

Une proposition de loi visant à encadrer la mode ultra-rapide va être débattue ce jeudi 7 mars à l'Assemblée nationale.

Elle prévoit notamment de faire passer à 10 € l'écocontribution payée sur chaque vêtement par les enseignes les plus polluantes.

Objectif: rétablir une juste concurrence entre cette mode du « tout jetable » et les vêtements produits en France de manière durable.

La France engage la lutte contre la mode ultra-rapide

— Les députés examinent en commission, ce jeudi 7 mars, un texte de loi qui vise à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile, une des plus polluantes au monde.

— L'objectif est de pénaliser les marques de la mode rapide qui alimentent la surproduction et la surconsommation de vêtements.

Du pantalon « patte d'eph » au « crop top » en passant par la minijupe et le jean déchiré, depuis les années 1980 le contenu de nos penderies a bien changé; et pas qu'en styles. En quarante ans, leur volume a considérablement augmenté: le nombre de vêtements achetés par les Français a doublé, passant de vingt-cinq à cinquante pièces par an et par personne.

Comptant parmi les plus polluantes au monde, l'industrie textile est actuellement dans le viseur des députés français. Ils examinent, en commission ce jeudi 7 mars, puis dans l'hémicycle le 14 mars, une proposition de loi du groupe Horizons visant à réduire l'empreinte environnementale de ce secteur, qui représente à lui seul 8 % des émissions de gaz à effet de serre dans le monde (1), selon l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). Le ministre de la transition écologique, Christophe Béchu, a annoncé

qu'il soutenait ce texte, lors d'une rencontre, lundi, avec les acteurs de la mode éthique.

Plus précisément, les élus cherchent à en découdre avec la « mode rapide » (*fast fashion*), un segment du marché se caractérisant par un renouvellement rapide des collections, une production abondante et des prix cassés rendus possibles par une main-d'œuvre peu chère.

Ces dernières années, ce modèle économique a franchi une nouvelle étape. De nouveaux acteurs l'ont poussé à son paroxysme avec des prix dérisoires et une production encore plus effrénée. À la tête de ce nouvel empire de « l'ultra-fast fashion »: le géant chinois Shein, véritable eldorado des adolescents, dont les ventes se font exclusivement en ligne. Sa croissance (900 % en trois ans) est à l'image du nombre de nouveaux produits qu'il propose chaque jour: vertigineux. Là où Zara affiche plus de 3 000 nouvelles références par mois, Shein en propose plus de 7 000 par jour, à un prix moyen de 7 €.

« Ces marques de l'ultra-fast fashion incitent en permanence à l'achat et favorisent une mode jetable, avec des vêtements portés seulement quelques fois, fabriqués principalement à partir de plastique et achetés en avion de l'autre bout du monde », dénonce Anne-Cécile Violland, députée Horizons, rapporteure du texte. « Pire, elles menacent notre économie sans être à l'origine du moindre emploi en France », complète Jean-Marc

Zulesi, député Renaissance et président de la commission du développement durable.

Concrètement, le texte propose deux mesures. La première vise à taper directement le portefeuille de ces enseignes en renforçant le système « pollueur-payeur ». Ce dernier existe via l'écocontribution, un « coût » payé par les entreprises pour la gestion de la fin de vie de leurs produits. « Pour ces géants de la mode, cela représente aujourd'hui seulement quelques centimes par article. Notre but est de l'augmenter jusqu'à 50 % du prix de vente et jusqu'à 10 € par article vendu d'ici à 2030 », affirme Anne-Cécile Violland.

Là où Zara affiche plus de 3 000 nouvelles références par mois, Shein en propose plus de 7 000 par jour, à un prix moyen de 7 €.

La seconde propose d'interdire leur publicité sur tous les supports, notamment les réseaux sociaux comme TikTok, plébiscité par les 15-25 ans, véritable vitrine commerciale pour Shein ou son concurrent Temu. « Ces enseignes mettent des milliards dans le



Une boutique éphémère de la marque Shein à Paris, en juin 2022. Come Sittler/REA

marketing et des interfaces faites pour piéger les utilisateurs et les pousser à consommer. Interdire leur publicité peut donc avoir un impact considérable », se félicite Pierre Condamine, chargé de campagnes aux Amis de la Terre.

Sur l'ensemble de l'échiquier politique comme chez les professionnels français de la mode et les ONG, l'idée d'endiguer ce déferlement textile a reçu un accueil très positif. Mais plusieurs nœuds restent encore à démêler, à commencer par le choix des critères permettant de définir quelles marques seront concernées par ces pénalités. Avec, comme principale interrogation: faut-il épargner ou non Zara, H & M et les autres enseignes européennes?

« Le texte porte sur la mode rapide dans sa globalité, mais vise avant tout les marques qui polluent le plus, soit celles de l'ultra-fast fashion », commente Anne-Cécile Violland. Mais avec cette loi nous espérons inciter les marques plus traditionnelles à faire mieux, en suivant une vraie trajectoire écologique. » Pour le moment, aucun critère objectif n'a été inscrit dans le

texte de loi, qu'il s'agisse du nom-

bre de nouvelles références, du renouvellement des collections ou des niveaux de prix. « Ce sera un sujet des discussions parlementaires », commente la députée, qui souhaite dresser les seuils par décret « pour garder une réactivité face aux évolutions du marché ».

Dans un autre texte de loi qui sera présenté au printemps, le député LR Antoine Vermorel-Marques propose, lui, que le malus maximal soit appliqué aux enseignes dépassant 1 000 nouvelles références par jour, de manière à exclure les marques européennes. Du côté des ONG, on pousse au contraire à ce que les critères et les seuils soient les plus ambitieux possibles afin de prendre en compte un maximum de marques. « Kiabi, Decathlon, Action, Zara... Ces entreprises n'ont pas les mêmes pratiques que Shein ou Temu mais alimentent la surproduction. Il faut s'attaquer aux racines du système pour le faire changer », exige Pierre Condamine, qui porte la proposition d'un « seuil de 5 000 nouveaux produits par an ».

