

Environnement

Mode durable : Affichage du coût environnemental des vêtements.

Depuis le 1^{er} octobre 2025, une possibilité existe pour porter à la connaissance des consommateurs, le coût environnemental des vêtements qu'ils achètent grâce à un affichage inédit. Ce dispositif lancé par le ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique et le ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche, constitue une étape décisive vers une mode plus durable.

➤ L'affichage du coût environnemental ou « éco-score » : un visuel simple et lisible pour éclairer le consommateur et encourager l'éco-conception.



Le coût environnemental traduit l'ensemble des impacts générés par un vêtement, de sa production à sa fin de vie. Il couvre l'impact carbone, mais aussi la consommation d'eau, de produits phytosanitaires, de ressources fossiles ou encore les émissions de microfibres. Il est exprimé en « points d'impacts » : **plus le coût environnemental ainsi établi d'un vêtement est élevé, plus ce vêtement coûte « cher » à la planète.** Ce coût sera visible en magasin ou en ligne.

Source : notre-environnement.gouv.fr

La méthode de calcul s'appuie sur la méthode PEF (Product Environmental Footprint) élaborée par la Commission européenne. La méthodologie française complète cette méthode afin de couvrir l'ensemble des enjeux environnementaux comme l'émission de microfibres, les problématiques liées à l'export de vêtements usagés en dehors de l'Europe ou encore la durabilité des vêtements. Conformément à la demande de la Commission européenne, l'affichage du coût environnemental est accessible aux entreprises sur une base volontaire.

D'une part, l'information transparente et accessible à tous doit permettre aux consommateurs de faire des achats plus éclairés et durables. D'autre part, cet affichage valorisera les industriels et les marques qui produisent de façon plus responsable, qui repensent leurs approvisionnements et leur chaîne de valeur et qui adoptent des pratiques industrielles et commerciales de moindre impact.

Il s'agit d'un outil concret destiné à guider les marques dans leurs démarches d'éco-conception et d'un atout pour faire valoir les efforts et les résultats de celles qui choisissent de s'engager dans cette voie.

Un affichage transparent et pensé pour être déployé à large échelle

Le décret et l'arrêté qui encadrent l'affichage du coût environnemental ont fait l'objet d'une consultation publique fin 2024 et ont été validés par la Commission européenne en mai 2025.

Chaque marque volontaire devra déclarer ses informations et données sur un portail dédié :

<https://affichage-environnemental.ecobalyse.beta.gouv.fr/>

De grandes enseignes de prêt-à-porter comme des petites marques éco-responsables peuvent ainsi se préparer, avec l'appui de tout un écosystème d'experts de la donnée environnementale, à déployer ce dispositif à grande échelle et ce, depuis le 1er octobre.

Son succès en France apportera des enseignements précieux et viendra alimenter les travaux européens en vue d'un cadre harmonisé et opérationnel.

› Textes de référence :

[Décret n° 2025-957 du 6 septembre 2025 relatif aux modalités de calcul et de communication du coût environnemental des produits textiles](#)

[Arrêté du 6 septembre 2025 relatif à la signalétique et à la méthodologie de calcul du coût environnemental des produits textiles d'habillement](#)

Source : service de presse du gouvernement (Extraits)

➤ Etape suivante : le DPP (Digital Product Passport ou passeport numérique des produits)

En adoptant un **nouveau règlement pour l'écoconception des produits durables** (ESPR : Ecodesign for Sustainable Products Regulation), l'Union européenne (UE) s'est armée d'un nouvel outil pour promouvoir l'économie circulaire.

Parmi les exigences de ce plan figure le DPP qui entrera progressivement en vigueur à partir de 2027.

Le passeport numérique des produits imposera aux entreprises présentes sur le marché européen de rattacher à leurs produits des informations sur leur durabilité, leur origine, mais également leur composition, la façon de recycler le produit ou encore les options de réparabilité. Sans fournir ces informations, les entreprises pourraient s'exposer à des amendes, voire des exclusions temporaires des marchés publics.

Le passeport numérique concernera l'ensemble de la chaîne de valeur : fournisseur, producteur, vendeur, distributeur, réparateur, jusqu'au consommateur final lui-même. Les détails restent cependant encore flous quant à la forme que prendra le DPP : si l'option du QR code semble la plus probable, d'autres supports pourraient également être adoptés, comme les puces RFID ou le NFC (Near Field Communication ou Communication en champ proche, sans fil, de courte portée et à haute fréquence, tel que le paiement ou l'accès aux transports urbains via un téléphone mobile), voire un simple code-barre, le tout reposant sur une technologie de stockage des données sécurisée, comme la blockchain ou le cloud.



