



Association internationale de la savonnerie, de
la détergence et des produits d'entretien



Développer l'hygiène des ménages pour répondre aux besoins du XXIe siècle

**Rapport collaboratif entre l'industrie et le
milieu universitaire sur le nettoyage et la
désinfection des habitations et analyse des
croyances et comportements des
consommateurs européens en matière
d'hygiène en 2020**

Par l'A.I.S.E. (Association internationale de la savonnerie, de la détergence et des produits
d'entretien) et l'IFH (International Scientific Forum on Home Hygiene)

AVRIL 2021



Table des matières

Résumé du Rapport.....	3
5. Conclusions	24
ANNEXES	27

Résumé du rapport

Ce rapport conjoint est co-rédigé par l’A.I.S.E., Association internationale de la savonnerie, de la détergence et des produits d’entretien et l’IFH, Forum scientifique international sur l’hygiène domestique. L’hygiène, c’est-à-dire les pratiques par lesquelles les gens entretiennent ou promeuvent une bonne santé, est primordiale au XXI^e siècle et a joué un rôle crucial dans la lutte contre la pandémie de coronavirus en 2020 et 2021.

L’A.I.S.E. et l’IFH soutiennent les principes de l’Hygiène ciblée, une approche basée sur l’évaluation et la gestion des risques qui affirme que, pour être efficaces, les pratiques d’hygiène doivent être ciblées aux moments et aux endroits qui comptent, afin de briser la chaîne d’infection et de réduire le risque d’exposition à des microbes nocifs. Une évaluation des données microbiologiques liées à la transmission de microbes nocifs dans les environnements de vie, couplée à l’observation des comportements des personnes, indique qu’il existe 9 moments clés dans notre vie quotidienne où l’hygiène compte vraiment. À chacun de ces moments, les pratiques d’hygiène doivent être ciblées sur les surfaces critiques, telles que les mains, les surfaces de contact des mains et les ustensiles de nettoyage pour éviter la propagation de microbes nocifs. Un aspect tout aussi important de l’Hygiène ciblée réside dans la nécessité d’appliquer des procédures d’hygiène efficaces qui peuvent être utilisées pour briser la chaîne d’infection à des moments clés. Dans de nombreux cas, cela peut se réaliser à travers la suppression des microbes, par exemple à l’aide de produits de nettoyage à base de détergent, mais dans certains cas, un produit désinfectant pour les surfaces ou les mains est nécessaire.

Ce rapport évalue la manière dont l’hygiène des ménages évolue pour répondre aux besoins du XXI^e siècle. La prise de conscience croissante de la nécessité d’une hygiène efficace offre à l’industrie des opportunités importantes pour innover, développer et commercialiser de nouveaux produits d’hygiène qui non seulement maximisent la protection contre les infections, mais garantissent également une utilisation durable des ressources.

Nous pensons que le fait d’amener les consommateurs à adopter cette approche ciblée et scientifiquement prouvée de l’hygiène chez eux et dans la vie quotidienne, pourrait avoir un impact significatif sur la réduction de la propagation de l’infection et l’assurance d’une meilleure santé pour les citoyens européens.

Le rapport contient également les résultats d’un sondage paneuropéen réalisé par l’A.I.S.E. en février 2020, pour évaluer la façon dont les croyances des consommateurs sur les risques d’hygiène affectent leurs actions. Le sondage indique que, bien que les actions des consommateurs soient dans une certaine mesure guidées par leur perception du risque, il existe une compréhension limitée de ce que sont les situations à risque clés, ainsi que des moments (et endroits) où l’hygiène est nécessaire. Ainsi, les consommateurs déclarent utiliser des désinfectants dans certaines situations où ils sont nécessaires, tandis que dans d’autres situations à risque similaire, ils ne sont que rarement utilisés. De même, il a été observé une utilisation de désinfectants dans des situations normalement considérées comme à faible risque.

Lorsque le sondage a été répété en juin 2020, il a été constaté que, malgré le fait que la pandémie de COVID-19 ait fourni une opportunité sans précédent pour la promotion de l’hygiène, peu de preuves indiquaient qu’elle ait modifié la perception des consommateurs sur les comportements à risque et l’hygiène.

