ASSEMBLÉE NATIONALE

4 décembre 2019

RELATIF À LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ET À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE - (N° 2454)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 845

présenté par

M. Holroyd, M. Girardin, Mme Janvier, M. Bouyx, M. Testé, Mme Cazebonne, Mme Lakrafi, M. Besson-Moreau, M. Damien Adam, Mme O'Petit, M. Dombrevail, Mme Rossi, Mme Thillaye, M. Paluszkiewicz, M. Labaronne et Mme Françoise Dumas

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE PREMIER, insérer l'article suivant:**

Les producteurs, importateurs et distributeurs, au sens de l'article L. 541-10 du code de l'environnement, de produits textiles d'habillement, chaussures ou linge de maison neuf destinés aux particuliers informent leurs clients, au moment de la vente en magasin et dans la communication aux clients lors de l'achat en ligne, par voie d'affichage ou par tout autre procédé approprié, sur les lieux de collecte ou de valorisation situés dans un rayon de 20 km autour du magasin ou du lieu de distribution ou de retrait. Cette obligation s'applique aux magasins d'une surface de vente minimale de 400 m² ainsi qu'aux sites de vente en ligne tels que mentionnés à l'article L. 541-10-7 du même code.

Les modalités de contrôle de mise en place de la mesure sont soumises à l'article L. 541-10-11 dudit code.

EXPOSÉ SOMMAIRE

En moyenne, en France chaque année, 9,2 kilos de textile, chaussures comprises sont achetés. 10 kilos de vêtements par personne sont jetés, et seulement 3,2 kilos sont collectés et triés pour être réutilisés ou recyclés. Le potentiel de revalorisation supplémentaire dans la filière textiles, linge de maison et chaussures (TLC) notamment par le biais d'une meilleure information du public est important (V. rapport 2018 du CGEDD). Le manque d'information est un obstacle à cette revalorisation, vu que les filières de collecte existent. L'obligation de communication se fait au travers de campagnes de sensibilisation nationales et générales, avec la contribution des éco-

organismes, mais n'assigne aucun rôle d'information aux détaillants lors de la vente aux clients, que ce soit en boutique ou en ligne.

La proposition n'engendre pas de coût supplémentaire pour le distributeur, compte tenu du fait que l'information à insérer peut être incluse dans les supports d'information déjà délivrés au clients lors de la vente (tickets, facture, confirmation de commande).