

ASSEMBLÉE NATIONALE

11 mars 2024

RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE L'INDUSTRIE TEXTILE - (N° 2307)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 73

présenté par

M. Delaporte, M. Delautrette, M. Potier, M. Aviragnet, M. Baptiste, Mme Battistel, M. Mickaël Bouloux, M. Philippe Brun, M. Califer, M. David, M. Echaniz, M. Olivier Faure, M. Garot, M. Guedj, M. Hajjar, Mme Jourdan, Mme Karamanli, Mme Keloua Hachi, M. Leseul, M. Naillet, M. Bertrand Petit, Mme Pic, Mme Pires Beaune, Mme Rabault, Mme Rouaux, Mme Santiago, M. Saulignac, Mme Thomin, Mme Untermaier, M. Vallaud, M. Vicot et les membres du groupe Socialistes et apparentés

ARTICLE 3

Après l'alinéa 3, insérer les deux alinéas suivants :

« La promotion, par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} 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, de produits mentionnés au 11° de l'article L. 541-10-1 du présent code s'accompagne d'une information relative aux impacts environnementaux et au respect de critères sociaux telle que définie à l'article L. 541-9-11.

« Cette mention est claire, lisible et identifiable sur l'image ou sur la vidéo, sous tous les formats, durant l'intégralité de la promotion. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement du groupe Socialistes et apparentés vise à renforcer la loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 relative à l'influence commerciale afin de contraindre les influenceurs réalisant la promotion de produits textiles à délivrer une information claire, lisible et identifiable concernant les impacts environnementaux et le respect de critères sociaux de tels produits.

Chaque jour, des influenceurs font la promotion de marques de fast fashion dont non connaissons aujourd'hui les conséquences en matière de non respect des droits humains fondamentaux et l'impact désastreux sur l'environnement d'une industrie responsable de responsable de 10 % des émissions mondiales de CO2.

Comme le précise 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, le monde de l'influence ne doit pas être une zone de non-droit et doit répondre à des règles de protection des consommateurs suffisamment étoffées pour mettre fin aux dérives constatées.

Le présent amendement vise à mieux informer les destinataires de ces contenus de promotion qui sont susceptibles d'influencer leur mode de consommation.