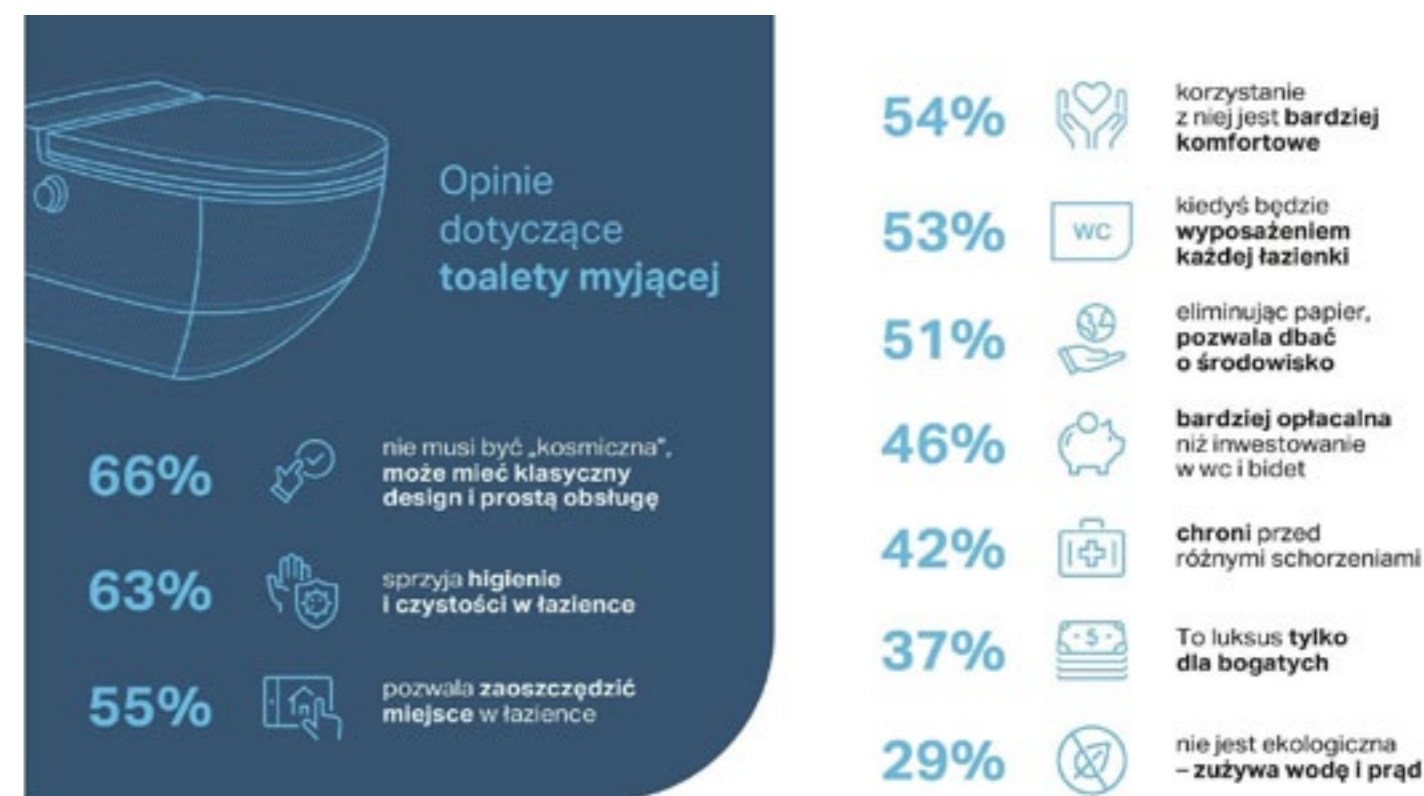


# CO POLACY SĄDZĄ O TOALETACH MYJĄCYCH?

Chociaż toaleta myjąca kojarzy się głównie z podróżami do krajów Dalekiego Wschodu, blisko połowa Polaków rozważyłaby zainstalowanie jej w swojej łazience, a 4% deklaruje, że już to zrobiło. Wyniki badania społecznego są dobrym prognostykiem dla przyszłości toalet z funkcją mycia. W dobie zwiększonej troski o zdrowie i odporność, właściwa higiena intymna także nabiera szczególnego znaczenia.



