SIGNATURE



# French Parliament's acceleration against Fast fashion

**Over the past few years, fast fashion has become a real phenomenon in our society and our wardrobes, transforming our consumption patterns and the way we purchase clothes. In 2023, fast fashion generated more than 1.7 billion dollars in revenue worldwide. Ultra-fast fashion has even emerged as a sub-genre since the COVID-19 pandemic and is gradually climbing up the list of brands and clothing most bought by French citizens.**

While at first glance, this type of purchases is advantageous for consumers given their relatively low cost, the French Parliament has set out to regulate it to limit its environmental impact. Bill no. 2129, passed on 14 March 2024 by the French National Assembly under a special fast-track procedure, is regarded as a first step in this direction.

## 1. Fast fashion: a concept still caught in a legal limbo

As fast fashion is a relatively new phenomenon, no strict definition of this term has been defined yet. The English expression "fast fashion" is widely used in France, but specific French terms also exist, such as "mode éphémère" [short-lived fashion], "mode express" [express fashion], "mode éclair" [flash fashion], or even "mode jetable" [disposable fashion]. It goes by several names, and it is difficult to define its legal outlines.

One could determine that a company produces fast fashion when it shortens its production cycles to ensure the constant renewal of its collections at low prices. Mass production that now represents 7 out of 10 items of clothing in France.

Ultra-fast fashion, on the other hand, goes even further, being even cheaper than its competitors and offering up to 10,000 new items in real time online. In comparison, these companies offer up to 900 times more products than a traditional French brand.

A report published in February 2024 by the General Inspectorate for the Environment and Sustainable Development (IGEDD) used the criterion of the use of synthetic fibres in the manufacture of clothing to accuse companies of pollution through microplastics from textiles when they use such materials, clearly targeting fast fashion.

Others have tried to define fast fashion by considering the number of models of new products, known as "reference", a practice specific to this industry. In this respect, the discussions of the French National Assembly for Bill no. 2129 extended the definition of fast fashion to include sales made online.

This Bill contains a definition, which includes a calculation of the number of references "displayed on the electronic interface" by e-market suppliers, based on thresholds to be set by Decree by the French Council of State. It should be noted that the numbers of unsold items will not be considered in the calculation, provided that the sellers selling these unsold items did not originally own them.

This is not the first time that controls have been devised to regulate fast fashion. Measures have already been taken by the French Parliament, for instance with the 2020 "anti-waste" law, which introduced a "repair bonus" for products to promote circular economy. Similarly, the 2021 "climate and resilience" law introduced an environmental labelling, known as "eco-score", in some sectors including the textile sector. To the same extent, Article L541-9 of the French Environmental Code provides that persons placing products on the market must prove that the waste generated by their products can be processed in compliance with the recycling targets of the Law. This Bill, passed by the Members of the French Parliament, enables authorised Customs officials and the Directorate General for Competition Policy, Consumer Affairs and Fraud Control (DGCCRF) to exchange information and "request any useful information on the management practices and on the consequences of their implementation".



## 2. A Bill that is paving the way for future regulations

In France, fast fashion is a controversial and multifaceted issue that the French Parliament has decided to tackle from an environmental angle, in particular to draw the attention of young people (main customers of theses companies), as they are increasingly interested in these issues.

This is why the Bill supported by Anne-Cécile Violland, Chair of the Health Environment Group at the French National Assembly, has been well received. Broadly speaking, its aim is to provide consumers with improved information on the implications of their purchases and to reduce environmental impact: "this is not about specifically targeting a brand but about turning the sector around", Anne-Cécile Violland assures.

Voted on 14 March 2024, the French National Assembly unanimously passed this Bill aiming at reducing the environmental impact of the textile industry.

The Bill contains three main measures:

a) Duty to inform: information on the website to raise consumer awareness

The Bill directly targets the fast fashion stakeholders by providing for an obligation for the "individuals who engage in the commercial practice referred to in I (to) put on display on their online selling platform" information, to be determined at a later stage by Decree, aiming at inciting "sobriety, re-employment, repair, reuse and recycling of products and raising awareness of their environmental impact".

