

MÉNAGE ET ENTRETIEN DE LA MAISON

CE QUE LES BELGES FONT VRAIMENT

(et ce qu'ils en pensent)

Derrière chaque geste du quotidien — balayer, faire la vaisselle, repasser — il y a une organisation familiale, des habitudes bien ancrées, et parfois des inégalités persistantes. C'est pour les comprendre, les analyser sans les juger, que **Frosch, marque pionnière dans la conception et la production de produits d'entretien écologiques** a confié à l'institut **Listen** le soin de réaliser une étude approfondie sur les habitudes de nettoyage des Belges*.

Pénibilité des tâches ménagères, implication des enfants, conscience écologique, attention portée aux étiquettes, tendance au DIY... Rien n'est laissé sous le tapis. Et si cette étude parle de ménage, elle parle surtout de nous !

* Étude réalisée du 26 mai au 10 juin 2025 sur un échantillon représentatif de la population belge (1 000 personnes interrogées)



LES CHIFFRES CLÉS À RETENIR :

26%

DES BELGES

Lisent et comprennent vraiment les étiquettes des produits.

62%

DES BELGES

Désignent le lavage des vitres comme la tâche la plus pénible.

69%

DES BELGES

N'ont jamais fabriqué leurs produits ménagers eux-mêmes.

70%

DES ENFANTS

Participent (au moins occasionnellement) aux tâches ménagères.

73%

DES BELGES

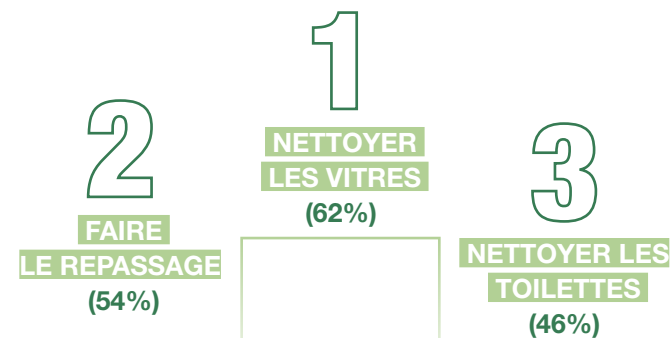
Choissent leurs produits en priorité en fonction du prix. Mais l'efficacité et la sécurité comptent aussi.



TÂCHES MÉNAGÈRES : CE QU'ON DÉTESTE VRAIMENT

Ce n'est un secret pour personne : certaines tâches ménagères donnent plus envie de fuir que de s'y mettre. Et selon l'étude, le résultat est sans appel.

LE TOP 3 DE LA PÉNIBILITÉ



Les plus de 55 ans sont les plus nombreux à détester les vitres (79%). Les plus jeunes, eux, râlent davantage pour faire la vaisselle ou remplir le lave-vaisselle.

À noter : les hommes placent le repassage en tête de liste, tandis que les femmes trouvent le nettoyage des vitres plus pénible.

ET PAR RÉGION ?

- **NORD** les vitres sont en haut du classement
- **SUD** la vaisselle à la main est la plus redoutée
- **BRUXELLES** c'est carrément le remplissage du lave-vaisselle qui énerve le plus

EN RÉSUMÉ pour près de 2 Belges sur 3, nettoyer les vitres serait donc la tâche la plus pénible sur la liste des corvées ménagères. La solution ? Un spray nettoyant vitres dont la formule permet de dégraisser en profondeur pour une propreté étincelante, sans laisser de résidus ni de traces et surtout sans avoir à user d'huile de coude. **Le Spray Nettoyant Vitres Frosch avec sa formule naturelle à base d'alcool nettoie et fait briller efficacement les surfaces vitrées ou lisses, tout en minimisant son impact écologique.**



LES ENFANTS PARTICIPENT... PLUS OU MOINS

Bonne nouvelle : 7 parents sur 10 affirment que leurs enfants participent aux tâches ménagères :



MAIS À QUEL ÂGE FAUT-IL COMMENCER ?

- **58%** pensent que l'implication devrait commencer avant 11 ans
- Les plus jeunes parents sont ceux qui sont les plus partisans d'un engagement précoce : 1 sur 3 évoque même avant 5 ans !

EN RÉSUMÉ Plus les parents sont jeunes, plus leurs enfants participent. Et si, grâce à des formules de produits ménagers sains, efficaces et sans compromis sur la santé et la planète, on n'avait plus à craindre de solliciter les enfants pour nous aider dans certaines tâches du quotidien comme nettoyer la table, remplir ou vider le lave-vaisselle ? **Les produits Frosch sont certifiés Ecolabel Européen (un gage de bonnes performances environnementales d'efficacité et de sécurité). Ils ne contiennent aucun ingrédient controversé, et sont formulés à partir de tensioactifs végétaux européens. Certaines références ont même été testées scientifiquement pour mesurer leur impact sur la qualité de l'air intérieur et bénéficient de la certification Air Label Score. « Kid dit mieux ? » Mais attention, cela ne dispense pas de superviser l'enfant dans la réalisation des tâches ménagères.**



DIY & ENVIRONNEMENT : UNE MINORITÉ MOTIVÉE

Faire ses produits ménagers soi-même ? Une belle idée, qui séduit de plus en plus... mais qui reste encore marginale en pratique. **69% des Belges n'ont jamais fabriqué leurs produits ménagers**, et parmi ceux qui se sont lancés, ils sont 17 % à s'y mettre occasionnellement. A noter que ce sont les Bruxellois (48%) et les 18-34 ans qui se montrent les plus ouverts à cette pratique. **Près de 50% des Belges ayant testé la fabrication de leurs produits ménagers n'ont pas réitéré l'expérience.** Manque de temps ? Manque d'efficacité ? Mauvais dosage ou mésusage ?

