



RAPPORT SUR LES TENDANCES ET ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE SECTEUR DE LA MODE ET DE L'HABILLEMENT AU QUÉBEC

mmode
grappe métropolitaine de mode



Raymond Chabot
Grant Thornton

Commission
des partenaires
du marché du travail


Québec 

TABLE DES MATIÈRES

	MOT DE LA COMMISSION DES PARTENAIRES DU MARCHÉ DU TRAVAIL	4
	MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL	5
1	MISE EN CONTEXTE	6
	Contexte	6
	Objectifs	6
	Focus sur les compétences éthiques et environnementales	7
	Terminologie	8
2	ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE SECTEUR DE LA MODE ET DE L’HABILLEMENT	9
	Mouvement mondial	9
	Développement durable	10
	Émissions de GES	12
	Biodiversité	18
	Économie circulaire	21
	Transparence	30
3	NORMES ET AVANTAGES STRATÉGIQUES	34
	Bénéfices et avantages des normes et certifications	35
	Catalogue de cadres, normes et certifications	36
	Avantages stratégiques	39
4	L’ÉTAT DES PRATIQUES RESPONSABLES DANS LE SECTEUR DE LA MODE AU QUÉBEC	43
	Perception des pratiques responsables dans le secteur de la mode	43
	Démarche de DD	44
	Initiatives et actions de DD	49
	Main-d’œuvre	51
5	ATTENTES DES ÉTUDIANTS	54
6	CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS	61
	ANNEXES	64
	Références	64
	Analyses et résultats supplémentaires des sondages - Entreprises	66
	Analyses et résultats supplémentaires - Étudiants	68

COORDINATION

Marine Savard
Coordonnatrice des Chantiers main-d'oeuvre, exportations et innovation, mmode

Louis Arsenault
Consultant Chantiers main-d'oeuvre et En Mode Croissance, mmode

RECHERCHE, ANALYSE ET RÉDACTION

Jean-Philippe Brosseau
Directeur principal - Conseil en management, Raymond Chabot Grant Thornton

Ariane Michaud
Conseillère - Conseil en management, Raymond Chabot Grant Thornton

ÉQUIPE GRAPPE MÉTROPOLITAINE DE LA MODE

Mathieu St-Arnaud Lavoie
Directeur général, mmode

Jhan Boyer Gignac
Directrice des communications, du contenu et du Chantier image, mmode

Chloé Thibeault
Coordonnatrice aux événements, mmode

Camille Thomas
Consultante Chantiers main-d'oeuvre et innovation, mmode

Sara-Jade Allard-Théberge
Assistante aux communications, mmode

Isadora Roy-Campeau
Adjointe à la coordination des événements, mmode

CONCEPTION GRAPHIQUE

Markantoine Lynch-Boisvert



Parallèlement à ce rapport, un **Guide de pratiques responsables pour les entreprises de mode et d'habillement** a été développé afin d'accompagner celles-ci dans leur démarche de développement durable. Ce guide peut-être téléchargé facilement en utilisant ce code QR.

MOT DE LA COMMISSION DES PARTENAIRES DU MARCHÉ DU TRAVAIL

Les pratiques durables et responsables de production et de consommation au sein du secteur de la mode auront une influence grandissante au cours des prochaines années sur notre écosystème. Les entreprises québécoises doivent s'adapter en conséquence et répondre aux attentes de leurs employés et des consommateurs. C'est dans ce contexte et dans le but de mieux définir les standards et les compétences à développer en matière d'éthique et d'environnement pour l'industrie de la mode au Québec que la présente étude sur la sensibilité environnementale et éthique comme stratégie d'attraction de la main-d'œuvre dans le secteur de la mode, du vêtement et du textile au Québec a été réalisée.

C'est avec plaisir que je vous présente le fruit de cette étude. Ce rapport, ainsi que son guide pratique qui l'accompagne, permettront aux acteurs du secteur de la mode de mieux comprendre la réputation du secteur en matière d'écoresponsabilité, de les sensibiliser et les conscientiser aux enjeux environnementaux et recommander des pratiques écoresponsables afin de mieux les outiller dans leur transition verte, saine et pérenne.

Plusieurs enjeux justifient la réalisation d'une telle étude stratégique pour l'industrie :

- la volonté d'entamer une démarche de développement durable afin de réduire l'impact environnemental et social de l'écosystème de la mode;
- le besoin de valoriser les pratiques responsables et le développement des compétences des gestionnaires et du personnel dans ce domaine.

Je salue particulièrement le caractère innovant de cette initiative de l'industrie de la mode, laquelle constitue un moteur important pour la diversité des secteurs économiques du Québec.

La CPMT est fière d'avoir appuyé la présente étude et continuera d'apporter son appui à la Grappe métropolitaine de la mode et ses partenaires pour mettre en œuvre des gestes concrets identifiés comme pistes de solution notamment pour relever les défis de la main-d'œuvre et réussir la transition vers une économie plus verte.

JEAN LORTIE,

président du Conseil emploi métropole et président de la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT)

MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

DE LA GRAPPE MMODE

La Grappe métropolitaine de la mode a le mandat de mobiliser l'ensemble de l'écosystème mode et habillement. Parmi cet écosystème, nous pouvons notamment compter sur des entreprises, des institutions d'enseignements, des associations sectorielles, des comités sectoriels de main-d'œuvre et des partenaires publics.

Cette étude sur la sensibilité éthique et environnementale comme stratégie d'attraction de talent deviendra sans l'ombre d'un doute le document de référence pour prendre connaissance de l'état de la situation éthique et environnementale de l'écosystème mode et habillement tout en outillant nos membres pour faire face aux nombreux enjeux reliés au recrutement, à l'attractivité du secteur, à la valorisation des carrières et à la rétention du personnel.

Réalisé dans le cadre de nos actions du Chantier Main-d'œuvre et supporté par la Commission des partenaires du marché du travail, notre équipe a débuté ce projet en janvier 2023. Trois livrables sont associés à cette étude d'envergure. Tout d'abord, les prochaines pages présenteront un rapport des enjeux et tendances de développement durable dans le secteur de la mode et de l'habillement et la situation actuelle au Québec. Également disponible, un guide d'accompagnement et de bonnes pratiques destiné aux gestionnaires des entreprises de mode et d'habillement a été réalisé. Enfin, 40 portraits d'entreprises québécoises présentant des pratiques éthiques et environnementales ont été mis en lumière sur les nombreuses plateformes numériques de mmode.

J'aimerais souligner l'importante contribution de notre population étudiante dans la réalisation de cette étude. En effet, plus de 350 étudiants de nos écoles de mode et de commerce ont répondu à notre sondage permettant de colliger des données importantes menant à la réalisation de ce rapport. Je salue la volonté de la prochaine génération de travailleurs d'être des acteurs menant vers une transition verte et saine de notre industrie.

Je tiens également à souligner l'engagement des 78 partenaires qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de cette étude. Je félicite également l'équipe de Raymond Chabot Grant Thornton, menée par Jean-Philippe Brosseau, pour leur grande collaboration. Merci également à la Commission des partenaires du marché du travail pour son appui en lien avec cette étude, mais également pour le support qu'elle apporte à notre écosystème mode et habillement. J'espère que plusieurs autres projets porteurs comme celui-ci suivront au cours des prochaines années afin de développer de multiples savoirs sur la transition écologique.

Permettez-moi enfin de saluer le travail de ma collègue Marine Savard ainsi que nos consultants Camille Thomas et Louis Arsenault pour leur travail exceptionnel tant pour cette étude que pour l'évolution du Chantier Main-d'œuvre de la Grappe mmode.

Je souhaite vivement que cette étude vous amène à réfléchir sur l'impact environnemental de vos organisations respectives et vous encourage à initier ou continuer votre transition verte. Que ce soit en adoptant des pratiques éthiques, en réduisant l'empreinte carbone, en faisant des choix éclairés dans l'approvisionnement de nos matières ou en améliorant la transparence dans la chaîne d'approvisionnement, nous devons tous avoir une volonté de mettre de l'avant des projets mobilisateurs qui auront un impact positif sur la situation environnementale et par le fait même, un impact positif sur l'image de notre secteur.

MATHIEU ST-ARNAUD LAVOIE,
Directeur général de la Grappe mmode

MISE EN CONTEXTE

CONTEXTE

Parmi les enjeux ayant un impact sur le Québec et son économie, deux ressortent du lot: la rareté de main-d'œuvre et l'urgence climatique. Ceux-ci ont des effets sur l'ensemble des entreprises québécoises. L'écosystème de la mode au Québec n'échappe pas à cette tendance comme l'a fait ressortir le diagnostic des besoins de main-d'œuvre 2.0 de mmode, effectué en collaboration avec RCGT en 2021. Les entreprises de l'ensemble de la chaîne de valeur connaissent en effet des difficultés à combler leurs emplois vacants allant jusqu'à devoir ralentir leurs opérations potentielles et recourir à du recrutement international. Du côté du développement durable, l'industrie de la mode a pris conscience de son impact environnemental et éthique, ainsi que de l'importance d'instaurer des pratiques plus responsables. En effet, si aucune mesure n'est prise, les émissions de gaz à effet de serre (GES) mondiales du secteur de la mode devraient augmenter de 23 % selon McKinsey à 50 % selon la Banque Mondiale d'ici 2030.

Ces deux enjeux peuvent être abordés simultanément. Les nouvelles générations sont de plus en plus sensibilisées aux pratiques responsables de leurs employeurs, mais également dans le choix des produits qu'ils consomment. Une intégration par les entreprises de ce type de pratiques permet non seulement de créer un avantage concurrentiel auprès des clients du secteur de la mode du Québec, mais également auprès des nouveaux et potentiels diplômés. Bien que la majorité des acteurs du secteur soient sensibilisés aux enjeux durables et éthiques, les entreprises manquent de ressources et d'outils pour les aborder. Un accompagnement et une intégration de ce type de pratiques présentent une opportunité d'envergure pour créer un facteur d'attraction de main-d'œuvre.

OBJECTIFS

Les pratiques durables et responsables de production et de consommation au sein du secteur de la mode auront une influence grandissante au cours des prochaines années. Les entreprises québécoises doivent s'adapter en conséquence et répondre aux attentes de leurs employés et des consommateurs.

C'est dans ce contexte que mmode a mandaté RCGT pour la réalisation d'une étude indépendante.

Plus précisément, les objectifs poursuivis de l'étude sont :

- 1 Analyser et comprendre la réputation du secteur de la mode en matière d'écoresponsabilité;**
- 2 Sensibiliser et conscientiser les entreprises du secteur de la mode aux enjeux environnementaux et recommander des pratiques écoresponsables;**
- 3 Outiller les acteurs du secteur de la mode pour leur permettre une transition verte, saine et pérenne.**

UNE ÉTUDE DONNANT FRUIT À UN RAPPORT DES TENDANCES DE L'INDUSTRIE ET ÉTAT DE LA SITUATION AU QUÉBEC ET UN GUIDE POUR LES ENTREPRISES

I. Le rapport des enjeux et tendances de développement durable dans le secteur de la mode et de l'habillement et la situation actuelle au Québec

Ce document même comprend le recensement et la revue de littérature des enjeux et tendances de développement durable. Ce rapport comprend également le résultat des sondages aux entreprises et étudiants ainsi que les groupes de discussion effectués. Ceux-ci ont permis d'identifier la situation actuelle au Québec ainsi que leurs visions et attentes sur le sujet.

II. Le guide d'accompagnement et de bonnes pratiques pour les entreprises de mode et d'habillement

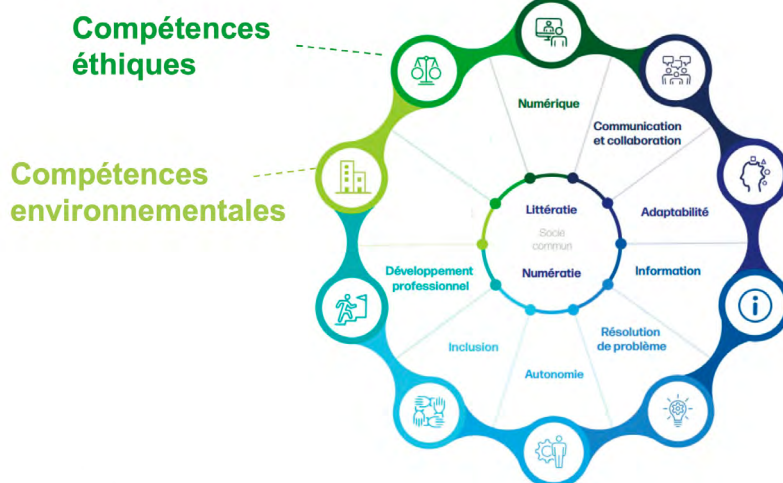
Le guide est un document contenant des recommandations de pratiques responsables selon le niveau d'avancement dans la démarche de développement durable et l'étape de chaîne de valeur. Ce document sert également de boîte à outils pour les entreprises de mode et d'habillement et comprend les ressources et informations nécessaires pour accompagner les entreprises.

FOCUS SUR LES COMPÉTENCES ÉTHIQUES ET ENVIRONNEMENTALES

La Commission des partenaires du marché du travail (CPMT) a publié en 2021 son référentiel québécois des compétences du futur en vue de se préparer à un marché du travail en transformation. Le secteur de la mode et de l'habillement ne fait pas exception à ces compétences requises.

Cette étude met l'accent sur les compétences environnementales et éthiques, deux groupes de compétences nécessaires pour résoudre les enjeux de développement durable que le milieu de la mode rencontre.

Les 10 compétences et le socle du Référentiel québécois des compétences du futur



Sources : CPMT, Analyse RCGT

Description des compétences du futur, nécessaires dès aujourd'hui :

Respecter et agir pour l'environnement

« Respecter l'environnement, c'est acquérir les attitudes nécessaires pour comprendre son impact et celui de son entreprise, voire de la société en général, sur l'environnement et le développement durable. C'est aussi être en mesure de poser des gestes concrets dans sa vie professionnelle et personnelle. »

Agir de façon éthique

« Agir de façon éthique, c'est développer un sens de l'équité afin de faire preuve de justice et d'impartialité. C'est aussi savoir agir en reconnaissant les droits de chaque personne. C'est enfin respecter les normes et les règlements et agir en conformité avec les comportements Attendus. »

QUELQUES TERMES POUR APPUYER CETTE ÉTUDE SUR DES BASES COMMUNES

Développement durable	Développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Le développement durable s'appuie sur une vision à long terme qui prend en compte le caractère indissociable des dimensions environnementale, sociale et économique des activités de développement. Cette définition est la reprise intégrale du texte de la Loi sur le développement durable adoptée par le gouvernement du Québec (article 2 de la Loi sur le développement durable (RLRQ, chapitre D-8.1.1)).
ESG	L'acronyme ESG désigne les facteurs «environnementaux, sociaux et de gouvernance» en entreprise. Ils servent à évaluer la performance opérationnelle d'une entreprise en ce qui a trait à son impact social et environnemental.
Gaz à effet de serre (GES)	Gaz présent dans l'atmosphère (vapeur d'eau, le dioxyde de carbone, l'oxyde nitreux, le méthane et l'ozone) qui contribuent au réchauffement planétaire par leur concentration accrue dans l'atmosphère.
Norme	Ensemble de règles fonctionnelles ou de prescriptions techniques relatives à des produits, à des activités ou à leurs résultats, établies par consensus de spécialistes et consignées dans un document produit par une autorité légitime.
Pratique responsable	Une pratique ou une mesure responsable tient compte de principes de respect à long terme de l'environnement physique, social et économique. Le concept de « responsable » touche aux trois dimensions du développement durable (environnement, société et économie), le préfixe éco- du terme « écoresponsable » formé à partir de l'adjectif écologique, a un sens restreint et concerne davantage la dimension de l'environnement naturel.
Secteur de la mode et de l'habillement	Écosystème économique comprenant la fabrication, le transport, la commercialisation et la consommation d'articles de mode, de textiles, de cuir, de fourrure et d'habillement. On compte parmi ces articles tout produit lié à l'habillement tel que les chaussures, les chapeaux, gants, habillements de travail, accessoires de mode, etc.
Écoblanchiment (greenwashing)	Opération de relations publiques menée par une organisation, une entreprise pour masquer ses activités polluantes et tenter de présenter un caractère écoresponsable.
Écomutisme (greenhushing)	Comportement d'une organisation faisant le choix délibéré de ne pas divulguer ses pratiques en matière de développement durable. Ce choix peut être effectué pour éviter des accusations d'écoblanchiment ou l'obligation de rendre des comptes sur ses objectifs, notamment ceux en lien avec les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance.

Un lexique complet des termes de développement durable a été développé par l'Office québécois de la langue française

Sources : Office de la langue française, BDC, Analyse RCGT



ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE SECTEUR DE LA MODE ET DE L'HABILLEMENT

LA MISE EN PLACE DE PRATIQUES RESPONSABLES DANS LE SECTEUR DE LA MODE S'INSCRIT DANS UN MOUVEMENT MONDIAL

Dans le cadre de la lutte aux changements climatiques, la coopération internationale et les traités internationaux encadrent les actions et la vision à l'échelle internationale. L'Accord de Paris, dont le Canada est signataire, prévoit que l'action climatique est urgente pour atteindre l'objectif de maintenir le réchauffement climatique en dessous de la barre de 1,5 °C. L'écosystème de la mode a un rôle central à jouer pour l'atteinte de cet objectif ainsi que dans le respect des objectifs de développement durable des Nations Unies.

