

Schmidt Groupe, premier acteur du marché à proposer une *Sélection Engagée* d'électroménagers et de sanitaires.

Schmidt Groupe, leader dans l'aménagement de l'habitat sur-mesure avec ses marques Schmidt et Cuisinella, a fait le choix d'une stratégie RSE forte et mène une démarche proactive depuis plusieurs années. Aujourd'hui, le fabricant français va encore plus loin en accompagnant les consommateurs dans leur choix en électroménager et sanitaire responsables.

Schmidt et Cuisinella encouragent leurs clients à privilégier une consommation durable

Les marques Schmidt et Cuisinella s'attèlent à la conception de cuisines favorisant une alimentation saine et durable et étendent le principe du mieux vivre à toutes les pièces de la maison.

Avec la première *Sélection Engagée* d'électroménager et de sanitaire sur le marché des cuisinistes, les deux marques du Groupe jouent la carte de la transparence pour accompagner leurs clients vers des modes de consommation responsables. Matérialisée par une éco-note, chaque produit de la gamme est valorisé en fonction de son impact environnemental et des technologies adaptées à des usages plus responsables.

Des critères d'évaluation définis conjointement avec un organisme indépendant

La mesure de l'impact environnemental des appareils électroménagers de la *Sélection Engagée* répond à une méthodologie rigoureuse partagée avec Ecosystem, éco-organisme indépendant exerçant une mission d'intérêt général : l'allongement de la durée de vie des équipements électriques et électroniques via le soutien à la réparation et au réemploi. L'évaluation repose sur trois piliers.

Ressources :	Durabilité :	Bien-être :
• Origine du produit • Origine des composants • Etiquette énergétique	• Durée de disponibilité des pièces détachées • Délai de mise à disposition des pièces détachées • Durée de disponibilité de la documentation technique	• Conseils d'expert sur l'utilisation du produit • Technologie adaptée à des usages plus responsables

Un outil pour les concepteurs vendeurs au service des consommateurs

Aujourd'hui, 75% de l'impact environnemental dans le cycle de vie des produits provient de l'étape de l'utilisation. Dans ce contexte, le 3^e pilier d'évaluation « Bien-être » différencie l'approche de Schmidt Groupe des barèmes déjà présents sur le marché et confirme la valeur ajoutée de cette éco-note. Les vendeurs en magasin se positionnent ainsi en experts de l'offre et conseillent aux clients des produits répondant à des critères d'usage, de confort d'utilisation, de résultats de cuisson, de lavage, d'aspiration, d'économie, de filtration d'eau...

Cette démarche pionnière a été déployée dans les outils digitaux de vente des concepteurs vendeurs du Groupe avec de nouveaux filtres « *Sélection Engagée* ». Une fiche est également disponible pour chaque produit avec le détail de l'évaluation.

En magasin, les produits issus de cette sélection sont identifiables par les logos Origin de Schmidt et Re(Source) de Cuisinella.



De gauche à droite : Logo Origin pour Schmidt ; logo Re(Source) pour Cuisinella

Schmidt Groupe, au travers de ses marques Schmidt et Cuisinella, est conscient de sa responsabilité d'embarquer les parties prenantes. L'engagement du fabricant à travers cette *Sélection Engagée* est clair : accompagner les Français vers une consommation plus durable par l'expertise, la transparence, la traçabilité et la performance.

À PROPOS DE SCHMIDT GROUPE

Leader dans l'aménagement de l'habitat sur-mesure avec ses marques Schmidt et Cuisinella, Schmidt Groupe conçoit, produit et distribue une offre d'aménagements sur-mesure à l'échelle internationale : cuisines, salles de bains, dressing, rangements, équipements de la maison. La vocation du groupe est d'apporter plaisir et convivialité à tous via un modèle vertueux et durable. Le digital, l'excellence industrielle et son capital humain renforcent chaque année sa position de leader sur le marché de l'ameublement. Le fabricant français emploie 1 898 collaborateurs au sein de son siège social et ses 7 sites de production avec un chiffre d'affaires de plus de 670 millions d'euros en 2022. Il s'appuie sur un réseau de distributeurs exclusifs de plus de 856 magasins (hors Chine) dans 27 pays, représentant 8 300 personnes et réalisant un chiffre d'affaires de plus de 1,9 milliard d'euros.

RELATIONS PRESSE SCHMIDT GROUPE – AGENCE WELLCOM

schmidtgroupe@wellcom.fr · 01 46 34 60 60