



Incidence

360° Market Research Solutions

Etude sur l'utilisation des produits désinfectants biocides auprès de la population belge

service public fédéral

**SANTÉ PUBLIQUE,
SECURITE DE LA CHAINE ALIMENTAIRE
ET ENVIRONNEMENT**



federale overheidssdienst

**VOLKSGEZONDHEID,
VEILIGHEID VAN DE VOEDSELKETEN
EN LEEFMILIEU**





I. TABLE DES MATIERES

I. Table des matières	2
II. Contexte et objectifs de l'étude	4
III. Méthodologie & échantillon	5
IV. Résultats	9
1. Les produits biocides appliqués sur la peau ou le cuir chevelu dans le but de désinfection (PT01).....	9
1.1. Habitudes d'utilisation des PT01	9
1.2. Motifs pour l'absence d'utilisation de PT01	10
1.3. Justifications concernant l'utilisation des PT01	11
1.4. Fréquence d'utilisation de PT01	12
1.5. Formulations déjà achetées	13
1.6. Connaissance des propriétés nettoyantes des PT01	14
1.7. Combinaison de PT01 avec d'autres produits	15
1.8. Connaissance et respect de la Date Limite d'Utilisation des PT01	16
1.9. Destination après utilisation.....	17
1.10. Les critères de choix dans l'achat de PT01.....	20
1.11. Les canaux d'achat des PT01	21
1.12. Lecture / utilisation des étiquettes présentes sur l'emballage	24
1.13. Connaissance des consignes d'utilisation des PT01	29
2. Les produits pour désinfecter des surfaces qui ne sont pas en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux (PT02)	30
2.1. Habitudes d'utilisation des PT02	30
2.2. Motifs pour l'absence d'utilisation de PT02	32
2.3. Justifications concernant l'utilisation des PT02	33
2.4. Fréquence d'utilisation de PT02	34
2.5. Formulations déjà achetées	34
2.6. Connaissance et respect de la Date Limite d'Utilisation des PT02	35
2.7. Destination après utilisation.....	36
2.8. Les critères de choix dans l'achat de PT02.....	38
2.9. Les canaux d'achat des PT02	42
2.10. Rangement des PT02.....	42
2.11. Lecture / utilisation des étiquettes présentes sur l'emballage	44
2.12. Connaissance et respect des consignes d'utilisation des PT02	50



3. Les produits pour désinfecter des surfaces qui sont en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux (PT04)	53
3.1. Habitudes d'utilisation des PT04	53
3.2. Motifs concernant l'absence d'utilisation des PT04	54
3.3. Motifs concernant l'utilisation des PT04.....	54
3.4. Fréquence d'utilisation de PT04	55
3.5. Formulations déjà achetées	56
3.6. Connaissance et respect de la Date Limite d'Utilisation des PT04	58
3.7. Destination après utilisation.....	59
3.8. Les critères de choix dans l'achat de PT04.....	60
3.9. Les canaux d'achat des PT04	63
3.10. Rangement des PT04.....	63
3.11. Lecture / utilisation des étiquettes présentes sur l'emballage	65
3.12. Connaissance et respect des consignes d'utilisation des PT04	69
4. Dangerosité des produits biocides (PT01, PT02 et PT04) : expériences négatives	71
5. Influence de la crise de la COVID-19 sur l'utilisation des PT01, PT02 et PT04	73
IV. Synthèse	74



II. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ETUDE

A la suite de la pandémie de Covid-19 et la très large utilisation subséquente de produits biocides désinfectants par le grand public, de nombreux rapports d'incident ont été reçus par le Centre Antipoison. Les types de produits concernés sont les suivants :

PT01 : Produits appliqués sur la peau ou le cuir chevelu dans le but de désinfection

PT02 : Produits utilisés pour désinfecter des surfaces qui ne sont pas en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux

PT04 : Produits utilisés pour désinfecter des surfaces qui sont en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux.

Le Service Public Fédéral Santé Publique, Sécurité de la Chaîne Alimentaire et Environnement a souhaité analyser et comprendre la manière dont le grand public utilise ces produits biocides désinfectants. Cette enquête n'inclut ni les PT03 (désinfectants vétérinaires), ni les PT05 (désinfection de l'eau).

Concrètement, les objectifs de l'étude étaient de mettre en évidence les éléments suivants :

- les habitudes d'utilisation de ces types de produits
- la connaissance de la dangerosité
- la prise en main de la notice
- les processus d'achat
- l'influence de la crise liée à la pandémie de Covid-19
- ...



III. METHODOLOGIE & ECHANTILLON

Dans le cadre de cette étude, Incidence a réalisé 2.025 enquêtes auprès de la population belge.

Le questionnaire, semi-fermé, a été construit en collaboration avec le SPF Santé publique et validé par celui-ci.

La méthodologie choisie était mixte, multimodale : à la fois via un questionnaire online et par téléphone, afin de toucher toutes les tranches d'âge et de recueillir suffisamment de détails concernant les questions ouvertes. Plus précisément, 1 525 enquêtes ont été réalisées par Internet (online) et 500 par téléphone.

Préalablement à la récolte des données, un briefing oral (via teams) a été réalisé dans chaque langue (NL et FR).

Une phase pilote a été réalisée préalablement afin de tester la bonne compréhension des questions, la durée du questionnaire et de compléter les possibilités de réponses qui seront proposées (5 enquêtes en français et 5 enquêtes en néerlandais ont été réalisées par téléphone). Les objectifs de ce test étaient de :

- vérifier la parfaite compréhension des questions par les répondants et vérifier leur aptitude à fournir des réponses précises et parfaitement exploitables ;
- recueillir les informations qui permettront de pré-coder le plus finement possible les possibilités de réponses aux questions ;
- valider la durée moyenne d'administration du questionnaire ;
- valider les séquences des questions, les formulations et les instructions.

Suite à ce test, le questionnaire a été finalisé par Incidence et validé par le SPF Santé publique.

Toutes les enquêtes ont été réalisées entre le 17 mars et le 6 avril 2022.

La durée moyenne des enquêtes était de 10 minutes par enquête.

Aucune rémunération (y compris sous forme d'incitant) n'a été prévue.

Les répondants étaient informés en début d'enquête du commanditaire de l'étude, le SPF Santé publique.

Une pondération des données a été réalisée afin de garantir une représentativité de la population nationale sur les critères suivants : l'âge, le genre, les provinces, le niveau de diplôme ainsi que le degré d'urbanisation. Une description complète de l'échantillon se trouve dans les tableaux ci-dessous.



La marge d'erreur maximale (c'est-à-dire pour une fréquence observée de 50%) dans le cadre de cette étude est de 2,178% pour l'échantillon total.

Les résultats sont présentés sur l'échantillon total (n=2.025), sauf mention contraire.

Des tests de significativité ont été réalisés au moyen d'un test Chi². Il s'agit d'un test statistique conçu pour déterminer si la différence entre deux distributions est attribuable au hasard ou si elle est statistiquement significative. On considère donc, avec un risque d'erreur fixé, qu'il y a une différence dans la population entre les groupes comparés pour la variable étudiée. Les résultats sont présentés comme suit:

+++ : probabilité à 99% que la différence observée soit significative.

++ : probabilité à 95% que la différence observée soit significative.

+ : probabilité à 90% que la différence observée soit significative.

	Echantillon brut		Echantillon pondéré	
Genre :				
✓ Hommes	941	46%	998	49%
✓ Femmes	1.077	53%	1.020	50%
✓ Autres	7	0%	7	0%
Langue :				
✓ Français	943	47%	830	41%
✓ Néerlandais	1.082	53%	1.195	59%
Age :				
✓ 18-24 ans	170	8%	221	11%
✓ 25-34 ans	337	17%	365	18%
✓ 35-44 ans	376	19%	365	18%
✓ 45-54 ans	404	20%	385	19%
✓ 55-64 ans	390	19%	385	19%
✓ 65 ans et plus	348	17%	304	15%
Total	2.025	100%	2.025	100%



	Echantillon brut		Echantillon pondéré	
Province :				
✓ Flandre Occidentale	198	10%	213	11%
✓ Flandre Orientale	258	13%	269	13%
✓ Anvers	299	15%	328	16%
✓ Brabant Flamand	165	8%	203	10%
✓ Limbourg	147	7%	157	8%
✓ Bruxelles	238	12%	209	10%
✓ Hainaut	268	13%	238	12%
✓ Brabant Wallon	108	5%	73	4%
✓ Liège	194	10%	196	10%
✓ Namur	97	5%	88	4%
✓ Luxembourg	53	3%	51	3%
Degré d'urbanisation :				
✓ Urbain	626	31%	598	30%
✓ Rural	241	12%	273	13%
✓ Semi-urbain	1.158	57%	1.154	57%
Total	2.025	100%	2.025	100%

	Echantillon brut		Echantillon pondéré	
Niveau d'étude :				
✓ Low	346	17%	501	25%
✓ Medium	731	36%	754	37%
✓ High	931	46%	753	37%
✓ Non précisé	17	1%	17	1%
Situation professionnelle :				
✓ Actif	1.075	53%	1.043	52%
✓ Chômage	118	6%	91	4%
✓ Inactif	832	41%	891	44%
Situation familiale :				
✓ Couple avec enfant(s)	606	30%	534	26%
✓ Couple sans enfant	601	30%	457	23%
✓ Seul avec enfant(s)	193	10%	213	11%
✓ Seul sans enfant	595	29%	761	38%
✓ Autre	30	1%	60	3%
Total	2.025	100%	2.025	100%



Les résultats sont analysés sur les critères suivants :

- le genre
- la langue de complétion du questionnaire (NL,FR)
- les tranches d'âge (<35 ans, 35-54 ans, 55 ans et + ; il s'agit de tranches classiquement utilisées ; elles sont statistiquement valides par leur poids, permettent des comparaisons fiables)
- le niveau d'instruction (Low, Medium (=CESS), High)
- le degré d'urbanisation (urbain, semi-urbain, rural) ; le type d'habitat est calculé sur base du code postal et de la segmentation *Degree of Urbanisation* (DEGUBRA) d'Eurostat¹
- la situation professionnelle (actifs, chômeurs, inactifs : étudiants et personnes (pré)-retraitées, en incapacité de travail, femme/homme au foyer)
- l'âge du plus jeune enfant présent au domicile (<3 ans, 4-12 ans, 13 ans et +, pas d'enfant) ; cette segmentation permet de mettre en évidence d'éventuels comportements de précaution en cas de présence d'enfants en bas âge
- la présence d'animaux (animaux domestiques, animaux de ferme, pas d'animaux)
- le niveau de revenu du ménage (<1,750€, entre 1.750 et 2.700€, entre 2.700€ et 4.200€, >4.200€). Cette information provient de la question suivante : « *Quel est le revenu total mensuel net de votre ménage, y compris les allocations, indemnités, revenus immobiliers nets (déduction faite des impôts et emprunts immobiliers)* ». Cette catégorie se base sur des informations sensibles et doit être interprétée avec prudence. En effet, le calcul pour parvenir à une estimation des revenus est complexe. De plus, certaines situations sont très instables dans le temps. Enfin, nous observons que 17,73% des personnes interrogées n'ont pas souhaité répondre à cette question, soit 359 répondants sur 2.025.

¹ https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/miscellaneous/index.cfm?TargetUrl=DSP_DEGURBA



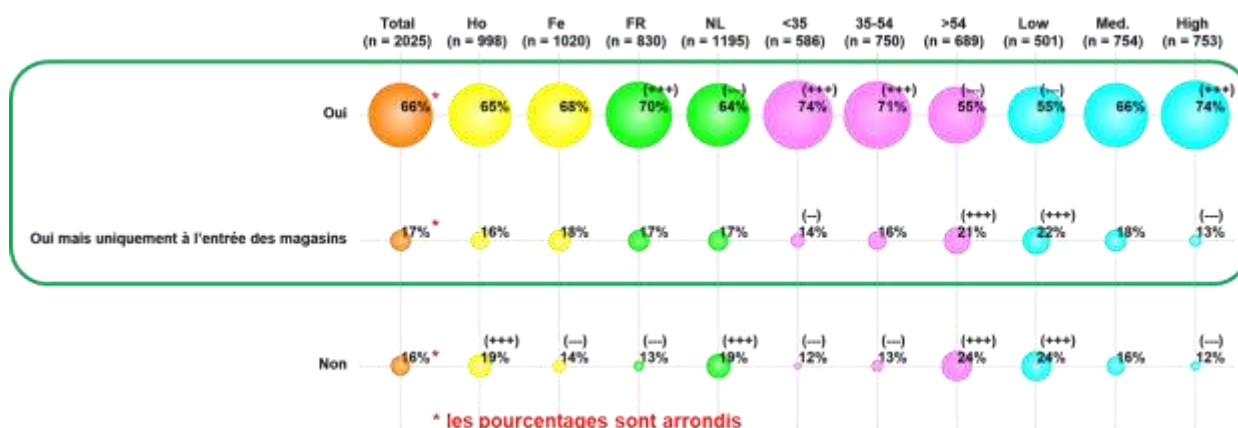
IV. RESULTATS

1. Les produits biocides appliqués sur la peau ou le cuir chevelu dans le but de désinfection (PT01)

1.1. Habitudes d'utilisation des PT01

84% des Belges ont utilisé un produit désinfectant appliqué sur la peau ou le cuir chevelu dans le but de désinfection au cours des 12 derniers mois, mais 17% en ont utilisé uniquement à l'entrée des magasins. Dans le courant des 12 derniers mois, 66% des Belges ont donc utilisé des produits de type 01 de leur propre chef, par choix ou par habitude.

Q : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé un produit désinfectant appliqué sur la peau ou le cuir chevelu dans le but de désinfection ?



Nous constatons des différences significatives selon le profil sociodémographique en termes d'utilisation de PT01. Cela concerne davantage :

- les francophones que les néerlandophones (87% vs 81%)
- les personnes âgées de moins de 55 ans (88% vs 76%)
- les personnes ayant un diplôme supérieur au CESS (74% vs 55% des répondants ayant un diplôme inférieur au CESS)
- les personnes résidant en milieu urbain (70% vs 64% et 67% pour les milieux semi-urbain et rural)
- les personnes actives professionnellement (75% vs 53% pour les chômeurs et 58% pour les personnes inactives)
- les parents d'enfants de moins de 12 ans (80% vs 63% pour les répondants n'ayant pas d'enfant au domicile)
- les répondants ayant des animaux (animaux domestiques : 72% et animaux de ferme : 78% et 59% pour les répondants n'ayant pas d'animaux)
- les répondants ayant des revenus supérieurs.



Le profil des répondants (17%) qui ont utilisé de PT01 uniquement à l'entrée des magasins se démarque par les caractéristiques sociodémographiques suivantes ; il s'agit surtout de personnes :

- âgées de 55 ans ou plus (21%)
- ayant un diplôme inférieur au CESS (22%)
- qui sont au chômage ou inactives (respectivement 29% et 20%)
- qui n'ont pas d'animaux (20%)
- qui mentionnent des revenus inférieurs à 1 750€ (21%).

1.2. Motifs pour l'absence d'utilisation de PT01

La principale raison pour ne pas utiliser de PT01, évoquée par 9% des répondants (échantillon total), réside dans le fait que l'utilisation du savon paraît tout aussi efficace. De plus, ce type de produits irrite la peau (4%) et est considéré comme toxique (3%). 3% des répondants indiquent également que « ces types de produits ne servent à rien » et 2% mentionnent le prix élevé.

Q : Pourquoi n'utilisez-vous pas ce type de produits ?

	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)
Se laver les mains avec du savon est tout aussi efficace	9%	(++) 11%	(-) 8%	(-) 7%	(+++) 11%	(-) 5%	(-) 7%	(+++) 15%
Ces produits abiment, irritent la peau	4%	4%	4%	4%	5%	4%	4%	(+) 5%
Ces produits ne servent à rien	3%	(++) 4%	(-) 2%	(-) 2%	(++) 4%	4%	(-) 2%	4%
Ces produits sont toxiques, dangereux pour la santé	3%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	(+++) 4%
Ces produits coûtent cher	2%	(+) 3%	(-) 1%	(-) 1%	(++) 2%	(-) 1%	2%	(++) 3%
Autres	1%	(+++) 2%	(-) 1%	1%	1%	(-) 0%	1%	(+++) 2%
Utilisent uniquement à l'entrée des magasins	17%	16%	18%	17%	17%	(-) 14%	16%	(+++) 21%
Utilisent des produits de type 1	66%	65%	68%	(+++) 70%	(-) 64%	(+++) 74%	(+++) 71%	(-) 55%

Globalement, les raisons pour ne pas utiliser ce type de produits sont davantage mentionnées par les répondants suivants : les néerlandophones, les personnes âgées de plus de 54 ans, les personnes inactives, celles n'ayant pas/plus d'enfants au domicile ni d'animaux et présentant des revenus plus faibles (inférieur à 1 750€ par mois).



1.3. Justifications concernant l'utilisation des PT01

Les questions qui suivent n'ont pas été posées aux répondants qui ont utilisé un PT01 exclusivement à l'entrée des magasins.

La principale motivation à utiliser ce type de produits provient clairement de la pandémie liée à la Covid-19 : plus de la moitié de la population belge (58%) l'utilise comme geste barrière, surtout les répondants ayant des enfants en bas âge (68%), un diplôme supérieur (67%), actifs professionnellement (64%), plus jeunes (64%) ou « middle-age » (61%), résidant en milieu urbain (62%), francophones (61%), ayant un animal de ferme (69%) ou domestique (61%) et de genre féminin (60% vs 56%).

13% des répondants utilisent ce type de produit dans un contexte professionnel (obligation au travail) mais, 11% en utilisent depuis toujours. On constate également une plus grande sensibilité de la population lorsqu'elle est en contact avec des personnes plus **faibles** : **10% des répondants utilisent des produits biocides désinfectants de type 01 lorsque quelqu'un de leur entourage est malade, 8% en présence de personnes ayant une immunité plus faible et 6% en présence d'enfants en bas âge.** 4% des répondants en utilisent suite à la recommandation d'un professionnel de la santé. Enfin 4% des répondants utilisent des PT01 car ils possèdent un animal.

Q : Pour quelle(s) raison(s), dans quel(s) cas utilisez-vous ce type de produits ?

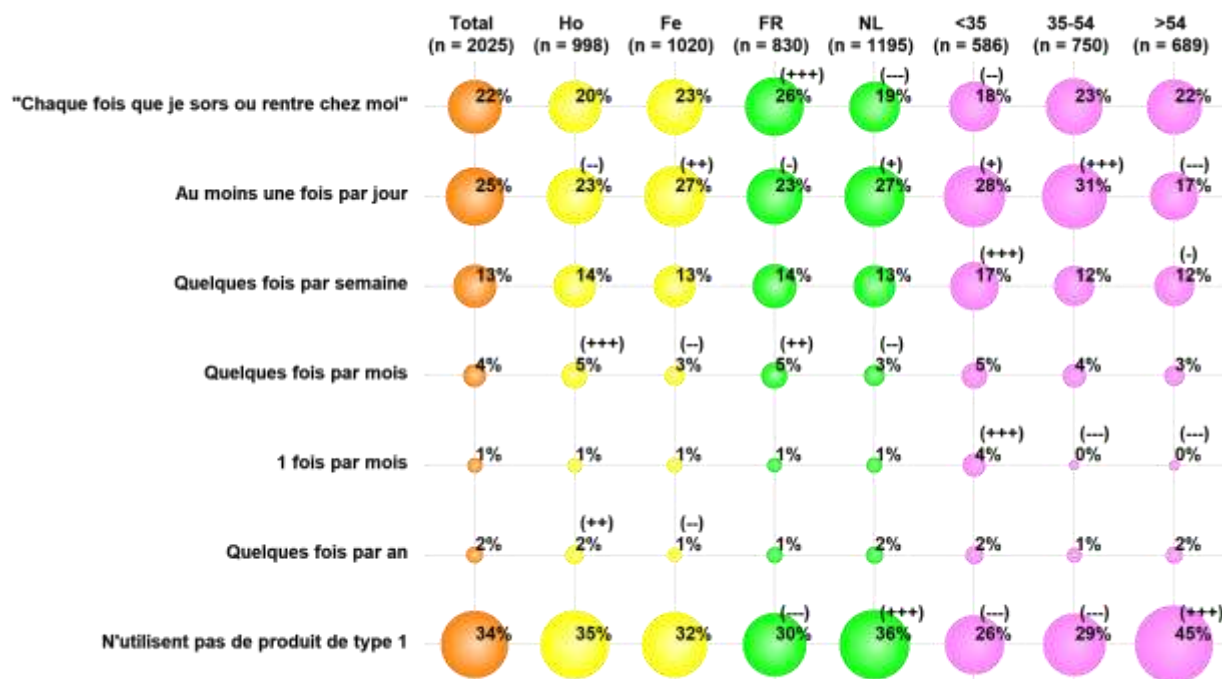
	Total (n = 2025)	Urb. (n = 598)	Semi-urb. (n = 1154)	Rural (n = 273)	Actif (n = 1043)	Chôm. (n = 91)	Inactif (n = 891)	Enf. 0 à 3 (n = 167)	Enf. 4 à 12 (n = 261)	Enf. > 12 (n = 319)	Pas d'enf. (n = 1278)
Comme geste barrière contre la Covid-19	58%	62% (++)	56% (-)	58%	64% (+++)	42% (-)	52% (-)	61%	68% (+++)	60%	55% (-)
C'est une obligation dans mon travail	13%	11%	13%	17% (++)	22% (+++)	3% (-)	3% (-)	16%	21% (+++)	15%	10% (-)
C'est une habitude, j'en utilise depuis toujours	11%	11%	11%	7% (-)	10%	10%	11%	10%	14% (++)	9%	10%
Quand quelqu'un de mon entourage est malade	10%	10%	10%	9%	10%	5% (-)	10%	10%	14% (++)	12%	9% (-)
Car il y a un (des) personne(s) ayant une immunité plus faible dans le foyer	8%	10%	7% (-)	9%	8%	4%	10% (++)	10%	7%	10%	8%
Car il y a un (des) enfant(s) en bas âge dans le foyer	6%	8% (++)	5%	5%	9% (+++)	6%	3% (-)	24% (+++)	17% (+++)	3% (-)	2% (-)
Un professionnel de la santé m'a recommandé d'en utiliser	4%	4%	5%	5%	4%	3%	5%	3%	5%	5%	4%
Car il y a un (des) animal(aux)	4%	5%	5%	3%	4%	3%	5%	3%	6%	9% (+++)	3% (-)
Autres	2%	2%	2%	2%	2%	4%	3%	2%	2%	2%	3%
N'utilisent pas de produit de type 1	34%	30% (-)	36% (++)	33%	25% (-)	47% (+++)	42% (+++)	27% (-)	20% (-)	32%	37% (+++)



1.4. Fréquence d'utilisation de PT01

47% des Belges utilisent des produits biocides de type 01 au moins quotidiennement : 22% ont spécifié : « chaque fois que je sors ou rentre chez moi », 25% en utilisent au moins une fois par jour ; 13% en utilisent quelques fois par semaine et 7% encore moins souvent.

Q : A quelle fréquence utilisez-vous ce type de produits ?



On constate que les répondants (22%) qui utilisent (quasi)systématiquement les produits biocides de type 01 se démarquent par les caractéristiques sociodémographiques suivantes :

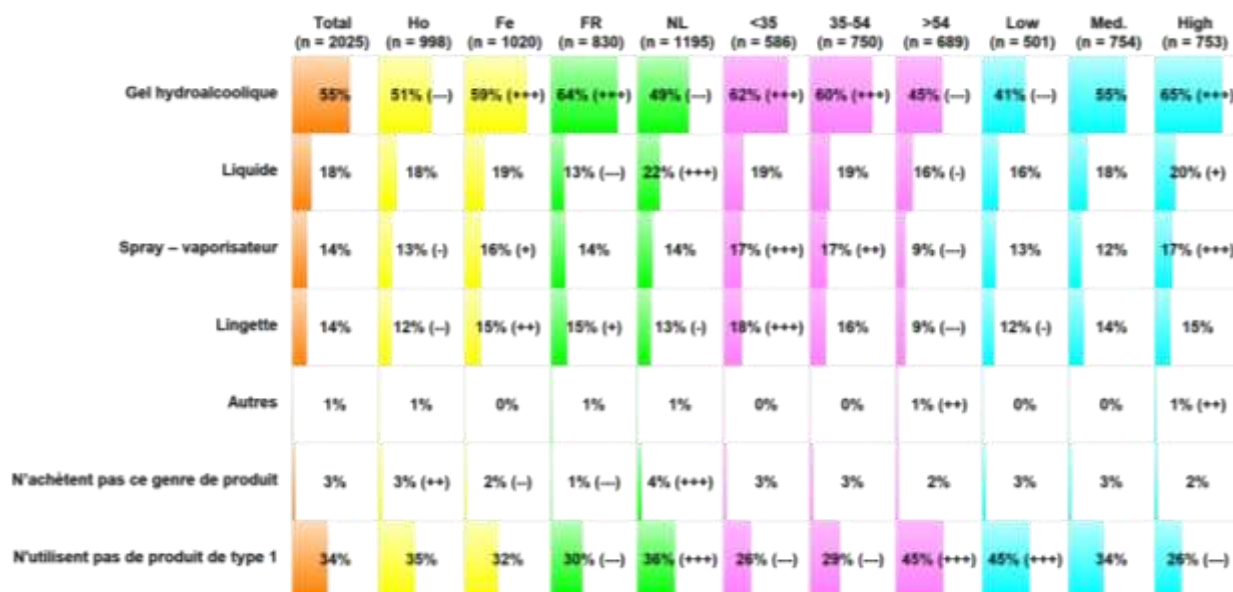
- la présence d'un animal de ferme (31%)
- le milieu urbain (29%)
- la partie francophone (26%)
- la possession d'un diplôme supérieur au CESS (24%).



1.5. Formulations déjà achetées

Parmi les différentes formulations disponibles sur le marché, la formulation la plus souvent achetée est le gel hydroalcoolique (55%), suivie de liquide (18%), des sprays ou vaporisateurs (14%) et enfin des lingettes (14%). 3% de la population disent ne jamais en acheter (il s'agit plutôt des néerlandophones, des hommes, des personnes actives, vivant en milieu semi-urbain).

Q : Sous quelle(s) forme(s) avez-vous déjà acheté ce type de produits ?



Les profils sociodémographiques diffèrent selon les formulations de produits achetées. On constate les principales différences significatives

- pour le gel hydroalcoolique (55%) auprès :
 - o de parents de jeunes enfants (66% et 62%)
 - o de ceux ayant un diplôme supérieur au CESS (65%)
 - o des francophones (64%)
 - o des jeunes de moins de 35 ans (62%) et « middle age » (60%)
 - o des personnes actives (62%)
 - o des personnes résidant en milieu urbain (61%)
 - o des personnes ayant un animal domestique (61%)
 - o des femmes (59%)
- pour la forme liquide (18%) auprès :
 - o des néerlandophones (22%)
 - o des personnes ayant un animal domestique (21%) ou de ferme (32%)
 - o des personnes actives (20%)
- pour la forme de spray / vaporisateur (14%) auprès :
 - o des parents d'enfants de 4 à 12 ans au sein du ménage (21%) ou plus âgés (18%)
 - o des ménages avec des revenus mensuels supérieurs à 4.200€ (20%)
 - o des répondants de moins de 55 ans (17%)
 - o des personnes ayant un diplôme supérieur au CESS (17%)
 - o des personnes actives (17%)

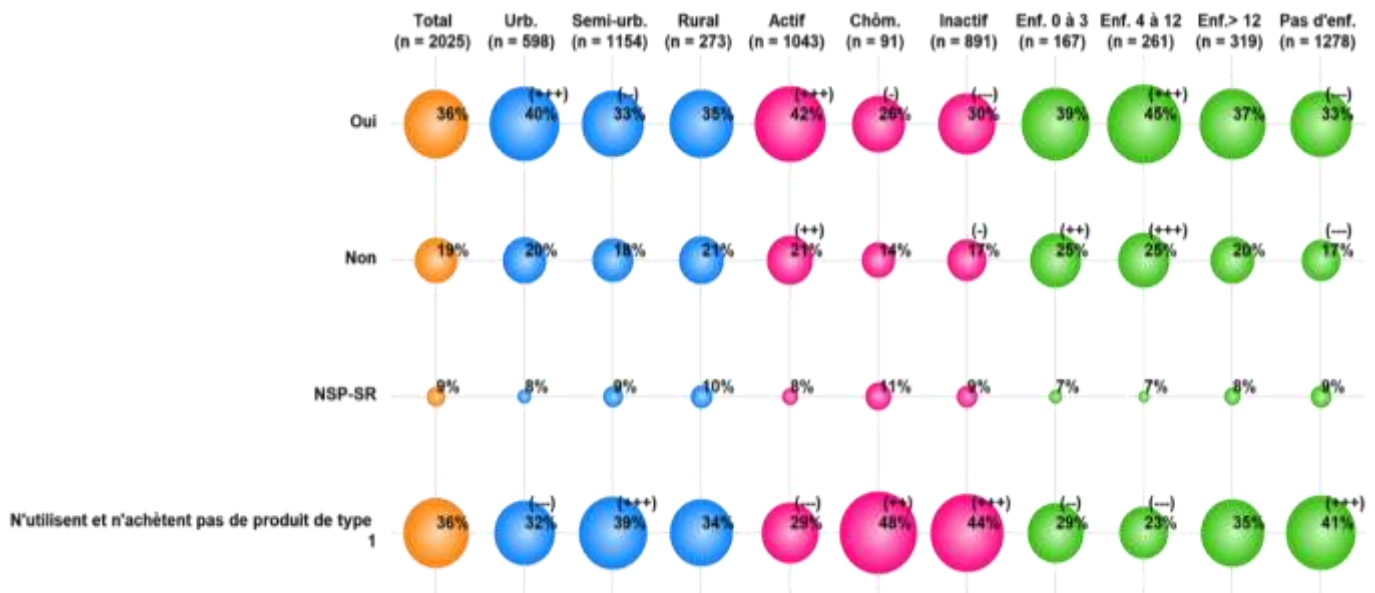


- pour la forme de lingette (14%) auprès :
 - o des parents de jeunes enfants (22% en cas de présence d'enfant de moins de 3 ans et 23% pour les parents dont l'enfant le plus jeune a entre 4 à 12 ans)
 - o des jeunes adultes (18%)
 - o des personnes actives (17%) et
 - o des femmes (17%).

