

LA MODE ÉTHIQUE AU QUÉBEC

UN SECTEUR
EN PLEINE ÉMERGENCE

TABLE DES MATIÈRES

Observatoire de la consommation responsable (OCR)

L'Observatoire de la consommation responsable (OCR) est un groupe de recherche universitaire composé de 13 professeurs du Québec (Université de Sherbrooke, ESG UQÀM, Université de Moncton), de la France (Université Bretagne-Sud, Université Lyon 2) et des Pays-Bas (Université de Groningen) regroupant une expertise multiple (mise en marché des produits et services responsables, comportements des citoyens) appliquée au champ de la consommation responsable.

L'OCR, dirigé par le professeur Fabien Durif (Ph.D.), a pour mission de contribuer au développement de l'analyse scientifique et pratique du phénomène de la consommation responsable en donnant aux chercheurs universitaires et institutionnels, aux praticiens et aux citoyens accès aux connaissances existantes et à des données pertinentes.

Les objectifs de l'OCR sont: (1) D'identifier, d'acquérir, d'organiser, de conserver et de valoriser l'information sur la consommation responsable; (2) De diffuser l'information et la recherche sur la consommation responsable sous la forme d'articles scientifiques, de cahiers de recherche, de conférences académiques/professionnelles, de rapports annuels, de cas pratiques et d'outils académiques et managériaux; (3) D'assurer un transfert de connaissances pertinent sous la forme d'indices et de guides; et (4) De servir de référence au niveau provincial, national ainsi qu'international sur le phénomène de la consommation responsable (recherche, enseignement et transfert de connaissances).

L'OCR communique l'ensemble de ces projets sur son site Web: www.consomptionresponsable.ca

Équipe de rédaction

Marie-Josée Hinse (M. Sc.)

Caroline Boivin (Ph. D.)

Professeure titulaire à la Faculté d'administration de l'Université de Sherbrooke, cofondatrice de l'Observatoire de la Consommation Responsable.

Fabien Durif (Ph. D.)

Professeur adjoint à la Faculté d'administration de l'Université de Sherbrooke, cofondateur et directeur de l'Observatoire de la consommation responsable.

Michèle Beaudoin (Ph. D.)

Professeure à l'École supérieure de mode de Montréal, ESG-UQÀM.

Lova Rajaobelina (Ph. D.)

Professeur à l'Université de Moncton (N-B).

Brenda Plant

Fondatrice d'Éthiquette pour un marché responsable.

Financement

} Fonds pédagogiques de la Bourse d'enseignement en génie et en administration pour les universités du Québec octroyée par le Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport au professeur Fabien Durif (2008-2013).

} Fonds de l'OCR.

Éditorial

Page 4

Concept de la mode éthique

Page 6

Certifications dans le secteur de la mode éthique

Page 8

Secteur de la mode éthique au Québec

Page 12

ÉDITORIAL



Photographe : Laura Findlay

Au cours des dernières années, la mode éthique a connu **une forte croissance à travers le monde**, tout particulièrement en France et au Royaume-Uni (Ethika, 2008¹). Au Royaume-Uni, les ventes de vêtements éthiques sont passées de £ 4 millions en 1999 à £ 172 millions en 2008 (The Co-operative Bank, 2009²). Selon l'Institut Français de la Mode (IFM), la part des achats de vêtements biologiques ou éthiques, presque nulle en 2007, a doublé entre 2008 et 2009 pour atteindre 1,5 % (Chapuis, 2010³). Au Québec, selon le Baromètre 2010 de la consommation Responsable⁴, 17,1 % des consommateurs prétendent avoir acheté des vêtements en coton équitable et 12,1 % des vêtements en tissus biologiques.

Par ailleurs, la fibre de coton biologique gagne de plus en plus en popularité, car celle-ci représente une alternative écologique au coton traditionnel étant donné que l'utilisation de pesticides, de fertilisants et d'herbicides est bannie au cours de sa production. Selon Organic Exchange, le marché mondial du coton biologique était évalué à 3,2 milliards de dollars américains en 2008 alors qu'il connaissait une augmentation de 63 % (Carasco, 2009⁵).

Toutefois, malgré sa croissance, le phénomène de la mode éthique reste encore complexe à appréhender, notamment en raison du manque de consensus sur les frontières du concept. Actuellement, différentes définitions de la mode éthique co-existent.

Qu'entend-t-on par mode éthique? Quelle place a la mode éthique au Québec? Est-ce un secteur en pleine émergence? Existe-t-il un bassin suffisant de consommateurs pour ce marché? Est-il facile de se procurer des produits de mode éthique? Ces produits sont-ils vraiment éthiques? Le Guide de la mode éthique au Québec répond à ces questions!

Fabien Durif (Ph.D.)
Directeur de l'Observatoire de la Consommation Responsable.

