La Provence.
Marseille
Mardi 6 mai 2025 · n° 10188 · laprovence.com

Mort d'un enfant de 9 ans
Une pédiatre de l'hôpital Nord jugée
Page 4

Football
Balerdi, un retour déterminant pour l'OM
/ PHOTO FRÉDÉRIC SPEICH
Pages Sports

Au large du Frioul
Les archéologues au secours d'un avion allemand
Page 2

Le Rove
Maire pendant 44 ans, Georges Rosso est mort
Page 5

Galerie Grand V à la Valentine
Des commerçants "dans le rouge"

Magasins en faillite, fréquentation en berne... Face à la chute d'attractivité de la galerie Grand V (11e), les commerçants se disent "étranglés" par leurs dettes de loyers tandis que les clients préfèrent se tourner vers la concurrence. **Page 3** / PHOTO DAVID ROSSI

Dans votre supplément éco
Le secteur de la mode vent debout contre la fast-fashion
Alors que la proposition de loi contre la fast-fashion arrive au Sénat en juin, le secteur de la mode dénonce le travail d'influence des lobbies et s'inquiète.
/PHOTO PHILIPPE LAURENSON

En visite à Marseille Pages Grand Sud
Transports : Bayrou veut rattraper le retard

Handball - Plan-de-Cuques Pages Sports
En rémission d'un cancer, elle veut changer de vie

Philippines Dernière page
Ce Marseillais a fait de son île un véritable paradis

556280

VILLE DE
MARSEILLE
Toute la programmation
sur www.marseille.fr

0 20306 - 503 - 1,90 €

La Provence. de l'économie

MARDI 6 MAI 2025 - BOUCHES-DU-RHÔNE
CAHIER 2 - Ne peut être vendu séparément

Maritime | Page 4

Le Marseillais Mauric renforce son rayonnement international

Poudres et explosifs | Page 5

À Sorgues, Eurenco confirme sa position de leader européen

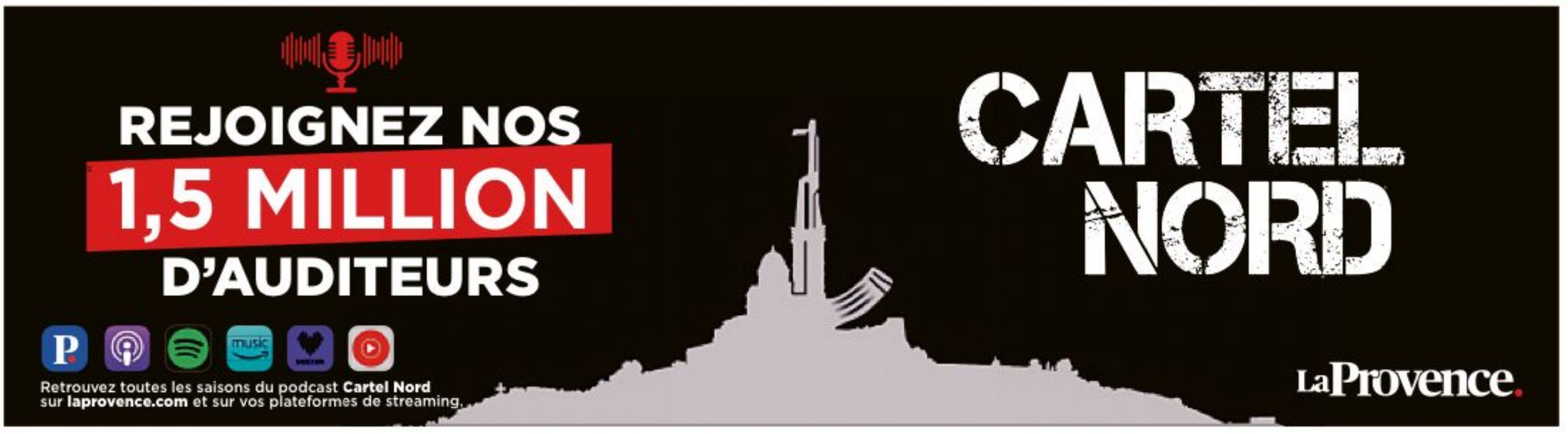
Le portrait | Dernière page

Morgane Chavanier, l'assurance comme moteur

SheIn, jusqu'à quand, jusqu'où ?

