

## E.Leclerc déploie l'Éco-Score textile sur plus de 4 000 références de ses marques Tissaia, Eco + et Mots d'Enfants

Ivry-sur-Seine - le 12 février 2026. Avec plus de 4000 références de ses marques textiles concernées, **E.Leclerc** est le premier acteur de la grande distribution à déployer l'**Éco-Score textile** sur un large périmètre. Ce projet s'inscrit plus globalement dans la volonté de l'enseigne d'apporter aux consommateurs la possibilité de **choix éclairés (à l'image de l'initiative "Savoir d'Achat ou de l'adoption du Nutri-Score<sup>1</sup> dès sa création)**. Les premières références bénéficiant de l'Eco-Score textile sont d'ores et déjà étiquetées en rayons.

### L'affichage environnemental : un engagement de E.Leclerc

**Engagé dès avril 2025**, et avant même que le décret officiel ne l'impose, E.Leclerc est aujourd'hui **le premier acteur de la grande distribution** à déployer l'affichage environnemental sur toutes les références vêtements de ses marques de distributeur.

**Les premières références de vêtements bénéficient déjà de l'étiquetage Eco-Score textile en magasins et d'ici fin 2026, plus de 4 000 produits** seront progressivement équipées, au sein des marques **Tissaia, Eco+ et Mots d'Enfants**.

Ce déploiement est le résultat d'un travail mené en étroite collaboration avec les équipes textile du Mouvement E.Leclerc et son partenaire [Fairly Made](#), entreprise française spécialiste de la traçabilité et de la mesure de l'impact environnemental dans le secteur textile.

### Un Eco-score textile transparent et détaillé, accessible via un QR code développé par Fairly Made

Chaque étiquette produit intègre un **QR code** permettant aux consommateurs d'accéder, via leur smartphone, à des informations clés :

- Le nombre de points d'impact, un score qui représente le coût environnemental du vêtement rapporté à son poids (pour 100gr de produit).
- Le détail des émissions (CO<sub>2</sub>, consommation d'eau et d'énergie),
- Les données de **traçabilité** et de **certification** des articles.



Le calcul de l'impact environnemental repose sur la méthodologie française [Ecobalyse](#), encadrée par le ministère de la Transition écologique.

### Un dispositif d'information pensé pour les consommateurs

À partir du printemps 2026, ce nouvel affichage sera accompagné en magasin d'un **dispositif pédagogique** destiné à en faciliter la compréhension par le plus grand nombre.

---

<sup>1</sup> Avec une note de A à E, le Nutri-Score indique la qualité nutritionnelle du produit. C'est un étiquetage officiel recommandé par le Ministère de la Santé et mis au point par des scientifiques et des médecins.



Dans la continuité des démarches déjà engagées par l'enseigne, telles que l'initiative **Savoir d'Achat** ou l'adoption du **Nutri-Score dès son lancement**, E.Leclerc poursuit son combat pour accompagner les consommateurs vers des choix plus éclairés, tout en maintenant une consommation responsable et accessible.

« Avec l'Éco-score sur nos produits textiles Tissaia, Eco+ et Mots d'Enfants, nous voulons donner aux consommateurs le droit de savoir, pour mieux choisir les produits qu'ils achètent. Rendre visibles en rayons l'impact environnemental et les conditions sociales de fabrication, c'est une étape essentielle pour faire avancer les pratiques, responsabiliser toute la filière et créer de la pédagogie, tout en restant fidèles à notre engagement : une consommation plus responsable, accessible à tous. » déclare **Michel-Édouard Leclerc, Président du Comité stratégique des Centres E.Leclerc.**

Cette initiative s'inscrit dans la [stratégie de transition environnementale](#) annoncée par E.Leclerc (avril 2025) et qui vise à réduire -50% ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2035 tout en la rendant concrète, mesurable et accessible à tous, sans compromis sur le pouvoir d'achat.

#### À PROPOS DU MOUVEMENT E.LECLERC :

Avec 766 magasins et 560 adhérents en France, E.Leclerc est le leader de la distribution en France, réalisant un chiffre d'affaires de 49,9 milliards d'euros (hors carburant) en 2024. Depuis 1949, le Mouvement E.Leclerc s'engage à rendre accessible tout ce qui compte pour les consommateurs, en pratiquant les prix les plus bas pour améliorer leur pouvoir d'achat et leur qualité de vie. Les adhérents, entrepreneurs indépendants, engagés et solidaires défendent un modèle coopératif et décentralisé unique. Ils anticipent les évolutions de la société, agissent pour répondre aux attentes et contribuer au progrès individuel et collectif. Durablement implantés sur tout le territoire, ils soutiennent l'économie locale et s'investissent pour la préservation de l'environnement.

#### À propos de Fairly Made

Fairly Made est une scale-up française à mission, engagée pour améliorer l'impact environnemental et social des industries textile et cuir. Grâce à sa plateforme SaaS 360°, elle accompagne les marques dans la traçabilité de leur chaîne d'approvisionnement, la mesure d'impact via des ACV multicritères et l'écoconception. En intégrant des Passeports Numériques, Fairly Made garantit une information transparente et fiable, accessible aux consommateurs et aux entreprises, pour les aider à faire des choix plus responsables.

#### Contact presse

Service de presse E.Leclerc

01 80 18 18 10

[e.leclerc@babylone.fr](mailto:e.leclerc@babylone.fr)