This Bill was devised to be more inclusive of current technologies (mobile applications for instance), in order to prevent the creation of waste by any means. The aforementioned display will have to comply with certain standards, such as being visible on the product pages of the companies concerned, or being legible in all formats, and will have to be mentioned near the price.

Failure by a company to comply with these future obligations could result in an administrative fine of no more than €3,000 for a natural person and €15,000 for a legal entity, as provided by Article L. 541-9-4-1 of the French Environmental Code. It ought to be noted that platforms for the resale of unsold products seem to not be concerned by this provision, but measures have been taken to limit their exposure to the public anyway.

b) Advertising ban

One of the main factors explaining fast fashion's success lies in its communication. There are many advertisements promoting fast fashion brands, targeting all types of audience. Companies use affiliate programmes on social networks through influencers to create engagement, and thus have constant and almost 'automatic' advertising at lower cost by taking advantage of the community of affiliated influencers.

With this Bill, Members of Parliament are seeking to put a stop to these methods of communication. Indeed, the text goes further by including a ban on advertising that extends to social networks, where the promotion of these items is at its most prosperous, and therefore affects affiliation programmes.

The Bill provides for the addition of Article L. 229-61-1 banning advertising for products, companies or brands using fast fashion. If enacted, this Article will come into force on 1 January 2025. If the French Senate agrees with this Bill, failure to comply with this new provision will be subject to the penalties set out in Article L. 229-63 of the French Environmental Code.

Therefore, as from 1 January 2025, a fine of up to "€20,000 for a natural person and €100,000 for a legal entity" may be issued for breaches of this ban. In addition, DGCCRF agents may be called in to monitor and punish breaches of the obligation to provide information and advertising.

c) Introduction of an environmental penalty system for companies in the fast fashion industry

The Bill also suggests introducing a financial contribution (similar to the environmental penalty that exists in the automotive sector), with the aim of strengthening the extended producer responsibility (EPR) scheme for textile clothing, household linen and footwear. The environmental penalty would be calculated by considering the life cycle of products, with particular reference to two new criteria for adjusting the contributions paid by producers under the EPR scheme: the environmental and carbon impact of products.

This environmental penalty would take the form of a financial contribution to be paid one year after the assessment of the company's score (the eco-score, tested in the textile sector between 2020 and 2022, will come into force by the end of 2024 at the latest).



LONDON



PARIS



GIBRALTAR

The Bill provides for the modulation of this penalty in the form of a gradual increase, as follows: €5 per product from 2025, then an additional €1 per year to reach €10 per product in 2030. The implementation of this tax in France could have an impact on the price of goods, leading to an overall increase in prices.

The Bill also provides for the introduction of a bonus for virtuous companies. The financial contributions paid in respect of the environmental penalty will "mainly be reallocated in the form of bonuses to producers of products that meet eco-design criteria for improved environmental performance". As a result, products with the greatest environmental impact will not be eligible for eco-design bonuses and may even be subject to penalties that are intended to act as a deterrent from 2025 onwards. The penalty would therefore be a way of financing bonuses for virtuous companies in the textile industry.

Lastly, the Bill suggests making it mandatory for foreign companies selling their products in France in the textile sector to appoint an authorised representative responsible for ensuring compliance with the obligations arising from the extended producer responsibility (EPR) scheme.

This Bill must now be examined by the French Senate. In case it is definitively approved, fast fashion platforms will have to reduce the number of references they produce and adapt their business model accordingly.

The Bill was actually supported by a report assessing the possibility of extending the carbon adjustment mechanism to textile products manufactured outside the European Union, but the issue is not exclusively French: according to the report The State of Fashion 2024 published by McKinsey and Business of Fashion, 26% of consumers in the United Kingdom made purchases from fast fashion platforms over a 12-month period.

France could become a pioneering European country, being ahead of the other Member States and the EU authorities on these issues. However, the European Commission does not currently seem inclined to align itself with these measures. It recently challenged the TRIMAN logo as being contrary to the free movement of goods within the EU. Stay tuned!




