

ASSEMBLÉE NATIONALE

4 mars 2024

RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE L'INDUSTRIE TEXTILE - (N° 2129)

Rejeté

AMENDEMENT

N ° CD1

présenté par

M. Delautrette, M. Potier, Mme Jourdan, M. Leseul, M. Bertrand Petit et les membres du groupe
Socialistes et apparentés

ARTICLE PREMIER

Substituer à l'alinéa 4 les cinq alinéas suivants :

« II. – Les producteurs, distributeurs et importateurs de produits mentionnés au I affichent sur leurs plateformes de vente en ligne des informations précisant notamment :

« 1° Les lieux de conception et de fabrication des produits ;

« 2° L'impact social du produit, notamment au regard de son coût de production et du salaire horaire des salariés ;

« 3° L'impact environnemental du produit en précisant le type d'énergie sollicitée, la quantité d'eau consommée et le moyen de transport d'acheminement.

« Ils affichent également sur leurs plateformes de vente en ligne des messages encourageant la sobriété, l'achat de produits issus du réemploi opéré par les organisations de l'économie sociale et solidaire telles que définies à l'article 1^{er} de la loi n° 2014-856 relative à l'économie sociale et solidaire, et la réparation opérée par les acteurs labellisés par l'éco-organisme dans le cadre des fonds réparation tels que définis à l'article 62 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, afin de sensibiliser aux pratiques d'achats responsables. Cette mention figure sur toutes les pages internet permettant l'achat de ces produits, à proximité du prix. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement du groupe Socialistes et apparentés vise à renforcer sensiblement les obligations d'affichage et d'information des producteurs, distributeurs et importateurs de produits textiles dans un objectif de transparence à l'égard du consommateur, en s'appuyant notamment sur les principes de la loi AGECL.

La résolution du Parlement européen du 1^{er} juin 2023, sur une stratégie de l'Union européenne pour des textiles durables et circulaire, indique qu'il est en ce sens : *« important que les marques communiquent des informations fiables sur l'incidence de leurs produits sur l'environnement, et que nombre d'entre eux sont prêts à modifier leurs habitudes d'achat pour des options durables, sous réserve d'un étiquetage clair et fiable¹, qui pourrait contribuer à orienter la demande vers des vêtements de qualité moins nocifs pour les travailleurs et l'environnement ; que la communication d'informations ne devrait pas conduire à des pratiques d'écoblanchiment ; que des initiatives menées dans le secteur, telles que l'utilisation de fibres et de textiles plus durables ou respectueux de l'éthique, peuvent ne représenter qu'un faible pourcentage de la gamme d'une marque, dont le reste de l'activité se déroule comme à l'accoutumée ».*