La loi anti-fast fashion arrive bientôt en deuxième lecture devant le Sénat. Députés, associations et fédérations sont vent debout contre la nouvelle mouture du texte proposé devant le Parlement.

À Marseille, associations et élus avaient manifesté leur mécontentement face à l'installation d'un pop-up store du géant chinois SheIn. Initialement portée en mars 2024, la loi arrive un an et demi plus tard en deuxième lecture. /PHOTO P.L.



L'industrie textile est considérée comme l'une des plus polluantes, représentant 10% des effets de serre. Et la fast fashion en est le principal exemple. La proposition de loi présenté et votée à l'Assemblée visait à réduire l'impact environnemental de cette industrie. /PHOTO PHILIPPE LAURENSON

La loi sur la fast fashion ne passe pas

La parution d'une campagne de communication publicitaire faisant la promotion du géant chinois Shein comme privilégiant "une mode accessible" a mis le feu aux poudres, relançant ainsi le débat autour de la fast fashion. Le texte, repensé et détricoté, doit être présenté devant le Sénat, le 10 juin prochain. Les défenseurs d'une mode plus environnementale accusent les lobbys d'un travail d'influence. À Marseille, le secteur de la mode est vent debout.

Il est indispensable d'augmenter le coût des produits énergivores. En témoigne encore la liquidation de Jennyfer, enseigne de prêt-à-porter, cette semaine.

Plus d'un an et deux mois après l'Assemblée nationale, le texte de la loi anti-fast fashion sera (enfin) débattu devant le Sénat, le 10 juin à 14 h 30. Quelques jours plus tôt, les 2 et 3 juin, les amendements le seront en séance plénière. Pour autant, examiné en commission par la Haute assemblée au mois de mars, le texte est décrié car repensé de *"façon édulcorée, bien loin de sa forme initiale"*, plaident d'une unique voix les acteurs de la filière mode.

En porte-drapeau, la députée Anne-Cécile Violland (Horizons), qui a réussi, forte de ténacité, à légitimer son combat auprès des forces syndicales. *"Je suis sensible aux questions environnementales"*, précise la présidente du groupe santé-environnement à l'Assemblée nationale. L'industrie textile est considérée comme l'une des plus polluantes, représentant 10% des effets de serre. Alors, en 2024, elle décide de porter une proposition de loi, *"via décret"* contre la fast fashion. *"La loi telle qu'elle avait été pensée, visait à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile."* L'idée à l'époque est claire. C'était l'occasion de *"définir l'ultra-fast fashion et d'imposer un affichage informatif sur les sites concernés pour prévenir le consommateur"*. Deuxièmement, d'instaurer une pénalité sur les produits polluants basée sur leur note environnementale. *"Une fois la loi adoptée, il faudra évoquer dans un second temps l'exposition des travailleurs à des substances toxiques lors de la fabrication et les conditions de travail."*

D'un point de vue de santé publique, la députée dénonce la présence de perturbateurs endocriniens et autres substances dangereuses dans les vêtements. La loi visait aussi à *"interdire totalement la publicité"* pour les marques d'ultra-fast fashion. Car si l'on prend l'exemple du géant chinois, Shein pratique l'utilisation d'algorithmes très performants pour personnaliser les offres.

Des critères flous

On note aussi l'omniprésence des publicités sur tous les supports (réseaux sociaux, applications, etc.) et des stratégies de gamification et de réductions successives pour inciter à l'achat. De ce fait, la députée se satisfait que face à l'Assemblée nationale, en 2024, la loi ait été votée à l'unanimité *"démontrant un consensus politique sur l'urgence d'agir"*. La raison d'être est d'*"informer le consommateur et lui permettre de faire des choix éclairés"*, sans être moralisateur.

> *« La loi visait à interdire totalement la publicité. »*
> ANNE-CÉCILE VIOLLAND, DÉPUTÉE (HORIZONS) À L'ORIGINE DU TEXTE

Juin 2025, nouvelle lecture devant le Sénat en vue. C'est là que le bât blesse. Le nouveau texte opte pour le retrait de la méthodologie basée sur l'affichage environnemental au profit de critères flous sur les *"pratiques industrielles et commerciales"*. Puis, il limite l'interdiction publicitaire aux seuls influenceurs. La députée, sans langue de bois, attribue *"ces changements à l'influence de Bercy et des lobbys industriels"* et ne cache pas sa déception. Cette nouvelle mouture réduit considérablement la portée de la loi.

