

Jusqu'à 20 000 tonnes de vêtements neufs jetés chaque année en France : c'est fini ! Alors que fait-on des invendus ?

Le dernier jour des soldes d'hiver 2023 : Et si les magasins n'ont pas écoulé tout leur stock de vêtements ou chaussures, plusieurs filières pour valoriser ces invendus.

les magasins de prêt-à-porter subissent de plein fouet la crise. Alors que les soldes d'hiver se terminent en France, que vont devenir les vêtements et chaussures qui n'ont pas trouvé preneur ?

Car depuis la mise en application de la **loi Agec** le 1er janvier 2022, : Terminé la destruction, l'incinération et l'enfouissement des stocks : cette loi interdit désormais de jeter des produits non-alimentaires (textile, linge de maison et chaussures) : réduire le nombre d'invendus avec une meilleure gestion des stocks et de favoriser l'économie sociale et solidaire par des dons. Objectif du gouvernement : éradiquer cet intolérable gaspillage de matière.

Car l'industrie textile est la **deuxième plus polluante au monde derrière le pétrole**. La fabrication d'un jean nécessite **11.000 litres d'eau** et celle d'un t-shirt **2/700 litres...**

Pourtant, jusqu'en 2022, il s'agissait de 10.000 à 20.000 tonnes de produits textiles neufs qui étaient jetés en France chaque année. La célèbre marque anglaise Burberry avait annoncé en 2017 avoir détruit des produits neufs d'une valeur globale de 32 millions d'euros. La même année, le géant suédois **H&M était épinglé** par un média danois pour avoir **brûlé plus de 60 tonnes de produits** depuis 2013. Et la liste est probablement bien plus longue...

Différentes options s'ouvrent alors aux magasins pour leurs invendus. Les fameux "3 R" : le réemploi par le don, la réutilisation et le recyclage, une filière encore très peu développée. "S'ajoute à cela la possibilité d'envoyer les produits chez des destockeurs en France ou à l'international", comme **Noz ou Stockomani**, indique le directeur général de l'Alliance du Commerce. La destruction ne restant tolérée uniquement si les produits sont jugés dangereux ou que leur revalorisation n'est pas viable économiquement ou implique une autre forme de dommage à l'environnement.

Face à cette nouvelle réglementation, les enseignes se sont adaptés pour gagner en responsabilité. En amont, il leur appartient de gérer au mieux leurs approvisionnements pour essayer de coller à la demande des consommateurs. Inutile donc d'acheter des stocks massifs. "Les magasins limitent le volume de leurs approvisionnements", confie le directeur de l'Observatoire économique de l'Institut Français de la Mode (IFM).

Et à la fin des soldes, qui restent tout de même le moment clé de l'année pour se délester de ces marchandises, le travail des enseignes n'est donc pas terminé. Exemple avec **Kookaï** : "après les soldes, nous menons des opérations de petits prix et enfin, mi-mars un dernier événement, les mid-season sales (**sorte de 8 jours en or comme on peut le voir dans les Grands Magasins, ndlr**)", détaille la responsable des approvisionnements chez Kookaï depuis 27 ans, qui affirme que l'enseigne n'a jamais eu recours à la destruction de marchandise depuis sa création.

Une fois ces derniers rendez-vous promotionnels terminés, les magasins font alors le maximum pour essayer de valoriser le "résiduel", qui s'élève pour Kookaï à 8 à 10 % en moyenne. Ils se tournent notamment vers des partenaires comme des e-commerçants qui revendent leurs produits. Et **en dernier recours, ils font don des invendus via des associations**. "Ça fait 5 ans qu'on n'active plus cette carte car on gère mieux nos stocks et notre objectif principal reste de valoriser au mieux nos stocks", La marque indique également s'intéresser au recyclage et à la

seconde main afin de donner une nouvelle vie au prêt-à-porter.

Depuis la mise en place de la loi, aucune vérification, ni audit n'ont été réalisés par les services de l'État. Un manque de rigueur certain qui laisserait penser que le gouvernement a uniquement voulu s'acheter une bonne conscience en appliquant ces mesures...

Et cette année, tandis que le résultat des soldes n'a visiblement pas été fameux (6 % de chiffre d'affaires supplémentaire sur les trois premières semaines des soldes, selon l'Alliance du Commerce et 5 % de ventes en plus sur les deux premières semaines, selon l'Institut Français de la Mode), le stock d'invendus risque de repartir de plus belle. D'ailleurs, **Kookaï pourrait envisager de retravailler avec des associations comme le Secours Populaire**. Preuve que l'édition 2023 n'a pas été un bon cru...