C'est pourquoi plusieurs organisations et entreprises du milieu de la mode se sont réunies pour créer la Charte de l'industrie de la mode pour l'action climatique lors de la COP24 en Pologne en 2018. Sous la tutelle des Nations Unies, les signataires collaborent pour identifier les initiatives du milieu du textile, du vêtement et de la mode qui s'alignent avec une vision de carboneutralité d'ici 2050. En 2020, le regroupement a publié un guide pour les entreprises de la mode sur les bonnes pratiques.

En mars 2023, un compte rendu des travaux effectués par la Charte a été publié. En tout, 99 firmes, dont 31 manufacturiers, sont actuellement signataires et entreprennent des actions directes de transparence et de réduction des émissions de GES. À l'aide de standards établis par une OBNL externe, les signataires sont audités régulièrement. Deux axes d'action principaux ont été identifiés:

1. Outiller l'organisation (en intégrant le développement durable dans les priorités de l'entreprise ainsi que dans les normes et processus d'approvisionnement)

2. Engager ses fournisseurs (en les informant et en créant des collaborations pour créer un écosystème durable, les influençant à entreprendre des actions climatiques, etc.)



Objectifs de développement durable

Les objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies sont un ensemble de 17 objectifs(1) adoptés par les Nations unies pour mettre fin à la pauvreté, protéger la planète et assurer la paix et la prospérité pour tous. L'objectif 12 est axé sur la consommation et la production durable, ce qui inclut la mode durable.

Qu'est-ce qu'est une pratique responsable?

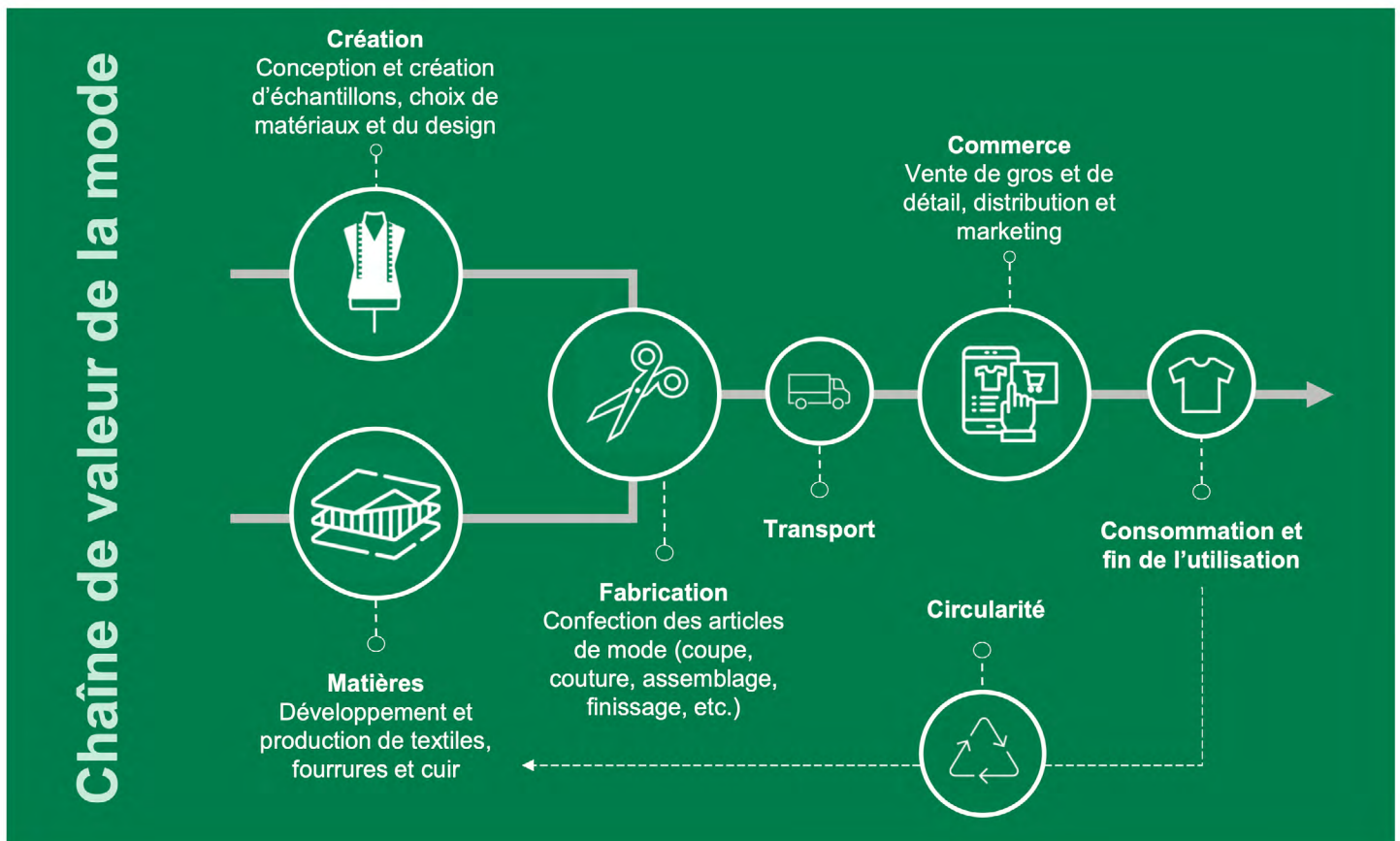
Il s'agit d'une activité qui tient compte de principes de respect à long terme de l'environnement physique, social et économique. Elle s'aligne dans une vision de développement durable et ses trois axes qui sont le développement économique, l'équité sociale et la protection environnementale. Elle peut couvrir des mesures qui réduisent les émissions de GES, préservent la biodiversité, favorisent une utilisation responsable des ressources, respectent les conditions des travailleurs, etc.

Sources : Nations Unies, UNFCC, Charte de l'industrie de la mode pour l'action climatique, analyse RCGT

(1) 17 objectifs de DD : Pas de pauvreté, Faim « Zéro », Bonne santé et bien-être, Éducation de qualité, Égalité entre les sexes, Eau propre et assainissement, Énergie propre et d'un coût abordable, Travail décent et croissance économique, Industrie, innovation et infrastructure, Inégalités réduites, Villes et communautés durables, Consommation et production responsables, Lutte contre les changements climatiques, Vie aquatique, Vie terrestre, Paix, justice et institutions efficaces, Partenariats pour la réalisation des objectifs

DÉVELOPPEMENT DURABLE

LA CHAÎNE DE VALEUR DE LA MODE ET DE L'HABILLEMENT COMPREND PLUSIEURS ÉTAPES ET ACTEURS IMPLIQUÉS



Quatre enjeux de développement durable

sont identifiés dans le cadre de cette étude comme prioritaires dans le milieu de la mode. Une revue exhaustive de la littérature a été exécutée à ce sujet et ont permis d'identifier ceux-ci comme les enjeux majeurs du secteur. Ces quatre enjeux présentent des opportunités d'envergure pour les entreprises québécoises pour innover, répondre aux préférences des consommateurs et travailleurs et assurer un positionnement stratégique pour le long terme.

1 La réduction des émissions de GES

2 Des pratiques moins néfastes pour la biodiversité

3 L'évolution vers une économie plus circulaire

4 Davantage de transparence dans la chaîne de valeur pour améliorer les conditions de travail et la traçabilité



ÉMISSIONS DE GES

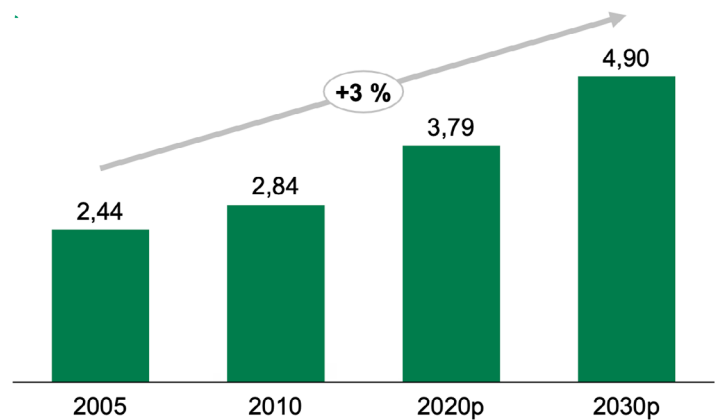
LE SECTEUR DE LA MODE EST L'UNE DES INDUSTRIES ÉMETTANT LE PLUS DE GES ET LA TENDANCE DES ÉMISSIONS EST À LA HAUSSE

Le secteur de la mode représente 2 à 8 % des émissions globales de gaz à effet de serre (GES) selon la source et la méthodologie. La fabrication, le transport et la consommation d'articles de mode sont avides en ressources énergétiques et de matériaux. Son empreinte environnementale est importante et a connu une augmentation au courant des dernières années.

Évolution des émissions de FES pour la production de vêtements et de chaussures

Monde, 2005 à 2030p, en gigatonnes de CO₂eq par année

2 à 8% des émissions mondiales de GES*



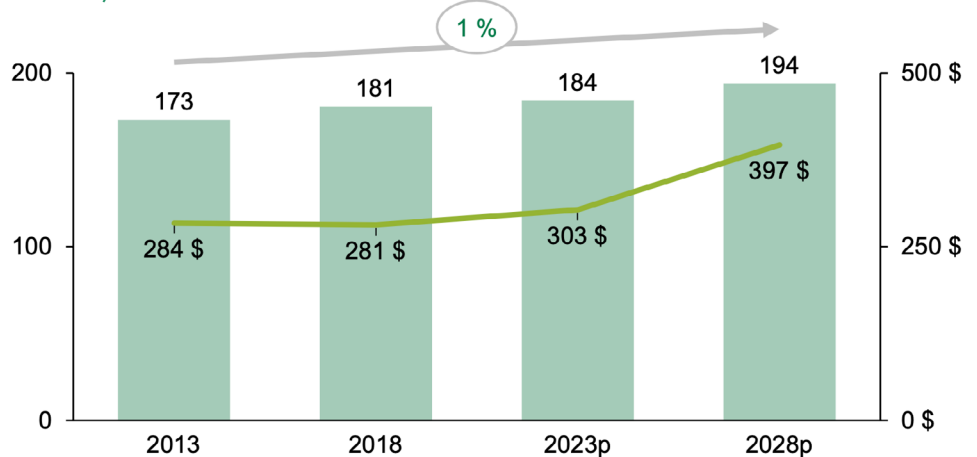
La consommation croissante d'articles de mode à travers le monde est l'une des raisons principales de la hausse des émissions totales de GES de l'industrie. En effet, 173 milliards de vêtements ont été achetés en 2013 et ce nombre devrait atteindre 194 milliards d'ici 2028, soit une augmentation de 1 % en moyenne par année. Certaines estimations suggèrent même que le nombre de vêtements produits aurait doublé entre 2000 et 2022.

Évolution du nombre d'articles de vêtements achetés et des dépenses annuelles per capita en vêtements et en chaussures

Monde, 2013 à 2028p, en milliards d'articles de vêtement et en \$ per capita par année

Nombre d'articles de vêtement achetés (en milliards)

Dépenses annuelles per capita en vêtements et chaussures



*Selon la source, l'estimation varie. Cette fourchette est proposée par les Nations Unies. La Banque Mondiale estime même cette part à 10 %. Sources : Quantis – Measuring Fashion, UN Alliance for Sustainable Fashion, Statista, analyse RCGT

LA FABRICATION D'ARTICLES DE MODE COMPTE POUR PRÈS DES DEUX TIERS DES ÉMISSIONS DE GES DU SECTEUR

L'empreinte carbone du secteur de la mode est particulièrement élevée en raison de l'utilisation intensive d'énergie lors de la production.

L'étape de fabrication représente en moyenne 71 % des émissions totales de GES d'un article de vêtement et de chaussures. Cette part peut varier fortement d'un article à l'autre et selon le choix des matériaux et du processus de production tel que la provenance énergétique. Toutefois, cette part est une moyenne et représente la majeure partie des émissions.

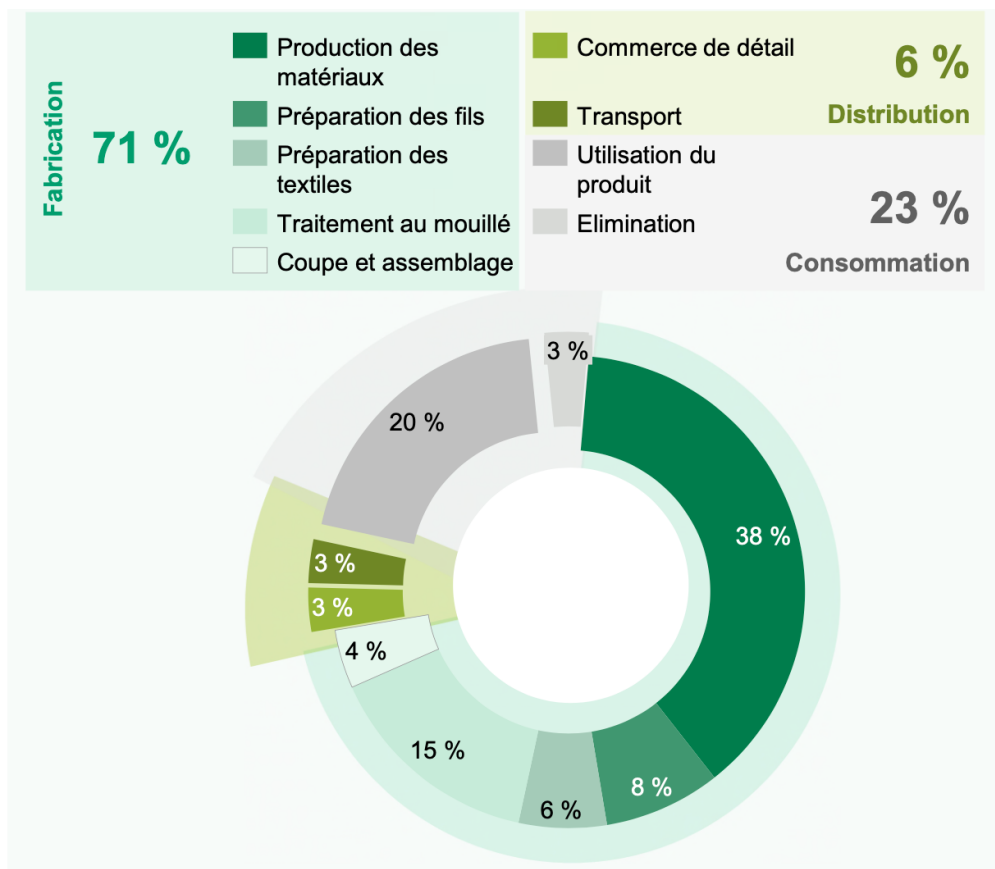
La distribution, soit le transport, les emballages et les opérations de vente de l'article, représente en moyenne 6 % des émissions de GES.

Puis, l'utilisation de l'article de vêtement ou de la chaussure génère également des émissions. Le lavage d'articles et leur séchage sont particulièrement énergivores. L'élimination des articles comprenant le recyclage ou simplement leur enfouissement ou incinération représente 3 % des émissions.

Il est pertinent de rappeler que ces étapes de la chaîne de valeur génèrent également d'autres impacts environnementaux que les émissions de GES.

Distribution des émissions de GES selon l'étape de la chaîne de valeur des articles de vêtements et de chaussures

Monde, 2018, en % de la production de vêtements et de chaussures



Sources : McKinsey Fashion on Climate, analyse RCGT

IDENTIFIER L'EMPREINTE CARBONE DE SA CHAÎNE DE VALEUR FAVORISE UNE APPROCHE CIBLÉE

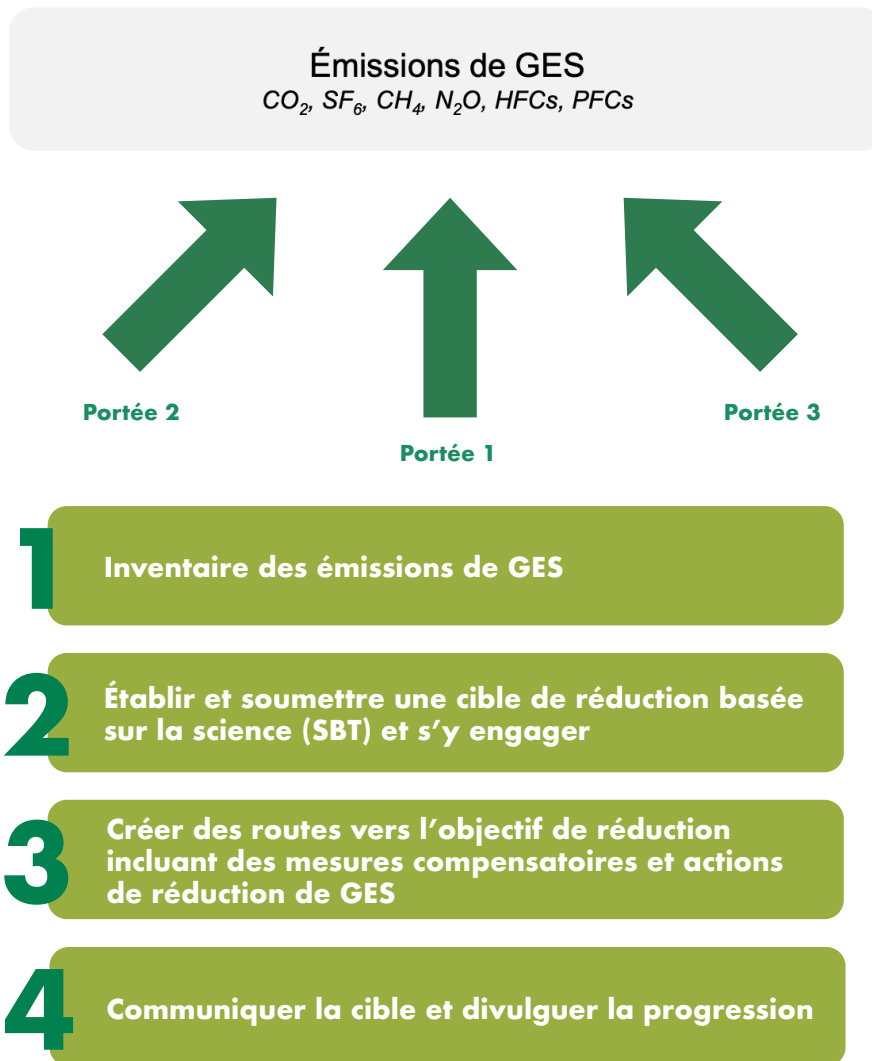
Pour évaluer les quantités d'émissions de GES et l'empreinte environnementale d'une entreprise il existe le standard de comptabilisation des émissions qui s'appuie sur trois portées. La portée 1 se mesure par l'ensemble des GES directement lié aux activités de l'entreprise. La portée 2 se mesure par l'électricité et l'énergie achetée. La portée 3 se mesure par l'ensemble des émissions indirectes.

