

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

4 mars 2024

---

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

Non soutenu

**AMENDEMENT**

N° CD30

présenté par  
Mme Brulebois

-----

**ARTICLE PREMIER**

Rédiger ainsi cet article :

Après l'article L. 541-9-1 du code de l'environnement, il est inséré un article L. 541-9-1-1 ainsi rédigé :

« Art. L. 541-9-1-1. – I. – La mise à disposition ou la distribution d'un nombre de modèles de produits neufs, sur une année, mentionnés au 11° de l'article L. 541-10-1, par des entreprises dépassant des seuils supérieurs ou égaux à 5 000, ou une largeur de gamme supérieure ou égale à 7 500, relève d'une pratique commerciale de collections vestimentaires et d'accessoires à renouvellement très rapide.

« II. – La mise à disposition ou la distribution de produits neufs mentionnés au 11° de l'article L. 541-10-1 dont le coût de réparation est supérieur ou égal à 33 % du prix de vente ou mis en marché par des entreprises dont la décote moyenne à l'année est supérieure ou égale à 10 %, relève d'une pratique commerciale d'obsolescence marketing.

« III. – Les producteurs, distributeurs et importateurs de produits mentionnés au I et II affichent 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 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.

« IV. – Les pratiques commerciales incitant au retour en magasin de textiles usagés de qualité contre une rétribution ou une compensation financière qui encouragent l'achat de neuf sont interdites. »

---

## EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement de réécriture de l'article vise à définir plus largement la fast-fashion et précisément celle qui ne se caractérise pas seulement par un renouvellement rapide mais également par des pratiques promotionnelles agressives et des prix dissuadant l'accès à la réparation des vêtements. En effet, il est nécessaire de définir dans la loi les seuils combinés de vitesse de rotation et de largeur de gamme. Les autres critères visent à pénaliser la fast-fashion en ce qu'elle incite fortement à acheter des produits, souvent peu réparables. De ce fait, il est essentiel de compléter les critères par un critère de décote moyenne, c'est-à-dire l'ensemble des promotions appliquées aux produits d'une marque sur un an, incitant fortement à consommer des produits d'habillement. Ce critère doit être complété par la réparabilité du produit vendu, à travers le seuil psychologique des 33% signifiant que si le prix de réparation est supérieur à un tiers du prix du produit neuf, les individus ne sont pas incités à le réparer mais plutôt à acheter un produit neuf en échange.

Par ailleurs, des acteurs de la vente et de la distribution de textiles neufs ont développé leurs propres canaux de réemploi et de réparation, leur permettant de faire la promotion de ces initiatives pour décomplexer l'achat de produits neufs. Sur les espaces de vente en ligne, les offres de réemploi et réparation sont associées à des publicités sur les nouvelles collections. Ainsi, nous proposons que les plateformes de vente en ligne encouragent le réemploi porté par les acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire, et la réparation effectuée par les acteurs labellisés par l'éco-organisme de la REP TLC. Dans le cadre de la loi AGECE, des fonds réemploi et réparation ont été créés pour encourager le développement de ces activités, pour les acteurs de l'ESS concernant le réemploi, et pour les acteurs de la réparation labellisés par l'éco-organisme.

Enfin, depuis quelques années, les initiatives des metteurs en marché visant à capter les textiles usagés de qualité, potentiellement réemployables, se sont multipliées. Elles se basent sur une rétribution du geste de « don », en remettant aux « donateurs » des bons d'achat valables sur les produits neufs. Ces pratiques encouragent la surconsommation en favorisant l'achat de nouveaux produits. De plus, elles se focalisent sur la part des textiles usagés lucrativement intéressante : le reste est pris en charge par les acteurs historiques de l'aval de la filière, qui perdent en conséquence la part rémunératrice des gisements permettant de maintenir l'équilibre économique de la filière. Ainsi, il nous semble essentiel d'interdire les pratiques commerciales permettant de remettre des bons d'achat valable sur les produits neufs, en échange de retour magasin de textiles usagés réemployables.