

La proposition de loi pour lutter contre la « fast fashion » : quand le législateur s'efforce de tisser un modèle incitatif vertueux en matière textile

Emmanuel Daoud, Avocat associé au sein du cabinet VIGO, Membre du réseau international d'avocats GESICA, Administrateur du Cercle de la Compliance

Claire Deniau, Avocate au sein du cabinet VIGO, Membre du réseau international d'avocats GESICA

Au nord du Chili, entre l'océan Pacifique et la cordillère des Andes s'étend le désert aride d'Atacama. Les dunes de sables ont toutefois laissé place à des dunes de vêtements usagés à perte de vue. Jeans, jupes, chemises et manteaux décolorés par le soleil viennent s'y échouer, clôturant un long périple, des usines de fabrication chinoises aux étalages des magasins occidentaux. La présence dans la ville d'Iquique d'un des plus grands ports hors taxe d'Amérique du Sud explicite l'arrivée, en 2022, de 44 millions de tonnes de vêtements¹, faisant d'Atacama l'une des décharges de vêtements les plus importantes du monde.

Au regard de ces chiffres, il n'est pas difficile de comprendre pourquoi l'industrie textile est responsable de 10% des émissions mondiales de CO₂, soit plus que l'ensemble des vols et transports maritimes internationaux².

Ce pourcentage de 10% s'explique par une hausse exponentielle de la consommation, caractérisée par de nouvelles logiques d'achat. Certaines entreprises, telles que l'entreprise chinoise Shein, utilisent des outils marketings créant un sentiment d'urgence par le biais de promotions exceptionnelles et d'un renouvellement continu des collections pour une durée de commercialisation très courte. Découplée de tout réel besoin, cette dynamique conduit à se débarrasser rapidement de ses vêtements, une faible durabilité que l'on pourrait qualifier d'« *obsolescence émotionnelle* »³. C'est ainsi qu'« *en l'espace de deux décennies, le prix moyen des vêtements a diminué de 30% tandis que, parallèlement les quantités achetées ont doublé* »⁴, raison pour laquelle les plateformes Temu et Shein représentent désormais 22 % des colis gérés par La Poste en France, a déclaré le PDG de la Poste Philippe Wahl lors d'une audition parlementaire ce 30 octobre 2024, alors qu'ils pesaient moins de 5% il y a cinq ans⁵.

¹ <https://www.nationalgeographic.fr/environnement/2023/04/notre-amour-pour-la-fast-fashion-deborde-dans-le-desert-datacama>

² <https://www.europarl.europa.eu/topics/fr/article/20201208STO93327/production-et-dechets-textiles-les-impacts-sur-l-environnement-infographies>

³ Selon les propos de Mme Anne-Cécile Violland, Rapporteuse, lors de la réunion du 7 mars 2024 (https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/comptes-rendus/cion-dvp/116cion-dvp2324043_compte-rendu)

⁴ https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/comptes-rendus/cion-dvp/116cion-dvp2324043_compte-rendu.pdf

⁵ https://videos.senat.fr/video.4806050_672268256ab68.audition-de-m-philippe-wahl-president-directeur-general-de-la-poste

- **Une proposition de loi de nature à contrer les externalités négatives de la « fast fashion »**

Face aux conséquences environnementales de cette industrie, l'Assemblée nationale a adopté le 14 mars 2024 une proposition de loi « *visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile* »⁶. La potentielle insertion de la proposition au sein du Titre IV du Livre V du Code de l'environnement réservé aux déchets n'est pas anodine, en ce qu'elle annonce l'objectif poursuivi par le législateur.

Toutefois, les éléments de la proposition doivent être étudiés avec précaution dès lors que le texte est en cours d'examen par le Sénat qui a désigné un rapporteur le 10 avril 2024⁷. Des amendements pourraient significativement modifier le texte, qui est par ailleurs susceptible d'être déclaré inconstitutionnel⁸. En l'état, un flou subsiste également sur les seuils qui doivent déterminer à partir de combien de produits mis à disposition ou distribués une entreprise relève de la « fast fashion ».