Une fois l'inventaire de GES établi, les Science Based Targets (SBT) permettent de guider les entreprises dans la mise en place d'objectifs de réductions de GES et le tout, aligné avec les objectifs de l'Accord de Paris.

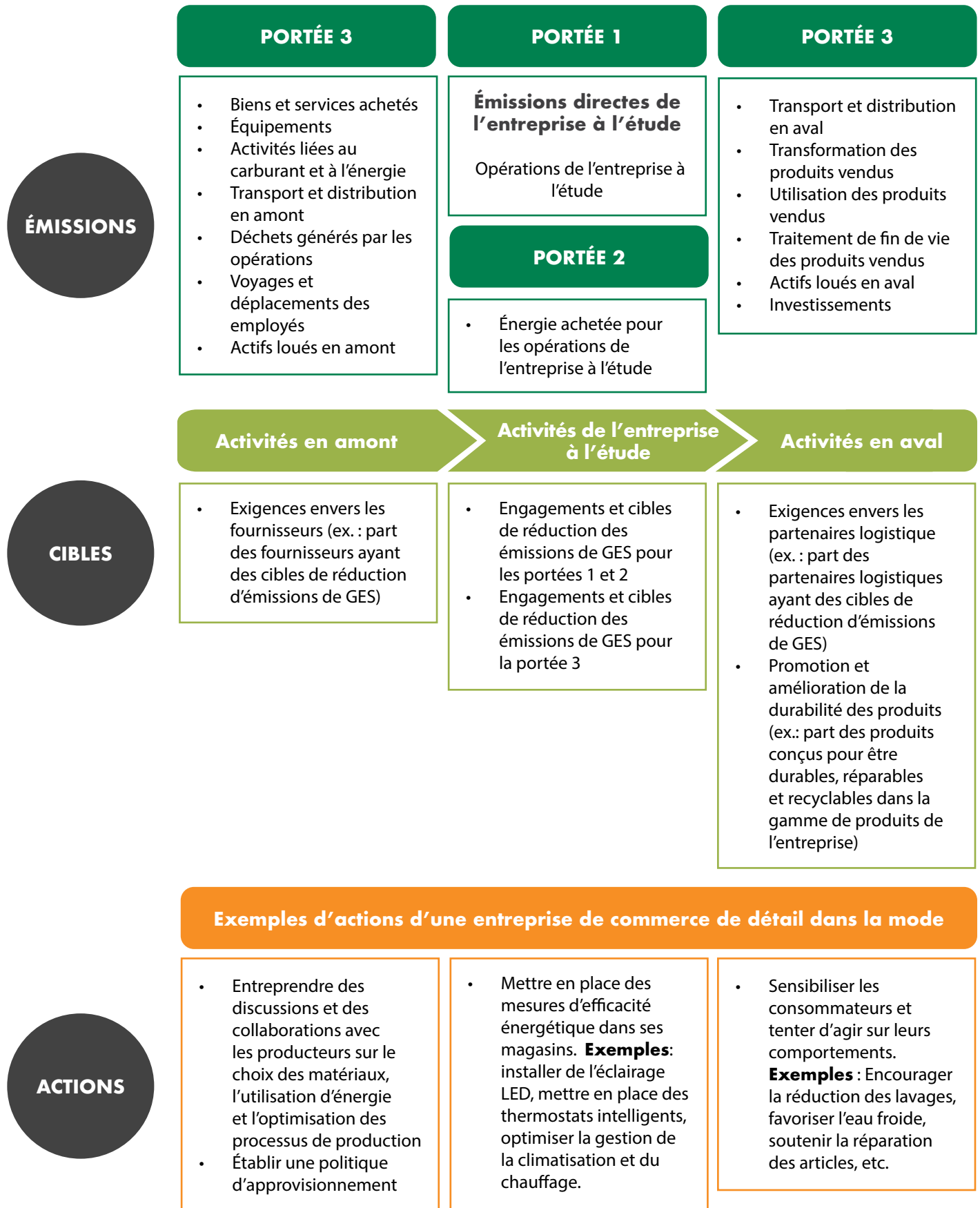
Dans le domaine de la mode et de l'habillement, ceci peut se traduire par une réduction proportionnelle des GES pour chaque portée et chaque élément de la chaîne de valeur.

Exemple de SBT

Levi Strauss & Co. s'engage à réduire les émissions absolues de GES de portée 1 et 2 de 90 % d'ici 2025 par rapport à l'année de référence 2016. Levi Strauss & Co. s'engage également à réduire les émissions absolues de portée 3 provenant des biens et services achetés de 40 % d'ici à 2025 par rapport à l'année de référence 2016.



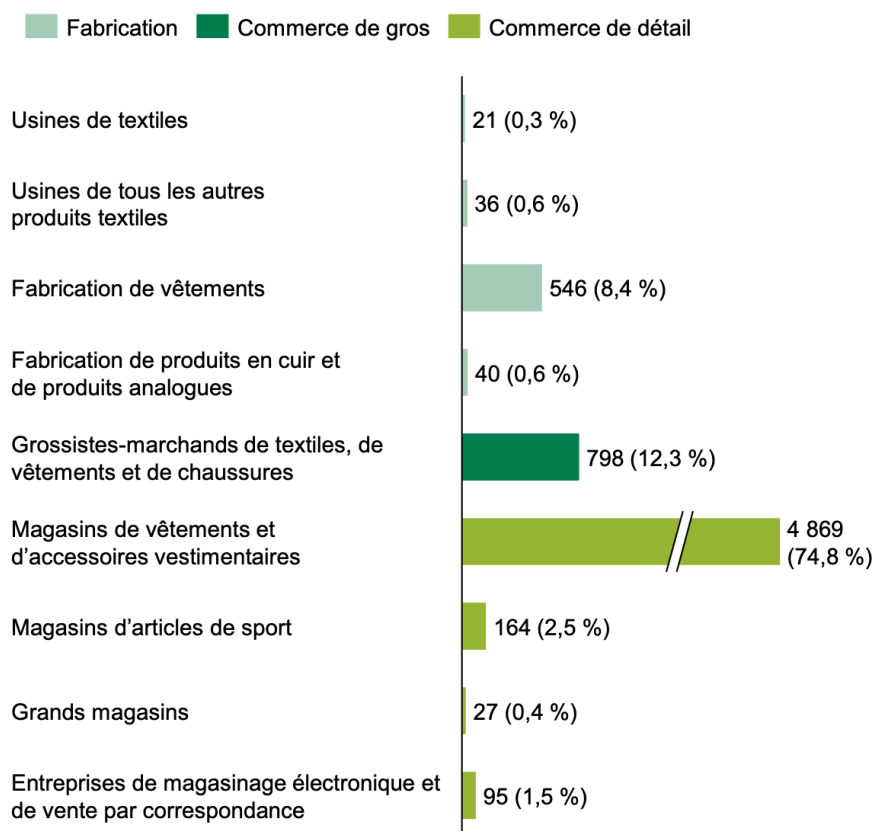
Pour s'aligner avec les engagements de l'Accord de Paris de réduire les émissions de GES, les entreprises de la mode s'engagent dans ce sens en identifiant des cibles de réduction d'émissions. Les Science-Based Targets (SBT) offrent un cadre scientifique et une trajectoire d'action selon le positionnement dans la chaîne de valeur.



LES TROIS QUARTS DES ENTREPRISES DU MILIEU DE LA MODE AU QUÉBEC OPÈRENT PRINCIPALEMENT DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

Distribution des entreprises du noyau de la mode selon le sous-secteur

Québec, 2022, en nombre d'entreprises, en pourcentage du nombre total d'entreprise de mode



Sur les 6 596 entreprises du noyau du secteur de la mode, 5 155 entreprises sont dans le commerce de détail.

Bien que cette étape ne représente que 6 % des émissions de GES selon McKinsey, une partie des opérations, de la gestion, des choix stratégiques et de l'approvisionnement des entreprises de la mode québécoise s'effectuent au Québec.

Ainsi, les entreprises québécoises du milieu de la mode dans le commerce de détail peuvent agir sur trois dimensions :

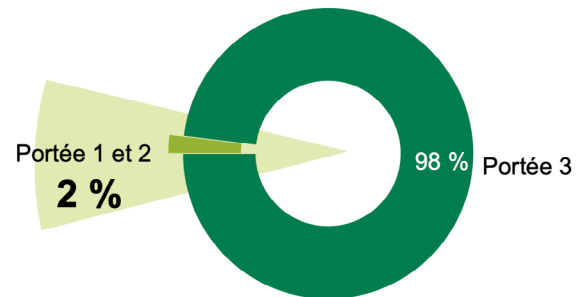
1. Les décisions stratégiques, de fabrication et d'approvisionnement auprès de leurs fournisseurs fabriquant les articles de mode (**activités en amont – portée 3**)
2. Agir sur leurs opérations même dans le commerce de détail (**activités de l'entreprise à l'étude – portée 1 et 2**)
3. Sensibiliser et collaborer avec les consommateurs sur leur impact lors de l'achat ainsi que durant et après leur utilisation de l'article (**activités en aval – portée 3**)

Les entreprises de fabrication quant à elles peuvent agir sur leurs étapes de production même dans la réduction des émissions de GES.

LES ÉMISSIONS DE GES D'UN DÉTAILLANT SONT PRINCIPALEMENT GÉNÉRÉES EN AMONT ET EN AVANT DE LEURS OPÉRATIONS

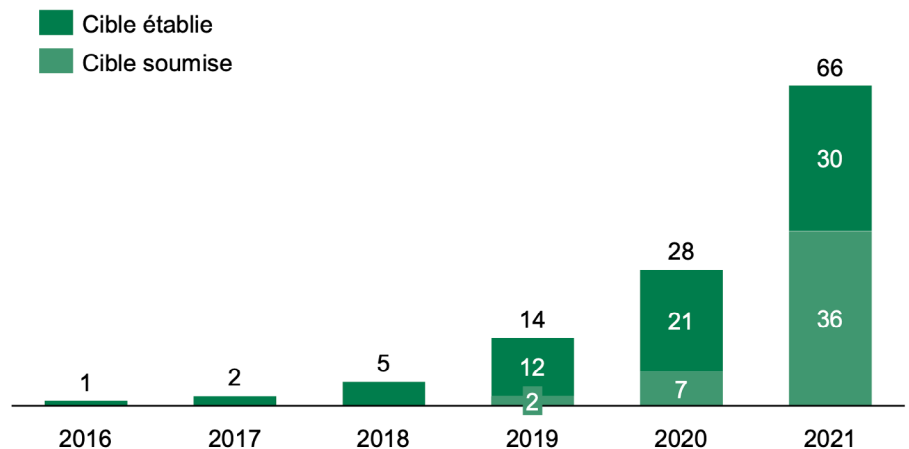
Les émissions de GES directement générées par les opérations des commerces de détail (portée 1 et 2) s'élèvent uniquement à 2 % des émissions générales. La grande majorité de ces émissions sont de portée 3. Certaines actions peuvent être entreprises pour réduire les émissions de portée 1 et 2, comme l'utilisation de systèmes de chauffage et de climatisation efficaces ou de LED au sein des magasins ou le choix de modes de livraison et de transport propres (véhicules électriques ou livraisons à vélo). Cependant, la majorité des actions doivent être orientées sur les émissions de portée 3 (pour atteindre une cible SBT par exemple). Le choix des fournisseurs ainsi que la sensibilisation des acteurs de la chaîne de valeur sont deux actions directes que les commerçants peuvent entreprendre pour réduire leur empreinte. Embaucher des personnes qualifiées ou former les employés existants pour entreprendre ce processus ou cette transition est nécessaire.

Distribution des émissions de GES des commerces de détail de vêtements selon la portée monde, 2022, en % du total de GES émis par le commerce



Évolution des entreprises de détail dans le commerce de détail avec des objectifs SBT

Monde, 2016 à 2021, en nombre d'entreprises



Le nombre d'entreprises internationales dans le commerce de détail ayant établi une cible SBT est passé d'une seule en 2016 à 30 en 2021. Cette même année, on compte 36 détaillants internationaux qui ont soumis une cible SBT qui a été approuvée. Les engagements de réduire les émissions de GES sont à la hausse parmi les entreprises du commerce de détail.

DES ACTIONS DE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE GES PEUVENT ÊTRE MISES EN PLACE SELON L'ÉTAPE DE LA CHAÎNE DE VALEUR DE L'ENTREPRISE DE MODE

La diversité des opérations et du positionnement dans la chaîne de valeur du secteur de la mode ne permet pas d'identifier de solution unique pour réduire les émissions de GES. Certaines auront des impacts plus importants sur la baisse des émissions. À titre d'exemple, une optimisation énergétique et une transition vers des énergies plus propres permettraient de réduire de 63 % les émissions de GES du milieu de la mode dans le monde.

Global Climate Action
United Nations Climate Change

Guide pour conduire l'action climatique de la Charte de l'industrie de la mode

Publié en 2020, le guide est une source précieuse d'initiatives et de programmes qui pourraient aider les entreprises à entreprendre les démarches de décarbonation.

EXEMPLES D' ACTIONS ET DE LEVIERS PERMETTANT DE RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GES

Fabrication

- Décarboner la production en optimisant l'énergie employée et opter pour des sources d'énergie verte
- Réduire les déchets lors de la fabrication
- Opter pour des crédits carbone
- Employer des matériaux recyclés
- Favoriser l'utilisation de matériaux à faible empreinte environnementale
- Produire avec une approche de circuit court

Transport

- Optimiser le transport de marchandises et le transport à l'aide de modes de transport verts
- Utiliser des matériaux d'emballage responsables et réduire les emballages

Commerce de détail

- Réduire les retours d'articles
- Limiter les collections et la surproduction
- Décarboner les opérations des commerces
- Instaurer des services de réparation
- Promouvoir des modèles d'affaires de location d'articles de mode
- Soutenir la vente de seconde main
- Vendre des articles recyclés ou réparés

Consommation

- Réduire la fréquence de lavages et de séchages
- Favoriser la réparation
- Augmenter le recyclage et optimiser l'économie circulaire

Source : analyse RCGT

BIODIVERSITÉ

L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE LA MODE VA AU-DELÀ DES ÉMISSIONS DE GES

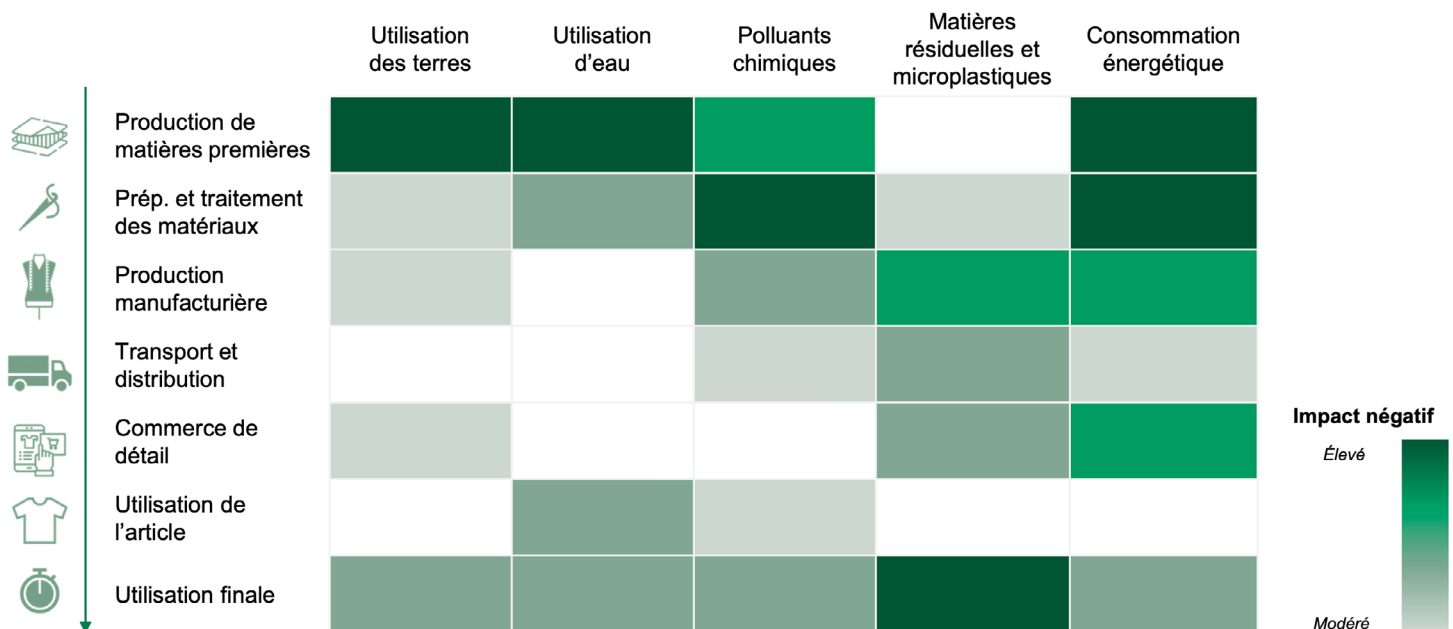
L'utilisation intensive des terres et de l'eau pour la production des matières premières, ou encore l'utilisation de produits chimiques pour le traitement des matériaux créent également des impacts environnementaux.