Un autre obstacle au changement de comportement mis en évidence par le sondage réside dans le manque de clarté quant à la signification réelle du terme « hygiène ». Alors que la majorité des consommateurs étaient d’accord sur le fait que l’hygiène est plus qu’une simple propreté, un grand nombre d’entre eux pensaient qu’il s’agissait d’une seule et même chose, tandis que d’autres pensaient que l’hygiène consistait spécifiquement à utiliser un désinfectant.

Les résultats suggèrent que, pour réussir les activités de promotion de l'hygiène visant à modifier le comportement des consommateurs, elles doivent être accompagnées d'une éducation des consommateurs aux concepts de base de l'Hygiène ciblée.

En conclusion, le rapport présente un certain nombre de mesures à prendre afin de maximiser l'efficacité de l'hygiène, tout en traitant les questions de durabilité.

5. Conclusions

L'hygiène de prévention des infections, c'est-à-dire les pratiques par lesquelles les personnes entretiennent ou promeuvent une bonne santé en brisant la chaîne de l'infection, est d'une importance capitale au XXI^e siècle. Elle est essentielle non seulement dans la lutte contre la pandémie actuelle de COVID-19 et autres maladies infectieuses, mais aussi pour résoudre d'autres questions cruciales telles que le problème mondial de la résistance aux antibiotiques et la protection du nombre croissant de personnes vivant dans la communauté qui sont plus vulnérables aux infections en raison du vieillissement ou des conditions sanitaires sous-jacentes.

L'Hygiène ciblée : un cadre pour développer des produits d'hygiène efficaces et durables pour répondre aux besoins du XXI^e siècle

L'A.I.S.E. soutient les principes d'Hygiène ciblée tels que définis par un consensus d'experts dans un livre blanc 2018 de l'IFH³⁰. L'Hygiène ciblée repose sur les principes d'évaluation et de gestion des risques, ainsi que sur la notion que, pour être efficace, les pratiques d'hygiène doivent être focalisées aux moments et aux endroits qui comptent pour casser la chaîne d'infection et réduire le risque d'exposition à des microbes nocifs. Dans ce rapport, les principes d'Hygiène ciblée sont décrits et soumis à discussion par rapport aux modalités d'évolution de l'hygiène pour répondre aux besoins et enjeux du XXI^e siècle. Bien que l'Hygiène ciblée ait été initialement développée comme un moyen de maximiser l'efficacité de l'hygiène à la maison et dans la vie quotidienne, elle fournit également un cadre pour aborder les questions de durabilité, en assurant que l'utilisation des produits d'hygiène est ciblée dans les situations où elle est nécessaire et en quantités suffisantes pour briser la chaîne de l'infection. Ceci est particulièrement pertinent pour l'A.I.S.E. et ses membres dans un contexte où l'Europe dispose du Green Deal de l'UE comme priorité et vise à devenir le premier continent neutre pour le climat³¹ dans le monde, et où l'industrie s'engage à contribuer activement à de telles ambitions.

Le portefeuille de produits couverts par l'A.I.S.E., c'est-à-dire les détergents et produits d'entretien, y compris les désinfectants, est essentiel pour permettre aux consommateurs de pratiquer une Hygiène ciblée efficace. La prise de conscience croissante du besoin d'hygiène à la maison et dans les environnements de la vie quotidienne comme indiqué dans la *section 4.2.*, associée à notre compréhension croissante de la manière dont les infections se propagent dans les environnements domestiques et à l'application des techniques de gestion des risques (voir *section 3*), offrent à l'industrie des opportunités significatives de développer, d'innover et de commercialiser de nouveaux produits d'hygiène qui maximisent la protection contre les infections et assurent une utilisation durable des ressources (eau, savon, détergents, désinfectants, chaleur, etc.) disponibles pour prévenir la propagation des infections.