- **Une définition de la pratique commerciale de « fast fashion »**

La proposition est salubre en ce qu'elle définirait pour la première fois la pratique de « fast fashion », de nature à identifier quelles pratiques et quels acteurs seraient assujettis aux obligations définies dans la loi. Selon un nouvel article L.541-9-1-1 du Code de l'environnement, doit être entendue comme une pratique commerciale consistant à renouveler très rapidement les collections vestimentaires et d'accessoires, « *la mise à disposition ou la distribution d'un nombre élevé de nouvelles références de produits neufs mentionnés au 11° de l'article L. 541-10-1⁹, y compris lorsque la mise à disposition est réalisée par l'intermédiaire d'un fournisseur de marché en ligne, dépassant des seuils fixés par décret en Conseil d'État* ».

Par ailleurs, « *pour une personne physique ou morale qui facilite, par l'utilisation d'une interface électronique telle qu'une place de marché, une plateforme, un portail ou un dispositif similaire, les ventes à distance ou la livraison de produits relevant du même 11°, la pratique commerciale mentionnée au premier alinéa du présent I est appréciée dans les mêmes conditions en fonction du nombre de modèles de produits neufs présentés sur l'interface électronique* ».

Les activités de mise à disposition et de distribution peuvent s'entendre comme les activités réalisées par des producteurs et qui renvoient aux obligations au titre de la responsabilité élargie des producteurs de l'article L.541-10 du Code de l'environnement¹⁰. Il s'agirait ainsi de la distribution par une marque de ses produits ou de la distribution de différentes marques dans un réseau de magasin ou à travers la vente en ligne sur des sites qui proposent différentes marques, comme Zalando à titre d'exemple.

Hasard de calendrier, cette proposition en date de mars 2024 est intervenue quelques mois avant la publication au Journal officiel de l'UE du Règlement sur l'écoconception des produits

⁶ <https://www.senat.fr/leg/ppl23-431.html>

⁷ <https://www.senat.fr/travaux-parlementaires/commissions/commission-de-lamenagement-du-territoire-et-du-developpement-durable/actualite-1/fast-fashion-3071.html>

⁸ Sur ce point, on pourra toutefois rappeler que dans une décision QPC n° 2019-823 du 31 janvier 2020, le Conseil constitutionnel a consacré la protection de l'environnement comme objectif de valeur constitutionnelle, de telle sorte qu'il constitue un motif d'intérêt général suffisant pour justifier une atteinte à la liberté d'entreprendre.

⁹ « 11° Les produits textiles d'habillement, les chaussures ou le linge de maison neufs destinés aux particuliers et, à compter du 1er janvier 2020, les produits textiles neufs pour la maison, à l'exclusion de ceux qui sont des éléments d'ameublement ou destinés à protéger ou à décorer des éléments d'ameublement ».

¹⁰ « Toute personne physique ou morale qui élabore, fabrique, manipule, traite, vend ou importe des produits générateurs de déchets ou des éléments et matériaux entrant dans leur fabrication, dite producteur au sens de la présente sous-section ».

durables¹¹, venu élargir le champ d'application de l'écoconception initialement établi par la Directive 2009/125/CE¹². Ce règlement introduit notamment de nouveaux critères de performance environnementale et d'information des consommateurs pour tout type de produit vendus sur le marché de l'UE¹³.

La proposition de loi s'articulerait autour de trois obligations : des obligations d'affichage aux fins d'information des consommateurs (I), des obligations renforcées en matière de responsabilité élargie des producteurs (II) et l'interdiction de la publicité pour les produits et enseignes de la fast fashion (III). Un risque accru de contrôle et sanctions de ces obligations appelle une vigilance renforcée des entreprises (IV) et une anticipation quant à cette loi qui s'insère en parallèle d'un corpus réglementaire en pleine évolution (V).

