

Les femmes de ménage lavent plus vert

Fabienne Broucuret 17/11/2008 | Mise à jour : 18:36 |

La deuxième édition du Salon des services à la personne s'ouvre jeudi à Paris-Porte de Versailles. L'occasion de découvrir de nouvelles prestations ménagères 100 % écolo.

«Faire le ménage de manière écologique, ce n'est pas forcément appliquer des remèdes de grand-mère à base de citron et de pomme de terre», enseignent Valérie Malka et Katherine Léonard. Fondatrices de l'académie de la propreté, ces deux «profs de ménage» proposent depuis cet été des sessions de formation entièrement vertes. Leur but ? Apprendre aux femmes de ménage à nettoyer efficacement tout en respectant l'environnement. Après les cours théoriques du matin, les dix stagiaires participent à des ateliers pratiques : nettoyage de sanitaires, dépoussiérage et entretien de sols lisses. «On leur apprend à bien utiliser les produits d'entretien écologiques notamment en termes de dosage, expliquent Valérie et Katherine. On leur montre aussi comment limiter leur consommation d'eau et d'énergie.»

Les gestes «durables» sont multiples : vaporiser le produit sur une éponge pour éviter le gaspillage et optimiser son action, utiliser la technique du balayage humide afin de réduire l'usage de l'aspirateur, lutter contre le calcaire en utilisant une microfibre, privilégier les produits portant l'écolabel européen. À la fin de la journée, les stagiaires repartent avec un diplôme et des produits ménagers écologiques issus de la gamme verte de Monoprix, vertueux partenaire de cette opération de professionnalisation (et de marketing). D'ici à février 2009, 500 femmes de ménage auront ainsi été formées avec l'aval de l'Agence nationale des services à la personne (ANSP).

Salariée depuis huit ans d'une société parisienne assurant des prestations de ménage et de repassage à domicile (1), Amy a suivi la formation «ménage vert» en juillet dernier. «Je ne connaissais pas les produits d'entretien écologiques et j'ai été surprise par leur efficacité. Avec un désinfectant, un détartrant et un dégraissant, je peux nettoyer toute la maison ! En plus, on n'est pas obligé d'en mettre des tonnes et c'est meilleur pour ma santé.» Amy préconise désormais à ses clients d'abandonner leurs nettoyants phosphatés et leurs détergents chlorés

Évaluation du site

Site du quotidien national Le Figaro. Il met en ligne l'intégralité de ses éditions papier ainsi que de nombreuses dépêches d'agences et articles publiés en temps réel.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 122

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

au profit de produits verts. Un nouveau rôle de conseillère qui valorise son métier. «Nos employées apportent différents échantillons et le matériel nécessaire à une démonstration, explique Corinne Duplat, directrice de Home Privilèges. C'est ensuite au particulier de choisir la marque et les produits qu'il préfère acheter. Grâce à cette démarche incitative, tous les nouveaux clients s'équipent écolo.» Autre précurseur en la matière : le **groupe O2**, spécialisé dans l'entretien de la maison, qui propose depuis octobre un protocole respectueux de l'environnement (2). Baptisée EcolO2, cette nouvelle prestation coûte un euro de plus de l'heure par rapport aux formules classiques. «Nous laissons chez le client un kit ménage, souligne Guillaume Richard, fondateur du groupe. Il contient notamment des serpillières et des chiffonnettes en microfibre écolo. Ce matériel innovant rend superflue l'utilisation de produits détergents. Les clients font rapidement des économies.»

Deux millions de salariés concernés

Selon le baromètre TNS Sofres des services à la personne, réalisé en mai 2008, ces initiatives correspondent à une réelle attente des particuliers. 76 % des personnes interrogées déclarent en effet prendre en compte l'environnement dans la réalisation de leurs tâches ménagères et 80 % seraient sensibles à une prestation ménagère respectueuse de l'environnement. «Il s'agit d'une tendance de fond qui correspond à une évolution profonde de notre société, analyse Bruno Arbouet, directeur de l'ANSP. Le problème, c'est que si les gens veulent bien agir individuellement pour la planète, ils ne savent généralement pas par où commencer. Les services à la personne permettent de passer plus facilement à l'acte. Le phénomène devrait donc s'amplifier. Nous réfléchissons notamment à la mise en place de mesures incitatives.» Tant mieux. Car ce secteur emploie deux millions de salariés et touche quatre millions de foyers. Après le ménage, les offres de jardinage vert devraient fleurir au printemps.

(1) Home Privilèges : 01 40 50 95 05, www.homeprivileges.fr

(2) Tél. : 0 811 16 11 16, www.o2.fr