Deux éléments seront abordés aux pages suivantes et permettront de dresser des actions potentielles ainsi que les compétences nécessaires afin d'exécuter celles-ci.

1. Gestion des matières résiduelles et l'économie circulaire
2. L'utilisation d'eau et de produits chimiques

Impact relatif sur la biodiversité et l'environnement selon l'étape de la chaîne de valeur

Production mondiale, densité de la couleur selon le niveau d'impact négatif sur l'environnement



Source : analyse RCGT

LA FABRICATION ET LA CONSOMMATION D'ARTICLES DE MODE ONT UN IMPACT IMPORTANT SUR LES RESSOURCES ET LA BIODIVERSITÉ



Avide en eau

La fabrication d'articles de mode nécessite des quantités d'eau importantes. À titre d'exemple, la fabrication d'un pantalon jeans requiert environ 7 570 litres d'eau. L'industrie de la mode est responsable d'environ 20 % des eaux usées mondiales.

De plus, l'étape de la teinture de textile est le second plus grand pollueur d'eau au monde.



Utilisation de produits chimiques

Des produits chimiques sont employés lors de la fabrication d'articles synthétiques, mais également pour la production de coton par exemple. La teinture et la finition des textiles requièrent aussi des traitements chimiques. Ceux-ci peuvent être nocifs pour la santé ou la biodiversité lorsqu'ils sont déversés dans la nature. Certains produits sont surnommés comme produits chimiques éternels en raison de leur persistance dans leur environnement et toxicité. Les substances polyfluoroalkylées (PFAS) sont par exemple employées pour rendre imperméables certains tissus techniques.



Le déversement de microplastiques

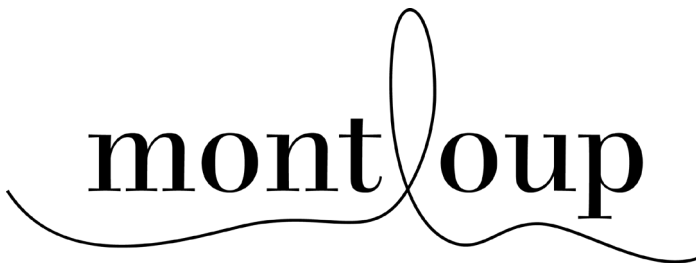
La fabrication d'articles de mode à base de tissus synthétiques a connu une forte hausse au courant de deux dernières décennies. L'UNEP estime que 60 % des matériaux destinés à être des vêtements sont du plastique tel que le polyester, l'acrylique ou du nylon.

À base d'énergies fossiles, les fibres synthétiques ont un bilan environnemental négatif malgré leurs propriétés abordables, respirantes et durables. Lors du lavage de ces articles à base de fibres synthétiques, des milliers de microparticules de plastiques sont relâchés et trop petites pour être traitées ou filtrées.

Il est estimé que les textiles sont responsables de 9 % des quantités de microplastiques émis dans les océans, soit 500 000 tonnes par année. Ces nanofibres synthétiques ne sont pas dégradables et intègrent la chaîne alimentaire de la vie marine. Ultiment ceux-ci se rendent jusqu'aux aliments que nous consommons, tout en menaçant la biodiversité.

Le Consortium Microfibre entame ses démarches pour créer une feuille de route pour atténuer le déversement de microplastiques et réduire l'impact de la fragmentation des fibres dans les environnements naturels.

Sources : UN environnement programme, Business of Fashion Microfibre Consortium, analyse RCGT



DES TISSUS RESPONSABLES TRICOTÉS AU QUÉBEC

Montloup est une entreprise de tissus tricotés avec une vocation de production locale et écoresponsable. Fondée en 2018, les tissus fabriqués sont constitués principalement de fibres naturelles et certifiés biologiques.

Les tissus tricotés sont fabriqués au Québec par Montloup. Toutefois, leurs fournisseurs de fils proviennent principalement du Pérou, de la Turquie, d'Asie et des États-Unis parmi des entreprises identifiées sur la plateforme et la base de données Textile Exchange. Des efforts sont actuellement effectués pour s'approvisionner dans des pays à proximité du Canada.

Montloup entreprend depuis ses débuts une approche d'amélioration continue et effectue des vigies constantes sur l'amélioration des pratiques au sein de la firme.

Afin de démarrer l'entreprise, Montloup a créé un partenariat durable avec un tricoteur établi depuis 1967. Ceci permet à l'entreprise d'amortir une partie de ses coûts fixes et assurer une rentabilité.

Quelques actions concrètes:

- Exige les certificats de transaction pour chaque livraison afin d'assurer les certifications
- Partage des apprentissages effectués sur leur blogue
- Tente de rester à jour dans les pratiques de fabrication écoresponsable et le développement de nouvelles fibres
- Recherches dans le développement du chanvre en cours
- Vente des échantillons et des résultats de la R&D
- Gestion des surplus par un processus de prévente collaborative pour répondre à la demande
- Publication des engagements environnementaux et des objectifs des prochaines années

Objectifs des prochaines années :

- Fabriquer la plupart des tissus à partir de fibres et fils 100% faits sur le territoire américain (Nord et Sud)
- Offrir des alternatives à la viscose de bambou
- Quantifier l'impact carbone de la production

Produits

Tissus tricotés divers tels que :

- Le jersey en coton biologique, en chanvre, en coton biologique américain, etc.
- Le jersey Spandex
- De la polaire en coton bio, en chanvre, en bambou, etc.
- Du velours en viscose de bambou, polyester et coton
- Etc.

Ressources, partenaires et formations

- PME Montréal pour l'accompagnement financier et le développement de la firme
- Membre de Textile Exchange
- Partenaire de la communauté de pratique mode textile et habillement de Concertation Montréal
- Collaboration avec atelier b

Certifications

- GOTS
- Organic Content Standard (de Textile Exchange)
- Oekotex standard 100 (viscose de bambou)
- USDA organic

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE FAVORISE UNE PRODUCTION ET UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLES ET DURABLES

Comme présenté aux pages précédentes, la production de textiles est avide en ressources (énergie, eau, terre, etc.). Ainsi, il est essentiel de revoir les modes de production et de consommation pour extraire moins de ressources et générer moins de matières résiduelles.

Le pôle québécois de concertation sur l'économie circulaire définit l'économie circulaire comme « un système de production, d'échange et de consommation visant à optimiser l'utilisation des ressources à toutes les étapes du cycle de vie d'un bien ou d'un service, dans une logique circulaire, tout en réduisant l'empreinte environnementale et en contribuant au bien-être des individus et des collectivités ». L'économie circulaire se décline en quatre principes et leviers principaux dont trois qui découlent d'une optimisation globale.

Leviers d'économie circulaire de RECYC-QUÉBEC

Québec, 2018

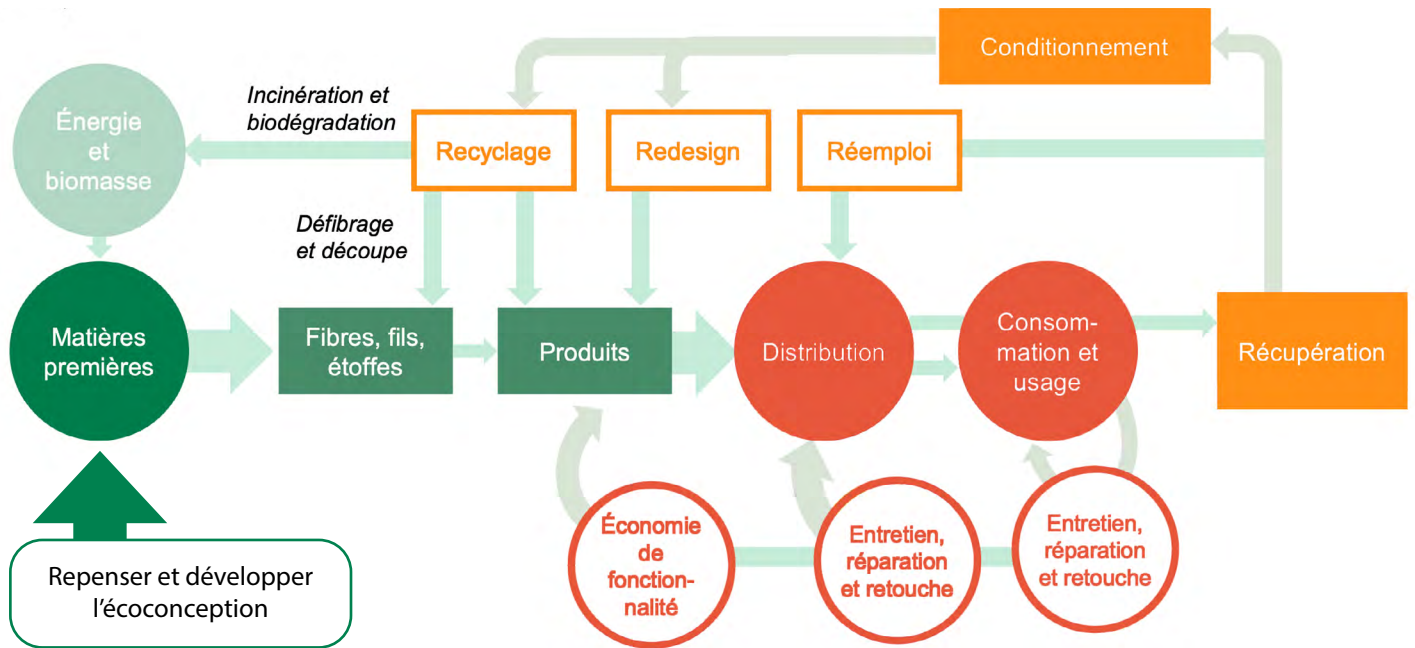


LE PROGRÈS ET LES ACTIONS D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LA MODE PEUVENT ÊTRE EFFECTUÉS TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE DE PRODUCTION

Actuellement, très peu de vêtements et d'articles de mode sont recyclés et l'économie circulaire n'est pas encore instaurée dans les pratiques fréquentes au sein de l'industrie. Diverses stratégies d'économie circulaire existent pourtant dans le domaine de la mode et de l'habillement. De l'écoconception au recyclage en passant par le réemploi, l'économie circulaire peut être intégrée à chaque étape de la chaîne de production et de consommation d'un article de mode.

Stratégies d'économie circulaire dans l'industrie du textile et du vêtement

Québec, 2018



Sources : Marianne-C Mercier (2018), Mutrec, analyse RCGT

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LA MODE COMPREND BEAUCOUP DE FREINS TECHNOLOGIQUES, DE FAISABILITÉ ET ÉCONOMIQUES

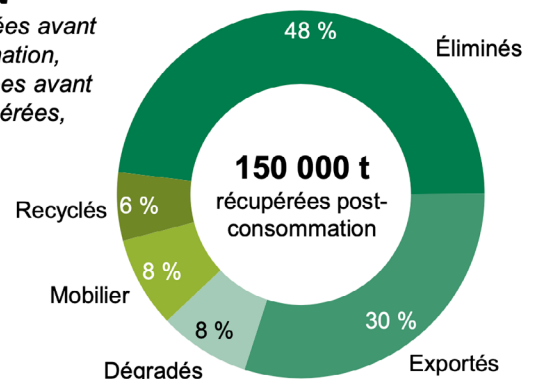
Selon l'étude publiée par MUTREC en 2018, l'absence d'expertise et d'équipement de défibrage, de nappage et de feutrage de textiles récupérés postindustriels ou postconsommation constitue un frein majeur au développement de débouchés pour ces matières au Québec. L'ingénieur en matériaux Y. Wang mentionne à Nature que l'enjeu principal serait le coût trop élevé de l'économie circulaire. La valeur des matériaux utilisés est faible et la production de nouveaux matériaux est extrêmement bon marché. Le coût de la fibre recyclée est trop élevée relativement à la fibre vierge. Le manque d'infrastructure de collecte et de tri est également un enjeu en raison du mélange des matériaux et des traitements ainsi que des produits non textiles ou non tissés qui doivent être traités différemment.

Débouchés des textiles récupérés postconsommation

Québec, 2020, en % des textiles récupérés annuellement

193 000 t

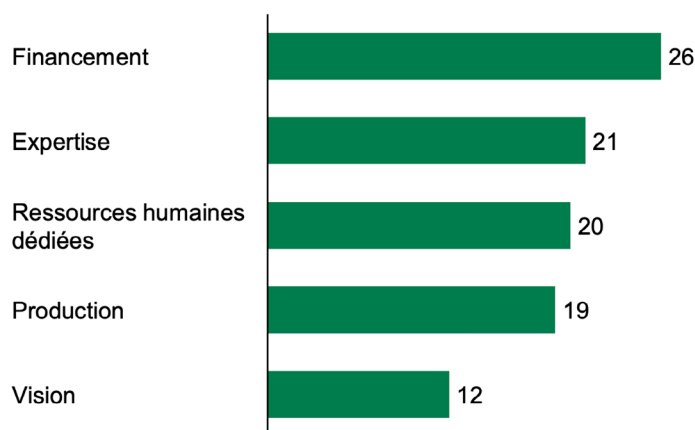
sont exportées avant la consommation, sont éliminées avant d'être récupérées, etc.



Au Québec, selon un sondage mené par Vestechpro en 2020, le premier défi que pose l'économie circulaire dans le secteur de la mode et de l'habillement est le financement (26 %), puis l'expertise (21 %) et les ressources humaines dédiées (20 %).

Défis que l'économie circulaire pose selon les entreprises

Québec, 2020, en % des entreprises de la mode et de l'habillement



Freins à l'économie circulaire dans la mode

- Maturité technologique
- Faible rentabilité
- Financement absent

Sources : Mutrec, Nature, Vestechpro, analyse RCGT

UNE MULTITUDE DE SOLUTIONS ET TECHNOLOGIES PERMETTENT DE RÉPONDRE AUX DIFFÉRENTS ENJEUX DE LA CIRCULARITÉ

Étape	Exemples d'initiatives, solutions et technologies
Production	<ul style="list-style-type: none"> • Production à base de matériaux plus facilement recyclables ou même biodégradables • Production à base de matériaux plus durables et nécessitant moins de lavages • Collaborer avec les centres de transferts de technologies tels que le CTTÉI ou Vestechpro • Utilisation d'impression et de traitement de textiles plus durables • Poursuivre l'intégration de technologies innovantes de découpage pour réduire les rebuts • Créer des designs intemporels
Consommation responsable et modèles d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> • Offre de services de réparation au sein des entreprises • Vente d'articles à base de matériaux recyclés • Intégration d'un système de revente d'articles de seconde main dans les modèles d'affaires • Digitalisation des magasins de seconde main • Location d'articles de mode • Cabines virtuelles pour réduire les retours
Tri et séparation des fibres	<ul style="list-style-type: none"> • Système intelligent de tri d'articles pour traiter de grandes quantités • Optimiser le tri à l'aide de technologies infrarouge pour l'identification des matériaux
Recyclage	<ul style="list-style-type: none"> • Recyclage chimique et création de biocarburant • Intégration de logiciels permettant de connecter les matières résiduelles aux recycleurs
Systèmes de gestion	<ul style="list-style-type: none"> • Prévisions de la demande optimisée à l'aide de logiciels de gestion des stocks intelligents • Adapter les modèles d'affaires à une fabrication à la demande • Intégrer des technologies de traçage des matériaux
Accompagnement	<ul style="list-style-type: none"> • Fonds d'accompagnement pour pratiques circulaires dans la mode à l'aide de mentorat et opportunités de réseautage en collaboration avec un fonds de recherche • Fonds d'investissements spécialisés dans l'économie circulaire et l'innovation de textile
Écoétiquetage	<ul style="list-style-type: none"> • Se référer aux répertoires d'écoétiquettes instaurées au Québec comme inspiration et guide
Autres	<ul style="list-style-type: none"> • Production d'autre articles non liés à la mode avec les rebuts et articles récupérés • Éliminer l'emballage à usage unique

Sources : Recyc-Québec, Fashion for Good, entrevues RCGT, Analyse RCGT

atelier b

L'entreprise montréalaise atelier b a été fondée en 2009 dans l'optique d'offrir des articles de mode fabriqués localement avec une faible empreinte environnementale.

LE LONG PROCESSUS VERS DES PRATIQUES CIRCULAIRES

Le processus permanent d'amélioration visant à atteindre le zéro déchet a été initié dès la création d'atelier b et se poursuit activement. Pour réduire les résidus de matériaux, l'entreprise utilise un logiciel d'optimisation de placement de patrons et complète sa production avec la création de produits de petite taille tels que des articles pour enfants et des accessoires. Selon atelier b, ils réussissent à atteindre un taux d'utilisation de 85 % des matériaux, alors que la moyenne de l'industrie se situe autour de 60 %.

Malgré les efforts déployés, atelier b génère encore chaque année 1 à 2 tonnes de retailles de tissus. Cependant, l'entreprise s'est engagée à résoudre ce problème en lançant un processus de R&D avec Innofibre. Grâce à cette collaboration, ils ont réussi à trouver une solution innovante pour transformer ces retailles en objets, tels que des cintres créés par du thermoformage. Cette solution est rendue possible grâce à l'utilisation exclusive de fibres 100 % naturelles, lesquelles peuvent être transformées en fibres cellulosiques.