I. Des obligations élargies d'affichage aux fins d'information des consommateurs

La loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire¹⁴ (dite « loi AGECE ») et la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets¹⁵ (dite « loi climat et résilience ») ont renforcé les obligations de transparence et d'information des consommateurs sur les produits, notamment textiles.

L'article L. 541-9-1 du Code de l'environnement impose désormais aux producteurs et importateurs de produits générateurs de déchets de rendre accessible une information sur les caractéristiques environnementales du produit, telles que « *l'incorporation de matière recyclée, l'emploi de ressources renouvelables, la durabilité, la compostabilité, la réparabilité* ».

A cette obligation générale, la proposition introduirait un nouvel article L. 541-9-1-1 du Code de l'environnement quant à une obligation d'affichage pour les personnes ayant recours à la pratique de « fast fashion » telle que définie par la loi. Celles-ci devraient afficher sur leurs plateformes de vente en ligne « *des messages encourageant la sobriété, le réemploi, la réparation, la réutilisation et le recyclage des produits et sensibilisant à leur impact environnemental. Cette mention est affichée de manière claire, lisible et compréhensible sur tout format utilisé, à proximité du prix. Le contenu des messages est défini par décret* »¹⁶.

En outre, la loi « AGECE » et la loi « climat et résilience » ont défini le cadre d'une expérimentation¹⁷ de l'affichage environnemental destiné à apporter au consommateur une information relative aux impacts environnementaux d'un bien, d'un service ou d'une catégorie de biens ou de services. Cette expérimentation conduite pour une durée maximale de cinq ans, pourra être rendue obligatoire par décret à l'issue de l'expérimentation¹⁸.

L'information apportée au sein de cet affichage doit tenir compte des « *impacts environnementaux des biens et services considérés, pris en compte selon leur pertinence pour*

¹¹ https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202401781

¹² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX%3A32009L0125> : outre la création d'un passeport numérique de produit, le dispositif prévoit de nouvelles exigences minimales que les acheteurs devront intégrer pour être mis sur le marché européen.

¹³ A l'exception des voitures ou des produits liés à la défense et à la sécurité.

¹⁴ <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000041553759/2024-10-13/>

¹⁵ <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000043956924/>

¹⁶ Article 1 de la proposition de loi

¹⁷ Cette expérimentation précisée aux articles L. 540-9-11 et L. 540-9-12 du code de l'environnement.

¹⁸ Article 2 de la loi « climat et résilience » du 22 août 2021

une catégorie donnée, notamment en termes d'émissions de gaz à effet de serre, d'atteintes à la biodiversité et de consommation d'eau et d'autres ressources naturelles. Elle tient également compte des externalités environnementales des systèmes de production des biens et services considérés, évaluées scientifiquement, en particulier pour les produits agricoles, sylvicoles et alimentaires ».

La proposition de loi introduirait un nouvel article L.541-9-11 qui élargirait la teneur de l'information environnementale donnée au consommateur en ajoutant le critère de « *durabilité* »¹⁹ du bien ou du service proposé²⁰.

En termes de sanction, l'article L.541-9-4-1 sanctionne d'ores et déjà tout manquement aux obligations d'information issues de la loi « climat et résilience » par une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3 000 € pour une personne physique et 15 000€ pour une personne morale. Cet article serait modifié afin d'inclure les manquements à l'obligation d'afficher les messages incitatifs prévus par un potentiel nouvel article L. 541-9-1-1.