1.6. Connaissance des propriétés nettoyantes des PT01

36% des Belges affirment que ces produits possèdent des propriétés nettoyantes ; 19% savent qu'ils n'en ont pas et 9% ne parviennent pas à se prononcer (NSP - SR).

Q : D'après vous, ces produits ont des propriétés nettoyantes ?



Parmi les répondants (36%) qui attribuent erronément des propriétés nettoyantes, certains profils sociodémographiques sont significativement plus représentés. Il s'agit notamment :

- des parents d'enfants de 4 à 12 ans (45%)
- des jeunes de moins de 35 ans (45%)
- des personnes actives professionnellement (42%)
- des citadins (40%)
- des propriétaires d'animaux domestiques (40%)
- des répondants ayant un diplôme supérieur (39%)

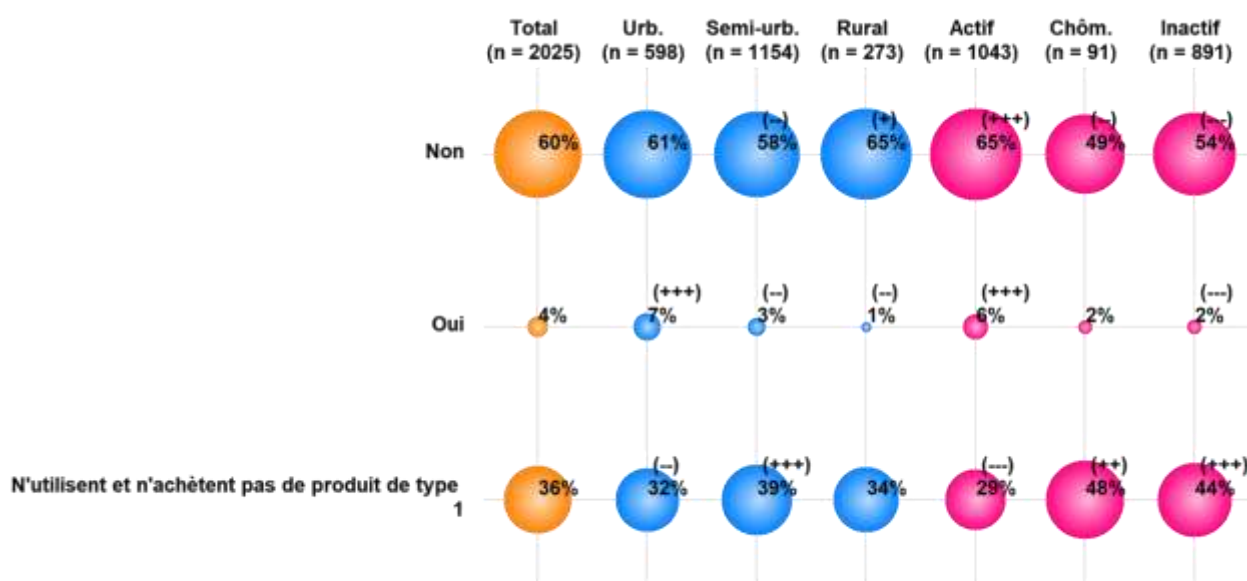


1.7. Combinaison de PT01 avec d'autres produits

4% des répondants ont déjà mélangé des PT01 avec un autre produit. Il existe quelques différences significatives selon le profil sociodémographique, comme :

- l'âge : cela concerne davantage les jeunes adultes de moins de 35 ans (8%),
- le milieu d'habitation : 7% des personnes résidant en ville
- l'activité professionnelle : 6% des personnes actives
- la possession d'un animal domestique : 5%

Q : Avez-vous déjà mélangé votre désinfectant avec un autre produit ?



Le plus souvent, les répondants disent ajouter un produit nettoyant au PT01.

Principaux produits ajoutés	Effets recherchés
✓ Un produit nettoyant (n=27)	➤ Pour nettoyer en plus de désinfecter
✓ Un autre produit désinfectant (alcool, eau de Javel...) (n=11)	➤ Pour augmenter l'efficacité
✓ De l'eau (n=10)	➤ Pour diluer le produit
✓ Des huiles essentielles (n=6)	➤ Pour augmenter l'efficacité
	➤ Pour l'odeur
✓ De la crème hydratante (n=6)	➤ Hydrater la peau

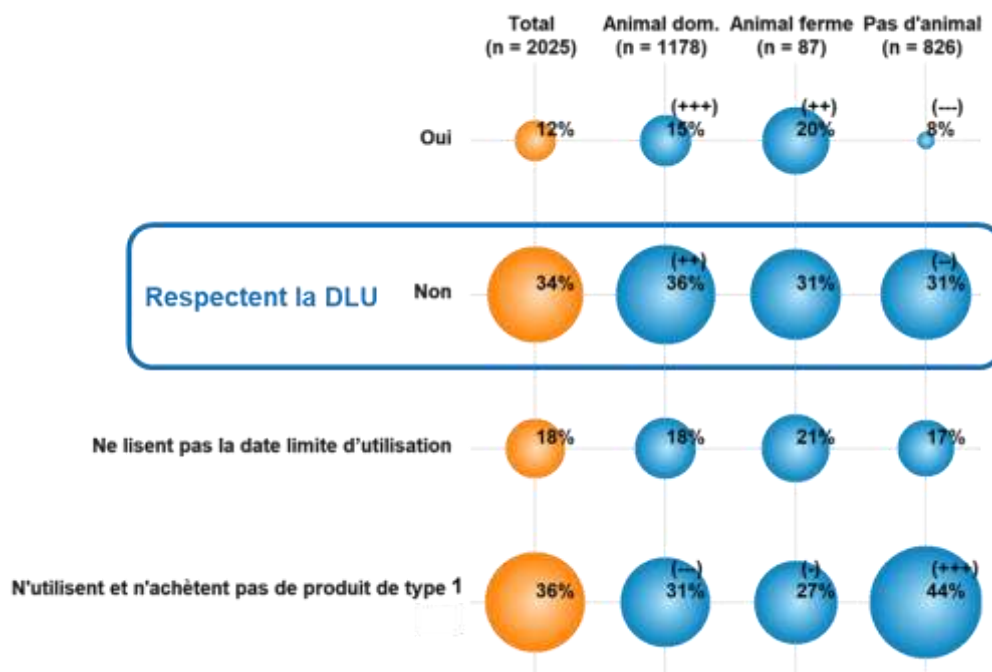


1.8. Connaissance et respect de la Date Limite d'Utilisation des PT01

En ce qui concerne les consignes vis-à-vis de la date limite d'utilisation,

- 18% des personnes interrogées ne la lisent pas
- 12% la lisent, mais ne la respectent pas
- 34% disent la respecter.

Q : Avez-vous déjà utilisé ce type de produits au-delà de leur date limite d'utilisation ?



Plus précisément, les répondants qui ne lisent pas la DLU représentent 18%. Il s'agit le plus souvent de (différences significatives selon les profils) :

- jeunes de moins de 35 ans (22%)
- diplômés (22% de diplômés supérieurs au CESS)
- francophones (20%)
- personnes actives professionnellement (20%).

Les personnes qui lisent la DLU, mais ne la respectent pas systématiquement représentent 12% des personnes interrogées et on constate des différences significatives dans les profils suivants :

- présence d'enfants de 4 à 12 ans (19%)
- actives (16%)
- présence d'un animal (domestique : 15% - de ferme : 20%)
- jeunes de moins de 35 ans (17%)
- diplômés (14% de diplômés supérieurs au CESS)



Parmi les 34% de personnes qui respectent la DLU, les profils suivants ont été mis en exergue de manière significative :

- les adultes de 35-54 ans (37%)
- les femmes (36%)
- les personnes ayant un animal domestique (36%)
- les personnes ayant un enfant de 4 à 12 ans à leur domicile (43%)

1.9. Destination après utilisation

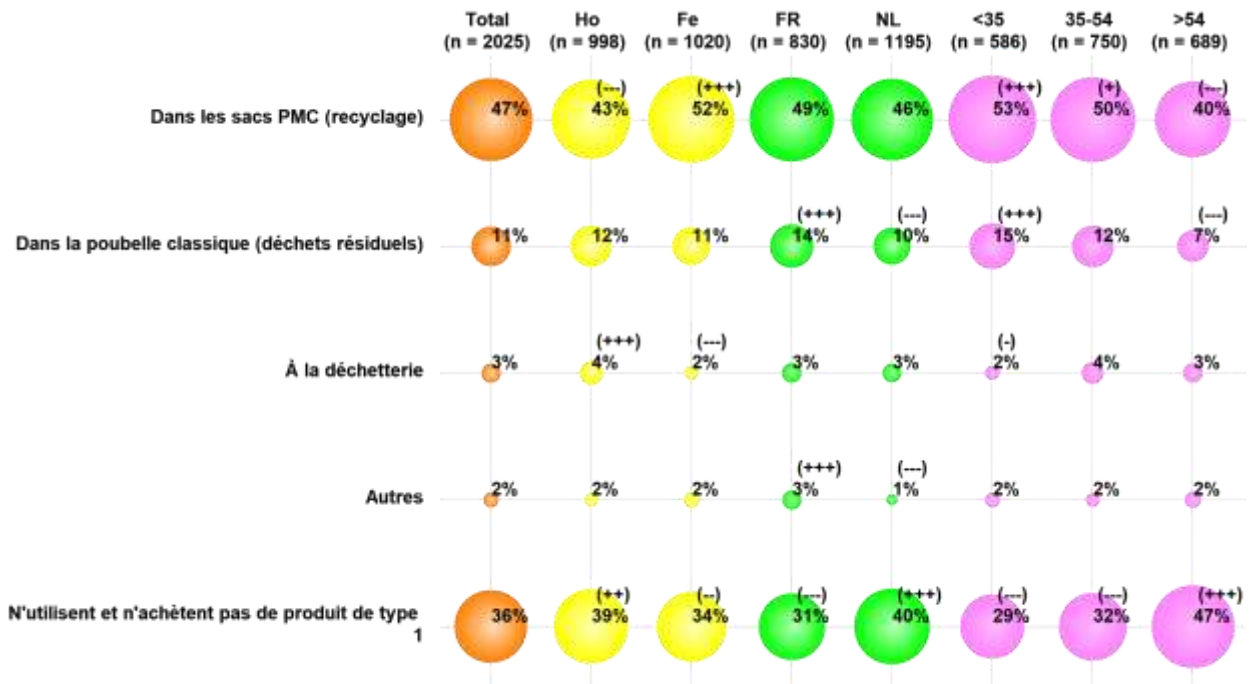
Le tri des déchets diffère entre les différentes régions en Belgique. À Bruxelles et en Flandre, les emballages vides et restes de produits sont des déchets PMC, sauf pour les produits avec bouchon de sécurité enfant ou qui portent les symboles de danger 'toxique' et/ou 'dangereux pour la santé à long terme', qui doivent être apportés à la déchetterie. En Wallonie, il y a également les emballages avec le symbole 'inflammable' qui doivent être apportés à la déchetterie.

1.9.1. Destination de l'emballage après utilisation

Près de la moitié des Belges jette les emballages dans les sacs PMC (47%), surtout les femmes (52% vs 43% des hommes), les moins de 35 ans (53%), les détenteurs d'un niveau d'éducation élevé (53%), les parents d'enfants de moins de 12 ans (55 et 56%), les personnes actives (52%) et celles ayant un animal domestique (52%). **11% des répondants les jettent dans la poubelle « classique »** (reprenant les déchets résiduels). Il s'agit plus fréquemment des moins de 35 ans (15%), francophones (14%), citadins (16%), actifs (12%) et ayant des animaux de ferme (19%). Enfin, **3% vont les apporter à la déchetterie.**



Q : Où jetez-vous le plus souvent les emballages de ce type de produit ?

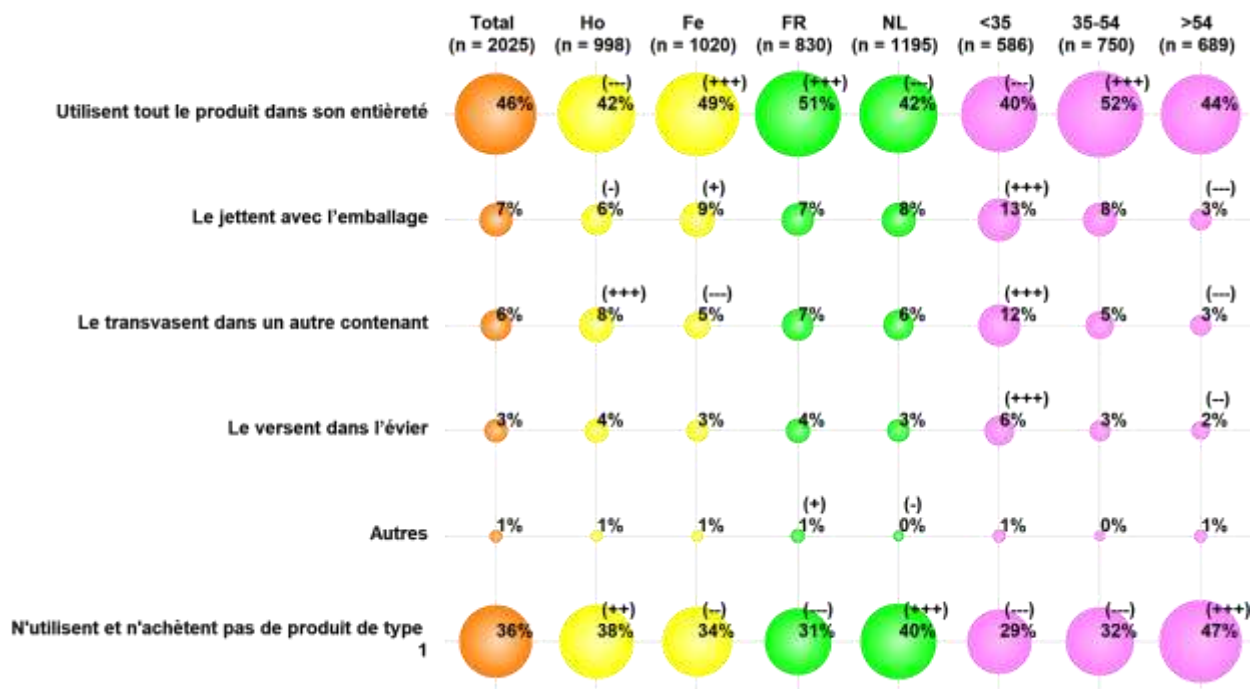




1.9.2. Destination du produit résiduel après utilisation

46% des Belges utilisent le produit dans son entièreté, 7% jettent les restes avec l'emballage, 6% les transvasent dans le nouveau récipient et 3% les déversent dans l'évier.

Q : Où jetez-vous le plus souvent les restes de ce type de produit ?



On constate les différences suivantes parmi les répondants

- qui utilisent le produit dans son entièreté (46%) : cela concerne plus les 35-54 ans (52%), les francophones (51%), les femmes (49%), les personnes actives (49%) et celles ayant un animal de compagnie (48%) ;
- qui jettent les restes avec l'emballage (7%) : il s'agit davantage de jeunes de moins de 35 ans (13%), ayant des enfants de 4 à 12 ans (12%), actifs professionnellement (9%) et ayant obtenu leur CESS (9%) ;
- qui transvasent les produits résiduels dans un autre contenant (6%) : il s'agit plus fréquemment des moins de 35 ans (12%), des hommes (8%), des personnes actives (7%) et en recherche d'emploi (12%), possédant un animal (domestique : 8% et de ferme : 13%) ;
- qui déversent les restes du produit dans l'évier (3%) : ce comportement est plus souvent adopté par les moins de 35 ans (6%), les personnes actives (5%), les parents d'enfants de 4 à 12 ans (6%) et les répondants résidant en milieu urbain (5%).



1.10. Les critères de choix dans l'achat de PT01

En moyenne, les répondants mentionnent entre 2 et 3 éléments qu'ils prennent en compte lors de l'achat d'un PT01.

Les trois critères d'achat les plus pris en compte par les Belges sont le prix (34%), la petite taille du conditionnement (28%) ainsi que l'efficacité supérieure du pouvoir désinfectant (19% des répondants sont convaincus que les produits achetés sont plus efficaces que leur concurrent).

Ces 3 critères se retrouvent de manière transversale dans chaque segmentation sauf pour les 2 catégories suivantes :

- les répondants qui ont des animaux de ferme prennent davantage en compte les propriétés hypoallergéniques (19%) et la texture (19%) : ces 2 critères arrivent en 3^{ème} position, après le prix et la taille du conditionnement.
- les parents d'enfants de 4 à 12 ans ont également mentionné plus fréquemment les propriétés hypoallergéniques (19%) et le fait que le PT01 convient aux enfants (19%), avant l'efficacité supérieure des produits (15%).

Les différents critères d'achat varient également selon le profil des répondants, comme constaté dans les graphiques qui suivent.

Q : Lorsque vous achetez ce genre de produits, quels critères prenez-vous en compte pour acheter un produit en particulier ?

	Total (n = 2025)	Animal dom. (n = 1178)	Animal ferme (n = 87)	Pas d'animal (n = 826)
Le prix	34%	37% (+++)	36%	28% (---)
La petite taille (facile à emporter)	28%	31% (+++)	35%	25% (---)
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure	19%	21% (+++)	16%	16% (---)
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	13%	15% (+++)	19% (+)	9% (---)
Le parfum	12%	13% (+++)	10%	9% (---)
La texture	10%	11%	19% (+++)	9% (-)
Le temps de séchage plus rapide	9%	10% (+)	8%	8% (-)
La grande taille du conditionnement	9%	11% (+++)	6%	7% (-)
Le produit convient aussi aux enfants	9%	10% (++)	13%	7% (-)
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	8%	9% (++)	7%	6% (-)
La notoriété de la marque	8%	9% (+)	8%	7%
L'emballage est attirant	2%	2% (++)	3%	1% (-)
Il y a des publicités pour cette marque	1%	1%		1%
Autres	3%	3%	4%	3%
N'utilisent et n'achètent pas de produit de 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)
Le prix	34%	33%	34%	36% (+)	32% (-)	41% (+++)	36% (++)	24% (—)	23% (—)	35%	39% (+++)
La petite taille (facile à emporter)	28%	25% (—)	32% (+++)	27%	29%	34% (+++)	26% (-)	26%	23% (—)	29%	32% (++)
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure	19%	18%	20%	22% (+++)	17% (—)	22% (++)	18%	17%	15% (—)	18%	22% (++)
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	13%	12% (-)	14% (++)	14%	12%	12%	15% (++)	12%	13%	12%	14%
Le parfum	12%	9% (—)	14% (+++)	15% (+++)	9% (—)	16% (+++)	14% (++)	5% (—)	7% (—)	13%	13% (++)
La texture	10%	7% (—)	13% (+++)	11%	9%	13% (+++)	11%	6% (—)	7% (—)	10%	13% (+++)
Le temps de séchage plus rapide	9%	8% (-)	11% (++)	8%	10%	13% (+++)	8% (-)	8%	8%	10%	10%
La grande taille du conditionnement	9%	9%	9%	9%	9%	11%	10%	7% (-)	9%	9%	10%
Le produit convient aussi aux enfants	9%	8%	10%	8%	9%	10%	11% (++)	6% (—)	8%	9%	9%
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	8%	9%	7%	7%	9%	7%	8%	10%	10%	8%	7%
La notoriété de la marque	8%	8%	8%	9%	8%	12% (+++)	8%	5% (—)	5% (—)	9%	9%
L'emballage est attirant	2%	1%	2%	1%	2%	4% (+++)	1% (-)	1% (-)	2%	2%	2%
Il y a des publicités pour cette marque	1%	1%	1%	1% (-)	1% (+)	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Autres	3%	3%	3%	5% (+++)	2% (—)	3%	5% (+++)	2% (-)	1% (—)	3%	5% (+++)
N'utilisent et n'achètent pas de produit de type 1	36%	38% (++)	34% (-)	31% (—)	40% (+++)	29% (—)	32% (—)	47% (+++)	48% (+++)	36%	28% (—)

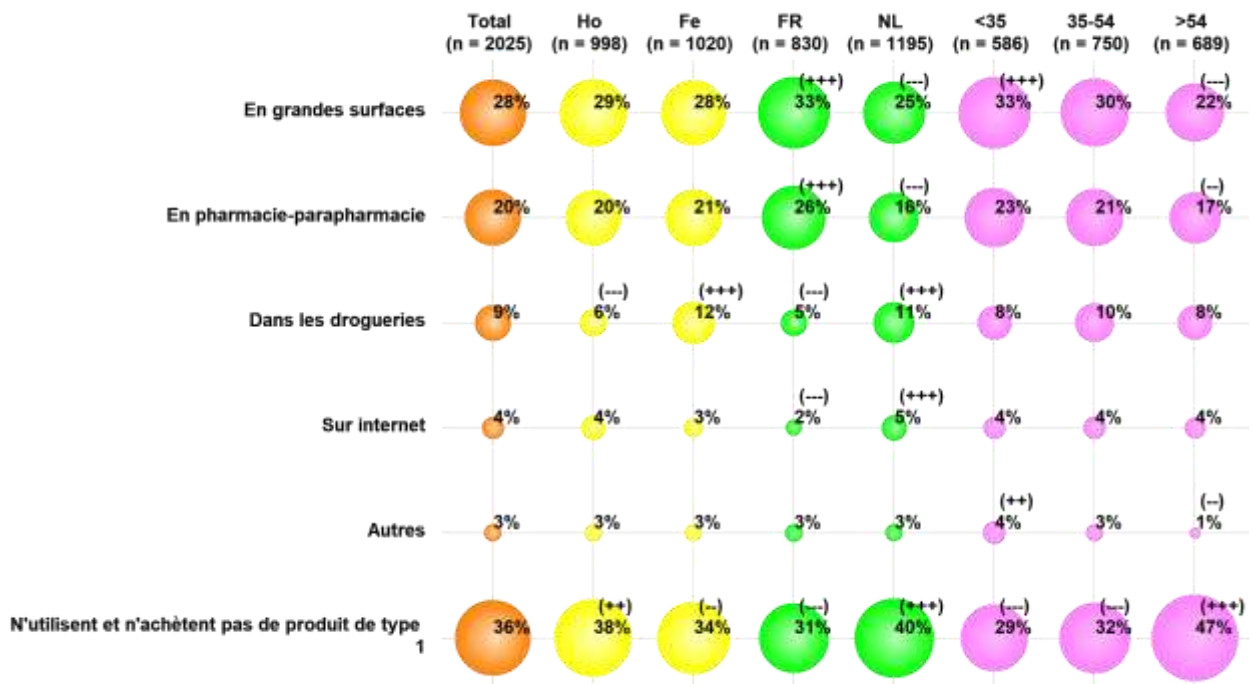
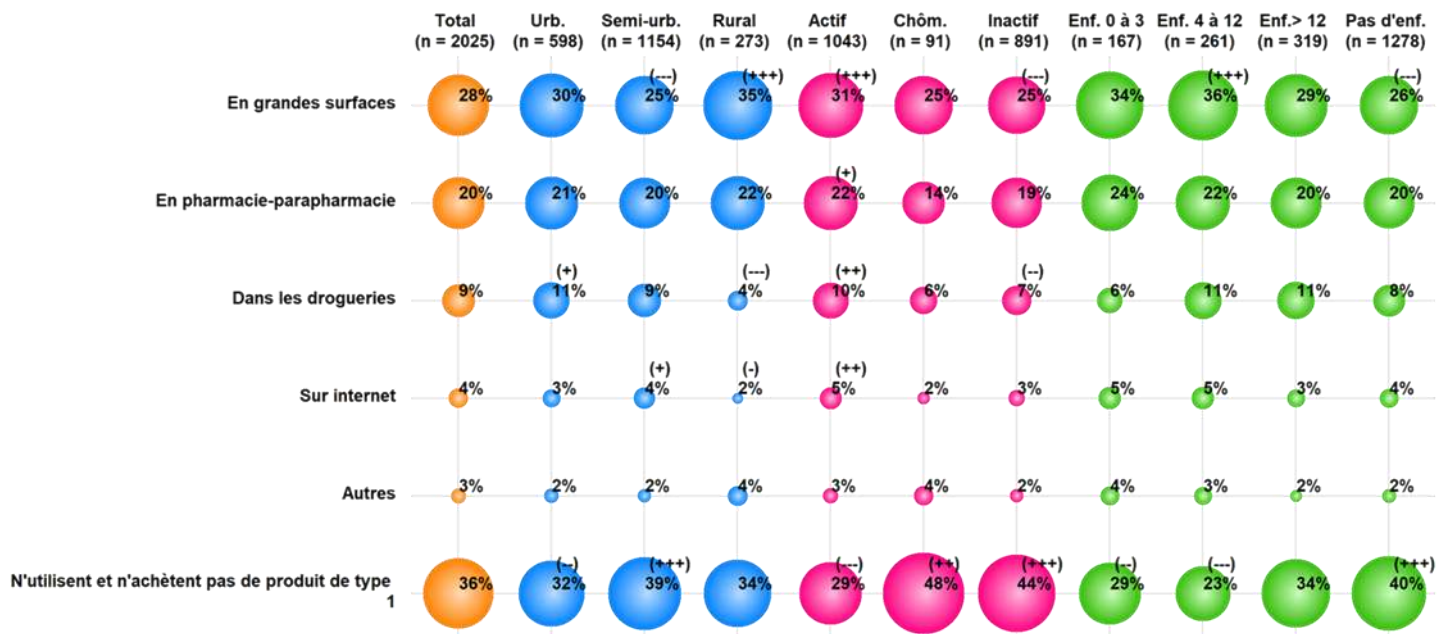
	Total (n = 2025)	Urb. (n = 598)	Semi-urb. (n = 1154)	Rural (n = 273)	Actif (n = 1043)	Chôm. (n = 91)	Inactif (n = 891)	Enf. 0 à 3 (n = 167)	Enf. 4 à 12 (n = 261)	Enf. > 12 (n = 319)	Pas d'enf. (n = 1278)
Le prix	34%	36%	32%	34%	38% (+++)	27%	29% (—)	41% (++)	40% (++)	35%	31% (—)
La petite taille (facile à emporter)	28%	31% (+)	27%	26%	31% (+++)	24%	26% (-)	30%	26%	28%	29%
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure	19%	21%	17% (-)	20%	18%	18%	19%	20%	15%	18%	19%
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	13%	15% (+)	12% (-)	14%	13%	11%	14%	13%	19% (+++)	11%	12%
Le parfum	12%	14% (++)	10% (—)	13%	14% (+++)	15%	8% (—)	14%	15% (+)	14%	10% (—)
La texture	10%	11%	10%	9%	11% (+)	8%	9% (-)	13%	9%	9%	10%
Le temps de séchage plus rapide	9%	9%	10%	7%	10%	10%	8%	10%	8%	11%	9%
La grande taille du conditionnement	9%	11% (+)	8%	8%	10%	12%	8%	9%	11%	8%	9%
Le produit convient aussi aux enfants	9%	10% (+)	8%	8%	9%	9%	8%	16% (+++)	19% (+++)	11%	5% (—)
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	8%	9%	8%	7%	7%	6%	9% (+)	4% (-)	8%	6%	9% (++)
La notoriété de la marque	8%	9%	7% (-)	10%	10% (+++)	4%	6% (-)	10%	12% (++)	7%	8%
L'emballage est attirant	2%	2%	2%	1%	1%		2% (+)	1%	2%	1%	2%
Il y a des publicités pour cette marque	1%	0% (-)	1% (++)	1%	1%		1%	0%	2%	1%	1%
Autres	3%	4%	3%	5%	4%	2%	3%	3%	5% (+)	4%	3%
N'utilisent et n'achètent pas de produit de type 1	36%	32% (-)	39% (+++)	34%	29% (—)	48% (++)	44% (+++)	29% (-)	23% (—)	34%	40% (+++)

1.11. Les canaux d'achat des PT01

Les principaux endroits dans lesquels les répondants se rendent pour acheter ce type de produits sont les grandes surfaces (28%), suivies des pharmacies et parapharmacies (20%), puis des drogueries (9%). Enfin, 4% des personnes interrogées se procurent ce type de produits via internet.



