



L'Ecolabel européen : le socle de la marque Maison Verte

Cadre de restitution : Étude de l'ADEME

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

Swania / Maison Verte

22 rue d'Arras
Bâtiment A1
<http://www.swania.fr/>



SAPSI
Admin
ADEME
tma.drupal@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé INDUSTRIE, CONSOMMATION DURABLE, , ECOCONCEPTION, ECOEXEMPLARITE,

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

Créée en 1990, la marque « *Maison Verte* » (groupe Swania) propose des produits d'entretien courant et domestique : vaisselle à la main, lave-vaisselle, lessives et nettoyants ménagers. Dès le départ, elle s'est spécialisée dans l'élaboration, la fabrication et la commercialisation de solutions efficaces et plus respectueuses de l'environnement dans un contexte où l'impact environnemental des produits ménagers traditionnels est réputé négatif. Maison Verte fait donc figure de précurseur parmi les gammes écologiques qui se sont développées depuis.

Concrètement, l'entreprise collabore avec le Pôle national Eco-conception^[1] pour prendre en compte toutes les étapes du cycle de vie des produits (de l'extraction des matières premières jusqu'au traitement en fin de vie, en passant par la fabrication le conditionnement, le transport, l'utilisation). Elle sélectionne également les ingrédients en portant un soin particulier à leur origine végétale, à leur mode de production et au confort d'usage.

Parmi les 36 références de sa gamme, l'immense majorité a été certifiée Ecolabel européen (renouvellement en cours pour certaines). Maison Verte a choisi ce label car il prend en compte l'ensemble du cycle de vie des produits et garantit au consommateur un niveau de performance, clé dans les produits d'entretien, et non uniquement une composition de qualité.

Parallèlement, 3 références sont certifiées Ecocert.

Les produits restants ne sont pas certifiables Ecolabel européen (par exemple ses brumes désodorisantes parfumées) mais Maison Verte les développe avec les mêmes règles et la même vigilance, notamment dans le choix des matières premières utilisées.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

4 objectifs principaux sont poursuivis :

- Perpétuer et valoriser la tradition d'innovation environnementale de la marque ;
- Prendre un avantage concurrentiel sur le marché des produits d'entretien à faible impact environnemental ;
- Impliquer les équipes dans une dynamique d'amélioration continue ;
- Proposer aux clients des produits avec une certification environnementale fiable, reconnue et facilement identifiable.

Résultats quantitatifs:

- 100% des emballages de liquide vaisselle sont recyclables
- 100% des emballages de liquide vaisselle sont composés d'au moins 25% de matière recyclée à date, avec un objectif d'en intégrer de plus en plus
- 100% des flacons et bouchons de lessive sont recyclables
- 100% des formules contiennent des parfums comprenant des huiles essentielles naturelles (hors gamme 0%, qui est sans parfum)
- 10 produits pour la vaisselle à la main sont en cours de certification selon le nouveau référentiel (soit 100% de la gamme)
- 2 produits pour lave-vaisselle sont certifiés Ecolabel européen (66% de la gamme)
- 8 lessives certifiées Ecolabel européen (soit 90% de la gamme, la dernière référence est cours de labellisation). 30% de la gamme lessive est conditionnée sous forme d'éco-recharge

Résultats qualitatifs :

« La certification Ecolabel européen est importante pour nous car elle contribue à structurer nos actions de recherche et développement qui prennent systématiquement en compte l'impact environnemental de nos activités et de nos produits. Nous cherchons même à aller plus loin sur certains aspects, notamment les allergènes et les perturbateurs endocriniens, en limitant encore davantage les substances potentiellement à risque dans nos produits. Et cela pour contribuer à préserver l'environnement, la qualité de l'air intérieur et la santé de nos clients. »

Daniel Chassagnon, Directeur Général de Swania

Sur le plan commercial, [la certification de l'Ecolabel européen permet de répondre aux attentes croissantes des consommateurs désireux de trouver des produits ménagers efficaces, de qualité, responsables et plus respectueux de l'environnement et de l'être humain](#). Elle complète les efforts de Maison Verte pour développer une gamme de produits sans allergènes.

Enfin, la marque Maison Verte est fière d'avoir été choisie par les instances décisionnaires de l'Ecolabel européen comme [Ambassadeur 2018 pour les produits d'entretien](#).

MISE EN OEUVRE

Description de l'action :

Maison Verte a été la première marque de produits d'entretien à obtenir l'Ecolabel européen !

C'était en 1997 sur la lessive.