Au niveau local, Anne-Cécile Violland a trouvé en Jocelyn Meire, un relais fiable. *"Pendant que le gouvernement laisse traîner le projet de loi anti fast fashion, des Français perdent leur emploi, notamment chez Jennyfer et Kaporal, et nos centres-villes perdent leurs commerces"*, tance le président de la Mode in Sud et fondateur du réseau Fask. Tandis que *"les États-Unis ajoutent 100$ de droits de douane à chaque colis depuis ce 2 mai 2025, la France étudie l'éventualité d'appliquer 2€ de "frais de gestion"... en 2026"*, ironise celui qui veut faire de Marseille, la *"Capitale de la mode écoresponsable"*.

Mais, il va plus loin : *"Le président du Grand Port maritime de Marseille* (Christophe Castaner, NDLR) *conseille le leader mondial de la fringue jetable, Shein. Nous devons impérativement protéger notre filière Mode, et soutenir cette industrie dont la contribution au PIB et la balance commerciale sont significatives."* Pour ce faire, *"il faut aller plus vite et que toutes les intelligences jouent dans la Team France, pas contre elle"*.

Rislène ACHOUR
rachour@laprovence.com

JEAN-YVES BAETEMAN, PRÉSIDENT DE L'APEX

"Nous sommes devenus la poubelle de la Chine"

"*Nous ne sommes peut-être pas dans la mode, mais Temu nous fait du mal,* affirme Jean-Yves Baeteman dès l'entame, *ils envoient des contrefaçons.*" Ce qui est pour le président de l'Apex, association des entreprises à l'international, "*de la pure concurrence déloyale*".
Le responsable ne décolère pas. "*Les produits ne sont pas traçables. Il n'y a pas de service après-vente. Lorsqu'un produit est défectueux, il faut le jeter.*"
Avec un revendeur ordinaire, le produit peut être renvoyé et le client remboursé. Mais ce qui irrite particulièrement le chef d'entreprise, c'est le traitement fiscal qui n'est pas imputé aux sites chinois. "*Ces produits ne sont pas contrôlés à la douane. Il en rentre un million par jour. Ils passent à l'as de l'administration douanière, car elle n'a pas les moyens*", assure-t-il. Ces structures ne s'acquittent donc pas des droits de douane, ni de la TVA (20 %). "*C'est un manque à gagner colossal pour Bercy,* plaide Jean-Yves Baeteman. *Il leur arrive d'envoyer des produits à prix coûtant voire de les vendre à perte, avec le soutien du gouvernement chinois.*"

> *Il faut réglementer ces importations massives.*

Une lampe vendue par l'entreprise du président de l'Apex sera facturée 90 euros, "*contre 14 euros par ces sites. À la réception, le consommateur est floué. Elle ne ressemble pas vraiment à la photo*". L'observateur va plus loin. "*Nous avons testé ces produits* - en direct, à la télévision -, *c'est un vrai scandale. Le produit lâche au bout de trois semaines. Ils sont jetés et non recyclés. Ce qui fait que nous sommes la poubelle de la Chine.*"
L'Europe et la France "*doivent s'y atteler. Ces sites tuent l'économie française. On voit les marques de prêt-à-porter disparaître. Bientôt ce sera au tour de Maisons du monde*". Une fois ce constat dressé, "*les Chinois vont revenir à la hussarde. Ils vont prendre tout le marché. C'est blessant pour le savoir-faire que l'on a en France. Si un entrepreneur français faisait ça, il serait condamné pour viol de la propriété intellectuelle*". La solution ? "*Lourdement réglementer ces importations massives de produits illégaux et non conformes. Lorsque nous faisons venir de la marchandise, nous devons délivrer un rapport d'essai détaillé. Pas eux.*"

R.A.