Q : Où achetez-vous le plus souvent ce genre de produits ?





L'analyse des résultats à cette question selon le profil sociodémographique des personnes interrogées fait apparaître les différences significatives suivantes :

- Les francophones se procurent davantage ce type de produits dans les grandes surfaces (33% vs 25% des néerlandophones) et (para)pharmacies (26% vs 16%) alors que les néerlandophones vont plus souvent dans les drogueries (11% vs 5% des francophones) et sur internet (5% vs 2%).
- Les grandes surfaces (28%) sont davantage prisées par les personnes habitant en milieu rural (35%), les personnes actives (31%) et possédant des animaux domestiques (31%).
- Les drogueries et internet sont également plus plébiscités par les personnes actives. Les femmes achètent aussi davantage dans les drogueries que les hommes (12% vs 6%).



1.12. Lecture / utilisation des étiquettes présentes sur l'emballage

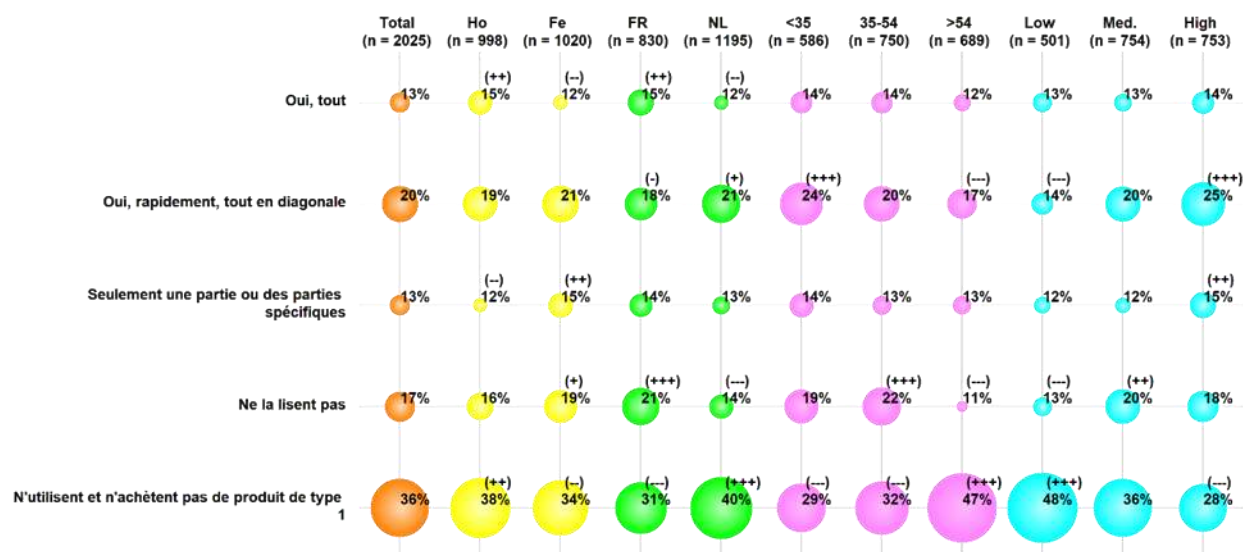
1.12.1. **Prise en main : niveau de lecture des informations présentes sur l'emballage avant l'achat**

Concernant la lecture des informations disponibles sur les emballages des PT01 avant l'achat,

- 13% des Belges lisent toute l'étiquette,
- 20% lisent rapidement, en diagonale,
- 13% lisent seulement une partie ou des parties spécifiques et
- 17% ne la lisent pas du tout.

Si l'on considère uniquement les utilisateurs (« consommateurs ») de PT01, on constate des pourcentages suivants : 21% des Belges lisent toute l'étiquette, 32% lisent rapidement, en diagonale, 21% lisent seulement une partie ou des parties spécifiques et 27% ne la lisent pas du tout.

Q : Avant l'achat, lisez-vous l'étiquette qui figure sur l'emballage du produit ?



On observe quelques différences significatives selon le profil sociodémographique de l'ensemble des personnes interrogées, à savoir :

- De manière générale, sur l'ensemble des personnes interrogées, les francophones déclarent plus souvent ne pas lire l'étiquette (21% vs 14%), tout comme les adultes de 35-54 ans (22%), les personnes ayant des enfants de moins de 12 ans (24% et 25%), les personnes actives (22%), les personnes ayant des revenus supérieurs à 4.200€ (24%) et celles disposant d'un animal de compagnie (20%) alors que les jeunes de moins de 35 ans (24%), les néerlandophones (21%), les personnes ayant un diplôme supérieur au CESS (25%) disent le plus souvent effectuer une lecture rapide en diagonale.



- Plus précisément, si l'on considère
 - o les 13% de lecteurs qui lisent toute l'étiquette avant l'achat du produit, on constate que cela concerne davantage les personnes habitant en milieu urbain (16%), les hommes (15%) et les francophones (15%)
 - o les 20% de répondants qui lisent l'étiquette en diagonale, on remarque que ce comportement concerne surtout les jeunes de moins de 35 ans (24%), les citadins (24%) et les personnes actives professionnellement (22%)
 - o les 13% de personnes qui ne lisent qu'une partie spécifique de l'étiquette, on observe qu'il s'agit plus souvent des femmes (15%) et des personnes ayant un diplôme supérieur (15%)
 - o les 17% de non-lecteurs, il s'agit plutôt de francophones (21%), d'adultes de 35-54 ans (22%), actifs professionnellement (22%), ayant des jeunes enfants (24 et 25%) et résidant en milieu rural (22%).

1.12.2. Informations parcourues en cas de lecture partielle

En cas de lecture partielle de l'étiquette (13% de l'échantillon total, soit 268 répondants), les informations parcourues sont plus particulièrement

- **le large pouvoir d'action désinfectante** (tue les virus, les bactéries, les levures...): dans 55% des cas, ces résultats sont transversaux, c'est-à-dire que l'on n'observe aucune différence significative entre les différents profils
- **les informations inscrites avec une grande police** : dans 28% des cas, résultats transversaux
- **les pictogrammes** (25%) : davantage les jeunes <35 ans (37%), les hommes (31%), les répondants qui ont un diplôme supérieur (35%)
- **les propriétés hypoallergéniques** (24%) : davantage les francophones (34%)
- **la date limite d'utilisation** (21% des répondants) : surtout les personnes >54 ans (31%)
- **le fait de convenir aux enfants** (21%) : davantage les adultes de 35-54 ans et les parents d'enfants de 0 à 4 ans et de 4 à 12 ans (respectivement 30%-38%-57%)
- **les ingrédients** (18%) : davantage les citadins (26%)

1.12.3. Évaluation de la clarté des informations présentes

8% des Belges estiment que les informations présentes sur l'étiquette sont peu voire pas du tout claires. Cela concerne davantage les femmes, les francophones, les personnes ayant un diplôme supérieur au CESS ainsi que celles ayant un animal (de ferme ou domestique).



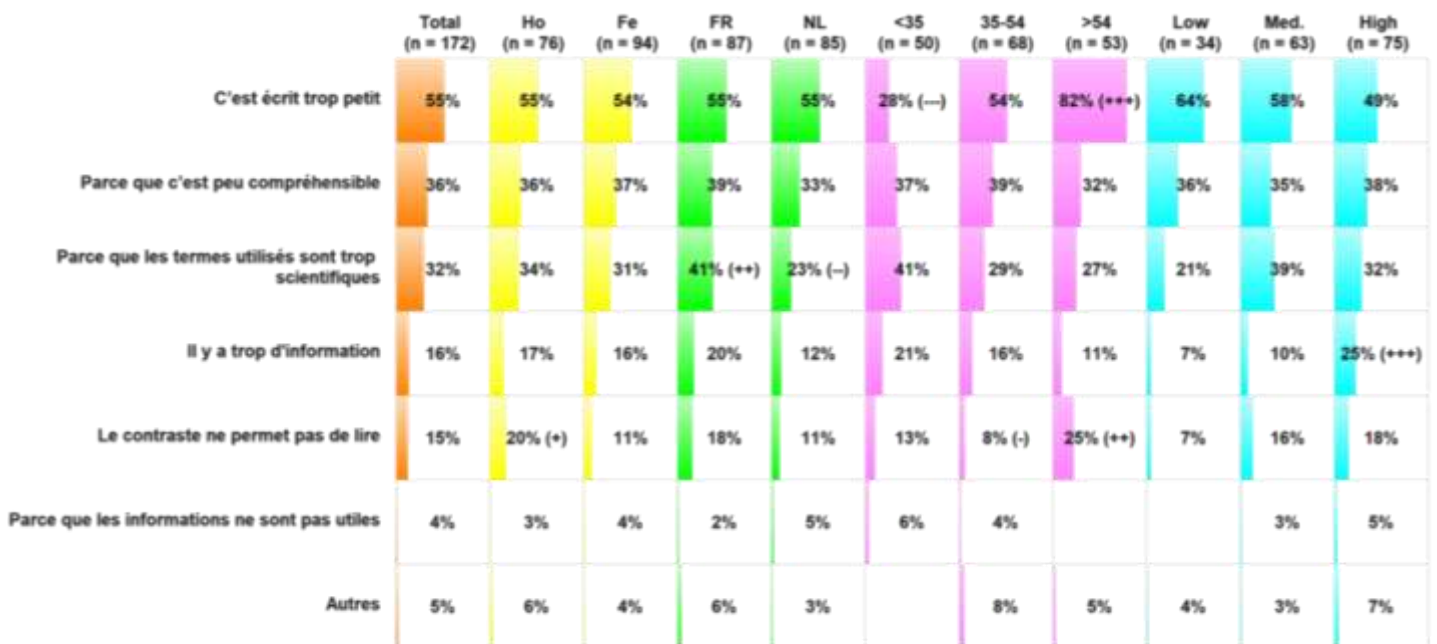
Les répondants jugeant les étiquettes peu ou pas claires (n=172), mettent principalement en avant 2 éléments qui participent au manque de clarté : la lisibilité et la sémantique. En termes de lisibilité, les plaintes les plus souvent mentionnées sont

- la petite taille de la police utilisée (55% dont 82% des personnes de plus de 54 ans)
- la présence d'un trop grand nombre d'informations sur l'étiquette (16%)
- un manque de contraste entre le texte et le fond (15%, 20% chez les hommes et 25% chez les plus de 54 ans).

Au niveau du bagage sémantique, certains répondants reprochent

- un problème de compréhension (36%)
- l'utilisation de termes « trop scientifiques » (32%, surtout chez les francophones : 41% vs 23% des néerlandophones).

Q : Pourquoi n'est-ce pas clair ?





1.12.4. Justifications de non-lecture des étiquettes

Pour les répondants qui parcourent les étiquettes en diagonale, rapidement (n=408), les mêmes problèmes sont mentionnés : lisibilité et vocabulaire non vulgarisé. Cependant, les utilisateurs de PT01 ont le sentiment de savoir utiliser correctement les produits sans devoir lire les informations sur l'emballage.

Q : Pourquoi ne lisez-vous pas entièrement la notice d'utilisation ?

	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)
C'est écrit trop petit	36%	37%	36%	34%	34%	20%	41% (+)	20% (-)	35%	39%	38%
"Parce que je sais utiliser ce genre de produits"	26%	28%	25%	21%	23%	26%	29%	27%	24%	22%	27%
Parce que c'est souvent peu clair, peu compréhensible	20%	20%	23% (+)	6% (---)	17%	7%	25% (++)	12%	24%	14%	21%
"J'ai confiance en ces produits"	19%	19%	18%	22%	18%	32%	18%	7%	19%	17%	20%
"Je suis les conseils de mon pharmacien"	16%	14%	16%	26% (+)	18%	10%	15%	21%	25% (+)	12%	15%
"Parce que je sais les utiliser et cela fonctionne très bien"	15%	21% (++)	10% (---)	17%	15%	4%	15%	12%	18%	8%	16%
Parce que les termes utilisés sont trop scientifiques	15%	17%	11% (-)	24% (+)	18% (++)	14%	10% (-)	24%	14%	13%	14%
"Parce que cela ne m'intéresse pas"	9%	9%	10%	9%	14% (+++)	2%	4% (---)	33% (+++)	7%	7%	8%
Le contraste ne permet pas de lire	9%	11%	9%	3%	6% (---)	18%	13% (++)	6%	3% (-)	9%	11% (+)
"Car je n'ai pas le réflexe de lire"	6%	7%	6%	8%	9% (++)	6%	3% (-)	10%	7%	6%	6%
Parce que les informations ne sont pas utiles	5%	6%	5%	3%	6%		4%	10%	6%	5%	5%
Autres	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)
C'est écrit trop petit	36%	34%	37%	33%	38%	27% (---)	34%	51% (+++)	36%	37%	36%
"Parce que je sais utiliser ce genre de produits"	26%	21% (-)	29% (+)	19% (-)	29% (++)	21%	29%	27%	17% (-)	25%	29%
Parce que c'est souvent peu clair, peu compréhensible	20%	18%	22%	19%	20%	24%	16% (-)	21%	11% (-)	23%	20%
"J'ai confiance en ces produits"	19%	21%	17%	19%	18%	19%	19%	17%	15%	23% (+)	17%
"Je suis les conseils de mon pharmacien"	16%	12% (-)	20% (+)	14%	18%	17%	17%	14%	4% (---)	21% (+)	17%
"Parce que je sais les utiliser et cela fonctionne très bien"	15%	15%	14%	14%	15%	17%	16%	11%	16%	13%	16%
Parce que les termes utilisés sont trop scientifiques	15%	15%	14%	22% (+++)	10% (---)	21% (++)	14%	9% (-)	15%	17%	13%
"Parce que cela ne m'intéresse pas"	9%	12%	7%	7%	11%	17% (+++)	7%	3% (---)	11%	9%	9%
Le contraste ne permet pas de lire	9%	12% (++)	6% (-)	11%	8%	13% (++)	5% (-)	10%	17% (++)	9%	6% (-)
"Car je n'ai pas le réflexe de lire"	6%	6%	7%	5%	7%	8%	8%	2% (-)	5%	8%	5%
Parce que les informations ne sont pas utiles	5%	5%	6%	6%	5%	10% (+++)	4%	1% (-)	2%	6%	6%
Autres	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	1%		2%	3%



Pour les répondants qui ne lisent pas les informations disponibles sur l’emballage (n=348), les différentes justifications mettent en exergue un manque d’utilité tangible (« ce n’est pas nécessaire », « cela ne m’intéresse pas », « cela fonctionne très bien » ...). La taille de la police, trop petite, et le type de vocabulaire utilisé sont toutefois aussi mentionnés.

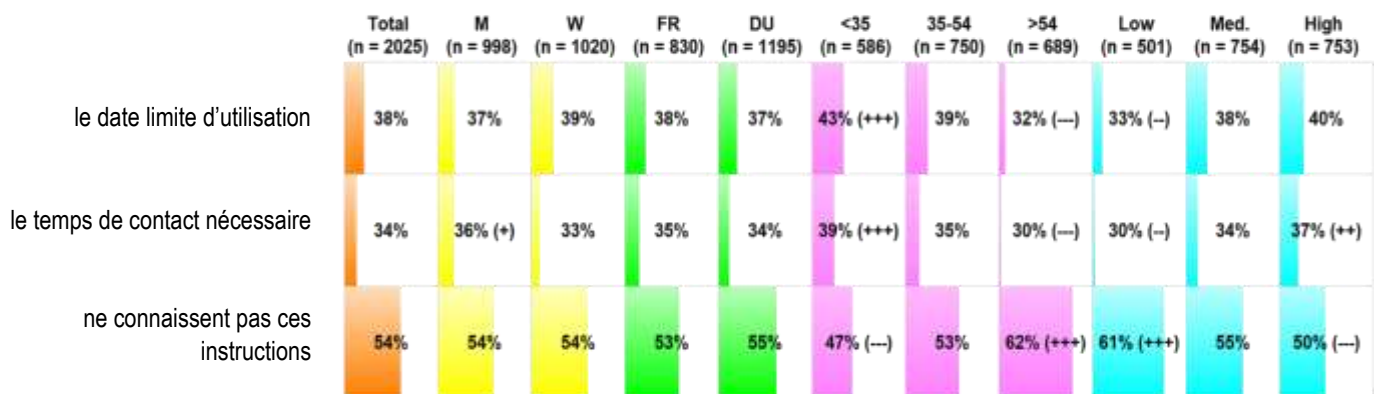
	Total (n = 348)	Ho (n = 158)	Fe (n = 190)	FR (n = 175)	NL (n = 173)	<35 (n = 111)	35-54 (n = 162)	>54 (n = 75)	Low (n = 64)	Med. (n = 148)	High (n = 134)
"Parce que cela ne m'intéresse pas"	28%	34% (++)	24% (-)	28%	28%	44% (+++)	23% (-)	16% (---)	25%	32%	26%
"Car je n'ai pas le réflexe de lire"	23%	22%	23%	25%	21%	27%	22%	19%	22%	21%	26%
"J'ai confiance en ces produits"	20%	24%	17%	27% (+++)	14% (---)	16%	26% (++)	15%	23%	19%	20%
C'est écrit trop petit	20%	17%	22%	20%	20%	14% (-)	16% (-)	37% (+++)	30% (++)	20%	15% (-)
"Parce que je sais utiliser ce genre de produits"	18%	13% (-)	22% (++)	14% (-)	22% (++)	19%	19%	16%	10% (-)	20%	21%
"Parce que je sais les utiliser et cela fonctionne très bien"	10%	10%	10%	7% (-)	13% (+)	13%	9%	7%	7%	11%	11%
Parce que c'est souvent peu clair, peu compréhensible	10%	9%	10%	11%	8%	16% (+++)	6% (-)	8%	5%	12%	9%
"Je suis les conseils de mon pharmacien"	9%	10%	9%	11%	8%	5% (-)	10%	14%	13%	9%	8%
Parce que les informations ne sont pas utiles	7%	6%	8%	8%	6%	12% (++)	5%	4%	7%	9%	5%
Parce que les termes utilisés sont trop scientifiques	6%	6%	7%	9% (++)	3% (-)	6%	7%	7%	6%	6%	7%
Le contraste ne permet pas de lire	2%	3%	2%	3%	1%	1%	4%	2%	3%	3%	2%
Autres	7%	6%	7%	10% (++)	4% (-)	6%	8%	5%	6%	4% (-)	11% (++)



1.13. Connaissance des consignes d'utilisation des PT01

54% des Belges ne connaissent pas les consignes d'utilisation des PT01. Ce constat est plus présent auprès des personnes plus âgées (55 ans et plus : 59%), des personnes avec un diplôme inférieur au CESS (61%), des personnes inactives (59%), n'ayant pas d'enfant (57%) ou d'animal (61%) et celles vivant en zone semi-urbaine (56%).

Q: Quand vous utilisez des désinfectants, êtes-vous au courant des instructions suivantes :





2. Les produits pour désinfecter des surfaces qui ne sont pas en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux (PT02)

2.1. Habitudes d'utilisation des PT02

67% des Belges ont utilisé un produit de désinfection des surfaces qui ne sont pas en contact avec des aliments au cours des 12 derniers mois (PT02).

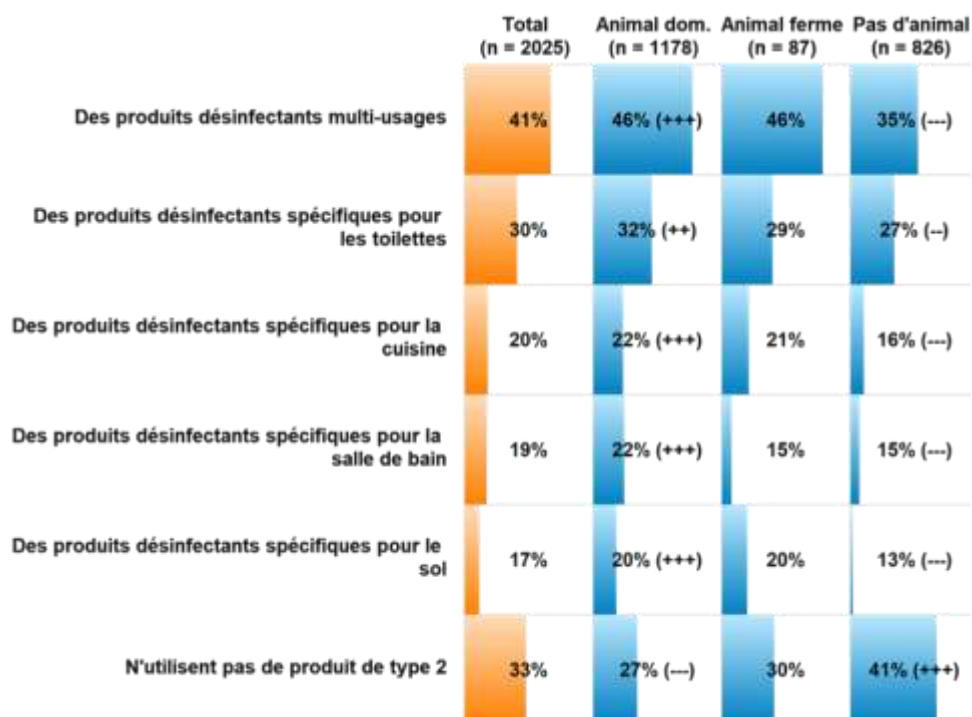
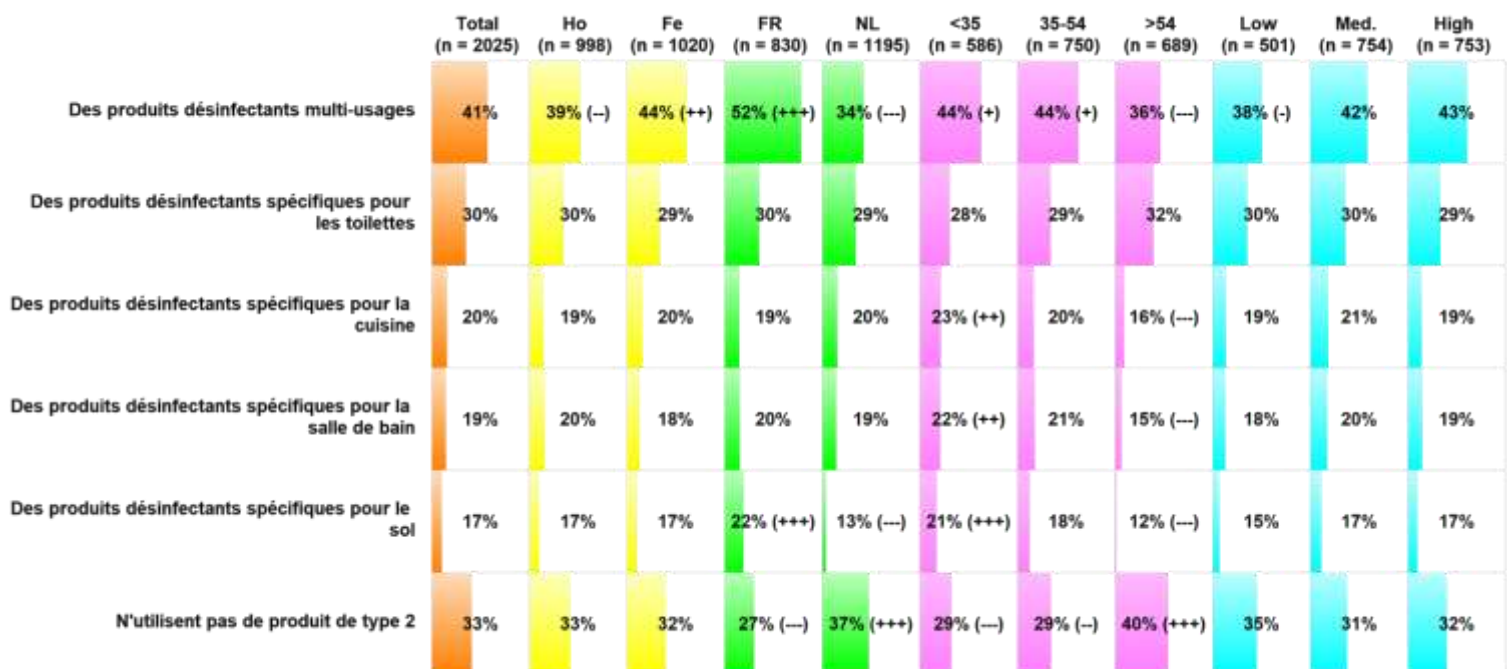
À l'inverse, 33% des Belges n'en ont pas utilisé au cours des 12 derniers mois.

L'analyse selon les caractéristiques sociodémographiques montre certaines différences significatives auprès personnes n'utilisant pas de PT02 : en effet, cela concerne davantage

- les personnes âgées de 55 ans et plus (40%)
- les néerlandophones (37% vs 27% des francophones)
- les personnes inactives (36%)
- les personnes n'ayant pas d'enfant vivant au domicile (36%)
- les personnes vivant en milieu semi-urbain (35%)
- les personnes n'ayant pas d'animaux à la maison (41%).

Q : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé chez vous un des produits d'entretien pour désinfecter des surfaces qui ne sont pas en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux ?





Parmi les 67% de la population belge qui ont utilisé des PT02, les formes les plus souvent utilisées sont les désinfectants multi-usages (41%) et les produits spécifiques pour les toilettes (30%), suivis des produits pour la cuisine (20%), la salle de bain (19%) et le sol (17%).

On remarque des différences d'utilisation selon le profil des répondants. En effet, les personnes ayant des enfants ou des animaux au domicile utilisent en général plus de



produits désinfectants, indépendamment de leurs formes. Les jeunes (de moins de 35 ans) utilisent plus de produits spécifiques que leurs aînés (spécifiques pour la cuisine, la salle de bain, le sol). On remarque également des variations pour les produits désinfectants multi-usages et ceux pour la salle de bain. Les produits multi-usages sont plus souvent utilisés par les femmes, les francophones et les personnes qui vivent en milieu urbain (en plus des parents d'enfants jeunes et propriétaires d'animaux domestiques). Les produits spécifiques pour la salle de bain sont davantage utilisés par les citadins et les personnes actives (en plus des parents d'enfants et propriétaires d'animaux).

2.2. Motifs pour l'absence d'utilisation de PT02

La principale raison pour ne pas utiliser de PT02, évoquée par 18% des répondants (échantillon total), est que les produits nettoyants sont amplement suffisants ; 7% mentionnent le fait que ces produits ne servent à rien. D'autres leviers ont également été mentionnés comme le prix (6%), la toxicité pour la santé (3%) ou l'environnement (4%) et qu'ils abîment les surfaces (3%).

On constate aussi que 2% des personnes interrogées fabriquent leurs produits d'entretien naturels. Il s'agit davantage de femmes (3%), de francophones (3%) et de chercheurs d'emploi (5%).

Q : Pourquoi n'utilisez-vous pas ce type de produits ?

	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)
Les produits nettoyants sont amplement suffisants	18%	19%	18%	17% (-)	20% (+)	14% (---)	16% (-)	24% (+++)	17%	18%	19%
Ces produits ne servent à rien	7%	7%	6%	5% (---)	8% (+++)	5%	6%	9% (+++)	6%	7%	6%
Ces produits coûtent cher	6%	6%	6%	4% (---)	7% (+++)	4% (-)	5%	8% (+++)	7%	6%	4% (-)
Ces produits sont toxiques, ne respectent pas l'environnement	4%	3% (-)	5% (++)	3% (---)	5% (+++)	4%	3% (-)	6% (++)	6% (++)	2% (---)	5%
Ces produits sont toxiques, dangereux pour la santé	3%	3% (-)	4% (+)	3%	3%	2% (-)	4% (+)	3%	3%	2% (-)	4% (+)
Ces produits abîment les surfaces	3%	2%	3%	2% (-)	4% (++)	4% (++)	2%	3%	3%	2%	3%
Fabriquent ses propres produits d'entretien naturels	2%	1% (-)	3% (++)	3% (+++)	1% (---)	3% (+)	2%	1%	2%	2%	2%
Autres	4%	5% (+++)	2% (---)	4%	4%	4%	4%	3%	6% (+++)	2% (---)	3%
Utilisent des produits de type 2	67%	67%	68%	73% (+++)	64% (---)	72% (++)	71% (++)	60% (---)	66%	69%	68%

Nous n'observons pas de différences significatives entre les différents profils des répondants concernant les différentes raisons mises en exergue.



