

# LES ENJEUX DE L’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL



En mars dernier, Lagoped déclarait être la première marque d’habillement en France à publier en ligne l’écoscoring de tous ses modèles. Cette démarche s’accorde avec l’approche de la marque d’outdoor française, qui privilégie les matières recyclées et une filière d’approvisionnement européenne.

Lagoped fait figure de précurseur pour l’affichage environnemental dans le secteur textile, qui est visé par des changements réglementaires aussi bien en France que dans l’ensemble de l’Union Européenne.

L’objectif principal de Lagoped est d’encourager les consommateurs à acheter des produits plus durables. S’ils pouvaient davantage faire confiance aux affirmations des marques sur les vertus écologiques de leurs produits, les acheteurs seraient plus enclins à privilégier les plus méritants.

Les modalités des nouvelles règles d’affichage ne sont pas encore complètement arrêtées, certaines font même l’objet de discussions animées. Cependant, les spécia-

listes ont déjà mis en place des outils qui devraient aider les metteurs en marché les plus investis à afficher leur différenciation.

## L’ECOSCORE POUR GUIDER LES CONSOMMATEURS

L’intérêt croissant des consommateurs pour les produits affichant moins d’impact sur l’environnement est confirmé par plusieurs études sur le comportement d’achat. Parmi les dernières en date, EY et McKinsey ont trouvé que ces produits génèrent non seulement une intention d’achat plus élevée mais également une augmentation des ventes nettement plus forte que la moyenne du marché.

Cet intérêt semble confirmé par Lagoped, qui affiche le score A pour presque tous ses vêtements. Ses ventes en ligne ont augmenté d'environ 30% depuis la parution des scores en mars jusqu'à octobre par rapport à la même période l'année dernière, et l'écoparc a « certainement une part dans cette progression. »

« Les consommateurs sont particulièrement sensibles au fait que nous soyons en mesure de quantifier et étayer nos engagements par des mesures et des calculs impartiaux » dit Christophe Cordonnier, le dirigeant de la marque.

Lagoped prévoit de communiquer de manière plus détaillée sur les écospores sur tous ses supports. « Surtout en magasin physique avec un étiquetage pédagogique sur chacun de nos vêtements et des notes d'explication qui soient claires et concises » dit Christophe Cordonnier.

La pertinence d'une information robuste et fiable des consommateurs est largement soutenue. S'appuyant sur la loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC), la France a déjà mis en place des obligations d'affichage sur plusieurs « qualités et caractéristiques environnementales » des produits. Elles sont imposées depuis cette année aux grandes entreprises, et s'étendra l'année prochaine.

## Les consommateurs sont particulièrement sensibles au fait que nous soyons en mesure de quantifier et étayer nos engagements par des mesures et des calculs impartiaux

Dans l'habillement, ces fiches portent notamment sur la traçabilité géographique pour les étapes du tissage et du tricotage, de la teinte, de l'impression et de la confection. Les informations doivent inclure la part de matériaux recyclés, la présence de microfibres plastiques, si les vêtements sont synthétiques à plus de 50%, et les substances dangereuses. Ces obligations sont assorties de l'interdiction de certaines allégations environnementales trop vagues,

comme « respectueux de l'environnement » ou « biodégradable. »

Une autre forme d'affichage environnemental en place concerne l'étiquetage Info-Tri, qui guide les consommateurs lors de la fin de vie, complétant le Triman.

Cependant, le gouvernement planche d'urgence sur un système d'affichage environnemental beaucoup plus précis pour le textile. Sur la base de la loi Climat et Résilience de 2021, les autorités devraient mettre en place un écospore « volontaire mais encadré » pour les vêtements en 2024, puis obligatoire l'année suivante. Les chaussures devraient suivre dans un deuxième temps, puis l'équipement.



Les analyses de cycle de vie (ACV) devraient servir de base de mesure de l'écospore. Onze organisations comme La Belle Empreinte et Clear Fashion ont été mandatées pour mener des expérimentations dont les résultats ont été publiés en mars dernier. L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie et le Commissariat général au développement durable ont ensuite analysé l'ensemble des résultats pour élaborer un prototype de méthode.