Consciente qu'il est normal de se séparer de vêtements utilisés, atelier b a créé un programme de collecte de vêtement en fin de vie. Ceux-ci sont recyclés ou vendus à petit prix à leur communauté ou à des organismes selon leurs besoins.

Du côté de l'approvisionnement, atelier b s'appuie sur une politique en trois piliers. La priorité est donnée aux fabricants locaux, tels que Montloup, tandis que les fournisseurs sont sélectionnés en fonction de la qualité de leurs produits ainsi que de la composition de leurs fibres. L'entreprise évite également de faire affaire avec des fabricants situés dans des pays ne respectant pas le droit des travailleurs ou l'environnement.

La vision écoresponsable et les valeurs fortes d'atelier b attirent des employés partageant les mêmes convictions, éliminant toute difficulté de recrutement pour l'entreprise. Grâce à cet engagement, elle suscite l'enthousiasme chez les candidats soucieux d'un avenir plus responsable, créant un environnement de travail positif et innovant.

Quelques actions concrètes

- Réduit ses inventaires de produits en favorisant la pré-vente ainsi que la fabrication en cours de vente.
- Poursuit l'objectif de terminer les saisons sans inventaires.
- Utilise les mêmes boutons et garnitures depuis 8 ans, ce qui évite les surplus d'inventaires et facilite la réparation de ses vêtements.
- Offre un atelier de réparation à sa clientèle.
- Effectue un vigie constante sur les améliorations et innovations dans l'industrie manufacturière en général et celle de la mode à travers le monde

Produits

- Vêtements de fibres naturelles et produits localement

Ressources, partenaires et formations

- Innofibre
- Recyc-Québec
- SODEC
- Parcours de développement durable de la Ville de Montréal pour valider les décisions

Certifications

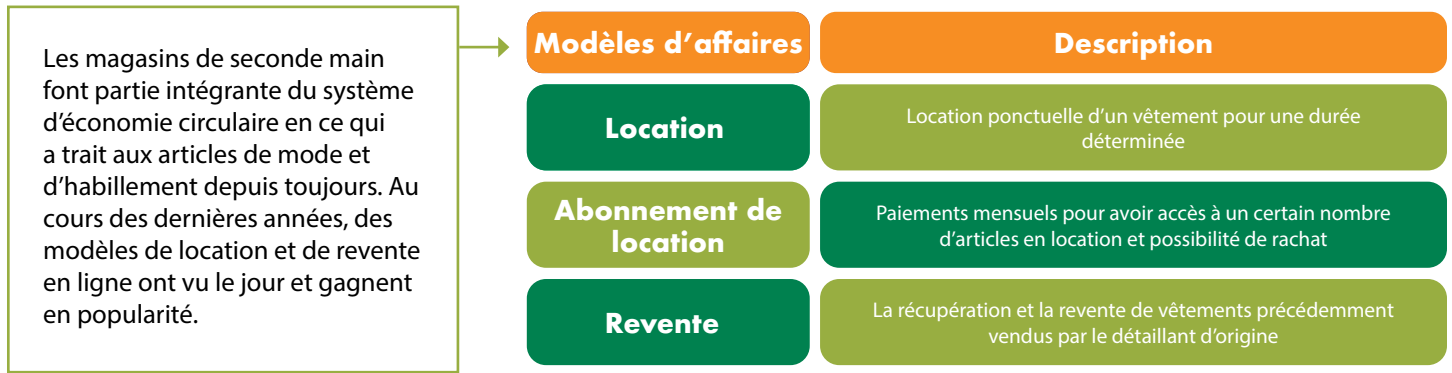
- FSC pour le Lyocell
- Éco-responsable d'Ecocert (en cours)

Note: atelier b priorise les fibres de haute gamme, de qualité et durables plutôt que des fibres certifiées

Prochaines étapes pour atelier b

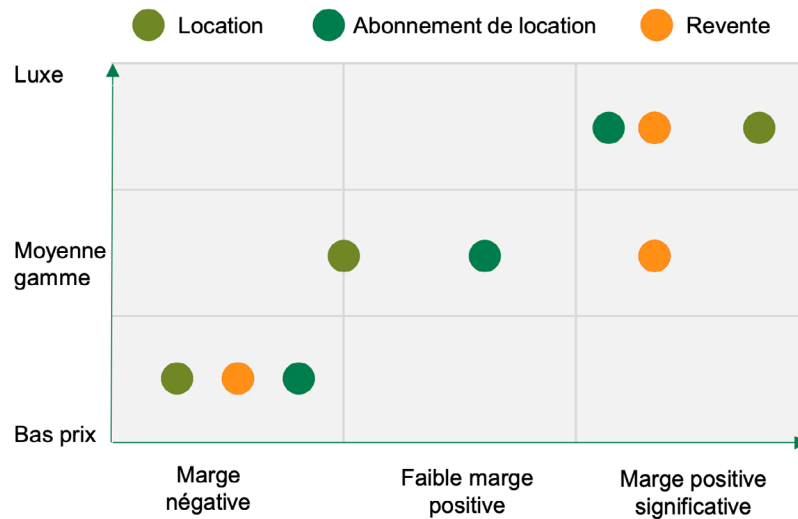
atelier b souhaite explorer l'économie régénérative qui cible l'étape agricole, la protection des sols et une fabrication de fibres carboneutre ou même capturant les émissions des GES. L'entreprise souhaite également continuer d'expérimenter avec les teintures végétales.

L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX MODÈLES D'AFFAIRES CIRCULAIRES PREND DE L'AMPLEUR DANS LE SECTEUR DE LA MODE

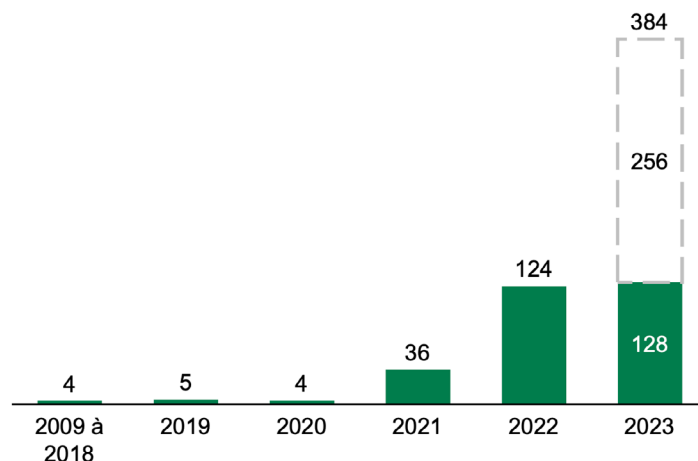


La rentabilité de ces modèles varie selon le type d'article. Plus la valeur des produits est élevée, plus il est possible de créer une marge rentable dans les modèles présentés ci-dessous par une analyse exécutée par Fashion for Good en 2020.

Viabilité financière d'un modèle d'affaires circulaire selon le type d'article et du modèle d'affaires 2020



Nombre d'entreprises ayant intégré la revente d'articles États-Unis, 2009 à 2023, en nombre d'entreprises



L'UNION EUROPÉENNE EST PROACTIVE DANS LA MISE EN ŒUVRE ET LA RÉGLEMENTATION DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

En mars 2022, la Commission européenne propose une stratégie européenne pour des textiles durables et circulaires :

- de nouvelles exigences de conception applicables aux textiles, dans le cadre du règlement sur l'écoconception pour des produits durables, fixant une teneur minimum de fibres recyclées dans la composition des textiles et visant à rendre ces derniers plus résistants et plus faciles à réparer et à recycler. Il deviendra également interdit de détruire les articles invendus sous certaines conditions;
- des informations plus claires sur les textiles et un passeport numérique des produits, conformément aux exigences en matière d'informations obligatoires sur la circularité;
- des contrôles stricts en matière d'écoblanchiment, ainsi que des règles plus rigoureuses pour protéger les consommateurs;
- des mesures visant à lutter contre le rejet non intentionnel des microplastiques contenus dans les textiles. Outre la conception des produits, les mesures cibleront les procédés de fabrication, le pré-lavage dans les usines de fabrication industrielle, l'étiquetage et la promotion de matériaux innovants;
- des règles de l'UE harmonisées en matière de responsabilité élargie des producteurs pour les textiles et des incitations économiques à rendre les produits plus durables (« écomodulation des redevances »);
- des mesures visant à soutenir la recherche, l'innovation et l'investissement, ainsi que le développement des compétences nécessaires aux transitions écologique et numérique;
- la cocréation d'un parcours de transition pour l'écosystème du textile, afin de poser des jalons pour l'avenir et de définir les étapes concrètes à suivre en vue d'atteindre les objectifs pour 2030 fixés par la stratégie relative aux textiles.

Vision de la Stratégie de l'Union européenne pour des textiles durables et circulaires

À l'horizon 2030, les produits textiles mis sur le marché de l'Union sont à longue durée de vie et recyclables, dans une large mesure fabriqués à partir de fibres recyclées, exemptes de substances dangereuses, et produits dans le respect des droits sociaux et de l'environnement.

Les consommateurs bénéficient plus longtemps de textiles de qualité élevée à des prix abordables, la mode éphémère est démodée et des services de réemploi et de réparation rentables sont largement disponibles.

Dans un secteur textile compétitif, résilient et innovant, les producteurs assument la responsabilité de leurs produits tout au long de la chaîne de valeur, y compris lorsqu'ils deviennent des déchets. L'écosystème des textiles circulaires prospère s'appuie sur des capacités suffisantes et innovantes de recyclage des fibres en boucle fermée, et l'incinération et la mise en décharge des textiles sont réduites au minimum.

Crédit: Anne-Marie Chagnon



LA RESPONSABILITÉ ÉLARGIE DES PRODUCTEURS POURRAIT S'APPLIQUER ÉGALEMENT AUX PRODUITS DE MODE ET D'HABILLEMENT

« La responsabilité élargie des producteurs (REP) est un principe selon lequel les entreprises qui mettent sur le marché des produits au Québec sont responsables de leur gestion en fin de vie. »

Recyc-Québec

Actuellement au Québec, ceci s'applique uniquement sur les appareils ménagers ou sur des produits chimiques et électroniques. Le nouveau système REP mis en place au Québec dès 2024 couvrira également les emballages et papiers, mais pas encore les textiles. Toutefois en France, la REP est applicable aux produits textiles, linges de maison et chaussures selon la Loi L541-10 depuis 2007 déjà. Elle permet d'améliorer la qualité des produits et soutient la consommation responsable.

Radio-Canada présentait récemment la plus grande décharge d'Afrique de l'Est au Kenya, principalement constituée de textiles. En tout, 20 millions kg de vêtements y seraient acheminés chaque année, provenant principalement de lots d'inventus de friperies occidentales, dont du Québec. The Or Foundation propose entre autres d'internaliser le coût de la gestion de ces matières résiduelles à hauteur de 0,5 à 2,5 \$ US par article selon sa composition. Ceci permettrait de financer le poids environnemental et économique que les pays comme le Ghana ou le Kenya portent pour la gestion des textiles usagés tout en incitant une production à base de matériaux plus écoresponsables ou faciles à recycler.



Trois recommandations de The Or Foundation

1. Internaliser le coût de la gestion des matières résiduelles dans le prix des produits
2. Développer des programmes de transferts de financement vers les pays recevant les articles usagés
3. Divulguer le volume de production des entreprises



Images de Radio-Canada du dépotoir et centre de tri à Nairobi

Sources : WRAP UK, OCDE, Recyc-Québec, Refashion, Radio-Canada, The OR Foundation, Business of Fashion, Stop Waste Colonialism, analyse RCGT

LE RESPECT DES DROITS DES TRAVAILLEURS EST UN ENJEU DE DROIT HUMAIN ET REQUIERT DE LA TRANSPARENCE DANS LA CHAÎNE DE VALEUR

Les conditions de travail dans les usines de production à l'étranger sont un enjeu depuis plusieurs décennies déjà. La délocalisation de la production dans des pays d'Asie pour des raisons de rentabilité et d'avantages de coûts engendre une pression sur la rémunération de ces travailleurs ainsi que sur leurs conditions de travail. Des cas d'abus des travailleurs, travail forcé, travail des enfants, très faibles revenus, etc. ont été recensés dans les usines de production d'articles de mode dans des pays comme la Chine, l'Inde ou le Bangladesh.

De plus, la complexité de la chaîne de valeur et la multitude de niveaux de fournisseurs réduisent la transparence dans la chaîne de valeur et présentent un enjeu pour agir directement sur ces producteurs. L'inflation et les grandes variations de demande liées à la pandémie de COVID-19 n'ont fait qu'exacerber les mauvaises conditions de travail à l'étranger.



UN EMPLOYEUR PROCHE DE SES TRAVAILLEURS

Fondée en 1980, l'entreprise familiale Attraction, spécialisée dans la confection d'articles de vêtements pour le haut du corps, est établie au Lac-Drolet. Forte de ses racines locales, elle emploie près de 165 personnes, ce qui en fait un important employeur de la région. Au fil des années, Attraction s'est engagée à soutenir l'économie locale.

Implication locale et engagement auprès des travailleurs

La rétention des travailleurs et l'entretien du sentiment d'appartenance sont une priorité pour Attraction. Pour ce faire, des conditions de travail intéressantes sont offertes aux employés de fabrication, dont des salaires supérieurs à la moyenne de l'industrie, des équipements de sport accessibles aux employés à même l'usine du Lac-Drolet ainsi que des horaires flexibles. Les actions visant à améliorer les conditions de travail sont régulières. De plus, les suggestions des employés sont à l'origine de nombreuses initiatives sociales et écoresponsables. Cette approche ascendante, souvent appelée « bottom-up », est étroitement ciblée grâce à la rétroaction des travailleurs, recueillie également tous les trois mois. Une sensibilisation régulière sur les pratiques responsables est également effectuée auprès des employés à l'aide d'écrans dans les lieux de production.

Une amélioration continue sur le plan de l'environnement

Une politique d'approvisionnement responsable: Attraction a instauré une politique d'achat responsable qui intègre les lignes directrices et les valeurs de l'entreprise. Cela se traduit notamment par une priorisation de l'achat local et une évaluation systématique de chaque produit selon des critères de développement durable, en plus des critères de coût.

Pour assurer des pratiques responsables parmi leurs fournisseurs internationaux, Attraction sélectionne rigoureusement ses fournisseurs par des entrevues, des validations de certifications écoresponsables, des visites et/ou des audits.

Quelques actions concrètes:

- Fabrique du rembourrage de coussin avec leurs chutes de textile grâce à un déchiqueteur de fibres dont ils ont fait l'acquisition.
- Travaille en collaboration avec Inno+ pour optimiser leurs processus.
- Utilise des invendus et les chutes générés par la fabrication de vêtements pour créer des tuques, mitaines et manteau.
- Adhère à la certification carboneutre grâce à leurs pratiques sobres en énergie et leurs dons de compensation de GES

Produits

- Articles de vêtements promotionnels et récréotouristique
- Une ligne de vêtements produits en Chine
- Une ligne de vêtements Ethica, entièrement fabriquée au Québec à l'aide de coton biologique et du polyester recyclé

Ressources, partenaires et formations

- Parcours circulaire de Vestechpro
- Aide financière d'Investissement Québec pour l'automatisation et la modernisation de leur équipement
- Étude d'empreinte carbone en collaboration avec l'Université de Sherbrooke
- Analyse des chutes de textile avec Inno+ et Ecotech

Certifications

- Tissu GOTS
- Global Recycled Standard
- Oeko-Tex
- WRAP
- SMETA
- AMFORI - BSCI
- B corp (en cours de processus de certification)

LA TRANSPARENCE DANS LA CHAÎNE DE VALEUR EST UNE PRÉMISSE DE BASE ET LA CONDITION PREMIÈRE POUR AMÉLIORER LES CONDITIONS DE TRAVAIL DANS TOUTES LES ÉTAPES DE LA CHAÎNE DE VALEUR DU MILIEU DE LA MODE

Leviers principaux en matière de droit des travailleurs

1. Intégrer la protection des travailleurs au sein de la stratégie d'entreprise
2. Aligner les pratiques d'achat et d'approvisionnement avec des standards de conditions de travail
3. Garantir un salaire vital aux travailleurs
4. Effectuer des audits réguliers de leurs fournisseurs et assurer un alignement avec les engagements

Cadres, normes et programmes disponibles

- **The Transparency Pledge**: encadre les engagements des entreprises à divulguer et publier les informations concernant leurs fournisseurs;
- **Les programmes de l'Organisation internationale du travail tel que Better Work**, qui rassemble les acteurs du milieu de la mode et offre des recommandations aux usines de fabrication;
- **La norme SA8000**, qui est un standard de responsabilités sociales les plus importantes et qui couvre tous les secteurs;
- **International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment industry** : offre un standard et un cadre pour les engagements des entreprises dans le milieu de la mode.