LAUFEN Badanie ogólnopolskie zrealizowane w lutym 2021 r. dla marki Laufen przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych IBRS na próbie N=500

Co czują Polacy, słysząc: „toaleta myjąca”? Zaciekawienie, rozbawienie, niepewność? Kojarzą internetowe i telewizyjne relacje o naszpikowanych elektroniką, odstraszających wielością przycisków toaletach z krajów azjatyckich, a może mieli okazję sami je przetestować i przekonać się, że to komfortowe i przyjazne rozwiązanie? Czy skorzystaliby z niego w gabinecie lekarskim, w kinie, w mieszkaniu znajomych? Są zdania, że toalety z funkcją mycia mają szansę się upowszechnić, czy raczej uważają je za luksus? Przewidują, że oswoimy je, jak zmywarkę, bez której trudno dziś wyobrazić sobie nowoczesną kuchnię, czy raczej według nich na taką rewolucję technologiczną nie jesteśmy jeszcze gotowi?

Odpowiedzi na te i inne pytania dotyczące stosunku Polaków do toalet myjących przyniosło ogólnopolskie badanie zrealizowane przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych IBRS na zlecenie marki Laufen – jednego z wiodących producentów wyposażenia łazienek na świecie.

Badanie ogólnopolskie zrealizowano w lutym 2021 r. metodą standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganym komputerowo (CATI), na próbie badawczej N=500 mieszkańców Polski w wieku 18+

## Toalety myjące w Polsce



### NIE TAKA NISZOWA I JAPOŃSKA, JAK JĄ MALUJĄ

Toaleta myjąca to rozwiązanie, z którym zetknęło się blisko sześciu na dziesięciu badanych, najczęściej w internecie, w reklamach i programach telewizyjnych, w podróży, czy w rozmowach z rodziną i znajomymi, rzadziej w sklepach i na targach wewnątrz, czy w prasie. Ponad połowa tych, którzy zadeklarowali znajomość toalety z funkcją mycia, sądzi, że wynaleziono ją w Japonii, 15% stawia na Chiny. Szwajcarię – kraj, w którym faktycznie powstała pierwsza na świecie toaleta myjąca, wskazało tylko 7% badanych z tej grupy. Badanie stosunku Polaków do toalety myjącej było okazją do zadania pytania również o higienę i komfort związane z załatwianiem potrzeb fizjologicznych. W tym kontekście 4% ogółu badanych podało, że ma w domu toaletę myjącą, która pozwala im zachować higienę intymną, dla porównania – posiadacze bidetu stanowią 13% badanych. Mycie rąk po skorzystaniu z toalety zadeklarowało 88% respondentów. Częstą praktyką jest także używanie odświeżacza powietrza – korzysta z niego 60% badanych. Co trzeci zapytany po skorzystaniu z toalety myje okolice intymne wodą, a blisko co czwarty odświeża się chusteczkami nawilżanymi. Specjalnego żelu lub płynu używa natomiast jedna na pięć osób. Okazuje się, że toaleta myjąca wcale nie jest tak mało znanym w Polsce produktem, jak mogłoby się wydawać, skoro blisko 60% badanych w taki czy inny sposób zetknęło się z tym rozwiązaniem, a 4% podaje, że korzysta z niego na co dzień. Jeśli jednak do tych kilku procent dodamy deklaracje o posiadaniu bidetu, widzimy, że w tej chwili mniej niż 20% Polaków dba o higienę intymną poprzez stosowanie specjalnie przeznaczonych do tego, profesjonalnych i komfortowych urządzeń. Inną sprawą jest świadomość tego, że dbanie o higienę