### QUELS CRITÈRES POUR L'ÉCOSPORE ?

Il en ressort que l'Écospore devrait s'appuyer en particulier sur le Product Environmental Footprint (PEF), une mesure de l'impact du cycle de vie recommandée par l'Union Européenne.

Le PEF recouvre tous les stades du cycle de vie, depuis l'extraction des matériaux jusqu'à la production, le transport, la vente, l'entretien et la fin de vie. Il évalue ensuite l'impact des produits sur 16 facteurs environnementaux, en particulier sur le climat, l'eau, le sol et la santé humaine.

Cependant, le PEF spécifique au secteur des vêtements et des chaussures est en discussion. Les critiques estiment que la méthode favorise les matières synthétiques et les modes de production agricoles intensifs, et qu'elle ne prend pas en compte la durabilité des vêtements.

## L'ADEME indique que l'Écoscore français devrait inclure des critères concernant les microplastiques, ainsi que le modèle économique des metteurs en marché.

Selon Delphine Droz, fondatrice de La Belle Empreinte, les critères actuels donnent certains résultats pour le moins contre-intuitifs. «Il peut arriver qu'un produit en fibres synthétiques fabriqué en Asie soit jugé moins impactant qu'un produit en fibres naturelles fait en France» dit-elle.

Une tribune publiée en mars dernier par La Belle Empreinte et quatre autres organisations affirme que les critères comme la biodiversité, les microplastiques ou la durabilité sont «actuellement mal, voire non pris en compte par la méthode PEF, préconisée par l'Europe.» La tribune réclame également une méthode déployable à grande échelle avec «une base de données commune, complète, qui ne favorise pas systématiquement une typologie de marques, de matières ou de produits.»

### POINTS D'INTERROGATION

En attendant la refonte européenne, qui pourrait être finalisée l'année prochaine, l'Écoscore français devrait inclure plusieurs facteurs complémentaires au PEF européen. Un prototype devrait être présenté en novembre. Bérangère Couillard, ancienne secrétaire d'État à l'Écologie, a donné quelques pistes en annonçant huit critères à approfondir. On y retrouve la consommation d'eau utilisée pour la fabrication des matières, la durabilité physique des textiles, la valorisation de conditions de production

en France ou en Europe et d'autres enjeux liés aux produits chimiques, aux microplastiques et aux matières recyclées.

L'ADEME indique que les éléments complémentaires de l'Écoscore français devraient inclure des critères concernant les microplastiques, ainsi que le modèle économique des metteurs en marché. La durabilité serait également prise en compte, d'un point de vue physique mais également «émotionnel». A l'approche du lancement prévu de l'Écoscore, l'agence est en train de mettre en place un site dédié à l'affichage environnemental.

Anne-Cécile Caschera, chef de projet à Unitex Auvergne Rhône-Alpes, regardera de près la pondération de l'impact carbone. «Nous avons un mix énergétique favorable et la filière française fait des efforts sur ses procédés éco-efficients» explique-t-elle. «Nous pouvons nous différencier sur la toxicité, le traitement des rejets, cela fait partie des impacts où la filière productive française a probablement à tirer son épingle du jeu.»

D'autres discussions en cours concernent les modalités du score et de son affichage. Certains préfèrent un score absolu, d'autres un comparatif avec le produit moyen de la même catégorie sur le marché en France.



Certains sont en faveur d'un système de notation, de A à E, d'autres estiment que les codes couleur sont plus efficaces. D'autres encore soutiennent que «la seule note apparaît comme abstraite et n'est pas considérée comme suffisante pour orienter le choix du consommateur» comme le rapporte Fashion Green Hub.

L'ADEME confirme que les autorités n'ont pas tranché sur l'espace d'affichage, sur les vêtements, dans les rayons ou en ligne. L'Agence est en faveur de tests en magasin, avec des affichages qui permettraient aux consommateurs de comparer plus aisément.

Le gouvernement n'a pas encore confirmé non plus les moyens de contrôler les informations partagées par les entreprises, ni les sanctions en cas d'infractions. La loi AGECE mentionne des amendes pouvant aller jusqu'à €15 000, mais il n'est pas certain que cela s'applique dans le cadre de l'Écoscore.