Jean-Yves Baeteman, président de l'Apex. / PHOTO ARCHIVES LP

Julia Faure, militante d'Impact France et fondatrice Loom, marque de textile éco-responsable. / DR

JULIA FAURE, MILITANTE DU COLLECTIF EN MODE CLIMAT

"Il y a eu une influence significative des lobbys"

Lors de son examen par la Commission de développement durable du Sénat, des modifications significatives ont été apportées à la proposition de loi portée par la députée Violland, suscitant des inquiétudes quant à son efficacité. Ces changements semblent, selon des experts, avoir été influencés par diverses actions de lobbying, compromettant potentiellement l'intention originale de la loi. Julia Faure, cheffe d'entreprise (Loom, marque de vêtements durable et éco-responsable) engagée contre la fast fashion, est devenue naturellement porte-parole de la cause environnementale de la filière mode. En avril 2023, elle est marquée par l'effondrement du Rana Plaza, qui a fait plus de 1 000 morts au Bangladesh. Cette membre du collectif En mode climat relève des différences significatives ayant un impact majeur.
La militante dénonce alors "*l'influence significative des lobbys*". La modification de l'interdiction de la publicité, passant d'une interdiction générale pour les marques d'ultra-fast fashion à une interdiction limitée à certains types de publicités par les influenceurs, réduit considérablement l'efficacité de cette mesure. "*On le voit ces derniers jours avec les encarts de SheIn* (dans la presse quotidienne, NDLR)".

> *La version initiale visait à améliorer l'impact environnemental global du secteur de la mode.*

Puis toujours selon l'experte, le changement du système de bonus-malus, passant d'une indexation sur l'affichage environnemental à des "*pratiques commerciales et industrielles à définir*", rend son application plus complexe et potentiellement moins efficace. Autre point non négligeable, les modifications apportées rendent la loi "*plus facilement contournable*", notamment en se concentrant sur des critères uniques comme le nombre de références, soit 10 000 modèles par jour. "*Ce qui fait sortir les marketplaces*" comme Zalando ou encore Veepee. "*La version de l'Assemblée visait à améliorer l'impact environnemental global du secteur de la mode, tandis que celle du Sénat, après un gros travail de lobbying se concentre sur des modèles comme SheIn*", plaide Julia Faure.

R.A.

LE COUP DE GUEULE

Thomas Huriez des jeans 1083 vent debout contre SheIn et Havas

Sur fond noir, SheIn a lancé une grande "campagne de communication et de lobbying", avec pour leitmotiv : "*Pour une mode accessible*". De quoi faire bondir Thomas Huriez, fondateur de 1083, marque de jean écoresponsable, d'un naturel plutôt discret.
Dans un communiqué qui a inondé la toile, le Marseillais est en verve. "*Quelques millions d'euros pour l'agence de communication française Havas Paris… Voilà ce que rapporte de poignarder dans le dos tout à la fois l'industrie textile française, le secteur de la mode en France, l'Assemblée nationale française et accessoirement les enjeux environnementaux et sociaux que piétine la fast fashion*", tacle d'emblée le chef d'entreprise marseillais. "*Alors que chaque mois des enseignes et marques de mode de tous niveaux de gamme ferment en France. Alors que de nombreux ateliers et industries textiles françaises connaissent des difficultés. Alors que l'industrie française toute entière se mobilise pour réaffirmer son avenir et ses vertus. Alors que les opérateurs de tri textile ne savent plus quoi faire de tous les vêtements qu'on jette…*", énumère-t-il, avant d'enchaîner, "*alors que l'Assemblée nationale française a voté à l'unanimité une loi pour compenser les effets de l'ultra-fast fashion. Alors qu'il suffit de voir le chiffre d'affaires en milliards d'euros de la fast fashion pour réaliser qu'elle coûte très cher aux consommateurs français en démultipliant la surconsommation de petits prix*".

> *Quelques millions d'euros pour l'agence de communication Havas Paris… Voilà ce que rapporte de poignarder dans le dos.*

Les "*belles valeurs*" affichées sur les pages "impact" et "mission" du site d'Havas ne sont donc "*que démo… des mots… des maux…*", ironise le chef d'entreprise.
La stratégie proposée par Havas Group à SheIn ? "*Rejouer la lutte des classes pour légitimer la surconsommation textile. Une grande idée dans notre pays déjà bien fracturé. Allez, pour quelques millions d'euros on trouvera bien un ancien ministre et une agence de communication française pour jouer contre son camp ? La réponse est oui, merci Christophe Castaner, merci Havas Paris.*"

R.A.

Thomas Huriez de 1083, a écrit une missive contre Havas qui a pensé la pub de SheIn.