

Communiqué de Presse
Boulogne-Billancourt, le 8 octobre 2014

Prix « Choisir c'est agir » Casino-GoodPlanet

Le Chat Eco-Efficacité récompensé pour sa performance environnementale

La marque le Chat a remporté le Prix « Choisir c'est agir » dans la catégorie Éco-conception, pour sa lessive Eco-Efficacité. Décernée le 3 Octobre par la fondation GoodPlanet et le groupe Casino, cette récompense vise à valoriser des produits particulièrement innovants en matière de respect de l'environnement.



Créé cette année, le Prix s'inscrit dans le cadre de la campagne « Choisir c'est agir » lancée en 2013 par le groupe Casino et la Fondation GoodPlanet présidée par Yann Arthus-Bertrand. Il vise à promouvoir un modèle de production et de consommation plus respectueux de l'environnement. Cette initiative, qui a notamment reçu le soutien du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (UNEP) et de l'ADEME, en appelle à la responsabilité des individus dans leurs choix de consommation. Provenance des produits, économies d'énergie, recyclage des emballages... Autant de critères mis en avant sur le site [web](#) dédié pour guider les consommateurs dans leurs décisions d'achat.

« Cette récompense, obtenue dans le cadre de la campagne « Choisir c'est agir » nous conforte dans notre volonté de conjuguer efficacité des produits et performance environnementale », explique Jean-Baptiste Santoul, Directeur Général de la branche Laundry & Home Care Henkel France. « Dans le contexte actuel, les produits respectueux de l'environnement et permettant aux consommateurs de réduire leurs dépenses en énergie et en consommation d'eau sont particulièrement en phase avec les attentes du public ».

Le Chat : une marque pionnière dans le respect de l'environnement

Marque d'origine française, le Chat a toujours été pionnière en matière de respect de l'environnement, tout en conservant l'efficacité de lavage qui a fait son succès. La marque a lancé la première lessive au savon de Marseille en 1981, la toute première lessive sans phosphates en 1989 et créé la gamme Le Chat Eco-Efficacité en 2008, certifiée par l'Eco-Label européen début 2013.

« Le Chat Eco-Efficacité respecte l'intégralité du cahier des charges de l'Ecolabel, mais en plus, la marque s'attaque à deux enjeux majeurs du cycle de vie d'une lessive : son utilisation et sa fin de vie grâce à un programme très ludique d'éducation des consommateurs aux bonnes pratiques sous forme de vidéos humoristiques, les « Brèves de hublot » que l'on retrouve sur le site lavonsmieux.com. »

précise Jean-Baptiste Santoul.

En accord avec la stratégie du groupe [Henkel](http://henkel.com) en matière de responsabilité environnementale, Le Chat Eco-Efficacité a l'ambition de permettre aux consommateurs de « faire plus avec moins ». D'ici à 2030, l'entreprise s'est engagée au niveau mondial à tripler le rapport entre la valeur créée et son empreinte écologique.

Le Chat Eco-Efficacité a ainsi été développé dans un souci de réduction de l'impact environnemental à toutes les étapes du cycle de vie du produit :

- **Matières premières** : 100% des tensio-actifs utilisés d'origine végétale et biodégradables
- **Production** : une lessive « made in France »
- **Logistique** : soufflage des bouteilles classiques et remplissage centralisés en un même lieu pour limiter les transports
- **Utilisation** : une lessive efficace à basse température et en cycle court, permettant des économies d'eau et d'électricité, ainsi que le développement d'un programme de sensibilisation aux bonnes pratiques lors du lavage du linge grâce à la plateforme lavonsmieux.com. Celle-ci apporte notamment un panel de 20 éco-gestes concrets développés avec des experts de la santé et de l'environnement
- **Déchets** : une éco-recharge recyclable, doublée d'un système de recharge du flacon

A propos de [Henkel](http://henkel.com)

Henkel est un leader mondial des marques et des technologies présent dans trois domaines d'activités : les détergents et l'entretien de la maison (Laundry & Home Care), la beauté (Beauty Care), et les Adhesive Technologies. Créé en 1876, Henkel détient des positions mondiales fortes, auprès des industriels comme des consommateurs, avec des marques reconnues comme Le Chat, Schwarzkopf et Loctite. Employant près de 47 000 personnes dans le monde, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 16,4 milliards d'EUR et un résultat d'exploitation ajusté de 2,5 milliards d'EUR en 2013. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX.

Contacts :

Henkel
Stéphanie Coignard
Tél. : 01 46 84 92 23
stephanie.coignard@fr.henkel.com

Agence Burson-Marsteller
Xavier Bossaert
Tél : 01 56 03 12 14
xavier.bossaert@bm.com