



Tiedote 7.5.2019

Tutkimus: Joka toinen suomalainen on huolestunut pyykinpesuaineen ympäristövaikutuksista

Tuoreen kyselytutkimuksen mukaan yli puolet suomalaisista on huolissaan pyykinpesuaineen ympäristövaikutuksista, mutta silti joka kolmas vastaajista myöntää, ettei seuraa annosteluohjeita pyykinpesussa. Suomalaiset suosivat nestemäisiä pyykinpesuaineita. Pesuaineiden pakkauskoot kuitenkin hämmentävät kuluttajia, sillä pienemmässä pakkauksessa myytävä pesuaine voikin olla isoa pakkauskokoa riittäisempi. Tiedot käyvät ilmi Kantar TNS:n Sertolle tehdystä tutkimuksesta*, johon haastateltiin yli tuhatta suomalaista heidän pyykinpesutavoistaan.

Suomalaiset ovat huolissaan pyykinpesun ympäristövaikutuksesta, mutta samalla eivät välttämättä kovinkaan tarkkaan seuraa pesuaineen annosteluohjeita, kertoo Kantar TNS:n suorittama Serto-pesuainebrändille tehty kuluttajatutkimus. Tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää suomalaisten pyykinpesutapoja ja siihen liittyviä ongelmakohtia.

Tutkimuksessa 52 prosenttia vastaajista kertoivat olevansa huolestuneita pyykinpesuaineiden ympäristövaikutuksista ja lähes yhtä monta (51 %) kertoi kiinnittävänsä pesuainevalinnoissaan huomiota asioihin, jotka liittyvät ympäristöystävällisyyteen. Kuitenkin 34 prosenttia vastaajista ei koskaan mittaa pesuaineen määrää pestessään pyykkiä.

– Tutkimustulos on siinä mielessä huolestuttava, että pesuaineen oikea annostelu on ensimmäinen ja tärkein tapa, millä kuluttaja voi vaikuttaa pyykinpesun ympäristövaikutuksiin, kommentoi KiiltoClean Oy:n brand manager **Anna-Kaisa Tarjasalo**.

Iso pakkauskoko voi johtaa harhaan

Kantar TNS:n tutkimuksesta ilmenee myös, että kuluttajat eivät aina osaa arvioida, miten iso pakkaus pesuainetta ja pienemmässä pakkauskoossa myytävä tiiviimpi pesuaine suhteutuvat toisiinsa. Vastaajien mukaan suurin syy ostaa iso pakkaus on se, ettei pesuainetta tarvitsisi ostaa niin usein.

– Iso pakkauskoko ei välttämättä ole riittäisempi kuin pienemmässä pakkauskoossa myytävä pesuaine. Oikealla annostuksella tiiviimmän reseptin pesuaine voi olla jopa riittäisempi kuin suuremmassa pakkauksessa myytävä pesuaine, Tarjasalo selventää.

Maailman pienin pesupallo ohjaa kuluttajia annostelevaan oikein

Suomalaisista valtaosa, 66 prosenttia kyselyyn vastanneista, käyttää nestemäistä pesuainetta säännöllisesti ja heistä 58 prosenttia käyttää pesupalloa. Nuoriin verrattuna pesupalloa käyttävät

aktiivisemmin yli 35-vuotiaat. Joka toinen pesupalloa käyttävä kokee, että käyttäisi pesupalloa useammin, mikäli siitä ilmenisi selkeämmin oikea annostelu.

Pakkauskoon vaikutus ja pesupallon käyttö kiinnosti Sertoa erityisesti, sillä Serto lanseeraa markkinoille uuden, entistä riittoisamman Serto-pyykinpesuaineen. Samalla Serto tuo markkinoille maailman pienimmän pesupallon.

– Olemme kehittäneet uuden pesuainereseptin, jonka ansiosta vaatteet on mahdollista pestä aiempaa pienemmällä pesuainemäärällä. Samalla olemme voineet pienentää myös pakkauksen kokoa, joka puolestaan säästää niin pakkausraaka-ainetta kuin kuljetuksesta aiheutuvia ympäristöhaittoja. Uudistuneen Serton kanssa lanseeraamme myös maailman pienimmän pesupallon, joka auttaa ymmärtämään, kuinka vähän pyykinpesuainetta oikeasti tarvitaan ja annostelemaan sitä oikein. Uudistunutta Sertoa tarvitaan oikein annosteltuna vain 27 millilitraa pesukoneellista** kohti, sanoo Tarjasalo.

Suomalainen suosii kotimaista – muttei osaa sanoa, mikä on kotimainen

Joka toinen suomalainen (49 %) haluaa ostaa kotimaisia pesuaineita, kun toiselle puoliskolle ei ole väliä, onko pesuaine kotimaista vai ei. Tutkimus kuitenkin osoittaa, että osa ulkomaalaisista brändeistä koetaan suomenkielisen nimensä takia kotimaisiksi. 32 prosenttia vastaajista tietää Serton olevan kotimainen.

– Olemme ylpeitä siitä, että Serto on täysin suomalainen pesuaine, jonka tuotekehitys ja valmistus tapahtuu niin pesuaineen kuin purkinkin osalta tapahtuu Suomessa, kertoo Tarjasalo.

*Tutkimus suoritettiin Kantar TNS:n verkkokyselynä 18.–23.1.2019 ja siinä käytettiin mobiilioptimoitua lomaketta. Vastaajia oli 1096. Vain kokonaan täytetyt lomakkeet hyväksyttiin mukaan analyysiin.

**Pestävän pyykin paino suunnilleen 4–5 kg, pehmeä vesi

Lisätietoja:

Anna-Kaisa Tarjasalo, Serto Brand Manager, KiiltoClean Oy
puh. 050 598 0759, sähköposti: anna-kaisa.tarjasalo@kiilto.com

www.kiiltoclean.com | www.vastuullinenkiilto.com | www.serto.fi

Kuvat median käyttöön: <https://kuva.kiilto.com/media/app/#/s/vcVg29e>

Serto on suomalaisen pesu-, puhdistus- ja hygieniatuotteita valmistavan ja markkinoivan KiiltoClean Oy:n tuotemerkki. Yrityksen laaja tuote- ja palveluvalikoima tarjoaa ratkaisut kaikille hygienia- ja puhtausratkaisuja vaativille toimialoille. KiiltoClean on perheomisteinen yritys, jonka juuret ulottuvat Tampereen Pispalaan aina vuoteen 1919 saakka. Lue lisää: www.kiiltoclean.com/fi