2.3. Justifications concernant l'utilisation des PT02

Parmi les différentes raisons poussant à utiliser des PT02, trois ressortent plus particulièrement :

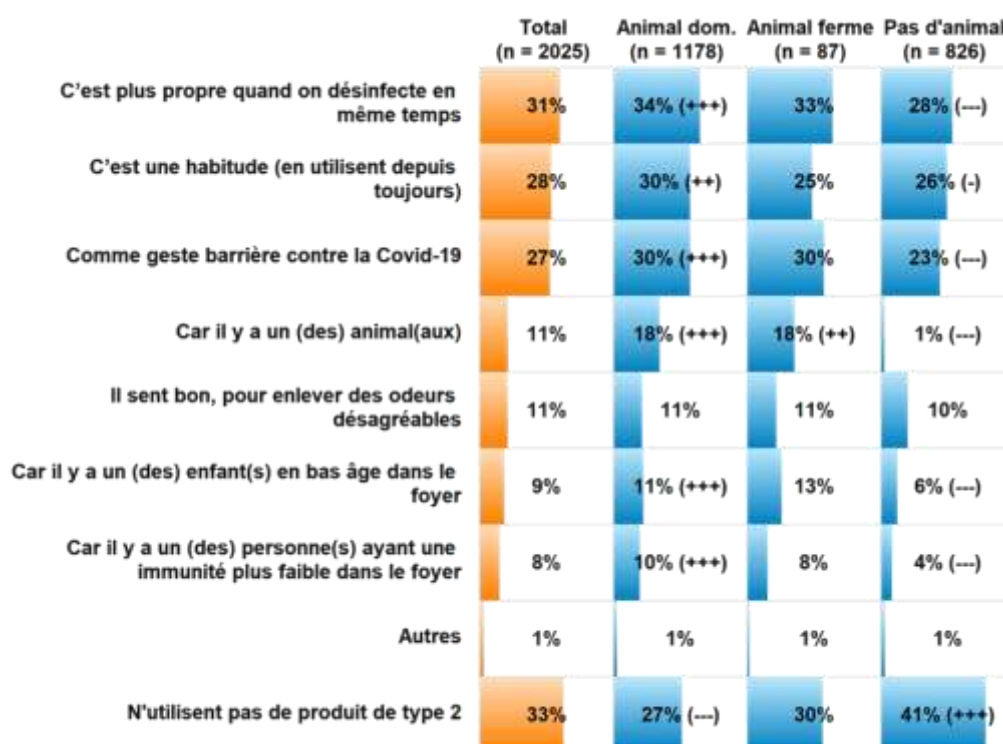
- la sensation de renforcer la propreté (« c'est plus propre quand on désinfecte en même temps »), citée par 31% des répondants (surtout les femmes et les francophones)
- l'habitude, mentionnée par 28% des répondants (davantage les femmes, les francophones et les citadins)
- il s'agit d'un geste barrière contre la Covid-19, évoquée par 27% des répondants (citée plus fréquemment par les personnes actives professionnellement, 30%).

De manière moins fréquente, les arguments suivants sont également avancés :

- la présence d'animaux (11%)
- l'odeur agréable (11%)
- la présence d'enfants (9%)
- la présence de personne ayant une immunité plus faible (8%).

Ces résultats sont transversaux selon les différents profils des répondants.

Q : Pour quelle(s) raison(s), dans quel(s) cas utilisez-vous ce type de produits ?

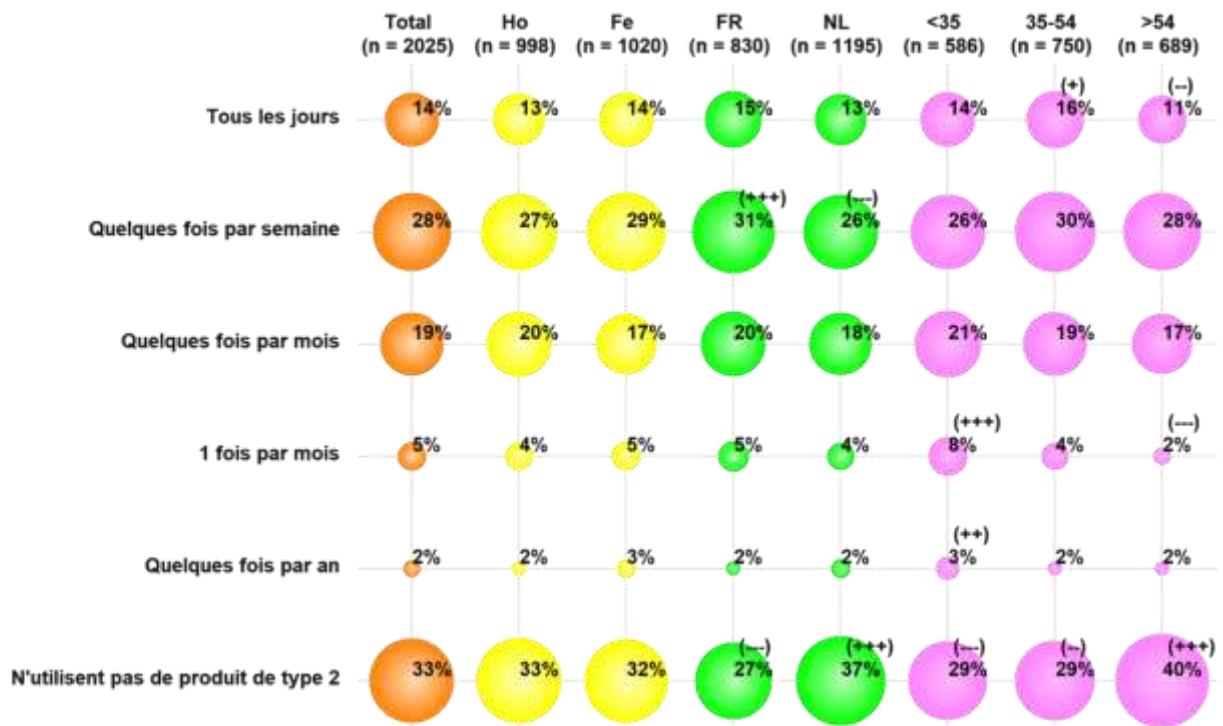




2.4. Fréquence d'utilisation de PT02

42% des Belges utilisent des produits biocides de type 02 une ou plusieurs fois par semaine, dont 14% quotidiennement. Dans ce dernier cas, il s'agit le plus souvent de parents d'enfants jeunes (de moins de 12 ans) et de personnes qui ont un animal (domestique ou de ferme).

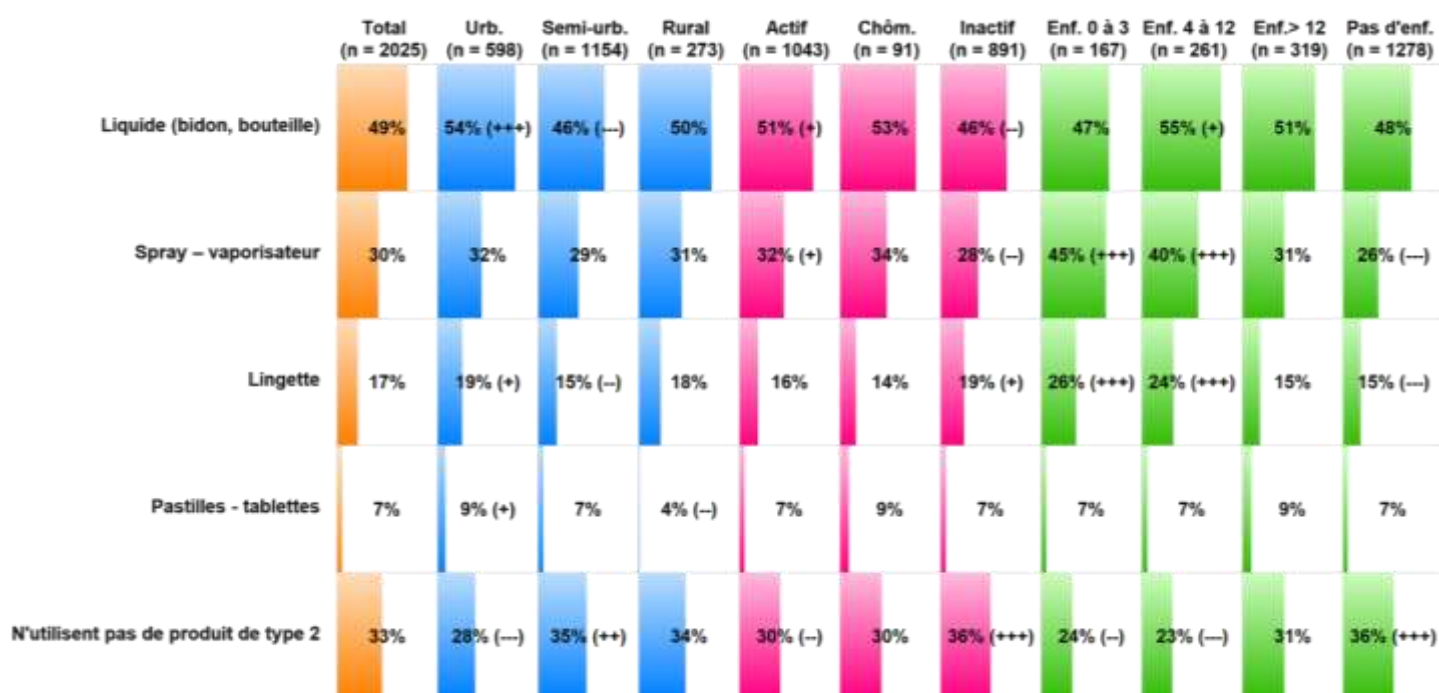
19% utilisent ce type de produits quelques fois par mois et 7% moins régulièrement.



2.5. Formulations déjà achetées

Parmi les différentes formes disponibles sur le marché, la formulation la plus souvent achetée s'avère être la forme liquide (dans un bidon / bouteille) (49%), suivie des sprays / vaporisateurs (30%), des lingettes (17%) et de pastilles/tablettes (7%).

Les sprays / vaporisateurs sont plus souvent utilisés par les parents de jeunes enfants (de moins de 12 ans). Les bidons sont plus souvent utilisés par les personnes qui résident en milieu urbain.



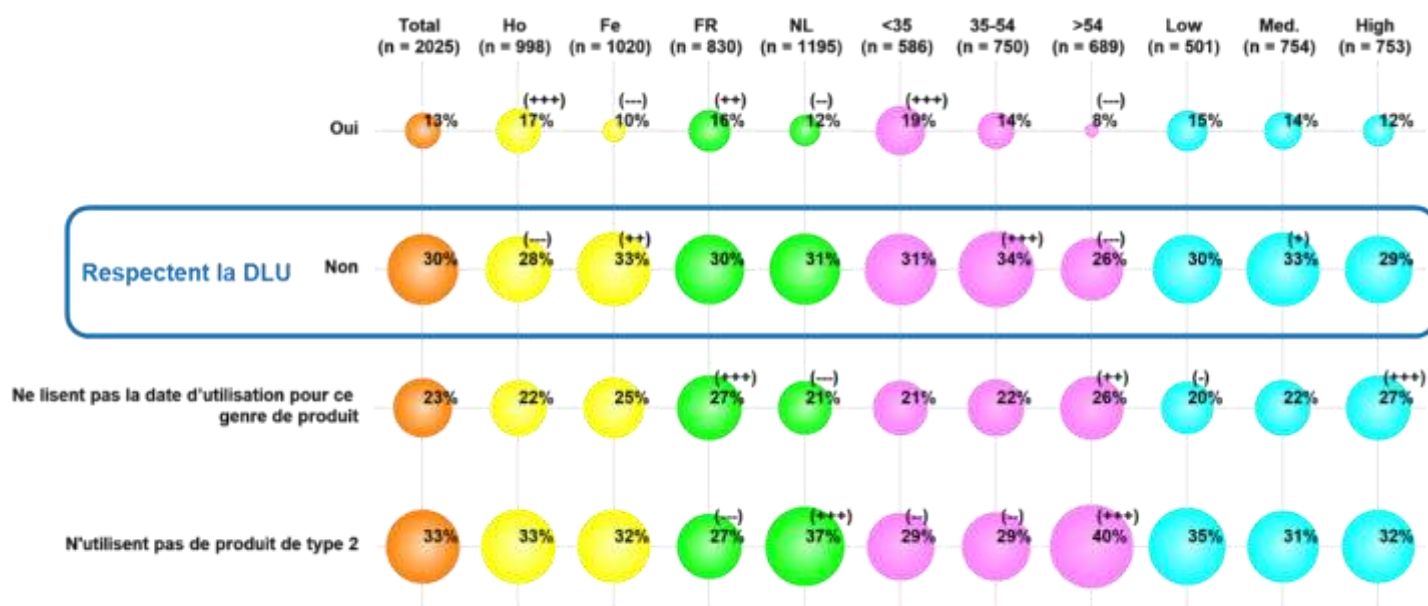
2.6. Connaissance et respect de la Date Limite d'Utilisation des PT02

En ce qui concerne les consignes vis-à-vis de la date limite d'utilisation,

- 23% des personnes interrogées ne la lisent pas
- 13% la lisent, mais ne la respectent pas (dont 17% d'hommes vs 10% de femmes)
- 30% disent la respecter (dont 33% de femmes vs 28% d'hommes).



Q : Avez-vous déjà utilisé ce type de produits au-delà de leur date limite d'utilisation ?



2.7. Destination après utilisation

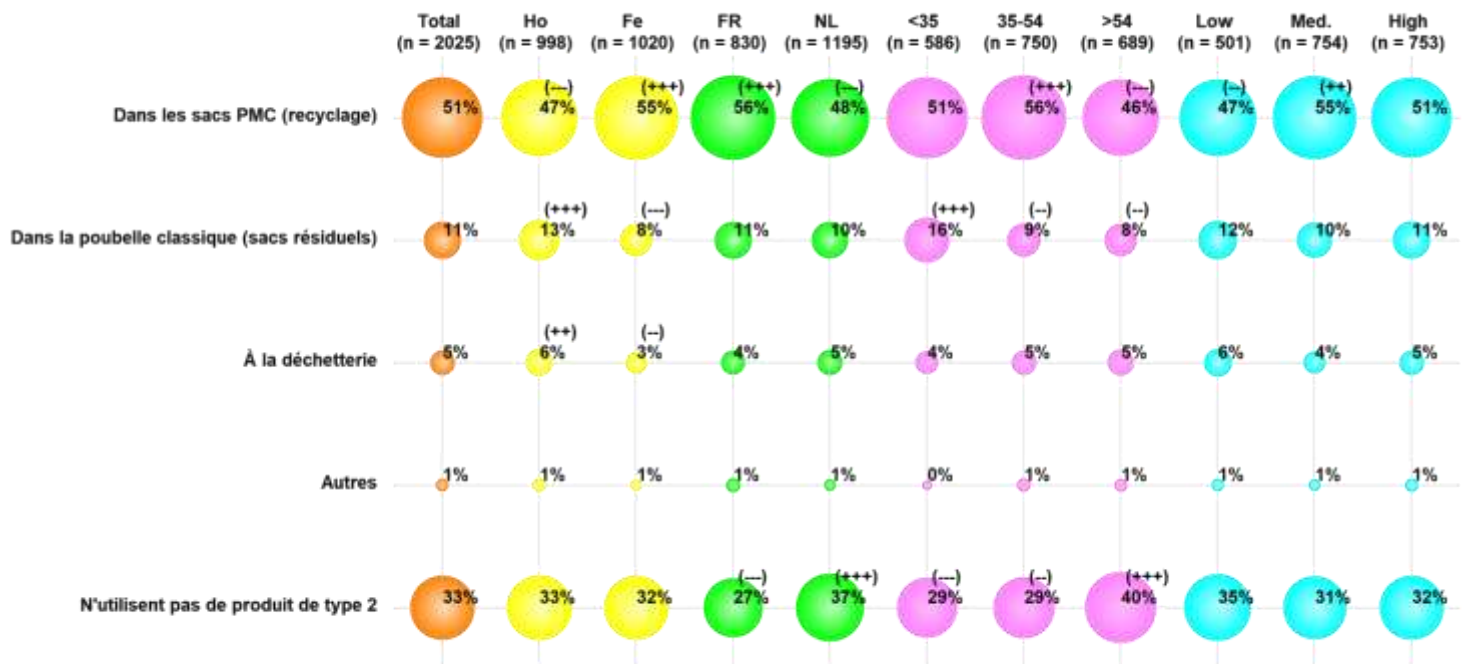
Dans les régions de Bruxelles et Flandre, les emballages vides et restes de produits sont des déchets PMC, sauf pour les produits avec bouchon de sécurité enfant ou qui portent les symboles de danger 'toxique' et/ou 'dangereux pour la santé à long terme', qui doivent être apportés à la déchetterie. En Wallonie, il y a également les emballages avec le symbole 'inflammable' qui doivent être apportés à la déchetterie.

2.7.1. Destination de l'emballage après utilisation

Près de la moitié des Belges jette les emballages dans les sacs PMC (51%), surtout les femmes (55% vs 47% des hommes), les 35-54 ans (56%), les détenteurs du CESS (55%), les parents d'enfants de moins de 12 ans (60 et 59%), les personnes actives (53%) et celles ayant un animal domestique (56%). **11% des répondants les jettent dans la poubelle « classique »** (reprenant les déchets résiduels). Il s'agit plus fréquemment des hommes (13%), des moins de 35 ans (16%) et des citadins (15%). Enfin, **5% vont les apporter à la déchetterie** (davantage les hommes : 6%).



Q : Où jetez-vous le plus souvent les emballages de ce type de produit ?

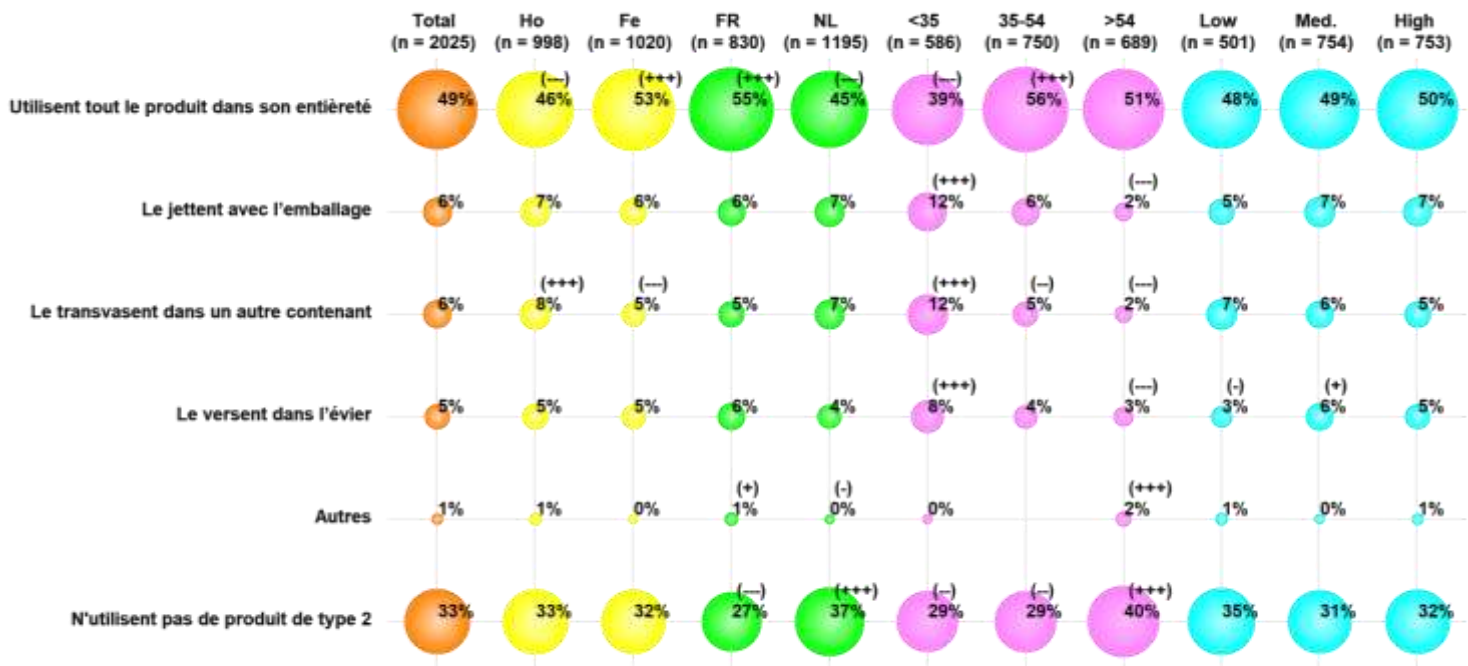




2.7.2. Destination du produit résiduel après utilisation

49% des Belges utilisent le produit dans son entièreté, 6% jettent les restes avec l’emballage, 6% les transvasent dans le nouveau récipient et 5% les déversent dans l’évier.

Q : Où jetez-vous le plus souvent les restes de ce type de produit ?



Très peu de différences significatives ont été mises en exergue. On notera toutefois que :

- les femmes ont plus tendance à utiliser le produit dans son entièreté (53% vs 46% des hommes) alors que les hommes semblent davantage le transvaser dans un autre contenant (8% vs 5% des femmes).
- les 35-54 ans utilisent plus volontiers le produit dans son entièreté par rapport aux plus jeunes (56% vs 39%) alors que ces derniers sont plus nombreux à jeter les restes avec l’emballage ou à les transvaser ou encore les déverser dans l’évier.

2.8. Les critères de choix dans l’achat de PT02

Les répondants citent en moyenne 3 critères qu’ils prennent en compte lors de l’achat d’un PT02. Le critère le plus souvent cité est **le prix** (36%), suivi par **la facilité d’utilisation** (22%) ainsi que **l’efficacité de l’action désinfectante** (20%).



D'autres critères ont également été évoqués (cité par ordre d'importance en prenant en compte l'échantillon total) comme :

- la notoriété de la marque (16%)
- le parfum (15%)
- le respect de l'environnement (12%)
- la grande taille du conditionnement (12%)
- l'absence de toxicité ou nocivité pour les animaux (11%)
- la petite taille de conditionnement (10%)
- le fait de ne pas devoir être dilué (10%)
- l'aspect hypoallergénique (9%)
- la présence de consignes d'utilisation claires et lisibles (8%)
- la présence de promotion (8%)
- le fait de convenir aussi aux enfants (4%)
- les publicités pour une marque particulière (2%)

L'ordre de ces critères de choix dépend des caractéristiques sociodémographiques des répondants. En effet, les tableaux ci-dessous montrent les différentes variations selon les profils spécifiques.

Q : Lorsque vous achetez ce genre de produits, quels critères prenez-vous en compte pour acheter un produit en particulier ?

	Total (n = 2025)	Ho (n = 998)	Fe (n = 1020)	FR (n = 830)	NL (n = 1195)
Le prix	36%	37%	36%	41% (+++)	33% (---)
La facilité d'utilisation	22%	21%	22%	23%	21%
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure	20%	18% (--)	22% (+)	28% (+++)	15% (---)
La notoriété de la marque	16%	14%	17%	18% (++)	14% (-)
Le parfum	15%	12% (---)	18% (+++)	18% (+++)	13% (---)
Le produit est respectueux de l'environnement	12%	12%	11%	12%	12%
La grande taille	12%	13%	11%	12%	11%
Le produit n'est pas nocif ou toxique pour les animaux	11%	10%	12%	12% (+)	10% (-)
La petite taille	10%	13% (+++)	7% (---)	9%	11%
Le produit peut être utilisé tel quel, sans être dilué avec de l'eau	10%	8% (--)	11% (++)	11% (+)	9% (-)
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	9%	8%	10%	11% (+++)	8% (---)
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	8%	8%	7%	9%	7%
Selon les promotions	8%	6% (---)	10% (+++)	8%	8%
Le produit convient aussi aux enfants	4%	4%	5%	4%	4%
Il y a des publicités pour cette marque	2%	2% (-)	3% (+)	2%	2%
Autres	4%	3%	4%	4%	3%
N'utilisent pas de produit de 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)
Le prix	36%	39%	39% (++)	31% (---)	29% (---)	40% (++)	38%
La facilité d'utilisation	22%	20%	21%	24% (++)	17% (---)	22%	25% (++)
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure	20%	21%	21%	19%	20%	20%	21%
La notoriété de la marque	16%	17%	17%	13% (-)	14%	17%	15%
Le parfum	15%	18% (++)	16%	11% (---)	12% (-)	16%	16%
Le produit est respectueux de l'environnement	12%	11%	11%	13%	12%	12%	12%
La grande taille	12%	16% (+++)	11%	9% (---)	11%	14% (+++)	10% (-)
Le produit n'est pas nocif ou toxique pour les animaux	11%	12%	11%	9%	11%	11%	10%
La petite taille	10%	15% (+++)	8% (---)	9%	12% (+)	9%	10%
Le produit peut être utilisé tel quel, sans être dilué avec de l'eau	10%	9%	8%	11%	10%	10%	9%
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	9%	9%	9%	9%	8%	9%	10%
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	8%	6% (-)	8%	10% (++)	9%	8%	7%
Selon les promotions	8%	7%	8%	8%	8%	8%	7%
Le produit convient aussi aux enfants	4%	6% (++)	4%	3% (-)	4%	4%	5%
Il y a des publicités pour cette marque	2%	4% (+++)	2%	1% (---)	1% (---)	3%	3%
Autres	4%	6% (+++)	3%	2% (---)	4%	4%	3%
N'utilisent pas de produit de 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)
Le prix	36%	37%	36%	35%	37%	44%	34% (-)
La facilité d'utilisation	22%	24%	22%	17% (-)	21%	21%	22%
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure	20%	23% (++)	18% (---)	23%	19%	19%	21%
La notoriété de la marque	16%	15%	16%	17%	16%	12%	15%
Le parfum	15%	18% (++)	13% (-)	14%	15%	16%	14%
Le produit est respectueux de l'environnement	12%	12%	12%	11%	11%	7%	14% (++)
La grande taille	12%	16% (+++)	10% (---)	12%	12%	16%	11%
Le produit n'est pas nocif ou toxique pour les animaux	11%	12%	11%	9%	10%	11%	12% (+)
La petite taille	10%	12% (+)	10%	5% (---)	11%	11%	9%
Le produit peut être utilisé tel quel, sans être dilué avec de l'eau	10%	12% (++)	9%	7%	7% (---)	6%	12% (+++)
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	9%	10%	9%	10%	8%	9%	10%
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	8%	9%	8%	5% (-)	6% (---)	7%	11% (+++)
Selon les promotions	8%	8%	8%	7%	7%	2% (-)	9% (++)
Le produit convient aussi aux enfants	4%	4%	4%	5%	5%	4%	4%
Il y a des publicités pour cette marque	2%	2%	2%	2%	3% (++)	0%	2%
Autres	4%	3%	4%	5%	4%	4%	3%
N'utilisent pas de produit de 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)
Le prix	36%	38%	42% (++)	37%	35% (-)
La facilité d'utilisation	22%	21%	19%	21%	23%
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure	20%	28% (++++)	19%	21%	19%
La notoriété de la marque	16%	23% (++++)	18%	14%	15%
Le parfum	15%	20% (+)	19% (+)	16%	13% (---)
Le produit est respectueux de l'environnement	12%	7% (-)	9%	13%	13% (+)
La grande taille	12%	14%	14%	8% (---)	12%
Le produit n'est pas nocif ou toxique pour les animaux	11%	9%	12%	11%	11%
La petite taille	10%	11%	11%	10%	10%
Le produit peut être utilisé tel quel, sans être dilué avec de l'eau	10%	12%	8%	10%	9%
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	9%	10%	11%	9%	9%
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	8%	6%	6%	8%	8%
Selon les promotions	8%	6%	10%	7%	8%
Le produit convient aussi aux enfants	4%	13% (++++)	8% (++++)	4%	3% (---)
Il y a des publicités pour cette marque	2%	2%	5% (++++)	2%	2% (-)
Autres	4%	5%	4%	2% (-)	4%
N'utilisent pas de produit de type 2	33%	24% (---)	23% (---)	31%	36% (++++)

	Total (n = 2025)	Animal dom. (n = 1178)	Animal ferme (n = 87)	Pas d'animal (n = 826)
Le prix	36%	39% (++++)	26% (---)	33% (---)
La facilité d'utilisation	22%	24% (++)	25%	19% (---)
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure	20%	22% (+)	17%	18% (-)
La notoriété de la marque	16%	17% (++++)	13%	13% (---)
Le parfum	15%	16% (+)	13%	13% (-)
Le produit est respectueux de l'environnement	12%	13% (++)	9%	10% (---)
La grande taille	12%	14% (++++)	8%	8% (---)
Le produit n'est pas nocif ou toxique pour les animaux	11%	16% (++++)	10%	4% (---)
La petite taille	10%	11%	10%	9%
Le produit peut être utilisé tel quel, sans être dilué avec de l'eau	10%	11% (++)	14%	8% (---)
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	9%	10% (+)	8%	8% (---)
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	8%	9% (++++)	9%	6% (---)
Selon les promotions	8%	8%	5%	8%
Le produit convient aussi aux enfants	4%	5% (++)	7%	3% (---)
Il y a des publicités pour cette marque	2%	3% (++)	2%	1% (---)
Autres	4%	4%	5%	4%
N'utilisent pas de produit de type 2	33%	27% (---)	30%	41% (++++)



2.9. Les canaux d'achat des PT02

Les grandes surfaces constituent clairement l'endroit où les Belges se procurent les produits biocides de type 02. En effet, 56% des répondants y achètent ce type de produit et, si l'on considère uniquement les utilisateurs, cela représente plus de 83% des personnes interrogées.