« La mode éthique n'a rien d'une vague adaptation de la mode ordinaire des critères de développement durable. Il s'agit d'un nouveau paradigme. » (Astruc et Erm, 2009, p. 9⁶)

« L'intérêt pour la mode éthique se déploie ces dernières années et les pressions sociales pèsent de plus en plus sur les entreprises mode-habillement et obligent les décideurs à considérer des politiques éthiques. La littérature récente démontre l'importance de la responsabilité sociale et son impact sur la performance financière; ce n'est pas qu'une tendance ou une mode passagère. Offrir un vêtement équitable nécessite une gestion équitable. C'est là un grand bouleversement pour une industrie traditionnelle, avant d'investir on a besoin de savoir que les clients et consommateurs seront au rendez-vous, car plus l'entreprise est grande, plus le changement sera coûteux et complexe. Devant cette nouvelle réalité, les dirigeants doivent traiter les fournisseurs et employés de façon juste, au-delà des préoccupations écologiques (matières premières

et gestion des déchets) les notions de gestion éthique s'étendent à l'ensemble des activités, de la conception des produits jusqu'au consommateur final. Un travail de longue haleine qui bouleverse de façon assez radicale cette industrie traditionnelle. Le choix éthique doit se faire dans un souci de revoir le modèle d'entreprise, ce qui nécessite la certitude des dirigeants et un plan d'action global qui implique l'ensemble des employés et intervenants. Nous en sommes à la sensibilisation et elle passe par la réflexion et l'information. Il faut justifier, mais aussi simplifier le chemin qui mène à une gestion plus équitable. C'est à force de petits pas et de conviction que cette philosophie prendra tranquillement sa place. Ce guide est un pas dans cette direction. »

Michèle Beaudoin,
Professeure à l'École supérieure de mode de Montréal



LES DONNÉES DE L'ÉTUDE

- Projet de recherche « Mode éthique au Québec » mené par Marie-Josée Hinse, Caroline Boivin et Fabien Durif (été 2010)
 - Analyse sectorielle à partir de données secondaires (ex.: Registraire des entreprises du Québec, Sites Internet des entreprises oeuvrant dans le secteur, articles de journaux, revues professionnelles)
 - Six entrevues de gestionnaires parmi les 48 entreprises du recensement
 - Enquête via courriel auprès des 48 entreprises du recensement
- Données du Baromètre 2010 de la consommation responsable – Protégez-Vous – (enquête via courriel conduite par Research Now auprès d'un échantillon de 752 personnes représentatives de la population du Québec)
- Projet de recherche « Gestion éthique en mode » mené par Michèle Beaudoin et Lova Rajaobelina (hiver 2011)
 - Enquête Web auprès d'un panel de convenance de 131 consommateurs (Femmes : 64,1%; 18-29 ans : 82,3 %; Revenu familial annuel brut médian : 20 000 – 40 000 \$; Niveau d'éducation collégial-universitaire : 78,5 %)
 - Enquête Web auprès d'employés du secteur de la mode (Moins de 50 employés : 50 %; Ancienneté dans l'entreprise : 4 ans en moyenne; Femmes : 76 %; Âge moyen 31 ans; Niveau universitaire : 76 %).

¹ Ethika. (2008). *L'abc de la mode éthique et répertoire du Québec*, 35p.

² The Co-operative Bank. (2009). *Ten years of Ethical Consumerism: 1999-2008*, Manchester, 4 p.

³ Chapuis, Dominique. (2010). *La mode responsable a du mal à se faire une place en France*, Les Echos, Industrie, 20 janvier, p.19.

⁴ Baromètre 2010 de la Consommation Responsable, Protégez-vous.ca

⁵ Carasco, Aude. (2009). *La consommation éthique ne connaît pas la crise*, La Croix, Économie et entreprises, 23 novembre, p.14.

⁶ Astruc, Lionel et Pascale Erm. (2009). *Voyages aux sources de la mode éthique*, Les éditions Eugen Ulmer, Paris, 144 p.



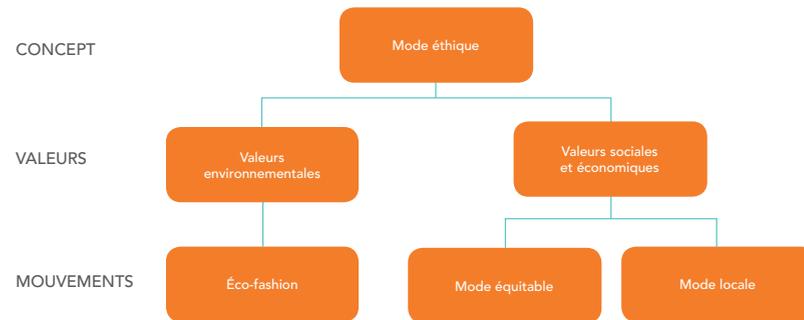
LA MODE ÉTHIQUE AU QUÉBEC

UN SECTEUR EN PLEINE ÉMERGENCE

CONCEPT DE LA MODE ÉTHIQUE

Au cours des dernières années, une partie de l'industrie de l'habillement et du textile a emprunté la voie du développement durable en s'inspirant de ses valeurs environnementales, sociales et économiques, ce qui a donné naissance au phénomène de la mode éthique. Ainsi, un code de conduite portant sur la qualité de l'environnement, l'équité sociale et l'efficacité économique au sein de l'entreprise est maintenant possible (Ministère de l'Emploi, de la Cohésion Sociale et du Logement, 2007).