## Ceux qui travaillent à leur analyse de cycle de vie indiquent que le plus gros obstacle se situe au niveau de la collecte des données auprès des fournisseurs.

Par ailleurs, l'Écoscore pourrait être pris en compte dans le contexte de l'éco-contribution des producteurs. Celle-ci est versée en France par les metteurs en marché pour la mise en place des systèmes de gestion de fin de vie des produits. L'éco-contribution est déjà modulée avec un système de bonus ou malus selon plusieurs critères écologiques.

L'ADEME insiste que l'année prochaine marquera une phase d'observation et d'expérimentations sur les modalités de l'Écoscore sur les vêtements. Cette phase devrait servir à informer tous les acteurs, y compris les metteurs en marché internationaux. Elle devrait également permettre de mettre au point des outils et des bases de données «pour que ça ne coûte pas trop cher et ne prenne pas trop de temps pour les entreprises» selon Raphaël Guastavi, directeur adjoint de la direction économie circulaire à l'ADEME.

### OUTILS PLUS POINTUS

Les changements réglementaires de ces dernières années ont déjà amené les principaux metteurs en marché à se pencher sur l'impact de leur chaîne de valeur. Les spécialistes commencent à mettre en place des outils encore plus pointus qui aideront les entreprises à mener efficacement leurs analyses pour l'affichage environnemental.

Mesurer l'Impact d'Un Produit, le Livre Blanc 2023 publié par le Fashion Green Hub, inclut de nombreux outils de traçabilité pour le

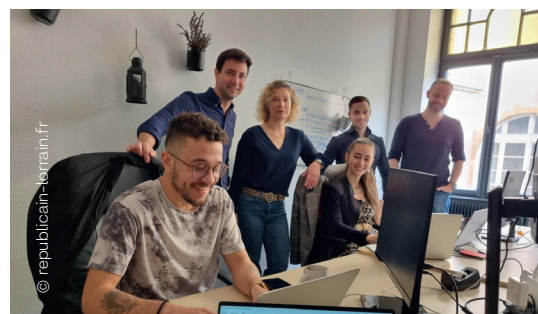
secteur textile. L'organisation est également en train de créer un «Fablab» qui permettrait surtout à des petites entreprises de mener des expériences.

Laurent Bocahut, co-fondateur et dirigeant de PEF Trust, qui aide les entreprises à analyser leur impact, estime que le travail commence par la sensibilisation de l'ensemble des équipes concernées, qu'il s'agisse des achats, du développement, du marketing ou des finances. «Ça demande un petit peu de culture sur le sujet, et donc il y a une phase d'appropriation qui dure assez longtemps» dit-il.

Vient ensuite l'identification de l'ensemble des données requises pour l'analyse de cycle de vie. Dans la plupart des cas, les matières et les procédés de fabrication recouvrent au moins 70% des impacts compris dans les ACV.

Les méthodes PEF sont accompagnées de base de données, qui simplifient les analyses. Mais ceux qui travaillent à ce type d'études indiquent que le plus gros obstacle se situe au niveau de la collecte des données auprès des fournisseurs – qu'il s'agisse du coût en ressources humaines ou d'obtenir des réponses précises.

Dans le textile, même les fabricants européens qui s'intéressent de près à la traçabilité de leurs produits ont parfois du mal à se procurer des réponses sur la provenance des fils. Les fournisseurs ont tendance à être encore plus taiseux quand il s'agit de leurs procédés de fabrication, qui sont jugés plus délicats d'un point de vue concurrentiel.



Dans certains cas, les marques ont déjà des portails où les fournisseurs viennent renseigner leurs données. Ils peuvent ensuite faire appel à des consultants pour vérifier la cohérence, pour consolider les informations et faire une cartographie.

PEF Trust a lancé en septembre le Data Precision Ratio (DPR), qui indique en trois étoiles le pourcentage de fiabilité du score à partir des données rassemblées. Le plus faible ira aux entreprises qui ont seulement pu obtenir les informations sur les matières, alors que les plus élevés ont une traçabilité avancée, englobant les données sur l'ensemble de la chaîne, y compris les procédés de fabrication.

## Les consultants ajoutent que les pilotes peuvent être un moyen efficace de se lancer dans les ACV. Les producteurs pourraient par exemple se concentrer sur une dizaine de produits, sur une période de trois mois.

