

Ariel lave plus ÉCONOME EN ÉNERGIE

Un changement de mentalités et d'habitudes auprès des consommateurs est nécessaire afin de promouvoir le lavage à l'eau froide.



Saviez-vous que le lavage à l'eau chaude est une source non négligeable de consommation d'énergie dans les foyers et représente aussi la principale empreinte environnementale dans le processus de lavage du linge ? Procter & Gamble a donc pour objectif d'atteindre le seuil de 70 % des lavages de linge en machine effectués à l'eau froide d'ici 2020. Ainsi les produits développés doivent permettre d'obtenir des résultats performants



dès les basses températures afin d'aboutir à une économie d'énergie à chaque utilisation. P&G s'est continuellement attaché à concevoir des produits à haute performance (tels qu'Ariel). Aujourd'hui, ceux-ci sont imaginés pour fonctionner de manière optimale lors d'un cycle à basse température ou en « cycle rapide ». Dans le contexte des basses températures, l'océan est une source d'inspiration pour nos équipes R&D. En effet, les experts

du centre d'innovation d'Ariel, en collaboration avec les experts de l'entreprise Novozymes (leader mondial dans le domaine des biotechnologies), se sont inspirés des principes de fonctionnement de certaines enzymes existant dans les océans et capable de fonctionner à des températures allant de > 0 °C à 30 °C. Ils ont utilisé les technologies les plus avancées pour identifier les caractéristiques chimiques importantes de ces enzymes et pour les adapter à des produits qui pourraient fonctionner dans « la buanderie moderne ». Ces recherches ont donné naissance à une nouvelle génération d'enzymes nommée « OceanaTech ». Toute la gamme des lessives liquides Ariel profite de cette nouveauté. Cette innovation offre une

* Senior Communications Manager Global Fabric Care Sustainability, P&G.

efficacité sur les taches tenaces, même à basse température, ce qui permet de réduire l'impact environnemental du processus de lavage.

En Europe, les chiffres sont clairs. La température de lavage moyenne est de 41 °C. Si chaque personne diminuait sa température de lavage moyenne simplement de 3 °C, les économies réalisées dépasseraient 2 300 GWh/an, ce qui équivaut à la consommation d'électricité de plus de 300 000 habitants ! (Source AISE)

Le but de la campagne « Je préfère 30 °C », menée par l'association des industriels du secteur (AISE) et dont P&G demeure un acteur majeur, est d'encourager les consommateurs à travers l'Europe à laver plus fréquemment à basse température. Cette initiative englobe non seulement les membres de cette association, mais aussi les fabricants/détaillants d'articles de mode, fabricants de machines à laver, pouvoirs publics et ONG. Sur le marché français, les efforts se font sentir. Selon ses propres études, P&G montre que dans l'Hexagone, les chiffres sont encourageants. En effet, le nombre de machines effectuées à l'eau froide est en nette progression, passant de 31 % en 2011 à 58 % en 2014. Malgré cela, la sensibilisation des consommateurs à ce sujet demeure primordiale. Mais les actions en faveur de l'environnement ne s'arrêtent pas là, et P&G reste déterminé à développer sa politique autour du développement durable. Ainsi, l'un de ses objectifs demeure la diminution des émissions de gaz à effet de serre.

Depuis plusieurs années, P&G travaille sur la diminution des emballages et des déchets. Sa dernière innovation – Ariel Pods 3 en 1 – représente sa forme de produit la plus compacte. Sa fabrication demande seulement 10 % de l'eau nécessaire à la fabrication de son équivalent vendu en flacon, et seulement 60 % de l'emballage nécessaire (calcul réalisé en unité de consommation). De nombreuses initiatives ont été dévoilées au cours des dix-huit derniers mois. En effet, en juin dernier, P&G a annoncé une nouvelle initiative visant à utiliser des matériaux PCR (recyclés après usage) dans la composition de 230 millions de flacons de ses marques phares, telles qu'Ariel, Dash, Lenor et Lenor Unstoppables. En outre, le partenariat avec DuPont a aussi conduit à une réduction de ses impacts environnementaux à travers la chaîne d'approvisionnement, grâce



Ariel Pods 3 en 1

à l'utilisation de l'éthanol cellulosique dans les détergents Tide en Amérique du Nord. Substituer notre habituelle base de maïs avec de l'éthanol cellulosique demeure l'une des plus récentes innovations depuis trente ans. Ce partenariat entre entreprises permettra aux consommateurs de faire des choix plus écologiques dans leur vie quotidienne. Ces initiatives ont des objectifs à long terme et se focalisent sur les aspects qui apporteront les plus grandes améliorations en matière de développement durable. P&G a aussi volontairement éliminé le phosphate des composants de ses lessives. En France, il est vrai que la réglementation interdisait déjà l'utilisation dans les détergents textiles, et ce depuis 2007. Malgré tout, cette initiative a permis d'aider certains pays en voie de développement n'ayant aucune législation dans ce domaine et dans lesquels les infrastructures pour le traitement des eaux usées manquent considérablement. La philosophie de P&G est

d'offrir des produits et des services de qualité supérieure, afin d'améliorer le quotidien des consommateurs dans le monde entier. Ce quotidien passe bien entendu par le respect de l'environnement. Ce respect, P&G l'atteste en annonçant en septembre dernier un nouvel objectif pour 2020 : réduire de 30 % les émissions de gaz à effet de serre de toutes ses installations. Un objectif développé en partenariat avec le Fonds mondial pour la nature (WWF) et basé sur les meilleures données scientifiques disponibles. En outre, la société rejoint ainsi le programme Climate Savers, parrainé par le WWF, qui a pour objet d'aider les entreprises à accélérer leurs efforts en matière de lutte contre le réchauffement climatique. ■



Si chaque personne diminuait sa température de lavage moyenne simplement de 3 °C, les économies réalisées dépasseraient 2 300 GWh/an