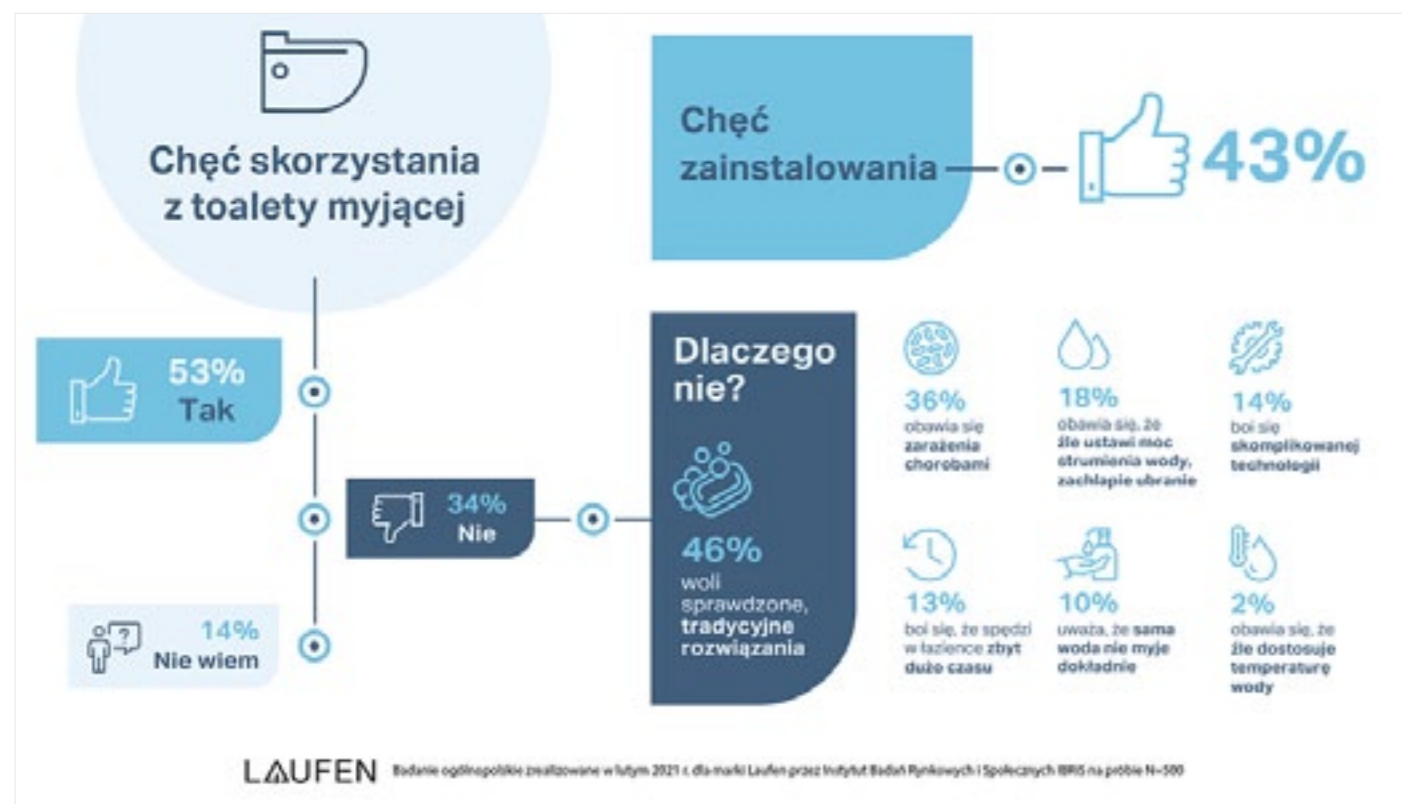
po załatwieniu potrzeb fizjologicznych ograniczone tylko do umycia rąk, na które wskazuje większość badanych, nie może zapewnić takiej ochrony i komfortu, jak umycie dodatkowo za każdym razem także okolic intymnych.

### ZIEŁONE ŚWIATŁO DLA ŁAZIENKOWEJ REWOLUCJI

Ponad połowa Polaków skorzystałaby z toalety myjącej, gdyby miała taką możliwość. Niechęć bądź wątpliwości pozostałych wynikają głównie z przyzwyczajenia do tradycyjnych, sprawdzonych rozwiązań, ale też z obawy przed zarażeniem się chorobami osób, korzystających wcześniej z takiej toalety. Problemem są też kwestie techniczne, obawa przed złym ustawieniem strumienia czy temperatury wody, zachlapaniem łazienki, czy spędzeniem w niej zbyt długiego czasu. 10% respondentów uważa, że sama woda nie może dobrze umyć. Pod względem chęci zainstalowania w domowej łazience toalety myjącej badani byli podzieleni. Aż 43% rozważyłoby wdrożenie takiego rozwiązania – zwłaszcza osoby w wieku 30-39 lat oraz w wieku 70 lat i więcej. 46% miało odmienne zdanie – nie zamieniłoby tradycyjnej toalety na bardziej innowacyjną technologię. Co dziesiąta osoba nie miała sprecyzowanej opinii na ten temat. Pandemia COVID-19 diametralnie zmieniła nasze podejście do dbania o zdrowie i higienę. Nie chodzi tylko o unikanie osłabiających odporność zarazków, profilaktyka nabrała szczególnego znaczenia także w kontekście utrudnionego dostępu do świadczeń zdrowotnych, z jakim mierzymy się na skutek koronawirusa. Im lepiej zadbamy o siebie we wszystkich możliwych obszarach, tym spokojniej i bezpieczniej możemy się czuć. Jak pokazuje nasze badanie, na nowoczesne, ułatwiające życie i prozdrowotne rozwiązania, takie, jak właśnie toaleta myjąca, jesteśmy

## Higiena Polaków po skorzystaniu z toalety





otwarci nie tylko będąc na etapie dorabiania się czy urządzania mieszkania, ale też na jesień życia, która może być dzięki nim bardziej komfortowa.

