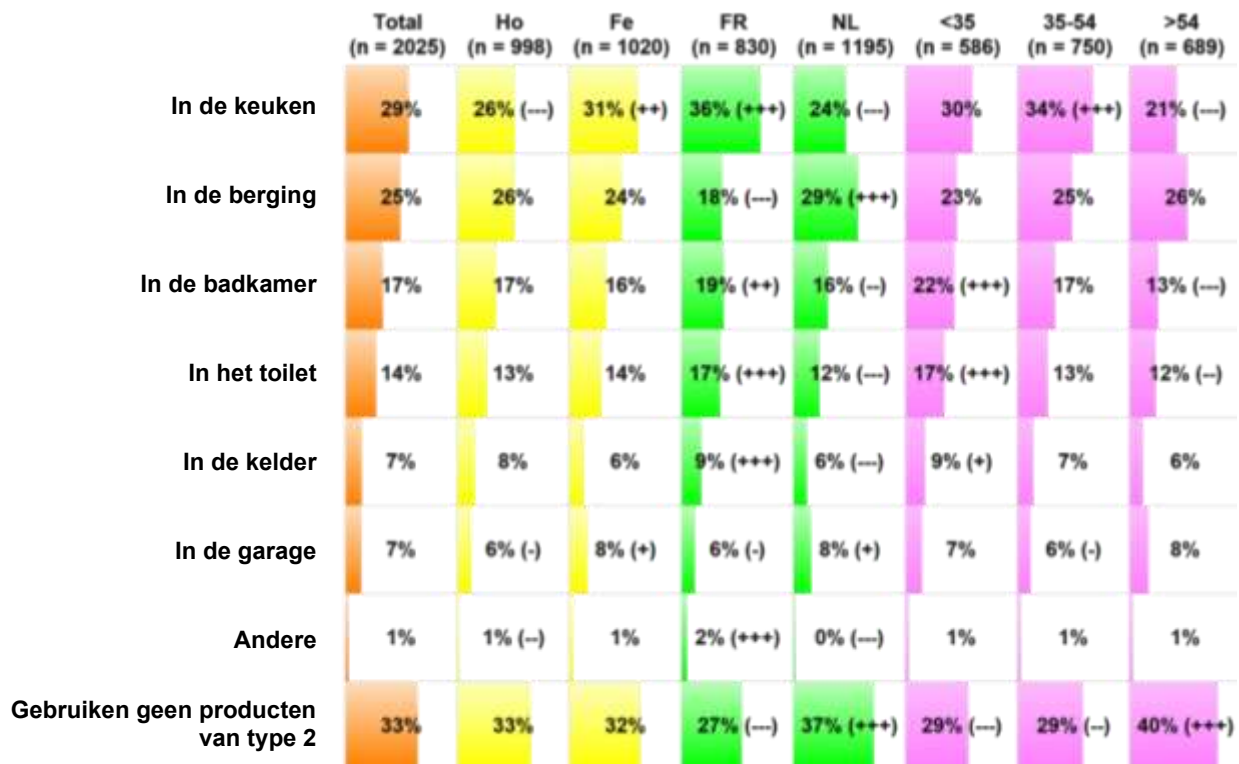
## 2.10. Opbergen van PT02

53% van de respondenten bewaart zijn PT02-schoonmaakproducten op dezelfde plaats, terwijl 14% ze op verschillende plaatsen bewaart. De ruimten waarin de producten worden opgeborgen (ongeacht of ze op dezelfde plaats zijn opgeslagen of niet) zijn:

- de keuken (29%)
- de berging (25%)
- de badkamer (17%)
- de toiletten (14%)
- de kelder of wasruimte (7%).

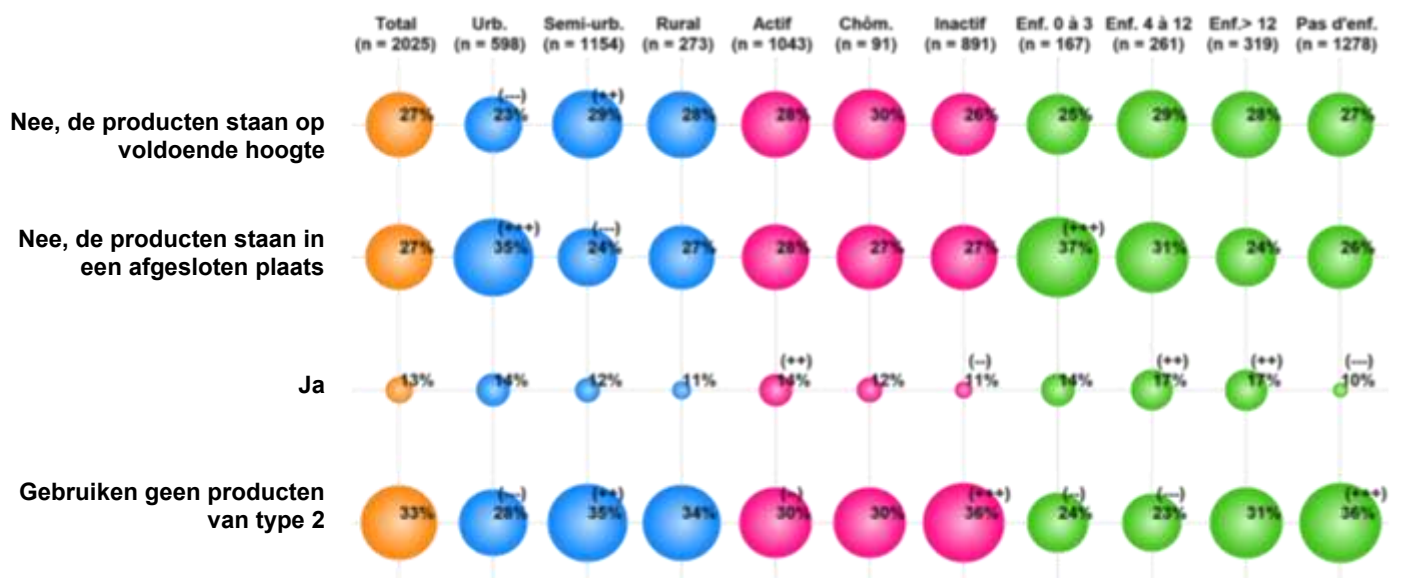


Vraag: In welke ruimte(n) bewaart u dergelijke producten?



De meerderheid van de respondenten (54%) ziet erop toe dat deze producten buiten handbereik van kinderen worden gehouden. De helft bewaart ze namelijk op hoogte (27%) en de andere helft op een gesloten plaats (27%). Bij 13% van de respondenten zijn de producten daarentegen binnen handbereik van kinderen.

Vraag: Zijn uw schoonmaakproducten binnen handbereik van jonge kinderen?





## 2.11. De etiketten op de verpakking lezen/gebruiken

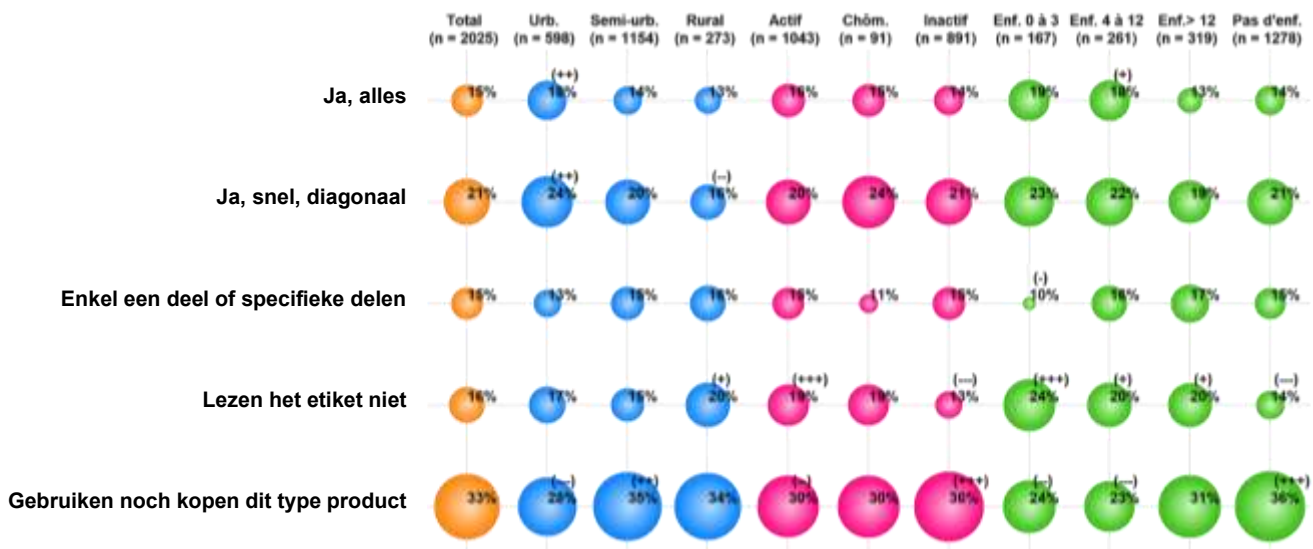
### 2.11.1. Mate waarin de informatie op de verpakking vóór de aankoop wordt gelezen

Wat betreft het lezen van de informatie op de verpakking van type 2-biociden vóór de aankoop:

- 15% van de Belgen leest het hele etiket,
- 21% werpt er een snelle 'diagonale' blik op
- 15% leest slechts een deel of specifieke delen en
- 16% leest het helemaal niet.

Deze resultaten zijn vergelijkbaar met die van de biociden van type 01. Als we alleen naar de gebruikers ("consumenten") van PT02 kijken, vinden we de volgende percentages: 22% leest het hele etiket, 31% werpt er een snelle blik op, 22% leest slechts een deel of specifieke delen en 24% leest het helemaal niet.

*Vraag: Leest u het etiket op de verpakking van het product voordat u het koopt?*



Er zijn slechts weinig significante verschillen volgens het sociaal-demografische profiel van alle respondenten.

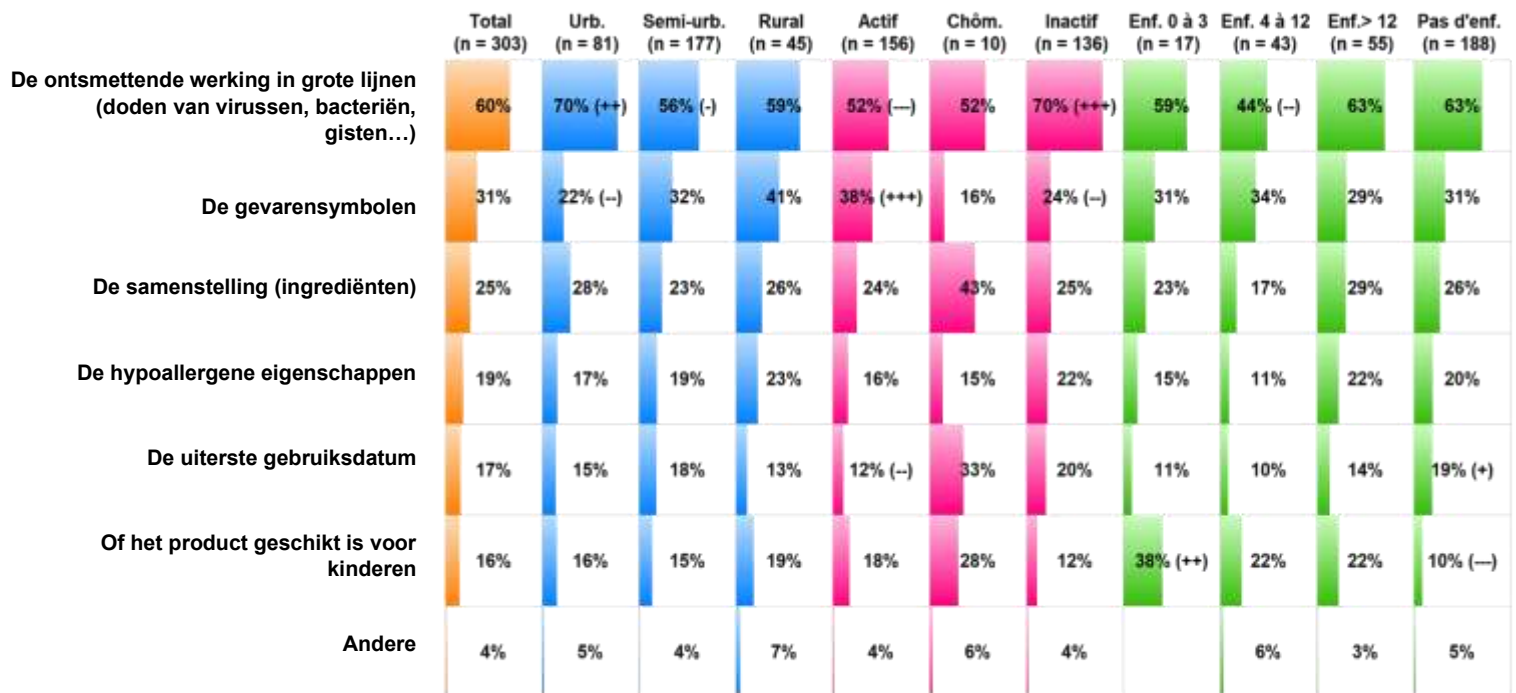


### 2.11.2. Gelezen informatie bij gedeeltelijke lezing

In het geval van gedeeltelijke lezing van het etiket (15% van de totale steekproef, d.w.z. 303 respondenten) is de gelezen informatie:

- **de brede desinfecterende werking** (doodt virussen, bacteriën, gisten...) (60% van de respondenten, ouderen, lager opgeleiden of mensen die in een stadscentrum wonen en niet werken, zijn gevoeliger voor dit argument)
- **de pictogrammen** (31%, meer jongeren <35 jaar en beroepsactieve personen)
- **de ingrediënten** (25%, geen verschil volgens profiel)
- **de hypoallergene eigenschappen** (19%, transversale resultaten)
- **de uiterste gebruiksdatum** (17%, transversale resultaten)
- **de geschiktheid voor kinderen** (16%, meer bij ouders met jonge kinderen: 38%)

Vraag: Welk deel/welke delen leest u?

