

malus, publicité interdite et mode ultra-express, ce que prévoit la CMP

 actu-environnement.com/ae/news/loi-anti-fast-fashion-cmp-48197.php4

Philippe Collet

June 23, 2026

Mercredi 17 juin, la commission mixte paritaire (CMP) est parvenue à un accord sur la proposition de loi de la députée Anne-Cécile Violland (Horizons, Haute-Savoie) visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile.

Ce compromis comprend trois mesures : un malus sur les produits de la mode éphémère ; l'affichage de messages de sensibilisation sur les plateformes en ligne de l'ultra *fast-fashion* ; et une interdiction de la publicité en faveur de la mode ultra éphémère. La première mesure pourrait cibler l'ensemble des producteurs qui mettent en marché de grandes quantités de vêtements et chaussures, alors que les deux autres ciblent plus explicitement [les plateformes asiatiques](#).

Ce texte est « *juridiquement solide* », explique le gouvernement, précisant « *[avoir] travaillé en étroite concertation avec [les deux] rapporteuses à l'Assemblée nationale et au Sénat, pour que le texte s'inscrive dans le cadre réglementaire de l'Union européenne* ». Et de préciser que l'objectif est de « *[s'assurer] que ce texte protège nos acteurs [de l'industrie textile] sans les pénaliser* ».

Un malus ultra *fast-fashion*

La mesure la plus attendue est sans conteste le [malus destiné à rehausser le prix des articles de l'ultra fast-fashion](#). À partir de septembre 2026, ces pénalités devraient frapper ces produits sur la base de deux critères : le nombre de références mises sur le marché et l'incitation à réparer les références concernées. *A priori*, ce nouveau malus concerne tous les producteurs de textiles et ne cible pas spécifiquement Shein et Temu, les deux géants chinois de l'ultra *fast-fashion*. En effet, le texte ne renvoie pas à l'article de la loi qui définit la mode ultra-express, la nouvelle notion qui, elle, cible les acteurs extra-européens de la mode éphémère.

Initialement, la proposition de loi proposait un malus basé sur un [coefficient de durabilité](#) officiellement en vigueur, rappelle le collectif En mode climat. En remplaçant cette référence par la largeur de gamme et l'incitation à la réparation, « *[le texte nécessite de] rediscuter de l'[articulation entre les deux critères](#), alors que le coefficient de durabilité disposait d'un mode de calcul d'ores et déjà défini* », s'inquiète-t-il.

Le malus renvoyé au cahier des charges

En l'occurrence, les montants de ces malus seront précisés, par catégorie de produits, dans le cahier des charges de la filière de responsabilité élargie des producteurs de textile d'habillement, de linge de maison et de chaussures (REP TLC). Deux règles devront être respectées. D'abord, les pénalités devront respecter les fourchettes inscrites dans le texte de la CMP : de 0,25 à 6 euros par produit en 2026 ; de 0,50 à 7 euros en 2027 ; de 0,75 à 8 euros en 2028 ; de 1 à 9 euros en 2029 ; et de 1 à 10 euros en 2030. Ensuite, le montant du malus sera limité à 50 % du prix de vente hors taxe des produits (cette disposition vaut pour les pénalités, comme pour les primes).

Ces dispositions s'accompagnent de deux mesures complémentaires. D'abord, les produits concernés par ces pénalités ne bénéficieront pas des primes auxquelles ils pourraient avoir droit par ailleurs. Ensuite, pour appliquer les primes et pénalités, Refashion pourra collecter automatiquement des données et informations sur les plateformes de vente en ligne. Celles-ci ne pourront pas s'y opposer et les données collectées seront transmises à l'autorité administrative.

Afficher le pays d'origine des textiles

Le texte prévoit aussi de renforcer l'information du consommateur en imposant aux plateformes vendant des textiles neufs ou d'occasion d'afficher leur lieu de fabrication « *en caractères d'une taille égale à celle de l'indication du prix et à proximité de celui ci* ».

A priori, la mesure concerne toutes les ventes en ligne. Toutefois, l'article « sanction » de la proposition de loi n'en prévoit pas pour les plateformes qui omettraient cet affichage.