La mode éthique emprunte certaines valeurs et caractéristiques de trois mouvements inspirés des principes du développement durable: (i) l'éco-fashion; (ii) la mode équitable et (iii) la mode locale. Tout d'abord, le mouvement éco-fashion tient compte de l'impact environnemental d'un vêtement ou d'un accessoire de mode par sa composition textile (fibres et accessoires: ex. fermeture à glissière, bouton, fil à coudre, doublure) et ses procédés de fabrication (intrants et sortants à chaque étape du cycle de vie du vêtement). Ensuite, le mouvement de la mode équitable repose sur les principes du commerce équitable en valorisant une plus grande équité dans les échanges commerciaux entre le Sud et le Nord de la planète. La mode équitable permet ainsi de contribuer au développement économique d'une communauté de petits producteurs tout en réclamant le respect des droits des travailleurs selon les normes de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) (Ministère de l'Emploi, de la Cohésion Sociale et du Logement, 2007⁸). Finalement, le mouvement de la mode locale valorise l'approvisionnement, la confection et la distribution locale afin d'encourager l'économie locale, le savoir-faire local et le respect des normes de l'OIT.



Concrètement, un produit de mode éthique, vêtement ou accessoire vestimentaire, se distingue par des matières premières écologiques⁹, c'est-à-dire à base de ressources renouvelables, biodégradables, recyclées ou récupérées, dont la confection respecte les conditions de travail des salariés. De plus, l'économie d'une communauté est valorisée par les principes du commerce équitable ou de la fabrication locale (Astruc et Erm, 2009¹⁰; Craven, 2009¹¹; Oakes, 2009¹²).

noujica LA MODE ÉTHIQUE EN PRATIQUE CHEZ NOUJICA (MANUFACTURIER)

Jinny Lévesque (cofondatrice): «...Nous, on essaie de faire les accessoires les plus écologiques possibles. À chaque étape de la fabrication – tissus, matériaux utilisés, sérigraphie-, on utilise l'encre qui est la moins nocive pour la nature, soit une encre à base d'eau. Les tissus doivent être organiques et certifiés afin qu'on soit sûr qu'ils sont corrects. On utilise aussi des cuirs récupérés bien sûr. [...] Par rapport à toutes les entreprises avec qui on interagit, on essaie que ce soit toutes des entreprises québécoises ou bien canadiennes pour encourager le plus possible les entreprises locales.»

Catherine Cournoyer (cofondatrice): «...Pour nous, le local c'est aussi fort et important que le fait que ce soit environnemental. Je pense qu'on voit beaucoup de choses controversées justement quand les deux se séparent.»

⁷ Ministère de l'Emploi, de la Cohésion Sociale et du Logement. (2007). *Mémento de la mode éthique*, DIISES, France, 35p.

⁸ Ibid

⁹ Le choix des matières premières écologiques tient compte de la composition textile du produit par des fibres neuves ayant un plus faible impact environnemental que les fibres synthétiques (ex.: fibre de coton/laine/soie biologique, chanvre, Ingeo -fibre à base d'amidon de maïs-, lyocell -fibre à base de pulpe de bois -, bambou, fibres à base de protéine de soya ou de lait), des fibres recyclées (ex. polyester recyclé et laine recyclée) ou des matières récupérées (ex. vêtements usagés), mais également des accessoires (ex.: fermeture à glissière, bouton, fil à coudre) naturels et non toxiques.

¹⁰ Astruc, Lionel et Pascale Erm. (2009). *Voyages aux sources de la mode éthique*, Les éditions Eugen Ulmer, Paris, 144 p.

¹¹ Craven, John Ryan. (2009). *Mainstreaming the perception and practice of ethical fashion in Montreal*, Thesis, Department of Geography, Planning and Environment, Montréal, Concordia University, 70 p.

¹² Oakes, Summer Rayne. (2009). *Style, naturally: the savvy shopping guide to sustainable fashion and beauty*, Chronicle books, San Francisco, 344p.

LA MODE ÉTHIQUE AU QUÉBEC

UN SECTEUR EN PLEINE ÉMERGENCE

CERTIFICATIONS DANS LE SECTEUR DE LA MODE ÉTHIQUE

Une certification permet d'établir des standards de qualité pour un produit. En général, elle se présente sous la forme d'un logo sur l'étiquette d'un produit. Certaines certifications ont été développées dans le but de répondre à des critères sociaux, environnementaux et économiques.

Dans le secteur de la mode éthique, ces dernières sont offertes par des ONG sur une base volontaire et peuvent être émises à tous les niveaux de production du produit fini (ex. fil, tissu, vêtement). Ces certifications s'appliquent aux produits textiles faits à partir (1) de fibres biologiques, (2) de fibres équitables, (3) de matières recyclées et (4) de matières sans danger pour la santé.

