



N° 2129

# ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

SEIZIÈME LÉGISLATURE

---

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 30 janvier 2024.

## PROPOSITION DE LOI

*visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile,*

(Renvoyée à la commission du développement durable et de l'aménagement du territoire, à défaut de constitution d'une commission spéciale dans les délais prévus par les articles 30 et 31 du Règlement.)

présentée par

Mme Anne-Cécile VIOLLAND, M. Laurent MARCANGELI, M. Xavier ALBERTINI, M. Henri ALFANDARI, M. Xavier BATUT, Mme Béatrice BELLAMY, M. Thierry BENOIT, Mme Agnès CAREL, M. Paul CHRISTOPHE, M. Yannick FAVENNEC-BÉCOT, Mme Félicie GÉRARD, M. François GERNIGON, M. François JOLIVET, M. Loïc KERVRAN, Mme Stéphanie KOCHERT, M. Luc LAMIRAULT, Mme Anne LE HÉNANFF, M. Didier LEMAIRE, Mme Lise MAGNIER, Mme Naïma MOUTCHOU, M. Jérémie PATRIER-LEITUS, M. Christophe PLASSARD, M. Jean-François PORTARRIEU, Mme Marie-Agnès POUSSIER-WINSBACK, M. Philippe PRADAL, Mme Isabelle RAUCH, M. Vincent THIÉBAUT, M. Frédéric VALLETOUX, M. André VILLIERS, Mme Agnès FIRMIN LE BODO,

députées et députés.

## EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

Jamais autant de vêtements neufs n'ont été mis sur le marché. Chaque année, ils sont plus de 100 milliards à être vendus dans le monde <sup>(1)</sup>. En France, en l'espace d'une décennie, le nombre de vêtements proposés annuellement à la vente a progressé d'un milliard, et atteint désormais 3,3 milliards de produits, soit plus de 48 par habitant <sup>(2)</sup>.

Cet emballement coïncide avec la montée en puissance de nombreuses enseignes dites de « fast-fashion », ou « mode éphémère », lesquelles se caractérisent par la mise sur le marché d'un très grand nombre de nouveaux modèles, ainsi que par un renouvellement quasi-permanent de leurs collections. À la pointe de cette mode express, l'entreprise de prêt-à-porter chinoise Shein référence en moyenne plus de 7 200 nouveaux modèles de vêtements par jour, et met à disposition des consommateurs plus de 470 000 produits différents. Shein propose ainsi 900 fois plus de produits qu'une enseigne française traditionnelle <sup>(3)</sup>.

Naturellement, l'étendue de la gamme proposée permet d'attirer une diversité de consommateurs et de réaliser de vastes économies d'échelle, ceci en pratiquant des prix toujours plus bas. Le succès économique de ce modèle - le chiffre d'affaires de Shein a progressé de 900 % en seulement trois ans - n'est pas sans conséquence sur l'adaptation des stratégies de production des autres marques. Notamment, là où la plupart des enseignes renouvelaient leurs collections de manière semestrielle et saisonnière, comme c'était le cas pour encore 63 % des marques de mode européennes en 2015, elles ne sont en 2019 plus que 43 % à maintenir une telle fréquence, les autres augmentant leur nombre de collections<sup>4</sup>.

Cette évolution du secteur de l'habillement vers une mode éphémère, alliant augmentation des volumes et politique de prix bas, influence les habitudes d'achat des consommateurs en créant des pulsions d'achat et un besoin constant de renouvellement, qui n'est pas sans conséquence sur les plans environnementaux, sociaux et économiques.

---

(1) Selon l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME).

(2) Selon « Refashion », l'éco-organisme de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussure.

(3) Selon une étude réalisée par l'association Les Amis de la Terre France.

(4) Selon une étude réalisée par l'Institut Français de la Mode pour Première Vision.

En effet, l'industrie du textile et de l'habillement est responsable, à l'échelle mondiale, d'environ 10 % des émissions de gaz à effet de serre <sup>(5)</sup>, soit davantage que l'ensemble des vols et transports maritimes internationaux. Sans compter les impacts multiples sur l'environnement en matière de pollution des sols et des eaux, et subséquemment en matière d'érosion de la biodiversité marine et terrestre : le coton est la première culture consommatrice de pesticides, 20 % de la pollution des eaux est imputable à la teinture et au traitement des textiles, le lavage des vêtements synthétiques entraîne le rejet de microfibres plastiques, etc. <sup>(6)</sup> Là se trouve un véritable enjeu de santé environnement dont la représentation nationale doit se saisir.