TRANSPARENCE

LE FASHION TRANSPARENCY INDEX COUVRE CINQ AXES PERMETTANT D'ÉVALUER LE NIVEAU DE TRANSPARENCE DES ENTREPRISES DE MODE

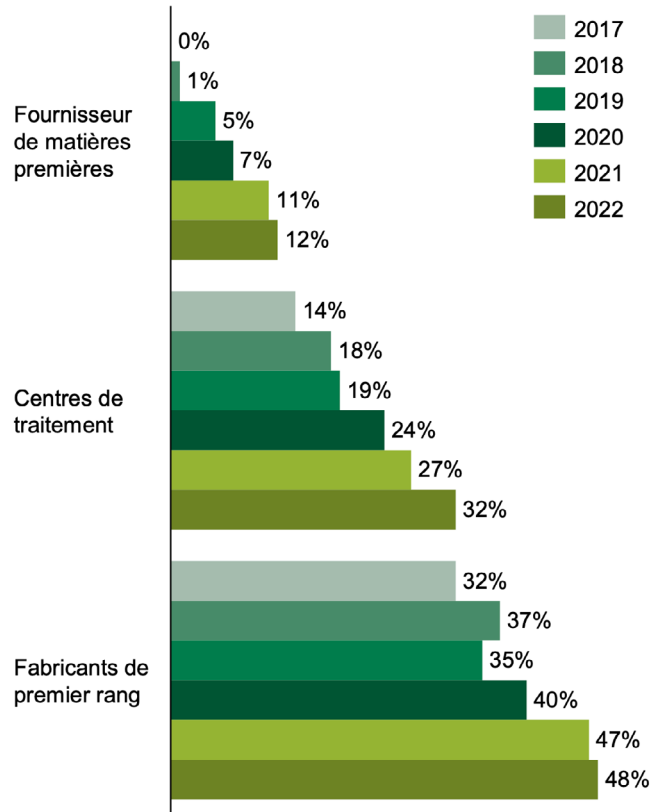
Les acteurs de la mode n'ont qu'une visibilité très limitée de leur chaîne d'approvisionnement au-delà des fournisseurs de premier rang avec lesquels ils entretiennent des relations directes. Les fournisseurs de matières premières sont peu connus des détaillants par exemple et créent des enjeux de vérification des conditions de travail et du respect de l'environnement.

On constate une évolution de la transparence au courant des dernières années, mais il reste que moins de la moitié communiquent et partagent les informations de leurs fournisseurs directs.

Les cinq dimensions du Fashion Transparency Index permettent de suivre et baliser l'évolution du milieu de la mode sur ces éléments.

Part des marques de mode rendant leur fournisseur public selon l'étape de la chaîne de valeur

Monde, 2017 à 2022, en %, n= 100 à 250 marques



Dimensions du Fashion Transparency Index

1. Politiques et engagements

Évaluation de la mise en place de politiques et d'engagements au sein de la firme.

2. Gouvernance

Niveau de compétence du conseil exécutif en ce qui à trait aux normes environnementales et sociales

3. Traçabilité

Niveau de transparence et publication des trois niveaux de fournisseurs ainsi que des informations à leur sujet.

4. Suivi

Vérification du respect des politiques au sein de la chaîne de valeur et processus de diligence raisonnable en matière de droits de l'homme et des travailleurs.

5. Enjeux contemporains

Évalue la divulgation en ce qui à trait au travail forcé, rémunération adéquate, inclusivité de genre et de race, surproduction, gestion des matières résiduelles et circularité, eau et produits chimiques, climat et déforestation

LA TRANSPARENCE, LEVIER IMPORTANT POUR INCITER LE CHANGEMENT ET DONT LE DOMAINE DE LA FOURRURE PEUT SERVIR D'INSPIRATION

Une meilleure transparence et une divulgation de ses fournisseurs et stratégie de tarification incitent les entreprises à prendre des décisions responsables. Il existe plusieurs cadres et guides permettant d'accompagner les entreprises dans les démarches de divulgation. Le *Transparency Pledge* ou le *Open Data Standard for the Apparel Sector* sont des groupes offrant des ressources. Le *Open Apparel Registry* rassemble les fournisseurs dans une base de données ouverte et publique.

Beaucoup d'efforts sont encore à fournir sur cette dimension. Parmi les entreprises internationales sondées par le *Fashion Transparency Index*, seuls 15 % de marques divulguent leur volume de production annuel, un indicateur pertinent pour évaluer la surproduction et le gaspillage de textiles.

Le domaine de la fourrure peut servir de modèle en terme de transparence et de traçabilité

Le sous-secteur de la fourrure a connu des pressions importantes au courant des dernières années par des groupes d'activistes et une part des consommateurs. En réponse à celles-ci, le niveau de transparence de la chaîne de valeur de la fourrure est bien plus élevé que celui de la mode de textile et des chaussures.

À titre d'exemple, au Canada, des contrôles annuels sont, entre autres, effectués dans les fermes de vison. En collaboration avec le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage, l'industrie du vison a créé un programme de certification permettant d'assurer des conditions adéquates d'élevage. Par ces contrôles de tiers indépendants, les fermes en question obtiennent une certification du programme si les exigences et standards établis sont atteints.

SagaFurs est une référence dans le domaine de la fourrure pour ses pratiques durables. En 2010, la firme a développé un programme permettant aux fabricants de retracer l'origine et la ferme de la fourrure. Dans ce mouvement de devenir le plus transparent et traçable possible, en 2021 Saga Furs publia la plateforme RFID qui permet aux consommateurs de retracer le parcours de la fourrure tout le long de la chaîne de valeur.

Sources : SagaFurs, Transparency Pledge, Fashion Transparency Index, Analyse RCGT,



LES RÉGLEMENTATIONS ET LA TECHNOLOGIE PEUVENT FACILITER LA TRANSITION VERS UN ÉCOSYSTÈME PLUS TRANSPARENT ET TRAÇABLE

Les technologies de traçabilité permettent de réduire de manière ciblée les émissions de GES et une chaîne de valeur transparente favorise l'atteinte d'une production responsable. Ainsi, actuellement la collecte de données sur toutes les étapes de la chaîne de valeur est l'enjeu et le défi principal.

Certaines technologies peuvent donc servir pour pallier le manque de visibilité dans l'industrie. Inspiré des industries agroalimentaires, du diamant et pharmaceutiques, la blockchain par exemple, système d'enregistrement numérique décentralisé, peut servir d'outil de traçabilité. L'information sur l'ensemble de la chaîne de valeur est consignée par l'utilisation de capteurs et stockée et protégée par la blockchain. TextileGenesis est un exemple de ce type d'outils ou encore TrusTrace, qui permet de certifier les déclarations écoresponsables des fournisseurs.

Certaines firmes optent pour des passeports numériques permettant d'enregistrer le lieu, l'année et les matériaux de production. Ce genre de technologie favorise la revente, la réparation et le recyclage des articles de mode et l'économie circulaire dans son ensemble.

Fashion for Good a évalué 17 différentes firmes de traçage physique et a identifié deux groupes dans le textile : les traceurs visant la fibre naturelle, qui emploient par exemple des technologies ADN, et les traceurs additifs, qui ajoutent un élément aux matériaux et fibres pour permettre de l'identifier plus tard dans la chaîne de valeur. Une impression nano-invisible par exemple ou d'un numéro de série seraient des technologies de traçabilité additive. Ces technologies permettent une vérification des matériaux et certifient la production de produits de textiles pour une chaîne de valeur complexe comprenant de nombreux acteurs comme celle de la mode.

L'Allemagne et la Californie ont mis en place des réglementations sur la transparence dans la chaîne d'approvisionnement

La Loi sur les chaînes d'approvisionnement entrée en vigueur en janvier 2023 en Allemagne a pour objectif de prévenir, mettre fin à, et minimiser les risques liés aux droits de la personne ou à l'environnement tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Les entreprises de 1 000 employés ou plus sont dorénavant obligées à prendre des mesures appropriées pour respecter les droits humains et soumettre des comptes rendus de leurs activités.

La Californie a adopté son règlement California Transparency in Supply Chains Act en 2010. Celui-ci requiert des détaillants et manufacturiers au chiffre d'affaires de 100 millions \$ et plus de divulguer les efforts pour éradiquer l'esclavage et la traite des êtres humains au sein de leur chaîne d'approvisionnement. En effectuant des déclarations publiques sur les mesures, les entreprises doivent auditer leurs fournisseurs pour identifier les violations des droits humains par exemple.

Une chaîne transparente et les technologies de traçabilité sont nécessaires pour respecter ces réglementations



Sources : gouvernement allemand, gouvernement de la Californie, Fashion for Good, Business of Fashion, analyse RCGT



Credit: Montloup

MAGUIRE

Maguire Shoes a été fondé par deux soeurs à Montréal et constitue une référence dans la fabrication de chaussures de qualité au Canada ainsi qu'aux États-Unis.

UNE CHAÎNE DE VALEUR COURTE ET TRANSPARENTE

La vision de Maguire est d'offrir des articles de qualité, fabriqués en Europe, tout en maintenant des prix équitables. Pour atteindre cet objectif, les neuf fournisseurs de Maguire ont été soigneusement sélectionnés à travers des références, des foires internationales et des visites directes sur place. Ces visites régulières dans les usines de production renforcent le lien de confiance et de proximité avec les producteurs, tout en garantissant des pratiques éthiques, ce qui favorise la présentation des fabricants auprès des consommateurs. La transparence relative aux coûts de fabrication est également une pierre angulaire de leur identité, car Maguire aspire à offrir des chaussures à un prix juste.

Actuellement, Maguire s'efforce de valoriser et d'utiliser les surplus de peaux qui sont disponibles en très petites quantités et entreposées dans les usines. Ces petites quantités de peaux permettent la création de petits lots d'environ 50 paires, présentés sous le nom de collection « Extra ».

Quelques actions concrètes:

- Organise des ventes d'échantillons, de fins d'inventaires, des articles de seconde main et d'articles imparfaits
- Publie l'emplacement, les produits et la taille des fournisseurs
- Produit en petites quantités
- Offre la réparation des articles
- Crée de nouvelles collections seulement lorsque les stocks sont écoulés
- Priorise l'usage de matériaux de qualité pour assurer la durabilité des produits
- Fournit des instructions aux consommateurs sur l'entretien du cuir

Produits

- Chaussures de haute qualité en cuir
- Accessoires en cuir
- Autres accessoires de mode

EXEMPLES DE TRANSPARENCE CHEZ MAGUIRE



Montecatini, Italie Manufacture de chaussures #1

Fondée en 1978
30 employés
Production annuelle de 75 000 paires
Produits Maguire: Bottes, Talons plats, sandales

L'expertise de cette petite manufacture est indéniable et elle détient une attention extraordinaire au détail. Montecatini est en prime une ville charmante située près de Florence.

3

NORMES ET AVANTAGES STRATÉGIQUES

LES NORMES, STANDARDS ET CERTIFICATIONS ENCADRENT LA MISE EN PLACE DE PRATIQUES DURABLES

Écoétiquettes, standards, certifications ou normes sont des marques distinctives permettant de certifier les articles de mode. Elles informent l'acheteur, peu importe son positionnement dans la chaîne de valeur, sur certaines caractéristiques.

Chaque norme ou certification a sa spécificité. Certaines couvrent une étape spécifique de la chaîne de valeur, alors que d'autres ciblent une pratique ou une matière en particulier.

La pertinence des normes, standards et certifications dans cette étude est l'orientation qu'elles offrent. Une entreprise souhaitant intégrer des pratiques responsables au sein de ses opérations peut identifier celles s'appliquant à son sous-secteur et à sa vision. Elles permettent de guider et offrent un cadre de référence sur les actions et facteurs à prioriser.

Les certifications offrent également des formations initiales, des formations continues, des webinaires et des boîtes à outils pour s'aligner avec les exigences de la certification.

Ainsi, les normes, standards et certifications sont nécessaires pour le développement des compétences et du savoir de travailleurs responsables de mettre en œuvre les pratiques durables au sein des firmes.

Bénéfices et avantages des normes et certifications



Guident et orientent les entreprises sur les bonnes pratiques responsables

Alignent les définitions et méthodes et favorisent une uniformité internationale



Encouragent les pratiques responsables et réduisent les risques d'écoblanchiment

Offrent un cadre d'analyse et des normes universelles pour la mise en place de réglementations



Informent les clients sur les pratiques employées lors de la création d'un produit améliorant ainsi la transparence et le positionnement du produit



Une approche critique doit être maintenue à l'égard des normes et standards.

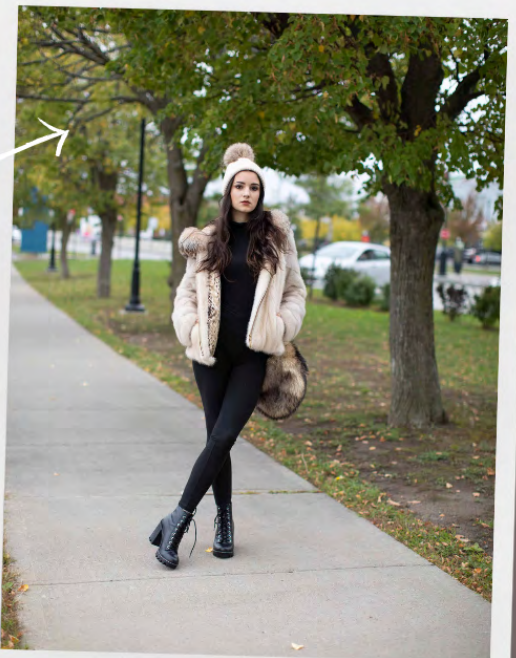
La faible indépendance et le manque de transparence des opérations de certaines organisations a nourri les accusations d'écoblanchiment de certaines certifications. La qualité des indicateurs et des données collectées est un défi de taille et laisse place à de l'interprétation sur la rigueur des méthodologies employées.

Source : Business of Fashion, analyse RCGT

crédit: Création Gama



before



after

CATALOGUE DE CADRES, NORMES ET CERTIFICATION RESPONSABLES EN LIEN AVEC LE MILIEU DE LA MODE

Légende:



Spécifique à la mode



Cible environnement








Cadre et standards













Cible les sujets sociaux



Normes et certifications

Nom	Description					
B Corp	Certification internationale qui désigne les entreprises sur leur performance sociale, environnementale, transparence publique et responsabilité juridique. Couvre tous les secteurs économiques.		X	X	X	X
Better Cotton Initiative	Identifie la fibre de coton produite, transformée, distribuée et vendue par les membres d'un réseau international engagé dans la promotion d'un système d'approvisionnement qui respecte les principes du développement durable.	X	X	X	X	
BSCI	11 principes pour assurer la performance sociale et éthique dans toute la chaîne de valeur					X
Clima neutral	OBNL qui certifie des entreprises carboneutres			X	X	
Cradle to Cradle (C2C)	Un produit détenant la certification C2C remplit un certain niveau de standards en termes de circularité, d'équité, de protection de l'eau, de l'air et des sols, ainsi que de l'emploi de produits sécuritaires pour la santé.		X	X	X	X
Fairtrade	Assure un commerce équitable, soit un salaire équitable, le respect des droits humains, etc.		X	X		X
Global Organic Textile Standard (GOTS)	Certification qui couvre toutes les fibres d'un article de textile. La certification biologique est obtenue si au moins 95 % des fibres sont biologiquement certifiées et la déclaration « composé de fibres biologiques » doit contenir au minimum 70 % de fibres biologiques.	X	X	X	X	

Nom	Description					
Global Recycle Standard (GRS)	Appartenant à Textile Exchange, il s'agit d'un standard qui définit les exigences de composition des articles de mode. Un minimum de 50 % de la composition de l'article doit être de source recyclable.	X	X	X	X	
Greenguard	Certifie une production faible en émissions de produits chimiques.			X	X	
ICI on recycle +	Certification de Recyc-Québec qui honore les industries engagées dans la gestion de leurs matières résiduelles.			X	X	
ISO 14001	Cette norme comprend les critères et ressources pour intégrer une gestion écoresponsable.		X	X	X	
Less emissions	Organisation qui propose des crédits compensatoires pour réduire par exemple l'empreinte carbone du transport. Ces réductions certifiées sont conformes au mécanisme pour un développement propre des Nations Unies.			X	X	
L'index Higg	L'index a été développé par The Sustainable Apparel Coalition, qui rassemble des acteurs privés et publics qui ont pour objectif de réduire l'impact environnemental et social négatif de l'industrie de la mode. Il mesure le niveau de durabilité de la chaîne de valeur et offre également des guides.	X	X		X	X
Oeko-Tex	Regroupement de plusieurs normes environnementales dans le textile et le cuir. La production sans produits nocifs ou sous certains critères de production durable est incluse.	X		X	X	
SA8000 – Social Accountability International	Accréditation obtenue par un audit complet effectué par SAI. Le standard ne comprend pas de liste de vérification, mais vise une amélioration continue des pratiques des entreprises dans le domaine des conditions de travail équitables.		X	X		X
SMETA	Processus d'audit social, SMETA est une méthode certifiée qui permet d'évaluer le niveau de responsabilité sociale des fournisseurs et de la chaîne de valeur.		X			X

Nom	Description					
The Microfibre Consortium	Organisation qui vise la réduction de l'émission de microfibres dans l'environnement à l'aide de collaboration entre des chercheurs et le secteur privé. Elle accompagne et soutient les entreprises à investir dans cette mission.	X	X		X	
Social & Labor Convergence Program	Offre des données et une méthodologie sur l'allègement de la charge de l'audit des chaînes de valeur. Le SLCP diffuse des données sur la conformité sociale, les conditions de travail, etc.	X	X			
Transparency Pledge	Standards de divulgation de la chaîne de valeur dans l'industrie du vêtement et de la chaussure.	X	X			X
WRAP	Soutient la conformité sociale dans toute la chaîne de valeur en prohibant, par exemple, le travail forcé et le travail des enfants. L'organisation a été créée dans les années 1990 pour répondre directement aux préoccupations sur les conditions de travail pour les articles de mode à l'étranger.	X	X	X	X	

crédit: Les Vêtements Peerless



AVANTAGES STRATÉGIQUES

LA DEMANDE POUR DES PRODUITS FABRIQUÉS DE MANIÈRE RESPONSABLE EST À LA HAUSSE

Préférence des consommateurs

Les produits écoresponsables et éthiques gagnent en popularité parmi les consommateurs. Au Québec, 76 % des consommateurs privilégient l'achat chez les détaillants engagés envers l'environnement.

