

ASSEMBLÉE NATIONALE

4 mars 2024

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

Rejeté

AMENDEMENT

N ° CD103

présenté par

Mme Belluco, Mme Chatelain, Mme Pochon, M. Fournier et M. Thierry

ARTICLE 3

I. – À la fin de la première phrase de l'alinéa 2, après les mots :

« pratique commerciale »

insérer les mots :

« , ainsi que le sponsoring par l'une de ces entreprises, enseignes ou marques ».

II. – En conséquence, substituer aux mots :

« est interdite »

les mots :

« sont interdits ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'objet de cet amendement est d'interdire le sponsoring pratiqué par des entreprises faisant de la fast-fashion.

Le sponsoring consiste, pour une entreprise, à soutenir une personne, un organisme ou un évènement, non dans un but philanthropique, mais avec une finalité commerciale. Le sponsor espère tirer de son investissement une contre-partie, en termes de notoriété, de promotion de ses produits, ou pour transformer son image. Aussi, pour encadrer un secteur d'activité, réduire la possibilité pour les entreprises du secteur de devenir des sponsors est un levier d'action important.

Or, les entreprises de la fast-fashion recourent au sponsoring. Par exemple :

- H&M sponsorise Zlatan Ibrahimovic, ou encore des chevaux de sports comme ceux de la famille Philippaerts ;

- ZARA s'est associée de cette façon à la NBA ;
- Uniqlo sponsorise Roger Federer, pour la somme de 300 millions de dollars sur 10 ans ;
- Shein est devenue le sponsor officiel de la *pool party* du *O Beach Ibiza*.

Puisque le sponsoring participe de l'essor de la fast-fashion, et s'intègre dans la stratégie d'expansion de ce secteur ; puisque la présente proposition de loi propose de réguler la fast-fashion, et notamment ses stratégies commerciales ; alors il convient de réguler également le sponsoring réalisé par ces entreprises.

Tel est l'objet de cet amendement.