Les drogueries arrivent en 2^{ème} position (11% de l'échantillon total) et sont davantage fréquentées par les femmes et les néerlandophones. Viennent ensuite les magasins de bricolage (5%) et Internet (5% : davantage utilisés par les jeunes de moins de 35 ans) ainsi que les magasins professionnels (3%).

Q : Où achetez-vous ce genre de produits ?

	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)
En grandes surfaces	56%	55% (-)	58%	63% (+++)	52% (---)	58%	59% (++)	51% (---)
Dans les drogueries (Di, kruidvat...)	11%	9% (---)	13% (+++)	9% (-)	12% (++)	9% (-)	13% (++)	11%
Dans des magasins de bricolage	5%	6% (++)	4% (---)	5%	5%	9% (+++)	5%	2% (---)
Sur internet	5%	5%	5%	4%	5%	8% (+++)	4%	3% (-)
Dans des magasins pour professionnels	3%	3%	2%	3%	3%	4% (+)	3%	2% (-)
En pharmacie	1%	1%	1%	2% (+++)	1% (---)	1%	2%	1%
Autres	1%	1%	1%	1%	1%	0%	2% (++)	1%
N'utilisent pas de produit de type 2	33%	33%	32%	27% (---)	37% (+++)	29% (---)	29% (-)	40% (+++)

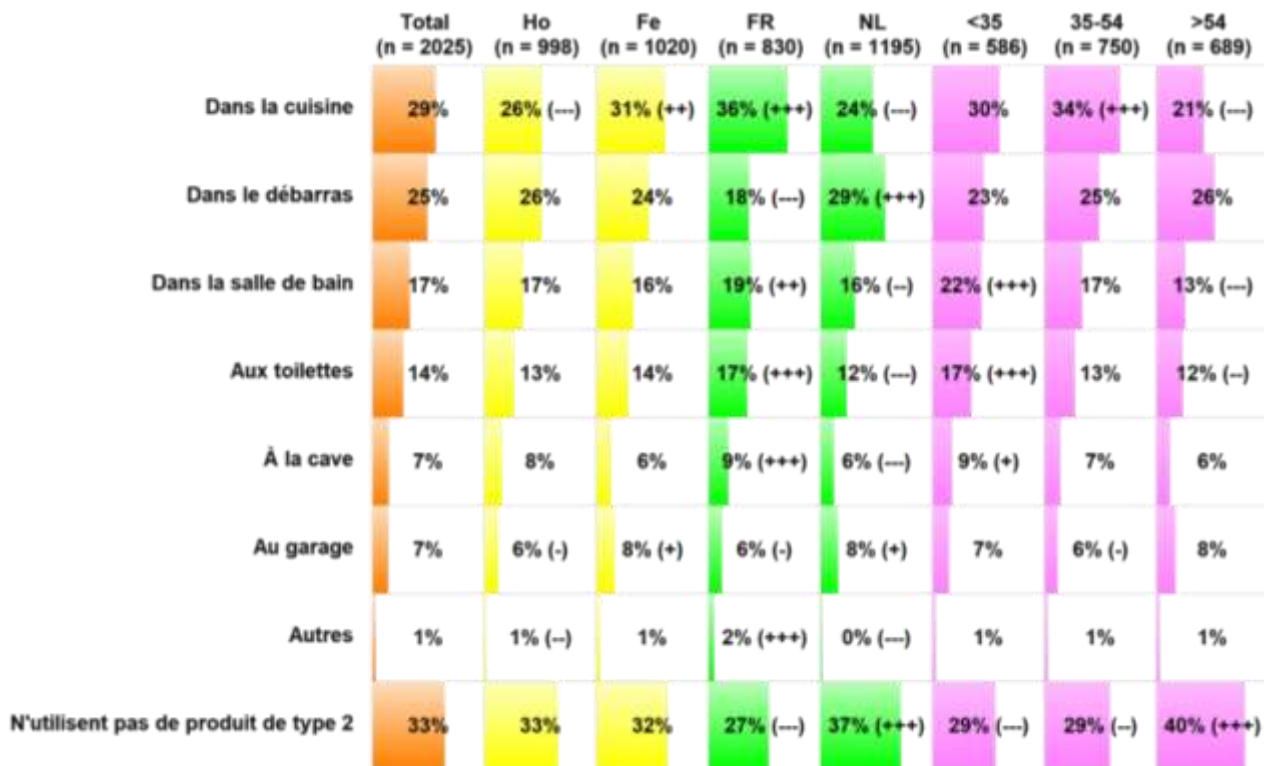
2.10. Rangement des PT02

53% des répondants rangent leurs produits d'entretien PT02 au même endroit alors que 14% les rangent à plusieurs endroits différents. Les pièces dans lesquelles les produits sont rangés sont (indépendamment du fait de les rassembler au même endroit ou pas) :

- la cuisine (29%)
- le débarras (25%)
- la salle de bain (17%)
- les toilettes (14%)
- à la cave ou à la buanderie (7%).

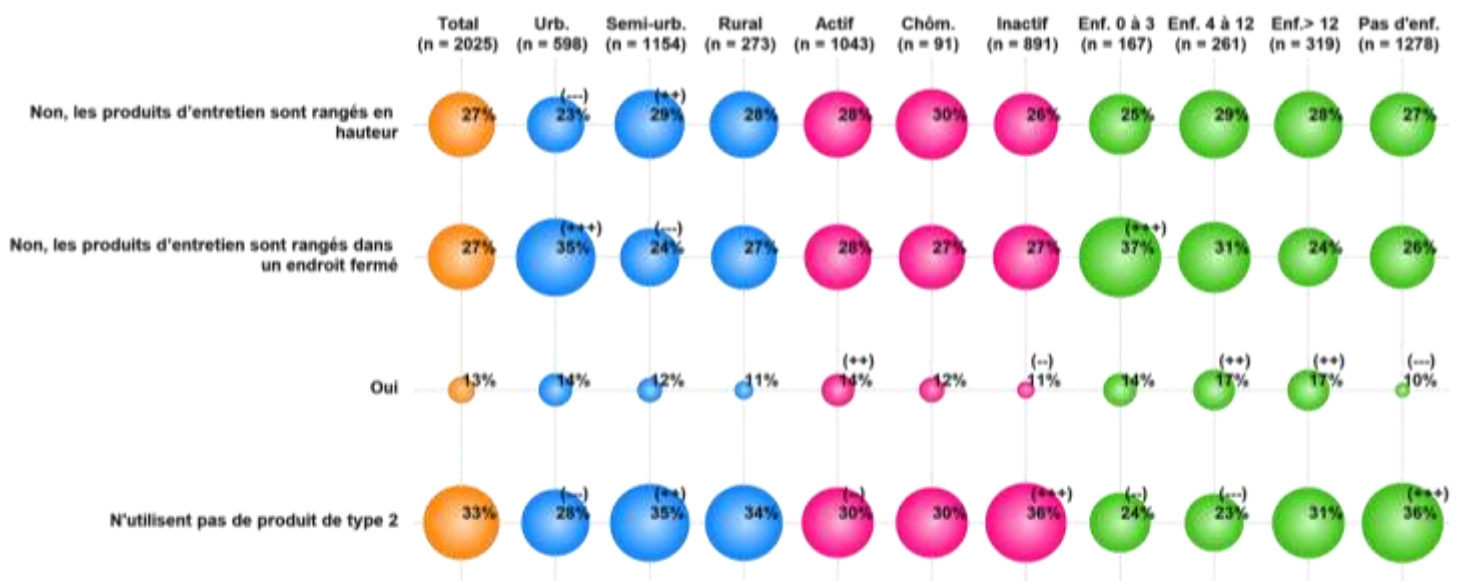


Q : Dans quelle(s) pièce(s) rangez-vous ce genre de produits ?



La majorité des répondants (54%) sont attentifs à ranger ces produits à un endroit inaccessible aux enfants. En effet, la moitié les rangent en hauteur (27%) et l'autre moitié dans un endroit fermé (27%). En revanche, pour 13% des répondants, les produits sont aisément accessibles aux enfants.

Q : Vos produits d'entretien sont-ils accessibles aux enfants en bas âge ?





2.11. Lecture / utilisation des étiquettes présentes sur l'emballage

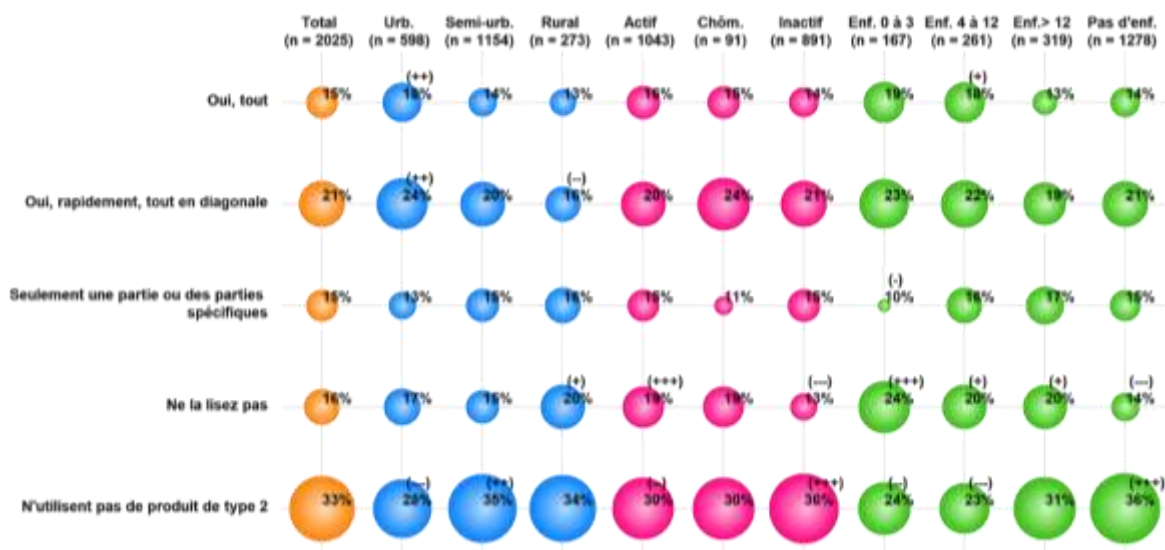
2.11.1. **Prise en main : niveau de lecture des informations présentes sur l'emballage avant l'achat**

Au niveau de la lecture des informations disponibles sur les emballages des produits biocides de type 02 avant l'achat,

- 15% des Belges lisent toute l'étiquette,
- 21% lisent rapidement, en diagonale,
- 15% lisent seulement une partie ou des parties spécifiques et
- 16% ne la lisent pas du tout.

Ces résultats sont assez semblables à ceux des produits biocides de type 01. Si l'on considère uniquement les utilisateurs (« consommateurs ») de PT02, on constate des pourcentages suivants : 22% lisent toute l'étiquette, 31% lisent rapidement, en diagonale, 22% lisent seulement une partie ou des parties spécifiques et 24% ne la lisent pas du tout.

Q : Avant l'achat, lisez-vous l'étiquette qui figure sur l'emballage du produit ?



On observe très peu de différences significatives selon le profil sociodémographique de l'ensemble des personnes interrogées.

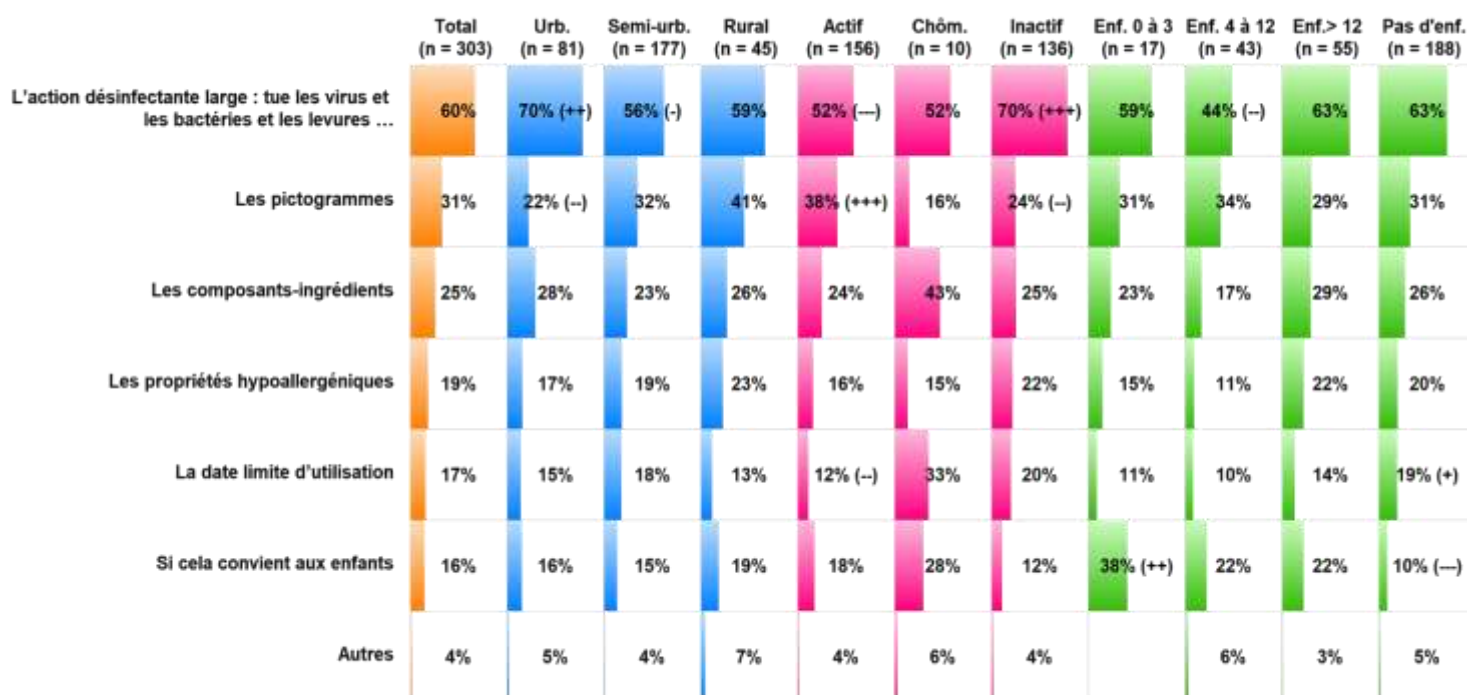


2.11.2. Informations parcourues en cas de lecture partielle

En cas de lecture partielle (15% de l'échantillon total, soit 303 répondants), les informations parcourues sont :

- **le large pouvoir d'action désinfectante** (tue les virus, les bactéries, les levures...) (60% des répondants, les personnes plus âgées, celles ayant un niveau d'éducation plus faible ou vivant dans un centre urbain et qui sont inactives sont davantage sensibles à cet argument)
- **les pictogrammes** (31%, davantage les jeunes <35 ans et les personnes actives professionnellement)
- **les ingrédients** (25%, pas de différence selon le profil)
- **les propriétés hypoallergéniques** (19%, résultats transversaux)
- **la date limite d'utilisation** (17%, résultats transversaux)
- **le fait de convenir aux enfants** (16%, davantage auprès des parents d'enfants en bas âge : 38 %)

Q : Quelle(s) partie(s) parcourez-vous ?

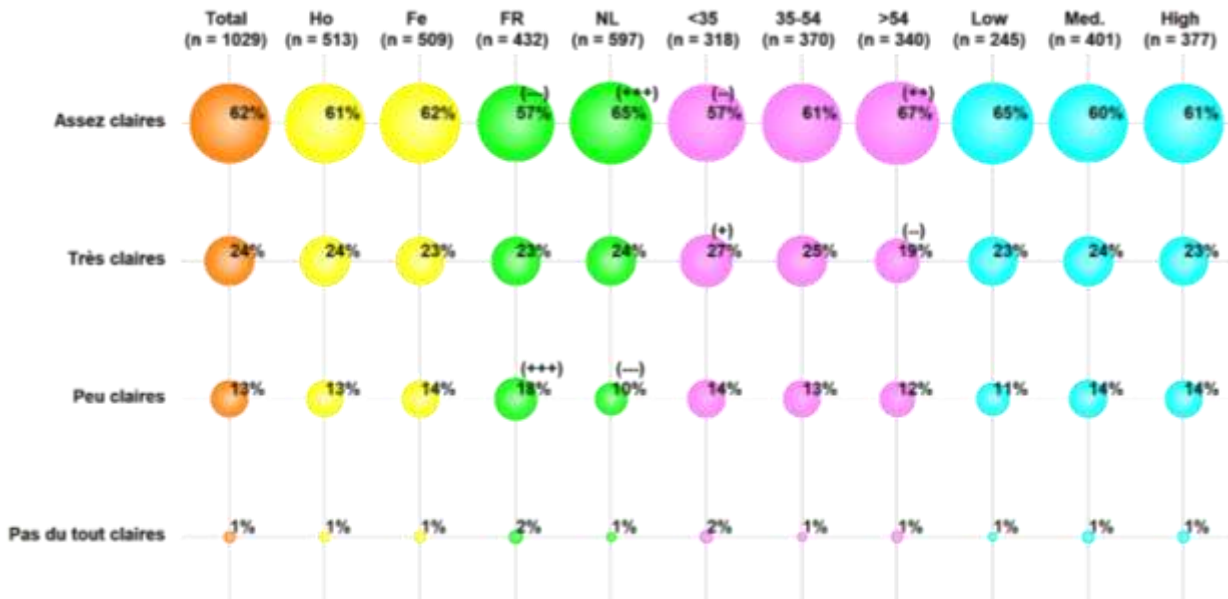


2.11.3. Évaluation de la clarté des informations présentes

Parmi les personnes qui utilisent des PT02 et qui parcourent l'étiquette (n=1.029), 14% des répondants trouvent les informations disponibles peu (13%) voire pas claires du tout (1%). Lorsque l'on compare les différents profils, ce constat est davantage présent auprès des répondants francophones (20% d'entre eux considèrent que les informations sur l'étiquette ne sont pas claires contre 11% des néerlandophones).



Q : Selon vous, les informations sur l'emballage sont-elles très claires, assez, peu ou pas du tout claires ?



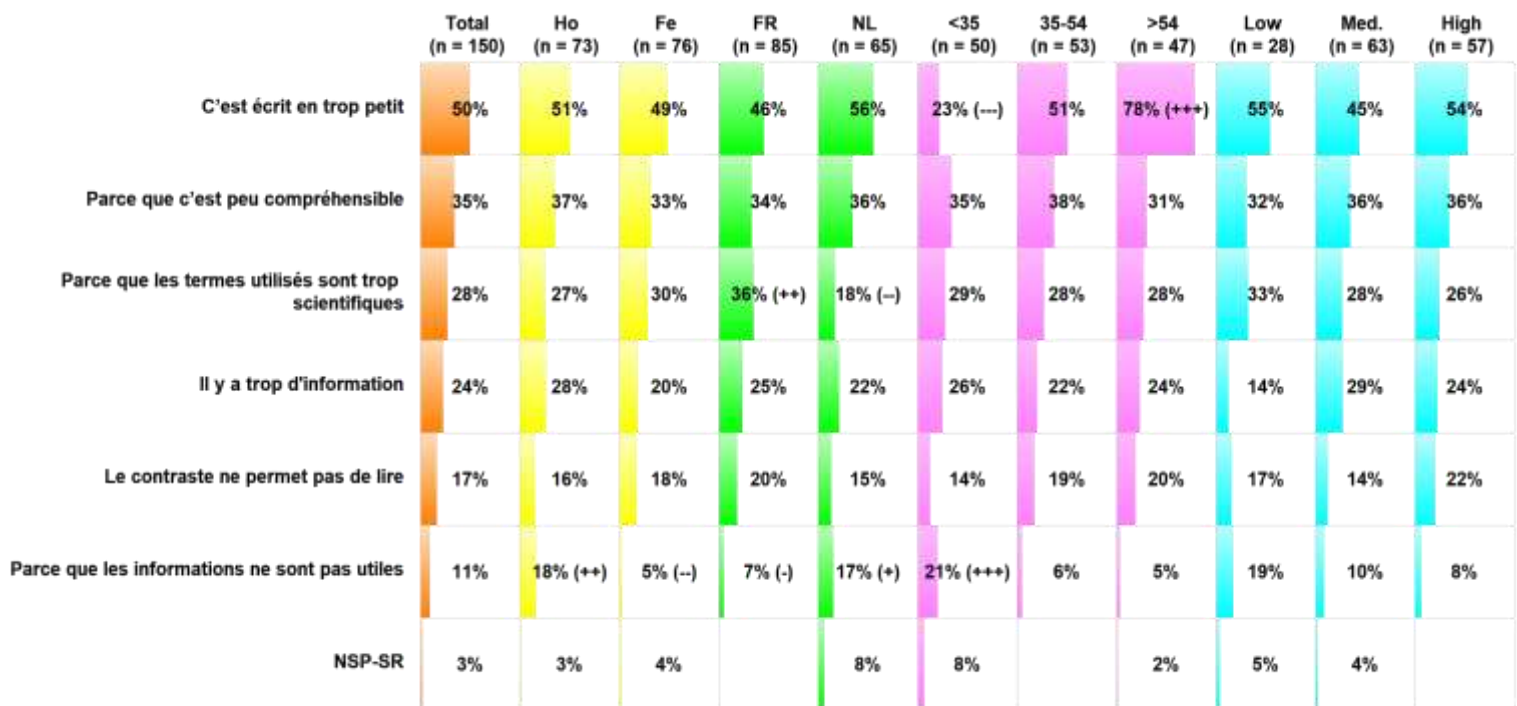
Parmi les répondants qui ne trouvent pas l'information claire (c'est-à-dire ceux ayant répondu « peu claires » ou « pas du tout claires » à la question ci-dessus), les problèmes les plus fréquemment rencontrés proviennent des difficultés à pouvoir lire les informations et des difficultés liées à leur compréhension. En effet, parmi les 150 répondants qui mettent en avant un problème de clarté, on retrouve les justifications suivantes (classées par ordre d'importance) :

- « c'est écrit trop petit » (50%, davantage les personnes de 55 ans et plus : 78%)
- « c'est peu compréhensible » (35%, pas de différence significative entre les profils)
- « les termes utilisés sont trop scientifiques » (28%, davantage cité par les francophones : 36% vs 18% pour les néerlandophones)
- « il y a trop d'information » (24%, résultats transversaux)
- « le contraste ne permet pas de lire » (17%, résultats transversaux)
- « les informations ne sont pas utiles » (11%, résultats transversaux)

3% des répondants ne savait pas ou ne souhaitait pas répondre (NSP-SR).



Q : Pourquoi n'est-ce pas clair ?



2.11.4. Justifications de non-lecture des étiquettes

Pour les répondants qui parcourent les étiquettes en diagonale, rapidement (n=423), les deux mêmes problèmes sont mentionnés : le problème de lisibilité et le vocabulaire utilisé difficilement compréhensible. Cependant, la réponse la plus fréquemment citée est l'absence de nécessité de lire les étiquettes pour ce genre de produits (cela concerne davantage les femmes et les personnes de plus de 54 ans).



Q : Pourquoi ne lisez-vous pas entièrement la notice ?

	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)
"Parce que je sais les utiliser et cela fonctionne très bien"	31%	26% (-)	36% (++)	27%	34%	25% (-)	29%	39% (++)
"Parce que je ne parviens pas à lire : c'est écrit en trop petit"	28%	28%	28%	29%	27%	14% (---)	34% (++)	37% (+++)
"Parce que je sais utiliser ce genre de produits"	27%	28%	26%	30%	24%	23%	27%	31%
"Parce que c'est souvent peu clair, peu compréhensible"	17%	16%	17%	17%	17%	23% (++)	15%	13%
"Parce que je ne parviens pas à lire : le contraste ne permet pas de lire"	14%	16%	11%	12%	14%	21% (+++)	10%	10%
"Parce que les termes utilisés sont trop scientifiques"	11%	11%	11%	15% (++)	7% (-)	12%	11%	8%
"Parce que cela ne m'intéresse pas"	9%	6% (-)	12% (++)	8%	10%	18% (+++)	6%	2% (---)
"Parce que je n'ai pas le réflexe"	7%	10% (+)	5% (-)	7%	7%	8%	8%	6%
Parce que les informations ne sont pas utiles	6%	7%	5%	5%	6%	11% (+++)	4%	2% (-)
Autres	3%	3%	3%	2%	4%	3%	2%	4%



Les répondants qui ne lisent pas les étiquettes le font car ils pensent savoir utiliser ce type de produits et n'en voient dès lors pas l'utilité.

Q : Pourquoi ne lisez-vous pas la notice ?

	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)
"Parce que je sais utiliser ce genre de produits"	28%	24%	32%	30%	27%	21% (-)	28%	38% (++)
"Parce que cela ne m'intéresse pas"	25%	29%	21%	21% (-)	29% (+)	39% (+++)	22%	11% (---)
"Parce que je n'ai pas le réflexe"	24%	25%	22%	26%	21%	31% (++)	23%	15% (-)
"Parce que je sais les utiliser et cela fonctionne très bien"	21%	22%	21%	25%	18%	20%	19%	29% (+)
"Parce que je ne parviens pas à lire : c'est écrit en trop petit"	12%	15%	10%	13%	11%	8%	13%	16%
Parce que c'est souvent peu clair, peu compréhensible	7%	10% (+)	5% (-)	7%	7%	5%	9%	7%
Parce que les termes utilisés sont trop scientifiques	5%	5%	6%	10%	0%	8%	4%	5%
Parce que les informations ne sont pas utiles	5%	4%	6%	4%	6%	7%	5%	3%
"Parce que je ne parviens pas à lire : le contraste ne permet pas de lire"	3%	3%	4%	4%	3%	3%	3%	4%
Autres	5%	4%	6%	6%	4%	1% (-)	6%	8%



2.12. Connaissance et respect des consignes d'utilisation des PT02

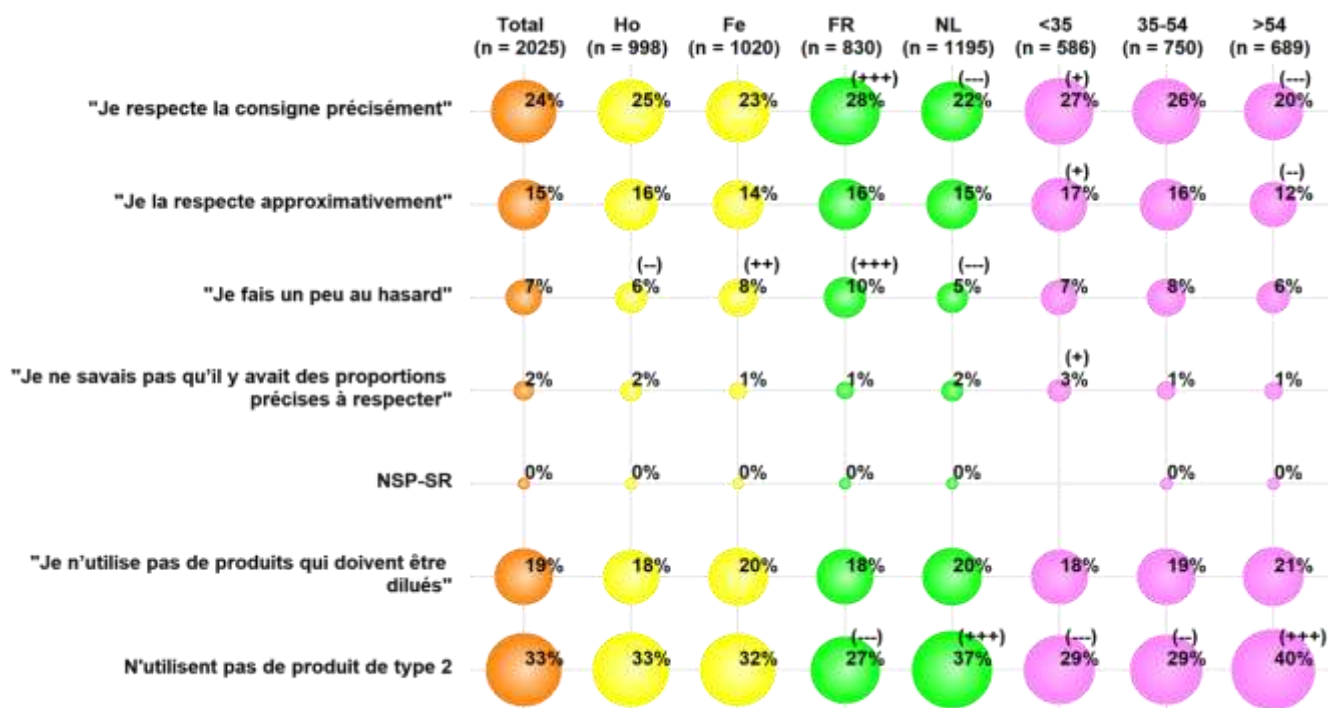
L'utilisation de protection n'est pas nécessaire lors de l'utilisation de PT02 par le grand public. En effet, le détenteur de l'autorisation doit prouver que son produit peut être utilisé de manière sûre par le grand public sans qu'une protection supplémentaire ne soit nécessaire s'il veut obtenir l'autorisation de mises sur le marché. Dès lors qu'il faut des protections pour que l'utilisation du produit soit sans risque, il n'est pas autorisé pour le grand public.