Sylvie Gallage-Alwis
**Partner**
sylvie.gallage-alwis@signaturelitigation.com



Nikita Yahouedeou
**Associate**
nikita.yahouedeou@signaturelitigation.com



Wessalle Momtaz
**Paralegal**
wessalle.momtaz@signaturelitigation.com

SIGNATURE



# La fast fashion au cœur de plusieurs mesures du Parlement

**Depuis quelques années, la fast fashion s'est imposée comme un véritable phénomène dans notre société et dans nos placards, transformant nos habitudes de consommation et notre rapport à l'achat de vêtements. En 2023, elle a représenté plus d'1,7 milliards de dollars de recettes au niveau mondial. On parle même de la naissance d'un sous-genre depuis la pandémie de la COVID-19, l'ultra fast fashion, qui effectue une montée progressive dans le récapitulatif des marques et habits les plus achetés par les Français.**

Si de prime abord, ce type d'achat présente des bénéfices pour le consommateur en raison notamment du coût relativement faible de ces vêtements, le Parlement a souhaité l'encadrer pour, selon lui, limiter son impact environnemental. La proposition de loi n° 2129, adoptée le 14 mars 2024 par l'Assemblée nationale en procédure accélérée, est en tout état de cause présentée comme une première étape en ce sens.

## 1. La fast fashion : un concept encore inscrit dans un flou juridique

Phénomène relativement récent, il n'existe pas encore de définition stricte de cette expression. Empruntant tantôt un anglicisme, « fast fashion », tantôt « mode éphémère », « mode express », « mode éclair » voire même « mode jetable », elle porte plusieurs appellations et il est difficile d'en définir les contours juridiques.

On pourrait caractériser l'activité d'une entreprise comme produisant de la fast fashion lorsque celle-ci condense des cycles de production pour permettre un renouvellement constant de ses collections à bas prix. Une production de masse qui représente désormais 7 vêtements sur 10 en France.

L'ultra fast fashion, elle, irait encore plus loin, en étant encore moins cher que ses concurrents et en proposant jusqu'à 10.000 nouveaux modèles en temps réel sur internet. A titre comparatif, ces entreprises proposent jusqu'à 900 fois plus de produits qu'une enseigne française traditionnelle.

Un rapport publié en février 2024 par l'Inspection générale de l'environnement et du développement durable (IGEDD) s'appuie sur le critère de l'utilisation de fibres synthétiques dans la fabrication des vêtements, pour accuser de pollution aux microplastiques d'origine textile toute entreprise utilisant ce matériel, visant clairement la fast fashion.

D'autres se sont essayés à définir la fast fashion en prenant en compte le nombre de modèles de produits neufs, qu'on appelle « référence », pratique propre à cette industrie. A ce sujet, les débats de l'Assemblée pour la proposition de loi n° 2129 ont étendu la définition de la fast fashion aux ventes réalisées sur les sites internet.

On retient une définition dans cette proposition de loi qui incorpore un calcul du nombre de références « présentées sur l'interface électronique » par les fournisseurs de marché en ligne, selon des seuils qui seront fixés par décret en Conseil d'Etat. A préciser que le nombre d'invendus ne sera pas pris en compte dans le calcul, à la condition que les vendeurs réalisant le déstockage ne possédaient pas les produits à l'origine.

Ce n'est pas la première fois qu'un contrôle est prévu pour encadrer la fast fashion. Des mesures ont déjà été prises par le Parlement, comme avec la loi « anti-gaspillage » de 2020 par exemple, qui introduit un « bonus réparation » des produits pour favoriser l'économie circulaire. De même, la loi « climat et résilience » de 2021 a introduit un affichage environnemental, dit « écoscore », dans certains secteurs dont le textile. Dans la même lignée, l'article L541-9 du Code de l'environnement prévoit que les metteurs sur le marché doivent démontrer que les déchets générés par leurs produits peuvent être gérés dans le respect des objectifs de recyclage de la loi. Ce texte, adopté par les députés, autorise les agents habilités des Douanes et de la DGCCRF à s'échanger et « leur réclamer toutes informations utiles sur les modes de gestion et sur les conséquences de leur mise en œuvre ».



