

Communiqué de presse

Le silence : la clef de notre bien-être

Une étude neuroscientifique commandée par Whirlpool met en exergue le rôle essentiel du silence sur notre bien-être

Paris, 18 mars 2022 - Et si notre compréhension du silence pouvait nous permettre d'accéder à un bien-être optimal ? Une étude neuroscientifique de NeuroLab et The Lab of Misfits¹ missionnée par Whirlpool démontre l'impact du bruit sur nos vies, et le rôle essentiel du silence pour notre bien-être.

Dans notre société en mutation, ultra-connectée et bruyante, les moments de silence se font rares : **70 % de la population estime ne pas disposer de suffisamment de moments de silence véritable² dans une journée.** Cette exposition aux nuisances sonores fragilise notre bien-être physique et mental, et se révèle source de stress et d'anxiété. Selon une étude de l'OMS effectuée sur les 340 millions d'habitants d'Europe occidentale, **les nuisances sonores feraient perdre une année de vie en bonne santé par personne et par an³,** et causeraient 3 000 décès d'origine cardiovasculaire chaque année.

Chut... Le silence est d'or



Savoir que le silence est important pour notre bien-être est une chose ; savoir "combien" de silence est nécessaire, et "quand" il est important d'en avoir en est une autre. Le groupe Whirlpool a collaboré avec le Lab of Misfits dirigé par le **Dr Beau Lotto, expert en neurosciences** de renommée mondiale. L'étude révèle que le bruit ressenti dans une vie "normale" a un impact sur le bien-être émotionnel et physique⁴ : *"Nous subissons trois grands types de bruit : le bruit de fond externe relativement continu, comme celui des transports urbains, le bruit sporadique qui provoque des interruptions⁵, et le bruit interne qui correspond à notre incapacité à nous concentrer. Notre étude dévoile à quel point les gens sont frustrés par ces types de bruit, en particulier le bruit interne - ou bavardage mental. Le degré de frustration perçu par l'individu est plus important que la quantité réelle de bruit"* explique le Dr Lotto. The Lab of Misfits et Whirlpool ont identifié les **variables contextuelles susceptibles d'influer sur notre degré de frustration.** L'étude prouve que plus une personne est frustrée par le bruit, plus elle se sent stressée. "Les données suggèrent que les personnes moins stressées auront moins besoin de silence (et vice versa)." déclare le Dr Lotto.

¹ Étude neuroscientifique commandée par Whirlpool et menée sur 106 sujets par NeuroLab powered by The Lab of Misfits en septembre 2021.

² Whirlpool a chargé PSB Insights de réaliser une enquête quantitative en ligne auprès de 3 502 membres du public à travers la France, l'Italie et la Pologne. Les entretiens ont été réalisés entre le 9 et le 16 juillet 2021.

³ OMS et Centre commun de recherche de la Commission européenne, Burden of Disease from Environmental Noise, 2011.

⁴ Étude menée sur 106 sujets par NeuroLab powered by The Lab of Misfits en septembre 2021.

⁵ Étude menée sur 106 sujets par NeuroLab powered by The Lab of Misfits en septembre 2021.



"En raison du climat de stress actuel, nous aurons plus que jamais besoin de silence", souligne **Bénédicte Hutin, directrice de la communication et des marques Whirlpool France**. "La tendance s'accroît avec le télétravail. Il est primordial de concevoir des espaces avec des produits silencieux."

La personnalité et le sommeil, "influenceurs" de notre perception du bruit



Mais ce n'est que grâce au silence que vous pourrez avoir un sommeil réparateur.

Les résultats de l'étude révèlent que **notre personnalité influe sur notre perception du bruit et notre besoin de silence**. Les personnes souffrant de névroses sont les plus frustrées ; elles ressentent un besoin important de silence, et sont plus susceptibles de développer des troubles de la santé émotionnelle ou physique, ainsi que des pathologies cardiaques et neurologiques. Au contraire, les personnes les plus extraverties expérimentent le bruit différemment, se contentant de la quantité de silence dont elles disposent.

La sociabilité réduit le degré de frustration d'une personne face au manque de silence : "Ces résultats sont passionnants car ils suggèrent que **la personnalité serait un facteur prédictif du silence ou du bruit perçu**", explique le Dr Lotto. "**Plus le trait de personnalité est positif, moins son besoin de silence est important**".

