

Ecrit par le 2 avril 2025

L'Arbre vert : la marque vauclusienne préférée des Français fête ses 20 ans



En 20 ans, **L'Arbre vert** s'est fait un nom et une place de choix dans les produits d'hygiène et d'entretien 100% nature et « Made in France ».

« Pour la 2e année consécutive, nous figurons en tête des marques préférées des Français » annonce, pas peu fier, Bruno Carnevali, directeur général de l'entreprise dont le siège est basé aux Taillades, au bout d'une longue allée bordée de platanes centenaires, dans le Moulin qui date de 1874 et qui a été acquis par la mairie en 1981. Ce sondage réalisé sur 1 300 marques entre le 2 et le 13 février dernier par l'Institut Opinionway a été fait auprès d'un échantillon de 4 900 répondants de plus de 18 ans.

Plus de 200 références

Créé en 1986, Novamex avait été repris dans les années 2 000 par un chimiste, Michel Leuthy qui l'a

Ecrit par le 2 avril 2025

revendu en 2015 à Sodalis, un groupe italien. Avec d'un côté, le site de production de Saint-Benoît (proche de Poitiers, dans la Vienne) où travaillent 70 salariés pendant que, dans les Vaucluse, les Taillades (entre Cavaillon et Robion), accueillent une trentaine de collaborateurs, sans parler des commerciaux qui quadrillent infatigablement l'hexagone, ce qui correspond à un effectif de 107 personnes pour ce leader européen des produits d'entretien, mais aussi d'hygiène corporelle et de la maison, du bien-être, de la beauté, jusqu'aux soins aux animaux et désormais aux compléments de santé.

« Nous sommes devenus une référence sur les produits d'entretien ».

Marco Petrelli, PDG de l'Arbre vert

« En tout, nous totalisons plus de 200 références. Et un savoir-faire qui s'articule autour de 3 piliers fondamentaux (1 / l'environnement, 2 / la santé, 3 / l'efficacité - le prix). Chaque année, grâce à notre service Recherche et Développement, nous innovons et lançons de nouvelles gammes. En 2023, ce sont des dentifrices à large protection, notamment pour les 7-13 ans, les recharges pour les gels douches et les liquides de vaisselle, ce qui permet de réduire 70 à 80% de plastique. Nous avons également des shampooings solides qui, eux aussi, font reculer l'impact carbone sur la planète. Moins de poids, moins de semi-remorques, donc moins de pollution » ajoute Lisa Bueno, la dynamique responsable de la communication.

Ecrit par le 2 avril 2025



Lisa Bueno, responsable de la communication de l'Arbre vert, et Bruno Carnevali, directeur général, de l'entreprise dont le siège historique se situe toujours aux Taillades.

Le PDG, Marco Petrelli précise : « Ces 20 dernières années, nous avons significativement contribué à faire évoluer notre marché vers une offre économique accessible et efficace. Grâce à la valorisation que nous a apportée l'Ecolabel européen, nous sommes devenus une référence sur les produits d'entretien ». Avec également, des produits hypo-allergéniques respectueux de l'environnement pour toute la famille.

Ce qui fait une sacrée liste, un catalogue à la Prévert de produits et de senteurs : crème et gel douche, vanille, lait de coco, thé vert, parfum bergamote, fleurs d'oranger ou amande douce. Shampoing coton-litchi, miel-jojoba, pamplemousse, hibiscus ou tilleul. Douche solide argan et peaux sensibles, lait hydratant à l'huile de rose ou de coco et beurre de mangue. Pour les mains, déclinaison de savons doux au jasmin, de crèmes lavantes au parfum de pêche et de crèmes réparatrices au beurre de karité. Une gamme au monoï pour la douche, pour hydrater la peau ou nourrir les cheveux. Pour les chats et les chiens qui vivent avec nous : des produits qui ne provoquent ni éternuements, ni allergies, des lotions nettoyantes pour poils longs ou courts, pour éliminer poussières, impuretés, grains de pollen qui irritent les yeux et les oreilles de ces petites boules de poils.