2.12.1. En termes de dilution

En ce qui concerne la dilution des PT02, 19% de la population utilisent des produits qui ne nécessitent pas d'être dilués dans de l'eau.

24% des Belges respectent rigoureusement les consignes de dilution, 15% les respectent de manière approximative (par exemple, la quantité d'eau n'est pas mesurée précisément) et 7% disent le faire un peu au hasard (selon l'aspect ou l'odeur du produit dilué). Finalement, 2% de la population n'ont pas conscience qu'il existe des consignes de dilution.

Q : *Lorsqu'il faut diluer, mélanger un produit avec de l'eau, dans quelle mesure respectez-vous cette consigne ?*

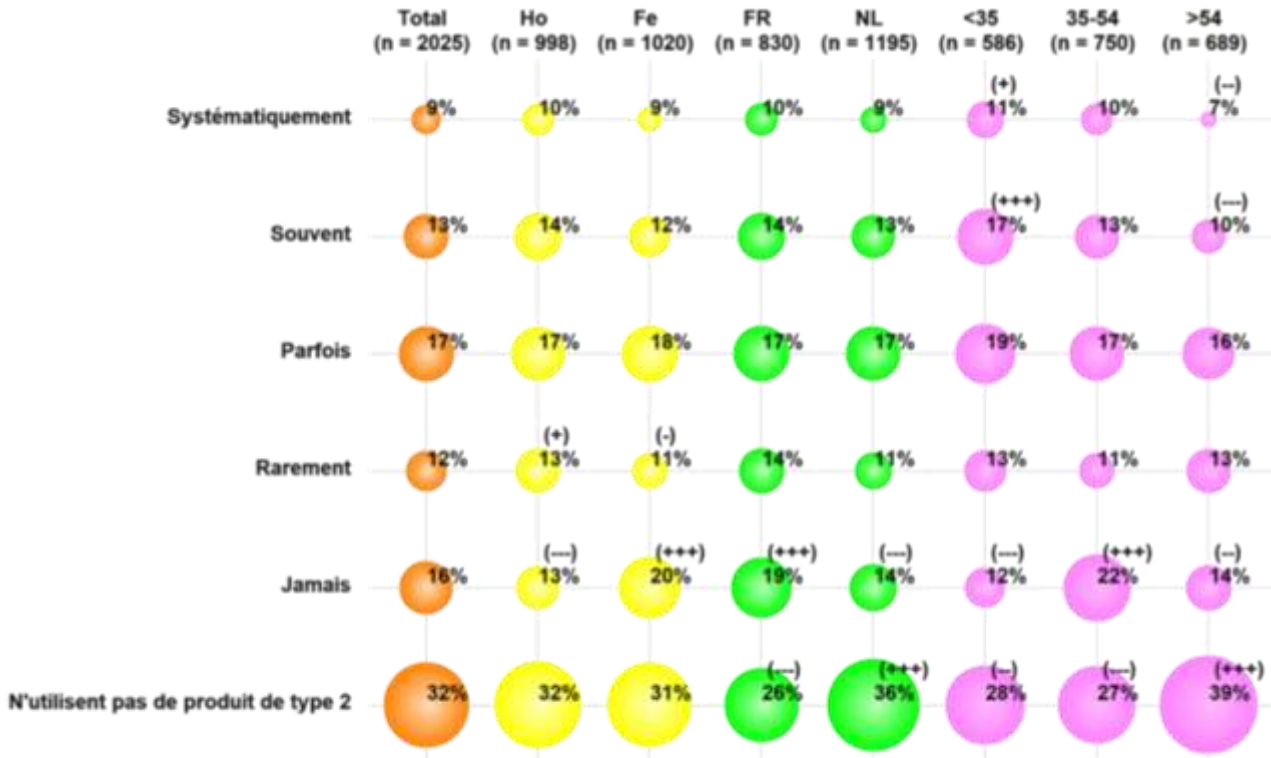




2.12.2. En termes de sécurité - utilisation de protection

Les personnes interrogées n'utilisent pas systématiquement de protection en cas d'utilisation de PT02 (58% dont 16% jamais). À peine 9% en utilisent systématiquement. Concernant les 16% des répondants qui n'utilisent jamais de protection, il s'agit davantage de francophones, de femmes et de personnes âgées de 35-54 ans.

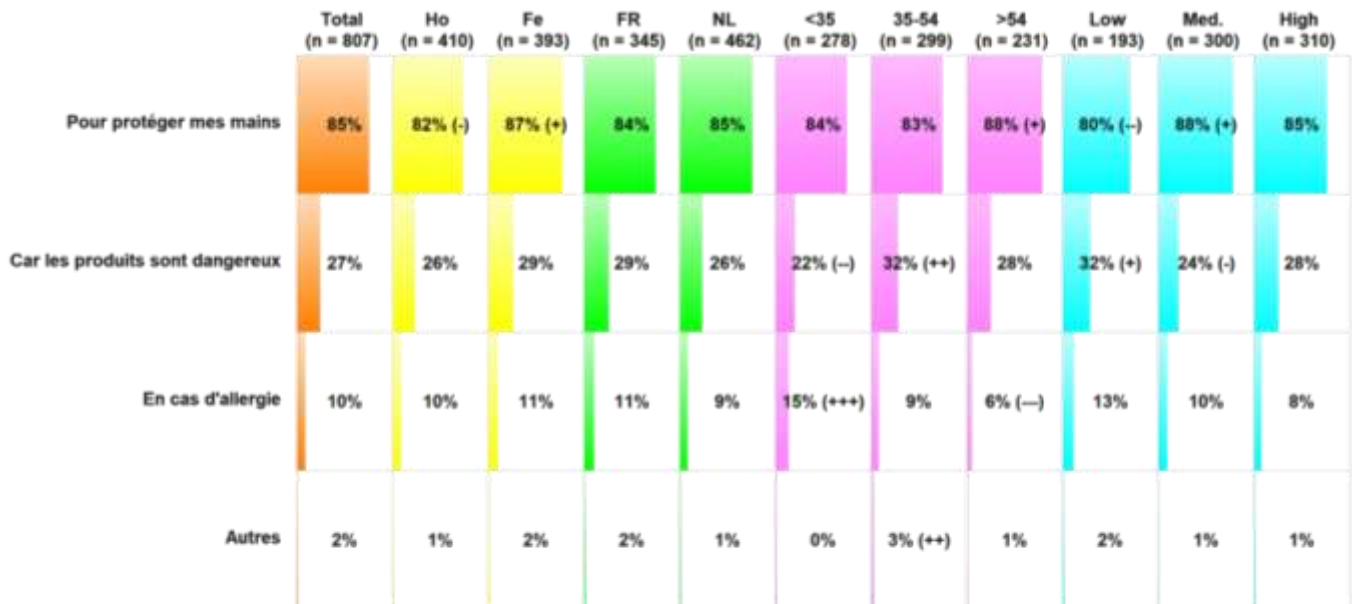
Q : Utilisez-vous des protections pendant l'utilisation de ce type de produits (comme des gants) ?





Les répondants utilisent des protections (n=807) pour protéger leurs mains (85%) et /ou en cas d'allergie (10%). En outre, 27% soulignent la dangerosité de ce type de produit.

Q : Pourquoi utilisez-vous des protections pendant l'utilisation de ce type de produits ?





3. Les produits pour désinfecter des surfaces qui sont en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux (PT04)

3.1. Habitudes d'utilisation des PT04

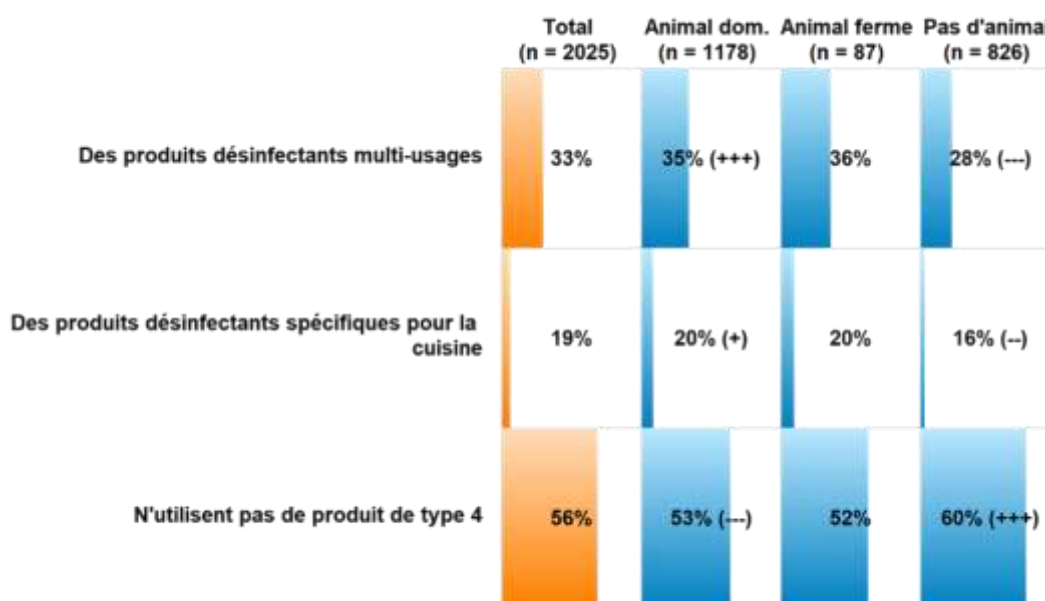
44% des Belges ont utilisé un PT04 au cours des 12 derniers mois.

À l'inverse, 56% des Belges n'en ont pas utilisé au cours des 12 derniers mois.

L'analyse selon les caractéristiques sociodémographiques montre certaines différences significatives auprès des personnes qui n'utilisent pas de biocides de type 04. En effet, cela concerne davantage

- les néerlandophones (62% vs 48% des francophones)
- les personnes âgées de 55 ans et plus (61%)
- les personnes n'ayant pas d'enfant vivant au domicile (60%)
- les personnes n'ayant pas d'animaux à la maison (60%).

Q : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé chez vous un des produits d'entretien pour désinfecter des surfaces qui sont en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux ?



Parmi les 44% de la population belge qui utilisent des PT04, les formes les plus souvent utilisées sont les désinfectants multi-usages (33%, échantillon total) et les produits spécifiques pour la cuisine (19%, échantillon total).



3.2. Motifs concernant l'absence d'utilisation des PT04

La principale raison pour ne pas utiliser de PT04, évoquée par 22% des répondants (sur l'échantillon total), réside dans le fait que les produits nettoyants sont amplement suffisants. De plus, 7% des répondants mentionnent le fait que ces produits sont chers, qu'ils ne servent à rien (7%), qu'ils sont toxiques ou dangereux pour la santé (6%) et qu'ils nuisent à l'environnement (5%). De manière plus anecdotique, 3% disent que ces produits abîment les surfaces. De plus, 3% des répondants préfèrent utiliser des produits fabriqués par leur soin. 15 % des répondants n'ont pas donné de réponse (NSP-SR).

Q : Pourquoi n'utilisez-vous pas ce type de produits ?

	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)
Les produits nettoyants sont amplement suffisants	22%	22%	22%	21%	23%	16% (---)	20%	28% (+++)	19% (-)	21%	25% (++)
Ces produits coûtent cher	7%	8%	7%	6% (---)	8% (++)	7%	7%	9%	8%	8%	6%
Ces produits ne servent à rien	7%	7%	7%	5% (---)	8% (+++)	6%	6%	8% (+)	7%	7%	7%
Ces produits sont toxiques, dangereux pour la santé	6%	5% (---)	8% (+++)	6%	6%	5%	7%	6%	5%	5%	7%
Ces produits sont toxiques, ne respectent pas l'environnement	5%	4% (-)	5% (+)	4% (---)	5% (++)	5%	4%	5%	4%	4%	6% (++)
Ces produits abîment les surfaces	3%	2% (---)	4% (++)	2% (---)	4% (++)	4%	3%	3%	3%	4%	3%
Je fais moi-même mes produits d'entretien naturels	3%	2% (---)	4% (++)	4% (+++)	2% (---)	5% (+++)	2%	2% (---)	2%	3%	3%
Autre	3%	4% (+)	3% (-)	4% (++)	3% (---)	4% (+)	3%	2%	4% (+)	2% (-)	3%
NSP-SR	15%	19% (+++)	11% (---)	10% (---)	18% (+++)	15%	14%	15%	19% (+++)	14%	13% (-)
Utilisent des produits de type 4	44%	42% (-)	46% (+)	52% (+++)	38% (---)	46%	47% (++)	39% (---)	41%	44%	46%

3.3. Motifs concernant l'utilisation des PT04

A l'opposé, l'utilisation d'un désinfectant en plus d'un produit de nettoyage renforce auprès de 19% de la population le sentiment de propreté. Notons également que 18% utilisent ces produits par habitude. La pandémie joue également un rôle non négligeable car 17% des répondants disent utiliser des PT04 comme geste barrière contre la Covid-19. La présence d'animaux est un facteur significatif (8%) ainsi que la présence d'enfants en bas âge (6%) ou de personnes ayant une immunité plus faible (5%). Enfin, 5% des répondants justifient l'utilisation de biocides de type 04 pour l'odeur agréable ou le fait d'enlever des odeurs désagréables.

Ces résultats sont assez transversaux selon les différents profils des répondants.



Q : Pour quelle(s) raison(s), dans quel(s) cas utilisez-vous ce type de produits ?

	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)
C'est plus propre quand on désinfecte en même temps	19%	17% (-)	21% (++)	25% (+++)	16% (---)	19%	21%	18%
Par habitude (en utilise depuis toujours)	18%	17% (-)	20% (+)	23% (+++)	15% (---)	15% (---)	21% (++)	19%
Comme geste barrière contre la Covid-19	17%	17%	17%	19%	16%	18%	18%	15%
Car il y a un (des) animal(aux)	8%	7% (-)	9% (+)	10% (+++)	6% (---)	9%	7%	8%
Car il y a un (des) enfant(s) en bas âge dans le foyer	6%	6%	7%	7% (++)	5% (-)	10% (+++)	7%	1% (---)
Il sent bon, pour enlever des odeurs désagréables	5%	5%	6%	6%	5%	6%	5%	5%
Car il y a un (des) personne(s) ayant une immunité plus faible dans le foyer	5%	4%	5%	6% (+)	4% (-)	5%	5%	4%
Autre	0%	0%	0%		0%		0%	0%
N'utilisent pas de produit de type 4	56%	58% (+)	54% (-)	48% (---)	62% (+++)	54%	53% (-)	61% (+++)

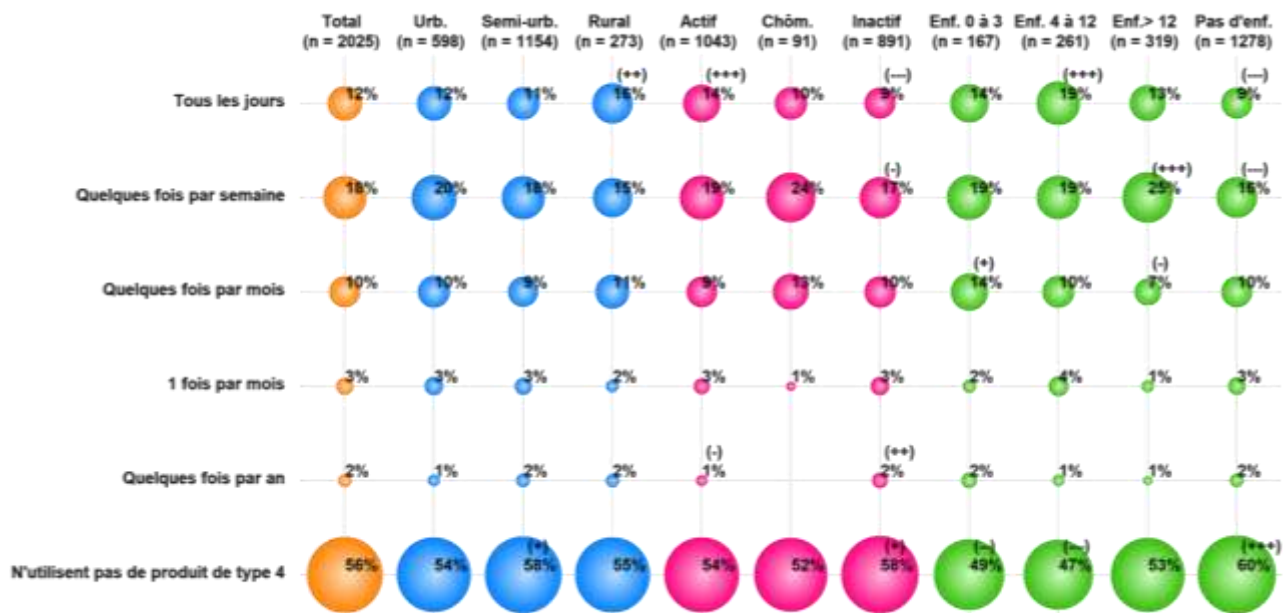
3.4. Fréquence d'utilisation de PT04

12% des Belges utilisent des PT04 quotidiennement, 18% une ou plusieurs fois par semaine et 10% quelquefois par mois. 5% seulement l'utilisent une fois par mois voire moins.

Les parents d'enfants de 4 à 12 ans, les personnes qui vivent dans des zones rurales, les francophones, les 35-54 ans, les personnes actives professionnellement et les femmes utilisent davantage ce type de produits quotidiennement.



Q : A quelle fréquence utilisez-vous ce type de produits ?



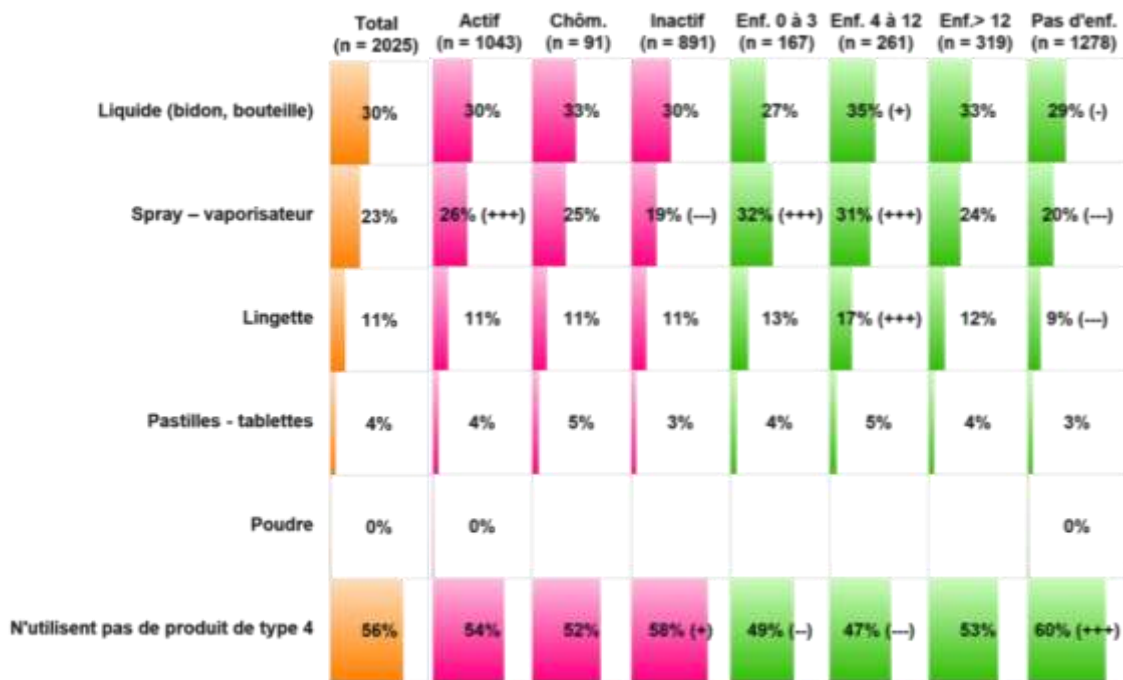
3.5. Formulations déjà achetées

Parmi les différentes formulations disponibles sur le marché, la formulation la plus souvent achetée s'avère être la formulation liquide (dans un bidon / bouteille) (30% ou 68% des utilisateurs de PT04), suivie des sprays / vaporisateurs (23%, soit 52% des consommateurs de PT04), des lingettes (11%, soit 25% des consommateurs de PT04) et de pastilles/tablettes (4%, soit 11% des consommateurs de PT04). On constate la même hiérarchie qu'avec les PT02.

Les sprays / vaporisateurs sont plus souvent utilisés par les parents de jeunes enfants (de moins de 12 ans), les francophones, les personnes ayant moins de 55 ans, les femmes et les personnes actives.



Q : Sous quelle(s) forme(s) avez-vous déjà acheté ce type de produits ?



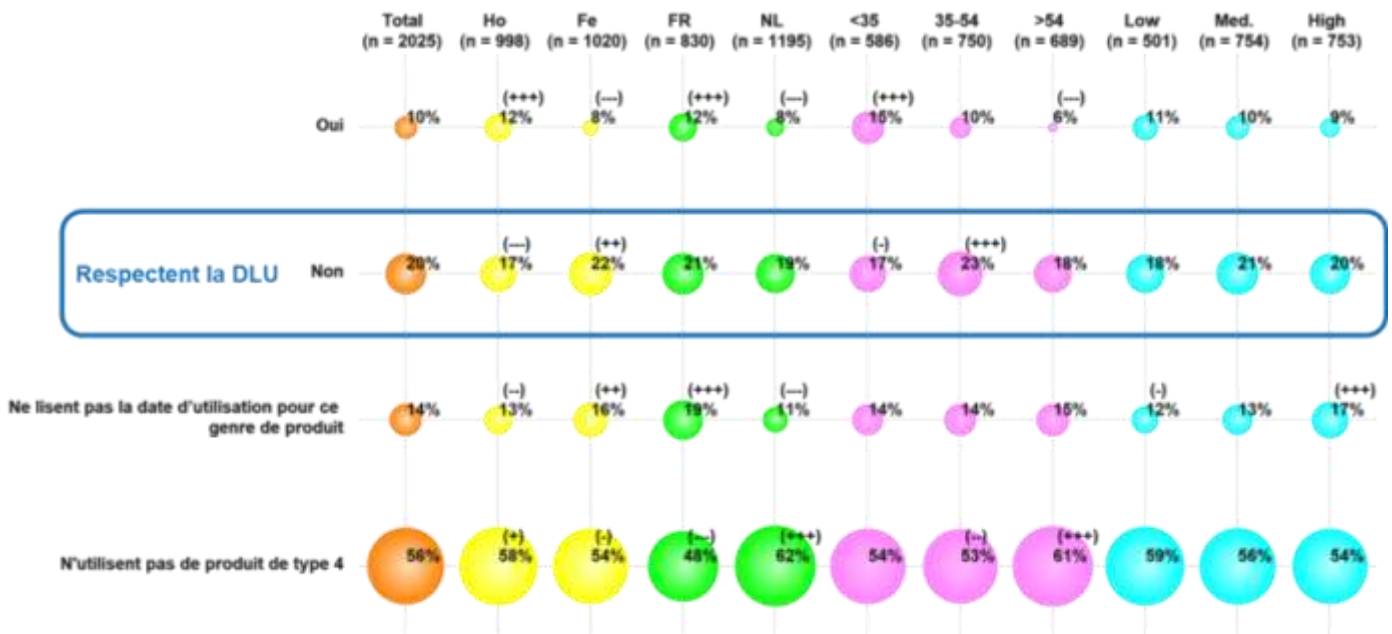


3.6. Connaissance et respect de la Date Limite d'Utilisation des PT04

En ce qui concerne les consignes vis-à-vis de la date limite d'utilisation,

- 14% des personnes interrogées ne la lisent pas
- 10% la lisent, mais ne la respectent pas (dont 12% d'hommes vs 8% de femmes)
- 20% disent la respecter (dont 22% de femmes vs 17% d'hommes).

Q : Avez-vous déjà utilisé ce type de produits au-delà de leur date limite d'utilisation ?





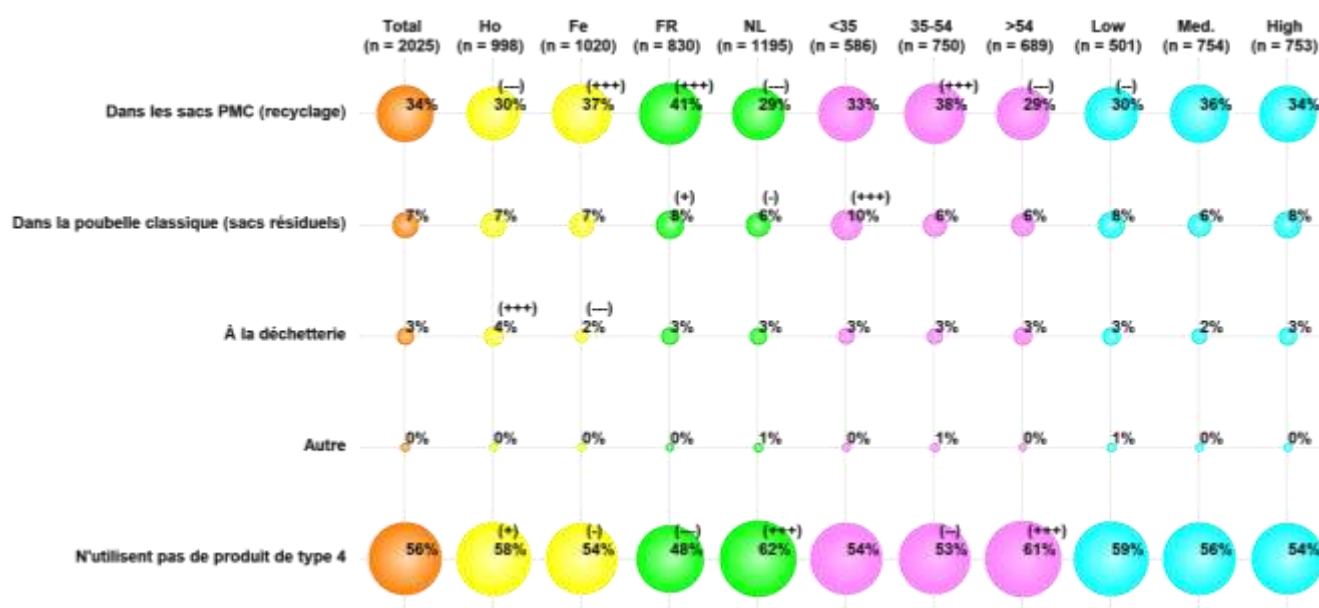
3.7. Destination après utilisation

Dans les régions de Bruxelles et Flandre, les emballages vides et restes de produits sont des déchets PMC, sauf pour les produits avec bouchon de sécurité enfant ou qui portent les symboles de danger 'toxique' et/ou 'dangereux pour la santé à long terme', qui doivent être apportés à la déchetterie. En Wallonie, les emballages avec le symbole 'inflammable' doivent également être apportés à la déchetterie.

3.7.1. Destination de l'emballage après utilisation

34% de la population recycle les emballages (77% des utilisateurs) dans les sacs PMC, surtout les femmes (37% vs 30% des hommes), les 35-54 ans (38%), les parents d'enfants de 4 à 12 ans (42%) et celles ayant un animal domestique (36%). **7% des répondants les jettent dans la poubelle « classique »** (reprenant les déchets résiduels). Il s'agit plus fréquemment les répondants de moins de 35 ans (9%) et des citadins (9%). Enfin, **3% vont les apporter à la déchetterie** (davantage les hommes et les personnes ayant un animal domestique : 4%).

Q : Où jetez-vous le plus souvent les emballages de ce type de produit ?