EN RÉSUMÉ Attention au DIY ! Certaines fabrications maison, mal maîtrisées, peuvent en effet s'avérer dangereuses, voire toxiques. **A celles et ceux qui souhaitent profiter de la naturalité et de l'efficacité d'ingrédients ayant fait leurs preuves, sans dépenser trop de temps (ni d'argent) en préparation, Frosch se présente comme une vraie alternative avec ses formules prêtes à l'emploi, efficaces, écologiques et sûres pour toute la famille.**



L'ACHAT DE PRODUITS : EFFICACE ET PAS CHER

Lorsqu'il s'agit de remplir le placard à produits, les Belges sont clairs :

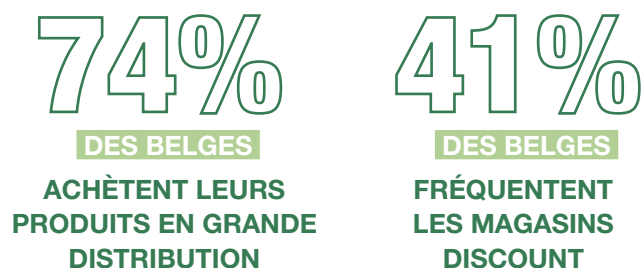
LEURS PRIORITÉS ?

- **LE PRIX** reste le critère numéro un pour 73 % d'entre eux
- **LES PROMOTIONS** viennent ensuite (47 %)
- **L'EFFICACITÉ** (44 %)

Et les critères comme l'écologie, la composition ou l'absence d'allergènes ? Ils ne sont pris en compte que par 1 Belge sur 8. Une proportion qui grimpe toutefois à 1 sur 4 à Bruxelles, où la sensibilité environnementale est plus marquée.

Résultat : les marques ont encore du chemin à parcourir pour sensibiliser les consommateurs aux enjeux de santé, de sécurité et d'impact environnemental liés aux produits d'entretien.

CÔTÉ LIEUX D'ACHAT :



LES JEUNES GÉNÉRATIONS : elles, diversifient davantage leurs points d'approvisionnement : enseignes bio, DIY, achats en ligne...

À noter : 10 % des 25-34 ans se rendent en magasin bio, contre seulement 3 % des 45-54 ans, ces derniers privilégiant massivement les GMS (84 %, contre 57 % chez les 25-34 ans). **Avec un positionnement prix équivalent à celui des grandes marques de produits d'entretien conventionnels, Frosch prouve qu'on peut allier efficacité, composition responsable, certifications européennes, engagements écologiques et accessibilité.**

EN CONCLUSION

L'étude menée par Listen pour Frosch dessine finalement le portrait d'un ménage belge tout en nuances :

- **LES TÂCHES LES PLUS « PHYSIQUES »** comme les vitres ou le repassage restent les plus redoutées, surtout chez les plus âgés. Côté repassage, ce sont les hommes qui sont plus réticents.
- **UNE TENDANCE SE DESSINE :** les jeunes parents encouragent davantage la participation des enfants aux tâches domestiques, signe d'un changement dans la répartition des responsabilités à la maison.
- **UNE ENVIE CROISSANTE D'AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT,** qui se confronte encore trop souvent aux réalités économiques et à des habitudes d'achat bien ancrées, dont il est parfois difficile de s'affranchir.

ÉTIQUETTES : UNE LECTURE EN DEMI-TEINTE

Lire l'étiquette, c'est bien. Comprendre ce qu'elle dit, c'est mieux.

- **50%** des Belges lisent les étiquettes au moins de temps en temps
- Mais seuls **26%** disent les lire ET les comprendre

Les hommes et les 25-34 ans sont les plus assidus. A l'inverse, les personnes âgées de 45-54 ans avouent plus souvent ne comprendre qu'une partie (ou rien du tout). Un véritable enjeu de pédagogie et de transparence pour les marques... quand elles ne pratiquent pas le greenwashing. Quitte à choisir les yeux fermés, mieux vaut se tourner vers des marques qui jouent la transparence.

CHOISIR FROSCH, C'EST FAIRE LE CHOIX :

1. De formules à base de tensioactifs d'origine végétale (et provenant de l'UE) et testées dermatologiquement.
2. De matières premières qui respectent l'homme et l'environnement.
3. De formules véganes, sans ingrédients d'origine animale.
4. D'un mode de production durable, optimisé grâce à une gestion de l'impact environnemental et énergétique.
5. Plus de 30 ans d'expérience dans la fabrication de produits ménagers écologiques.

La confiance est dans la bouteille.



Depuis sa création, en 1986, la célèbre marque à la grenouille de produits d'entretien écologiques **Frosch s'engage à proposer une alternative écologique respectueuse de l'homme et de l'environnement, garantissant la même efficacité que les gammes conventionnelles, avec des prix en phase avec le marché.** Liquides vaisselle, lessives, nettoyants ménagers pour la cuisine et la salle de bain... Des produits bons pour la planète, prenant soin de la santé des consommateurs (surtout quand les plus jeunes sont amenés à participer davantage aux tâches ménagères) et transparents : garantis sans microplastiques, avec des ingrédients d'origine naturelle ainsi qu'un engagement fort pour un étiquetage clair et pour la réduction et le recyclage des emballages.

TOUS LES PRODUITS FROSCH SONT DISPONIBLES EN SUPERMARCHÉS ET CHEZ BIO PLANET.