Plus récemment et suite au rachat de la marque par Swania, l'année la plus marquante a été 2016 au cours de laquelle la quasi-totalité des nouveaux produits lancés a obtenu l'Ecolabel européen.

Planning:

- 1997 : obtention de l'Ecolabel européen sur la lessive
- Depuis 2015 et le rachat de la marque par le groupe Swania, la marque cherche à aller beaucoup plus loin dans ses engagements vis-à-vis de l'impact environnemental de ses produits
- 2018 : renouvellement de l'Ecolabel européen de l'immense majorité de la gamme (lessives, nettoyants vaisselle main et machine, nettoyants ménagers), consécutivement à la révision des référentiels

Année principale de réalisation:

2016

Moyens humains :

- Un travail de fond de formulation des équipes recherche et développement, en partenariat étroit avec des fournisseurs de confiance et engagés
- Une préparation et un suivi de chaque dépôt de dossier d'obtention de l'Ecolabel européen
- Une forte implication de l'équipe commerciale et marketing pour promouvoir les produits auprès des distributeurs et des clients
- Une gestion logistique optimisée pour répondre aux mieux aux exigences de l'Ecolabel européen lors du passage d'un référentiel à l'autre

Moyens financiers :

Actions réalisées la première année (2015-2016) pour respecter le cahier des charges :

- Développements et tests sur les formules : 30 000 €
- Coûts de développement Marketing : 5 000 €
- Création de moules de flacons répondant aux exigences : 37 000 €
- **Soit un investissement total de 72 000 €**

Autre action significative

- Renouvellement des formules pour répondre aux exigences du nouveau référentiel : somme de développement et tests formules sensiblement identique aux actions réalisées la première année

Moyens techniques :

Dès que cela a été possible industriellement, Maison Verte a fortement incité l'un de ses fournisseurs principaux de produits à fabriquer au sein d'une usine éco-conçue dont on peut illustrer la conception par quelques exemples :

- L'usine est installée au sein d'un parc d'activité certifié ISO 14001 ;
- Le toit est végétalisé, assurant une meilleure isolation thermique été comme hiver, et permettant ainsi une économie d'environ 25% d'énergie ;
- La structure du bâtiment est en bois, offrant une excellente durabilité, un entretien très limité et un cadre de travail plus agréable pour les employés ;
- De nombreux puits de lumière offrant une économie d'énergie et un meilleur confort pour les employés ;
- La gestion des déchets est optimisée sur le site ;
- Des circuits de gestion de l'eau distincts pour l'eau de ville, l'eau de pluie et l'eau de process industriel ;
- Visuellement, le bâtiment se fond dans le paysage.

Aujourd'hui, environ 50% des produits Maison Verte écolabellisés sont fabriqués dans cette usine dernière génération.

Le recours à l'éco-conception

Maison Verte est engagée dans un processus d'éco-conception, et c'est pour cette raison que l'Ecolabel européen a été choisi puisque le cahier des charges est construit dans cet objectif et selon une approche cycle de vie et multicritères (prise en compte des impacts environnementaux de la phase de l'extraction des matières premières, à la fabrication et la fin de vie.

A ce titre les actions suivantes ont été menées (certaines vont au-delà du cahier des charges du label) :

- Réduction de l'impact de la fabrication. Le choix de nos fournisseurs s'est basé sur leur engagement vis-à-vis de l'environnement et leur politique de minimisation de leur activité sur l'environnement.
- Réduction de l'impact des emballages. Maison Verte choisit des emballages mono-matériau lorsque cela est possible pour maximiser l'utilisation des filières de recyclage. Lorsque cela est possible, Maison Verte intègre de la matière recyclée dans ses emballages, qui sont par ailleurs recyclables. Concernant les liquides vaisselle par exemple, la proportion est aujourd'hui de 25% de plastique recyclé et Maison Verte vise une augmentation de ce pourcentage à court terme.
- Réduction de l'impact des comportements d'usage. Les produits sont efficaces à basse température (ex. : dès 30°C, pour les lessives, voire 20°C sur beaucoup de salissures, pour permettre au consommateur de réduire autant que possible sa consommation d'énergie).
- Optimisation de la fin de vie des produits et emballages. Les produits répondent aux exigences de l'Ecolabel européen en terme de biodégradabilité et d'écotoxicité et ses emballages sont recyclables.
- Réduction de l'impact de ses substances. L'entreprise a développé sa propre liste de substances interdites qui va au-delà de la réglementation et même des exigences de l'Ecolabel européen afin de s'engager toujours plus pour la santé de ses consommateurs en proposant des produits les moins risqués possible sur les allergènes et les perturbateurs endocriniens. Les formules sont par ailleurs développées dans une démarche d'amélioration continue pour réduire au maximum les allergènes et précurseurs d'allergies : lorsque c'est pertinent (contact cutané lors de l'utilisation) les produits sont formulés pour minimiser les risques d'allergie et sont testés dermatologiquement, à dose d'utilisation sur des personnes volontaires.