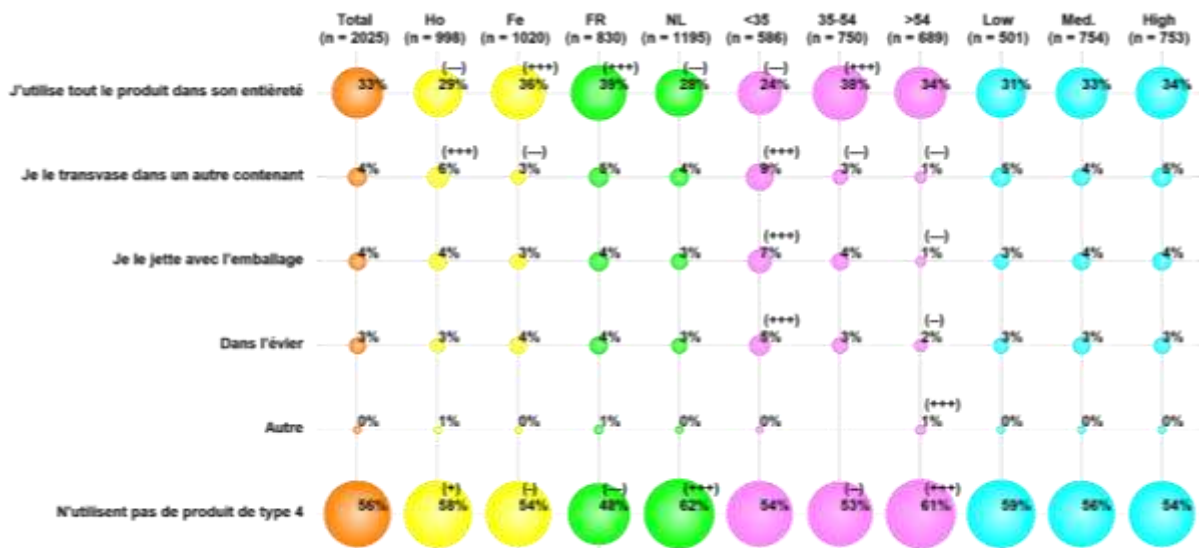




3.7.2. Destination du produit résiduel après utilisation

33% des répondants utilisent tout le produit. On observe également que 4% récupèrent le reste du produit en le transvasant dans un autre contenant et 4% jettent le reste avec son emballage. Enfin, 3% des répondants déversent le reste dans l'évier (essentiellement les jeunes de moins de 35 ans).

Q : Où jetez-vous le plus souvent les restes de ce type de produit ?



3.8. Les critères de choix dans l'achat de PT04

Le critère le plus souvent mentionné lors du choix d'un PT04 est le prix, mentionné par 25% de l'échantillon total. Viennent ensuite la facilité d'utilisation (14%), l'efficacité du pouvoir de désinfection (13%), le fait que la marque soit connue (10%) ou encore le parfum (10%).

D'autres critères ont également été évoqués (cités par ordre d'importance en prenant en compte l'échantillon total) comme :

- l'absence de toxicité ou nocivité pour les animaux (7%)
- la grande taille du conditionnement (7%)
- le respect de l'environnement (7%)
- la présence de promotion (6%)
- le fait de ne pas provoquer d'allergie (5%)
- le fait de ne pas devoir être dilué (5%)
- la petite taille de conditionnement (5%)
- la présence de consignes d'utilisation claires et lisibles (4%)
- le fait de convenir aussi aux enfants (3%)
- l'emballage attirant (1%)



L'ordre de ces critères de choix dépend des caractéristiques sociodémographiques des répondants. En effet, les tableaux ci-dessous montrent les différentes variations selon les profils spécifiques.

Q : Lorsque vous achetez ce genre de produits, quels critères prenez-vous en compte pour acheter un produit en particulier ?

	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)
Le prix	25%	24%	26%	30% (+++)	21% (---)	29% (+++)	26%	20% (---)
La facilité d'utilisation	14%	12% (---)	15% (++)	16% (++)	13% (---)	12%	13%	16%
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure par rapport aux autres produits	13%	13%	13%	17% (+++)	10% (---)	10% (---)	16% (+++)	12%
La marque connue	10%	10%	10%	11%	9%	12% (++)	10%	8% (---)
Le parfum	10%	8% (---)	11% (+++)	12% (+++)	8% (---)	11%	11%	7% (---)
Le produit n'est pas nocif ou toxique pour les animaux	7%	7%	7%	9% (++)	6% (---)	7%	7%	7%
La grande taille	7%	7%	7%	8%	6%	10% (+++)	6%	5% (---)
Le produit est respectueux de l'environnement	7%	7%	6%	8% (+)	6% (---)	5% (---)	6%	8% (+)
Selon les promotions	6%	5% (---)	7% (++)	6%	6%	6%	7% (+)	5%
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	5%	5%	6%	7% (+)	5% (---)	4% (---)	6%	5%
Le produit peut être utilisé tel quel, sans être dilué avec de l'eau	5%	5%	6%	5%	5%	4% (---)	5%	7% (++)
La petite taille	5%	5%	5%	5%	5%	7% (++)	5%	4% (---)
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	4%	3%	4% (+)	4%	3%	3% (---)	4%	4%
Le produit convient aussi aux enfants	3%	2% (---)	3%	3%	2%	3%	3%	2%
Il y a des publicités pour cette marque	1%	1% (---)	2% (+++)	1%	2%	2% (++)	1%	1%
L'emballage attirant	1%	1%	1%	1%	1%	2% (+++)	1%	0% (---)
Autre	1%	0% (---)	1% (+)	2% (+++)	0% (---)	1%	1% (+)	1%
N'utilisent pas de produit de 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)
Le prix	25%	26% (+)	21%	23%
La facilité d'utilisation	14%	14%	16%	13%
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure par rapport aux autres produits	13%	14%	10%	12%
La marque connue	10%	10%	12%	9%
Le parfum	10%	11% (+)	13%	8% (-)
Le produit n'est pas nocif ou toxique pour les animaux	7%	10% (+++)	2% (-)	2% (---)
La grande taille	7%	8% (+++)	4%	5% (---)
Le produit est respectueux de l'environnement	7%	8% (+++)	12% (++)	5% (---)
Selon les promotions	6%	6%	6%	6%
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	5%	6% (++)	8%	4% (-)
Le produit peut être utilisé tel quel, sans être dilué avec de l'eau	5%	6%	8%	4% (-)
La petite taille	5%	5%	2%	4%
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	4%	4%	4%	3%
Le produit convient aussi aux enfants	3%	3%	3%	2%
Il y a des publicités pour cette marque	1%	2%	1%	1%
L'emballage attirant	1%	1%	2%	1%
Autre	1%	1%	1%	1%
N'utilisent pas de produit de 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)
Le prix	25%	25%	24%	26%	26%	31%	23%	30%	32% (+++)	25%	23% (---)
La facilité d'utilisation	14%	14%	14%	12%	14%	16%	13%	11%	13%	15%	14%
L'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure par rapport aux autres produits	13%	14%	12%	16%	13%	18%	13%	17%	13%	12%	13%
La marque connue	10%	9%	9%	12%	11%	7%	9%	13%	15% (+++)	8%	9% (-)
Le parfum	10%	12% (++)	8% (---)	11%	9%	9%	10%	10%	13% (+)	13% (+++)	8% (---)
Le produit n'est pas nocif ou toxique pour les animaux	7%	8%	7%	6%	6% (-)	5%	9% (++)	4% (-)	9%	7%	7%
La grande taille	7%	8%	6% (---)	9%	7%	8%	7%	7%	11% (+++)	5%	6%
Le produit est respectueux de l'environnement	7%	7%	6%	5%	6%	6%	8% (+)	1% (---)	5%	6%	8% (++)
Selon les promotions	6%	5%	6%	7%	5% (-)	0%	7% (+++)	5%	7%	6%	6%
Le produit est hypo allergisant - ne provoque pas d'allergie	5%	5%	5%	6%	5%	6%	6%	4%	7%	5%	5%
Le produit peut être utilisé tel quel, sans être dilué avec de l'eau	5%	5%	5%	4%	4% (-)	4%	7% (+++)	3%	4%	8% (++)	5%
La petite taille	5%	5%	6%	2% (-)	5%	6%	4%	7%	4%	5%	5%
Les consignes d'utilisation sont claires et lisibles	4%	3%	4%	4%	3%	4%	4%	2%	3%	2%	4% (+)
Le produit convient aussi aux enfants	3%	3%	2%	3%	3%	1%	2%	5% (++)	5% (+++)	3%	2% (---)
Il y a des publicités pour cette marque	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%
L'emballage attirant	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	3% (++)	1%	1%
Autre	1%	1%	1%	1%	1%		1%	1%	1%	1%	1%
N'utilisent pas de produit de type 4	56%	54%	58% (+)	55%	54%	52%	58% (+)	49% (---)	47% (---)	53%	60% (+++)



3.9. Les canaux d'achat des PT04

Les grandes surfaces constituent clairement l'endroit où les Belges se procurent les PT04. En effet, 38% des répondants y achètent ce type de produit et, si l'on considère uniquement les utilisateurs, cela représente plus de 86%.

Les drogueries arrivent en 2^{ème} position (8% de l'échantillon total) et sont davantage fréquentées par les femmes (10%), les personnes de 35-54 ans (10%) et les personnes détenant un animal domestique (9%). Viennent ensuite les magasins de bricolage (3%, plus fréquemment les jeunes de moins de 35 ans : 5%) et enfin les magasins pour professionnels (1%).

Q : Où achetez-vous ce genre de produits ?

	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)
En grandes surfaces	38%	36%	39%	46% (+++)	32% (---)	39%	40% (+)	34% (---)
Dans les drogueries (DI, kruidvat...)	8%	6% (---)	10% (+++)	7%	8%	6% (-)	10% (+++)	8%
Sur internet	3%	4%	3%	3%	3%	5% (++)	3%	2% (---)
Dans des magasins de bricolage	3%	4%	3%	3%	3%	5% (+++)	3%	1% (---)
Dans des magasins pour professionnels	1%	1%	1%	2%	1%	2% (+)	1%	1% (-)
Autre	1%	1% (-)	2% (++)	2% (+)	1% (-)	0% (-)	2% (+++)	1%
N'utilisent pas de produit de type 4	56%	58% (+)	54% (-)	48% (---)	62% (+++)	54%	53% (-)	61% (+++)

3.10. Rangement des PT04

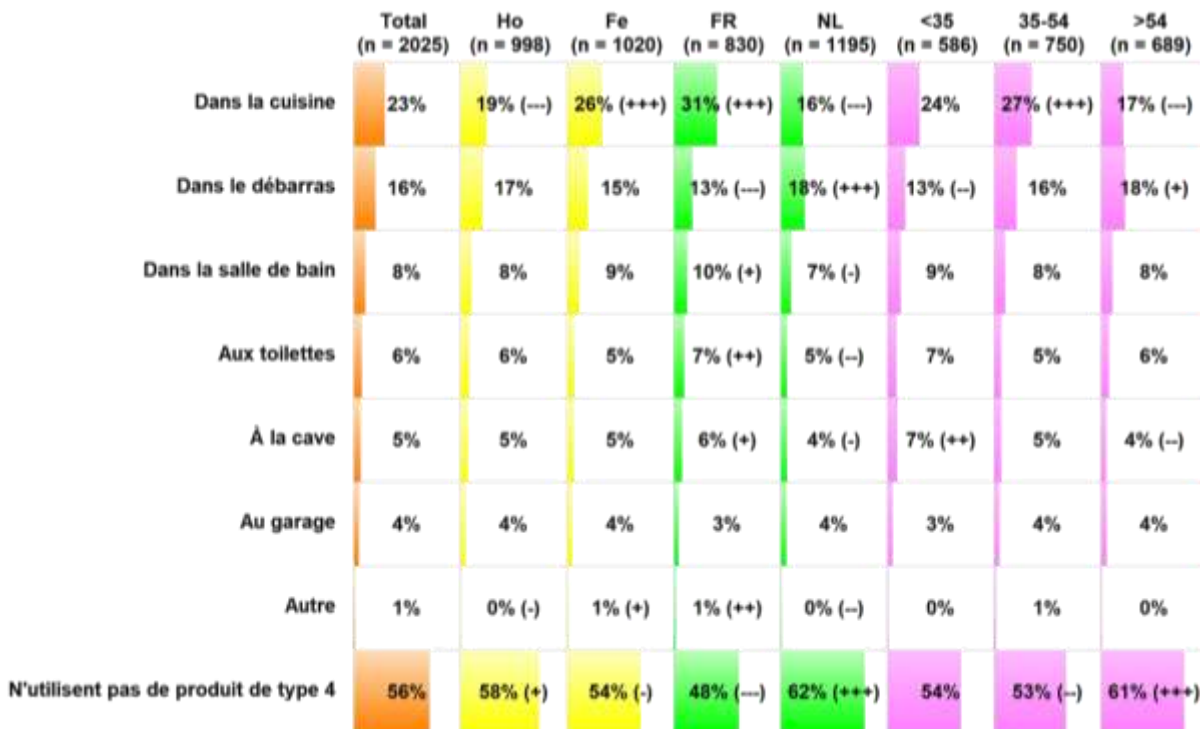
35% des répondants rangent leurs produits d'entretien PT04 au même endroit alors que 9% les rangent à plusieurs endroits différents. Les pièces dans lesquelles les produits sont rangés sont (indépendamment du fait de les rassembler au même endroit ou pas) :

- la cuisine (23%)
- le débarras (16%)
- la salle de bain (8%)
- les toilettes (6%)
- à la cave ou à la buanderie (5%)
- au garage (4%).

On constate la même hiérarchie que pour les PT02.

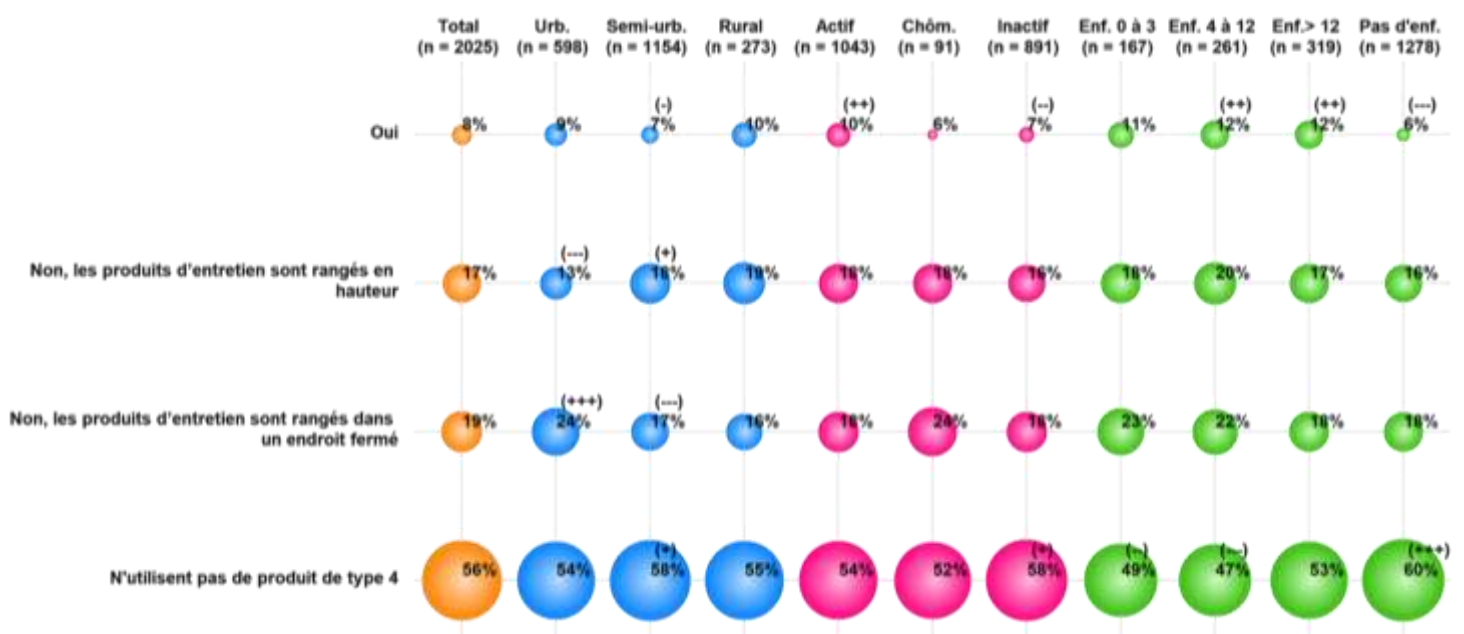


Q : Dans quelle(s) pièce(s) rangez-vous ce genre de produits ?



La majorité des répondants (36%) sont attentifs à ranger ces produits à un endroit inaccessible aux enfants. En effet, environ la moitié les rangent en hauteur (17%) et l'autre moitié dans un endroit fermé (19%). En revanche, pour 8% des répondants, les produits sont aisément accessibles aux enfants ; il s'agit plus souvent de francophones (11%), de personnes plus jeunes (moins de 35 ans : 11%), de personnes actives (10%) mais également des parents ayant des enfants au domicile (de 4 à 12 ans : 12% et de plus de 12 ans : 12%)

Q : Vos produits d'entretien sont-ils accessibles aux enfants en bas âge ?





3.11. Lecture / utilisation des étiquettes présentes sur l'emballage

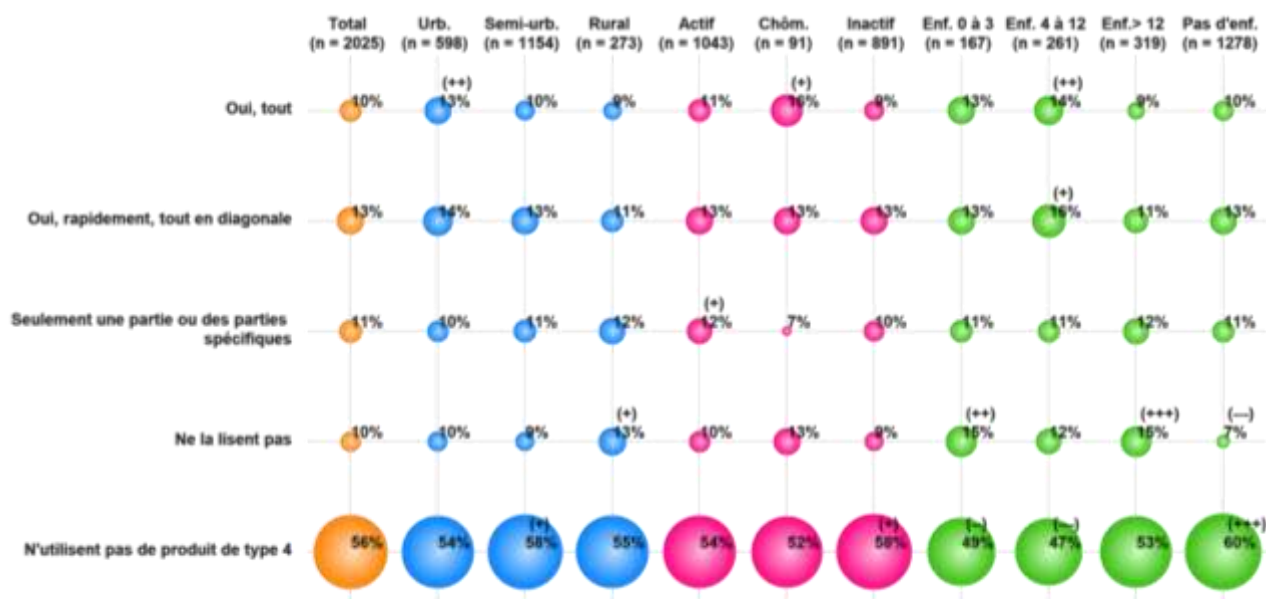
3.11.1. **Prise en main : niveau de lecture des informations présentes sur l'emballage avant l'achat**

En niveau de la lecture des informations disponibles sur les emballages des PT04 avant l'achat,

- 10% des Belges lisent toute l'étiquette,
- 13% lisent rapidement, en diagonale,
- 11% lisent seulement une partie ou des parties spécifiques et
- 10% ne la lisent pas du tout.

Ces résultats sont assez semblables à ceux des PT01 et PT02. Si l'on considère uniquement les utilisateurs (« consommateurs ») de PT04, on constate des pourcentages suivants : 23% des répondants lisent toute l'étiquette, 30% lisent rapidement, en diagonale, 25% lisent seulement une partie ou des parties spécifiques et 23% ne la lisent pas du tout.

Q : Avant l'achat, lisez-vous l'étiquette qui figure sur l'emballage du produit ?



On observe très peu de différences significatives selon le profil sociodémographique de l'ensemble des personnes interrogées.



3.11.2. Informations parcourues en cas de lecture partielle

En cas de lecture partielle (11% de l'échantillon total, soit 279 répondants), les informations parcourues sont très similaires à celles des PT02, à savoir :

- **le large pouvoir d'action désinfectante** (tue les virus, les bactéries, les levures...) (58% des répondants)
- **les pictogrammes** (31%, davantage les jeunes <35 ans : 40%)
- **les ingrédients** (26%, pas de différence selon le profil)
- **les propriétés hypoallergéniques** (17%)
- **le fait de convenir aux enfants** (12%)
- **la date limite d'utilisation** (10%)

Q : Quelle(s) partie(s) parcourez-vous ?

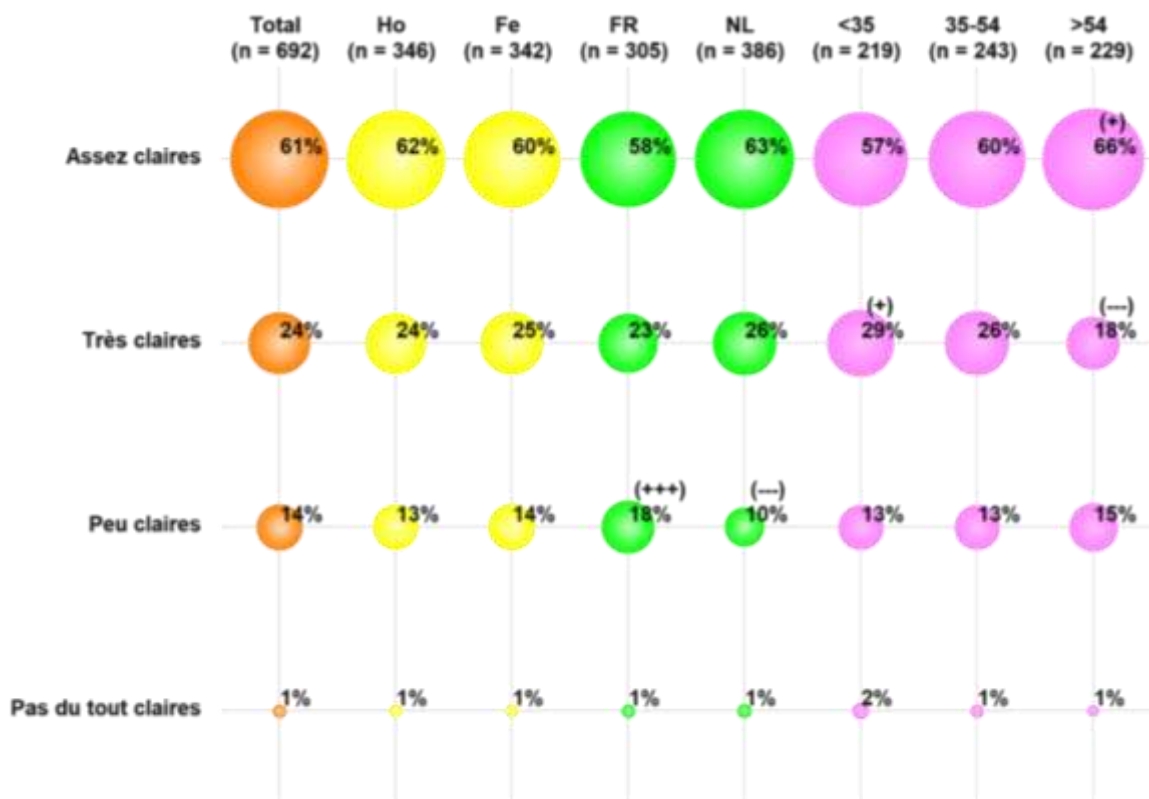
	Total (n = 219)	Ho (n = 108)	Fe (n = 110)	FR (n = 89)	NL (n = 130)	<35 (n = 75)	35-54 (n = 65)	>54 (n = 78)	Low (n = 45)	Med. (n = 93)	High (n = 80)
L'action désinfectante large : tue les virus et les bactéries et les levures ...	58%	55%	60%	56%	59%	61%	59%	54%	45% (-)	67% (++)	54%
Les pictogrammes	31%	31%	30%	31%	30%	40% (++)	28%	23% (-)	18% (-)	31%	37% (+)
Les composants - ingrédients	26%	31%	22%	23%	29%	18% (-)	28%	34% (+)	25%	22%	32%
Les propriétés hypoallergéniques	17%	14%	20%	19%	16%	5% (---)	17%	29% (+++)	33% (+++)	12% (-)	14%
Si cela convient aux enfants	12%	13%	12%	15%	11%	17%	12%	8%	17%	10%	11%
La date limite d'utilisation	10%	10%	10%	5% (-)	13% (++)	10%	6%	13%	19% (++)	6%	8%
Autre	4%	5%	3%	3%	5%	6%	3%	4%	4%	5%	4%
NSP-SR	1%	2%		2%		3%			5%		



3.11.3. Évaluation de la clarté des informations présentes

Parmi les personnes qui utilisent des PT04 et qui parcourent l'étiquette (n=692), 15% trouvent que les informations disponibles manquent de clarté : 14% les considèrent comme peu claires et 1% pas claires du tout (1%). Lorsqu'on compare les différents profils, ce constat est plus présent auprès des répondants francophones (19% d'entre eux considèrent que les informations sur l'étiquette ne sont pas claires contre 11% des néerlandophones). Ce constat est identique pour les produits PT02.

Q : Selon vous, les informations sur l'emballage sont-elles très claires, assez, peu ou pas du tout claires ?





32% des personnes qui ne lisent pas entièrement la notice (soit 261 personnes) mentionnent éprouver des difficultés de lecture dues à la petite taille de la police utilisée. De plus, 17% mettent en avant un manque de clarté ou encore un vocabulaire trop scientifique (11%).

Q : Pourquoi ne lisez-vous pas entièrement la notice d'utilisation ?

	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)
Parce que je sais utiliser des produits d'entretien et cela fonctionne très bien	33%	33%	32%	30%	34%	24% (-)	38%	34%	39%	31%	32%
Parce que je ne parviens pas à lire : c'est écrit en trop petit	32%	33%	33%	38%	29%	25%	37%	34%	31%	36%	30%
Parce que je sais utiliser ce genre de produits	30%	27%	32%	29%	31%	34%	23% (-)	35%	32%	28%	31%
Parce que c'est souvent peu clair, peu compréhensible	17%	17%	17%	18%	16%	23% (+)	14%	15%	7% (-)	23% (++)	16%
Parce que les termes utilisés sont trop scientifiques	11%	10%	11%	15% (+)	8% (-)	15%	10%	9%	6%	16% (++)	8%
Parce que cela ne m'intéresse pas	10%	9%	11%	8%	12%	15% (+)	11%	6% (-)	7%	12%	10%
Parce que je ne parviens pas à lire : le contraste ne permet pas de lire	8%	7%	9%	9%	7%	8%	8%	7%	7%	7%	9%
Parce que je n'ai pas le réflexe	5%	5%	4%	5%	4%	8%	5%	3%	3%	4%	7%
Parce que les informations ne sont pas utiles	4%	3%	4%	2%	4%	8% (+++)	1%	2%		5%	4%
Autre	2%	2%	3%	2%	2%	2%	1%	4%		4%	2%

De plus, 13% des personnes qui ne lisent pas les étiquettes (soit 199 individus) ne parviennent pas à les lire à cause de la police utilisée (trop petite), 5% trouvent que le contenu n'est pas très clair ou encore que le vocabulaire est trop scientifique (5%).

Q : Pourquoi ne lisez-vous pas la notice d'utilisation ?