1 Français sur 4

1 Français sur 4 utilise l'Arbre vert pour la maison, quel que soit le produit. Le nouveau gel lave-vaisselle

Ecrit par le 2 avril 2025

« tout en 1 » sans phosphates ni phosphonates, des adoucissants, des détachants, des sprays, mais aussi des produits d'entretien d'antan, ceux qu'utilisaient nos grands-mères qui étaient naturels comme le savon noir, le savon de Marseille, le bicarbonate de soude ou le vinaigre blanc ménager 14° qui détartre.



Le siège de l'Arbre vert aux Taillades. L'entreprise n'a jamais aussi porté son nom.

Et pour être toujours à la pointe de ce que souhaitent les consommateurs, une ligne de compléments a été lancée. L'une offre un « coup de boost » vitalité, tonus, énergie avec de la gelée royale, de l'acérola, des acides aminés, du ginseng ou des vitamines. L'autre contribue à votre confort digestif avec des édulcorants apaisants à base de réglisse, de papaye ou de charbon végétal et du jus d'aloë vera. Pour contribuer au maintien d'une ossature normale, notamment pour les seniors, existe un complément alimentaire à base de vitamine D. « Avec ces nouveautés, nous apportons naturalité et bien-être au quotidien tout en respectant éthique et écologie » ajoute Lisa Buono. « Avec plus de 40 millions de produits fabriqués par an, nous répondons avec une marque qui conjugue qualité et efficacité » précise Géraldine Séjourné, directrice du marketing et de la communication. Il faut ajouter à cela la mise en place en 2018 d'une souffleuse qui met en forme les flacons de liquide vaisselle sur place. D'ici à la fin de l'année 100 millions d'unités de ce contenant permettront ainsi d'économiser 50 tonnes de CO2. Et il y aura 1 200 camions en moins qui circuleront sur les routes et autoroutes.

Ecrit par le 2 avril 2025



La marque totalise plus de 200 références : des produits d'entretien, mais aussi d'hygiène corporelle et de la maison, du bien-être, de la beauté, de soins aux animaux et désormais, des compléments de santé.

Pour son 20e anniversaire, L'Arbre vert, sort ces jours-ci « Mes éco-gestes au quotidien », un livre de 96 pages d'astuces et de conseils pour préserver la planète et faire des économies. Comme éviter les lingettes, programmer les appareils d'électro-ménager aux heures creuses, débrancher la box la nuit, opter pour les recharges, privilégier le séchage du linge à l'air libre et la douche au bain. Il est édité par Massin et on le trouve à la FNAC comme chez Cultura.

L'Arbre vert en chiffres

- 107 collaborateurs
- 200 références
- 1re marque sur le segment des « produits écologiques » en France
- 3e marque sur le marché des liquides vaisselle
- 1re marque écologique
- 75M€ de chiffre d'affaires en 2022
- + de 90% de produits fabriqués en France

Ecrit par le 2 avril 2025

- + de 1 900 tonnes de plastique économisées depuis 2006 grâce aux recharges

Les Taillades : Le Vauclusien 'L'Arbre vert' marque préférée des Français 2023



'[L'Arbre vert](#)' figure en tête du classement des marques préférées des Français. Produit par la société vauclusienne Novamex, dont le siège social se trouve aux Taillades à côté de Cavaillon, la marque apparaît ainsi en première position de l'observatoire 2023 des marques [Opinionway](#) dans la catégorie 'Engagement'.

« L'Arbre Vert conserve sa place de choix au niveau engagement avec une large avance devant les autres marques, pour son positionnement précurseur en faveur de la santé et de la nature », explique Opinionway qui a passé au crible 1 300 marques pour établir son palmarès*.

