

Événement

SURCONSOMMATION La fast fashion se fait remonter les bretelles

Les députés Horizons déposeront une proposition de loi jeudi à l'Assemblée pour interdire de publicité et pénaliser les plateformes de «mode jetable» comme les chinois Shein et Temu. Une nouvelle tentative pour réguler une industrie hors de contrôle, aux impacts environnementaux catastrophiques et qui cible des jeunes tiraillés entre tendance et finances.

Par, Photos StÉphane Lagoutte. MYOP



Ali 29 ans, à Paris, a dit «adieu à la fast fashion» depuis 2019. Près de 7 000 nouvelles références sont proposées sur Shein chaque jour.

«*Démoder la fast fashion*» sonne désormais comme un slogan politique. C'est même au cœur d'une proposition de loi du groupe Horizons, portée par la députée Anne-Cécile Violland. Soutenu par le ministre de la Transition écologique, Christophe Béchu, le texte a été largement adopté en commission le 7 mars et sera débattu jeudi en séance publique à l'Assemblée. Car la fast fashion a révolutionné notre rapport à la mode depuis l'explosion des enseignes comme H & M et Zara dans les années 90. Un test est facile à faire et particulièrement révélateur : il suffit de s'installer devant un lycée, une fac ou à la sortie d'un défilé de mode, et de demander aux moins de 25 ans quelles marques ils portent. La réponse fuse : «*Shein !*», «*Zara*», «*H & M*», ou,

dans un autre genre, «*Vinted !*», le site de seconde main. On appelle ça de la mode instantanée ou fast fashion : aussitôt désirée, aussitôt commandée, portée et vite abandonnée. Tout est une question de tendances et de réactivité. De copies aussi. Vous aimez le Chiquito de Jacquemus, sac star de la marque française ? Une version - de très mauvaise qualité - est en vente à 13,98 euros sur le site Temu, concurrent d'Amazon lancé en juillet 2022, et encore moins chère sur Shein : 8,70 euros sans les frais de port. Des articles très inspirés des mini-sacs du créateur sont déjà passés sur les portants de Zara ou de H & M à des prix plus élevés, mais le circuit reste grosso modo le même. Un manteau Bottega Veneta à plus de 2 000 euros, une robe Diesel ou Coperni, vendue entre 300 et 600 euros, une veste Miu Miu en rupture de stock sur le site de la marque italienne, vous font de l'œil ? Les géants de la fast fashion ont forcément une version *cheap* qui fera l'affaire si le consommateur prend soin de ne pas trop passer le produit en machine.

Les chiffres titanesques prouvent à quel point Shein écrase tout sur son passage avec l'aide de l'intelligence artificielle capable de répondre à la demande du consommateur avec une précision diabolique. Près de 7 000 nouvelles références sont proposées sur Shein chaque jour. Le site chinois, apparu en 2008, a réalisé 32 milliards de chiffre d'affaires dans le monde en 2023. Des ventes multipliées par dix en à peine trois ans, entre 2020 et 2023, boostées par la pandémie de Covid. En 2022, Shein survolait la concurrence et trônait en tête des sites de vente de mode en France avec 963 millions de revenus, devant Veepee et Zalando. Plébiscité par la jeunesse ces dernières années, il est désormais massivement utilisé par les moins de 45 ans. Selon les données de l'application de shopping Joko, Shein est le troisième site sur lequel les 18-44 ans dépensent le plus derrière la plateforme de seconde main Vinted et Kiabi, enseigne française dans le giron de la famille Mulliez qui résiste à la crise subie par ses concurrents tel Pimkie, ou des marques phares dans les années 90 comme Kookaï ou Naf Naf.

Un malus sur chaque produit

Le développement de la fast fashion, qui regroupe des marques aussi disparates que Zara, H & M, Primark, enseignes européennes, et désormais Shein et Temu, a participé à l'emballage de la production mondiale de textile. Celle-ci a quasiment doublé ces vingt dernières années, accompagnant la transformation de nos habitudes de consommation, et un impact considérable sur l'environnement. L'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) estime que le secteur textile pèse 10 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre. Un chiffre qui pourrait monter à 26 % en 2050.