L'utilisation d'ingrédients naturels

Les matières d'origine naturelle (végétale ou minérale) sont très largement privilégiées dans les formules Maison Verte, qui contiennent aussi des huiles essentielles naturelles au travers du parfum.

La sensibilisation et l'implication des clients

« *Maison Verte* » diffuse constamment des éco-gestes et des recommandations à l'attention de ses clients afin de leur permettre de faire des économies et de préserver l'environnement, que ce soit sur ses packagings ou sur ses plateformes digitales (www.maisonverte.fr).

Vaisselle à la main

- Régler la température du chauffe-eau entre 50 et 60°C
- Installer des robinets avec mitigeurs
- Respecter les dosages produits recommandés
- Faire tremper les ustensiles de cuisine au lieu de les prélever à l'eau
- Rincer la vaisselle à l'eau froide

Lave-vaisselle

- Éviter de prélever la vaisselle avant de la mettre dans le lave-vaisselle
- Utiliser de préférence les cycles « écologiques »
- Éviter le cycle de séchage et laissez la vaisselle sécher à l'air ambiant
- Nettoyer les filtres de la machine et vérifier que les orifices des bras d'arrosage ne sont pas bouchés
- Consulter le site www.eco-systemes.fr pour savoir où faire réparer ou comment se débarrasser de son ancien appareil

Lessive

- Installer une prise coupe-veille sur le lave-linge
- Éviter les lessives entre 18h et 20h et privilégier les heures creuses
- Utiliser de préférence les cycles courts à basse température puisque les lessives Ecolabel européen garantissent une efficacité dès 30°C
- Organiser le repassage par type de linge pour utiliser efficacement les équipements ;
- Consulter le site www.eco-systemes.fr pour savoir où faire réparer ou comment se débarrasser de son ancien appareil

Nettoyant ménager

- Privilégier l'utilisation de sprays dont la fabrication nécessite moins d'eau et d'énergie que les lingettes
- Pour le nettoyage des surfaces, utiliser de préférences des chiffons en microfibre lavables et ré-utilisables, plutôt que des éponges, chiffons ou lingettes jetables
- Éviter de rincer sous le robinet les éponges et serpillières, utiliser de préférence un seau d'eau

Partenaires mobilisés :

- ADEME
- AFNOR

VALORISATION

Facteurs de réussite :

3 facteurs clés de succès ont été identifiés :

- La bonne compréhension du référentiel de l'Ecolabel européen avec l'aide de l'ADEME et de l'AFNOR ;
- La volonté de s'inscrire dans une dynamique d'amélioration continue ;
- L'information au consommateur sur ce que signifie l'Ecolabel européen et ce qu'il certifie.

Difficultés rencontrées :

La principale difficulté de la certification Ecolabel européen est le délai de traitement des dossiers chez [certains organismes compétents](#), surchargés de dossiers à instruire.

Ces délais sont parfois difficilement compatibles avec les contraintes de mise sur le marché de produits de grande consommation.

Ainsi, les délais d'instruction entraînent parfois la mise sur le marché de produits ne portant pas l'Ecolabel européen (car en cours de labellisation), ce qui peut poser trois types de problèmes :

- de la confusion pour les consommateurs
- de la complexité opérationnelle à gérer des emballages avec et sans mention Ecolabel européen
- des coûts supplémentaires de développement et d'impression des étiquettes avec et sans Ecolabel européen

Recommandations éventuelles:

« L'augmentation du niveau d'exigence de chaque nouvelle version de référentiel de l'Ecolabel européen (tous les 4-5 ans) peut être anticipée en ayant une démarche proactive d'exclusion de certaines substances et une logique d'amélioration continue de réduction des dosages d'utilisation et des poids d'emballages.

Cela permet de réduire les modifications nécessaires lorsque le nouveau référentiel entre en vigueur ! »

Daniel Chassagnon, Directeur Général de Swania

DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®



[Découvrir](#)

Dernière actualisation de la fiche : **Février 2019**

Fiche action réalisée sur le site : www.optigede.ademe.fr

Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.