	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)
Parce que je n'ai pas le réflexe	26%	36% (++)	20% (-)	28%	23%	27%	28%	19%	21%	24%	30%
Parce que je sais utiliser ce genre de produits	25%	18% (-)	29% (+)	26%	24%	20%	26%	29%	19%	28%	27%
Parce que cela ne m'intéresse pas	22%	23%	21%	21%	24%	37% (+++)	21%	3% (-)	10% (-)	28%	24%
Parce que je sais utiliser des produits d'entretien et cela fonctionne très bien	19%	19%	20%	15% (-)	26% (+)	19%	18%	24%	12%	22%	21%
Parce que je ne parviens pas à lire : c'est écrit en trop petit	13%	14%	13%	15%	9%	5% (-)	13%	23% (++)	29% (+++)	8%	8% (-)
Parce que les informations ne sont pas utiles	5%	6%	5%	7% (+)	2% (-)	9%	3%	6%	10%	4%	4%
Parce que c'est souvent peu clair, peu compréhensible	5%	6%	5%	6%	4%	9%	5%	2%	13% (+++)	6%	0%
Parce que les termes utilisés sont trop scientifiques	5%	8%	3%	7%	3%	14% (+++)	2% (-)	2%	7%	11% (++)	
Parce que je ne parviens pas à lire : le contraste ne permet pas de lire	1%		2%	2%			2%	2%		1%	2%
Autre	5%	4%	6%	8%		1%	5%	9%	7%	3%	6%
NSP-SR	0%	1%		1%				2%			1%



3.12. Connaissance et respect des consignes d'utilisation des PT04

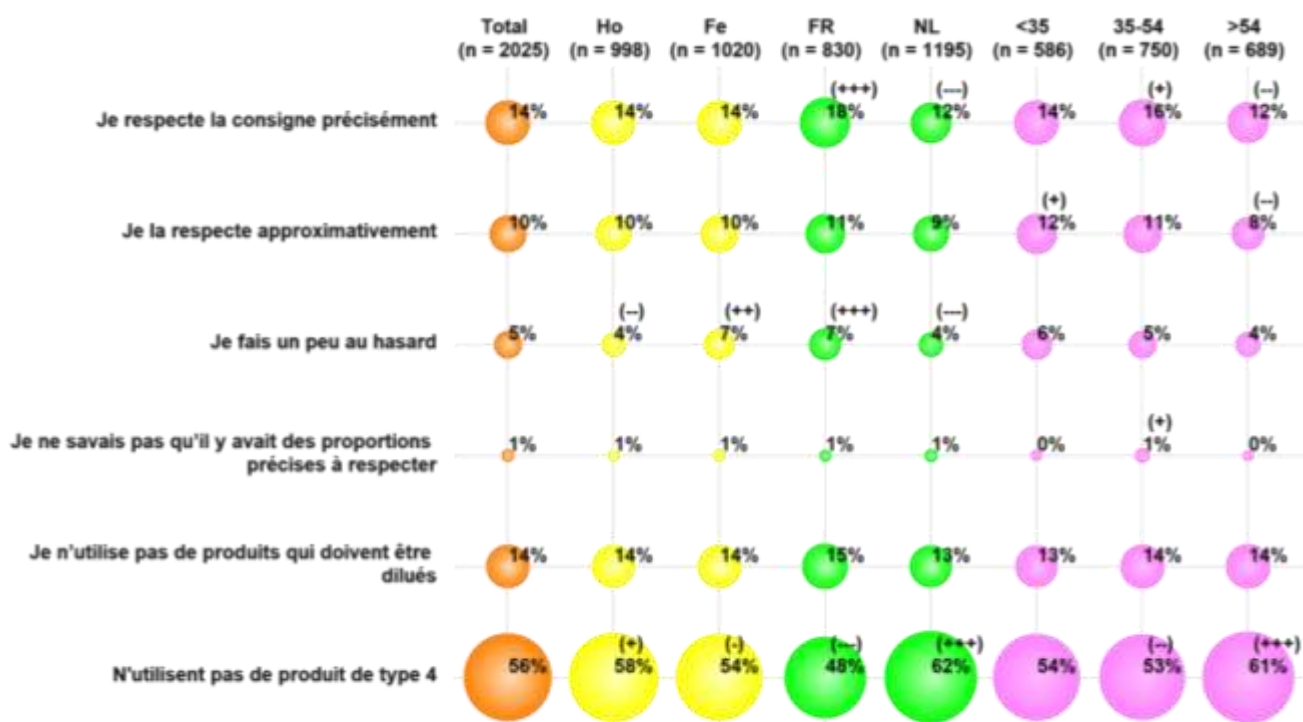
L'utilisation de protection n'est pas nécessaire lors de l'utilisation de PT04 par le grand public. En effet, le détenteur de l'autorisation doit prouver que son produit peut être utilisé de manière sûre par le grand public sans qu'une protection supplémentaire ne soit nécessaire s'il veut obtenir l'autorisation de mises sur le marché. Dès lors qu'il faut des protections pour que l'utilisation du produit soit sans risque, il n'est pas autorisé pour le grand public.

3.12.1. En termes de dilution

En ce qui concerne la dilution des produits biocides de type 04, 14% de la population utilisent des produits qui ne nécessitent pas d'être dilué dans de l'eau. Si l'on se restreint aux utilisateurs de PT04, cela revient à environ 32%.

14% des Belges respectent rigoureusement les consignes de dilution, 10% les respectent de manière approximative (par exemple, la quantité d'eau n'est pas mesurée précisément) et 5% disent le faire un peu au hasard (selon l'aspect ou l'odeur du produit final dilué). 1% de la population n'a pas conscience qu'il y a des consignes de dilution.

Q : Lorsqu'il faut diluer, mélanger un produit avec de l'eau, dans quelle mesure respectez-vous cette consigne ?

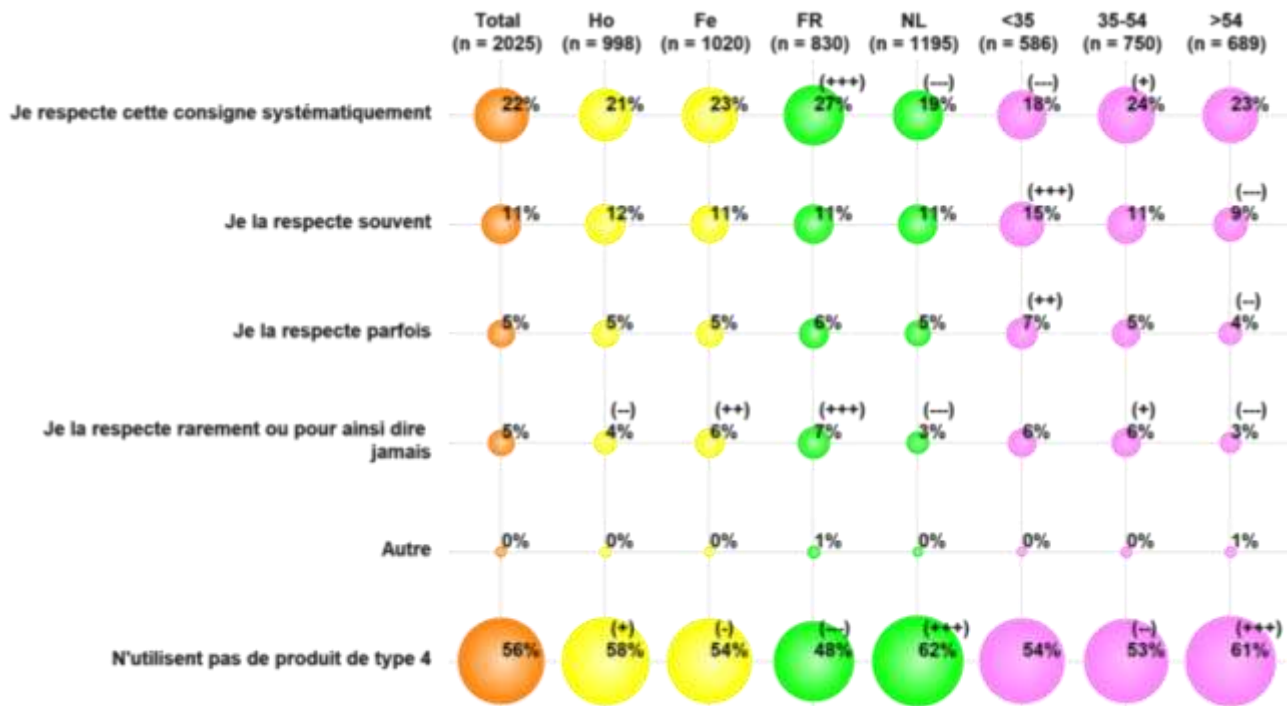




3.12.2. En termes de rinçage

Les personnes interrogées ne respectent pas systématiquement la consigne de rinçage après utilisation de PT04 (22% - soit 50% des personnes concernées, dont 5% ne le font jamais). Au contraire, 22% respectent cette consigne systématiquement, soit seulement la moitié des utilisateurs.

Q : Dans quelle mesure respectez-vous la consigne suivante : rincer à l'eau la surface en contact avec les denrées alimentaires après l'utilisation d'un produit désinfectant ?





4. Dangers des produits biocides (PT01, PT02 et PT04) : expériences négatives

16% de la population (320 répondants sur les 2.025 personnes interrogées) ont déjà rencontré des problèmes à la suite de l'utilisation de produits biocides, quels qu'ils soient (PT01, PT02, PT04). Si l'on regarde plus en détail les caractéristiques sociodémographiques des répondants qui ont rencontré un problème, on remarque les différences significatives suivantes : cela concerne davantage les femmes (18%), les personnes francophones (19%), les jeunes ayant moins de 35 ans (23%), les personnes vivant en milieu urbain (18%), les personnes actives (17%), les parents d'enfants de 0 à 3 ans (25%) et de 4 à 12 ans (20%) ainsi que les personnes ayant un animal domestique à la maison (18%).

Parmi les différents problèmes rencontrés, les irritations cutanées étaient les plus nombreuses : cela concerne 12% des répondants (sur les 16% ayant rencontré un problème, soit 75% des problèmes). De manière moins fréquente, 3% des répondants ont eu des brûlures, 3% des allergies et 1% a souffert de problème respiratoire.

Q : De quels types de problèmes s'agissait-il ?

	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)
Irritation de la peau	12%	9% (—)	14% (+++)	15% (+++)	9% (—)	16% (+++)	12%	7% (—)
Brûlures	3%	4% (++)	2% (-)	5% (+++)	2% (—)	5% (+++)	4%	1% (—)
Allergies	3%	1% (—)	4% (+++)	4% (++)	2% (-)	3%	3%	2% (-)
Difficultés respiratoires	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1% (-)
Autres	1%	1% (—)	2% (+++)	2% (++)	1% (-)	1%	2%	1%
N'ont pas rencontré de problème	84%	87% (+++)	82% (—)	81% (—)	87% (+++)	77% (—)	83%	92% (+++)

En cas de problème lié à l'utilisation d'un désinfectant biocide, on remarque que, dans plus de 56% des cas, aucune notification auprès d'un professionnel de la santé n'a été effectuée (9% de l'échantillon total et 12% auprès des répondants détenant un diplôme supérieur). En cas de notification, les professionnels ou organismes les plus



souvent consultés sont les suivants (les % ci-dessous font référence à l'échantillon total) :

- le médecin (traitant) : 4%
- le pharmacien : 1%
- le centre antipoison : 1%
- un hôpital : < 1%
- un collaborateur : < 1%

Q : L'avez-vous notifié/avez-vous consulté un professionnel ?

	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)
Non, je ne l'ai pas notifié	9%	8% (-)	11% (++)	12% (+++)	8% (-)	12% (++)	11% (++)	5% (-)	7% (-)	9%	12% (+++)
Oui, à un-mon médecin	4%	3% (-)	5% (++)	5% (+)	4% (-)	7% (+++)	5%	2% (-)	6% (++)	4%	4%
Oui, à un-mon pharmacien	1%	1% (-)	2% (+++)	1%	1%	3% (+++)	1% (-)	1% (-)	1%	1%	1%
Oui, au centre antipoison	1%	1%	0%	1%	0%	2% (+++)	0%	0%	1% (++)	0%	0%
Oui, à l'hôpital	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1% (++)		0%
Oui, à mon travail / collègue	0%		0%	0%	0%		0%				0%
N'ont pas rencontré de problème	84%	87% (+++)	82% (-)	81% (-)	87% (+++)	77% (-)	83%	92% (+++)	84%	86%	83%

Il a été demandé aux répondants qui ont rencontré un souci lors de l'utilisation de produits désinfectants biocides de suggérer quelles pourraient être les améliorations à apporter afin d'éviter les problèmes liés à la santé. Les arguments suivants ont été mentionnés spontanément (par ordre de fréquence) :

- Diminuer, voire arrêter l'utilisation de ce type de produits (n=48)
- Faire attention aux composants (agressifs, allergènes...), davantage lire la notice (n=31)
- Utiliser des protections (gants...) (n=29)
- Appliquer de la crème hydratante (n=28)
- Se rincer les mains après utilisation (n=11)
- Mieux informer sur l'emballage (consignes d'utilisation, de protection...) (n=6).



5. Influence de la crise de la COVID-19 sur l'utilisation des PT01, PT02 et PT04

La pandémie liée à la Covid-19 a clairement eu un impact sur l'utilisation des produits biocides, plus particulièrement les produits PT01. En effet, on constate les arguments suivants :

- ✓ davantage de personnes ont utilisé des produits désinfectants biocides.
 - 23% pour les PT04
 - 37% pour les PT02
 - 53% pour les PT01
- ✓ les consignes d'utilisation sont davantage lues
 - 19% pour les PT04
 - 26% pour les PT01
 - 27% pour les PT02
- ✓ les consignes d'utilisation sont davantage respectées
 - 28% pour les PT04
 - 42% pour les PT02
 - 45% pour les PT01

Enfin, plus d'1 personne sur 5 vérifie que le produit est efficace contre la Covid-19 :

- 21% pour les PT04
- 31% pour les PT02
- 35% pour les PT01

Le tableau ci-dessous résume les différentes informations concernant l'impact de la crise sur l'utilisation des biocides de types 01, 02 et 04.

		PT 1	PT 2	PT 4
✓ N'ont pas utilisé ou acheté de produits biocides désinfectants au cours des 12 derniers mois		36%	33%	56%
✓ Utilisez-vous plus de désinfectants depuis la Covid-19 ?	Beaucoup plus souvent	31%	14%	9%
	Plus souvent	22%	23%	14%
	Autant	8%	27%	18%
	Moins souvent	3%	4%	3%
✓ Lisez-vous davantage les consignes d'utilisation depuis la Covid-19 ?	Oui	26%	27%	19%
	Non	38%	40%	25%
✓ Respectez-vous davantage les consignes d'utilisation depuis la Covid-19 ?	Oui	45%	42%	28%
	Non	20%	25%	16%
✓ Vérifiez-vous que le produit est efficace contre la Covid-19 ?	Oui	35%	31%	21%
	Non	29%	37%	23%



IV. SYNTHÈSE

1. Utilisation des produits biocides auprès de la population belge au cours des 12 derniers mois

	PT 1	PT 2	PT 4
✓ Ont utilisé des produits biocides désinfectants au cours des 12 derniers mois	66%	67%	44%
✓ Ont utilisé des produits biocides désinfectants au cours des 12 derniers mois <u>uniquement à l'entrée des magasins</u>	17%		
✓ N'ont pas utilisé ou acheté de produits biocides désinfectants au cours des 12 derniers mois	36%*	33%	56%

* sont comptabilisés les répondants utilisant des produits biocides désinfectants uniquement en magasin (16% n'utilisent pas de PT01, 17% en ont utilisé uniquement à l'entrée des magasins et 2% n'achètent pas de produits biocides).

2. Utilisation des produits biocides désinfectants appliqués sur la peau ou le cuir chevelu (type 01)

- a. 84% de la population belge ont utilisé des produits biocides de type 01 dans le courant des 12 derniers mois.
 - i. Cependant, 17% indiquent n'utiliser que les produits mis à disposition dans les magasins (pendant la pandémie liée à la Covid-19). Il s'agit davantage de personnes âgées de 55 ans voire plus (21%) et des personnes ayant un niveau d'études inférieur au CESS (22%)
 - ii. 66% de la population belge ont utilisé des produits biocides de type 01 dans le courant des 12 derniers mois. L'analyse sociodémographique met en évidence certaines différences selon les profils. En effet, l'utilisation des PT01 est plus fréquente auprès des francophones (70% vs 64% pour les néerlandophones), des personnes ayant moins de 55 ans (74% chez les 18-34 ans et 71% chez les 35-54 ans), ayant un diplôme supérieur (74%).
- b. La principale raison pour l'utilisation de ce type de produits est clairement liée à la pandémie liée à la Covid-19 : plus de la moitié de la population belge (58%) l'utilise comme moyen de protection et ce, davantage auprès des répondants ayant un diplôme supérieur (67%), des jeunes (64%) ou des « middle-age » (61%), des francophones (61%) et des femmes (60% vs 56%).

13% doivent utiliser ce type de produit dans un contexte professionnel (obligation au travail), 11% en utilisent par habitude, depuis toujours. On constate également une plus grande sensibilité de la population au



contact des personnes plus faibles : 10% des répondants utilisent des PT01 lorsque quelqu'un de leur entourage est malade, 8% en présence de personnes ayant une immunité plus faible et 6% en présence d'enfants en bas âge. 4% en utilisent suite à des recommandations d'un professionnel de la santé et 4% en cas de présence d'un animal.

- c. 47% des Belges utilisent des produits biocides de type 01 au moins 1 fois par jour. Il s'agit principalement des femmes, des francophones, des 35-54 ans et des personnes détenant un diplôme supérieur.

13% l'utilisent quelques fois par semaine et 7% l'utilisent moins.

- d. En ce qui concerne les PT01, la forme la plus souvent achetée est le gel hydroalcoolique : 55%, suivies par les liquides (18%), les sprays/vaporisateurs (14%) et enfin les lingettes (14%).

3% de la population utilisent des PT01, mais n'en achètent jamais (il s'agit plutôt des hommes et des néerlandophones).

- e. 36% des Belges pensent que les PT01 ont des propriétés nettoyantes, surtout les jeunes de moins de 35 ans et les personnes ayant un niveau d'études plus élevé.

- f. 4% des Belges ont déjà mélangé leur produit biocide de type 01 avec un autre produit, le plus souvent, il s'agit d'huile essentielle ou de savon.

- g. En ce qui concerne le respect de la DLU :

- 18% des personnes interrogées ne la lisent pas (davantage les jeunes de moins de 35 ans, les francophones et les personnes détenant un diplôme supérieur)
- 12% la lisent, mais ne la respectent pas
- 34% disent la respecter (surtout les femmes et les personnes âgées de 35-54 ans)
- Un peu plus de la moitié des répondants ne connaît pas les consignes de date limite d'utilisation et de temps de contact nécessaire pour être efficace.

- h. Au niveau des déchets,

- Près de la moitié des Belges jette les emballages dans les sacs PMC (47%), surtout les femmes de moins de 35 ans avec un niveau d'éducation élevé. Les francophones de moins de 35 ans vont aussi les jeter dans la poubelle classique.
- 46% des Belges utilisent tout le produit dans son intégralité, surtout les femmes francophones de 35 à 54 ans et avec un niveau d'éducation élevé. 6% transvasent les restes du produit dans un autre contenant (plutôt les hommes, les jeunes de moins de 35 ans et les personnes ayant un niveau inférieur au CESS). Enfin, 7% jettent les résidus avec l'emballage.



- i. Les trois critères principalement pris en compte par les Belges pour acheter des PT01 sont le prix (34%), la petite taille du conditionnement (28%) ainsi que l'efficacité supérieure du pouvoir désinfectant (19%).
- j. Les deux lieux d'achat sont les grandes surfaces (28%) et les pharmacies ou parapharmacies (20%).
- k. En ce qui concerne les étiquettes : 13% des Belges lisent toute l'étiquette, 20% la lisent rapidement, en diagonale, 13%, lisent seulement une partie ou des parties spécifiques et 17% ne la lisent pas du tout. De plus,
 - 8% des Belges trouvent que les informations sur l'emballage sont peu ou pas du tout claires.
 - En cas de lecture partielle, les répondants s'attardent sur le pouvoir d'action désinfectante large (55%).
 - Lorsqu'ils trouvent que ce n'est pas ou peu clair, les principales raisons évoquées sont parce que c'est écrit trop petit (55%), c'est peu compréhensible (36%) et les termes utilisés sont considérés comme « trop scientifiques » (32%).
 - Ceux qui ne lisent pas entièrement la notice d'utilisation le justifient par le fait que c'est écrit trop petit (36%) et qu'ils savent utiliser le produit (26%).
 - Selon ceux qui ne lisent pas du tout la notice, les arguments invoqués sont que cela ne les intéresse pas (28%), que la police de caractère est trop petite (20%) et qu'ils n'ont pas le réflexe de lire la notice (23%).

3. Utilisation des produits utilisés pour désinfecter des surfaces qui ne sont pas en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux (type 02)

- a. Un peu plus de deux Belges sur trois utilisent des produits biocides de type 02 (67%), principalement sous forme de produits désinfectants multi-usages.
- b. Ceux qui n'en utilisent pas le justifient principalement car les produits nettoyants sont amplement suffisants (18%) ou qu'ils ne voient pas leur valeur ajoutée (7%).
- c. Ceux qui utilisent les PT02 le justifient car la surface est plus propre quand on la désinfecte en même temps (31%), car il s'agit d'une habitude (28%) et comme geste barrière contre la Covid-19 (27%). La présence d'animaux favorise également l'utilisation de ce type de produit.



- d. En termes de fréquence d'utilisation, plus d'un Belge interrogé sur quatre (28%) utilise plusieurs fois par semaine des produits biocides de type 02 et 14% en utilisent même quotidiennement.
- e. La formulation la plus utilisée pour le PT02 est le liquide en bidon ou en bouteille (49%), puis les sprays – vaporisateurs (30%).
- f. 23% des Belges ne lisent pas la DLU et 13% ont déjà utilisé le produit au-delà de la DLU, surtout les hommes francophones de moins de 35 ans.
- g. Au niveau des déchets,
- environ la moitié des Belges jettent l'emballage dans les sacs PMC (51%), surtout les femmes francophones de 35 à 54 ans ;
 - un peu moins de la moitié des Belges utilise le produit dans son entièreté (49%), surtout les femmes, les francophones et les personnes âgées de 35-54 ans. Enfin, 6% transvasent les restes dans un autre contenant (plus les hommes et les jeunes) et 6% le jettent avec l'emballage.
- h. Les trois critères d'achat les plus importants lors de l'achat d'un PT02 sont : le prix (36%), la facilité d'utilisation (22%) et l'efficacité du pouvoir de désinfection supérieure (20%).
- i. Les produits de type 02 sont majoritairement achetés en grandes surfaces (56%), surtout pour les francophones de 35 à 54 ans.
- j. Pour 53% des Belges, tous les produits d'entretien sont stockés au même endroit. Les deux pièces les plus utilisées pour ranger les produits sont la cuisine (29%) et dans le débarras (25%). Chez 13% des Belges, les PT02 sont accessibles aux enfants en bas âge.
- k. En ce qui concerne la lecture des informations qui se trouvent sur l'emballage, 15% des Belges lisent toute l'étiquette, 21% la lisent rapidement, en diagonale, 15% en lisent seulement une partie ou des parties spécifiques et 16% ne la lisent pas du tout. De plus,
- 14% des utilisateurs de PT02 trouvent que les informations sont peu ou pas du tout claires, essentiellement parce que c'est parce que c'est écrit trop petit (50%), c'est peu compréhensible (35%) et que les termes utilisés sont trop scientifiques (28%).
 - Lorsqu'ils lisent en partie l'étiquette, les utilisateurs s'attardent sur la largeur de l'action désinfectante (60%).
 - Ceux qui ne lisent pas entièrement la notice d'utilisation le justifient car ils savent utiliser ce type de produit (31%) et/ou que le texte est écrit trop petit (28%).
- l. Au niveau du respect des consignes d'utilisation,



- Environ la moitié des répondants qui utilisent des biocides de type 02 à forte concentration ne respectent pas précisément les consignes lors de la dilution du produit.
- Les personnes interrogées (58%) n'utilisent pas systématiquement de protection en cas d'utilisation des PT02 (dont 16% n'en utilisent jamais). À peine 9% en utilisent systématiquement. Parmi les 16% n'utilisant jamais de protection, il s'agit surtout de francophones, de femmes et de personnes âgées de 35-54 ans. Les répondants qui utilisent des protections le font pour protéger leurs mains (85%) et en cas d'allergie (10%). Par ailleurs 27% des utilisateurs soulignent la dangerosité de ce type de produit.

4. Utilisation des produits utilisés pour désinfecter des surfaces qui sont en contact avec les denrées alimentaires ou aliments pour animaux (type 04)

- a. 56% des Belges n'utilisent pas de produit de type 04. Il s'agit davantage de néerlandophones et de personnes âgées de 55 ans et plus. Lorsque le grand public achète ce type de produit, il s'agit surtout de désinfectants multi-usages (33%). Seul 19% des répondants utilisent des désinfectants spécifiques pour la cuisine (19%).
- b. La principale justification pour ne pas utiliser des PT04 réside dans le fait que les produits nettoyants disponibles sont suffisants (22%). De plus, ces produits sont chers (7%), ont peu de valeur ajoutée (7%) et sont toxiques (pour la santé : 6% et l'environnement : 5%).
- c. Au contraire, l'utilisation de désinfectant en plus d'un produit de nettoyage renforce auprès de 19% de la population le sentiment de propreté. De plus, 18% des répondants utilisent ces produits par habitude. La pandémie joue également un rôle non négligeable (17%). La présence d'animaux est également un facteur important.
- d. Au niveau de la fréquence, 18% des répondants utilisent les biocides de type 04 plusieurs fois par semaine et 12% les utilisent quotidiennement.
- e. Ce type de produits s'achètent généralement sous forme liquide, en bidon/bouteille (30%) ou en spray / vaporisateur (23%, conditionnement qui plaît particulièrement aux jeunes et middle age).
- f. 20% de la population est attentive à la DLU et la respectent (surtout les 35-54 ans et les femmes). 10% disent ne pas la respecter et 14% ne connaissent pas son existence (davantage les francophones, ayant un diplôme plus élevé).
- g. En ce qui concerne la gestion des déchets des PT04,
 - 34% de la population mettent les emballages dans les sacs PMC (77% des utilisateurs).



- 33% des répondants utilisent tout le produit. Dans une nette moindre mesure, 4% des utilisateurs récupèrent la fin du produit en transvasant dans un autre contenant et 4% jettent le reste avec son emballage. Enfin, 3% déversent le reste dans l'évier (essentiellement les jeunes de moins de 35 ans).
- h. Les principaux critères d'achat sont le prix (25%), la facilité d'utilisation (14%), l'efficacité supérieure (de désinfection : 13%), la notoriété de la marque (10%) et le parfum (10%).
- i. Ces produits sont typiquement achetés en grandes surfaces.
- j. Ces produits sont le plus souvent rangés à un seul endroit au sein de l'habitation (35% de l'échantillon total) bien que 9% de l'échantillon total les rangent à plusieurs endroits. Les Belges rangent ces produits d'entretien dans la cuisine (25%) ou dans un débarras (16%). Dans 8% des ménages, les biocides de type 04 sont accessibles aux enfants en bas âge.
- k. Un peu plus de 25% des utilisateurs de PT04 ne lisent pas les informations sur l'emballage. Il s'agit davantage de francophones.
 - Le pouvoir d'action large est une information importante lue par plus de la moitié des répondants qui parcourent les étiquettes. Viennent ensuite la lecture des pictogrammes (31%) et les composants (26%).
 - 15% des personnes qui lisent les étiquettes ne trouvent pas claires les informations disponibles sur l'emballage des produits.
 - 32% des personnes qui ne lisent pas entièrement la notice mentionnent des difficultés de lecture dues à la taille de la police utilisée. De plus, 17% mettent en avant un manque de clarté ou encore un vocabulaire considéré comme « trop scientifique » (11%).
 - 13% des personnes qui ne lisent pas les étiquettes ne parviennent pas à les lire à cause de la police utilisée (trop petite) et enfin, 5% trouvent que le contenu n'est pas très clair ou encore que le vocabulaire est considéré comme « trop scientifique » (5%).
- l. Au niveau du respect des consignes d'utilisation,
 - La moitié des répondants utilisant des PT04 ne respectent pas précisément les consignes de dilution.
 - Les consignes au niveau du rinçage des surfaces après utilisation ne sont respectées de manière systématique que par la moitié des utilisateurs.



5. Expériences négatives à la suite de l'utilisation de produits biocides

- a. 16% des répondants ont déjà rencontré des problèmes à la suite de l'utilisation de produits biocides (de type 01, 02 ou 04).
- Cela concerne davantage les femmes, les francophones et les jeunes de moins de 35 ans.
 - Dans la grande majorité des cas, il s'agit de problèmes dermatologiques (75%), largement devant les sensations de brûlures (20%) ou encore les allergies (20%).
 - Le plus souvent, les problèmes occasionnés par les produits biocides n'ont pas nécessité une consultation auprès d'un professionnel de la santé et n'ont pas été notifiés.



6. Influence de la crise de la Covid-19 sur l'utilisation des produits désinfectants

La crise de la Covid-19 a clairement impacté l'utilisation des produits biocides auprès de la population Belge. On constate un usage plus fréquent auprès de 53% des Belges pour les PT01, 37% pour les PT02 et 23% pour les PT04

En termes de comportements, les répondants mentionnent :

- davantage lire la notice : 26% de Belges invoquent lire davantage les consignes d'utilisation des PT01, 27% des PT02 et 19% des PT04
- davantage respecter les consignes d'utilisation : 45% pour les PT01, 42% pour les PT02 et 28% pour les PT04
- vérifier l'efficacité du produit contre la Covid-19 : 35% pour les PT01, 31% pour les PT02 et 21% pour les PT04.

		PT 1	PT 2	PT 4
✓ N'ont pas utilisé ou acheté de produits biocides désinfectants au cours des 12 derniers mois		36%	33%	56%
✓ Utilisez-vous plus de désinfectants depuis la Covid-19 ?	Beaucoup plus souvent	31%	14%	9%
	Plus souvent	22%	23%	14%
	Autant	8%	27%	18%
	Moins souvent	3%	4%	3%
✓ Lisez-vous davantage les consignes d'utilisation depuis la Covid-19 ?	Oui	26%	27%	19%
	Non	38%	40%	25%
✓ Respectez-vous davantage les consignes d'utilisation depuis la Covid-19 ?	Oui	45%	42%	28%
	Non	20%	25%	16%
✓ Vérifiez-vous que le produit est efficace contre la Covid-19 ?	Oui	35%	31%	21%
	Non	29%	37%	23%