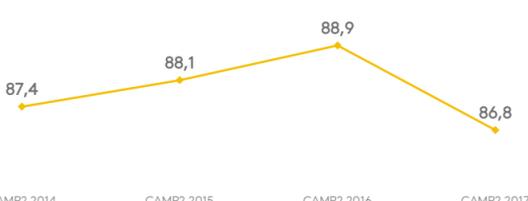


# Marché de l'entretien : retour aux produits d'Antan



Le rayon des nettoyants ménagers est fortement délaissé cette année!

→ Taille de clientèle



- 580 000 foyers dans le linéaire vs 2016



Pour la première fois depuis plusieurs années, les foyers français ont moins dépensé dans le rayon nettoyant ménager en venant moins souvent.

Sommes dépensées par année:

Fréquence d'achat:



CAM P2 2014 : 5 actes d'achat  
CAM P2 2015 : 5,1 actes d'achat  
CAM P2 2016 : 5,3 actes d'achat  
CAM P2 2017 : 5 actes d'achat



À l'inverse les produits « basiques » prennent leur place dans les foyers Français.

Taille de clientèle :	CAM 1T 2016	CAM 1T 2017
Le bicarbonate de soude	14.7%	16.4%
Le Savon Noir	12.2%	13.4%
Le Savon de Marseille	5.1%	5.7%
Le Vinaigre Blanc	61.5%	64.0%



**Raison 1 :** Le ménage reste une corvée pour les Français, ils cherchent à aller au plus simple...



**69%** des Français considèrent\* le ménage comme une corvée !

\*Tout à fait d'accord ou d'accord à la question « le ménage c'est une corvée »



Et pour beaucoup la simplification se fait aussi sur l'utilisation de produits multi usages...

**50%** des Français disent: « Pour le ménage je privilégie un seul produit pour tout faire. »

= SIMPLIFICATION DES GESTES



Les recettes de grand-mère simples et économiques auraient de multiples utilisations !

Les ingrédients pour un litre de nettoyant : 1 litre d'eau, 1 cuillère à soupe de bicarbonate de soude, 1 cuillère à soupe de vinaigre blanc, 1 cuillère à soupe d'huiles essentielles au choix : lavande, romarin, citron jaune ou vert!

**Raison 2 :** Le rayon entretien n'est pas épargné par les « bad buzz » et notamment sur le marché des nettoyants ménagers.

LA PRESSE EN PARLE !

« Produits d'entretien : la liste noire de 60 millions de consommateurs »

« 21 produits d'entretien dangereux pour la santé »

« Minidou, Febreze, Harpic... 7 produits ménagers à bannir d'urgence ! »

NEWS

Alors que sur l'entretien la confiance se stabilise, le rayon souffre déjà d'un manque de confiance vs les autres catégories...

Score moyen de confiance des ménages en 2016 :



Les consommateurs sont à la recherche de plus de **transparence** et de **naturalité**!

**71%**

Des Français pensent que la confiance en la marque est un critère de choix important pour un nettoyant ménager (2015)

**52%**

Des Français pensent que les informations sur l'étiquette ou l'emballage sont un critère de choix important pour un nettoyant ménage (2015)

**63%**

Des ménages français préfèrent choisir un produit qui a plus d'ingrédients naturels qu'un autre (2016 vs 58% en 2014)



Certaines marques réussissent cependant à jouer sur la tendance et affichent de très bonnes performances!

RAINETT

12% de foyers acheteurs (+1.7 pts)  
480 000 ménages recrutés  
Près de 8M de points de contact

La promesse verte

SANYTOL

16.4% de foyers acheteurs (+1.6 pts)  
473 000 ménages recrutés (vs Cam P2 16)  
10M de points de contact

La promesse désinfectante

BRIOCHIN

9.6% de foyers acheteurs (+2.5 pts)  
708 000 ménages recrutés  
4M de points de contact

La promesse d'Antan