

De la Fast Fashion au style durable : Le défi politique et éthique de l'Europe

Acheter de la mode rapide n'est pas seulement un acte ordinaire ; il implique des considérations éthiques, politiques et sociales.

Adhérer à la mode durable, signifie choisir une voie où l'élégance est définie par notre respect de la planète et des générations futures.

La fast fashion est une source importante de **pollution**, qui entrave nos efforts pour atteindre les objectifs de développement durable et l'objectif de neutralité carbone pour 2040. Durant la dernière décennie, ce modèle commercial agressif **a fait baisser les prix des vêtements** et a exercé une pression considérable sur l'environnement.

L'industrie de la Fast Fashion c'est :

1,2 milliard de tonnes de CO2

2% des émissions mondiales de gaz à effet de serre

Si les tendances d'achat actuelles persistent, la contribution de l'industrie de la mode aux émissions mondiales de gaz à effet de serre pourrait atteindre 26 % d'ici à 2050. Il est essentiel de prendre des mesures immédiates, notamment en appliquant des réglementations strictes aux entreprises afin de lutter contre la surproduction et les pratiques trompeuses qui encouragent la surconsommation, ce qui contredit les valeurs et les objectifs de l'Europe.

POURQUOI AGIR ?

Dans le cadre de l'effort mondial pour atteindre le **ODD des Nations unies** et respecter les engagements de l'**Accord de Paris**, il est crucial de limiter les pratiques de la fast fashion. L'Union européenne est actuellement en train de finaliser l'adoption d'un **Green Deal ambitieux** visant à atteindre la **neutralité carbone d'ici 2040**. Pour soutenir cet objectif, la résolution des problèmes liés à la fast fashion et la promotion de pratiques de mode plus durables devraient être une priorité.



“ Lorsque vous achetez de la fast fashion, peu importe le nombre de fois que vous lavez vos vêtements, ils ne seront jamais vraiment propres. Ils sont tachés par la sueur de ceux qui les ont fabriqués et par l'empreinte qu'ils laissent sur la planète. ”

Laura François

L'industrie de la fast fashion a conduit à une surproduction et à une surconsommation considérables qui pèsent lourdement sur les ressources environnementales.

Son modèle commercial entraîne une augmentation constante du nombre de collections et de lancements, **obligeant les autres marques à adopter des pratiques similaires pour rester compétitives**, ce qui conduit à une production excessive.

En 2015, 63 % des marques européennes lançaient des collections deux fois par an. En 2020, ce chiffre est tombé à 49 %, tandis que 70 % des marques ont désormais recours à au moins quatre livraisons par an. Aujourd'hui, les marques sortent de nouveaux modèles à un rythme sans précédent, certaines, comme **Shein**, ajoute plus de **7 200 nouveaux modèles par jour**. Cette course incessante aux nouvelles collections oblige le secteur de la mode à surproduire massivement, ce qui génère d'importantes émissions de CO2 et exacerbe les mauvaises conditions de travail dans les usines.

La publicité de la fast fashion incite à la consommation en créant un sentiment d'urgence et de désir par le biais de déclencheurs émotionnels. ce qui conduit à l'obsolescence émotionnelle où les vêtements sont jetés parce qu'ils sont démodés plutôt qu'usés. L'usure physique ne représente que 35 % des raisons de la fin de vie d'un vêtement, et les articles de la mode rapide ne sont portés que 7 à 8 fois avant d'être jetés. L'introduction fréquente de nouveaux styles, parfois chaque semaine, encourage la surconsommation.

Les publicités ciblant les jeunes accentuent la pression des pairs et l'influence des réseaux sociaux, entraînant une mise à jour incessante de la garde-robe et un gaspillage excessif. En conséquence, ces pratiques publicitaires ont un impact environnemental considérable, augmentant les déchets textiles et les émissions de CO2, tout en favorisant des modes de consommation non durables.