Par ailleurs, si une entreprise pratiquant la « fast fashion » était à l'origine d'une information faussée quant à l'impact environnemental de ses produits, elle pourrait engager sa responsabilité sur le fondement des pratiques commerciales trompeuses. L'article L.121-2 du Code de la consommation prévoit ainsi depuis 2021²¹ qu'une « *pratique commerciale est trompeuse si (...) elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur (...) les caractéristiques essentielles du bien ou du service (...) notamment son impact environnemental* ». Les pratiques commerciales trompeuses sont punies d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000€²² (donc 1.500.000€ pour une personne morale²³). Toutefois, le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant ce délit. Ce taux est porté à 80 % dans le cas des pratiques commerciales trompeuses quant aux caractéristiques essentielles du bien ou du service, ou sur les engagements de l'annonceur, lorsqu'elles reposent sur des allégations en matière environnementale. Les personnes morales peuvent également être condamnées à une ou plusieurs des peines complémentaires prévues à l'article L. 131-39 du Code pénal²⁴.

II. Des obligations renforcées en matière de responsabilité élargie des producteurs : la mise en place d'un « malus écologique »

Selon le principe « pollueur-payeur »²⁵, consacré à l'article 4 de la Charte de l'environnement et rappelé à l'article L.110-1 du Code de l'environnement²⁶, les frais résultants des mesures de prévention, de réduction et de lutte contre la pollution doivent être supportés par le pollueur.

¹⁹ L'indice de durabilité prévu par la loi du 10 février 2020 de lutte contre le gaspillage et pour une économie circulaire, inclut notamment de nouveaux critères tels que la fiabilité et la robustesse du produit et vient compléter ou remplacer l'indice de réparabilité.

²⁰ Article 1er bis (nouveau) de la proposition de loi

²¹ Depuis une modification opérée par la loi « Climat et résilience »

²² Article L.132-2 du Code de la consommation

²³ Articles 131-38 du Code pénal

²⁴ Article L. 132-3 du Code de la consommation

²⁵ Depuis 2007, l'article 181 du TFUE prévoit également que « *la politique de l'Union dans le domaine de l'environnement [...] est fondée [...] sur le principe du pollueur-payeur* ».

²⁶ « *3° Le principe pollueur-payeur, selon lequel les frais résultant des mesures de prévention, de réduction de la pollution et de lutte contre celle-ci doivent être supportés par le pollueur* »

Ce principe a fondé l'élaboration de la responsabilité élargie du producteur de déchets, originellement issu de l'ancien article 6 de la loi du 15 juillet 1975²⁷ et de la Directive-cadre européenne²⁸. Désormais défini aux articles L.541-10 et suivants du Code de l'environnement, il résulte du principe de responsabilité élargie du producteur, qu'il est fait obligation aux producteurs de produits²⁹ relevant de l'une des vingt-et-une catégories listées à l'article L.541-10-1 du Code de l'environnement, « *de pourvoir ou de contribuer à la prévention et à la gestion des déchets qui en proviennent* », entre autres obligations.

S'ils n'optent pas pour un système individuel de gestion des déchets, les producteurs s'acquittent de leur obligation en « *mettant en place collectivement des éco-organismes agréés dont ils assurent la gouvernance et auxquels ils transfèrent leur obligation et versent en contrepartie une contribution financière* ». Des filières dites « REP » permettent ainsi d'assurer, pour le compte des producteurs, la prévention et la gestion des déchets, au travers d'éco-organismes spécifiques à chaque filière. Ces éco-organismes sont chargés de collecter une contribution financière, dite « écocontribution » de la part des producteurs, puis de l'utiliser afin de financer la gestion des déchets ou de verser ce produit à une personne tierce qui assumera la charge de la gestion des déchets. En matière textile, la filière REP a été créée en 2008³⁰ et dispose de l'éco-organisme « Refashion »³¹ qui a acquis un rôle croissant pour soutenir le tri, la collecte de vêtements et le recyclage. L'écocontribution versée par les producteurs est soumise à un régime de primes lorsque le produit remplit les critères de performance attendus et de pénalité lorsque le produit s'en éloigne. Cette modulation vise à favoriser l'écoconception des produits et à améliorer leur réemploi ou leur recyclabilité.