Ce DPR permet aux entreprises d'identifier les données qui les aideront à produire rapidement des scores plus robustes, ou d'optimiser leur traçabilité. «Il y a un optimum à trouver entre difficulté de la collecte et précision du score» estime Laurent Bocahut.

Les consultants ajoutent que les pilotes peuvent être un moyen efficace de se lancer dans les ACV. Les producteurs pourraient par exemple se concentrer sur une dizaine de produits, sur une période de trois mois. Ils pourraient alors être conseillés sur les approches les plus efficaces pour combler les lacunes et automatiser le processus.

Après la France, d'autres pays européens pourraient mettre en place leur propre affichage environnemental, basés sur le PEF mais prenant en compte des points d'intérêt particuliers pour leur économie ou leur équilibre environnemental. Aussi, les logiciels devraient permettre de calculer l'impact selon le socle commun, puis d'y ajouter aisément les éventuels éléments complémentaires nationaux. L'affichage digital pousserait la version retenue dans le pays concerné.

### HARMONISATION EUROPÉENNE

Les autorités norvégiennes ont déjà épinglé un affichage environnemental qui s'appuyait

sur le barème Higg. L'association norvégienne de conservation de la nature avait saisi l'autorité de protection des consommateurs norvégienne (NCA) concernant l'affichage environnemental d'un tee-shirt en coton bio de Norrøna.

Les outils Higg ont été conçus par la Sustainable Apparel Coalition (SAC) pour aider les marques de textile à mesurer et améliorer les impacts environnementaux de leur chaîne de valeur. Puis, en mai 2021, il a été décidé d'utiliser ces outils pour informer les consommateurs. La première phase de ce

«programme de transparence» se concentrait sur les matières, sur la base du Higg Materials Sustainability Index (MSI).

Norrøna a fait partie des premières marques à tester cet affichage. En juin 2022, la NCA a ordonné à la marque de retirer les allégations concernées, concluant qu'elles pouvaient induire les consommateurs en erreur.

Quelques semaines plus tard, la NCA publiait un document commun avec son homologue néerlandais, qui venait de traiter un cas similaire, concernant H&M et Decathlon. Les deux autorités soulignaient que toute information environnementale partagée avec les consommateurs devait être crédible, exacte et justifiée.



Entretemps, la SAC a suspendu l'utilisation du Higg MSI à des fins de communication avec le client final, puis commandé un audit des outils Higg par KPMG. Publié en septembre, son premier rapport recommande de nombreuses améliorations du Higg MSI et de son module produit, qui sont partiellement en cours.

Ces péripéties ont souligné l'intérêt d'une harmonisation européenne des dispositifs d'affichage, réclamée par la fédération européenne pour les articles de sport (FESI).

«Il faudrait que les consommateurs aient un seul point de communication, et qu'il soit digital» estime Jérôme Péro, le secrétaire général de l'association.

Cette harmonisation devrait intervenir à travers une série de changements réglementaires s'inscrivant dans le Green Deal de l'Union Européenne, qui ambitionne la neutralité carbone d'ici 2050.

## La réglementation européenne sera contraignante et elle arrive à grands pas.

Une enquête menée par la Commission Européenne en 2020 a montré que 53% des allégations environnementales sont vagues, trompeuses, ou contiennent des éléments d'information infondée. Environ 40% de ces revendications étaient sans fondement aucun.

Par ailleurs, la prolifération des labels sème la confusion. Il existe 230 labels de durabilité dans l'UE, avec des degrés de transparence très divers. L'enquête a montré qu'environ la moitié des labels verts sont faiblement ou pas du tout vérifiés.

Aussi, l'Union Européenne fait avancer ses projets de réglementation environnementale, y compris pour plusieurs directives en lien avec l'affichage. Les propositions sont encore en discussion, mais les responsables s'accordent sur un même avertissement: la réglementation européenne sera contraignante et elle arrive à grands pas. Les premières réformes pourraient entrer en vigueur l'année prochaine, les autres dans les deux ou trois ans suivants.