## 2. Une proposition de loi ouvrant la voie à de futures règlementations

En France, la fast fashion est un sujet polémique et à multiples facettes que le Parlement a décidé d'aborder sous l'angle environnemental afin de notamment attirer l'attention du jeune public (clientèle majoritaire de ces entreprises), celui-ci étant de plus en plus intéressé par ces questions.

C'est pourquoi la proposition de loi portée par Anne-Cécile Violland, présidente du groupe santé environnement à l'Assemblée nationale, a été bien reçue. Dans les grandes lignes, celle-ci a pour objectif de mettre en place une meilleure information à destination des consommateurs sur les implications de leurs achats et de réduire l'impact environnemental : « il ne s'agit pas spécifiquement de viser une enseigne mais de faire basculer le secteur », assure Anne-Cécile Violland.

Votée le 14 mars 2024, l'Assemblée nationale a adopté à l'unanimité cette proposition de loi visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile.

Il ressort du texte trois grandes mesures :

a) L'obligation d'information : mention sur le site internet pour sensibiliser le consommateur

La proposition de loi vise directement les acteurs de la fast fashion en prévoyant une obligation pour les « personnes qui ont recours à la pratique commerciale mentionnée au I (d')afficher sur leur plateforme de vente en ligne » des mentions, qui seront fixées ultérieurement par décret, visant à encourager « la sobriété, le réemploi, la réparation, la réutilisation et le recyclage des produits et sensibilisant à leur impact environnemental ».

Cette proposition a été pensée pour être plus inclusive des technologies actuelles (applications mobiles par exemple), afin de prévenir la création de déchets par tous moyens. L'affichage susmentionné devra respecter certaines normes, telles qu'apparaître de manière visible sur les pages produits des entreprises concernées, ou être lisible sous tous formats, et devra être mentionné à proximité du prix.

Le non-respect de ces futures obligations par une entreprise pourrait entraîner une amende administrative maximale de 3.000 euros pour une personne physique et 15.000 euros pour une personne morale, tel que prévu par l'article L. 541-9-4-1 du Code de l'environnement. Il est à noter que les plateformes de revente de produits invendus ne semblent pas concernées par cette disposition, mais celle-ci a tout de même prévu des mesures afin de limiter leur exposition au public.

b) Interdiction de publicité

L'un des principaux facteurs de succès pour la fast fashion réside dans sa communication. En effet, nombreuses sont les publicités prônant des marques de fast fashion, visant tout type de public. Les entreprises usent des programmes d'affiliation sur les réseaux sociaux par le biais des influenceurs pour créer de l'engagement, et ainsi avoir une publicité constante et presque « automatique » à moindre coût en profitant de la communauté des influenceurs affiliés.

Les parlementaires souhaitent avec cette proposition de loi faire rempart à ces modes de communication. En effet, le texte va plus loin en intégrant une interdiction de publicité qui s'étend aux réseaux sociaux, là où la promotion de ces articles est la plus prospère et touchant donc les programmes d'affiliation.

La proposition de loi prévoit d'insérer un article L. 229-61-1 interdisant la publicité pour les produits, entreprises ou enseignes ayant recours à la fast fashion. Cet article, s'il est promulgué, entrera en vigueur le 1er janvier 2025. Aussi, dans le cas où le Sénat serait en accord avec cette proposition de loi, le manquement à cette nouvelle disposition sera soumis à la sanction de l'article L.229-63 du Code de l'environnement.