L'enjeu étant de pouvoir rattacher chaque produit à un identifiant unique (la plaque d'immatriculation du produit, en quelque sorte) qui renverra systématiquement l'utilisateur au passeport du produit et aux informations correspondantes. Il faudra cependant attendre plusieurs années avant que le règlement pour l'écoconception des produits durables n'entre **pleinement** en application, comme c'est souvent le cas des projets de loi de cette envergure.

L'entrée en vigueur d'un passeport numérique des produits (DPP) devrait garantir une meilleure traçabilité et transparence des produits circulant sur le marché européen. Sa mise en application se fera progressivement et concernera en priorité les batteries, les produits électroniques, la construction et **le textile**, pour une entrée en vigueur progressive dès 2027.

Les industries textiles, et notamment de la mode et du luxe, sont hautement concernées. Qualifiées de particulièrement polluantes (par la Commission européenne), 12,6 millions de tonnes de déchets textiles sont générés chaque année au sein de l'UE. Dès aujourd'hui, les marques disposent donc de l'opportunité d'anticiper ce tournant de l'économie circulaire et de la mise en application du passeport numérique des produits. Des interrogations, néanmoins, subsistent : le DPP sera-t-il un rempart efficace face à la contrefaçon ? Quelle valeur ajoutée les marques peuvent-elles attendre d'un tel dispositif ? Et à quel prix ?

Au-delà des exigences réglementaires à venir, le DPP pourrait constituer un véritable avantage concurrentiel pour les marques. Les produits de luxe étant en grande partie vendus par des distributeurs tiers, des spécialistes estiment que les marques perdent une part significative du contrôle de la donnée client et du lien avec le consommateur, ce qui serait amplifié par l'essor des plateformes de seconde main.

Le DPP permettrait alors aux marques d'associer chaque produit à un jumeau numérique et ainsi de garder un lien direct avec leurs clients tout au long de la vie du produit, de développer de nouveaux canaux de communication et de nouvelles expériences physiques ou digitales, apposer des certificats de propriété ou d'authenticité... De nouveaux canaux d'engagement et de fidélisation pourraient ainsi compenser le coût associé à la mise en place de ces technologies de traçabilité, estime-t-on encore.

On reste cependant prudent quant à la mise en application effective du DPP, ce qui implique la standardisation des formats sur toute la chaîne de valeur textile et la sécurisation des données.

Si l'on concède que la mise en place de ce dispositif ajoute à la complexité de la production de ses produits, il peut renforcer l'image d'une marque et affiner la connaissance de ses clients. La marque renforce la crédibilité de ses engagements et démontre qu'elle communique le mieux possible les informations sur ses produits.

En effet, chaque produit textile portera son identité numérique unique, contenant des informations sur son origine, sa composition, son impact sur l'environnement, **sur la manière dont il doit être entretenu, réparé, réutilisé et recyclé en fin de vie**, afin qu'il s'inscrive totalement dans le cadre de l'économie circulaire.

Source : Big Media / BPI France (Extraits).

➤ Lien entre l'éco-score textile et le DPP ?

- › L'éco-score vise à informer le consommateur sur l'impact environnemental d'un vêtement.
- › Le DPP vise à mettre à disposition des données robustes, normalisées et consultables sur toute la durée de vie d'un produit, ce qui inclut potentiellement des données de type ACV qui peuvent être liées à l'éco-score.

Autrement dit, le DPP pourrait devenir un vecteur de données pour alimenter ou valider l'éco-score, car il est prévu pour contenir des informations très détaillées sur l'impact environnemental.

Harmonisation potentielle ?

Au niveau européen, les règles d'impact environnemental (basées sur les méthodes de type PEF – Product Environmental Footprint) sont la référence pour mesurer les impacts et seront probablement intégrées à la structure du DPP.

Cela peut signifier qu'à terme, l'éco-score ou d'autres systèmes similaires en Europe, pourraient s'harmoniser avec les données du DPP, voire être intégré dans celui-ci pour éviter la multiplication d'évaluations différentes, mais cette possibilité n'est pas actée.

Absence d'abandon automatique

- › À ce stade, il n'est pas prévu que l'éco-score textile "disparaisse" du jour au lendemain, dès lors que le DPP deviendra obligatoire.
- › Il est possible que l'éco-score continue d'exister comme affichage national et outil de communication vers le consommateur, tandis que le DPP deviendra l'infrastructure réglementaire européenne qui fournira les données.

Source : Big Media / BPI France (Extraits).