### SPRZĘT PIERWSZEJ POTRZEBY?

Większość respondentów jest zdania, że toaleta myjąca nie musi być kosmiczną maszyną, wręcz przeciwnie – może mieć klasyczny design i intuicyjną obsługę (66%), jedynie co dwudziesty pytany twierdzi przeciwnie. Wyraźna większość zgadza się też z twierdzeniem, że toaleta z funkcją mycia pozwala zadbać o higienę i czystość w łazience (63%), nieco mniej, bo 42% badanych widzi w niej sprzymierzeńca w profilaktyce różnych chorób. W ocenie ponad połowy zapytanych Polaków toalety myjące są przyszłością naszych łazienek, badani doceniają idące w parze z tym produktem oszczędność miejsca i komfort użytkowania. Nie bez znaczenia jest dla nich także aspekt ekologiczny: 51% widzi plusy takiego rozwiązania w po-

staci oszczędności papieru toaletowego, a tylko 29% wskazuje, że ze względu na zużywanie prądu i wody toaleta myjąca nie jest prośrodowiskowym wyborem. 46% respondentów zgadza się, że zainstalowanie toalety myjącej jest bardziej opłacalne niż inwestycja osobno w WC i bidet. W przypadku stwierdzenia, że jest to raczej luksus dla bogatych, zdania respondentów są wyraźnie podzielone: 37% się z tym zgadza, a 38% temu zaprzecza. Na podstawie uzyskanych w naszym badaniu odpowiedzi można wysnuć wniosek, że toaleta myjąca ma szansę prędkiej czy później podbić nasze łazienki. Mimo że opinie na jej temat w wielu aspektach są podzielone, to jednak ponad połowa Polaków pozytywnie odbiera to rozwiązanie, doceniając jego niekwestionowane zalety. Pytanie nie brzmi więc, czy, ale kiedy toaleta myjąca stanie się dla nas sprzętem pierwszej potrzeby, bez którego nie wyobrażamy sobie higieny intymnej, dbania o zdrowie i środowisko, w którym żyjemy. Źródło: materiał prasowy Laufen Polska

### VISSMANN NA WIRTUALNYCH TARGACH ENEX

28 kwietnia br. odbyły się targi „ENEX w sieci”. Była to możliwość obejrzenia tegorocznych premier produktowych, prezentacji produktów, interesujące spotkania, panele, a także branżowe konkursy z nagrodami. „ENEX w sieci” to również energetyczny Talk Show, w którym poruszono najważniejsze tematy prosto z rynku: magazyny energii, opłata mocowa i wzrost rachunków za prąd, programy dotacyjne...

Viessmann na targach zaprezentował trzy premierowe produkty. Jednym z nich są nowe, wiszące, gazowe kotły kondensacyjne z serii Vitodens 100-W. To jeszcze bardziej intuicyjne w obsłudze, innowacyjne urządzenie grzewcze z wbudowanym w urządzenie dużym, dotykowym wyświetlaczem LED w formie designerskiego panelu oraz zintegrowaną bramką WiFi. Kotły Vitodens 100-W zostały wyposażone w palnik Matrix-Plus oraz układ automatycznej regulacji spalania Lambda Pro. To gwarancja najwyższej efektywności pracy oraz minimum emisji substancji szkodliwych.

Organizatorzy docenili produkt, przyznając urządzeniu VITODENS 100-W/111-W złoty medal. To kolejne targi Enex, podczas których nagrodzono produkty Viessmann.

Drugi produkt Viessmann, który miał swoją polską premierę to Single Room Control, czyli przewodowy sterownik, który pozwala na sterowanie temperaturą pomieszczeń. Sterownik umożliwia wydajną i wygodną regulację temperatury za pomocą aplikacji ViCare – z bezpośrednim połączeniem z systemem grzewczym firmy Viessmann. Trzecim produktem Viessmann zaprezentowanym podczas targów była pompa ciepła Vitocal 200-A – najcichsza pompa ciepła typu monoblok, idealna do modernizacji i nowego budownictwa. Tego typu pompy ciepła wykorzystują ciepło powietrza atmosferycznego, dzięki czemu są oszczędne i przyjazne środowisku. Produkt dostępny jest w promocji EKOOSZCZĘDNI Viessmann – oznacza to, że każdy Klient przy zakupie pompy ciepła, otrzyma oczyszczacz powietrza GRATIS.