Face à ce marché, incapable de s'autoréguler et qui voit des géants de l'habillement inonder la planète avec des produits de très mauvaise qualité, les pouvoirs publics cherchent à valoriser des modèles plus vertueux. Et tentent de sanctionner ces entreprises en sursurveillance. Bélangère Couillard, ancienne secrétaire d'Etat auprès du ministre de la Transition écologique, avait annoncé l'an dernier vouloir combattre le modèle des géants de l'e-commerce, pointant «*les*

dégâts immenses» dont ils sont responsables. Les socialistes Dominique Potier et Boris Vallaud ont saisi il y a quelques mois la cellule française de l'OCDE afin d'évaluer les activités de la multinationale de vente de vêtements en ligne dans l'Hexagone. Le 13 février, c'était au tour du député LR de la Loire Antoine Vermorel-Marques d'annoncer une proposition de loi avec l'ambition de sanctionner les marques qui mettent en vente plus de 1 000 nouveaux modèles par jour, en imposant 5 euros de malus sur chaque produit. Il souhaite viser la fast fashion qui conduit à *«la délocalisation de la commercialisation, des entreprises qui ne créent aucun emploi en France et n'ont pas d'entrepôt»*. Zara, Mango ou H & M, basés en Europe, ne seraient de fait pas inquiétés.

La coalition Stop Fast Fashion qui réunit huit organisations non-gouvernementales demande dans un communiqué que *«toutes les marques qui proposent plus de 5 000 modèles par an soient considérées comme relevant de la fast fashion, et que cette loi s'applique notamment à toutes les plateformes de commerce en ligne. Ces mesures permettraient de ne pas pénaliser uniquement Shein ou Temu mais également des marques comme Zara, Primark, H & M ou Action ainsi que des plateformes comme Amazon dont les pratiques ont des effets délétères sur l'environnement»*.

Filières plus vertueuses

La proposition du groupe Horizons débattue jeudi vise *«à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile»* avec trois axes (*lire ci-dessus*) : un malus qui pourrait atteindre 10 euros par produit en 2030 ; une modulation de *«l'écocontribution»* versée par les sociétés en fonction de leur impact environnemental, afin de réduire l'écart de prix entre les produits de la fast fashion et ceux issus de filières plus vertueuses, et enfin l'interdiction aux plateformes de la fast fashion de faire de la publicité.

Valérie Fayard, directrice générale déléguée d'Emmaüs, *«témoin et victime de ce phénomène»*, se dit de son côté *«très favorable»* à la proposition de loi. *«On collecte de plus en plus de vêtements - environ 120 000 tonnes par an - mais leur qualité se dégrade car il y a une baisse de ce qui est mis sur le marché et peut être réemployé. [...] Pour mettre un coup d'arrêt à ce système, il faut des barrières à tous les niveaux, et des moyens pour les faire appliquer. Si on veut atteindre les objectifs de l'accord de Paris, qui indique qu'on doit avoir 300 millions de vêtements alors qu'aujourd'hui on est à 3,3 milliards [en 2022, ndlr], il faut se fixer des échéances.»*

Julia Faure, cofondatrice de la marque de vêtements éthiques Loom, et coprésidente du Mouvement impact France milite pour la slow fashion, frange de l'industrie *«extrêmement marginale»* concède-t-elle, car *«l'essentiel du marché appartient à la fast fashion et à la mode low cost, soit sept vêtements sur dix importés d'Asie ou de Turquie»*.

Elle aussi considère que la proposition de loi va dans le bon sens, mais rappelle que *«réguler la mode revient à réguler le libre-échange : il est impossible dans l'état des textes de mettre en place une préférence locale. [...] Jusqu'ici tout a échoué parce qu'on tape également à côté de la plaque comme la destruction des invendus, qui ne représente même pas 1 % des volumes. Le problème, c'est ce qui est effectivement vendu...»* La cofondatrice de Loom voit dans la mesure proposée, non pas une attaque au pouvoir d'achat, *«mais une amende appliquée aux entreprises»*. *«C'est de la fiscalité directe appliquée aux entreprises, pas aux consommateurs, souligne Julia Faure. C'est ambitieux comme proposition de loi avec l'objectif de faire changer les pratiques des entreprises.»*