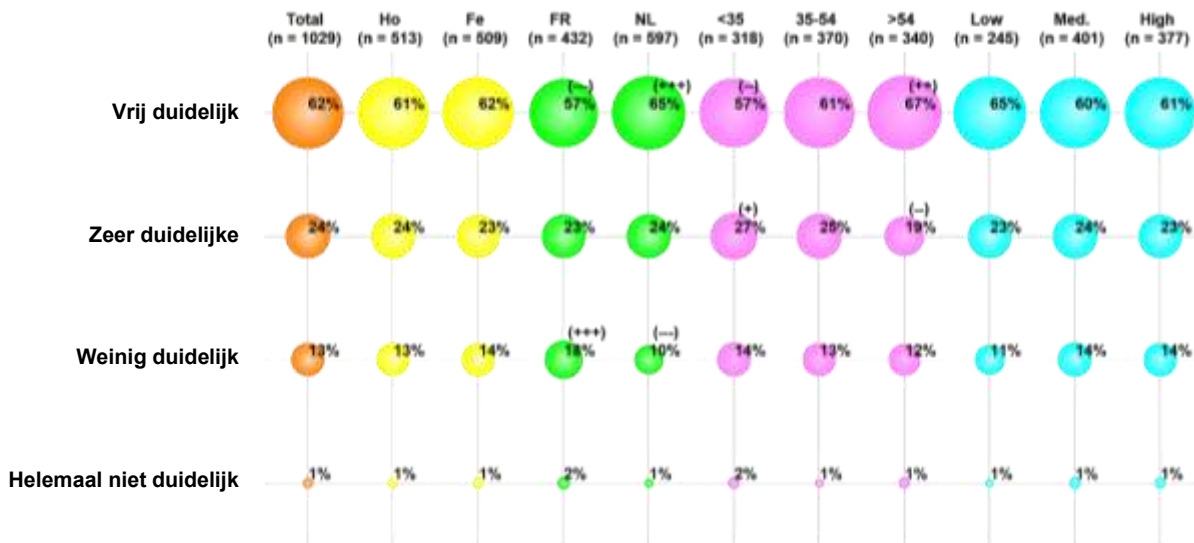


### 2.11.3. Beoordeling van de duidelijkheid van de informatie

Van al wie PT02's gebruikt en het etiket bekijkt (n=1.029), vindt 14% van de respondenten de beschikbare informatie niet erg duidelijk (13%) of helemaal niet duidelijk (1%). Als we kijken naar de verschillende profielen, dan blijkt dit vooral te kloppen voor de Franstalige respondenten (20% van hen vindt de informatie op het etiket niet duidelijk, tegenover 11% van de Nederlandstaligen).



Vraag: Is de informatie op de verpakking volgens u zeer duidelijk, redelijk duidelijk, niet erg duidelijk of helemaal niet duidelijk?



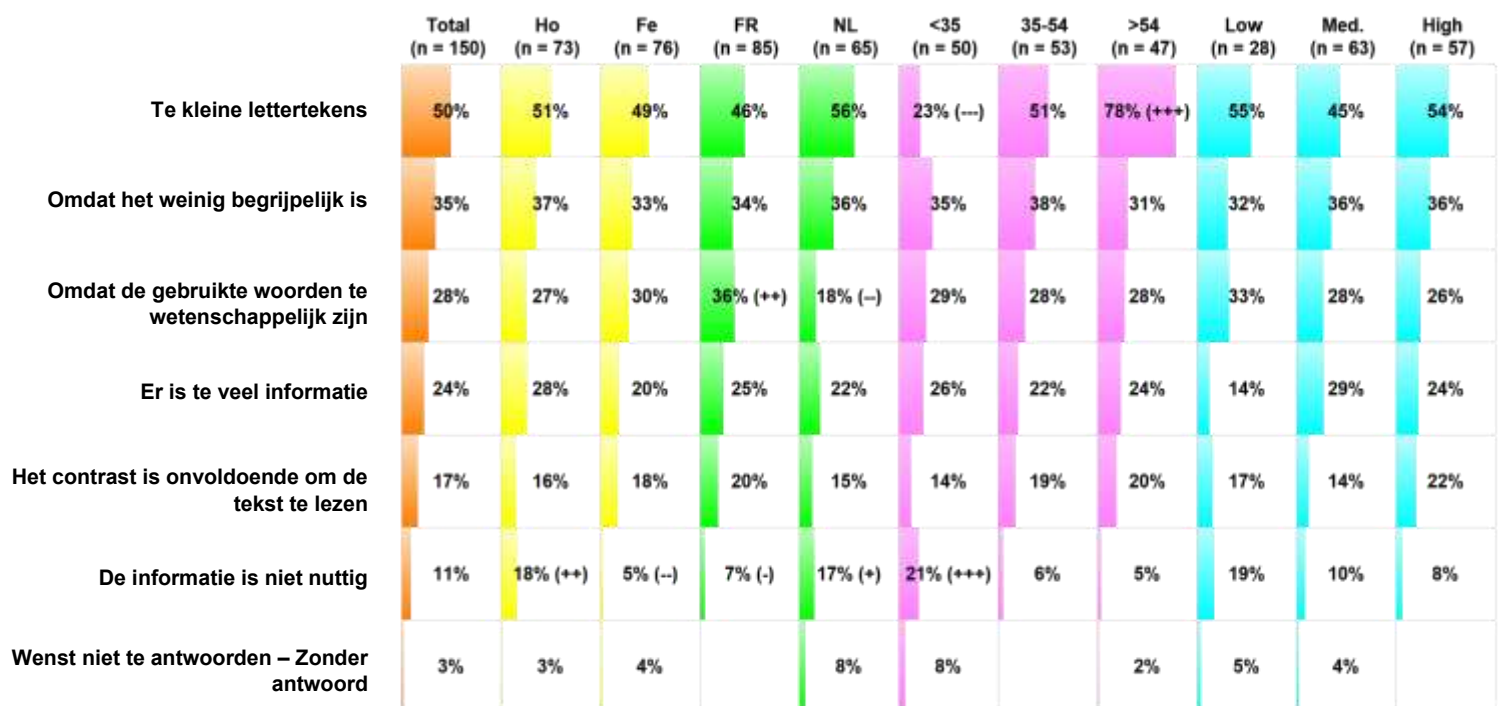
Van de respondenten die de informatie niet duidelijk vinden (d.w.z. degenen die "niet erg duidelijk" of "helemaal niet duidelijk" hebben geantwoord op de bovenstaande vraag), zijn de meest voorkomende problemen het moeilijkheden kunnen lezen en het moeilijk kunnen begrijpen. De 150 respondenten die het probleem van de duidelijkheid aankaarten, brengen hiervoor de volgende redenen naar voren (gerangschikt naar belangrijkheid):

- "De tekst is te klein geschreven" (50% en in het bijzonder de 55-plussers, nl. 78%)
- "De tekst is niet erg begrijpelijk" (35%, geen significant verschil tussen de profielen)
- "De gebruikte termen zijn te wetenschappelijk" (28%, vaker aangehaald door Franstaligen: 36% tegen 18% voor Nederlandstaligen)
- "Er is te veel informatie" (24%, transversale resultaten)
- "De tekst is niet leesbaar door het slechte contrast" (17%, transversale resultaten)
- "De informatie is niet nuttig" (11%, transversale resultaten)

3% van de respondenten wist het niet of wilde niet antwoorden.



Vraag: *Waarom is het etiket niet duidelijk?*



#### 2.11.4. Redenen om de etiketten niet te lezen

**Bij de respondenten die een snelle 'diagonale' blik werpen op de etiketten** (n=423) werden dezelfde problemen genoemd: de leesbaarheid en de woordenschat die moeilijk te begrijpen is. Het meest gegeven antwoord was echter dat het niet nodig is de etiketten van dit soort producten te lezen (dit komt vaker voor bij vrouwen en 54-plussers).



Vraag: Waarom leest u niet de hele gebruiksaanwijzing?

	Total (n = 423)	Ho (n = 215)	Fe (n = 205)	FR (n = 171)	NL (n = 252)	<35 (n = 143)	35-54 (n = 150)	>54 (n = 131)
Omdat ik het gebruik ken en het product werkt zeer goed	31%	26% (-)	36% (++)	27%	34%	25% (-)	29%	39% (++)
Omdat ik er niet in slaag ze te lezen: de tekst is te klein	28%	28%	28%	29%	27%	14% (—)	34% (++)	37% (+++)
Omdat ik weet hoe je zo'n soort producten gebruikt	27%	28%	26%	30%	24%	23%	27%	31%
Omdat het vaak weinig duidelijk, weinig begrijpelijk is	17%	16%	17%	17%	17%	23% (++)	15%	13%
Omdat ik er niet in slaag ze te lezen: het contrast is onvoldoende	14%	16%	11%	12%	14%	21% (+++)	10%	10%
Omdat de gebruikte termen te wetenschappelijk zijn	11%	11%	11%	15% (++)	7% (-)	12%	11%	8%
Omdat het me niet interesseert	9%	6% (-)	12% (++)	8%	10%	18% (+++)	6%	2% (—)
Omdat ik niet die gewoonte heb	7%	10% (+)	5% (-)	7%	7%	8%	8%	6%
Omdat de informatie niet nuttig is	6%	7%	5%	5%	6%	11% (+++)	4%	2% (-)
Andere	3%	3%	3%	2%	4%	3%	2%	4%





Respondenten die geen etiketten lezen, doen dat omdat zij denken te weten hoe zij het product moeten gebruiken en daarom de noodzaak niet inzien.

*Vraag: Waarom leest u de gebruiksaanwijzing niet?*

	Total (n = 333)	Ho (n = 151)	Fe (n = 182)	FR (n = 172)	NL (n = 161)	<35 (n = 101)	35-54 (n = 159)	>54 (n = 74)
Omdat ik het gebruik van dat soort producten ken	28%	24%	32%	30%	27%	21% (-)	28%	38% (++)
Omdat het me niet interesseert	25%	29%	21%	21% (-)	29% (+)	39% (+++)	22%	11% (---)
Omdat ik niet die gewoonte heb	24%	25%	22%	26%	21%	31% (++)	23%	15% (--)
Omdat ik het gebruik ken en het product werkt zeer goed	21%	22%	21%	25%	18%	20%	19%	29% (+)
Omdat ik er niet in slaag ze te lezen: de tekst is te klein	12%	15%	10%	13%	11%	8%	13%	16%
Omdat het vaak weinig duidelijk, weinig begrijpelijk is	7%	10% (+)	5% (-)	7%	7%	5%	9%	7%
Omdat de gebruikte termen te wetenschappelijk zijn	5%	5%	6%	10%	0%	8%	4%	5%
Omdat de informatie niet nuttig is	5%	4%	6%	4%	6%	7%	5%	3%
Omdat ik er niet in slaag ze te lezen: het contrast is onvoldoende	3%	3%	4%	4%	3%	3%	3%	4%
Andere	5%	4%	6%	6%	4%	1% (--)	6%	8%



## 2.12. Kennis van de gebruiksvorschriften van PT02 en naleving ervan

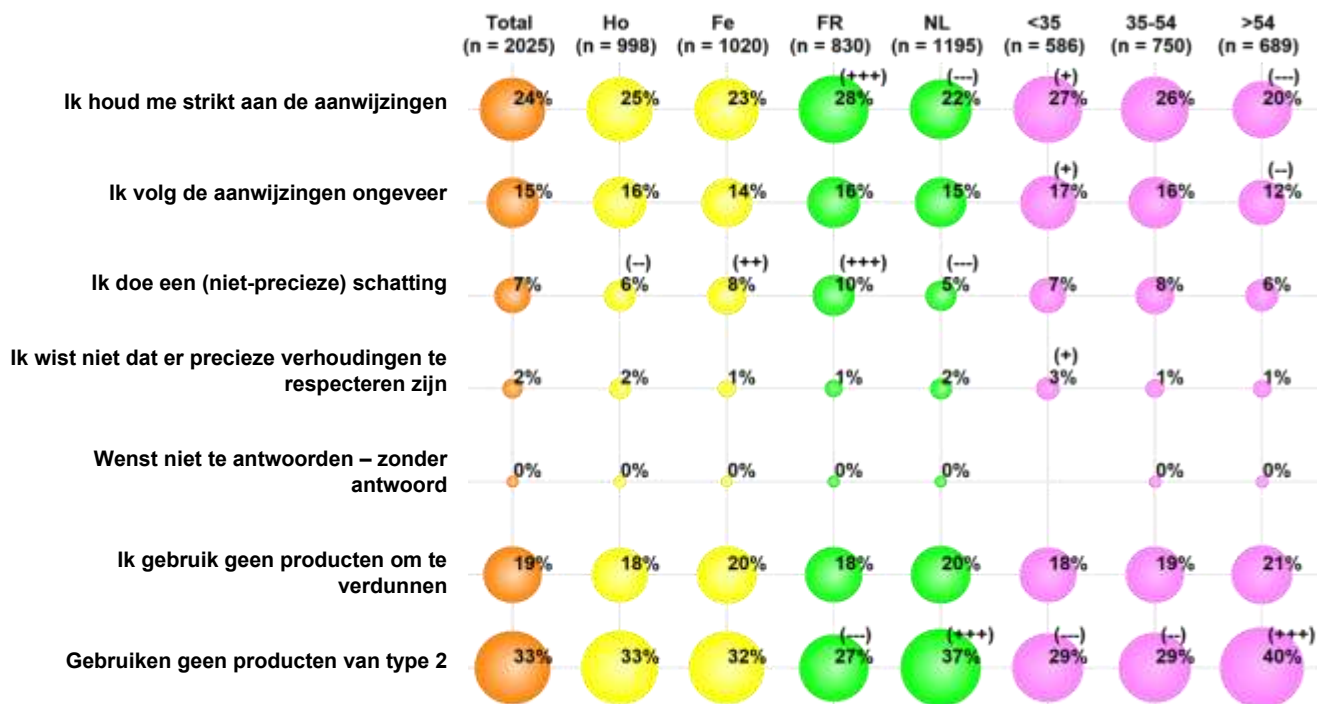
Het gebruik van bescherming (handschoenen, veiligheidsbril ...) is niet nodig wanneer PT02's door het grote publiek worden gebruikt. De vergunninghouder moet immers bewijzen dat zijn product veilig is voor het grote publiek, zonder dat hiervoor extra beschermingsmiddelen nodig zijn. Zo niet krijgt hij eenvoudigweg geen vergunning voor het op de markt brengen van zijn product. Zodra voorzorgsmaatregelen vereist zijn voor een veilig gebruik, is het product verboden voor het grote publiek.

### 2.12.1. De te verdunnen producten

Wat de verdunning van PT02's betreft, gebruikt 19% van de bevolking producten die niet met water hoeven te worden verdund.

24% van de Belgen houdt zich strikt aan de verdunningsvoorschriften, 15% volgt ze bij benadering (bv. de hoeveelheid water wordt niet precies afgemeten) en 7% doet dit vrij willekeurig (afhankelijk van het uitzicht of de geur van het verdunde product). Ten slotte is 2% van de bevolking zich niet bewust dat er voorschriften zijn voor de verdunning.

Vraag: Wanneer een product moet worden verdund (gemengd met water) in hoeverre doet u dit dan?