Le Greenwashing trompe **les consommateurs sur les efforts** environnementaux d'une entreprise afin de créer une fausse impression de durabilité. Bien qu'elles revendiquent des produits respectueux de l'environnement, les marques de fast fashion manquent souvent de transparence et n'apportent pas de réels changements. Une étude montre que ces publicités trompeuses influencent la perception **des consommateurs et les amènent à accepter ces affirmations** sans contrôle. Le greenwashing perpétue la surconsommation et les dommages environnementaux, car les gens contribuent sans le savoir au changement climatique et à la pollution sous prétexte de soutenir la mode

RECOMMANDATIONS CLÉS

1

INTÉGRER UNE INTERDICTION DE LA PUBLICITÉ POUR LA FAST FASHION DANS LE GREEN DEAL EUROPÉEN AFIN DE DÉCOURAGER LES COMPORTEMENTS NON DURABLES DES CONSOMMATEURS.

Cette interdiction devrait obliger les marques de fast fashion à modifier leurs modèles commerciaux si elles souhaitent promouvoir leurs produits au sein de l'Union européenne. Elle doit s'appliquer aux publicités physiques et en ligne, ainsi qu'à la promotion des influenceurs sur les réseaux sociaux.

LUTTER CONTRE LE GREENWASHING PUBLICITAIRE EN APPROUVANT LA DIRECTIVE SUR LES ALLÉGATIONS ÉCOLOGIQUES, QUI EXIGE QUE TOUTES LES ALLÉGATIONS ENVIRONNEMENTALES SOIENT VALIDÉES SCIENTIFIQUEMENT PAR DES TIERCES PARTIES INDÉPENDANTES.

2

Cette directive garantit que les déclarations environnementales sont crédibles et fondées sur des preuves rigoureuses. En appliquant des normes de validation strictes, la directive vise à éliminer le greenwashing trompeur et à promouvoir la transparence. Cette approche protégera les consommateurs des fausses allégations et encouragera les marques à adopter des pratiques durables.

3

DÉFINIR LES MARQUES DE FAST FASHION EN RÉGLEMENTANT LA PRODUCTION DE VÊTEMENTS, EN FIXANT UN MAXIMUM DE QUATRE COLLECTIONS PAR AN ET TROIS LANCEMENTS PAR MARQUE.

Ce plafond permet d'identifier les marques de fast fashion et de contrôler la production excessive. Les marques qui dépassent ces limites seront classées dans la catégorie de la fast fashion et interdites de faire de la publicité. Cette mesure vise à empêcher les marques de développer leurs collections dans le seul but de suivre les tendances et d'adopter le modèle émergent de la fast fashion. En ralentissant le rythme de la production et de la consommation, elle vise à lutter contre le consumérisme lié aux tendances et à promouvoir une industrie de la mode plus durable.

EXIGER DES ÉTATS MEMBRES QU'ILS IMPOSENT DES SANCTIONS AUX ENTREPRISES DE MODE RAPIDE QUI DÉPASSENT CES LIMITES AFIN DE RÉDUIRE LA SURPRODUCTION.

4

Cela préconise un plafond annuel pour les lancements sur le marché, combiné à un objectif de réduction progressive, conformément aux objectifs de l'Accord de Paris. En outre, un système de bonus/malus, similaire au modèle français, devrait être mis en place. La surproduction, qui conduit souvent à la dégradation de l'environnement et aux violations des droits de l'homme, devrait être pénalisée et les amendes redistribuées pour soutenir économiquement les marques durables.

QUI SOMMES-NOUS ?

Nous sommes un groupe de **50 jeunes de neuf pays européens** unis pour faire progresser les objectifs de développement durable en Europe. Notre mission est d'impliquer **30.000 jeunes** et de mobiliser les décideurs politiques sur les questions environnementales et les modes de vie durables à travers des **campagnes de plaidoyer, en ligne et sur le terrain**. Nous mettons l'accent sur la Fast Fashion en raison de son impact significatif sur les questions sociales et environnementales.

