

- **1974:** Adoption de la couleur jaune emblématique de la marque, synonyme de visibilité et de reconnaissance mondiale.
- **1984:** Kärcher démocratise le nettoyage haute pression domestique avec le HD 555.
- **1988:** Pour la première fois présent sur tous les continents
- **2008:** Lancement du premier laveur de vitres
- **2013:** Les produits professionnels passent du jaune au gris anthracite
- **2024:** La gamme Indoor de Kärcher pour les particuliers passe du jaune au blanc
- **2024:** Kärcher enregistre un chiffre d'affaires record de 3.446 milliards d'euros

90 ans d'innovation dans le nettoyage

Le nettoyage occupe une place centrale dans le quotidien des Français. Du traditionnel ménage de printemps aux gestes quotidiens, leurs habitudes et pratiques en matière de nettoyage sont en constante évolution. En tant qu'acteur clé de l'innovation dans ce domaine, Kärcher les soutient au quotidien et présente les principaux enseignements de sa nouvelle Cleaning Study 2024.

Le ménage, un nouveau rituel de bien-être

56 % des Français déclarent nettoyer pour se détendre et réduire leur stress. Ce chiffre grimpe à **61 % chez les 35-44 ans**, illustrant un basculement vers une approche plus personnelle et apaisante de l'entretien.

Une pratique qui se transmet de mère en “feed”

La transmission des habitudes et des astuces de nettoyage demeure très majoritairement attirée à la figure maternelle. **87% des personnes déclarent que leur expertise en nettoyage vient de leur mère**, un chiffre qui atteint 94% chez les 55-65 ans et 80% chez les 18-24 ans.

Cependant, une tendance émerge, notamment chez les jeunes qui cherchent les meilleures techniques de nettoyage sur les réseaux sociaux. **45% des 18-24 ans expliquent tirer leurs astuces de nettoyage de TikTok.**



Une transition écologique en marche

Les produits chimiques restent centraux dans les pratiques de nettoyage, bien que nous observions une tendance à privilégier d'autres modes de nettoyage plus respectueux de l'environnement chez les jeunes. **70 % des Français** utilisent des produits chimiques pour assainir leur intérieur. Alors que les 55-65 ans sont les plus enclins à les utiliser (75%), les 18-24 ans s'en détournent de plus en plus (62%). Engagé depuis 90 ans dans l'innovation durable, Kärcher s'attache à réduire l'usage des produits chimiques en proposant des solutions de nettoyage performantes et responsables, permettant un entretien efficace et sain, sans compromis sur la propreté.

La durabilité au coeur des engagements de Kärcher



Alfred & Irène Kärcher

Avec 90 ans d'histoire et des millions d'utilisateurs, tant particuliers que professionnels, Kärcher se tourne résolument vers l'avenir. L'entreprise réaffirme son ambition : innover constamment pour offrir des solutions toujours

plus performantes, durables et adaptées aux modes de vie des particuliers comme aux exigences des professionnels dans leur environnement de travail.

"Les défis environnementaux actuels nous poussent à repenser nos solutions pour qu'elles soient à la fois efficaces et respectueuses des ressources. Le nettoyage de demain sera plus responsable, et nous avons déjà amorcé cette transition", affirme Laure Tarbelet, Directrice Marketing, Produits & Communication chez Kärcher France.

Depuis 2020, le fabricant réduit l'intensité énergétique et les émissions de gaz à effet de serre de ses usines. Afin de réduire son impact environnemental lié à la logistique, l'entreprise s'approvisionne à 75% auprès de fournisseurs situés dans un rayon de 1 000 km de ses sites de production. Elle propose une large gamme de produits comportant du plastique recyclé, ainsi qu'une offre de plus de 40 détergents éco-certifiés

Kärcher déploie de nombreuses actions pour réduire ses émissions de CO². L'initiative Science Based Targets (SBTi) a récemment validé le caractère scientifiquement fondé de ses objectifs climatiques, reconnaissant ainsi que la marque s'inscrit concrètement dans la trajectoire de limitation du réchauffement climatique à 1,5 °C, conformément à l'Accord de Paris.

90 projets pour 90 ans : Un engagement pour la préservation du patrimoine culturel mondial