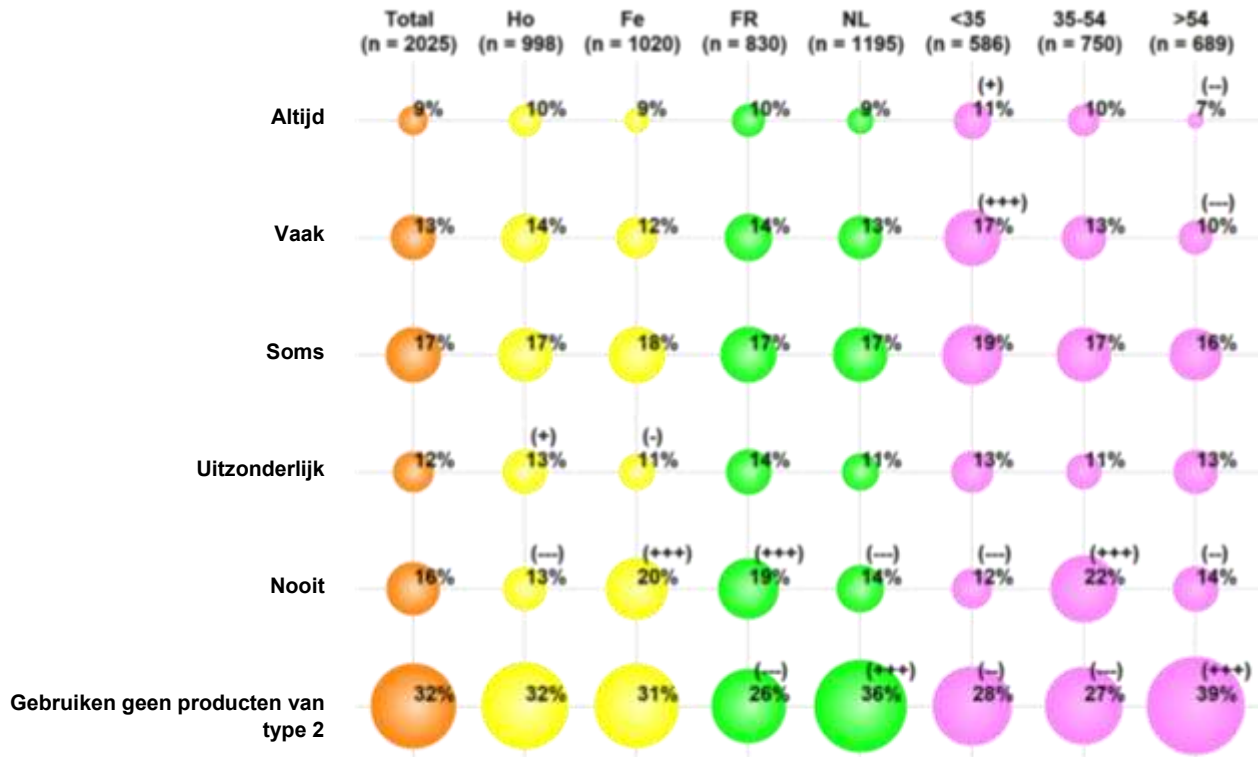




### 2.12.2. Veiligheid - het gebruik van beschermingsmiddelen

De respondenten gebruiken niet systematisch beschermingsmiddelen wanneer zij PT02's gebruiken (58%, waarvan 16% nooit). Slechts 9% gebruikt er systematisch. De 16% respondenten die nooit beschermingsmiddelen gebruiken, zijn vaker Franstaligen, vrouwen en personen tussen 35 en 54 jaar.

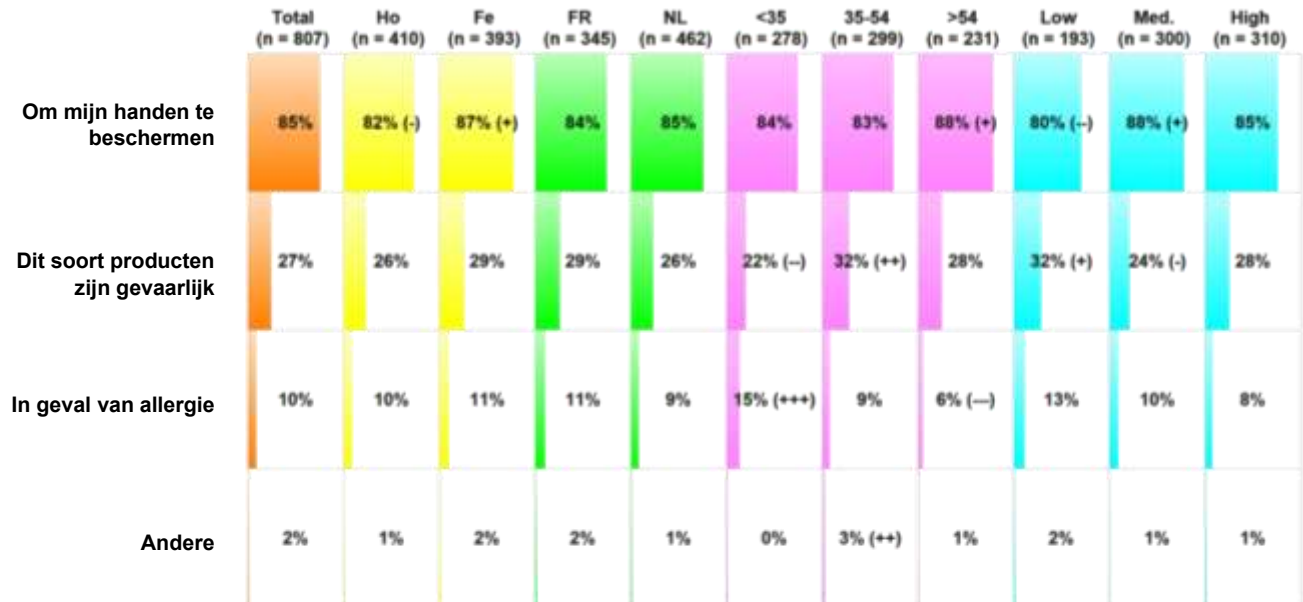
Vraag: *Gebruikt u een beschermingsmiddel (zoals handschoenen) wanneer u dit type product gebruikt ?*





De respondenten gebruiken bescherming (n=807) om hun handen te beschermen (85%) en/of in geval van allergie (10%). Bovendien benadrukt 27% het gevaar van dergelijke producten.

Vraag: *Waarom beschermt u zich bij het gebruik van dergelijke producten?*





### 3. Producten voor desinfectie van oppervlakken die in contact komen met voedingsmiddelen of diervoeders (PT04)

#### 3.1. Gebruik van PT04

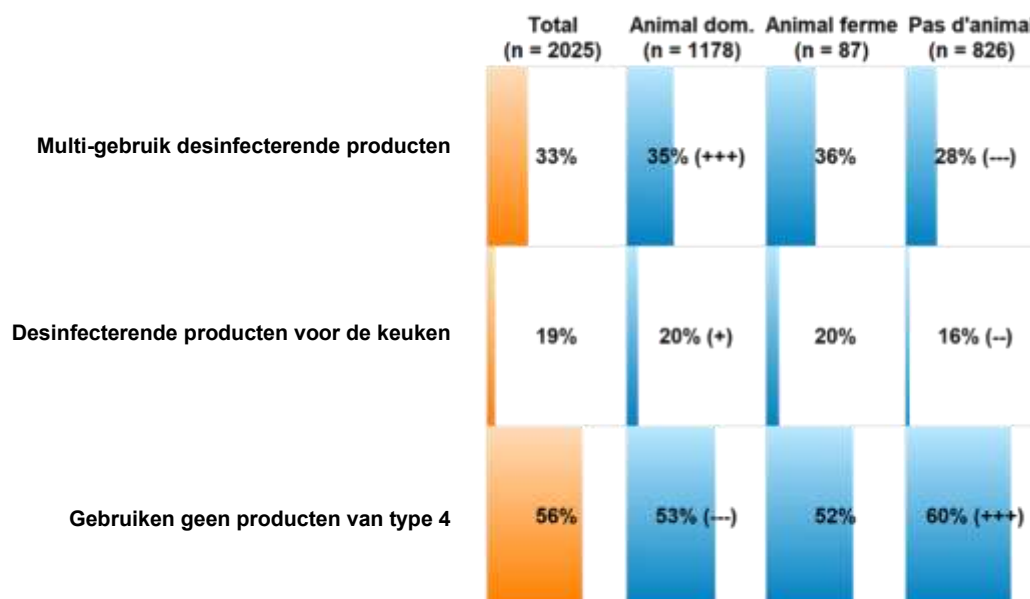
44% van de Belgen heeft de afgelopen 12 maanden een PT04 gebruikt.

Daarentegen heeft 56% van de Belgen er de afgelopen 12 maanden geen gebruikt.

Uit de analyse van de sociaal-demografische kenmerken komen een aantal significante verschillen naar voren tussen personen die wel en geen PT04 gebruiken. Niet-gebruikers zijn vaker:

- Nederlandstaligen (62% t.o.v. 48% Franstaligen)
- personen die 55 jaar en ouder zijn (61%)
- personen zonder thuiswonende kinderen (60%)
- personen die thuis geen dieren hebben (60%).

*Vraag: Heeft u in de afgelopen 12 maanden bij u thuis een schoonmaakproduct gebruikt voor desinfectie van oppervlakken dat in contact komt met voedingsmiddelen of diervoeders?*



Bij de 44% van de Belgische bevolking die PT04 gebruikt, zijn de meest gebruikte vormen multi-gebruik ontsmettingsmiddelen (33% van de totale steekproef) en specifieke keukenproducten (19% van de totale steekproef).



### 3.2. Redenen om geen PT04 te gebruiken

De belangrijkste reden om geen PT04 te gebruiken, aangehaald door 22% van de respondenten (totale steekproef), is dat schoonmaakproducten meer dan voldoende zijn. Bovendien zegt 7% van de respondenten dat deze producten duur zijn, dat ze nutteloos zijn (7%), dat ze giftig of gevaarlijk voor de gezondheid zijn (6%) en dat ze het milieu schaden (5%). Meer anekdotisch zegt 3% dat deze producten oppervlakken beschadigen. Bovendien geeft 3% van de respondenten de voorkeur aan zelfgemaakte producten. 15% van de respondenten gaf geen antwoord.

Vraag: *Waarom gebruikt u deze producten niet?*

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)	Low (n = 501)	Med. (n = 754)	High (n = 753)
Gewone schoonmaakproducten volstaan	22%	22%	22%	21%	23%	16% (—)	20%	28% (+++)	19% (-)	21%	25% (++)
Die producten zijn duur	7%	8%	7%	6% (-)	8% (++)	7%	7%	9%	8%	8%	6%
Die producten hebben geen nut	7%	7%	7%	5% (—)	8% (+++)	6%	6%	8% (+)	7%	7%	7%
Die producten zijn giftig, gevaarlijk voor de gezondheid	6%	5% (—)	8% (+++)	6%	6%	5%	7%	6%	5%	5%	7%
Die producten zijn giftig, schadelijk voor het milieu	5%	4% (-)	5% (+)	4% (-)	5% (++)	5%	4%	5%	4%	4%	6% (++)
Die producten beschadigen oppervlakken	3%	2% (-)	4% (++)	2% (-)	4% (++)	4%	3%	3%	3%	4%	3%
Ik maak zelf mijn natuurlijke onderhoudsproducten	3%	2% (-)	4% (++)	4% (+++)	2% (—)	5% (+++)	2%	2% (-)	2%	3%	3%
Andere	3%	4% (+)	3% (-)	4% (++)	3% (-)	4% (+)	3%	2%	4% (+)	2% (-)	3%
Wenst niet te antwoorden – geen antwoord	15%	19% (+++)	11% (—)	10% (—)	18% (+++)	15%	14%	15%	19% (+++)	14%	13% (-)
Gebruiken geen producten van type 2	44%	42% (-)	46% (+)	52% (+++)	38% (—)	46%	47% (++)	39% (—)	41%	44%	46%

### 3.3. Redenen voor het gebruik van PT04

Daarentegen meent 19% van de bevolking dat de combinatie van een desinfecterend middel met een schoonmaakmiddel een properder resultaat oplevert. 18% van de respondenten gebruikt deze producten uit gewoonte. Ook de pandemie speelt een belangrijke rol: 17% van de respondenten zegt PT04's te gebruiken als bescherming tegen COVID-19. De aanwezigheid van dieren is een belangrijke factor (8%), evenals de aanwezigheid van kleine kinderen (6%) of mensen met een lagere immuniteit (5%). Ten slotte stelt 5% van de respondenten dat zij biociden van type 04 gebruiken voor hun aangename geur of om onaangename geuren te bestrijden.

Deze resultaten zijn vrij transversaal voor de verschillende profielen van de respondenten.



Vraag: Om welke reden(en) en in welke gevallen gebruikt u dit type product?

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)
Het resultaat is schoner wanneer men tegelijk desinfecteert	19%	17% (-)	21% (++)	25% (+++)	16% (---)	19%	21%	18%
Uit gewoonte (gebruikte dit altijd al)	18%	17% (-)	20% (+)	23% (+++)	15% (---)	15% (---)	21% (++)	19%
Om verspreiding van Covid-19 tegen te gaan	17%	17%	17%	19%	16%	18%	18%	15%
Omdat er één of meerdere dieren zijn	8%	7% (-)	9% (+)	10% (+++)	6% (---)	9%	7%	8%
Omdat er één of meerdere kleine kinderen in huis zijn	6%	6%	7%	7% (++)	5% (-)	10% (+++)	7%	1% (---)
Ruikt lekker, om slechte geuren weg te nemen	5%	5%	6%	6%	5%	6%	5%	5%
Omdat er personen met lage weerstand in huis zijn	5%	4%	5%	6% (+)	4% (-)	5%	5%	4%
andere	0%	0%	0%		0%		0%	0%
Gebruiken geen producten van type 4	56%	58% (+)	54% (-)	48% (---)	62% (+++)	54%	53% (-)	61% (+++)

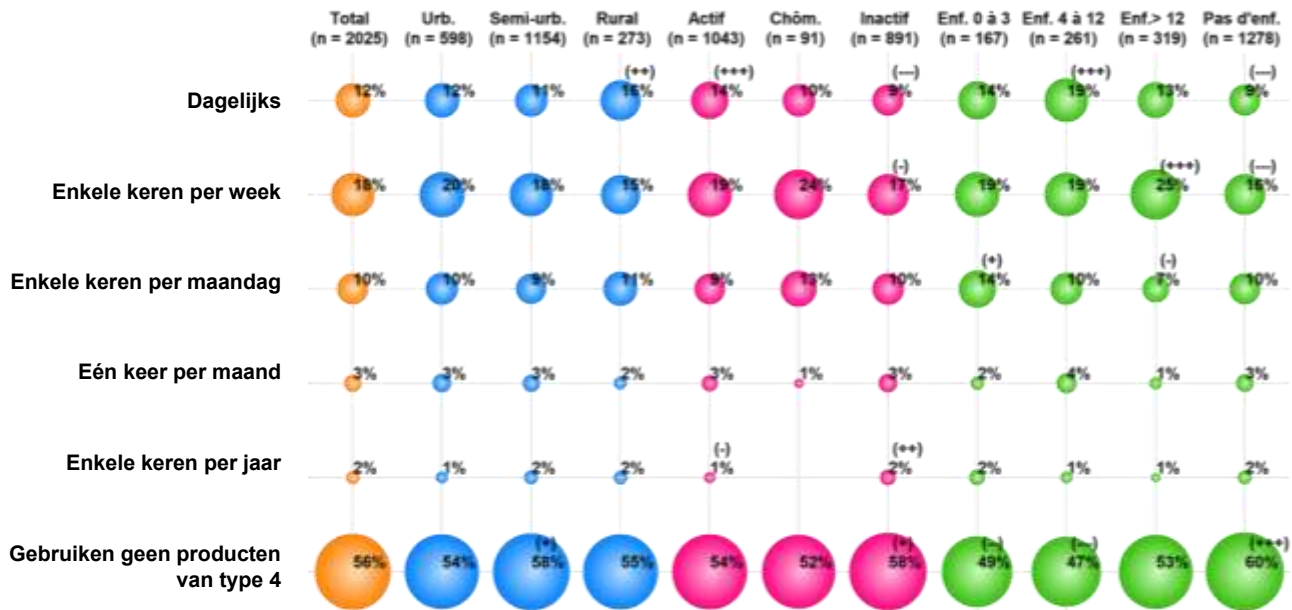
### 3.4. Gebruiksfrequentie van PT04

12% van de Belgen gebruikt PT04 dagelijks, 18% één of meerdere keren per week en 10% enkele keren per maand. Slechts 5% gebruikt ze één keer per maand of minder.

