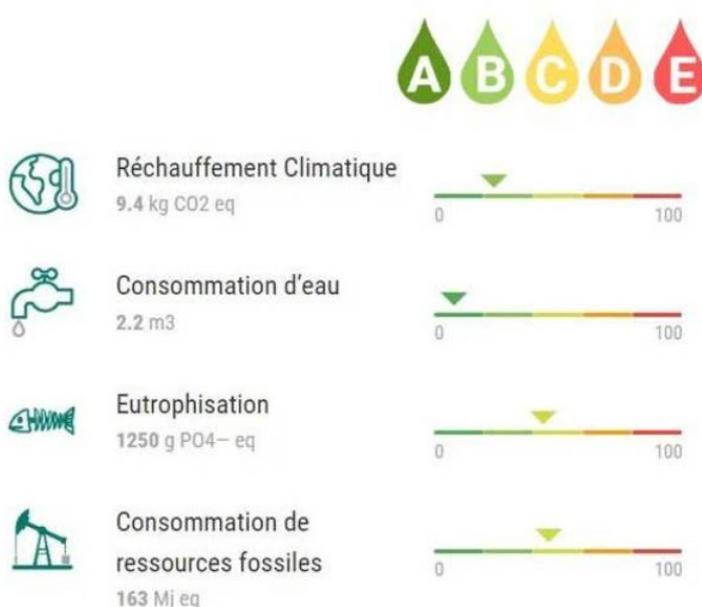
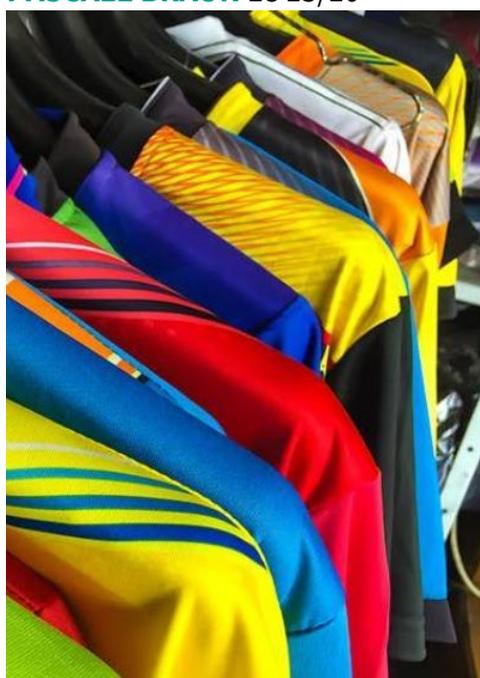


# Mode : L'Empreinte mesure l'impact environnemental des marques

PASCALE BRAUN Le 13/10



Le CO2 ne représente qu'un quart de l'impact environnemental d'un article d'habillement, et le transport, même lointain, environ 10 %.

La start-up L'Empreinte, implantée à Metz (Moselle), fournit aux marques de vêtements et de chaussures un référentiel pour anticiper les obligations réglementaires d'affichage environnemental et comparer l'impact de la matière première, de la fabrication, du transport, de l'usage et de la fin de vie du produit.

En moins d'un an, **Laurent Bocahut**, ingénieur de formation, et **Belinda Dubreucq**, spécialiste de la gestion de projets de big data, ont acquis la certitude de se trouver au bon endroit au bon moment. Tandis qu'ils incubaient dans la pépinière de Bliiida, à Metz, leur start-up L'Empreinte, spécialisée dans l'évaluation environnementale des articles de mode, la loi Agenc Climat et résilience imposait aux producteurs d'informer les

consommateurs sur ce point. En début d'année, l'Union européenne s'est proposée, avec le projet de loi Green Claims Initiative, d'imposer un étiquetage aidant les consommateurs à choisir des produits plus durables.

« L'Europe est en avance sur les autres régions du monde, et la France est en avance sur l'Europe. Notre méthode, qui propose aux marques un **référentiel** neutre et transparent, arrive à point nommé », estime Laurent Bocahut, président de L'Empreinte. L'argument a convaincu Alsace Business Angels, son homologue lorrain, Yeast, et l'Institut lorrain de participation d'apporter 500.000 euros à la start-up, fin septembre. Les aides de la région Grand Est, de **Bpifrance** et d'un consortium bancaire ont doublé la mise à 1 million.

A lire aussi : [Mode et textile : incubateurs et accélérateurs pour se lancer](#)

## Fausse intuitions

Les deux fondateurs se sont appuyés sur la méthode de référence européenne **Product Environmental Footprint** (PEF) pour élaborer les algorithmes qui permettent d'inventorier l'**impact** de la production d'habillement sur le climat, les ressources, les écosystèmes et la santé. « Les marques sont loin de tout connaître de leur empreinte environnementale. Faute de référentiel, elles se basent sur des intuitions qui sont parfois hasardeuses », souligne Belinda Dubreucq. Ainsi, le CO<sup>2</sup> ne représente qu'un quart de l'impact environnemental d'un article d'habillement, et le transport, même lointain, environ 10 %. Et passer du plastique au carton pour les emballages peut s'avérer préjudiciable pour ce qui est de la consommation d'eau.

Dénommée PEFtrust, la plateforme d'Empreinte permet de comparer l'impact de la matière première, de la fabrication, du transport, de l'usage et de la fin de vie du produit. Proposée sous forme d'abonnement en mode « software as a service » (SaaS), la solution implique tous les services de l'entreprise, de l'achat de la matière première au designer. Spécialiste des vêtements de randonnée, la marque **Lagoped** est le premier client de la start-up.

Le financement

**Date de création** : 2021  
**Président** : Laurent Bocahut  
**Montant** : 1 million d'euros  
**Effectif** : 10 personnes  
**Secteur** : Mode