Par ailleurs, la production textile à bas prix, souvent lointaine et délocalisée, est problématique sur le plan social. En effet, les mises en causes par la société civile de violation des droits humains, travail forcé, travail des enfants, violences de genre, mise en danger du personnel, contournement des règles salariales lorsqu'elles existent, sont nombreuses. Plus largement, les conditions de rémunération des employés du secteur restent précaires, le salaire perçu ne permettant que rarement d'atteindre un niveau de vie décent <sup>(7)</sup>.

Pour sa part, le secteur de l'habillement français traditionnel ne peut que difficilement faire face à une telle concurrence. On assiste ainsi depuis plusieurs décennies à des délocalisations de la production dans des pays tiers, et plus récemment à la multiplication des entreprises placées en redressement judiciaire <sup>(8)</sup>. En conséquence, on constate une division par trois du nombre d'emplois dans l'industrie textile depuis 1990, qui concerne également les emplois en boutique, impactés par la dynamique du e-commerce et de la mode éphémère <sup>(9)</sup>.

De ce fait, l'industrie du textile et de l'habillement pèse de plus en plus fortement sur le déficit commercial français. Il s'agit de la troisième

---

<sup>(5)</sup> Selon le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE).

<sup>(6)</sup> Selon l'ADEME.

<sup>(7)</sup> Selon une étude réalisée par Oxfam Australie.

<sup>(8)</sup> C'est le cas depuis 2022 pour Camaïeu, Kookaï, San Marina, Kaporal, Burton of London et Don't call me Jennyfer.

<sup>(9)</sup> Selon l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE).

industrie la plus déficitaire, avec plus de 12 milliards d’euros, soit plus de 20 % du déficit global du pays, hors énergie <sup>10</sup>.

Face à ce constat, plusieurs mesures ont déjà été prises, au niveau national et européen : la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite « climat et résilience » par exemple, doit permettre la mise en place d’un affichage environnemental devant s’appliquer en priorité dans le secteur du textile d’habillement et des chaussures, tandis que la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l’économie circulaire, dite « anti-gaspillage » a introduit un bonus à la réparation des produits pour favoriser l’économie circulaire et locale. Le nouveau règlement européen sur l’écoconception des produits durables, lui, renforcera les exigences environnementales de production à l’échelle du marché unique.

Toutefois, si les efforts d’écoconception, de durabilité intrinsèque et de réduction de l’empreinte environnementale de chaque produit sont indispensables, ils ne seront pas suffisants, pour tenir nos engagements en matière de lutte contre le changement climatique, en l’absence d’un retour à des volumes de production soutenables.

**La présente proposition de loi vise, dans son article premier, à renforcer l’information et la sensibilisation du consommateur sur l’impact environnemental de la mode éphémère,** ainsi que sur les possibilités de réemploi et de réparation des vêtements et accessoires.

**L’article 2 vise à renforcer la filière de responsabilité élargie du producteur (REP) des textiles d’habillement, linges de maison et chaussures.** En particulier, l’article vise à ce que les contributions financières versées par les producteurs dépendent également de l’impact environnemental et carbone de leurs productions, et du fait qu’ils s’inscrivent ou non dans une démarche commerciale de mode éphémère. Pour assurer cette modulation des contributions des entreprises, le droit existant permet la mise en place de pénalités selon des critères notamment de durabilité et de recyclabilité, mais celles-ci ne sont aujourd’hui pas mobilisées par la filière.

Tout autant pour enfin faire payer la réalité des coûts environnementaux générés par les pires pratiques de l’industrie que pour

---

<sup>(10)</sup> Selon des données de la Direction Générale des Douanes et Droits Indirects (DGDDI).

responsabiliser les entreprises les plus polluantes, l'article entend inscrire une trajectoire progressive de montée en puissance de la pénalité.

Il s'agit là de procéder comme nous le faisons dans un autre domaine, celui de l'automobile, où le malus écologique peut atteindre jusqu'à 60 000 euros, et atteindre un pourcentage significatif du prix de vente d'un véhicule, afin de véritablement faire évoluer les pratiques des producteurs, tout comme les comportements d'achat des consommateurs.