Ouders van kinderen van 4-12 jaar, personen die in landelijke gebieden wonen, Franstaligen, 35-54-jarigen, beroepsactieve personen en vrouwen zijn de profielen die vaker dagelijkse gebruiker zijn van deze producten.



Vraag: Hoe vaak gebruikt u deze producten?



### 3.5. Reeds gekochte vormen (formulatie)

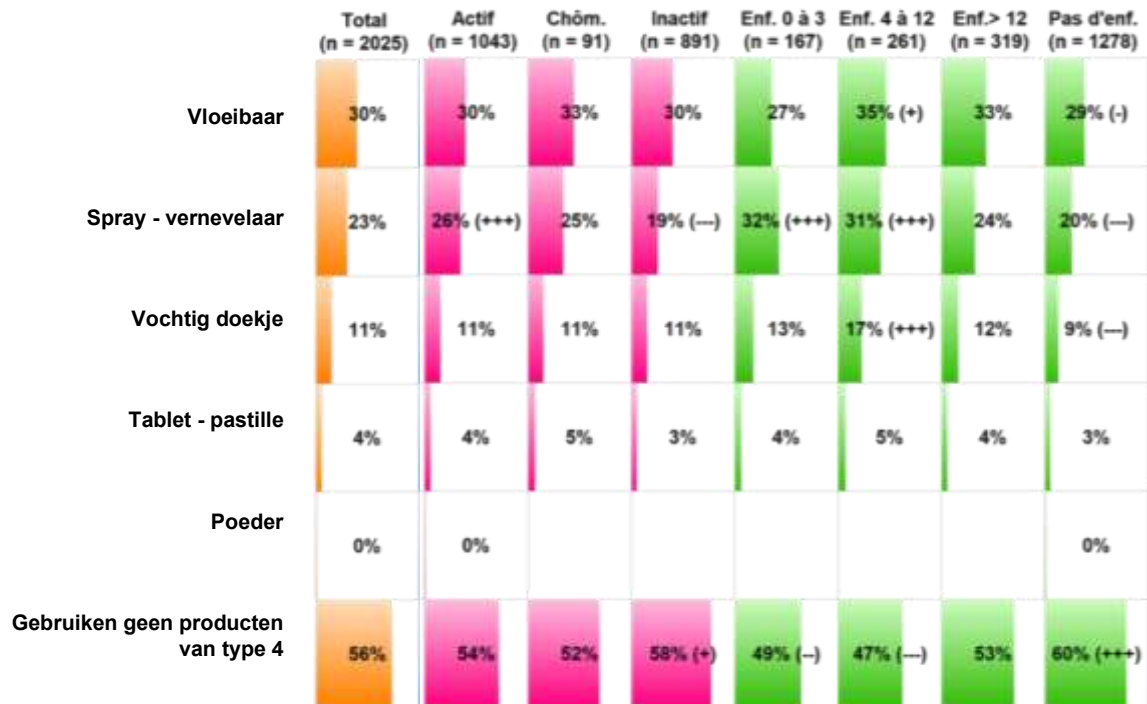
Van de verschillende vormen die op de markt beschikbaar zijn, is de meest gekochte formulatie de vloeibare vorm (in een bus of fles) (30% of 68% van de gebruikers van PT04), gevolgd door sprays/verstuivers (23% of 52% van de gebruikers van PT04), doekjes (11% of 25% van de gebruikers van PT04) en pastilles/tabletten (4% of 11% van de gebruikers van PT04). We stellen dezelfde hiërarchie vast als bij de PT02's.

Sprays/verstuivers worden vaker gebruikt door ouders van jonge kinderen (jonger dan 12 jaar), Franstaligen, personen jonger dan 55 jaar, vrouwen en beroepsactieve personen.





Vraag: In welke vorm(en) heeft u dit type product reeds gekocht?



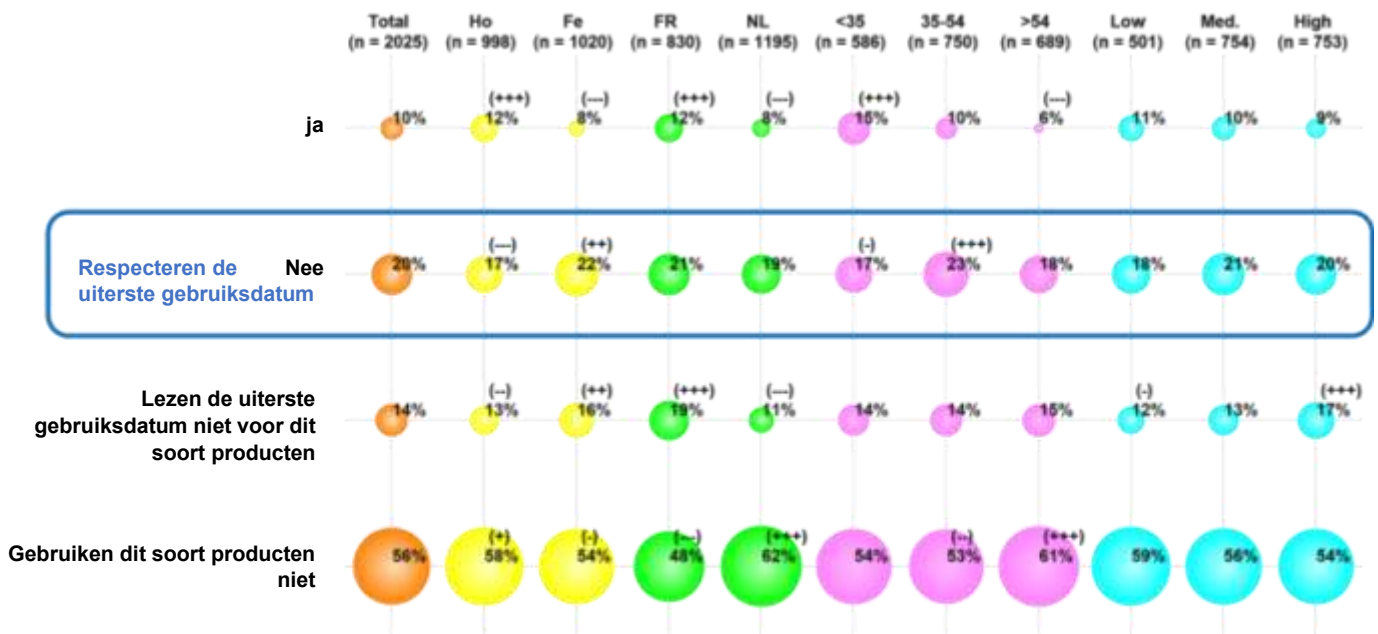


### 3.6. Kennis en naleving van de uiterste gebruiksdatum van PT04

Wat betreft de instructies over de uiterste gebruiksdatum:

- 14% van de respondenten leest deze instructies niet
- 10% leest ze, maar houdt er zich niet aan (waarvan 12% mannen t.o.v. 8% vrouwen)
- 20% beweert zich hieraan te houden (waarvan 22% vrouwen t.o.v. 17% mannen).

Vraag: Heeft u dergelijke producten ooit na de uiterste gebruiksdatum gebruikt?





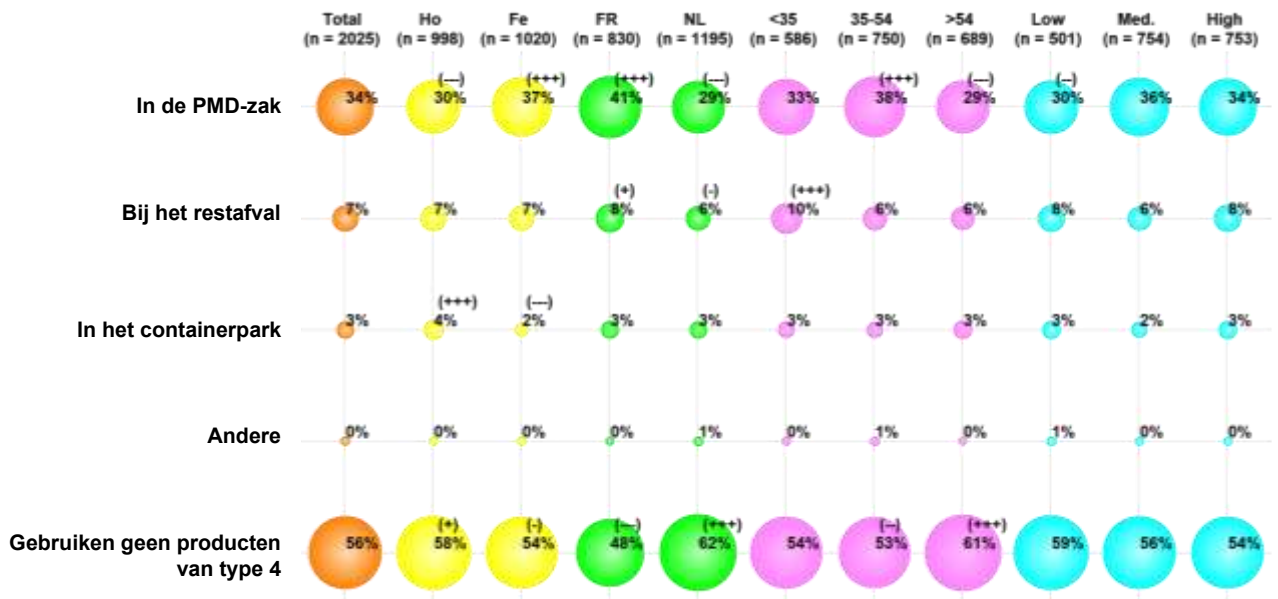
### 3.7. Bestemming na gebruik

In Brussel en Vlaanderen mogen lege verpakkingen en productresten in de PMD-zak, tenzij ze een kindveilige sluiting hebben of gevarensymbolen 'giftig en/of 'lange termijn gevaarlijk' dragen. In dat laatste geval moeten ze naar het containerpark gebracht worden als klein gevaarlijk afval. In Wallonië moeten ook de producten met gevaarsymbool 'ontvlambaar' naar het containerpark gebracht worden.

#### 3.7.1. Bestemming van de verpakking na gebruik

**34% van de bevolking (77% van de gebruikers) deponeren de verpakkingen in een PMD-zak voor recyclage;** daarbij gaat het vooral om vrouwen (37% t.o.v. 30% mannen), personen van 35 tot 54 jaar (38%), ouders met kinderen van 4 tot 12 jaar (42%) en eigenaars van een huisdier (36%). **7% van de respondenten werpt de verpakkingen in de "klassieke" afvalbak** (met restafval). Het zijn vaker respondenten jonger dan 35 jaar (9%) en stedelingen (9%). Ten slotte brengt **3% ze naar het containerpark** (dat zijn vaker mannen en huisdiereigenaars: 4%).

Vraag: Waar gooit u de verpakking van dergelijke producten het vaakst weg?

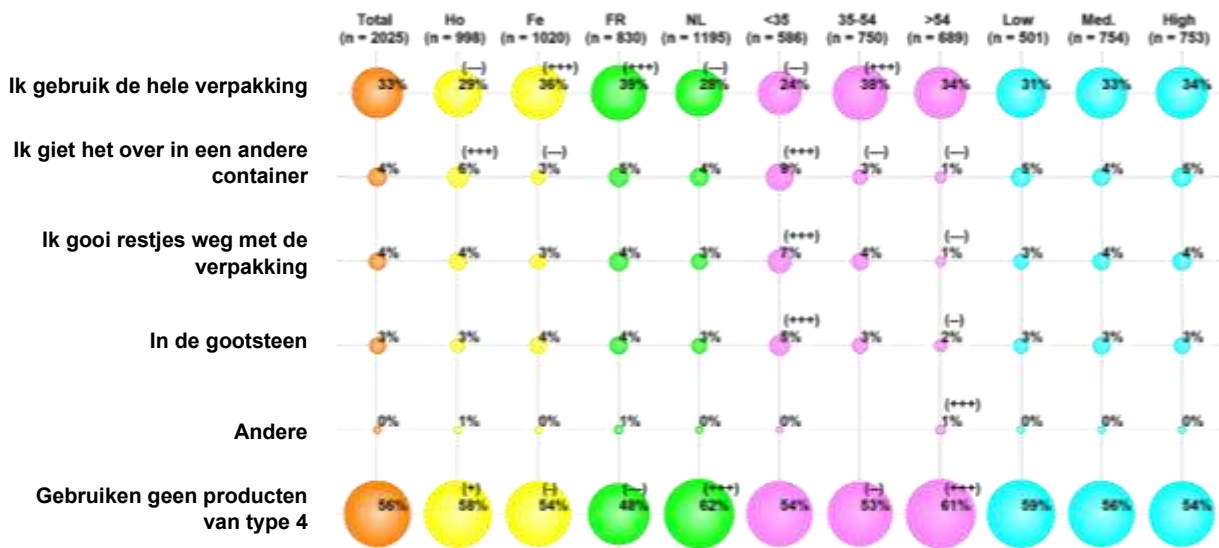




### 3.7.2. Bestemming van het restproduct na gebruik

33% van de respondenten gebruikt het product volledig op. We stellen ook vast dat 4% de productrestjes overgiet in een andere verpakking en 4% de restjes samen met de verpakking weggooit. Ten slotte spoelt 3% van de respondenten de rest door in de gootsteen (voornamelijk jongeren onder de 35 jaar).