➔ **L'A.I.S.E. et l'IFH pensent que le fait d'amener les consommateurs à adopter cette approche scientifiquement prouvée de l'hygiène chez eux et dans la vie quotidienne aurait un impact significatif sur la réduction de la propagation de l'infection et donc sur l'assurance d'une meilleure santé pour les citoyens européens.** Nous encourageons donc fortement sa reconnaissance et son inclusion dans le cadre du programme de la Commission européenne EU4Health.

30. Contenir la charge des maladies infectieuses est la responsabilité de tous : il faut une stratégie intégrée pour développer et promouvoir le changement des comportements d'hygiène à la maison et dans la vie quotidienne ». 2018 <https://www.ifh-homehygiene.org/review/containing-burden-infectious-dis-ease-everyones-responsibility-call-integrated-strategy>

31. Voir les priorités de la Commission européenne : https://europa.eu/european-union/about-eu/priorities_fr

L'amélioration du comportement des consommateurs européens en matière d'hygiène par le biais de l'éducation pourrait offrir des opportunités de réduire davantage le fardeau des maladies infectieuses.

Obtenir les avantages pour la santé qu'une approche de gestion des risques en matière d'hygiène dans les environnements communautaires pourrait offrir signifie : amener les consommateurs à adopter une Hygiène ciblée chez eux et dans leur vie quotidienne.

Ce rapport contient les résultats d'un sondage paneuropéen réalisé en février 2020 par l'A.I.S.E. et co-créé avec l'IFH, pour mieux comprendre les croyances des consommateurs en matière d'hygiène par rapport aux risques d'infection chez eux, ainsi que la façon dont ceci affecte leurs actions et leur utilisation de produits d'hygiène. Le sondage confirme que les consommateurs sont conscients de l'importance de la propreté et de l'hygiène en Europe. Mais il indique également que, bien que les actions des consommateurs soient dans une certaine mesure guidées par leur perception du risque, il existe un malentendu significatif sur les situations à risque clés dans leurs foyers, ainsi que sur les moments (et endroits) où l'hygiène doit être pratiquée afin de maximiser la protection contre les infections. De même, lors de l'évaluation des schémas d'utilisation des désinfectants auto-déclarés, il a été constaté que, bien que les consommateurs qui déclaraient utiliser des désinfectants disaient ne les utiliser que dans des situations où ils pensaient qu'il existait un risque, il a en réalité été noté une utilisation auto-déclarée dans certaines situations à risque où ils sont nécessaires, tandis que dans d'autres situations à risque similaire, les désinfectants n'étaient que rarement utilisés. De même, on a constaté une utilisation des désinfectants dans des situations normalement considérées comme à faible risque.

Dans l'ensemble, les résultats de l'enquête suggèrent que les consommateurs ont une conscience assez limitée de la façon dont les microbes nocifs se propagent chez eux (chaîne de l'infection) et une mauvaise compréhension de la nécessité de cibler les pratiques d'hygiène et d'utiliser les produits de manière appropriée pour briser la chaîne de l'infection, ainsi que de la manière d'y parvenir.

Immédiatement après la fin du sondage de février, a surgi l'apparition rapide de la pandémie de COVID-19 en Europe. En juin 2020, il a été décidé de renouveler le sondage pour rechercher des changements dans les attitudes et les comportements en matière d'hygiène. Bien que la pandémie de COVID-19 ait fourni une opportunité sans précédent aux autorités sanitaires de promouvoir des messages importants sur l'hygiène tels que le lavage des mains visant à prévenir l'infection à la COVID-19 de personne à personne, peu de preuves indiquaient que la pandémie ait été suffisante pour modifier la perception des gens par rapport aux risques et les inciter à adopter des comportements d'hygiène mieux alignés avec l'Hygiène ciblée. Un endroit où le sondage a identifié un changement notable résidait dans la sensibilisation des consommateurs aux risques et à l'importance de l'hygiène en dehors de leur domicile, dans les transports en commun et dans les magasins et supermarchés. Il a également été constaté une augmentation marquée du nombre de consommateurs déclarant se laver les mains en rentrant chez eux.