Au-delà de rééquilibrer le marché et d'assurer une concurrence plus équitable pour les entreprises respectant les normes environnementales, souvent françaises et européennes, les recettes générées par ces pénalités permettront à l'éco-organisme de financer la gestion de la collecte, du tri et du traitement des produits usagés, de verser des primes aux entreprises engagées dans des démarches d'éco-conception, de soutenir la recherche et le développement, d'augmenter le bonus réparation et les moyens dédiés au réemploi, ou encore de financer des campagnes grand public sur l'impact environnemental et la prévention des déchets de la filière.

Enfin, **l'article 3 vise à interdire la publicité pour les entreprises et les produits relevant de la mode éphémère.** Compte tenu des impacts de la publicité sur les comportements d'achat, ce secteur est aujourd'hui largement régulé, que ce soit pour des raisons de prévention de l'exposition des mineurs aux contenus sensibles, de protection des consommateurs, de santé publique ou encore pour des raisons environnementales.

Sur ce dernier point, la loi « climat et résilience » a interdit la publicité pour les énergies fossiles ou celles relevant d'une démarche de « greenwashing », ou éco-blanchiment. Le présent article s'inscrit dans la continuité de cette démarche de mise en cohérence du secteur de la publicité avec nos engagements nationaux, européens et internationaux en matière de protection de l'environnement.

## PROPOSITION DE LOI

### Article 1<sup>er</sup>

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 mentionnés au 11° de l'article L. 541-10-1, dépassant des seuils fixés par décret, relève d'une pratique commerciale de collections vestimentaires et d'accessoires à renouvellement très rapide.

« Les seuils mentionnés au premier alinéa du présent I tiennent notamment compte du nombre de nouveaux modèles par unité de temps ou du nombre de modèle et de la durée moyenne de commercialisation.

« II. – Les producteurs, distributeurs et importateurs de produits mentionnés au I affichent sur leurs plateformes de vente en ligne des messages encourageant le réemploi et la réparation de ces produits et sensibilisant à leur impact environnemental. Cette mention figure sur toutes les pages internet permettant l'achat de ces produits, à proximité du prix.

« III. – Les modalités d'application du présent article sont définies par décret. »

### Article 2

Le code de l'environnement est ainsi modifié :

1° L'article L. 541-10-3 est ainsi modifié :

*a)* À la première phrase du premier alinéa, après le mot : « lesquels », sont insérés les mots : « l'impact environnemental, l'empreinte carbone, » ;

*b)* La dernière phrase du troisième alinéa est complétée par les mots : « , sauf pour les produits mentionnés au 11° de l'article L. 541-10-1, pour lesquels ce taux est fixé à 50 %. » ;

2° L'article L. 541-10-9 est ainsi modifié :

*a)* Au début du premier alinéa, est ajoutée la mention : « I. – » ;

b) Il est ajouté un II ainsi rédigé :

« II. – Lorsqu'une personne non établie en France est soumise au principe de responsabilité élargie du producteur en application de l'article L. 541-10, elle est tenue de désigner une personne physique ou morale établie en France en tant que mandataire chargé d'assurer le respect de ses obligations relatives au régime de responsabilité élargie des producteurs. Cette personne est subrogée dans toutes les obligations découlant du principe de responsabilité élargie du producteur dont elle accepte le mandat. » ;

3° L'article L. 541-10-27 est ainsi modifié :

a) Au début du premier alinéa, est ajoutée la mention : « I. – » ;

b) Sont ajoutés des II et III ainsi rédigés :

« II. – Les contributions financières mentionnées au premier alinéa de l'article L. 541-10-3 sont également modulées, pour les produits soumis au principe de responsabilité élargie du producteur en application du 11° de l'article L. 541-10-1, en fonction de leur participation à la pratique commerciale définie à l'article L. 541-9-1-1.

« III. – Au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2025, le montant des pénalités applicables aux produits soumis au principe de responsabilité élargie du producteur en application du 11° de l'article L. 541-10-1 est fixé par arrêté, selon une trajectoire progressive aboutissant à une pénalité maximale de 10 euros par produit en 2030. »

### **Article 3**

I. – Après l'article L. 229-61 du code de l'environnement, il est inséré un article L. 229-61-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 229-61-1.* – Est interdite la publicité relative à la commercialisation de produits dans le cadre d'une pratique commerciale de collections vestimentaires et d'accessoires à renouvellement très rapide définie à l'article L. 541-9-1-1 ou faisant la promotion des entreprises, enseignes ou marques ayant recours à cette pratique commerciale. Un décret en Conseil d'État précise les modalités d'application du présent article. »

II. – Le I entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2025.