Vraag: Waar gooit u de restjes van dergelijke producten het vaakst weg?



### 3.8. Criteria voor het kiezen van een PT04

Het meest genoemde criterium bij het kiezen van een PT04 is de prijs, die door 25% respondenten van de totale steekproef wordt genoemd. Daarna volgen het gebruiksgemak (14%), de doeltreffendheid van de desinfecterende werking (13%), het feit dat het merk bekend is (10%) of het parfum (10%).

Er werden ook andere criteria genoemd (gerangschikt in volgorde van belangrijkheid voor de totale steekproef), zoals:

- Niet giftig of schadelijk voor dieren (7%)
- de grote omvang (inhoud) van de verpakking (7%)
- het respect voor het leefmilieu (7%)
- een promotie (6%)
- het feit dat het product geen allergieën veroorzaakt (5%)
- het feit dat het niet hoeft te worden verdund (5%)
- de kleine omvang van de verpakking (5%)
- de aanwezigheid van duidelijke en leesbare gebruiksaanwijzingen (4%)
- het feit dat het ook geschikt is voor kinderen (3%)
- aantrekkelijke verpakking (1%)



De volgorde van deze keuzecriteria hangt af van de sociaal-demografische kenmerken van de respondenten. De onderstaande tabellen tonen de verschillende variaties volgens de specifieke profielen.

*Vraag: Op welke criteria let u bij de aankoop van een bepaald product?*

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)
De prijs	25%	24%	26%	30% (+++)	21% (---)	29% (+++)	26%	20% (---)
Het gebruiksgemak	14%	12% (-)	15% (++)	16% (++)	13% (-)	12%	13%	16%
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting ten opzichte van andere producten	13%	13%	13%	17% (+++)	10% (---)	10% (-)	16% (+++)	12%
De bekendheid van het merk	10%	10%	10%	11%	9%	12% (++)	10%	8% (-)
Het parfum	10%	8% (-)	11% (+++)	12% (+++)	8% (---)	11%	11%	7% (-)
Het product is niet schadelijk of giftig voor dieren	7%	7%	7%	9% (++)	6% (-)	7%	7%	7%
De grote inhoud van de verpakking	7%	7%	7%	8%	6%	10% (+++)	6%	5% (-)
Het product is niet schadelijk voor het milieu	7%	7%	6%	8% (+)	6% (-)	5% (-)	6%	8% (+)
Volgens de promoties	6%	5% (-)	7% (++)	6%	6%	6%	7% (+)	5%
Een hypo-allergisch product – geen allergie	5%	5%	6%	7% (+)	5% (-)	4% (-)	6%	5%
Het product is gebruiksklaar, hoeft niet met water verdund te worden	5%	5%	6%	5%	5%	4% (-)	5%	7% (++)
De kleine verpakking	5%	5%	5%	5%	5%	7% (++)	5%	4% (-)
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	4%	3%	4% (+)	4%	3%	3% (-)	4%	4%
Het product is ook geschikt voor kinderen	3%	2% (-)	3%	3%	2%	3%	3%	2%
Er is reclame voor het merk	1%	1% (-)	2% (+++)	1%	2%	2% (++)	1%	1%
De aantrekkelijke verpakking	1%	1%	1%	1%	1%	2% (+++)	1%	0% (-)
Andere	1%	0% (-)	1% (+)	2% (+++)	0% (---)	1%	1% (+)	1%
Kopen noch gebruiken producten van type 4	56%	58% (+)	54% (-)	48% (---)	62% (+++)	54%	53% (-)	61% (+++)



	Total (n = 2025)	Animal dom. (n = 1178)	Animal ferme (n = 87)	Pas d'animal (n = 826)
De prijs	25%	26% (+)	21%	23%
Het gebruiksgemak	14%	14%	16%	13%
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting ten opzichte van andere producten	13%	14%	10%	12%
De bekendheid van het merk	10%	10%	12%	9%
Het parfum	10%	11% (+)	13%	8% (-)
Het product is niet schadelijk of giftig voor dieren	7%	10% (+++)	2% (-)	2% (---)
De grote inhoud van de verpakking	7%	8% (+++)	4%	5% (---)
Het product is niet schadelijk voor het milieu	7%	8% (+++)	12% (++)	5% (---)
Volgens de promoties	6%	6%	6%	6%
Een hypo-allergisch product – geen allergie	5%	6% (++)	8%	4% (-)
Het product is gebruiksklaar, hoeft niet met water verdund te worden	5%	6%	8%	4% (-)
De kleine verpakking	5%	5%	2%	4%
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	4%	4%	4%	3%
Het product is ook geschikt voor kinderen	3%	3%	3%	2%
Er is reclame voor het merk	1%	2%	1%	1%
De aantrekkelijke verpakking	1%	1%	2%	1%
Andere	1%	1%	1%	1%
Kopen noch gebruiken producten van type 4	56%	53% (---)	52%	60% (+++)

	Total (n = 2025)	Urb. (n = 598)	Semi-urb. (n = 1154)	Rural (n = 273)	Actif (n = 1043)	Chôm. (n = 91)	Inactif (n = 891)	Enf. 0 à 3 (n = 167)	Enf. 4 à 12 (n = 261)	Enf. > 12 (n = 319)	Pas d'enf. (n = 1278)
De prijs	25%	25%	24%	26%	26%	31%	23%	30%	32% (+++)	25%	23% (---)
Het gebruiksgemak	14%	14%	14%	12%	14%	16%	13%	11%	13%	15%	14%
De grotere werkzaamheid van de ontsmetting ten opzichte van andere producten	13%	14%	12%	16%	13%	18%	13%	17%	13%	12%	13%
De bekendheid van het merk	10%	9%	9%	12%	11%	7%	9%	13%	15% (+++)	8%	9% (-)
Het parfum	10%	12% (++)	8% (---)	11%	9%	9%	10%	10%	13% (+)	13% (+++)	8% (---)
Het product is niet schadelijk of giftig voor dieren	7%	8%	7%	6%	6% (-)	5%	9% (++)	4% (-)	9%	7%	7%
De grote inhoud van de verpakking	7%	8%	6% (-)	9%	7%	8%	7%	7%	11% (+++)	5%	6%
Het product is niet schadelijk voor het milieu	7%	7%	6%	5%	6%	6%	8% (+)	1% (---)	5%	6%	8% (++)
Volgens de promoties	6%	5%	6%	7%	5% (-)	0%	7% (+++)	5%	7%	6%	6%
Een hypo-allergisch product – geen allergie	5%	5%	5%	6%	5%	6%	6%	4%	7%	5%	5%
Het product is gebruiksklaar, hoeft niet met water verdund te worden	5%	5%	5%	4%	4% (-)	4%	7% (+++)	3%	4%	8% (++)	5%
De kleine verpakking	5%	5%	6%	2% (-)	5%	6%	4%	7%	4%	5%	5%
De gebruiksaanwijzingen zijn duidelijk en leesbaar	4%	3%	4%	4%	3%	4%	4%	2%	3%	2%	4% (+)
Het product is ook geschikt voor kinderen	3%	3%	2%	3%	3%	1%	2%	5% (++)	5% (+++)	3%	2% (---)
Er is reclame voor het merk	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%
De aantrekkelijke verpakking	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	3% (++)	1%	1%
Andere	1%	1%	1%	1%	1%		1%	1%	1%	1%	1%
Kopen noch gebruiken producten van type 4	56%	54%	58% (+)	55%	54%	52%	58% (+)	49% (-)	47% (---)	53%	60% (+++)



### 3.9. De aankoopkanalen van PT04

Supermarkten zijn duidelijk de plaats bij uitstek waar Belgen biociden van type 04 kopen. 38% van de respondenten koopt er dit type product en als we alleen naar de gebruikers kijken, is dat meer dan 86% van de respondenten.

Kruideniers/drogisterijen komen op de tweede plaats (8% van de totale steekproef) en worden meer bezocht door vrouwen (10%), personen tussen 35 en 54 jaar (10%) en personen met huisdieren (9%). Daarna volgen de doe-het-zelfwinkels (3% en meer jongeren van minder dan 35 jaar: 5%) en tot slot de winkels voor professionals(1%).

Vraag: Waar koopt u dergelijke producten?

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)
In de supermarkt	38%	36%	39%	46% (+++)	32% (---)	39%	40% (+)	34% (---)
Bij de kruidenier (Di, kruidvat ...)	8%	6% (---)	10% (+++)	7%	8%	6% (-)	10% (+++)	8%
Op Internet	3%	4%	3%	3%	3%	5% (++)	3%	2% (---)
In doe-het-zelfzaken	3%	4%	3%	3%	3%	5% (+++)	3%	1% (---)
In winkels voor professionals	1%	1%	1%	2%	1%	2% (+)	1%	1% (-)
Andere	1%	1% (-)	2% (++)	2% (+)	1% (-)	0% (-)	2% (+++)	1%
Gebruiken geen producten van type 4	56%	58% (+)	54% (-)	48% (---)	62% (+++)	54%	53% (---)	61% (+++)

### 3.10. Opbergen van PT04

35% van de respondenten bewaart zijn PT04-schoonmaakproducten op dezelfde plaats, terwijl 9% ze op verschillende plaatsen bewaart. De ruimten waarin de producten worden opgeborgen (ongeacht of ze op dezelfde plaats zijn opgeslagen of niet) zijn:

- de keuken (23%)
- de berging (16%)
- de badkamer (8%)
- de toiletten (6%)
- de kelder of wasruimte (5%)
- de garage (4%).

We stellen dezelfde hiërarchie vast als bij de PT02's.

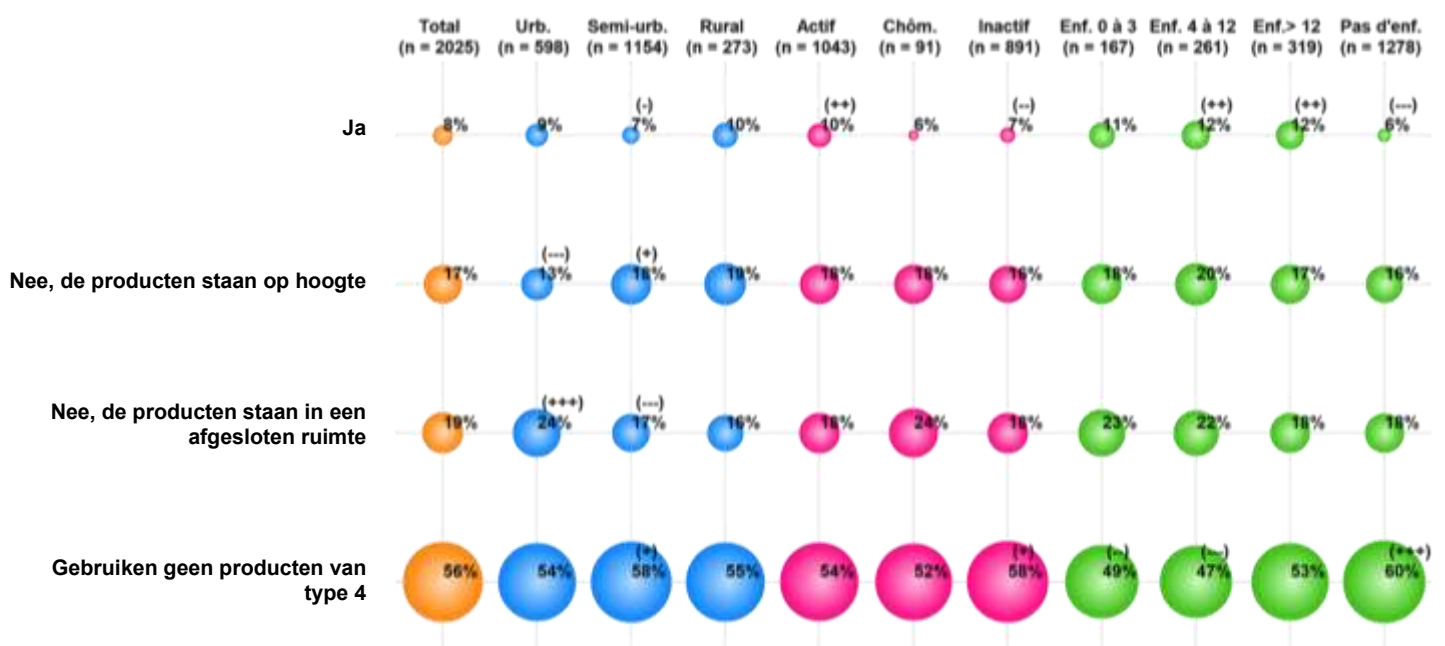


Vraag: In welke ruimte(n) bewaart u dergelijke producten?

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)
Dans la cuisine In de keuken	23%	19% (---)	26% (++++)	31% (++++)	16% (---)	24%	27% (++++)	17% (---)
In de berging	16%	17%	15%	13% (---)	18% (++++)	13% (-)	16%	18% (+)
In de badkamer	8%	8%	9%	10% (+)	7% (-)	9%	8%	8%
In het toilet	6%	6%	5%	7% (++)	5% (---)	7%	5%	6%
In de kelder	5%	5%	5%	6% (+)	4% (-)	7% (++)	5%	4% (---)
In de garage	4%	4%	4%	3%	4%	3%	4%	4%
Andere	1%	0% (-)	1% (+)	1% (++)	0% (---)	0%	1%	0%
Gebruiken geen producten van type 4	56%	58% (+)	54% (-)	48% (---)	62% (++++)	54%	53% (---)	61% (++++)

De meerderheid van de respondenten (36%) ziet erop toe dat deze producten buiten het bereik van kinderen worden gehouden. Ongeveer de helft bewaart ze namelijk op hoogte (17%) en de andere helft op een gesloten plaats (19%). Bij 8% van de respondenten zijn de producten daarentegen binnen handbereik van kinderen; dit geldt vaker voor Franstaligen (11%), jongere personen (jonger dan 35 jaar: 11%), beroepsactieve personen (10%) maar ook ouders met kinderen thuis (4 tot 12 jaar: 12% en ouder dan 12 jaar: 12%).

Vraag: Zijn uw schoonmaakproducten binnen handbereik van jonge kinderen?







