

# Résultats d'une enquête sur les lessives

[www.eco-sapiens.com](http://www.eco-sapiens.com)

Novethic

Les résultats surprenants d'une étude sur les lessives: pour les lessives en poudre et en tablettes, les marques les plus toxiques réservent des surprises...

Publiée dans le numéro de **novembre du magazine « 60 Millions de Consommateurs »**, l'étude menée par l'INC avec les agences de l'eau a évalué les impacts environnementaux de 35 lessives (19 liquides, 9 poudres, 6 tablettes et des noix de lavage) au moyen de trois tests d'écotoxicité.

- > Le premier porte sur des algues et des crustacés d'eau douce,
- > le second sur la perturbation hormonale,
- > et le dernier sur l'aptitude des effluents de lessives à se dégrader dans les stations d'épuration biologiques.

(...)S'agissant de la lessive en poudre et en tablettes, **les marques les plus toxiques réservent des surprises**, puisqu'on y retrouve les marques bio ou vertes comme

- > « Le Chat »,
- > « Maison verte »,
- > « l'Arbre vert »
- > ou encore « Ecover ». **Voir notre enquête ci-dessous**

Non seulement ces marques ont un impact négatif sur l'environnement, mais elles figurent en outre parmi **les plus nocives**.

D'autres, qui n'affichent aucune revendication écologique, seraient en réalité moins toxiques, selon l'enquête. Il s'agit d'**Apta Advance, Dash et Super Croix**. Cette enquête révèle par ailleurs toutes les limites des labels verts, affiché par exemple par l'Arbre vert. Les critères d'attribution de l'écolabel européen ne s'attachent en effet que très peu aux effets toxiques et se concentrent davantage sur la réduction des emballages et la consommation d'énergie nécessaire au lavage. Par ailleurs, le niveau de toxicité est évalué pour les ingrédients et non pour l'ensemble du produit.(...)

La marque Ecover est présente sur les pages de notre site eco-SAPIENS. Nous avons donc contacté Ecover pour avoir des explications voici quelques éléments de réponses.

*Extraits de la lettre du fabricant Ecover au magazine - Signée par le responsable marketing "Concernant le manque d'efficacité : l'essai de 60Millions de Consommateurs a été effectué avec une ancienne génération de Lessive Liquide, ce qui avait été indiqué au magazine 1 mois avant la publication. Ce fait a bien également été repris dans l'article mais en mention minuscule sous le tableau.*

*De même, pour le linge blanc, Ecover indique sur ses emballages qu'il faut ajouter un blanchissant Ecover. Par ailleurs, l'absence d'azurant optique semble reproché aux marques dites "vertes", alors que pour Ecover cette substance peut être à l'origine de problèmes de santé et environnementaux :potentiel cancérigène, liaison chimique avec la peau, modification de la photosensibilité, retardement de la guérison de plaies et*

*bien sûr fabriqué à partir de composants chimiques."*

**Eco-SAPIENS:** Lors de la conclusion de l'enquête, il est mentionné qu'aucune lessive n'est totalement verte (sauf les noix de lavage) et la mention de la **biodégradabilité "bonne " d'Ecover** n'est pas réellement mise en valeur. Alors qu'il s'avère que c'est **la seule** à avoir obtenu ce résultat sur lequel Ecover se positionne franchement.

C'est ce qui a peut-être conduit Novethic à conclure que les marques vertes avaient un impact négatif sur l'environnement, ce qui après analyse n'est pas ce qui est dit au sujet d'Ecover dans l'article de 60Millions de Consommateurs.