Le baromètre de la consommation responsable indique qu'en 2022 près de la moitié des consommateurs québécois ont réduit leur consommation de vêtements, chaussures et accessoires. Une pression des consommateurs sur les exigences environnementales des articles qu'ils achètent et une prise de conscience de l'empreinte environnementale de la consommation d'articles de mode peuvent être observées.

Cependant, les consommateurs et particulièrement les plus jeunes générations sont prêts à payer plus pour des articles écoresponsables et réorientent leur consommation vers ce type d'articles.

Propension à payer plus cher pour un produit écoresponsable

États-Unis, 2020, en % du groupe générationnel

Boomer	10 %	100 %	Né entre 1943 et 1960
Gen-X	20 %	100 %	Né entre 1961 et 1980
Milleniaux	32 %	100 %	Né entre 1980 et 1996
Gen-Z	30 %	100 %	Né en 1997 et 2010

crédit: Les Vêtements Peerless



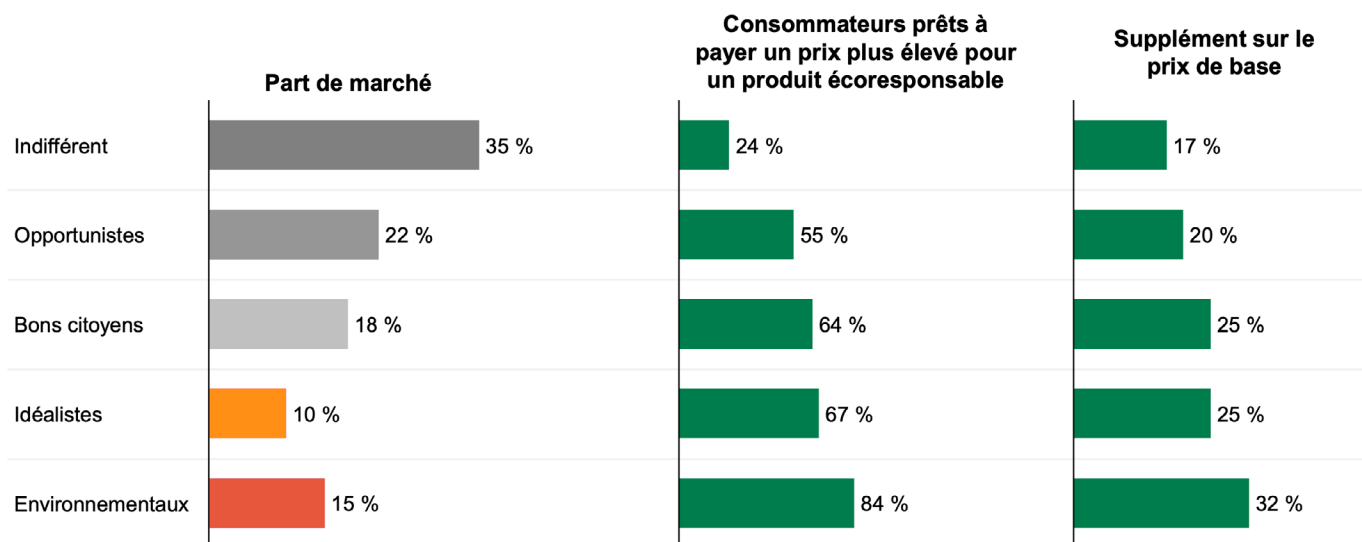
LES CONSOMMATEURS D'ARTICLES DE MODE SENSIBLES AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX REPRÉSENTENT LE QUART DU MARCHÉ

Cette tendance s'observe à travers le monde; 25 % des consommateurs d'articles de mode sont sensibilisés aux enjeux environnementaux. Les « environnementaux » sont très préoccupés et sont prêts à payer un supplément sur le prix de base dans 84 % des cas pour que l'article de mode soit certifié écoresponsable. Ce supplément peut atteindre 32 % du prix de base. Ce bassin de consommateurs est principalement constitué des plus jeunes tranches d'âge (nés après 1981), ayant suivi une formation universitaire et se situant dans une tranche de revenu élevée.

Cependant, encore plus du tiers des consommateurs sont indifférents aux enjeux environnementaux et leur propension à payer un prix plus élevé pour un produit écoresponsable est beaucoup plus basse.

Persona de consommateurs pour les articles de mode

Monde, 2022, en % du marché, en % du groupe, en % du prix



Sources : McKinsey, New age of consumer survey, Recyc-Québec, Observatoire de la consommation responsable, analyse RCGT, Bain & Company

LES PRATIQUES RESPONSABLES SONT DES VALEURS AUXQUELLES LES TRAVAILLEURS DES NOUVELLES GÉNÉRATIONS SONT SENSIBLES

Facteur d'attraction de la main-d'œuvre

Les trois quarts des milléniaux considèrent les pratiques environnementales et les valeurs en place dans le choix de leur employeur selon Recyc-Québec. Considérant que ces travailleurs ainsi que les générations suivantes occuperont une place grandissante au sein du bassin de main-d'œuvre, il est pertinent d'adapter également les pratiques des firmes à ces valeurs. De plus, ces travailleurs évolueront vers des rôles exécutifs et souhaiteront changer et innover sur ces aspects, toutes industries confondues.

Les valeurs personnelles des travailleurs peuvent être observées dans la carrière qu'ils choisissent. Près de la moitié des personnes nées après 1981 considèrent que le point de non-retour est atteint en ce qui concerne l'environnement et appellent les entreprises à agir de manière plus proactive sur cette dimension selon une étude effectuée par Deloitte en 2021. De plus, 32 % des PME considèrent que les pratiques ESG* facilitent l'embauche et la rétention de travailleurs selon une étude publiée par la BDC en 2023



Pour valider cette hypothèse, un sondage a été effectué dans le cadre de cette étude auprès des futurs travailleurs du milieu de la mode. Les résultats sont présentés à partir de la page 54.

*Environnement, social et gouvernance – voir glossaire

ÊTRE EN AVANT DES NOUVELLES RÉGLEMENTATIONS EST UN AVANTAGE COMPÉTITIF ET PLUS RENTABLE À LONG TERME

Anticipation des réglementations

Comme démontré dans ce portrait des tendances responsables du milieu de la mode, le nombre de normes et réglementations est en croissance. Les instances publiques reconnaissent l'urgence climatique ainsi que l'importance d'intervenir sur le plan du commerce international et le respect des droits humains.

De nombreux gouvernements ont adopté des réglementations responsables et encadrent la production d'articles potentiellement nocifs pour l'environnement.

Ainsi, il est essentiel que les entreprises du Québec anticipent cette tendance et soient proactives dans l'intégration de mesures responsables dans leurs pratiques. Un retard sur ce plan pourrait nécessiter des investissements beaucoup plus ambitieux dans l'avenir au lieu d'intégrer graduellement des mesures aujourd'hui.

Une adaptation tardive pourrait impacter négativement le positionnement stratégique de l'entreprise en question.

RECENSEMENT DE RÉGLEMENTATIONS MISES EN PLACE AU COURANT DES DERNIÈRES ANNÉES

Lieu (année)	Description	Sujet
États-Unis (en cours)	The Fabric Act est le premier projet de loi fédéral pour améliorer les conditions de travail pour les employés du milieu de l'habillement. Il souhaite également encourager le rapatriement de la production aux États-Unis.	Conditions de travail
Union Européenne (en cours)	Début des démarches pour bannir les PFAS dans l'Union Européenne. Selon l'industrie, un délai de 18 mois à 12 ans sera accordé pour identifier des alternatives	Produits chimiques
New York (en cours)	New York Fashion Act est une proposition de législation qui a pour objectif de viser les entreprises de mode au chiffre d'affaire de 100 millions \$US et plus. Davantage de transparence dans la chaîne de valeur est exigé ainsi que l'exécution de contrôles réguliers des conditions de travail. La détermination de cibles de réduction d'émissions de GES est également comprise dans la proposition de loi.	Transparence
Californie (2025)	Bannissement de la fabrication, vente et distribution de textiles et vêtements contenant des PFAS en Californie dès janvier 2025. Des démarches semblables sont actuellement en cours dans l'État de New York.	Produits chimiques
Union Européenne (2023)	Pour réduire les risques d'écoblanchiment, la Commission Européenne a proposé un encadrement des standards pour la terminologie écoresponsable employée. Une accréditation officielle sera nécessaire pour l'emploi de certains termes et une réorganisation des écoétiquettes sera effectuée.	Écoétiquettes, normes et certifications
Allemagne (2023)	La Loi sur les chaînes d'approvisionnement est entrée en vigueur en janvier 2023 en Allemagne pour minimiser les risques liés aux droits de la personne ou à l'environnement tout au long de la chaîne d'approvisionnement.	Transparence
États-Unis (2022)	Le Uyghur Forced Labor Prevention Act prévoit que tout produit fabriqué, même partiellement, au Xinjiang est issu du travail forcé et ne peut être importé, sauf si les entreprises sont en mesure de fournir des « preuves claires et convaincantes » du contraire.	Conditions de travail
Californie (2022)	Entrée en vigueur en 2022, le Garment Worker Protection Act porte sur la rémunération correcte des employés de l'industrie de l'habillement en Californie .	Conditions de travail
Union Européenne (2021)	Le Product Environmental Footprint (PEF) est une méthode adoptée par la Commission Européenne qui permet de quantifier les impacts environnementaux. Son objectif est la création de standards et méthodes communes.	Écoétiquettes, normes et certifications
Suède (2016)	La Suède a réduit les taxes sur ses services de réparation de nombreux articles pour inciter les consommateurs à opter pour la réparation au lieu d'acheter un nouvel article. Parmi ces produits, les vêtements sont également compris.	Économie circulaire
Californie (2010)	La Californie a adopté son règlement California Transparency in Supply Chains Act en 2010.	Transparence

*Liste non exhaustive

LES PRATIQUES RESPONSABLES SONT BÉNÉFIQUES À LA RENTABILITÉ ET LA DURABILITÉ DES ENTREPRISES

Et plusieurs autres avantages

1. **Une conformité aux exigences des grands donneurs d'ordre:** 82 % des grands donneurs d'ordre exigent actuellement que les fournisseurs remplissent des conditions ESG. Cette part devrait augmenter à 92 % d'ici 2024. La réduction de la consommation énergétique ou avoir des cadres ou employés issus de la diversité constituent les critères mentionnés les plus souvent.
2. **Une augmentation de la demande pour des entreprises québécoises.** Les critères ESG pourront inciter un approvisionnement local et une priorisation des entreprises avec une chaîne de valeur plus courte.
3. **Un accès à davantage de programmes de financement et de subventions.**

Une rentabilité supérieure et des opérations stratégiques durables

La motivation augmentée des employés, l'accès à des nouvelles parts de marché, des investissements plus durables, une réduction des ressources employées, etc. Nombreux sont les facteurs qui peuvent augmenter la rentabilité des entreprises intégrant des pratiques responsables.



Crédit: Eliza Faulkner
Modèle: Rose Adam
Photographe: My Do

4

L'ÉTAT DES PRATIQUES RESPONSABLES DANS LE SECTEUR DE LA MODE AU QUÉBEC

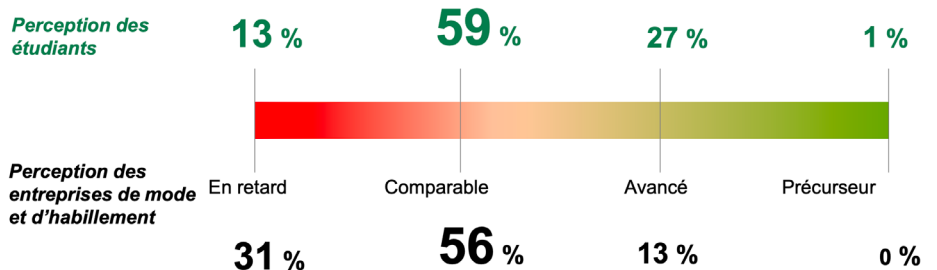
LES ENTREPRISES ET LES ÉTUDIANTS PERÇOIVENT LE SECTEUR DE LA MODE ET DE L'HABILLEMENT COMME COMPARABLES SUR LE PLAN DES PRATIQUES RESPONSABLES

La situation actuelle et le positionnement du secteur de la mode et de l'habillement sur le plan des pratiques responsables ne sont ni avancés, ni en retard. De nombreuses firmes québécoises mettent graduellement des pratiques écoresponsables ou éthiques en place et certaines peuvent même être perçues comme très avant-gardistes (voir études de cas).

Toutefois, en raison de l'ampleur des enjeux environnementaux et éthiques, des mesures et réorientations sont encore nécessaires. La mise en place de pratiques responsables est un processus continu. Toute pratique responsable, peu importe sa portée, est un pas vers un écosystème plus durable, juste et attrayant pour l'ensemble de la main-d'œuvre et la société.

En effet, relativement à certains pays d'Europe où de nombreuses réglementations par exemple ont été mises en place, le milieu de la mode québécois reste en retard. Toutefois, le Québec serait comparable aux États-Unis sur cet élément, selon les répondants.

Perception du milieu de la mode et de l'habillement



Sources : Sondage mmode, analyse RCGT.

DÉMARCHE DE DD

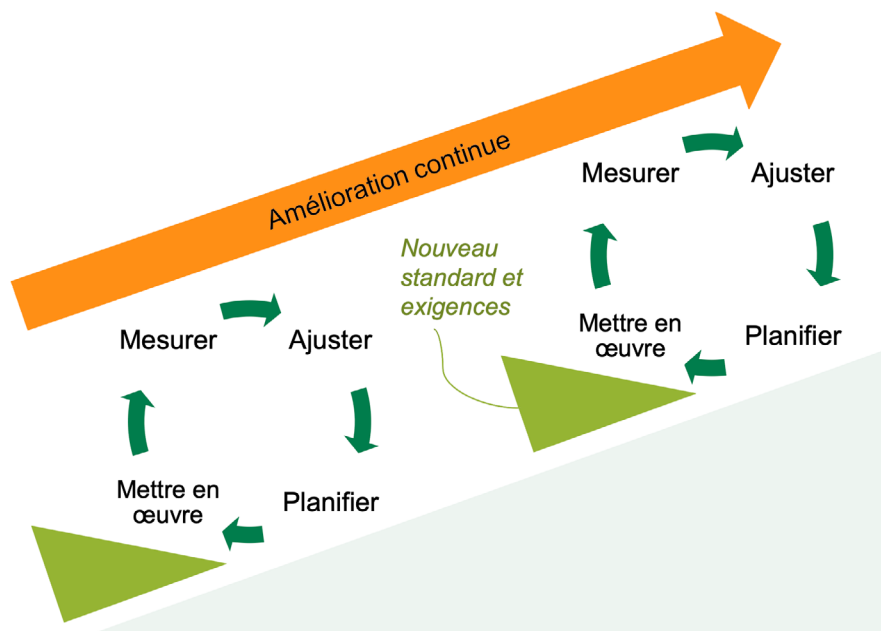
LA MISE EN PLACE DE PRATIQUES RESPONSABLES EST UN PROCESSUS CONTINU

Une fois l'engagement dans une démarche de développement durable entamé, les actions et initiatives s'effectuent de manière progressive et selon des cycles s'appuyant sur les efforts précédents. La méthode des « petits pas » s'est avérée comme efficace pour améliorer les pratiques dans le domaine de la mode.

Facteurs de succès

- Une valorisation des pratiques responsables par les gestionnaires et/ou la direction;
- Une écoute et contribution des employés dans la suggestion d'améliorations et optimisations de certains processus;
- La création d'un comité multidisciplinaire constitué d'employés;
- Développer ses compétences et notions sur les pratiques durables régulièrement en s'appuyant sur des ressources disponibles (voir le guide).

Processus d'amélioration continue – Roue de Demming



En quelques mots

Dans la mesure du possible, lors du processus décisionnel, deux orientations sont à prioriser :

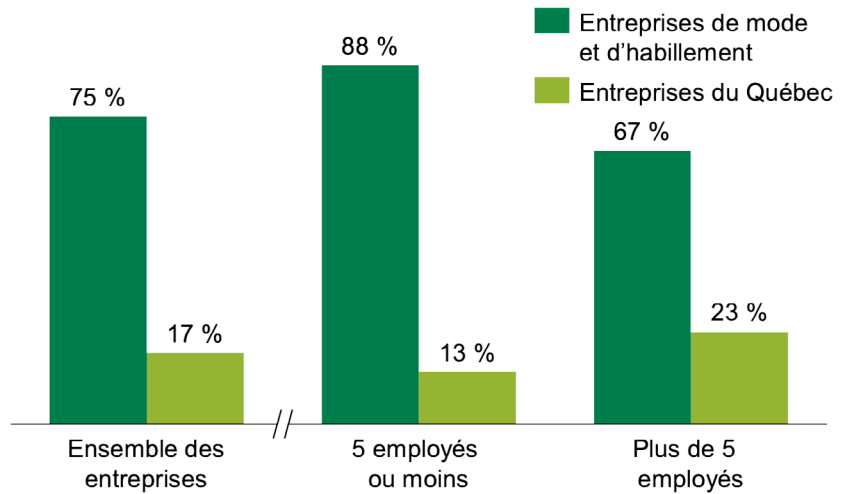
- Un choix de matériaux et de fibres écoresponsables;
- Opter pour des fournisseurs locaux et socialement responsables.