Les certifications biologiques garantissent la véracité du pourcentage de fibres biologiques composant le produit fini (fil, tissu, vêtement) (Global Organic Textile Standard, 2011¹³; Naturland, 2011¹⁴). Cela implique qu'aucun pesticide, herbicide, insecticide, fertilisant et OGM n'est permis lors de sa production (Black, 2008¹⁵; Soil Association Certification Limited, 2011¹⁶; Textile Exchange, 2011a¹⁷). Certaines certifications biologiques incluent des normes pour les procédés de transformation textile, c'est-à-dire le contrôle des intrants, des méthodes de transformation, de l'entreposage des matières textiles biologiques et des composants du produit fini, et dans certains cas, les politiques environnementales des organisations (ex. gestion des déchets, des eaux, de l'énergie, des sols et des produits toxiques).

À titre d'exemple, les certifications GOTS, Naturtextil et Organic Exchange ont été développées exclusivement pour les produits textiles biologiques. Toutefois, d'autres certifications ont élaboré un cahier de charges pour les produits textiles faits de fibres biologiques (ex.: Biogarantie, Demeter, Naturland, Québec Vrai et Soil Association).



LA VISION DE LA CERTIFICATION CHEZ LA GAILLARDE (DÉTAILLANT ET FOURNISSEUR)

Clio Forsyth Morrissette : « C'est sûr que la certification peut causer des problèmes si cela fait en sorte que cela devient moins accessible pour de nombreux producteurs. Je pense que ce fut un gros problème pour le coton biologique. Mais en ce moment, c'est toujours un problème à cause des frais importants qui y sont rattachés. Je ne sais vraiment pas à quel point cela va changer la consommation... On n'est pas encore rendu là... »

TABLEAU 1: EXEMPLES DE CERTIFICATIONS BIOLOGIQUES S'APPLIQUANT AUX PRODUITS TEXTILES

Biogarantie	Demeter	GOTS	Naturland	Naturtextil	
70 % et plus de fibres biologiques	95 % et plus de fibres naturelles biologiques ou biologiques en conversion	70 % et plus de fibres biologiques ou biologiques en conversion	95 % et plus de fibres naturelles biologiques	95 % et plus de fibres biologiques ou biologiques en conversion	70 % à 95 % de fibres biologiques ou biologiques en conversion



Québec Vrai	Soil Association	Organic Exchange	
70 % et plus de fibres biologiques	70 % et plus de fibres biologiques ou biologiques en conversion	95 % et plus de coton biologique ou biologique en conversion	5 % et plus de coton biologique



¹³ Global Organic Textile Standard. (2011). The standard, www.global-standard.org/the-standard.html, consulté le 14 février 2011.

¹⁴ Naturland. (2011). Standards: Naturland Processing Standards, www.naturland.de/fileadmin/MDb/documents/Richtlinien_englisch/Naturland-Processing-Standards.pdf, consulté le 3 mars 2011.

¹⁵ Black, Sandy. (2008). *Eco-Chic the fashion paradox*, Black dog publishing, London, 254 p.

¹⁶ Soil Association Certification Limited. (2011). *Organic textiles*, www.sacert.org/LinkClick.aspx?fileticket=hamxKSTDzlk%3d&tabid=1175&language=en-US, consulté le 18 avril 2011.

¹⁷ Textile Exchange. (2011a). *Organic Exchange 100 Standard-2009 version 1.3*, www.organicexchange.org/oecms/images/stories/documents/industry-integrity/oe100_stand.pdf, consulté le 27 février 2011.

LA MODE ÉTHIQUE AU QUÉBEC

UN SECTEUR EN PLEINE ÉMERGENCE

Les certifications équitables assurent une rémunération juste pour les salariés, une relation d'affaires à long terme, un investissement dans des projets environnementaux ou sociaux de la communauté du producteur, un prix juste et une faible utilisation de pesticides (Black, 2008¹⁸). Quelques certifications garantissent l'appellation équitable de produits textiles : Max Havelaar, TransFair, Fair for life, Ecocert Équitable et Soil Association Ethical Trade. Contrairement aux certifications Max Havelaar et TransFair, les certifications Ecocert Équitable et Soil Association Ethical Trade s'adressent aux produits préalablement certifiés biologiques par un organisme reconnu. Actuellement, seule la fibre de coton est certifiée équitable.

TABLEAU 2 : EXEMPLES DE CERTIFICATIONS ÉQUITABLES S'APPLIQUANT AUX PRODUITS TEXTILES

Ecocert Équitable	Fair for life	Max Havelaar	Soil Association Ethical Trade	TransFair
70% et plus de fibres équitables	Fibres équitables	Fibres équitables	70% et plus de fibres équitables	Fibres équitables



Seule la certification Global Recycle Standard (GRS) existe pour les matières premières recyclées. Cette certification est inspirée des produits textiles, mais s'adresse également à tous les types de produits. Les normes de cette certification incluent la gestion des déchets et des émissions, des produits chimiques, de l'énergie et de l'eau et le respect de normes similaires à l'OIT (Organisation Internationale du travail) applicables à partir de la station de collecte de la matière destinée au recyclage (Textile Exchange, 2011b¹⁹).