Outre le nombre de nouveaux produits et/ou de nouvelles collections, le ratio entre prix d'achat et prix de réparation ●●●

pourrait aussi être pris en compte. « Surtout quand on sait qu'un habit est mis à la poubelle si sa réparation coûte plus d'un tiers de son prix de vente », avance Anne-Cécile Violland.

L'ensemble des acteurs se dit aussi dans l'attente d'un autre outil qui compléterait la nouvelle législation: l'« affichage environnemental ». Visant à informer le consommateur de l'impact environnemental d'un produit, ce score devait entrer en vigueur début 2024, mais sa mise en œuvre a finalement été décalée d'un an, sa méthodologie étant toujours en cours d'élaboration. Lundi, Christophe Béchu s'est engagé à accélérer le calendrier, promettant un démarrage au mois de mai.

« La transparence du produit et la sensibilisation du consommateur sont indispensables pour faire comprendre qu'il faut acheter moins pour acheter mieux », commente Pierre Talamon, président de la Fédération nationale de l'habillement. Aujourd'hui, seul un tiers des vêtements sont jetés à cause de l'usage. Le reste, c'est par lassitude et l'envie factice de renouveler sans cesse sa garde-robe. »

Pierre Talamon appelle également à ce que « le produit du malus (de l'écocontribution) puisse bénéficier aux marques françaises: elles doivent être aidées pour construire une mode plus locale et durable ». Si cet aspect du texte doit être encore précisé, sa rapporteure s'y dit « favorable ». « L'objectif, conclut-elle, est

« Ces marques de l'ultra-fast fashion incitent en permanence à l'achat et favorisent une mode jetable, avec des vêtements portés seulement quelques fois. »

de réduire la différence de prix entre un habit de la fast fashion et un vêtement made in France, contraint par plus de normes sanitaires et environnementales et donc moins compétitif en termes de tarif. » Enfin, les détracteurs de la fast fashion sont

repères

L'industrie du textile émet plus de CO₂ que le trafic aérien et maritime

L'industrie textile émet chaque année plus de 4 milliards de tonnes équivalent CO₂, soit 8 % des émissions de gaz à effet de serre mondiales, plus que les vols internationaux et le trafic maritime réunis. En 2050, cette part monterait à 26 % si la tendance actuelle se poursuit.

Dans le monde, près de 70 % des vêtements sont fabriqués à partir de matières chimiques,

la plupart dérivées du pétrole comme le polyester ou le nylon. Moins de 1 % de ces tissus est ensuite recyclé. La majorité des matières recyclées utilisées pour fabriquer des habits est issue d'autres industries comme l'automobile.

Même pendant son usage, un vêtement pollue, notamment par son entretien. Près de 240 000 tonnes de microparticules de plastique sont relâchées dans les océans chaque année à cause du lavage des vêtements synthétiques, soit l'équivalent de 24 milliards de bouteilles en plastique.

« En mode climat », la fast fashion en contre-exemple

— Réunissant près de 600 entreprises françaises de l'habillement, le collectif En mode climat promeut une filière textile durable.

— Il a été en première ligne pour défendre la régulation des enseignes de fast fashion.

« Réguler l'industrie textile pour réduire son impact environnemental. » C'est sur ce credo qu'est né en 2021 En mode climat.

Fondé par 80 marques de mode éthique et française, le collectif rassemble aujourd'hui plus de 600 acteurs. Tous cherchent à faire « moins mais mieux » en fabriquant des habits plus durables pour la planète comme dans le temps. « Pour être compatible avec les enjeux environnementaux et tenir l'Accord de Paris sur le climat, il faut de la sobriété et de la relocalisation », résume sa fondatrice Julia Faure, créatrice de la marque Loom et coprésidente du mouvement Impact France.

Dénonçant l'existence d'une « prime au vice » rendue possible par un marché dérégulé, le collectif se bat depuis trois ans pour changer les règles du jeu. « Si vous produisez à bas coût, au mépris des considérations sociales et environnementales, vous êtes récompensés par le marché », explique Julia Faure, qui se réjouit de voir sa proposition de bonus/malus aujourd'hui débattue à l'Assemblée.

C'est en effet en grande partie au collectif que l'on doit ce texte visant à encadrer et pénaliser financièrement la fast fashion. Reçue à plusieurs reprises par le

ministère de la transition écologique, Julia Faure a également participé aux auditions préalables des deux propositions de loi des députés Horizons et LR. « Notre particularité, c'est que nous portons l'intérêt général comme le ferait une ONG ainsi que des intérêts économiques comme un mouvement patronal », explique-t-elle. Cette intersection nous permet d'être un bon interlocuteur. »

Au-delà de la régulation des acteurs, le collectif se bat pour le retour d'une vraie filière française du textile, fragilisée par la concurrence et la hausse des coûts. « Actuellement, seuls 3 % des vêtements vendus en France y sont produits », rappelle Julia Faure.

« Actuellement, seuls 3 % des vêtements vendus en France y sont produits. »

En mode climat plaide notamment pour que l'argent des malus textiles soit reversé à la filière tricolore, de manière à pouvoir baisser les prix des vêtements produits sur place. « Les Français ne défendent pas Shein en soi, et préféreraient s'habiller avec des marques françaises. En revanche, ils pensent d'abord à leur pouvoir d'achat, estime-t-elle. Il faut donc leur montrer qu'acheter français est accessible, même si cela suppose d'acheter moins de neuf. »

Sarah Dupont

(1) Vêtements et chaussures.