À cette fin, nous prévoyons de visiter **17 villes européennes** pendant plusieurs semaines, en Roumanie, en Serbie, en Italie, en Slovénie, en Allemagne et en France, avant de terminer par les institutions européennes en Belgique. Au cours de ce voyage, nous chercherons à **sensibiliser le public, à mobiliser des soutiens, et à recueillir les perspectives des jeunes** pour élaborer un Manifeste qui reflète la vision des jeunes pour l'avenir de l'Europe.

50



17

30 000



L'EXEMPLE FRANÇAIS

En 2024, l'Assemblée nationale française a adopté une ambitieuse proposition de loi visant la fast fashion. L'objectif est de lutter contre la concurrence déloyale faite aux entreprises qui choisissent des méthodes de production textile plus durables, respectueuses de l'humain et de l'environnement. Selon les députés français, la fast fashion compromet la souveraineté vestimentaire de la France.

En réduisant les prix, elle favorise la délocalisation, l'externalisation et fait une concurrence déloyale aux fabricants de textile européens, qui adhèrent à des normes sociales et environnementales plus strictes.

Enfin, le Parlement français compte sur le soutien de plusieurs acteurs de l'industrie textile française qui plaident en faveur d'une réglementation plus stricte du secteur.

Par conséquent, la lutte contre la fast fashion profite à la fois aux consommateurs français et aux producteurs textiles nationaux et semble bénéficier d'un large consensus à l'échelle mondiale.

SOURCES

Assemblée nationale. (2023). Proposition de loi visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile. Disponible sur https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/textes/l16b2268_proposition-loi

European Environment Agency. (2023). *Textiles and Europe's Circular Economy*. Disponible sur <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy>.

Fashion Revolution. (2023). *Why Fashion Transparency Matters According to the Experts*. Disponible sur <https://www.fashionrevolution.org/why-fashion-transparency-matters-according-to-the-experts/>

Fashion Network. (2019). *Faster collections are forcing brands to anticipate their design timetable*. Disponible sur <https://fr.fashionnetwork.com/news/L-acceleration-des-collections-pousse-les-marques-a-anticiper-leur-calendrier-de-conception,1183455.html>

Fashion United. (2022). *How a Brand's Collection is Created*. Disponible sur <https://fashionunited.fr/actualite/historique/comment-se-cree-la-collection-d-une-marque-de-mode/2022122231050>

Greenpeace France. (2023). *Comment opter pour une mode plus éthique et responsable*. Disponible sur <https://www.greenpeace.fr/comment-opter-pour-une-mode-plus-ethique-et-responsable/>

Les Echos. (2020). *Mode: les marques accélèrent le renouvellement des collections*. Disponible sur <https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/mode-les-marques-accelerent-le-renouvellement-des-collections-1173065>

Oxfam France. (2023). *Loi fast fashion: le décryptage d'Oxfam*. Disponible sur <https://www.amisdelaterre.org/wp-content/uploads/2023/06/decryptage-fast-fashion-vdef.pdf>

Oxfam France. (2023). *Loi fast-fashion: un premier pas historique pour en découdre avec la fast-fashion*. Disponible sur <https://www.amisdelaterre.org/wp-content/uploads/2023/06/decryptage-fast-fashion-vdef.pdf>

Stop Fast-Fashion Coalition. (2023). *La coalition Stop Fast-Fashion lance un appel aux décideurs politiques*. Disponible sur <https://www.amisdelaterre.org/wp-content/uploads/2023/06/decryptage-fast-fashion-vdef.pdf>

WeDressFair. (2023). 6 engagements des marques de mode éthique. Disponible sur <https://www.wedressfair.fr/blog/6-engagements-des-marques-de-mode-ethique#:~:text=Pour%20mettre%20un%20terme%20à,%20plus%20de%2030%20!%20>