Ainsi, à compter du 1er janvier 2025, une amende pouvant aller jusqu'à « 20.000 € pour une personne physique et 100.000 € pour une personne morale » pourra être ordonnée en cas de manquement à cette interdiction. Par ailleurs, les agents de la DGCCRF pourront être sollicités afin de contrôler et sanctionner les manquements à l'obligation d'information et de publicité.

c) Mise en place d'un système de malus écologique pour les entreprises de l'industrie de la fast fashion

Le texte propose par ailleurs d'instaurer une contribution financière (à l'image du malus écologique qui existe dans le secteur automobile), s'inscrivant dans un objectif de renforcement de la filière de responsabilité élargie du producteur (la "REP") des produits textiles d'habillement, linges de maison et chaussures. Ainsi, le malus écologique serait calculé en prenant notamment en compte le cycle de vie des produits, au regard en particulier de



LONDON



PARIS



GIBRALTAR

deux nouveaux critères de modulation des contributions versés par les producteurs au titre de la REP : l'impact environnemental et carbone des produits.

Ce malus écologique se traduirait par une contribution financière, dont le versement s'effectuerait un an après l'évaluation du score de l'entreprise (l'éco-score qui a été expérimenté dans le secteur du textile entre 2020 et 2022, entrera en vigueur fin 2024 au plus tard).

La proposition de loi prévoit la modulation de ce malus sous forme d'une augmentation progressive, établie comme suit : 5 euros par produit dès 2025, puis un euro supplémentaire par an pour atteindre 10 euros par produit en 2030. La mise en œuvre de cette taxe sur le territoire français pourrait alors se répercuter sur le prix des marchandises, entrainant une hausse globale des prix.

Le texte a également prévu d'instaurer un bonus pour les entreprises vertueuses. Ainsi, les contributions financières versées au titre du malus écologique seront « principalement réattribués sous forme de primes aux producteurs de produits qui remplissent des critères d'éco-conception pour une meilleure performance environnementale». Par conséquent, les produits affichant l'impact environnemental le plus significatif ne pourront pas bénéficier de primes d'écoconception et pourront même être soumises à des pénalités voulues dissuasives dès 2025. Le malus serait donc un moyen de contribuer au financement des bonus pour les entreprises vertueuses de l'industrie textile.

Enfin, la proposition de loi prévoit, pour les sociétés étrangères commercialisant leurs produits en France dans la filière textile, l'obligation de désigner un mandataire chargé de s'assurer du respect des obligations découlant de la responsabilité élargie des producteurs (REP).

Cette proposition de loi doit désormais être examinée par le Sénat. Si elle est définitivement adoptée, les plateformes de fast fashion devront réaliser moins de références et ainsi adapter leur modèle économique.

Un rapport accompagnait d'ailleurs la proposition de loi, afin d'évaluer la possibilité d'élargir le mécanisme d'ajustement carbone aux produits textiles fabriqués hors Union Européenne mais il ne s'agit pas d'une problématique purement française : selon le rapport The State of Fashion 2024 publié par McKinsey et Business of Fashion, 26 % des consommateurs au Royaume-Uni ont acheté sur des plateformes de fast fashion dans une période de 12 mois.

La France pourrait se positionner comme pays européen précurseur, étant en avance par rapport à l'Union Européenne sur ces sujets. Toutefois, la Commission Européenne ne semble pas toujours encline à s'aligner avec ces mesures. Elle a d'ailleurs récemment remis en cause le logo TRIMAN comme contraire à la libre circulation des biens au sein de l'Union. Affaire à suivre donc !




Sylvie Gallage-Alwis
**Associée**
sylvie.gallage-alwis@signaturelitigation.com



Nikita Yahouedeou
**Collaboratrice**
nikita.yahouedeou@signaturelitigation.com



Wessalle Momtaz
**Paralegal**
wessalle.momtaz@signaturelitigation.com

**LONDON**
**Signature Litigation LLP**
138 Fetter Lane
London EC4A 1BT
+44 (0)20 3818 3500

**PARIS**
**Signature Litigation AARPI**
49/51 avenue George V
75008 Paris
+33 (0)1 70 75 58 00

**GIBRALTAR**
**Signature Litigation (Gibraltar) Ltd**
7 Governor's Street
Gibraltar GX11 1AA
+350 200 10 900