➔ **Les résultats suggèrent que si l'on veut que les activités de promotion de l'hygiène visant à modifier le comportement des consommateurs soient couronnées de succès, elles doivent être accompagnées d'une éducation des consommateurs à ces concepts de base.** Toutefois, si l'on veut parvenir à un changement de comportement, il serait très utile de mener des recherches plus approfondies afin d'obtenir une meilleure compréhension de la façon dont les consommateurs perçoivent l'hygiène, ainsi que de la manière dont elle affecte leur comportement.

Complexité des messages et de la compréhension en matière d'hygiène en Europe : obstacles potentiels au changement de comportement des consommateurs

Un autre obstacle au changement de comportement des consommateurs mis en évidence par le sondage est le manque de clarté et de cohérence dans toute l'Europe concernant ce que l'on entend par « hygiène » et « nettoyage », en particulier en ce qui concerne la différence entre l'hygiène et la propreté. La résolution de ces problèmes est rendue encore plus difficile par les variations des attitudes culturelles

à l'égard de l'hygiène et des subtilités linguistiques. Bien que la majorité des consommateurs soient d'accord sur le fait que l'hygiène signifie plus que la propreté et implique la protection de la santé, un nombre important de consommateurs pensait qu'il s'agissait d'une seule et même chose, tandis que d'autres pensaient que l'hygiène consistait spécifiquement à utiliser un désinfectant. Le sondage indiquait également une confusion des consommateurs quant au fonctionnement des produits de nettoyage et de désinfectant pour « se débarrasser » des microbes. Ces résultats suggèrent que les consommateurs peuvent donc interpréter différemment les revendications et les instructions d'utilisation des produits en fonction de ce qu'ils pensent que ces termes signifient.

- ➔ **Dans ce contexte, l'éducation des consommateurs et des conseils pratiques adéquats fournis par les professionnels de la santé, l'industrie et d'autres parties prenantes seront cruciaux.**

Travailler ensemble pour changer la compréhension du public et le comportement en matière d'hygiène

Dans le livre blanc 2018 de l'IFH, le groupe de travail de consensus a conclu que *« l'essentiel est que la promotion du changement de comportement en matière d'hygiène ne sera pas efficace tant que nous ne nous efforcerons pas également de changer la compréhension du public en matière d'hygiène et son rôle dans la protection contre les maladies infectieuses tout en permettant l'exposition aux microbes essentiels à notre santé »*. Le document politique 2019 de la RSPH indiquait également que *« si des mesures ne sont pas prises, dans l'ensemble du spectre des parties prenantes (y compris les agences gouvernementales, les professionnels de santé/soignants communautaires, les médias et le secteur privé) pour changer la compréhension des consommateurs en matière de microbes dans leur monde moderne et la façon dont le nettoyage et l'hygiène peuvent fonctionner pour se protéger contre l'exposition aux microbes nocifs, l'impact de l'investissement dans la promotion de l'hygiène ne sera pas réalisé »*.

Le rapport conclut que pour rétablir la confiance dans l'hygiène et obtenir un changement de comportement en matière d'hygiène, les acteurs de l'hygiène doivent travailler en collaboration avec ceux qui communiquent directement avec le public, y compris les travailleurs communautaires, les médias et le secteur privé, afin de garantir des messages cohérents et responsables sur les pratiques et les produits d'hygiène. Les consommateurs ont besoin d'énoncés clairs sur l'importance de l'hygiène, ainsi que d'une approche ciblée simple et plausible de l'hygiène basée sur la rupture de la chaîne de transmission des infections, qui remplace les notions simplistes actuelles d'hygiène par la propreté à la maison et l'élimination des microbes.

Une des conclusions clés du livre blanc de l'IFH, 2018

- ➔ **Les auteurs de ce rapport, l'A.I.S.E. et l'IFH conviennent que pour réaliser les avantages pour la santé des consommateurs en adoptant une approche ciblée de l'hygiène, un certain nombre d'actions doivent être prises afin de maximiser l'efficacité de l'hygiène en termes de réduction de la charge de l'infection, tout en traitant des questions de durabilité.**

Il s'agit notamment :