### 3.11. De etiketten op de verpakking lezen/gebruiken

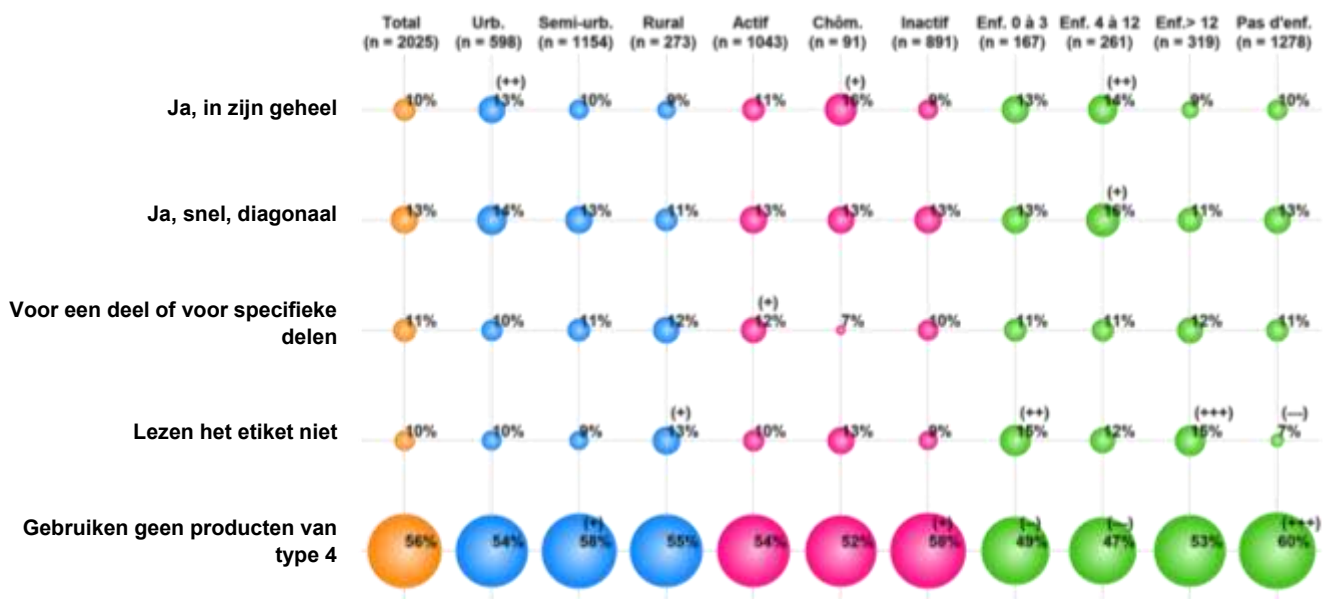
#### 3.11.1. Hantering: mate waarin de informatie op de verpakking vóór de aankoop wordt gelezen

Wat betreft het lezen van de informatie op de verpakking van PT04 vóór de aankoop:

- 10% van de Belgen leest het hele etiket,
- 13% werpt er een snelle 'diagonale' blik op
- 11% leest slechts een deel of specifieke delen en
- 10% leest het helemaal niet.

Deze resultaten lijken sterk op die van de PT01's en PT02's. Als we alleen naar de gebruikers ("consumenten") van PT04 kijken, vinden we de volgende percentages: 23% leest het hele etiket, 30% werpt er een snelle blik op, 25% leest slechts een deel of specifieke delen en 23% leest het helemaal niet.

Vraag: Leest u het etiket op de verpakking van het product voordat u het koopt?



Er zijn slechts weinig significante verschillen volgens het sociaal-demografische profiel van alle respondenten.

#### 3.11.2. Informatie gescand bij gedeeltelijke lezing

In het geval van gedeeltelijke lezing van het etiket (11% van de totale steekproef, d.w.z. 279 respondenten), is de gelezen informatie vergelijkbaar aan die van de PT02, namelijk:

- **de brede desinfecterende werking** (doodt virussen, bacteriën, gisten...) (58% van de respondenten)
- **de gevaarsymbolen** (31%, meer bij jongeren <35 jaar: 40%)



- **de ingrediënten** (26%, geen verschil volgens profiel)
- **hypoallergene eigenschappen** (17%)
- **het feit dat het ook geschikt is voor kinderen** (12%)
- **de uiterste gebruiksdatum** (10%)

Vraag: Welk deel/welke delen leest u?

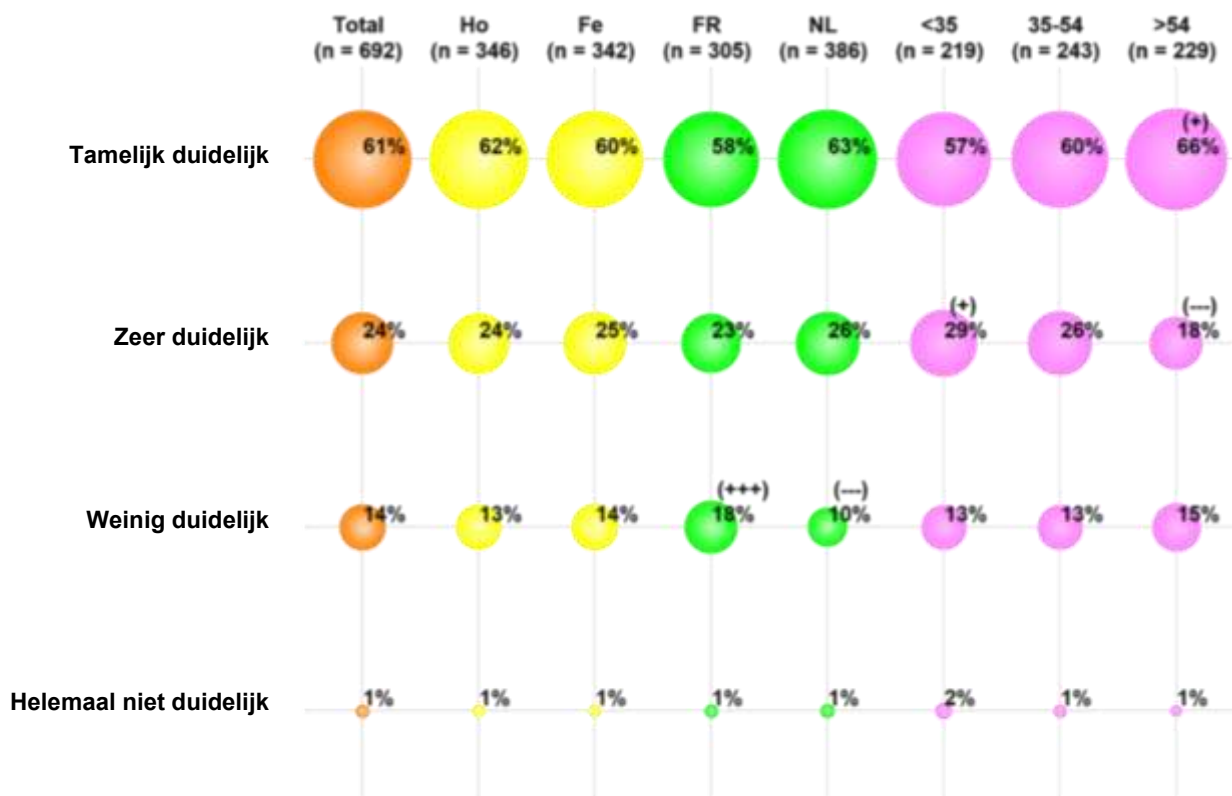
	Total (n = 219)	Ho (n = 108)	Fe (n = 110)	FR (n = 89)	NL (n = 130)	<35 (n = 75)	35-54 (n = 65)	>54 (n = 78)	Low (n = 45)	Med. (n = 93)	High (n = 80)
De ontsmettende werking in grote lijnen (doden van virussen, bacteriën, ...)	58%	55%	60%	56%	59%	61%	59%	54%	45% (-)	67% (++)	54%
De gevarensymbolen	31%	31%	30%	31%	30%	40% (++)	28%	23% (-)	18% (-)	31%	37% (+)
De samenstelling (ingrediënten)	26%	31%	22%	23%	29%	18% (-)	28%	34% (+)	25%	22%	32%
De hypo-allergene eigenschappen	17%	14%	20%	19%	16%	5% (---)	17%	29% (+++)	33% (+++)	12% (-)	14%
Of het product geschikt is voor kinderen	12%	13%	12%	15%	11%	17%	12%	8%	17%	10%	11%
De uiterste gebruiksdatum	10%	10%	10%	5% (-)	13% (++)	10%	6%	13%	19% (++)	6%	8%
Andere	4%	5%	3%	3%	5%	6%	3%	4%	4%	5%	4%
Wenst niet te antwoorden – geen antwoord	1%	2%		2%		3%			5%		



### 3.11.3. Beoordeling van de duidelijkheid van de verstrekte informatie

Van de respondenten die PT04's gebruiken en het etiket bekijken (n=692), vindt 15% de beschikbare informatie niet helder: 14% vindt de informatie niet erg duidelijk en 1% vindt die zelfs helemaal niet duidelijk. Als we kijken naar de verschillende profielen, dan blijkt dit vooral te kloppen voor de Franstalige respondenten (19% van hen vindt de informatie op het etiket niet duidelijk, tegenover 11% van de Nederlandstaligen). Deze vaststelling geldt ook voor de PT02-producten.

*Vraag: Is de informatie op de verpakking volgens u zeer duidelijk, redelijk duidelijk, niet erg duidelijk of helemaal niet duidelijk?*





32% van de respondenten die niet de hele gebruiksaanwijzing lezen (261 personen), ondervinden moeilijkheden bij het lezen als gevolg van het kleine lettertype. Daarnaast wijst 17% op een gebrek aan duidelijkheid of een te wetenschappelijke woordenschat (11%).

*Vraag: Waarom leest u de hele gebruiksaanwijzing niet?*

	Total (n = 261)	Ho (n = 121)	Fe (n = 138)	FR (n = 104)	NL (n = 157)	<35 (n = 74)	35-54 (n = 96)	>54 (n = 91)	Low (n = 51)	Med. (n = 101)	High (n = 109)
Omdat ik weet hoe de producten te gebruiken en ze werken zeer goed	33%	33%	32%	30%	34%	24% (-)	38%	34%	39%	31%	32%
Ik kan het niet lezen: het is te klein geschreven	32%	33%	33%	38%	29%	26%	37%	34%	31%	36%	30%
Omdat ik weet hoe zulke producten te gebruiken	30%	27%	32%	29%	31%	34%	23% (-)	35%	32%	28%	31%
Omdat het vaak weinig duidelijk, weinig begrijpelijk is	17%	17%	17%	18%	16%	23% (+)	14%	15%	7% (-)	23% (++)	16%
Omdat de gebruikte woorden te wetenschappelijk zijn	11%	10%	11%	15% (+)	8% (-)	15%	10%	9%	6%	16% (++)	8%
Omdat het me niet interesseert	10%	9%	11%	8%	12%	15% (+)	11%	6% (-)	7%	12%	10%
Ik kan het niet lezen: het contrast is onvoldoende om de tekst te lezen	8%	7%	9%	9%	7%	8%	8%	7%	7%	7%	9%
Omdat ik niet die gewoonte heb	5%	5%	4%	5%	4%	8%	5%	3%	3%	4%	7%
De informatie is niet nuttig	4%	3%	4%	2%	4%	8% (+++)	1%	2%		5%	4%
Andere	2%	2%	3%	2%	2%	2%	1%	4%		4%	2%

Voorts kan 13% van de respondenten die de etiketten niet leest (199 personen) deze niet lezen vanwege het gebruikte lettertype (te klein), vindt 5% de inhoud niet erg duidelijk of de woordenschat te wetenschappelijk (5%).

*Vraag: Waarom leest u niet de hele gebruiksaanwijzing?*

	Total (n = 199)	Ho (n = 74)	Fe (n = 125)	FR (n = 127)	NL (n = 72)	<35 (n = 50)	35-54 (n = 111)	>54 (n = 38)	Low (n = 47)	Med. (n = 65)	High (n = 85)
Omdat ik niet die gewoonte heb	26%	36% (++)	20% (-)	28%	23%	27%	28%	19%	21%	24%	30%
Omdat ik weet hoe zulke producten te gebruiken	25%	18% (-)	29% (+)	26%	24%	20%	26%	29%	19%	28%	27%
Omdat het me niet interesseert	22%	23%	21%	21%	24%	37% (+++)	21%	3% (-)	10% (-)	28%	24%
Omdat ik weet hoe de producten te gebruiken en ze werken zeer goed	19%	19%	20%	15% (-)	26% (+)	19%	18%	24%	12%	22%	21%
Ik kan het niet lezen: het is te klein geschreven	13%	14%	13%	15%	9%	5% (-)	13%	23% (++)	29% (+++)	8%	8% (-)
De informatie is niet nuttig	5%	6%	5%	7% (+)	2% (-)	9%	3%	6%	10%	4%	4%
Omdat het vaak weinig duidelijk, weinig begrijpelijk is	5%	6%	5%	6%	4%	9%	5%	2%	13% (+++)	6%	0%
Omdat de gebruikte woorden te wetenschappelijk zijn	5%	8%	3%	7%	3%	14% (+++)	2% (-)	2%	7%	11% (++)	
Ik kan het niet lezen: het contrast is onvoldoende om de tekst te lezen	1%		2%	2%			2%	2%		1%	2%
Andere	5%	4%	6%	8%		1%	5%	9%	7%	3%	6%
Wenst niet te antwoorden – geen antwoord	0%	1%		1%				2%			1%



### 3.12. Kennis van de gebruiksvoorschriften van PT04 en naleving ervan

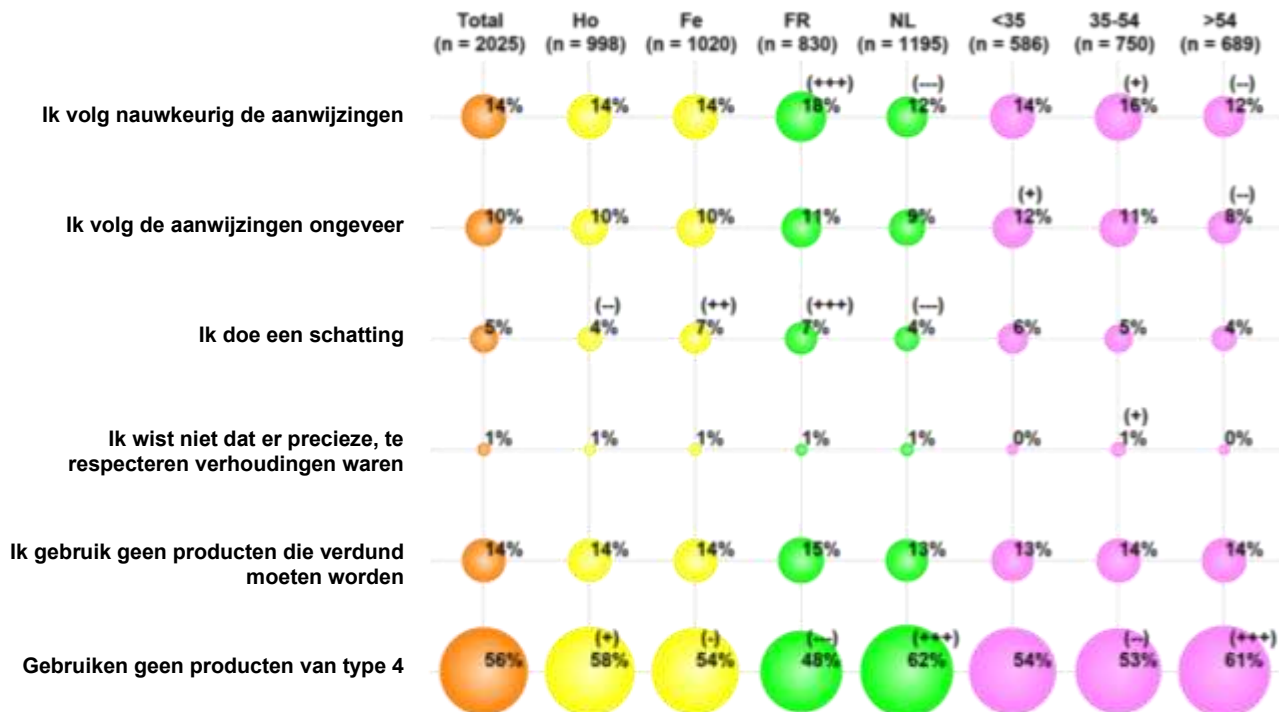
Het gebruik van beschermingsmiddelen is niet nodig wanneer PT04's door het grote publiek worden gebruikt. De vergunninghouder moet immers bewijzen dat zijn product veilig is voor het grote publiek, zonder dat hiervoor extra beschermingsmiddelen nodig zijn. Zo niet, krijgt hij eenvoudigweg geen vergunning voor het op de markt brengen van zijn product. Zodra voorzorgsmaatregelen vereist zijn voor een veilig gebruik, is het product verboden voor het grote publiek.