TABLEAU 3 : CERTIFICATION POUR LES MATIÈRES TEXTILES RECYCLÉES

Global Recycle Standard	5% et plus de matière recyclée de pré- ou post-consommation
-------------------------	---



Certaines certifications évaluent l'impact environnemental d'un produit textile et permettent de garantir que ce dernier est sans danger pour la santé du consommateur et du travailleur impliqué dans le processus de fabrication. C'est le cas des certifications Bluesign et Oeko-Tex qui ont été développées spécialement pour les produits textiles. Ces certifications évaluent tous les intrants et les sortants afin de déterminer leur niveau de toxicité et leur impact environnemental.

TABLEAU 4 : CERTIFICATIONS POUR LES MATIÈRES TEXTILES SANS DANGER POUR LA SANTÉ

Bluesign	Oeko-Tex Standard		
	Oeko-Tex Standard 100	Oeko-Tex Standard 1000	Oeko-Tex Standard 100plus
Produit sans danger pour la santé et fabrication respectueuse de l'environnement	Produit sans danger pour la santé	Fabrication respectueuse de l'environnement	Produit sans danger pour la santé et fabrication respectueuse de l'environnement

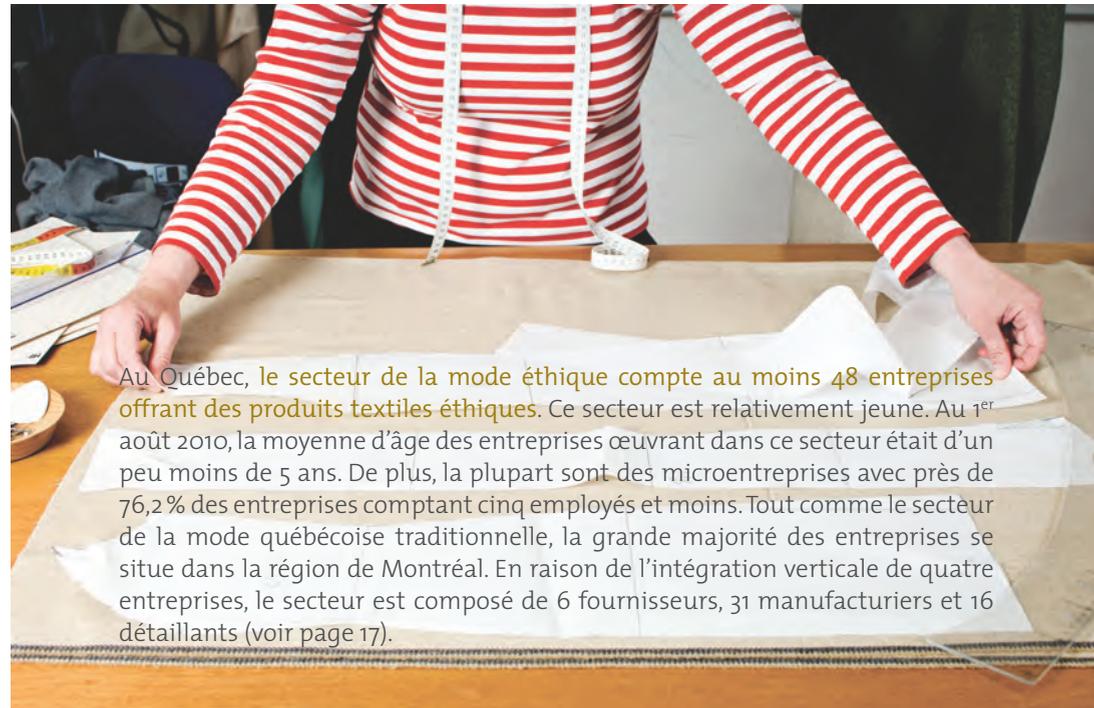


¹⁸ Black, Sandy. (2008). *Eco-Chic the fashion paradox*, Black dog publishing, London, 254 p.

¹⁹ Textile Exchange. (2011b). *Global Recycle Standard*, www.organicexchange.org/ocems/images/stories/documents/industry_integrity/Global_Recycle_Standard_V2.pdf, consulté le 27 février 2011.

SECTEUR DE LA MODE ÉTHIQUE AU QUÉBEC

Le secteur de la mode éthique regroupe les entreprises dont les activités principales sont la création, la production et la mise en marché de produits textiles éthiques. Ces produits correspondent aux tissus, aux vêtements et aux accessoires de mode faits à partir de matières premières ayant un faible impact environnemental, c'est-à-dire des matières biologiques, biodégradables, recyclées ou récupérées, dont les modes de production respectent les normes du travail de l'OIT (Organisation Internationale du travail) tout en valorisant le développement économique d'une communauté productrice par la confection locale ou équitable ²⁰.