- De dialoguer et de persuader les consommateurs de comprendre et d'adopter une Hygiène ciblée lorsque des mesures d'hygiène sont prises aux moments importants, afin de briser la chaîne d'infection.
- De dialoguer et d'éduquer les consommateurs d'une manière qui les encouragera à se concentrer sur l'utilisation de désinfectants dans des situations à risque où l'utilisation peut avoir un impact réel sur la réduction de la propagation de l'infection, ainsi que d'expliquer les différences entre le nettoyage et la désinfection.
- De créer un dialogue au sein de l'industrie sur les opportunités qui existent pour des approches plus cohérentes en Europe concernant la terminologie, les revendications et les conseils d'utilisation des produits.
- D'étendre ce dialogue entre l'industrie, la communauté scientifique, les autorités compétentes et d'autres parties prenantes pertinentes pour tirer parti des opportunités offertes par l'Hygiène ciblée, en vue de poursuivre les progrès vers l'application d'une approche du marché unique et la fourniture d'un avantage sanitaire accru pour les citoyens européens.

Les auteurs de ce rapport prévoient de développer des documents d'orientation des consommateurs afin de contribuer à modifier ces habitudes, lorsque cela est nécessaire. L'IFH est active depuis 1997 dans le développement et la promotion de documents de formation pour différents groupes cibles via le site web de l'IFH (www.ifh-homehygiene.org). L'A.I.S.E. fournit des conseils aux consommateurs via son portail cleanright.eu depuis 2008. Suite à ce rapport, l'A.I.S.E. souhaite poursuivre un programme d'éducation avec toutes les parties concernées afin de garantir un comportement adéquat des citoyens en Europe.

ANNEXES

ANNEXE 1 : LES POINTS DE CONTACT CRITIQUES AUX 9 MOMENTS DE L'HYGIÈNE.....28

ANNEXE 1 : LES POINTS DE CONTACT CRITIQUES AUX 9 MOMENTS DE L'HYGIÈNE

MOMENT CLÉ	PATHOGÈNES TYPIQUES (LISTE NON EXHAUSTIVE)	POINTS CRITIQUES DE CONTRÔLE (PCC)	CONSEIL
 1. Pendant la manipulation des aliments	Les maladies d'origine alimentaire peuvent être causées par des virus bactériens pathogènes et des protozoaires, tels que le <i>Campylobacter</i> , la salmonelle, le <i>staphylocoque doré</i> , la <i>Listeria</i> , le <i>norovirus</i>	Mains, surfaces de contact alimentaire, ustensiles de cuisine, chiffons / éponges utilisés pour nettoyer les surfaces	Lors de la manipulation et de la préparation d'aliments crus, le nettoyage des PCC doit être effectué immédiatement après. Cela signifie que le risque est entièrement et immédiatement maîtrisé. Il s'agit également de la manière la plus « durable » car cela signifie qu'il n'est pas nécessaire de traiter toutes les surfaces de la cuisine afin de contenir les risques d'agents pathogènes d'origine alimentaire.
 2. Lorsque l'on mange avec les doigts	Pathogènes gastro-intestinaux, similaire à ceux ci-dessus	Mains	Les mains sont la « dernière ligne de défense ». Le nettoyage hygiénique des mains permet d'assurer que les agents pathogènes gastro-intestinaux ramassés sur les mains au cours de la vie quotidienne normale ne sont pas transférés des mains par la nourriture vers la bouche.
 3. Utilisation de toilettes ou change de la couche d'un bébé	Agents pathogènes gastro-intestinaux, comme ceux ci-dessus, trouvés dans les selles d'une personne infectée	Mains, surfaces de contact des mains (poignée, siège et couvercle des toilettes, poignées du robinet, porte des toilettes), serviettes, chiffons / éponges utilisés pour nettoyer les surfaces	Le lavage des mains après utilisation des toilettes est la « dernière ligne de défense », mais le nettoyage hygiénique des surfaces de contact des mains combiné au lavage des mains empêche la propagation d'agents pathogènes intestinaux issus de projections ou aérosols, ou via les mains.
 4. Toux, éternuements et écoulement nasal	Rhumes et virus de la grippe et plus récemment COVID-19	Mains, surfaces de contact des mains, chiffons / éponges utilisés pour nettoyer les surfaces, tissus	La distanciation sociale et les masques empêchent les virus respiratoires qui sont expulsés par les particules aériennes générées par la toux et les éternuements inhalés par d'autres personnes se trouvant à proximité. L'hygiène des mains empêche les virus ramassés sur les mains par le nez et la bouche d'être transmis aux autres par les surfaces de contact des mains fréquemment touchées par les autres.
 5. Contact avec des surfaces fréquemment touchées par d'autres personnes	Tout virus pathogène, bactérie ou champignon, gastro-intestinal, respiratoire, cutané, oculaire ou plaie	Poignées de porte, rampes d'escalier, télécommandes de téléviseurs, claviers d'ordinateur, appareils mobiles partagés, etc., chiffons / éponges utilisés pour nettoyer les surfaces	Comme nous ne pouvons pas nous laver les mains tout le temps, l'hygiène des mains ainsi que le nettoyage de ces surfaces se combinent pour empêcher la propagation des agents pathogènes.