La Commission Européenne a déjà émis ses propositions pour l'Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR), qui doit encourager les marques à concevoir des produits plus vertueux, à travers le choix des matières, la recyclabilité, la durabilité et de nombreux autres critères. Le Conseil Européen a publié sa position sur ce texte en mai dernier, et le Parlement européen indique qu'un accord est attendu d'ici la fin de l'année.

Plus tard, les produits vendus dans l'UE devraient être assortis d'un passeport

digital, le Digital Product Passport (DPP), contenant des informations sur leur provenance, les procédés de fabrication et autres éléments pertinents pour l'impact environnemental.

Celui-ci serait indispensable pour mettre un produit sur le marché européen, quelle que soit la taille du metteur en marché. «Si vous n'avez pas les données, vous ne serez pas en conformité, et vous n'aurez pas accès au marché» dit Pascale Moreau, fondatrice et consultante d'Ohana Public Affairs.

L'UE planche sur plusieurs volets connexes, comme la responsabilité étendue des metteurs en marché et les amendements d'une directive sur la gestion des déchets concernant le textile et la nourriture.

L'affichage environnemental est encore plus directement concerné par une autre directive qui doit aider les consommateurs à faire leur choix dans la transition écologique, Empowering Consumers for the Green Transition.



Concrètement, la Commission propose d'amender une directive sur les droits des consommateurs, pour obliger les metteurs en marché à leur fournir plus d'informations sur la durabilité et la réparabilité des produits. Le deuxième objectif est d'interdire le «greenwashing» et l'obsolescence programmée.

Dans le même cadre, la Commission veut amender l'Unfair Commercial Practices Directive (UCPD). La liste des caractéristiques de produit sur lesquelles un metteur en marché n'a pas le droit d'induire en erreur le consommateur inclurait son impact environnemental et social, ainsi que la durabilité et la réparabilité du produit.

La liste des pratiques interdites pourrait être allongée, y compris les affirmations environ-

nementales génériques qui ne peuvent pas être démontrées, avec des termes comme «vert» ou «eco».



Autres interdictions proposées: émettre une affirmation environnementale sur l'ensemble d'un produit, alors qu'elle ne concerne que certains aspects du produit, ou bien utiliser un label environnemental qui n'a pas été établi par les autorités publiques, ni fait l'objet d'un processus de vérification. L'amendement prohiberait des allégations sur des performances environnementales futures, sans engagements ni objectifs clairs et vérifiables.

Le Parlement et le conseil européens sont parvenus à un accord politique sur cette proposition en septembre 2023. Ils y ont ajouté quelques contraintes de taille, telles que l'interdiction des «allégations déloyales fondées sur la compensation des émissions de gaz à effet de serre.» Autrement dit, il serait interdit de prétendre qu'un produit a un impact neutre, réduit ou meilleur sur l'environnement sur la base de programmes de compensation non vérifiés.

## **GREENWASHING OU GREENHUSHING**

En parallèle, en mars 2023, la Commission a publié sa proposition sur une directive complémentaire qui obligerait les metteurs en marché à justifier leurs affirmations écologiques, la Substantiating Green Claims Directive. Celle-ci encadre les déclarations volontaires des marques envers les consommateurs, sur leurs produits ou leur entreprise.

Selon la proposition, les affirmations environnementales devront s'appuyer sur des méthodes scientifiques et vérifiables. Ces revendications et labels devront être vérifiés par un organisme indépendant et accrédité.

«Si vous n'avez pas l'assise scientifique, ne publiez pas» résume Pascale Moreau. La conformité des allégations volontaires devra être vérifiée avant la publication, et les amendes pourraient s'élever à 4% du chiffre d'affaires. Le Parlement Européen devrait publier un rapport provisoire à l'automne, avec un vote prévu au plus tôt en mars 2024.

Certains craignent que les règles ne rendent les metteurs en marché plus timides en communication environnementale, ce qui pourrait s'avérer contre-productif. Selon la consultante, les responsables européens sont bien conscients de cet éventuel «greenhushing», mais ils jugent que c'est un risque acceptable pour éviter le «greenwashing».

---

Barbara Smit pour OSV, 2023  
Analyse économique N°19

[timothe@outdoorsportsvalley.org](mailto:timothe@outdoorsportsvalley.org)