Au Québec, le secteur de la mode éthique compte au moins 48 entreprises offrant des produits textiles éthiques. Ce secteur est relativement jeune. Au 1^{er} août 2010, la moyenne d'âge des entreprises œuvrant dans ce secteur était d'un peu moins de 5 ans. De plus, la plupart sont des microentreprises avec près de 76,2 % des entreprises comptant cinq employés et moins. Tout comme le secteur de la mode québécoise traditionnelle, la grande majorité des entreprises se situe dans la région de Montréal. En raison de l'intégration verticale de quatre entreprises, le secteur est composé de 6 fournisseurs, 31 manufacturiers et 16 détaillants (voir page 17).



Photographe: Francesca Tallone

Les textiles commercialisés par les fournisseurs québécois du secteur de la mode éthique sont faits à partir de fibres naturelles biologiques, de fibres artificielles ou de matières recyclées (fibres recyclées et matières récupérées). Toutefois, les matières premières privilégiées par les manufacturiers québécois dans le secteur de la mode éthique sont les matières récupérées (64,5%) suivies par le coton biologique (48,4%). Les produits vestimentaires éthiques offerts par les manufacturiers sont principalement des vêtements prêts-à-porter (71%) destinés à une clientèle féminine (90,3%).

Par ailleurs, l'économie locale est valorisée. La très grande majorité des manufacturiers québécois (93,3%) a une partie de leur production au Québec. Tous les manufacturiers ont des points de vente québécois, principalement des boutiques de mode éthique. Également, les détaillants québécois de mode éthique sont majoritairement des boutiques indépendantes (81,3%) offrant un grand choix de produits vestimentaires éthiques québécois pour femmes. Bien que les entreprises soient considérées appartenant au secteur de la mode éthique, seulement 20% des manufacturiers québécois et 50% des détaillants québécois se positionnent éthiques. La majorité des manufacturiers québécois (46,7%) se positionne comme écologique.

Plusieurs certifications internationales existent dans le secteur de la mode éthique, mais très peu d'entreprises québécoises offrent des produits textiles éthiques certifiés. Seulement 9,7% des manufacturiers québécois détiennent une licence de certification émise par un organisme certificateur accrédité et reconnu au Canada, leur permettant d'afficher le logo d'une certification (ex. Québec Vrai et TransFair Canada) sur leurs produits vestimentaires biologiques ou équitables.

Toutefois, 12,9% des manufacturiers mentionnent que leur matière première est certifiée biologique dans la composition textile du produit (ex.: 100% coton biologique certifié SKAL) sans détenir une licence de certification. Au Québec, aucune législation n'existe actuellement concernant les certifications pour les produits textiles éthiques.



Photographe: Laura Finclay

²⁰ La confection locale est considérée comme respectueuse des salariés, car le Québec est soumis aux normes du travail régies par la CSST. Également, la confection équitable nécessite une certification garantissant le respect des normes de l'OIT (Organisation Internationale du Travail).

FAIRE ATTENTION AUX PRODUITS DITS FAITS À PARTIR DE FIBRES DE BAMBOU !

En 2009, le Bureau de la concurrence du Canada, un organisme indépendant responsable de l'administration et de l'application de la Loi sur la concurrence, de la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, de la Loi sur l'étiquetage des textiles et de la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux²¹, s'est intéressé au phénomène de *greenwashing* lié aux produits textiles faits de fibres issues du bambou. Selon le Bureau de la concurrence du Canada, la très grande majorité des produits textiles en bambou offerts sur le marché canadien est faite d'une fibre cellulosique artificielle appelée viscose de bambou et non pas de la fibre cellulosique naturelle de bambou. Bien que ces deux types de fibres soient faits à partir de pulpe de bambou, une ressource renouvelable et biodégradable, les procédés de fabrication de ces dernières diffèrent. La fibre naturelle de bambou est peignée et filée mécaniquement au même titre que le lin. Tandis que la fibre artificielle de viscose de bambou est le résultat de procédés chimiques dont certains solvants utilisés sont considérés comme toxiques. Par conséquent, les fibres de viscose de bambou et de bambou n'ont pas la même empreinte écologique.

Afin d'éviter les étiquetages et les publicités trompeuses, le Bureau de la Concurrence du Canada exige des entreprises une appellation juste concernant les textiles faits de bambou. Les noms génériques acceptés sont viscose de bambou, rayonne de bambou et bambou dépendamment des procédés de fabrication utilisés pour la réalisation de la fibre. Par exemple, le nom générique bambou est accepté uniquement lorsqu'il s'agit de véritable fibre naturelle de bambou transformée mécaniquement selon des méthodes de transformation similaires au lin.

En tant que consommateur, c'est possible de faire la différence entre un produit textile fait de fibres naturelles de bambou et un autre fait de viscose de bambou, par le toucher. En effet, la fibre naturelle de bambou est rugueuse et s'apparente aux fibres de lin et de chanvre. Tandis que la fibre de viscose de bambou est souple et soyeuse au toucher en raison de ses procédés de fabrication de type viscose.

