

method[®]

GOES METALLIC

BLINKEND HUIS MET NIEUWE SHINY LIMITED EDITION LIJN

Interior geek, fashionista of rasechte trendsetter, het is geen enkel kennersoog ontgaan: de metallic look is *back in business*! Ethisch schoonmaakmerk method lanceert een limited edition lijn van luxe schoonmaakmiddelen in rosé gouden en koperen tinten, aangevuld met strakke geometrische patronen en een metallic finish. Deze on-trend producten (of eerder: interieuraccessoires) zijn vanaf dit voorjaar exclusief verkrijgbaar bij Carrefour. Tijd voor een *spring cleaning* dus.

Dat de metallic look een trend is die nog wel even het mode- en interieurlandschap zal kleuren, bevestigt Hilde Francq, een bekend trend- en colorwatcher. *“Metallic geeft een gevoel van luxe. In combinatie met roze straalt het een tactiele geborgenheid uit. In de wereld van vandaag is dat exact waar mensen naar op zoek zijn. De komende jaren zullen metallickleuren dan ook prominent blijven in design en interieurvormgevingen”*.

De inhoud van deze *limited edition* doet niet onder voor de shiny buitenkant. Laat je verleiden door de geurcombinatie van sappige pomelo, een vleugje frisse citroenschil, ondersteund door freesia en amber en afgewerkt met roze peperkorrels voor een vleugje pit. Impressed?

Tips voor een glamorous spring cleaning

1. Stel voor jezelf een beloning in het vooruitzicht. Ze zeggen toch altijd dat hard werken loont? Dat heb je zelf in de hand. Wel zo eerlijk.
2. Zorg dat je met producten schoonmaakt waar je happy van wordt. Ja het moet perfect werken, en het is fijn als het lekker ruikt. Maar als ze ook nog een wannahave-factor hebben én duurzaam zijn: score!
3. Zet je allesreiniger spray binnen handbereik. Zo hoef je niet aan de haal met emmers water en sop en is 'ie altijd dichtbij wanneer je dat ene glas rode wijn omstoot, of wanneer je iets te uitbundig was met de blueberry pancakes en maple syrup.
4. Ruim op met een closet swap of simpelweg give-aways. Stel jezelf tot doel om minstens 5 mensen blij te maken met spullen uit huis die jij weggeeft. Voelt goed, én je geeft jouw spullen een tweede leven.
5. Laat je huis blinken met de juiste hoeveelheid zeep. Je hoeft helemaal niet liters schoonmaakmiddel op te maken; één pompje van het juiste product is meer dan genoeg. Zo is 1 pompje van method afwasmiddel voldoende voor maar liefst 25 vuile borden! Die afwas zal in no time gedaan zijn, yes!
6. Geheimpje weten? Meer schuim in je afwasbak betekent niet dat het een krachtiger product is – het leidt er enkel toe dat je meer water nodig hebt om af dat schuim er weer af te spoelen. We weten dat je het niet gelooft maar het is een waarheid als een koe.

Lief voor de planeet - genadeloos voor vuil

Method is bekend van het ontwikkelen van schoonmaakproducten die een lust zijn voor het oog en voor de neus, maar die tegelijk net zo lief zijn voor de planeet als genadeloos voor vuil. Method combineert ethiek met esthetiek; duurzaamheid is voor het merk geen trend maar een vanzelfsprekendheid, met o.a. productingrediënten van natuurlijke oorsprong en verpakkingen van 100% gerecycleerd plastic.

Trendwatcher Hilde Francq onderstreept dat dit aansluit bij onze tijdsgeest: *“Een steeds groeiende groep consumenten zoekt naar oplossingen om hun impact op het milieu te verkleinen. We beseffen langzaamaan dat elke actie, hoe klein ook, telt. Daarom gaan mensen op zoek naar producten waarmee ze vandaag nog kunnen bijdragen aan duurzaamheid.”*

De shiny limited edition lijn maakt haar debuut exclusief bij Carrefour. Prijzen: allesreiniger (€4,49), afwasmiddel (€3,99) en handzeep (€3,49).



Noot aan de redactie, niet voor publicatie:

Ben je geïnteresseerd in een telefonisch interview met de makers van de prachtige poetspret of wil je een product reviewen? Neem voor meer informatie/bij verzoeken contact op met:

Manon Acke
E: manon@blyde.be
M: 0470/18.76.83

Over method:

method introduceert een hele nieuwe manier van schoonmaken met stijlvolle en ecologische producten op basis van natuurlijke ingrediënten, die verdraaid goed poetsen en hemels ruiken. De bedenkers en bezielers van method, Adam Lowry en Eric Ryan, zien hun werk als een fantastische kans om de manier waarop reinigingsmiddelen gemaakt én gebruikt worden, volledig te herzien. Maar ook willen de ontwikkelaars aantonen hoe bedrijven duurzaamheid kunnen omarmen. Het merk ziet het als een uitdaging om ervoor te zorgen dat alle producten die zij de wijde wereld insturen een toonbeeld zijn van duurzaamheid, van het gebruik van veilige en ecologische middelen en van een verantwoord productieproces. method behoort tot de 'people against dirty' familie, waar ook Ecover deel van uitmaakt. Voor meer informatie zie www.methodhome.be.