A cet égard, la proposition de loi tendrait à renforcer les obligations des producteurs réunis dans des filières REP, dans le prolongement du renforcement des obligations issu de la modification de la directive cadre « déchets » de 2018 et la loi « AGECE » en 2020.

Tout d'abord, les personnes non établies en France et soumises au principe de la REP auront désormais l'obligation de désigner un mandataire auquel incomberaient les obligations relatives au régime de la REP. Les mesures de contrôle et de sanction applicables aux producteurs s'appliqueraient alors au mandataire, subrogé dans les obligations du producteur.

Par ailleurs, la proposition introduirait de nouveaux critères d'éco-modulation pesant sur l'ensemble des produits concernés par la responsabilité élargie des producteurs. Jusqu'à présent, les contributions financières sont modulées « *en fonction de critères de performance environnementale, parmi lesquels la quantité de matière utilisée, l'incorporation de matière recyclée, l'emploi de ressources renouvelables gérées durablement, la durabilité, la réparabilité, les possibilités de réemploi ou de réutilisation, la recyclabilité, la visée publicitaire ou promotionnelle du produit, l'absence d'écotoxicité et la présence de substances dangereuses* ». Deux nouveaux critères d'éco-modulation seraient introduits par la proposition, à savoir celui de l'impact environnemental et celui de l'empreinte carbone.

La proposition se concentre plus particulièrement sur la filière des textiles, de linge de maison de chaussures (dite « TLC »).

²⁷<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000888298/#:~:text=L'%C3%A9limination%20des%20d%C3%A9chets%20comporte,propres%20%C3%A0%20%C3%A9viter%20les%20nuisances>

²⁸ <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31975L0442:FR:HTML>

²⁹ Est désigné comme producteur au sein de l'article L.541-10 du code de l'environnement, « *toute personne physique ou morale qui élabore, fabrique, manipule, traite, vend ou importe des produits générateurs de déchets ou des éléments et matériaux entrant dans leur fabrication* »

³⁰ <https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/produits-textiles-tlc>

³¹ <https://refashion.fr/>

En effet, une exception est insérée pour les producteurs de la filière TLC à l'article L.541-10-3 du Code de l'environnement quant au plafonnement des primes et pénalités pouvant être appliquées par les éco-organismes. Les producteurs de cette filière ne pourraient s'opposer au montant de la prime ou de la pénalité qui leur est appliquée que si ce montant excède 50 % du prix de vente hors taxe du produit et non plus 20 %. Cette modification permettrait de corréliser les contributions versées par les producteurs à l'impact environnemental de leurs produits.

En outre, la proposition prévoit à l'article L. 541-10-27 I du Code de l'environnement, que les contributions financières des produits de la filière TLC devront être modulées « *en fonction notamment des résultats obtenus en application de la méthodologie de l'affichage environnemental* », une méthodologie précisée par un arrêté du 23 novembre 2022 applicable depuis le 1^{er} janvier 2023³². Conformément à ce cahier des charges établi par arrêté, il existe trois éco-modulations : la durabilité « physique » du produit, la certification des produits finis par différents labels environnementaux et l'incorporation de matières premières issues du recyclage au sein des produits finis. Dans le prolongement de cette proposition, serait introduite une trajectoire évolutive d'augmentation des pénalités applicables aux produits soumis à la filière TLC, allant de 5€ par produit en 2025 à 10€ par produit en 2030³³.

Une disposition similaire a déjà été inscrite par la loi « AGECE » à l'article L. 541-10-3 du Code de l'environnement pour les emballages plastiques qui ne peuvent intégrer une filière de recyclage en fin de vie. Un parallèle peut également être fait avec le « malus écologique » existant en matière automobile. Dans toutes ces situations, l'objectif de ces mesures est de faire évoluer les pratiques des producteurs (s'ils internalisent la hausse de l'écocontribution) tout comme les comportements d'achats des consommateurs face à un prix de vente augmenté. La somme de 10€, parfois supérieure au prix de vente du vêtement³⁴, est volontairement élevée, afin de refléter davantage la réalité de l'impact environnemental du produit et d'orienter le consommateur vers un produit plus éthique.

