**La moitié des Belges ne savent pas que les produits de lessive et de nettoyage contiennent des substances nocives**

**Ecover lance sa première campagne télévisée nationale afin de sensibiliser le grand public**

**De nombreux consommateurs ne se rendent pas suffisamment compte qu’ils entrent inutilement en contact avec des substances nocives. Une étude montre que cette ignorance s’applique aussi aux habitudes de nettoyage des Belges.[[1]](#footnote-1) Ecover part du principe de précaution et entend limiter autant que possible le contact avec ces substances, dans l’intérêt de la santé de chacun. Afin de prouver qu’il est possible de nettoyer efficacement sans substances nocives, Ecover lance en septembre sa première campagne télévisée sur l’air du tube de James Brown « *I Feel Good*».**

**Naïf à propos des produits de nettoyage ?**

Lorsqu’ils utilisent le lave-vaisselle, nettoient la maison ou lessivent des vêtements, les consommateurs entrent – souvent sans le savoir – en contact avec toute une série de substances nuisibles.

Les pastilles pour lave-vaisselle « *trois en un »* comportent des éléments d’argent pour protéger les verres contre la corrosion, mais ces substances chimiques adhèrent souvent à la vaisselle. Un fait connu par moins de 14% des Belges.[[2]](#footnote-2) Lorsque vous prenez votre fourchette en bouche, vous pouvez entrer directement en contact avec les produits chimiques qui y restent incrustés.

Malheureusement, plus de la moitié des Belges ne savent pas non plus que les résidus de produits de nettoyage restent collés aux surfaces qu’ils nettoient, comme la baignoire, l’évier ou le sol.[[3]](#footnote-3) Votre bébé rampe par terre ? Ses petites mains touchent à tout et se retrouvent continuellement en bouche.

Parfums trop forts, blanchisseurs optiques, agents moussants, etc. De nombreux composants de produits d’entretien conventionnels n’apportent aucune plus-value à la puissance de nettoyage. Les consommateurs n’en sont souvent pas informés. Ecover ne joue pas la carte du « plus blanc que blanc », mais bien du « blanc propre ».

L’effet à long terme de ces produits chimiques sur la santé est difficile à prévoir. Ecover suppose qu’il existe un lien avec toutes sortes de problèmes de santé et opte dès lors pour des alternatives végétales, puissantes, rapidement biodégradables.

Ecover adopte des critères particulièrement sévères qui prennent non seulement en compte la santé des consommateurs, mais aussi leurs souhaits, leurs attentes, etc. Les produits Ecover respectent en outre de nombreux autres critères ayant trait à l’environnement, à l’origine et au caractère renouvelable de leurs ingrédients, à leur biodégradabilité dans des conditions aérobies et anaérobies, à l’impact sur la vie aquatique, etc. Ces critères sont repris dans le Modèle Diamant d’Ecover.

**Innovations vertes**

L’efficacité constitue un point d’attention important lors de l’achat de nettoyants. Ecover investit depuis des années dans l’étude scientifique d’ingrédients végétaux qui luttent efficacement contre la saleté, avec le moins d’impact possible sur l’homme et l’environnement. Le fait que Test-Achats reconnaisse le nettoyant WC Ecover comme le ‘Meilleur achat pour chaque jour’ en est une brillante confirmation.

Les Eco-Surfactants Ecover constituent un bel exemple de l’esprit d’innovation chez Ecover. Des scientifiques ont découvert dans un nid de bourdons une levure spécifique capable d’établir une liaison naturelle entre le glucose et l’huile de colza : le surfactant obtenu possède des propriétés exceptionnelles et représente un ingrédient clé pour des produits de nettoyage écologiques particulièrement efficaces. Après des années d’étude, on a réussi à cultiver cette levure à grande échelle dans des bioréacteurs et à développer des Eco-Surfactants… sans perturber ni détruire des ruches.

Le résultat ? Un détergent bio puissant qui ne nuit ni à l’homme ni à l’environnement. L’utilisation d’Eco-Surfactants dans les produits de lessive et de nettoyage a été brevetée par Ecover.

**« I Feel good », Ecover sensibilise avec James Brown**

Pour prouver qu’il est possible de nettoyer efficacement sans substances nocives, Ecover lance en septembre une campagne télévisée nationale sur l’air de « *I Feel Good* »de James Brown.

La conscience écologique des consommateurs ne cesse de croître. 12,4% des familles belges achètent déjà des produits Ecover. Une campagne télévisée à grande échelle est dès lors possible pour la première fois. Alors prenez votre balai et lâchez vous!!

**Gagnez une équipe Feel Good Cleaning via Facebook**

Participez à notre concours sur Facebook et gagnez un nettoyage unique, chez vous, par notre équipe Feel Good Cleaning. Participez sans tarder au concours !

**A propos d’Ecover**

Ecover est le premier producteur européen de produits de lessive et d’entretien écologiques. Depuis son siège principal de Malle, Ecover propose ses produits dans plus de 35 pays. Avec plus de 30 années d’expérience dans la recherche et le développement, Ecover fabrique des produits de lessive et de nettoyage à base de matières premières végétales et minérales qui offrent les meilleurs résultats à un prix honnête. Sa vaste gamme de produits permet à chaque consommateur de contribuer aisément à l’amélioration de la qualité de notre environnement. Ecover satisfait à la norme environnementale ISO 14001 qui fait l’objet d’un contrôle externe. Ecover a reçu divers prix du TIME Magazine et du Programme des Nations unies pour l'Environnement (PNUE). Pour plus d’informations sur Ecover, veuillez consulter le site www.ecover.com

**CONTACT**

Pour toute question ou demande de photos haute définition ou d'interview, veuillez contacter :

**Pride** **Pride**  
Steven Verbeiren Sally Herygers

steven.verbeiren@pr-ide.be sally.herygers@pr-ide.be

+32 484 401 585 +32 472679703

1. , 2, 3 Etude IVOX menée à la demande d’Ecover en décembre 2012 auprès d’un échantillon de 2.750 personnes. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. [↑](#footnote-ref-3)