6. Manipulation et lavage de vêtements, serviettes et linge de lit

Microbes cutanés tels que *le staphylocoque doré* (y compris MRSA) (infection cutanée), le tinea pedis (pied d'athlète), pathogènes gastro-intestinaux.

Mains, vêtements (en particulier vêtements en contact étroit avec le corps), serviettes de toilette et de bain, linge de lit, linge pour le visage

Bien qu'il existe un risque de propagation de l'infection via les serviettes de toilette, le linge de lit, etc., les risques sont moins considérés qu'avec les mains, les chiffons / éponges utilisés pour nettoyer les surfaces et les surfaces de contact avec les mains. Les éléments qui comprennent le plus de risques sont ceux en contact fréquent ou persistant avec le corps, en particulier lorsqu'un membre de la famille souffre d'une infection gastro-intestinale ou cutanée. D'autres éléments (les vêtements de couches supérieures) sont considérés comme à faible risque. Si les éléments ne sont pas nettoyés correctement, les agents pathogènes peuvent se propager des vêtements des membres de la famille infectés aux vêtements, etc. des membres de la famille non infectés.

MOMENT CLÉ	PATHOGÈNES TYPIQUES (LISTE NON EXHAUSTIVE)	POINTS CRITIQUES DE CONTRÔLE (PCC)	CONSEIL
 <p>7. Soins aux animaux domestiques</p>	<p>Pathogènes bactériens, viraux, parasites et fongiques (par ex., Campylobacter, Salmonella, Cryptosporidium) etc.</p>	<p>Mains, mains et surfaces de contact alimentaire, ustensiles d'alimentation pour animaux de compagnie, literie pour animaux de compagnie, chiffons / éponges utilisés pour nettoyer les surfaces et les ustensiles</p>	<p>Le risque principal provient de la manipulation et des soins aux animaux de compagnie et de leur literie, des ustensiles utilisés pour l'alimentation, etc.</p>
 <p>8. Manipulation et élimination des déchets</p>	<p>Les microbes récupérés à partir de déchets offensifs (sacs de stomie, pansements, conteneurs d'expectorations, etc.) sont la plupart du temps une flore corporelle ou un environnement normal. Les déchets alimentaires contiennent plus de microbes dangereux que les déchets médicaux.</p>	<p>Mains, surfaces de contact des mains, couvercle de poubelle, chiffons / éponges utilisés pour nettoyer les surfaces</p>	<p>Une fois jetés dans un sac en plastique, scellés et placés dans une poubelle à l'extérieur, les déchets ne sont pas susceptibles de présenter un risque. Assurer une élimination sûre, mais ne pas surévaluer le risque.</p>
 <p>9. Soins prodigués à un membre de la famille infecté</p>	<p>Les moments 1 à 8 s'appliquent, c'est-à-dire qu'il s'agit de se concentrer sur les activités clés qui présentent le plus grand risque de propagation de l'infection. La différence réside dans le fait que lorsqu'une personne de la famille est infectée, le risque de propagation de l'infection à d'autres membres de la famille est plus élevé si les actions ci-dessus ne sont pas menées rigoureusement.</p>		