Ces modifications viennent renforcer le régime de responsabilité élargie des producteurs au sein de la filière textile. Afin de contribuer à l'impact environnemental généré par la délocalisation des déchets, une fraction des contributions financières versées par les producteurs des produits de la filière TLC devrait être utilisée par les éco-organismes pour financer des infrastructures de collecte et de recyclage dans des pays non-membres de l'UE³⁵.

III. L'interdiction de la publicité pour les produits et enseignes de la « fast fashion »

L'article tendant à interdire la publicité serait inséré au sein de la « *section 8 - Publicité sur les produits et services ayant un impact excessif sur le climat* » du Livre 2 (milieux physiques) et non dans la partie consacrée aux déchets. Cette organisation révèle l'objectif poursuivi plus

³² Arrêté du 23 novembre 2022 portant cahiers des charges des éco-organismes et des systèmes individuels de la filière à responsabilité élargie du producteur des textiles, chaussures et linge de maison (TLC)

³³ « *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 et déterminées en fonction du critère défini au II du présent article est de 5 euros par produit en 2025, de 6 euros par produit en 2026, de 7 euros par produit en 2027, de 8 euros par produit en 2028, de 9 euros par produit en 2029 et de 10 euros par produit en 2030.* »

³⁴https://fr.shein.com/RecommendSelection/Women-Clothing-sc-017172961.html?adp=&categoryJump=true&ici=fr_tab04navbar04&src_identifieur=fc%3DWomen%20Clothing%60sc%3DWome n%20Clothing%60tc%3D0%60oc%3D0%60ps%3Dtab04navbar04%60jc%3DitemPicking_017172961&src_module=topcat&src_tab_page_id=page_home1729672853917

³⁵ Article 2 de la proposition de loi : création d'un IV au sein de l'article L541-10-27 du Code de l'environnement

général de lutte contre le réchauffement climatique en limitant la surproduction de produits textiles.

La loi « Climat et résilience » du 22 août 2021 avait déjà envisagé l'interdiction de la publicité relative à la commercialisation ou faisant la promotion des énergies fossiles au sein de l'article L.229-61 du Code de l'environnement, ainsi que l'interdiction de la publicité relative au « greenwashing » affirmant qu'un produit ou un service est neutre en carbone, sauf à rendre accessibles les éléments qui l'attestent³⁶.

La proposition de loi insérerait un article L. 229-61-1 interdisant la publicité relative à la commercialisation des produits qui relèvent de la « fast fashion » ou qui font la promotion directe ou indirecte des entreprises, des enseignes, ou des marques ayant recours à cette pratique commerciale. L'activité d'influence commerciale par voie électronique est par ailleurs visée par cette interdiction, dans le prolongement 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.

A l'instar de la loi Evin en matière de tabac et d'alcool³⁷, cette interdiction tendrait à limiter l'effet incitatif de la publicité sur l'acte d'achat. Elle s'inscrirait en parallèle de l'interdiction des publicités qui inciteraient à dégrader les habits en état fonctionnel, insérée à l'article L.541-15-9 du Code de l'environnement, au sein du titre IV du Livre V consacré aux déchets³⁸.

En termes de sanction, l'article L.229-63 serait modifié afin d'inclure les manquements à l'interdiction de la publicité relative à la « fast fashion », désormais sanctionnés par une amende de 20 000€ pour une personne physique et de 100 000€ pour une personne morale, ces montants pouvant être portés jusqu'à la totalité du montant des dépenses consacrées à l'opération illégale. En cas de récidive, le montant des amendes prévues au premier alinéa du présent article pourrait être porté au double.