L'autre "influenceur" de notre perception du bruit est le sommeil. Un sommeil insuffisant (moins de six heures par nuit) ou excessif (plus de neuf heures) augmente la frustration face à la quantité de silence obtenue. La durée de sommeil la plus efficace face au bruit est de sept heures - recommandée pour le bien-être en général.

"Bien que d'autres travaux soient nécessaires pour comprendre les relations de cause à effet - par exemple, si le bruit cause du stress ou si le stress nous fait remarquer davantage le bruit - **nous ouvrons la porte à une meilleure compréhension de la façon dont nous pouvons améliorer nos vies en faisant une plus grande expérience du silence**", commente le Dr Lotto.

Les bienfaits du silence par Whirlpool

C'est un fait établi : **9 personnes sur 10** préfèrent que leur habitat soit calme. Le silence est même passé dans le top 3 des critères d'achat d'un appareil ménager. \$

Conscient des bienfaits du silence pour un bien être durable chez soi, le groupe Whirlpool innove en R&D pour réduire le bruit de ses appareils électroménagers. La marque a récemment introduit de nouveaux appareils électroménagers aussi silencieux qu'un chuchotement.

Les champions du silence !



La nouvelle gamme de lave-linge Supreme Silence, avec 65 dB à l'essorage seulement et ce quel que soit le type de programme, est à ce jour la plus silencieuse du marché⁶ grâce à un nouveau moteur ZEN garantie 20 ans.

Avec leur nouveau **moteur Inverter** et leur conception spécifique qui minimisent les vibrations et le bruit, **les Sèche-linge pompe à chaleur offrent le meilleur des séchages à moins de 59 dB.**

Les nouveaux combinés Total No-Frost encastrable, grâce à leur nouvelle technologie ZenMotor, offrent seulement 32dB (par comparaison l'eau qui coule, c'est 50 dB), un vrai confort acoustique à l'ère des cuisines ouvertes !



6 Dans la catégorie des lave-linge sur pied 8 kg 1400 tr/min ou plus (xxx - marchés à insérer les données GfK les plus récentes disponibles) ; comparaison du niveau d'essorage sonore déclaré par les producteurs. Se référant au modèle XXX de Whirlpool (les marchés doivent insérer le nom du modèle présent sur leur marché).



Le dernier né pour l'été : le nouveau **Climatiseur mobile et réversible de Whirlpool** est ultra silencieux pour un bien être absolu chez soi. Grâce au nouveau moteur à courant continu et à un système de refroidissement optimisé, le nouveau climatiseur Whirlpool s'illustre avec 60 dB seulement.

*"Chez Whirlpool, nous nous engageons à améliorer la vie de nos clients grâce à des produits simples d'utilisation et intuitifs offrant une nouvelle expérience de consommation", déclare **Pierre Duchier, Directeur Général Whirlpool France.***

*"Nous savons que l'individu désire un environnement calme et harmonieux à la maison. **Les résultats de cette étude démontrent à quel point le silence joue un rôle crucial dans nos vies.** Nous devons aller encore plus loin dans l'innovation et la construction d'espaces épanouissants, en faveur de notre bien-être."*



A propos de Whirlpool Corporation :

Whirlpool Corporation (NYSE : WHR) s'engage à être la meilleure entreprise mondiale d'appareils de cuisine et de lavage, avec pour objectif d'améliorer la vie à la maison. Dans un monde de plus en plus digital, l'entreprise innove constamment pour s'adapter aux nouveaux besoins des consommateurs grâce à son portefeuille de marques emblématiques, notamment Whirlpool, KitchenAid, Maytag, Consul, Brastemp, Amana, Bauknecht, JennAir, Indesit et Yummly. En 2021, l'entreprise a déclaré un chiffre d'affaires annuel d'environ 22 milliards de dollars, 69 000 employés et 54 centres de fabrication et de recherche technologique. Pour plus d'informations sur l'entreprise, vous pouvez consulter le site WhirlpoolCorp.com.

Contact agence WPP
Marie Lechevalier
06 31 20 31 95
marie.lechevalier@pprww.com