#### 3.12.1. De te verdunnen producten

Wat de verdunning van biociden van het type PT04 betreft, gebruikt 14% van de bevolking enkel producten die niet hoeven te worden verdund. Dit is ongeveer 32% van de personen die PT04 producten gebruiken.

14% van de Belgen houdt zich strikt aan de verdunningsvoorschriften, 10% volgt ze bij benadering (bv. de hoeveelheid water wordt niet precies afgemeten) en 5% doet dit vrij willekeurig (afhankelijk van het uitzicht of de geur van het verdunde product). 1% van de bevolking heeft geen weet van verdunningsvoorschriften.

Vraag: Wanneer een product moet worden verdund (gemengd met water) in hoeverre doet u dit dan?

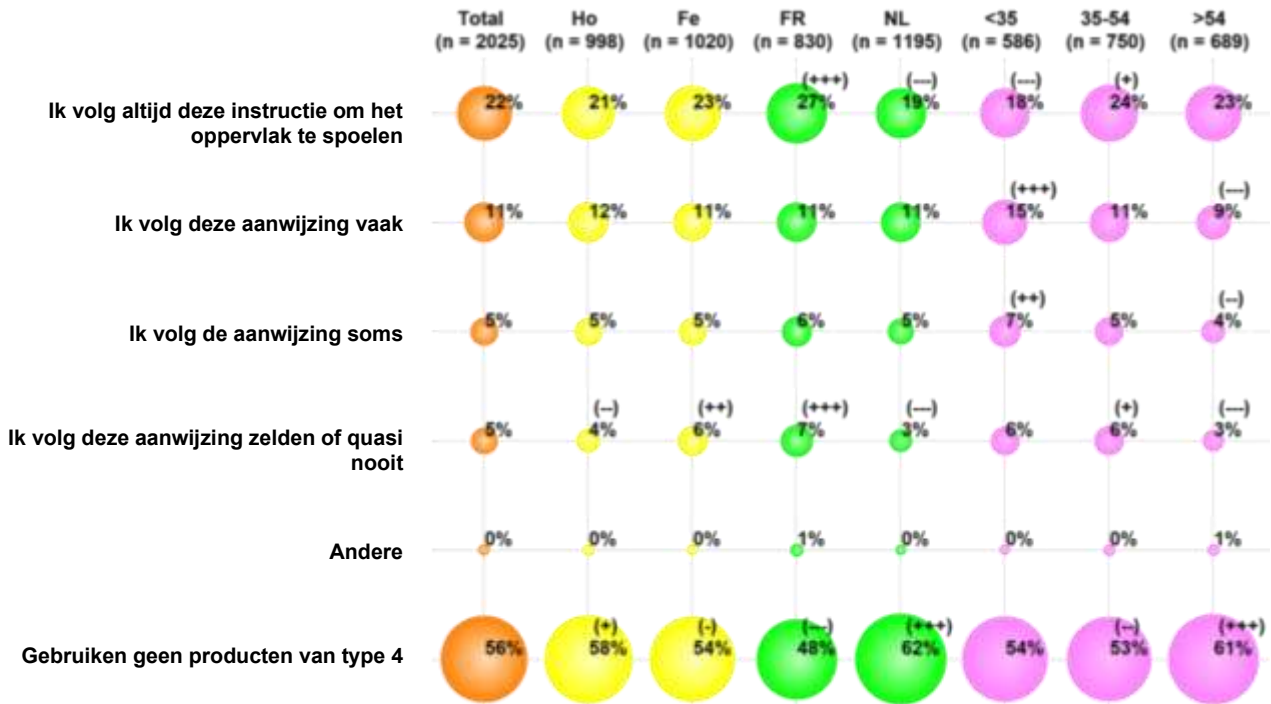




### 3.12.2. Het spoelen van oppervlakken na ontsmetting

De respondenten volgen niet systematisch het spoelvoorschrift na gebruik van een PT04 (22% - d.w.z. 50% van de gebruikers; 5% van de totale steekproef doet dit nooit). Slechts 22% spoelt systematisch na, oftewel slechts de helft van de gebruikers.

*Vraag: In hoeverre volgt u het voorschrift: "spoel het oppervlak dat in contact komt met levensmiddelen af met water na gebruik van een desinfecterend product"?*





## 4. Gevaarlijkheid van biociden (PT01, PT02 en PT04): negatieve ervaringen

16% van de bevolking (320 van de 2.025 ondervraagden) heeft ooit problemen ondervonden na het gebruik van biociden (PT01, PT02, PT04). Als we meer in detail kijken naar de sociaal-demografische kenmerken van de respondenten die een probleem hebben ondervonden, zien we de volgende significante verschillen: het gaat vaker om vrouwen (18%), Franstaligen (19%), jongeren onder de 35 jaar (23%), mensen die in stedelijke gebieden wonen (18%), beroepsactieve personen (17%), ouders van kinderen van 0-3 jaar (25%) en 4-12 jaar (20%) en mensen met een huisdier in huis (18%).

Huidirritatie was het meest voorkomende probleem, gerapporteerd door 12% van de respondenten (van de 16% die een probleem hadden, d.w.z. 75% van de problemen). Volgende problemen kwamen minder vaak voor: brandwonden (3% van de respondenten), allergieën (3%) en ademhalingsproblemen (1%).

Vraag: Welke problemen heeft u ervaren?

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 586)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)
Huidirritatie	12%	9% (---)	14% (++++)	15% (++++)	9% (---)	16% (++++)	12%	7% (---)
Brandwonden	3%	4% (++)	2% (-)	5% (++++)	2% (---)	5% (++++)	4%	1% (---)
Allergieën	3%	1% (---)	4% (++++)	4% (++)	2% (---)	3%	3%	2% (-)
Ademhalingsproblemen	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1% (---)
Andere	1%	1% (---)	2% (++++)	2% (++)	1% (---)	1%	2%	1%
Ondervonden geen problemen	84%	87% (++++)	82% (---)	81% (---)	87% (++++)	77% (---)	83%	92% (++++)

In het geval van een probleem met het gebruik van een biocide, stellen we vast dat in meer dan 56% van de gevallen geen melding aan een gezondheidswerker is gedaan (9% van de totale steekproef en 12% van de hoogopgeleide respondenten).



Indien er wel melding werd gemaakt aan een gezondheidswerker, werden de volgende professionals of organisaties het vaakst geraadpleegd (onderstaande percentages hebben betrekking op de totale steekproef):

- de (behandelend) geneesheer: 4%
- de apotheker: 1%
- het antigifcentrum: 1%
- een ziekenhuis: < 1%
- een werknemer: < 1%

Vraag: Heeft u een deskundige ingelicht/geraadpleegd?

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)	<35 (n = 596)	35-54 (n = 750)	>54 (n = 689)	Low (n = 501)	Med. (n = 754)	High (n = 753)
Neen, ik maakte geen melding	9%	8% (-)	11% (++)	12% (+++)	8% (-)	12% (++)	11% (++)	5% (-)	7% (-)	9%	12% (+++)
Ja, mijn huisarts	4%	3% (-)	5% (++)	5% (+)	4% (-)	7% (+++)	5%	2% (-)	6% (++)	4%	4%
Ja, mijn apotheker	1%	1% (-)	2% (+++)	1%	1%	3% (+++)	1% (-)	1% (-)	1%	1%	1%
Ja, het Antigifcentrum	1%	1%	0%	1%	0%	2% (+++)	0%	0%	1% (++)	0%	0%
Ja, in het ziekenhuis	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1% (++)		0%
Ja, bij mijn collega	0%		0%	0%	0%		0%				0%
Ondervonden geen problemen	84%	87% (+++)	82% (-)	81% (-)	87% (+++)	77% (-)	83%	92% (+++)	84%	86%	83%

Respondenten die een probleem hadden ondervonden bij het gebruik van biociden werd gevraagd welke verbeteringen zouden kunnen worden aangebracht om gezondheidsgelateerde problemen te voorkomen. De volgende argumenten werden spontaan genoemd (in volgorde van frequentie):

- Het gebruik van dit type product verminderen of zelfs stopzetten (n=48)
- Op de bestanddelen letten (agressieve stoffen, allergenen...), de gebruiksaanwijzing beter lezen (n=31)
- Bescherming gebruiken (handschoenen, enz.) (n=29)
- Vochtinnbrengende crème aanbrengen (n=28)
- Handen spoelen na gebruik (n=11)
- Betere informatie op de verpakking (gebruiksaanwijzing, bescherming, enz.) (n=6).





## 5. Invloed van de COVID-19-crisis op het gebruik van PT01, PT02 en PT04

De COVID-19-pandemie heeft duidelijk gevolgen gehad voor het gebruik van biociden en in het bijzonder PT01-producten. De volgende argumenten worden immers aangevoerd:

- ✓ meer mensen hebben biociden gebruikt.
  - 23% voor PT04's
  - 37% voor PT02's
  - 53% voor PT01's
- ✓ de gebruiksaanwijzingen zijn vaker gelezen
  - 19% voor PT04's
  - 26% voor PT01's
  - 27% voor PT02's
- ✓ de gebruiksaanwijzingen zijn vaker gevolgd
  - 28% voor PT04's
  - 42% voor PT02's
  - 45% voor PT01's

Tot slot controleert meer dan 1 op de 5 mensen of het product effectief is tegen Covid-19:

- 21% voor PT04's
- 31% voor PT02's
- 35% voor PT01's

In de onderstaande tabel worden de verschillende gegevens over de gevolgen van de gezondheids crisis voor het gebruik van biociden type 01, 02 en 04 samengevat.

		PT 1	PT 2	PT 4
✓ <b>Hebben geen ontsmettende biocideproducten gebruikt of gekocht in de laatste 12 maanden</b>		36%	33%	56%
✓ <i>Gebruikt u meer desinfecterende producten sinds de Covid-19 pandemie?</i>	<b>Veel vaker</b>	31%	14%	9%
	<b>Vaker</b>	22%	23%	14%
	<b>Geen verschil</b>	8%	27%	18%
	<b>Minder dan voordien</b>	3%	4%	3%
✓ <i>Leest u de gebruiksaanwijzingen met meer aandacht sinds de Covid-19 pandemie?</i>	<b>Yes</b>	26%	27%	19%
	<b>No</b>	38%	40%	25%
✓ <i>Volgt u vaker de gebruiksaanwijzingen sinds de Covid-19 pandemie?</i>	<b>Yes</b>	45%	42%	28%
	<b>No</b>	20%	25%	16%
✓ <i>Controleert u of het product werkzaam is tegen Covid-19?</i>	<b>Yes</b>	35%	31%	21%
	<b>No</b>	29%	37%	23%



## IV. SAMENVATTING

### 1. Gebruik van biociden bij de Belgische bevolking in de afgelopen 12 maanden

	PT 1	PT 2	PT 4
✓ Hebben desinfecterende biocide producten gebruikt in de laatste 12 maanden	66%	67%	44%
✓ Hebben <u>enkel aan de ingang van winkels</u> desinfecterende biocide producten gebruikt in de laatste 12 maanden	17%		
✓ Hebben geen desinfecterende biocide producten gebruikt of aangekocht in de laatste 12 maanden	36% *	33%	56%

\* Respondenten die biociden uitsluitend in winkels gebruiken, zijn meegeteld in dit cijfer (16% gebruikt geen PT01, 17% gebruikt ze alleen bij de ingang van winkels en 2% koopt geen biociden).

### 2. Gebruik van biociden die op de huid of hoofdhuid worden aangebracht om te desinfecteren (PT01)

- a. 84% van de Belgische bevolking heeft in de afgelopen 12 maanden biociden van type 01 gebruikt.
  - i. 17% beweert echter uitsluitend de in de winkels ter beschikking gestelde producten te gebruiken (tijdens de COVID-19-pandemie). Het gaat vaker om mensen van 55 jaar en ouder (21%) en personen zonder diploma hoger secundair onderwijs (22%).
  - ii. 66% van de Belgische bevolking heeft in de afgelopen 12 maanden biociden van type 01 gebruikt. De sociaal-demografische analyse brengt bepaalde verschillen tussen de profielen aan het licht. Het gebruik van PT01's komt namelijk vaker voor bij Franstaligen (70% tegen 64% bij Nederlandstaligen), personen jonger dan 55 jaar (74% bij 18-34 jarigen en 71% bij 35-54 jarigen) en hoogopgeleiden (74%).
- b. De belangrijkste reden voor het gebruik van dit type product houdt duidelijk verband met de COVID-19-pandemie: meer dan de helft van de Belgische bevolking (58%) gebruikt dergelijke producten als beschermingsmiddel en dit komt vaker voor bij respondenten met een hoger opleidingsniveau (67%), jongeren (64%) of mensen van "middelbare leeftijd" (61%), Franstaligen (61%) en vrouwen (60% t.o.v. 56%).



13% van de respondenten moet dit type product gebruiken in een professionele context (verplichting op de werkvloer), en 11% gebruikt het altijd, uit gewoonte. Er is ook een grotere bereidheid om het product te gebruiken bij contact met zwakkere personen: 10% van de respondenten gebruikt PT01 wanneer een naaste ziek is, 8% in aanwezigheid van mensen met een zwakkere immuniteit en 6% in aanwezigheid van jonge kinderen. 4% van de respondenten gebruikt dergelijke producten op aanbeveling van een gezondheidswerker en 4% in aanwezigheid van een dier.