IV. Un risque accru de contrôles et de sanctions appelant une vigilance renforcée des entreprises

En termes de contrôles, l'article L541-9 préciserait que les agents de la direction générale de la prévention des risques (DGPR) et de ses services déconcentrés, les agents habilités par le ministre chargé de l'environnement en application de l'article L. 541-9-7, les agents des douanes et les agents de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes seraient autorisés, pour les besoins de leurs missions de contrôle à se communiquer tous les renseignements et les documents détenus ou recueillis dans l'exercice de leurs missions respectives. Par ailleurs, les agents de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes seraient habilités à rechercher et à constater les infractions ou les manquements aux dispositions relatives à l'interdiction de la publicité sur la fast fashion et l'obligation d'affichage d'un message incitatif encourageant la sobriété et le réemploi pour les personnes ayant recours à la pratique commerciale de « fast fashion »³⁹.

³⁶ Article L.229-68 du code de l'environnement

³⁷ <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000344577/>

³⁸ « Est interdite toute publicité ou action de communication commerciale incitant à dégrader des produits en état normal de fonctionnement et à empêcher leur réemploi ou réutilisation ».

³⁹ L'article L. 511-7 du code de la consommation serait modifié en ce sens : « Les agents sont habilités à rechercher et à constater les infractions ou les manquements aux dispositions : (...) 33° Des articles L. 229-61-1 et L. 541-9-1-1 du code de l'environnement. »

Outre une probabilité de contrôle renforcée, les entreprises seraient ainsi exposées à des amendes pouvant aller jusqu'à 100 000€ en cas de publicité interdite, à des pénalités à hauteur de 10 euros par produit au titre de l'écocontribution, à une amende de 15.000 euros en présence d'un affichage environnemental non conforme, et surtout à une amende à hauteur de 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel en cas de publicité commerciale trompeuse sur l'impact environnemental du produit textile⁴⁰ ou à hauteur de 1 500 000€⁴¹.

Une condamnation sur ces fondements entrainerait un impact réputationnel certain pour les entreprises, dès lors que le tribunal doit ordonner, en matière de pratique commerciale trompeuse, l'affiche ou la diffusion de la décision⁴² et que cette action est facilement mise en œuvre par tout consommateur victime ou associations régulièrement déclarées et ayant pour objet la défense des intérêts des consommateurs⁴³.

En conséquence, les entreprises ayant recours à la pratique commerciale de « fast fashion » sont fortement encouragées à anticiper l'adoption définitive de la proposition de loi en s'abstenant de toute publicité en la matière, en s'assurant des futures modalités d'affichages obligatoire et en réfléchissant aux modalités de limitation de l'impact environnemental de leurs produits. En matière textile, les producteurs, importateurs et distributeurs de produits non alimentaires neufs destinés à la vente sont déjà tenus de réemployer, de réutiliser ou de recycler leurs invendus⁴⁴.

V. Un corpus réglementaire européen luttant contre la « fast fashion »

Ces obligations déclaratives d'information des consommateurs et incitatives face à une écocontribution potentiellement punitive s'inscrivent en parallèle d'un corpus réglementaire qui tend à éradiquer l'impact social et environnemental généré par la fast fashion.

Sur la question des déchets, la loi française sur le devoir de vigilance semble exclure du périmètre de vigilance l'activité des clients⁴⁵ et les déchets potentiellement associés. Si la Directive européenne sur le devoir de vigilance⁴⁶ prévoit une vigilance des entreprises assujetties quant à la chaîne d'activité en aval, elle ne couvrira pas l'élimination du produit⁴⁷. Ces législations interviennent en revanche sur le terrain d'obligations d'identification, de prévention et d'atténuation des incidences négatives découlant de leurs activités et des opérations réalisées par leurs partenaires commerciaux dans les chaînes d'activités de ces entreprises.

Dans le prolongement de cette directive, un nouveau règlement européen devrait prochainement interdire la vente et l'importation de biens issus du travail forcé. Les produits

⁴⁰ Ce taux de 80% ne concerne que le cas de pratiques commerciales trompeuses quant aux caractéristiques essentielles du bien ou du service, ou sur les engagements de l'annonceur, lorsqu'elles reposent sur des allégations en matière environnementale (Article L.132-2 alinéa 2 du code de la consommation).