²¹ Bureau de la Concurrence du Canada, *Directives sur l'étiquetage des articles textiles dérivés du bambou*, www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/03021.html

ET LES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS DANS TOUT ÇA ?

Sont-ils intéressés à la mode éthique ? Quelques faits saillants de l'étude...

- **Les 5 éléments de la mode éthique les plus importants à leurs yeux (par ordre d'importance)**
1/Le respect des travailleurs • 2/Le respect de l'environnement • 3/Le respect des animaux
4/L'utilisation de matières premières écologiques • 5/Un prix juste
- **Leurs principales motivations (par ordre d'importance)**
1/Souci de l'impact environnemental • 2/Appui des actions d'une entreprise ou d'une marque
3/Valorisation personnelle
- **Les principaux freins à l'achat de vêtements éthiques**
1/Le prix • 2/Le look du vêtement (pas suffisamment « fashion »)
3/Le manque d'information sur l'éthique / sur le produit
- **Les lieux privilégiés d'achat de vêtements éthiques**
1/Boutiques indépendantes 45,8 % • 2/Grands magasins ou chaînes : 26,7 %
3/Magasins de sport : 16,7 % • 4/Boutiques de designers : 10,8 %
- **Les consommateurs sont prêts à payer 17,64 % de plus pour un vêtement éthique**

ET LES GESTIONNAIRES QUÉBÉCOIS DU MILIEU DE LA MODE ?

Qu'en pensent-ils ? Quelques faits saillants de l'étude...

- **Les 5 éléments de la mode éthique les plus importants à leurs yeux (par ordre d'importance)**
1/Le respect des travailleurs • 2/Le respect de l'environnement • 3/Le respect des animaux
4/Un prix juste • 5/Une aide à la main-d'œuvre locale
- **Leurs principales motivations (par ordre d'importance)**
1/Souci de l'impact environnemental • 2/Répondre aux attentes des clients • 3/Valorisation personnelle
4/Se différencier de la concurrence • 5/Le souci du bien-être de la communauté
- **Les principaux freins de l'offre de vêtements éthiques (par ordre d'importance)**
1/Les coûts/prix • 2/La complexité de devoir utiliser des écolabels • 3/La contrainte liée à l'application des écolabels



