

ASSEMBLÉE NATIONALE

4 mars 2024

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

Tombé

AMENDEMENT

N° CD134

présenté par

M. Zulesi, Mme Brulebois, Mme Le Feu et M. Adam

ARTICLE 3

Après l'alinéa 2, insérer les deux alinéas suivants :

« I *bis*. – Après le III de l'article 4 de la loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, est inséré un III *bis* ainsi rédigé :

« III *bis*. – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, des produits considérés comme relevant de pratiques commerciales de collections vestimentaires et d'accessoires à renouvellement très rapide définies à l'article L. 541-9-1-1 du code de l'environnement. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

La majorité de la publicité pour les géants de la mode éphémère est diffusée sur internet, par le biais des réseaux sociaux et notamment via des « influenceurs ». Cela leur permet de cibler un public très jeune. Une récente étude Statista montre que c'est notamment sur TikTok que la mode éphémère reçoit le plus de publicité, et que cette dernière touche notamment la "Génération Z" (c'est à dire, ceux nés entre 1997 et 2012). Afin d'améliorer le dispositif proposé par la présente proposition de loi, nous proposons de compléter la Loi Influenceurs sur les réseaux sociaux de 2023 afin d'inclure la mode éphémère dans la liste des produits et services dont les influenceurs n'ont pas le droit de faire la promotion sur leur plateforme.