



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les acteurs du commerce et de la mode mettent en demeure l'ADEME de retirer sa campagne de communication

Face aux graves conséquences pour le secteur du commerce et de la mode, l'Alliance du Commerce, l'Union des industries textiles et l'Union française des industries Mode et Habillement annoncent mettre en demeure l'ADEME de retirer immédiatement sa campagne de communication « Le dévendeur et le polo » lancée par l'ADEME.

Le 14 novembre, l'ADEME et le Ministère de la transition écologique ont lancé une campagne de communication intitulée « *Épargnons nos ressources* ». L'une des vidéos consacrée à la mode met en scène dans un magasin un « dévendeur » de polo qui renvoie son client en l'incitant à ne rien acheter, sans lui offrir aucune autre alternative durable.

Si le développement de l'économie circulaire constitue une voie certaine de réduction de l'empreinte environnementale de la mode, ce n'est certainement ni les commerces ni les consommateurs qui doivent être mis à l'index. Pourtant, dans cette vidéo, ce sont bien les enseignes qui sont stigmatisées, les commerces de proximité et les réseaux de vente.

Sous couvert d'humour, cette campagne de communication nuit gravement à tout un secteur économique pourtant essentiel à la croissance de notre pays, celui du commerce et de la mode. Après les fermetures de nombreuses enseignes en France cette année, est-il opportun d'inciter à renoncer aux commerces physiques au profit inévitable des grands acteurs internationaux du commerce en ligne qui exercent leur activité dans des conditions souvent déloyales ?

Car ce spot vidéo sur la mode ne promeut ni l'emploi ni le commerce durable !

Il ne valorise ni les produits de seconde main, ni le Made in France, ni la réparation, ni les produits moins impactants pour l'environnement ! **Il ne promeut aucune des initiatives responsables mises en place par les enseignes de mode.** Il incite à ne rien acheter. Ne rien acheter, c'est tuer l'emploi, tuer le commerce physique, tuer la mode ! **C'est dénigrer des milliers d'entreprises, leurs millions de collaborateurs et leurs savoir-faire. Est-ce l'objectif de cette communication ?**

Alors que le Président de la République célébrait récemment encore la mode et que la France s'inquiète de la montée du chômage, cette campagne de communication s'en prend de manière inacceptable aux commerçants, aux vendeurs et vendeuses en magasin qui chaque jour travaillent pour accueillir au mieux les clients, aux industriels et aux créateurs de mode.

Les signataires rappellent que la mode contribue pour 69 milliards d'euros au PIB français, soit plus de 3% du PB devant l'industrie automobile et aéronautique.

Face à l'enjeu de la transformation écologique, nous attendons que l'État et ses services s'unissent à notre secteur pour accompagner les efforts massifs réalisés par les entreprises pour innover, expérimenter de nouveaux modèles économiques circulaires et renforcer l'éco-conception de leurs produits dans une période économique extrêmement contrainte.

Les entreprises s'engagent pour une meilleure gestion de la fin de vie de leurs produits à travers le versement à Refashion d'une éco-contribution qui représentera plus d'un milliard d'euros en 6 ans. Le récent lancement du Bonus Réparation, financé par cette éco-contribution, est une preuve de plus de leurs ambitions en faveur d'une mode plus responsable, plus durable.

Dans cette condition, nous demandons à l'ADEME et au Ministère de la Transition écologique et des territoires de retirer immédiatement cette vidéo et de travailler ensemble au développement d'une communication positive sur la transformation du secteur de la mode et du commerce.

« Cette campagne de communication porte un préjudice grave et injustifié au commerce et à la mode dans une période essentielle pour des milliers d'entreprises et leurs collaborateurs. Alors que le secteur traverse une crise sans précédent, c'est inacceptable! Nous demandons à l'ADEME son retrait immédiat, faute de quoi nous envisagerons une action en justice pour dénigrement commercial. Sans stigmatisation ni culpabilisation, nous devons travailler ensemble au déploiement d'une communication positive sur la transformation de notre secteur », déclarent les fédérations signataires.

À propos :

L'**Alliance du Commerce** est la principale organisation professionnelle nationale dans le secteur de l'équipement de la personne. Elle réunit trois organisations patronales représentatives sur leur champ conventionnel respectif : la Fédération des enseignes de l'habillement (FEH), la Fédération des enseignes de la chaussure (FEC) et l'Union du grand commerce de centre-ville (l'UCV). Ses adhérents emploient plus 180 000 salariés au sein de 27 000 points de vente présents sur l'ensemble du territoire. Elle compte ainsi parmi ses membres des acteurs majeurs du commerce présents en France : Galeries Lafayette, Printemps, Monoprix, Etam, Celio, Jules, Petit Bateau, Damart, Promod, Kiabi, Géméo, Eram, DCM Jennyfer, etc. Adresse : 13, rue La Fayette 75009 PARIS – ypetiot@alliancecommerce.org – Contact presse : Hélène Baratte // Responsable Communication // Tél : 01 40 15 60 71 - 06 29 61 88 90 // Mail : hbaratte@alliancecommerce.org

L'**Union des Industries Textiles** représente les 2 200 entreprises exerçant une activité textile en France (filature, moulinage, tricotage, tissage, ennoblissement...). Elles emploient 63 000 salariés et ont réalisé en 2022 un chiffre d'affaires de 15,5 milliards d'euros dans des domaines d'application pointus : la mode et le luxe, la maison, et dans les marchés techniques (automobile, aéronautique, santé, construction...).

L'UIT fédère 23 syndicats textiles régionaux ou de branche. www.textile.fr. Contact Presse : Heda Inderbaeva, Agence FLAG 74 rue de la Fédération - 75015 Paris - 01 58 60 24 24 - 06 84 41 76 49

L'**Union Française des Industries Mode et Habillement** a pour vocation de représenter les entreprises de la mode et de l'habillement, de promouvoir leurs savoir-faire et le prestige de la mode française dans le monde. Afin d'accompagner les entreprises dans leurs stratégies de développement, l'UFIMH s'est fixée trois priorités : favoriser l'ouverture des marchés étrangers, garantir la transmission des savoir-faire en aidant la création et en soutenant des opérations de formation et promouvoir une image dynamique et innovante de la profession auprès des milieux économiques et financiers. Les industries françaises de l'habillement, avec 2 500 entreprises, emploient 32 000 salariés en France et plus de 300 000 à l'étranger. Le chiffre d'affaires est de 15 milliards d'euros dont 8,7 milliards, soit 58 %, sont réalisés à l'international. Adresse : 8 rue Montesquieu 75001 PARIS - secretariat@lamodefrancaise.org – 33 1 44 55 66 60