Deux critères cumulatifs

L'autre mesure phare du texte est la création de la notion de « mode ultra-express ». Il s'agit des « *pratiques industrielles et commerciales* » des producteurs de vêtements et chaussures dont la « *conséquence [est] la diminution de la durée d'usage ou de la durée de vie (...) en raison de la mise sur le marché d'un nombre élevé de références de produits neufs et de la faible incitation à réparer ces produits* ». Un décret fixera les seuils relatifs à ces deux critères, par marque et par canal de vente.

Cette définition affaiblit le texte, déplore En mode climat. « *La nouvelle rédaction rend les deux critères de cette définition (la largeur de gamme et l'incitation à la réparation) cumulatifs, ce qui n'était pas le cas dans la version précédente, adoptée par le Sénat* », explique le collectif. Et de préciser que « *Plusieurs fédérations [de la mode et du commerce] étaient intervenues très*

fortement (...) auprès des parlementaires pour obtenir le retrait du critère de l'incitation à la réparation, c'est-à-dire la prise en compte du rapport entre le prix de vente et le coût de la réparation ». Et elles y sont parvenues « de manière moins visible mais tout aussi efficace ».

Cibler la mode ultra-express asiatique

Ce nouveau concept vise essentiellement les plateformes Internet. D'abord parce que le texte précise que l'activité des soldeurs qui distribuent les invendus d'autres marques n'est pas concernée. Ensuite, parce qu'une place de marché est considérée comme le producteur de toutes les références qu'elle propose, à l'exception de celles pour lesquelles elle peut justifier *« que la personne titulaire de la marque (...) est le producteur [au sens de la REP] et que l'interface en ligne (...) ne constitue pas son canal de vente principal »*.

Et, sans grande surprise, la loi cible les géants chinois du secteur. Une disposition précise que la notion de mode ultra-express ne s'applique pas aux plateformes établies dans l'Union européenne. Et la France prévoit d'appliquer les mesures dérogatoires à la libre circulation prévues par la directive de 2000 sur le commerce électronique pour encadrer les acteurs non européens qui s'implanteraient en Europe pour contourner la loi (à l'image de l'adaptation de ces acteurs à la mise en place de la « taxe petits colis »).

Interdiction de la publicité

Que risquent les acteurs de la mode ultra-express ? D'abord ils devront afficher *« des messages encourageant à la sobriété, au réemploi, à la réparation, à la réutilisation et au recyclage des produits, informant sur l'incidence sociale du produit, sensibilisant à son incidence sur l'environnement et sur la santé humaine et informant sur l'incidence sur l'environnement du service de livraison des produits proposé »*. Un décret encadrera ces messages et les modalités d'affichage. Le défaut d'information sera sanctionné d'une amende d'un montant maximal de 15 000 euros.

Ensuite, leur communication sera encadrée. Le texte interdit, à partir de janvier 2027, la publicité relative aux produits de la mode ultra-express ou faisant la promotion directe ou indirecte des marques qui la pratiquent (un décret est attendu). Mais, conformément à la directive de 2000 sur le commerce électronique et à celle de 2010 sur les services de médias audiovisuels, cette interdiction ne s'appliquera pas aux services d'information en Europe (sauf, là encore, à faire jouer les dispositions dérogatoires de ces directives – ce que prévoit le texte).

Les influenceurs privés d'ultra *fast-fashion*

D'autres pratiques promotionnelles seront aussi encadrées. D'abord, « *le terme "gratuit" ne pourra pas être utilisé comme outil de marketing ni comme outil promotionnel dans le cadre d'une relation commerciale* » (là, aussi un décret est attendu). Ensuite, les influenceurs n'auront plus le droit de faire la promotion des marques et produits de la mode ultra-express, que ce soit à titre onéreux ou gratuit. Les infractions sont passibles d'une amende pouvant atteindre jusqu'à 100 000 euros.

Enfin, accessoirement, les producteurs de mode ultra-express ne pourront pas bénéficier de la réduction d'impôt accordée pour les dons de vêtements.