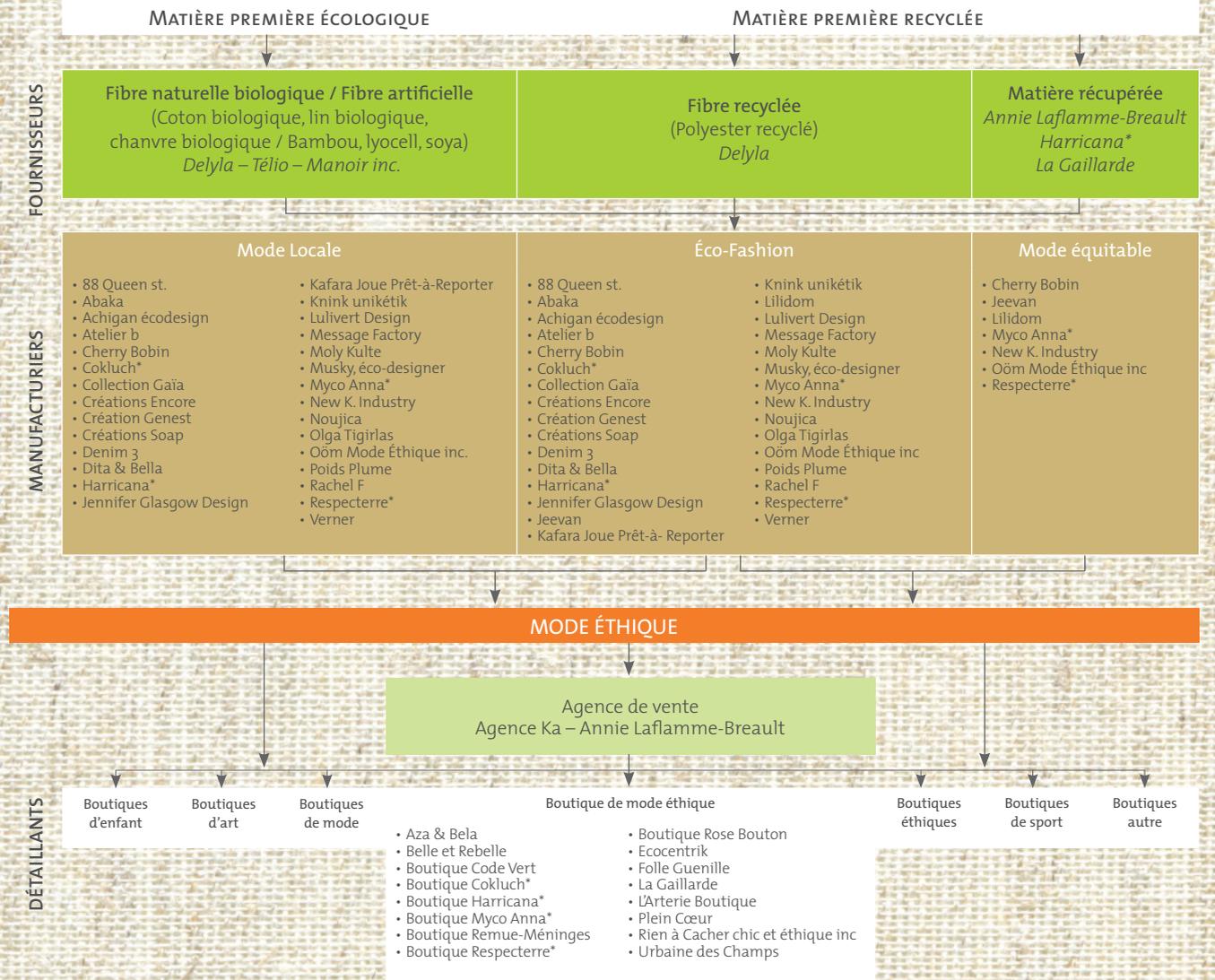
LA MODE ÉTHIQUE AU QUÉBEC

UN SECTEUR EN PLEINE ÉMERGENCE



LA VISION DE LA MODE ÉTHIQUE D'ATELIER B. (MANUFACTURIER)

Anne-Marie Laflamme: «...À partir du moment où on vend quelque chose, nous pensons que nous avons une responsabilité. Si je me fais une robe pour moi, si je la fais dans du tissu qui vient de Chine en polyester, bien c'est mon problème. Mais à partir du moment où je la vends à quelqu'un d'autre, j'ai une responsabilité. Il faut que ce que je vends soit bon: bon pour la société, bon pour l'économie locale, bon pour l'environnement... À partir du moment où on vend quelque chose, on a l'impression que pour chaque petite décision dans le processus, on doit bien faire les choses. Pour nous, chez Atelier b., bien faire les choses c'est respecter l'environnement et les humains qui participent à la création de ce produit-là.»



*Intégration verticale

SITES INTERNET D'ENTREPRISES QUÉBÉCOISES
ŒUVRANT DANS LE SECTEUR DE LA MODE ÉTHIQUE

DESIGNERS

88 Queen st. : www.88queenst.com

A

Abaka : www.abaka.ca

Achigan écodesign : www.achiganecodesign.com

Atelier b : www.atelier-b.ca

B

Bagnole : sacbagnole.blogspot.com

C

Cavale : www.facebook.com/pages/Cavale/213886468642926

Cherry Bobin : www.cherrybobin.com

Cokluch : www.cokluch.com

Collection Gaïa : www.collectiongaia.com

Création Dicha : www.creationdicha.com

Créations Encore : www.creationsencore.com

Création Genest : www.creationgenest.com

Créations Soap : www.soap-creations.com

D

Denim 3 : www.denim3.com

Dita & Bella : www.ditabella.com

F

Félix Major : felixmajor.com

H

Harricana : www.harricana.qc.ca

J

Jeevan : www.jeevanlife.com

Jennifer Glasgow Design : www.jenniferglasgowdesign.com

K

Knink unikétik : www.knink.net

L

Le Monde à l'An Vert : www.mondealanvert.com

Liam : www.collectionsliam.com

Lilidom : www.lilidom.com

M

Meemoza : www.meemoza.ca

Message Factory : www.messagefactory.ca

Metamorphose : www.creationsmetamorphose.com

Moly Kulte : www.molykultteartetmode.blogspot.com

Musky, éco-designer : www.musky-designer.com

Myco Anna : www.mycoanna.com

N

New K. Industry : www.newkindustry.com

Noujica : www.noujica.ca

O

Olga Tigirlas : www.igirlas.carbonmade.com

Oöm Mode Éthique inc. : www.oom.ca

R

Rachel F : www.rachelf.ca

Respecterre : www.respecterre.com

Ressac : www.ressac.ca

V

Veinage : www.veinage.ca

Verner : www.arianneverner.com

BOUTIQUES SPÉCIALISÉES

A

Agence Ka : www.agenceka.com

Aza & Bela : www.azaetbela.com

B

Belle et Rebelle : www.belleetrebelle.ca

Boutique 4 Elements : www.boutique4elements.wordpress.com

Boutique Code Vert : www.codevert.ca

Boutique Remue-Méninges : www.remue-meningescreationquebec.blogspot.com

Boutique Rose Bouton : www.boutiquerose.blogspot.com

E

Ecocentrik : www.ecocentrikapparel.com

Ethik BCG : www.ethik-bgc.ca

F

Folle Guenille : www.folleguenille.com

L

L'Arterie Boutique : www.arterieboutique.blogspot.com

La Gaillarde : www.friperielagaillarde.com

R

Rien à Cacher chic et éthique inc. : www.rienacacher.com

FOURNISSEURS TEXTILES

D

Delyla : www.delyla.com

M

Manoir : www.manoir-inc.com

T

Télio : www.telio.com