

Jhana révolutionne les toilettes pour la planète

Elle s'appelle Jhana et figure parmi les marques dont la campagne de crowdfunding est la plus populaire sur Kiss Kiss Bank Bank. Comment ? en révolutionnant les lieux d'aisances avec des toilettes japonais à la françaises. La promesse de Jhana : une solution plus hygiénique, durable et économique que le papier toilettes.

Temps de lecture : minute

13 septembre 2022

Inès Ben Halima et Iodelle Jounay se sont rencontrées à la Kedge Business school en 2014. La première est adepte des douchettes depuis l'enfance, la seconde s'est lancée dans une démarche de réduction des déchets. Toutes les deux partagent le même constat : le papier toilette est une aberration.

Le papier toilette essuie les critiques

De par son impact sur la planète pour commencer. En effet, l'industrie serait responsable de 15 % de la déforestation mondiale et la fabrication d'un seul rouleau ne nécessiterait pas moins de 178 litres d'eau soit 17 088 litres d'eau par an et par personne. Et c'est sans compter les nombreux emballages plastiques à usage unique fabriqués pour le protéger.

Côté hygiène, ici encore, l'usage du papier toilette serait scandaleux. Et pour cause, à date, aucune loi n'oblige un fabricant de papier toilette à mentionner la composition des rouleaux sur leurs emballages. Fabriqué à

partir de ouate de cellulose, elle-même produite à base bois, le papier toilette est aussi composé d'une multitude de produits chimiques aux effets très discutables à l'instar du Bisphénol A. De quoi prendre peur quand on sait que ces produits rentrent en contact avec nos parties intimes plus de 3500 fois par an.

Et les muqueuses, fragiles et poreuses, ne sont pas les seuls à souffrir, les portefeuilles aussi. Il est estimé qu'une personne débourse en moyenne 90 euros par an en papier toilette. Un poste de dépense conséquent - qui plus est pour une famille - susceptible d'augmenter encore en raison du contexte géopolitique.

Des toilettes japonaises à la françaises

Pour pallier ces trois problématiques, ces start-up développent un système innovant : un bidet en kit qui s'installe. Plus esthétique et moins imposant qu'un bidet classique, moins onéreux qu'un toilette japonais, il se fixe aux WC en 10 minutes pour les doter de 2 buses de lavage (1 avant et 1 arrière) qui s'auto-nettoient, avant et après chaque utilisation.

Un bouton de contrôle permet à son utilisateur de déterminer la trajectoire de la pulvérisation, mais aussi la pression de l'eau. Le bidet Jhana permet de réduire sa consommation de papier de près de 75 %.

Mais puisqu'il faut bien se sécher, les deux fondatrices proposent malgré tout du papier, mais celui-ci est certifié 100 % Bambou FSC. Non blanchi et affranchi du plastique, il ne fait l'objet d'aucun traitement chimique. Tout un chacun peut tirer profit des avantages apportés par ce kit révolutionnaire dont le prix s'élève à 89 euros en précommande. Mais il sera d'autant plus apprécié par les personnes à mobilité réduite ou les femmes enceintes.

À date, et après plus de 2 ans de travail pour challenger toute une

industrie, la campagne de financement d'Inès et Iodelle a atteint les 100% mais en raison de l'inflation la marque Jhana joue les prolongations.

Article écrit par Astrid Briant