⁴¹ Articles 131-38 du code pénal et L.131-32 du code de la consommation

⁴² Article L.132-4 du code de la consommation

⁴³ Article L. 621-1 du Code de la consommation

⁴⁴ Article L. 541-15-8 du code de l'environnement

⁴⁵ ASSEMBLEE NATIONALE, Rapport fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de la législation et de l'administration générale de la république sur la proposition de loi (n° 2578), relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre, 11 mars 2015 : « la suggestion d'une référence à l'ensemble des « relations d'affaires » telle qu'elle était proposée par certains amendements n'a pas été jugée pertinente : il ne semble ni possible d'inclure dans un plan les cocontractants ponctuels, ni souhaitable d'intégrer non seulement fournisseurs et sous-traitants, mais aussi clients et partenaires »

⁴⁶ https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=OJ:L_202401760

⁴⁷ https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=OJ:L_202401760, §25 : « la vigilance devra s'exercer sur les « activités des partenaires commerciaux en aval d'une entreprise en lien avec la distribution, le transport et l'entreposage du produit, lorsque les partenaires commerciaux exercent ces activités pour l'entreprise ou au nom de l'entreprise. La présente directive ne devrait pas couvrir l'élimination du produit ».

textiles produits hors de l'UE dans des conditions revêtant la qualification de travail forcé ne seront alors plus importés sur le marché de l'union⁴⁸.

Le 25 septembre 2024, l'autorité de la concurrence italienne (AGCM) a annoncé ouvrir une enquête sur une société basée à Dublin⁴⁹ qui gère le site web du détaillant de fast fashion Shein. Selon l'autorité italienne⁵⁰, « *les messages promotionnels sur le site web italien shein.com relatifs à la durabilité environnementale des vêtements de la marque Shein pourraient être trompeurs* »⁵¹. Dans le même sens, le 31 octobre 2024, la Commission européenne a ouvert une procédure formelle afin de déterminer si le site de commerce en ligne Temu a enfreint le règlement sur les services numériques dans des domaines liés à la vente de produits illégaux, à la conception potentiellement addictive du service⁵², aux systèmes utilisés pour recommander des achats aux utilisateurs, ainsi qu'à l'accès des chercheurs aux données⁵³.

Preuve en est, la fast fashion n'est définitivement plus à la mode des autorités européennes, si bien que les Etats membres tentent de contrer par tous les moyens les pratiques commerciales de géants de la « fast fashion » tels que Shein.

⁴⁸ <https://www.europarl.europa.eu/news/fr/press-room/20240419IPR20551/les-produits-issus-du-travail-force-seront-interdits-sur-le-marche-europeen#:~:text=Le%20Parlement%20a%20donn%C3%A9%20son%20approbation%20finale%20%C3%A0,produits%20suspects%2C%20des%20cha%C3%AEnes%20d%E2%80%99approvisionnement%20et%20des%20fabricants>

⁴⁹ Infinite Style Services Co.

⁵⁰ <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2024/9/PS12709>

⁵¹ « #SHEINTHEKNOW », « evoluSHEIN » et « Social Responsibility » du site web shein.com.

⁵² L'enquête portera notamment sur les « *risques liés à la conception addictive du service, y compris les programmes de fidélisation s'apparentant à des jeux, et les systèmes mis en place par Temu pour atténuer les risques découlant de cette conception addictive, qui pourrait avoir des effets négatifs sur le bien-être physique et mental des utilisateurs* ».

⁵³ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/ip_24_5622; https://www.francetvinfo.fr/monde/europe/union-europeenne/l-union-europeenne-ouvre-une-enquete-contre-le-site-chinois-temu-soupconne-de-vendre-des-produits-illegaux_6870371.html