

Gli italiani adorano il profumo di pulito

Pubblicato: Giovedì 6 Giugno 2013



In Europa i capi d'abbigliamento più amati sono legati ad una storia d'amore e si "curano" lavandoli in lavatrice: un morbido maglione per gli italiani, i jeans per i francesi e i belgi, un pratico paio di pantaloni per i polacchi e la T-shirt per i cechi.

Questi sono solo alcuni dei risultati emersi da una ricerca commissionata da **Whirlpool Europe**, per scoprire e tendenze degli europei nel lavaggio dei loro abiti.

Nella ricerca **gli italiani confermano la passione per lo stile e per la cura del proprio guardaroba**, che bene li rappresenta. "Scrupolosa", fino al maniacale, ed "ecosostenibile" sono gli aggettivi per descrivere l'attenzione che hanno nei confronti dei loro capi preferiti, con cui hanno una vera e propria "relazione amorosa".

Il 49% degli italiani ha posizionato la lavatrice all'interno del bagno, mentre **ben il 26% possiede un locale lavanderia** interamente dedicato al rituale del lavaggio dei capi. E il rituale del lavaggio è sacro: il 61% degli italiani prova, infatti, un vero senso di soddisfazione quando il ciclo di lavaggio termina, restituendo capi freschi, puliti e profumatissimi. Proprio **il prolungamento del buon profumo di bucato sugli indumenti è il desiderio dell'85% degli italiani**. **L'83% delle italiane non delega mai, nemmeno al partner, la carica della lavatrice o l'acquisto del detersivo**; piuttosto preferisce affidarsi a mani esperte per piccoli lavori di riparazioni e cucito. Per l'81% degli italiani l'igiene della casa è vissuta come una priorità assoluta: il 75% è in costante ricerca di consigli per prolungare la vita del tanto amato guardaroba e il 60% pensa che i "segreti" della nonna, tramandati di generazione in generazione, siano spesso più efficaci di prodotti dall'alto contenuto tecnologico.

Questo atteggiamento, descritto nell'analisi dal termine "mono-mania", si lega ad aspetti emotivi ed affettivi come il sentimento che lega gli italiani ai propri abiti preferiti. **Primo fra tutti, il morbido maglione** che hanno ricevuto in regalo da una persona speciale, è il capo da cui, questo popolo di inguaribili romantici, non si separerebbe mai. Il tessuto, al tatto così soffice, rievoca il calore umano di cui amano circondarsi, stretti nelle loro forti relazioni personali. Inoltre, il dato dimostra l'importanza attribuita dagli italiani ai filati naturali come lana, cachemire e cotone, che trovano nel maglione il simbolo per eccellenza. Una nota di costume è data da una piccola ma significativa percentuale di italiani che attribuisce un **potere scaramantico al proprio capo preferito** e lo indossa solo in occasioni speciali, quando ha bisogno di un vero e proprio "porta fortuna".

Per prendersi cura dei capi preferiti anche gli italiani, come tutti gli europei, prediligono la lavatrice alle proprie mani. Inoltre, si sono dimostrati sensibili anche nei confronti dell'ambiente e impegnati attivamente nell'adottare uno stile di vita "Low Impact", per ridurre l'impatto ambientale del lavaggio

dei loro capi speciali: il **72% ha abbassato la temperatura dei cicli di lavaggio**, rispetto al passato, il **44% usa detergenti green** e il **30% alla spina**. Il **25% si affida alla tecnologia** ed ha acquistato lavatrici dotate di sensori speciali che automaticamente adattano la quantità di acqua ed energia in base al carico.

L'Italia sembra anche essere il paese più attento alla moda dei tessuti tecnici di ogni genere: il **44% possiede capi con materiali high tech** studiati per far traspirare la pelle – dato piuttosto alto rispetto alla **media europea pari al 32%** -, il **21% ha nel proprio guardaroba fibre ecologiche** (es. bamboo, latte, ecc.), il **19% tessuti anti-macchia**, il **20% lingerie con elementi cosmetici** rilasciati dal tessuto mentre si indossa il capo e il **17% jeans con componenti attivi idratanti o anticellulite**, in base alle necessità. Analizzando le attitudini di acquisto degli italiani, il **56% preferisce utilizzare detersivi specifici** studiati per soddisfare un'esigenza particolare (ad es. per rimuovere le macchie, per ravvivare i colori, per proteggere il bianco brillante della biancheria intima...) ed è pronto a sostenere un prezzo maggiore rispetto ai detersivi generici. Inoltre, il **78% degli italiani è disposto a pagare un premium price per acquistare una lavatrice che si prenda cura dei capi d'abbigliamento** prolungandone la bellezza nel tempo.

Gli italiani, infine, desiderano arricchire le loro conoscenze sul mondo del lavaggio e del Fabric Care senza rinunciare ai consigli infallibili di mamme e nonne, da sempre considerate dispensatrici di preziosi suggerimenti: se ben il **91% dichiara di ricercare informazioni e consigli utili per migliorare le sue capacità** nelle operazioni di lavaggio, il **58% trova informazioni sul web**, ma il **49% si affida ancora ai consigli delle mamme e delle nonne**.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it