- c. 47% van de Belgen gebruikt ten minste eenmaal per dag een biocide van type 01. Het zijn vooral vrouwen, Franstaligen, 35- tot 54-jarigen en hoger opgeleiden.

13% gebruikt deze biociden een paar keer per week en 7% gebruikt ze minder vaak.

- d. Wat PT01 betreft, is de meest gekochte vorm de hydroalcoholische gel met een aandeel van 55%, gevolgd door vloeistoffen (18%), sprays/verstuivers (14%) en ten slotte doekjes (14%).

3% van de bevolking gebruikt PT01's, maar koopt ze nooit zelf (dat zijn vaker mannen en Nederlandstaligen).

- e. 36% van de Belgen denkt dat PT01's reinigende eigenschappen hebben, vooral jongeren onder de 35 jaar en hoger opgeleiden.

- f. 4% van de Belgen heeft zijn biocide type 01 al eens gemengd met een ander product; meestal gaat het om essentiële olie of zeep.

- g. Met betrekking tot de naleving van de uiterste gebruiksdatum:

- 18% van de respondenten leest de gebruiksdatum niet (dat zijn vaak jongeren tot 35 jaar, Franstaligen en hoger opgeleiden)
- 12% leest de uiterste gebruiksdatum wel, maar houdt er zich niet aan.
- 34% houdt zich aan de uiterste gebruiksdatum (vooral vrouwen en personen van 35 tot 54 jaar).
- Iets meer dan de helft van de respondenten is niet op de hoogte van de uiterste gebruiksdatum en de contacttijd die nodig is voor een doeltreffende werking van het product.

- h. Wat het afval betreft

- Bijna de helft van de Belgen gooit de verpakking in de PMD-zak (47%), vooral vrouwen jonger dan 35 jaar met een hoog opleidingsniveau. Franstaligen jonger dan 35 jaar stoppen deze ook in de gewone vuilnisbak.
- 46% van de Belgen gebruikt het hele product totdat het op is, vooral Franstalige vrouwen van 35-54 jaar en met een hoger



opleidingsniveau. 6% giet het resterende product over in een andere verpakking (vooral mannen, jongeren onder de 35 jaar en mensen met een lager opleidingsniveau dan het hoger secundair onderwijs). Ten slotte gooit 7% de resten weg samen met de verpakking.

- i. De drie belangrijkste criteria voor de aankoop van PT01 voor de Belgen zijn de prijs (34%), het kleine formaat van de verpakking (28%) en de doeltreffende desinfecterende werking (19%).
- j. De twee meest voorkomende plaatsen van aankoop zijn de supermarkt (28%) en apotheek of drogisterij/kruidenier (20%).
- k. Wat de etiketten betreft: 13% van de Belgen leest het hele etiket, 20% werpt er een snelle blik op, 13% leest slechts een deel of specifieke delen en 17% leest het helemaal niet. En verder
  - 8% van de Belgen vindt de informatie op de verpakking niet erg duidelijk of helemaal niet duidelijk.
  - Bij gedeeltelijke lezing richten de respondenten zich op de brede desinfecterende werking (55%).
  - Wanneer zij de informatie onduidelijk vinden, komt dit vooral doordat de tekst te klein geschreven is (55%), niet gemakkelijk te begrijpen is (36%) en de gebruikte termen als "te wetenschappelijk" worden beschouwd (32%).
  - De respondenten die de gebruiksaanwijzing niet volledig lezen, verklaren dat de tekst te klein geschreven is (36%) en dat zij zelf weten hoe zij het product moeten gebruiken (26%).
  - De respondenten die de gebruikshandleiding helemaal niet lezen, verklaren dat zij niet geïnteresseerd zijn (28%), dat het lettertype te klein is (20%) en dat zij niet de reflex hebben om de gebruiksaanwijzing te lezen (23%).

### 3. **Gebruik van producten voor desinfectie van oppervlakken, die niet in contact komen met voedingsmiddelen of diervoeders (type 02)**

- a. Iets meer dan twee op de drie Belgen gebruikt biociden van type 02 (67%), voornamelijk in de vorm van multi-gebruik ontsmettingsmiddelen.
- b. Degenen die er geen gebruiken, voeren als hoofdreden aan dat schoonmaakmiddelen meer dan genoeg zijn (18%) of omdat ze de toegevoegde waarde er niet van inzien (7%).
- c. De respondenten die PT02's gebruiken, vinden dat het oppervlak schoner is wanneer het tegelijkertijd wordt gedesinfecteerd (31%), of doen dit uit gewoonte (28%) en als bescherming tegen Covid-19 (27%).



Ook de aanwezigheid van dieren bevordert het gebruik van dit type product.

- d. Wat de gebruiksfrequentie betreft, gebruikt meer dan één op de vier ondervraagde Belgen (28%) biociden van type 02 meermaals per week en 14% zelfs dagelijks.
- e. De meest gebruikte vorm voor PT02 is vloeibaar in bus of fles (49%), gevolgd door sprays/verstuivers (30%).
- f. 23% van de Belgen leest de uiterste gebruiksdatum niet en 13% heeft het product al na de uiterste gebruiksdatum gebruikt, vooral Franstalige mannen onder de 35 jaar.
- g. Wat betreft het afval,
  - stopt ongeveer de helft van de Belgen de verpakkingen in PMD-zakken (51%), vooral Franstalige vrouwen tussen 35 en 54 jaar;
  - Iets minder dan de helft van de Belgen gebruikt het product totdat het volledig op is (49%), vooral vrouwen, Franstaligen en personen in de leeftijdscategorie 35-54 jaar. Tot slot doet 6% de restjes over in een andere verpakking (meer mannen en jongeren) en 6% gooit ze weg samen met de verpakking.
- h. De drie belangrijkste aankoopcriteria bij de aankoop van een PT02 zijn: de prijs (36%), het gebruiksgemak (22%) en de doeltreffende desinfecterende werking (20%).
- i. Type 02-producten worden vooral in supermarkt gekocht (56%), vooral door Franstaligen in de leeftijdscategorie 35 tot 54 jaar.
- j. 53% van de Belgen bewaart alle schoonmaakproducten op één plaats. De twee ruimten die het meest worden gebruikt voor de opslag van producten zijn de keuken (29%) en de berging (25%). 13% van de Belgen bewaart PT02's binnen handbereik van jonge kinderen.
- k. Wat de informatie op de verpakking betreft: 15% van de Belgen leest het hele etiket, 21% werpt er een snelle blik op, 15% leest slechts een deel of specifieke delen en 16% leest het helemaal niet. En verder:
  - 14% van de PT02-gebruikers vindt de informatie onduidelijk of helemaal niet duidelijk, vooral omdat de informatie te klein is gedrukt (50%), niet gemakkelijk te begrijpen is (35%) en de gebruikte termen te wetenschappelijk zijn (28%).
  - Bij het gedeeltelijk lezen van het etiket concentreren de gebruikers zich op de brede desinfecterende werking (60%).
  - Zij die de gebruiksaanwijzing niet volledig lezen, geven als reden dat zij zelf weten hoe ze dit type product moeten gebruiken (31%) en/of dat de tekst te klein gedrukt is (28%).



I. Wat de gebruiksaanwijzing betreft,

- volgt ongeveer de helft van de respondenten die biociden van type 02 in hoge concentraties gebruiken, de instructies voor het verdunnen van het product niet nauwkeurig op.
- De respondenten (58%) gebruiken niet systematisch beschermingsmiddelen bij het gebruik van PT02 (16% gebruikt er nooit). Slechts 9% gebruikt ze systematisch. De 16% respondenten die nooit beschermingsmiddelen gebruiken, zijn vooral Franstaligen, vrouwen en personen tussen 35 en 54 jaar. De respondenten die zich beschermen, doen dit om hun handen te beschermen (85%) en in geval van allergie (10%). Bovendien benadrukt 27% van de gebruikers het gevaar van dit soort producten.

4. **Gebruik van producten voor desinfectie van oppervlakken, die in contact komen met voedingsmiddelen of diervoeders (type 04)**

- a. 56% van de Belgen gebruikt geen producten van type 04. Zij zijn vaker Nederlandstalig en ouder dan 55 jaar. Wanneer het grote publiek dit soort producten koopt, gaat het vooral om multi-gebruik ontsmettingsmiddelen (33%). Slechts 19% van de respondenten gebruikt specifieke ontsmettingsmiddelen voor de keuken (19%).
- b. De belangrijkste reden om geen PT04's te gebruiken is dat de beschikbare schoonmaakproducten volstaan (22%). Bovendien beschouwt men deze producten als duur (7%), hebben ze weinig toegevoegde waarde (7%) en zijn ze schadelijk (voor de gezondheid: 6% en voor het milieu: 5%).
- c. Daarentegen vindt 19% van de bevolking dat de combinatie van een desinfecterend middel met een schoonmaakmiddel een properder resultaat oplevert. Bovendien gebruikt 18% van de respondenten deze producten uit gewoonte. Ook de pandemie speelt een belangrijke rol (17%). De aanwezigheid van dieren is ook een belangrijke factor.
- d. Wat de frequentie betreft, gebruikt 18% van de respondenten biociden van type 04 meerdere keren per week en 12% dagelijks.
- e. Dit soort producten wordt meestal in vloeibare vorm gekocht, in bussen/flessen (30%) of in sprays/verstuivers (23%, deze zijn vooral populair bij jongeren en mensen van middelbare leeftijd).
- f. 20% van de bevolking let op de uiterste gebruiksdatum en respecteert deze (vooral 35-54-jarigen en vrouwen). 10% zegt zich niet te houden aan de gebruiksdatum en 14% is niet op de hoogte van het bestaan ervan (meer Franstaligen, hoger opgeleiden).
- g. Met betrekking tot het afvalbeheer van PT04,
  - stopt 34% van de bevolking de verpakking in de PMD-zak (77% van de gebruikers).



- 33% van de respondenten gebruikt het volledige product op. In veel mindere mate melden gebruikers nog het volgende: 4% van de gebruikers recupereert de restjes van het product door ze in een andere verpakking te gieten en 4% gooit de rest met de verpakking weg. Ten slotte spoelt 3% van de respondenten de rest door in de gootsteen (voornamelijk jongeren onder de 35 jaar).
- h. De belangrijkste aankoopcriteria zijn de prijs (25%), het gebruiksgemak (14%), de doeltreffendheid (desinfectie: 13%), de merkbekendheid (10%) en de geur (10%).
- i. Deze producten worden gewoonlijk in de supermarkt gekocht
- j. Deze producten worden het vaakst op één plaats in huis bewaard (35% van de totale steekproef), hoewel 9% van de totale steekproef ze op verschillende plaatsen bewaart. De Belgen bewaren deze schoonmaakproducten in de keuken (25%) of in een berging (16%). In 8% van de huishoudens zijn biociden van type 04 binnen handbereik van jonge kinderen.
- k. Iets meer dan 25% van de PT04-gebruikers leest de informatie op de verpakking niet. Het gaat dan vooral om Franstaligen.
  - De brede werking van het product is een belangrijk stuk informatie dat door meer dan de helft van de respondenten die de etiketten bekijken, wordt gelezen. Dit wordt gevolgd door het lezen van gevaarsymbolen (31%) en de bestanddelen van het product (26%).
  - 15% van de etiketlezers vindt de informatie op de productverpakkingen niet duidelijk.
  - 32% van de respondenten die niet de hele gebruiksaanwijzing leest, ondervindt moeilijkheden bij het lezen als gevolg van het kleine lettertype. Daarnaast wijst 17% op een gebrek aan duidelijkheid of een woordenschat die als "te wetenschappelijk" wordt ervaren (11%).
  - Voorts kan 13% van de respondenten die de etiketten niet leest, deze niet lezen vanwege het gebruikte lettertype (te klein) en vindt 5% de inhoud niet erg duidelijk of de woordenschat te wetenschappelijk (5%).
- l. Wat de gebruiksaanwijzing betreft,
  - volgt de helft van de respondenten die PT04's gebruiken, de verdunningsvoorschriften niet nauwkeurig op.
  - Slechts de helft van de gebruikers volgt systematisch de instructies voor het spoelen van de oppervlakken na gebruik.



---

## 5. Negatieve ervaringen na het gebruik van biociden

- a. 16% van de respondenten heeft reeds problemen ondervonden na het gebruik van biociden (type 01, 02 of 04).
- Dit geldt vaker voor vrouwen, Franstaligen en jongeren onder de 35 jaar.
  - In verreweg de meeste gevallen gaat het om dermatologische problemen (75% van de respondenten die een probleem aangaven), ruim vóór het ervaren van een branderig gevoel (huid) (20%) of allergieën (20%).
  - In de meeste gevallen is voor problemen met biociden geen raadpleging van een gezondheidswerker nodig geweest en werden de problemen niet gemeld aan een gezondheidswerker.





## 6. Invloed van COVID-19 op het gebruik van desinfecterende producten

De COVID-19-crisis heeft een duidelijke invloed gehad op het gebruik van biociden door de Belgische bevolking. Bij 53% van de Belgen werd vaker een PT01 gebruikt, bij 37% vaker een PT02 en bij 23% vaker een PT04.

In termen van gedragingen zeggen de respondenten:

- dat zij de gebruiksaanwijzing beter lezen: 26% van de Belgen zegt de gebruiksaanwijzing van PT01's beter te lezen, 27% van PT02's en 19% van PT04's
- de gebruiksaanwijzing beter te volgen: 45% voor PT01's, 42% voor PT02's en 28% voor PT04's
- de doeltreffendheid van het product tegen COVID-19 te controleren: 35% voor PT01, 31% voor PT02 en 21% voor PT04.

		PT 1	PT 2	PT 4
✓ <b>Hebben geen ontsmettende biocideproducten gebruikt of gekocht in de laatste 12 maanden</b>		36%	33%	56%
✓ <i>Gebruikt u meer desinfecterende producten sinds de Covid-19 pandemie?</i>	<b>Veel vaker</b>	31%	14%	9%
	<b>Vaker</b>	22%	23%	14%
	<b>Geen verschil</b>	8%	27%	18%
	<b>Minder dan voordien</b>	3%	4%	3%
✓ <i>Leest u de gebruiksaanwijzingen met meer aandacht sinds de Covid-19 pandemie?</i>	<b>Yes</b>	26%	27%	19%
	<b>No</b>	38%	40%	25%
✓ <i>Volgt u vaker de gebruiksaanwijzingen sinds de Covid-19 pandemie?</i>	<b>Yes</b>	45%	42%	28%
	<b>No</b>	20%	25%	16%
✓ <i>Controleert u of het product werkzaam is tegen Covid-19?</i>	<b>Yes</b>	35%	31%	21%
	<b>No</b>	29%	37%	23%