

Bodysol
DERMO PROTECTION

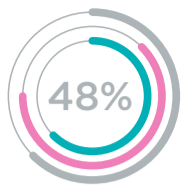


*Bodysol
viert 20^{ste} verjaardag*

met de properste doucheweeftjes:

'Douchen is me-time'!

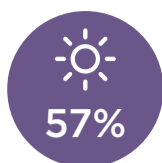
Bodysol maakt al 20 jaar deel uit van het douchemoment van de Belgen met producten die huid en haar verzorgen en beschermen. Om zijn 20ste verjaardag te vieren presenteert het merk, exclusief verkrijgbaar in de apotheek, een enquête over de douchegewoontes in België. Lees en ontdek hier alvast 20 opvallende doucheweeftjes:



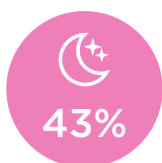
ONGEVEER **DE HELFT** VAN DE RESPONDENTEN NEEMT **ELKE DAG EEN DOUCHE. 1 OP 3** NEEMT EEN DOUCHE **OM DE 2 DAGEN**, TERWIJL **2%** NOOIT EEN DOUCHE INSTAPT EN ZICH WAST AAN DE WASTAFEL OF IN BAD.



VOOR **1 OP DE 2** BELGEN DUURT EEN DOUCHEBEURT **5 TOT 10 MINUTEN**. SLECHTS **5%** DOUCHT **LANGER DAN 20 MINUTEN** EN HOUDT ERVAN UITGEBREID DE TIJD TE NEMEN.



MET **57%** WINT DE VERFRISSENDE DOUCHE 's OCHTENDS HET NIPT VAN DE ONTSPANNENDE DOUCHE 's AVONDS.



9 OP 10 BELGEN BESCHOUWEN HET DOUCHEMOMENT ALS **PURE ME-TIME**. SLECHTS **5%** DOUCHT SAMEN MET **PARTNER OF KINDEREN** ERBIJ.



40% VAN DE RESPONDENTEN GEEFT TOE AL EENS IN DE DOUCHE **GEPLAST** TE HEBBEN.



VOOR **EEN KWART** VAN DE ONDERVRAAGDEN IS DE DOUCHE OOK EEN SPANNENDE PLEK OM TE **VRIJEN**, DOCH EERLIJK UITZONDERLIJK, SLECHTS EEN PAAR KEER PER JAAR.



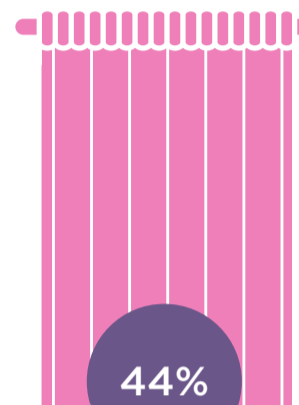
SLECHTS **5%** MAAKT GEBRUIK VAN EEN **DOUCHE OP HET WERK**, VOORNAMELIJK OM ZICH EVEN OP TE FRISSEN WANNEER ZE MET DE FIETS KOMEN.



VOOR **MEER DAN DE HELFT** VAN DE ONDERVRAAGDEN IS **EEN DOUCHE RELAXEREND** EN ORDENT HET DE GEDACHTEN.



60% VAN DE BELGEN HOUDT VAN EEN FUNCTIONELE BADKAMER, ALLES PROPER EN NETJES GEORDEND.



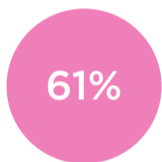
BYE BYE DOUCHEGORDIJNTJES! **44%** VINDT ZE **ONHYGIËNISCH** EN ASSOCIEERT ZE MET SCHIMMEL. **40%** HAAT HET DAT ZE **TEGEN HET LICHAAM** AANPLAKKEN.



BRAVO! **7 OP DE 10** VERWIJDERT METEEN ZELF NA HET DOUCHEN ALLE **HAREN UIT HET PUTJE**. BIJNA **5%** HOOPT DAARENTEGEN DAT **IEMAND ANDERS** HET IN HUN PLAATS ZAL DOEN.



VOOR **36%** VAN DE RESPONDENTEN IS DE ULTIEME DOUCHEFRUSTRATIE HET FEIT DAT ER **GEEN WARM WATER MEER** TER BESCHIKKING IS. **21%** VINDT HET VERVELEND DAT DE **BEL OF TELEFOON** GAAT.



61% HOUDT ZIJN OF HAAR **ONDERGOED OF ZWEMKLEDIJ** AAN IN EEN OPENBARE DOUCHERUIMTE.



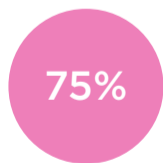
DE **GROTE MEERDERHEID** GEBRUIKT **ALTIJD EEN ZEEP OF DOUCHEPRODUCT** ONDER DE DOUCHE.



60% VAN DE BEVOLKING OPTEERT VOOR EEN **DOUCHEGEL OF -CRÈME**, **20%** OPTEERT VOOR EEN **DOUCHEOLIE** EN **13%** KIEST LIEVER VOOR EEN **DOUCHEMOUSSE**.



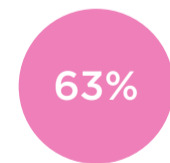
VOLGENS ONDERZOEK GEBRUIKT NOG STEEDS **58%** VAN DE RESPONDENTEN ALTIJD EEN **WASHANDJE** ONDER DE DOUCHE.



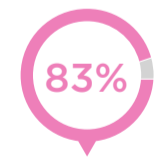
3 OP 4 KOOPT **ZEKER 1 KEER MAAND** EEN DOUCHEPRODUCT AAN, **51%** DOET DIT BIJ DE **APOTHEKER** EN **43%** IN DE **SUPERMARKT OF DROGISTERIJ**.



FAMILIEFORMATEN ZIJN NIET ECHT IN TREK. **75%** HOUDT VAN VARIATIE IN ZIJN DOUCHEPRODUCT EN KOOPT DAAROM LIEFST **KLEINERE VERPAKKINGEN**.



63% VAN DE RESPONDENTEN VINDT HET **GEBRUIK VAN 2 PRODUCTEN** VOLDOENDE, OP ZEN MINST EEN DOUCHE EN EEN SHAMPOO.



BIJ DE AANKOOP VAN EEN DOUCHEPRODUCT IS **GEUR/PARFUM** VOOR **80%** VAN DE RESPONDENTEN HEEL BELANGRIJK. **75%** VERKIEST DAARNAAST OOK **MILDHEID** EN **60%** LET VOORNAMELIJK OP **PRIJS/PROMOTIES**. MERKBEKENDHEID, TYPE VERPAKKING EN DESIGN SCOREN EERDER NEUTRAAL.



OVER BODYSOL

DE EXPERTISE VAN BODYSOL OMVAT REINIGINGS- EN VERZORGINGSPRODUCTEN VOOR HET HELE GEZIN MET NATUURLIJKE EN MILDE INGREDIËNTEN, ZACHT VOOR DE HUID EN GESCHIKT VOOR DAGELIJKS GEBRUIK. ZE ZIJN NIET ALLEEN HEEL EFFICIËNT, MAAR OOK GEWOON MOOI EN ZORGEN VOOR EEN FIJNE ERVARING EN EEN BLIJ GEVOEL.