

## ENVIRONNEMENT DES LOGOS POUR DISTINGUER LES PRODUITS MÉNAGERS « ÉCOLOS »

# Choisir les « vrais » détergents verts

DANS LES RAYONS des supermarchés, les nettoyeurs ménagers s'affichent de plus en plus « verts ». Face à cette offensive marketing, il n'est pas toujours aisé de se repérer entre les logos et les mentions « écolo » qui fleurissent sur les emballages. L'Association française des industries de la détergence, de l'entretien et des produits d'hygiène industrielle (Afiise) a présenté, jeudi 8 février, sa charte « Sustainable-cleaning », avec un logo en forme de planète. Les géants mondiaux du nettoyage (Henkel, Procter & Gamble...) veulent ainsi montrer aux consommateurs leurs efforts en matière environnementale, avec certaines de leurs marques (Maison Verte, Le Chat entre autres) qui sont de moins en moins écotoxiques.

Les lessives, les nettoyeurs multi-usages, les liquides pour la vaisselle ou le sol sont, avec les pesticides utilisés en agriculture, de grands responsables de la destruction de la nature. Ces produits chimiques sont en effet fabriqués avec des molécules issues du pétrole qui ne sont pas traitées par les stations d'épuration et sont rejetées dans les lacs et les rivières. Ces enzymes qui digèrent les taches, ces tensio-actifs qui mouillent puis dispersent les salissures et ces colorants et muscs (qui séduisent l'œil et le nez de l'acheteur) polluent les eaux et entraînent la prolifération d'algues nauséabondes qui anéantissent la faune aquatique.

Il est désormais possible d'acheter des détergents écologiquement responsables. Pour bien les choisir, il faut prendre le temps de lire l'étiquette. La couleur du produit sera sans doute moins chatoyante et l'odeur moins puissante mais qu'im-

porte ? Ce dont il faut surtout s'assurer, c'est que l'emballage affiche un logo « vert », comme l'écocert européen, en forme de petite fleur. Ce logo écologique est apposé, depuis trois ans, sur les lessives, les produits pour lave-vaisselle, les liquides-vaisselle et les nettoyeurs multi-usages (Arbre 2Vert, Atouvert, Cerover, etc.). Régi par des textes officiels européens, il distingue les cycles de vie de produits (gestion des ressources, consommation, déchets) qui ont une moindre incidence sur le milieu naturel. « C'est déjà

bien par rapport aux détergents conventionnels, reconnaît Serge Le Heurte, responsable qualité des 270 magasins Biocoop. Mais l'écocert européen n'est pas suffisant pour nous. »

Chez Biocoop, les détergents (Ecover, Etamine du 2Lys, notamment) coûtent un peu plus cher en raison d'exigences écologiques plus sévères : les tensioactifs sont d'origine végétale, les colorants sont alimentaires ou minéraux. Ils ne contiennent pas de parfum artificiel, d'azurants optiques (qui font croire que les textiles sont plus blancs) ni de perbonate de sodium (un agent de blanchiment écotoxique).

Jusqu'ici, aucun logo ne permettait de distinguer ces « vrais » produits écologiques des « faux » produits verts. Cela devrait changer et permettre aux « vrais » produits d'entrer dans les grandes surfaces. L'organisme certificateur Ecocert, agréé par l'Etat, dispose en effet d'un nouveau cahier des charges applicable aux détergents, qui intègre les contraintes les plus sévères en matière de pollution aquatique et de biodégradabilité.

A ce jour, quatre marques seulement (Douce Nature, Body Nature, Cie de Provence et Prohessence) portent le logo Ecocert aux deux papillons rouges. Elles devraient être de plus en plus nombreuses. Les industriels cherchent en effet à réagir aux critiques des ONG qui dénoncent la toxicité de certains composants chimiques et provoquent ainsi la méfiance des consommateurs. ■

FLORENCE AMALOU

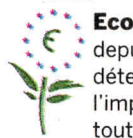
Charte « Sustainable-cleaning » consultable sur [www.sustainable-cleaning.com](http://www.sustainable-cleaning.com)

## logos « verts »

### Sont à retenir :



**Ecocert.** Les produits ainsi certifiés répondent aux contraintes écologiques les plus sévères.



**Ecolabel européen.** Il existe depuis trois ans pour certains détergents. Il prend en compte l'impact sur l'environnement tout au long de la vie du produit.



**« Sustainable-cleaning ».** Géré depuis 2004 par les industriels, il récompense les meilleurs efforts écologiques.

### Sont à oublier :



**L'anneau de Moebius.** Présent sur la plupart des produits, il atteste juste que les produits peuvent être recyclés.



**Le point vert.** Il signifie que l'industriel a bien payé sa cotisation obligatoire à Eco-Emballages qui gère le recyclage des déchets ménagers.