Suivre les tendances avec peu de moyens

Eloïse Moigno et Thomas Ebélé, cofondateurs du label de mode responsable Slow We Are, craignent que ces *«tentatives de régulation»*, bien qu'étant *«un signal positif»*, se révèlent *«infructueuses, notamment si elles sont détricotées par Bruxelles [...], mais la France aura été précurseure»*. Tous deux pointent un manque : *«La dimension pédagogique.»* *«Ça pourrait être de l'incitation financière pour soutenir des acteurs comme la carte française, une prime à acheter des marques éthiques qui proposent des produits écoconçus, labellisés.»*

Shein s'est fendu d'un communiqué à l'AFP, arguant que son modèle était *«fondamentalement différent de celui de la fast fashion»* et affirme suivre *«les meilleures pratiques internationales en matière de développement durable et d'engagements sociaux»*. Le géant de l'habillement dit partager *«l'intérêt des législateurs pour la promotion d'une gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement et la protection de notre environnement»*.

Les jeunes consommateurs, première cible de Shein et consorts, se sentent, eux, souvent tiraillés entre le désir de suivre les tendances avec peu de moyens et le devoir de protéger la planète. Jen, coach numérique de 29 ans (*lire page 3*), reconnaît que *«[s]a consommation importante de vêtements [le] fait culpabiliser»*. *«J'essaie malgré tout de faire attention à mon empreinte carbone. Je la calcule sur l'application Nos Gestes climat. Je donne la priorité au shopping en compensant dans d'autres domaines. Aujourd'hui, je ne prends plus l'avion et je ne mange plus de viande rouge, c'est une manière de me rassurer un peu.»*

Certains se considèrent également floués par les marques de moyenne gamme, plus chères mais qui sous-traitent, elles aussi, à des usines au Bangladesh, en Inde ou en Chine. Comme le rappelle Maëline, 25 ans, étudiante en droit à Paris : *«Quand tu vois qu'avec le même budget, tu peux acheter deux fois plus de vêtements chez Shein, "la question est vite répondue".»*

Evénement

proposition de loi, mode d'emploi

L.Co

La proposition de loi vise à définir les enseignes de la fast fashion en fonction du nombre de nouveaux modèles qu'elles mettent sur le marché. Le seuil n'est pas précisé dans la loi et sera défini par décret par le pouvoir exécutif.

Le texte prévoit une pénalité de 50 % du prix hors taxe pour chaque article vendu. D'ici 2030, cette pénalité pourra atteindre au maximum 10 euros par produit. Cette mesure cherche à rééquilibrer le marché pour les enseignes européennes respectant les normes environnementales qui recevront, en bonus, une partie des recettes des pénalités. Pour Marion Bouchut, porte-parole du site Shein en France, cette loi *«aura un impact direct sur l'accès à la mode pour des millions de consommateurs français»*, suggérant que cette taxe se répercutera fatalement sur le prix de vente.

La loi propose d'interdire la publicité des sites de fast fashion. Cette interdiction concernera également leur promotion sur les réseaux sociaux par les influenceurs.

Les enseignes de fast fashion auront l'obligation d'afficher sur leur plateforme des messages, à proximité du prix de vente, incitant au réemploi et à la réparation des produits, ainsi qu'à sensibiliser les acheteurs sur les impacts environnementaux de ceux-ci.



JENNIFER, 29 ANS, COACH NUMÉRIQUE

«Mes tenues sont une manière d'exprimer ma créativité et ma personnalité. Zara a très vite tiré un avantage compétitif à copier les grandes marques tout en proposant des prix attractifs, c'est ce qui m'a fidélisée. J'y dépense environ 300 euros par mois. Shein et Primark ça ne me parle pas du tout. J'ai l'impression que sont des marques moins éthiques. J'essaie malgré tout de faire attention à mon empreinte carbone que je calcule sur une application. Je donne la priorité au shopping et compense dans d'autres domaines. Je ne prends plus d'avion et ne mange plus de viande.»
Recueilli par **Balla Fofana**