Leader des produits d'entretien et d'hygiène corporelle écologiques en France

Ecrit par le 2 avril 2025

Créée en 1986, Novamex a été reprise en 2000 par Michel Leuthy qui a ensuite largement développé la marque en s'appuyant sur un site de production basé à Saint-Benoît dans la Vienne. En 15 ans, l'Arbre vert va devenir leader des produits d'entretien et d'hygiène corporelle écologiques en France.

Durant cette période, Michel Leuthy, chimiste de formation, lance notamment une large gamme certifiée Ecolabel et fait notamment de la PME cavare la première enseigne européenne certifiée Ecolabel dans la division savon champoing en 2007.

En 2015, le groupe familial italien Sodalis, déjà présent sur le secteur des produits d'hygiène personnelle et d'entretien de la maison, rachète Novamex qui a réalisé un chiffre d'affaires de 67,99M€ en 2021.

Trophée de l'entretien responsable


Et comme une distinction ne vient jamais seule, il y a quelques semaines, les tablettes lave-vaisselle de l'Arbre vert ont obtenu le Trophée de l'entretien responsable 2023. Pour cela, un panel de consommateurs a testé le produit sur des critères d'efficacité, de formulation, de recyclabilité, d'engagement et de durabilité et leur a attribué la note globale de 19,72 sur 20.

Par ailleurs, ce sont les enseignes Décathlon qui arrivent en tête du top 'Proximité' et Bosch du top 'Confiance' établi par Opinionway.

Quant au palmarès général des marques 2023 préférées des Français, le trio de tête est composé de 'La Laitière', 'Lu' et 'Lindt' (voir tableau ci-dessous).

« Dans un contexte incertain marqué par l'inflation et une accumulation de crises, les Français se trouvent contraints d'effectuer des arbitrages entre économies et achats plaisirs, explique [Frédéric Micheau](#), directeur adjoint chez Opinionway. Dans ce cadre, les consommateurs privilégient cette année plus que jamais les marques proches d'eux avec des marques faisant partie intégrante de leur quotidien. »

MARQUE PRÉFÉRÉE des Français PALMARÈS GÉNÉRAL DES MARQUES- TOP 30

1	 LA LAITIÈRE	11	CRISTALINE	21	CÔTE D'OR
2	LU	12	PANZANI	22	LUSTUCRU
3	LINDT	13	SAMSUNG	23	BOSCH
4	BONNE MAMAN	14	DANONE	24	ANDROS
5	CARTE D'OR	15	TEFAL	25	ALSA
6	ST MICHEL	16	BIC	26	MILKA
7	MAGNUM	17	DECATHLON	27	NESTLÉ DESSERT
8	AMORA	18	PETIT NAVIRE	28	BOURSIN
9	PRÉSIDENT	19	MOULINEX	29	FERRERO ROCHER
10	BARILLA	20	YOPLAIT	30	BONDUELLE

Ecrit par le 2 avril 2025

** Méthodologie : Sondage réalisé online sur 1 300 marques du 2 au 13 février 2023 par l'institut d'études Opinionway pour la récompense 'Marque préférée des Français » auprès d'un échantillon représentatif de 4 900 répondants français de 18 ans et plus. Les répondants ont été soumis à une liste de marques avec leur logo et ils ont répondu à 2 questions :*

- Parmi ces marques, quelles sont celles que vous aimez ? (1 réponse parmi 4 possibles : J'aime/ Je n'aime pas/ Ni l'un ni l'autre /Je ne connais pas).

- Comment qualifieriez-vous ces marques ? (1 à 7 réponses parmi : est une marque utile, engagée, digne de confiance, proche de moi, accessible, de qualité, innovante, aucun de ces qualificatifs).

Tendances et croissances comparées à L'Observatoire 2022 mené en mars 2022 par OpinionWay sur 1 300 marques auprès d'un échantillon représentatif de 4900 répondants français de 18 ans et plus.

L.G.