TROIS QUARTS DES ENTREPRISES SONDÉES ONT ENTAMÉ UNE DÉMARCHE DE DD, SOIT QUATRE FOIS PLUS QUE LA MOYENNE QUÉBÉCOISE

Part des entreprises ayant engagé une démarche de DD

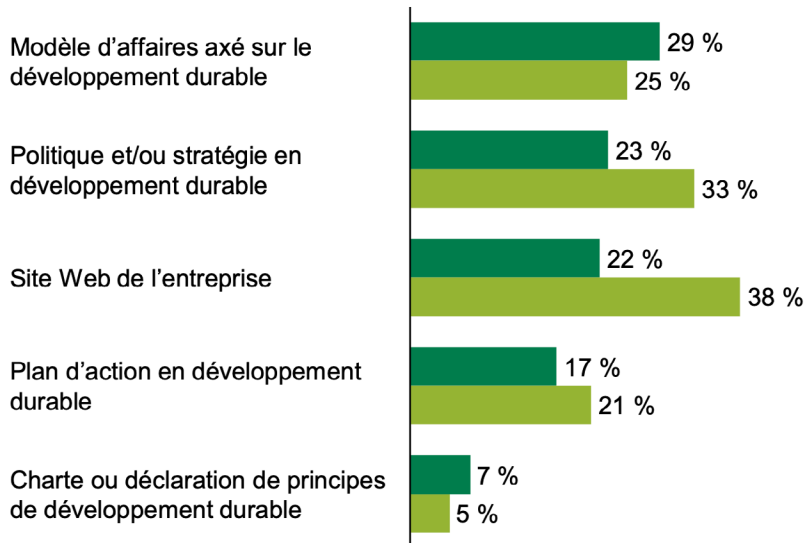
En % des entreprises ayant répondu, 2021 et 2023, N = 60

Parmi les entreprises ayant participé au sondage, l'échantillon comprend de nombreux acteurs ayant engagé une démarche de DD, particulièrement les petites entreprises de 5 employés ou moins, où 88 % indiquent avoir entamé une démarche de DD, alors que la moyenne des entreprises québécoises se situe à 13 %.



Type de documents et démarches indiquant l'engagement au DD

En % des entreprises ayant entamé une démarche de DD, 2021 et 2023, N = 45



Sources : Sondage mmode, ISQ, analyse RCGT.

Ce sont particulièrement les modèles d'affaires qui sont axés sur le DD dans le milieu de la mode et de l'habillement. On constate que seuls 17 % ont un plan d'action en développement durable, indiquant que du progrès pourrait être effectué même parmi les entreprises ayant entamé des actions de DD.



crédit: Veinage

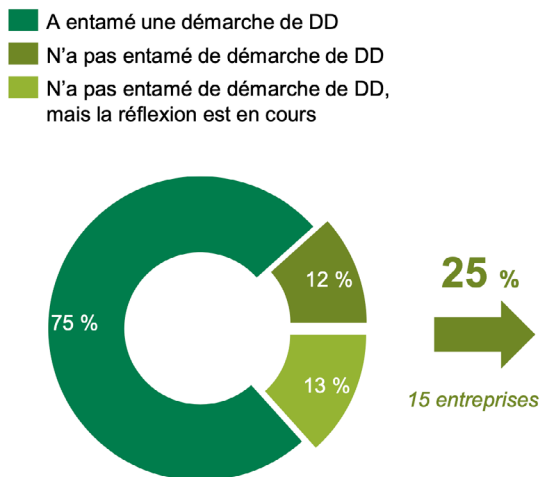
LE QUART DES ENTREPRISES N'ONT PAS ENTAMÉ DE DÉMARCHE DE DD, SOUVENT EN RAISON D'UN MANQUE DE MOYENS FINANCIERS

Le quart des entreprises sondées mentionnent ne pas avoir entamé de démarche de développement durable. Cependant, la moitié d'entre elles indiquent que leur réflexion est en cours.

La raison principale optée par le tiers de ces entreprises est le manque de moyens financiers. Les entreprises de mode et d'habillement seraient mieux informées pour démarrer le processus que la moyenne québécoise; toutefois, il reste que le quart des répondants mentionnent que cet élément est un enjeu.

Distribution des entreprises ayant entamé une démarche de DD ou pas

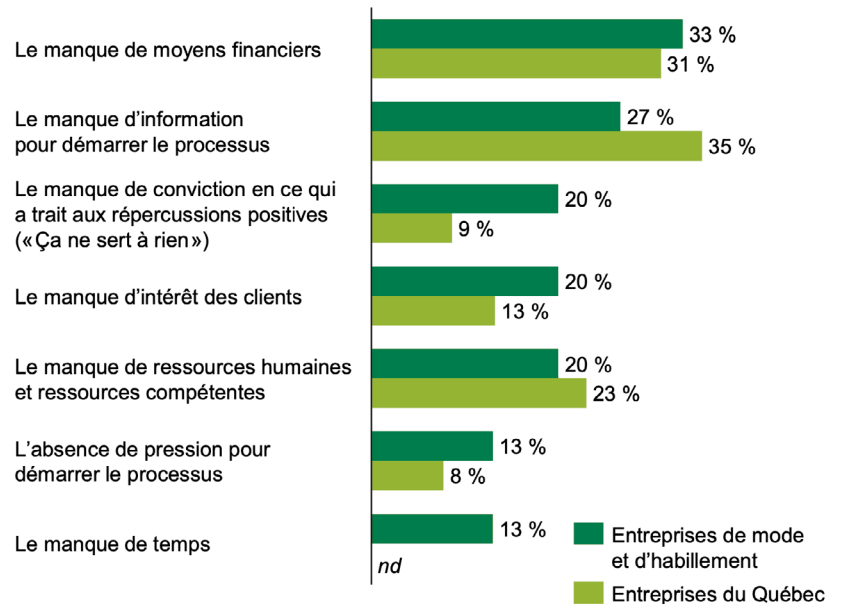
En % des entreprises, 2023, N = 60



Sources : Sondage mmode, ISQ, analyse RCGT.

Fréquence des raisons que les entreprises n'ont pas entamé de démarche de DD

En % des répondants n'ayant pas entamé une démarche de DD, 2021 et 2023, N = 15



LES PRATIQUES DE DD ONT PRINCIPALEMENT DES BÉNÉFICES IMPORTANTS POUR L'IMAGE, LE MARKETING ET LA MAIN-D'ŒUVRE

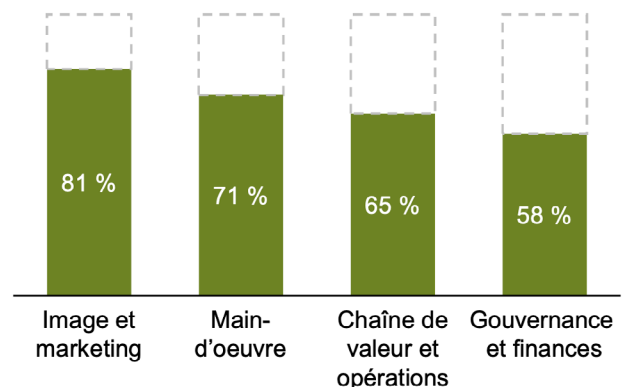
Entamer une démarche de développement durable aurait dans l'ensemble des bénéfices pour l'ensemble des répondants.

Les impacts positifs sont principalement constatés sur l'image et le marketing, tels qu'une meilleure différenciation des produits de l'entreprise, mais également sur la main-d'œuvre.

Plus du tiers des répondants mentionnent que cette démarche a eu des bénéfices importants sur la culture d'apprentissage et d'innovation et aurait également des bénéfices importants sur l'attraction et la rétention de la main-d'œuvre.

Niveau de bénéfices perçus selon la catégorie

Index sur 100 (bénéfice important), N = 45

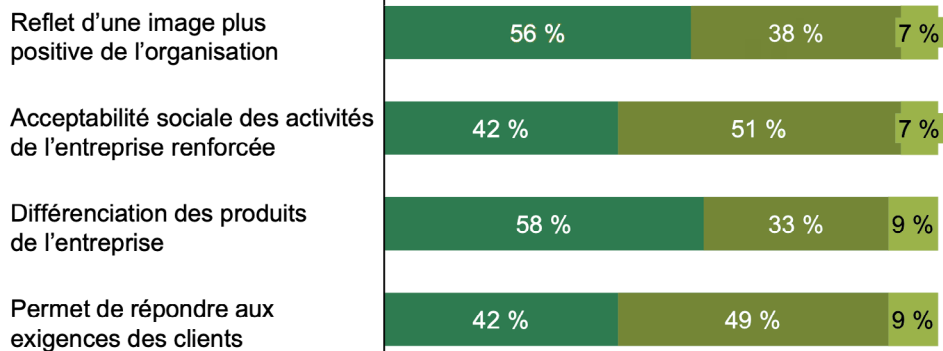


Bénéfices perçus en lien avec la démarche de DD

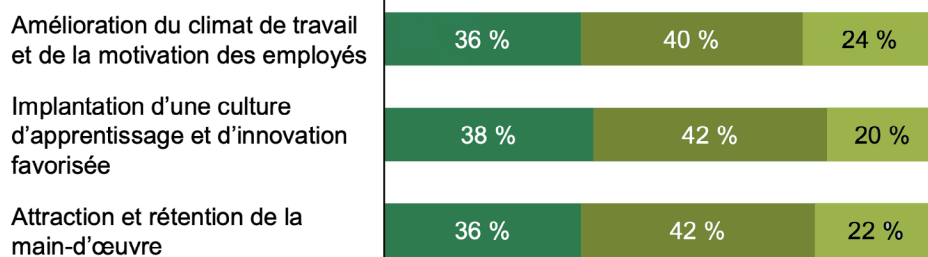
En % des répondants ayant entamé une démarche de DD, 2023, N = 45



Image et marketing



Main-d'œuvre



Sources : Sondage mmode, ISQ, Analyse RCGT



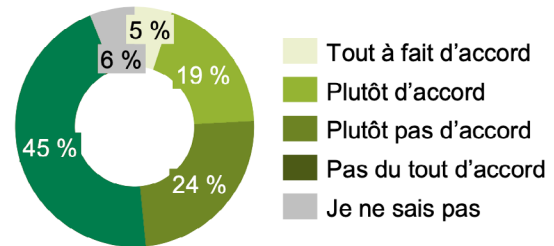
BIEN QU'ILS SOIENT MOINS IMPORTANTS, LA DÉMARCHE DE DD GÉNÈRE ÉGALEMENT DES BÉNÉFICES FINANCIERS ET OPÉRATIONNELS

En effet, entreprendre une démarche de DD aurait eu des bénéfices légers sur les ventes pour plus de la moitié des répondants. La majorité des répondants mentionnent également que cela réduirait la consommation de ressources.

L'aspect des coûts de fonctionnement et d'exploitation n'aurait eu aucun bénéfice.

Capacité à augmenter les prix de leurs produits pour compenser la hausse des coûts liés aux politique environnementale parmi les PME canadiennes

En % des PME du Canada, 2022, N = 4364

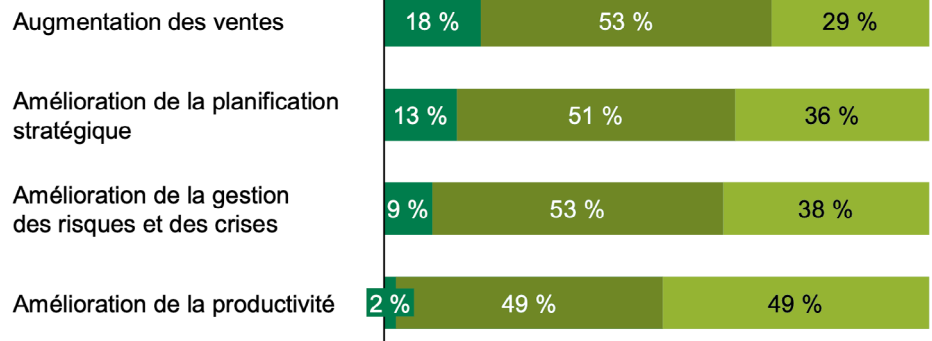


Bénéfices perçus en lien avec la démarche de DD

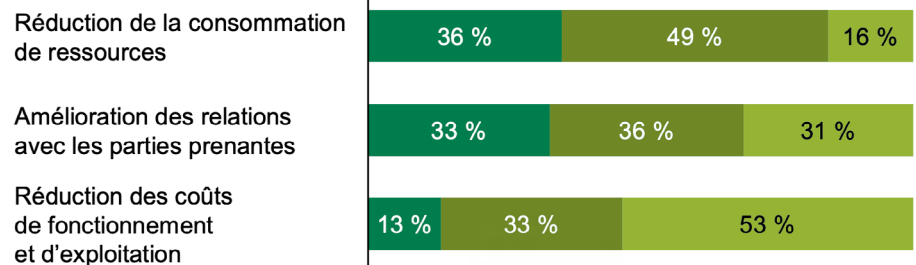
En % des répondants ayant entamé une démarche de DD, 2023, N = 45

■ Bénéfice important ■ Bénéfice léger ■ Aucun bénéfice

Gouvernance et finances



Chaîne de valeur et opérations



Sources : Sondage mmode, ISQ, FCEI, analyse RCGT.

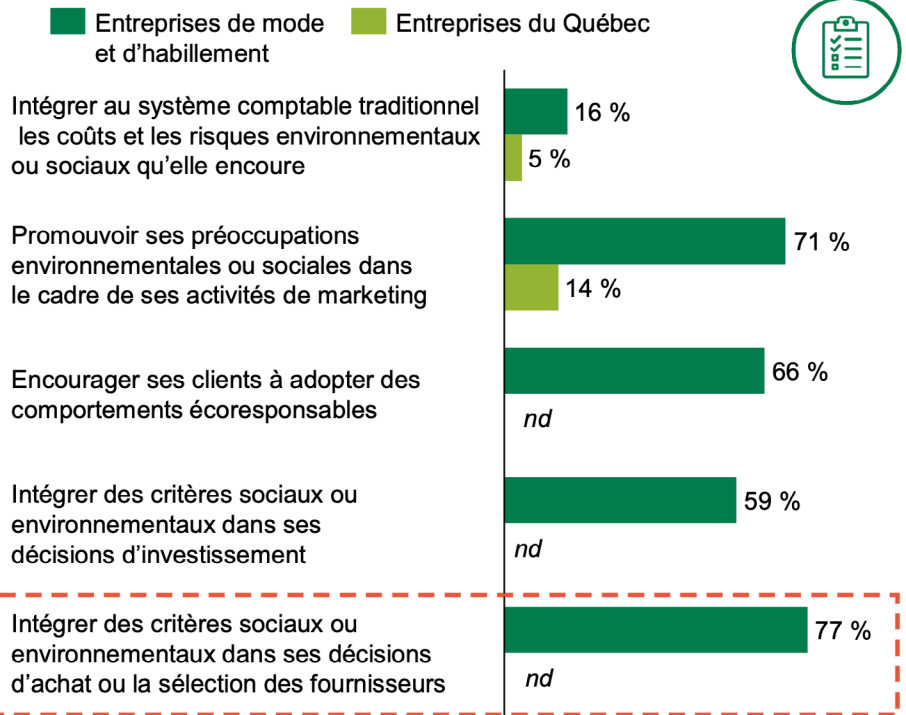
INITIATIVES ET ACTIONS DE DD

Une sélection minutieuse des fournisseurs est entreprise par un grand nombre d'entreprises

Plus des trois quarts des entreprises intègrent des critères sociaux ou environnementaux dans leurs décisions d'achat ou lors de la sélection de leurs fournisseurs.

Initiatives et actions réalisées en matière de gestion, finance et marketing

En % ayant entamé une démarche de DD, 2021 et 2023, N = 52



Sélectionner ses fournisseurs pour améliorer ses pratiques durables

L'opacité et la fragmentation importante de la chaîne de valeur des articles de mode et d'habillement représentent des freins à l'approvisionnement responsable. La sélection des fournisseurs présente une étape centrale dans la mise en œuvre d'une stratégie de DD.

Le choix des matériaux et des fournisseurs des entreprises précurseuses s'effectue de différentes manières :

- Des choix de tissus et fibres certifiés et exiger la certification lors de la livraison;
- Utilisation de matériaux recyclés;
- S'appuyer sur des critères de proximité (prioriser le Québec, le Canada, puis l'Amérique du Nord et du Sud);
- Sélectionner des pays avec un indice de démocratie élevé;
- Prioriser les fournisseurs certifiés tels que B Corp;
- Exiger des politiques en matière de responsabilité sociale et environnementale auprès de fournisseurs directs;
- Quelques certifications mentionnées : GOTS, OekoTex, Bluedesign, BSCI, LWG silver/gold, etc.

LES ENTREPRISES DE MODE ET D'HABILLEMENT SONT ENGAGÉES DANS LA MISE EN PLACE D' ACTIONS SOCIALES ET POUR LA MAIN-D'ŒUVRE

Sur le plan social, 70 % tentent activement d'améliorer la participation des employés et d'améliorer les relations de travail. La moyenne québécoise pour cette action se situe à 50 %.

Deux tiers des entreprises de mode et d'habillement favorisent le bien-être et le développement des employés ainsi que contribuent au développement de la communauté. L'on constate un attachement à la culture et l'économie locale, car 62 % des entreprises ont agi sur ce plan, alors que la moyenne des entreprises du Québec s'élève à 17 %.

LES ENTREPRISES DE MODE AU QUÉBEC ENTREPRENNENT DÉJÀ DES INITIATIVES EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT

La majorité des entreprises ont effectué des actions en matière d'environnement et entrepris des initiatives sur cet axe au cours des 12 derniers mois.

Presque tous les répondants mentionnent agir pour diminuer l'impact environnemental ou social de leurs produits et services et améliorer leur gestion des matières résiduelles. On constate une forte sensibilité des entreprises sur la création de matières résiduelles dans leurs opérations. Bien que les répondants soient bien en dessus de la moyenne québécoise, la réduction des émissions de GES n'est prise en compte que par la moitié des répondants.

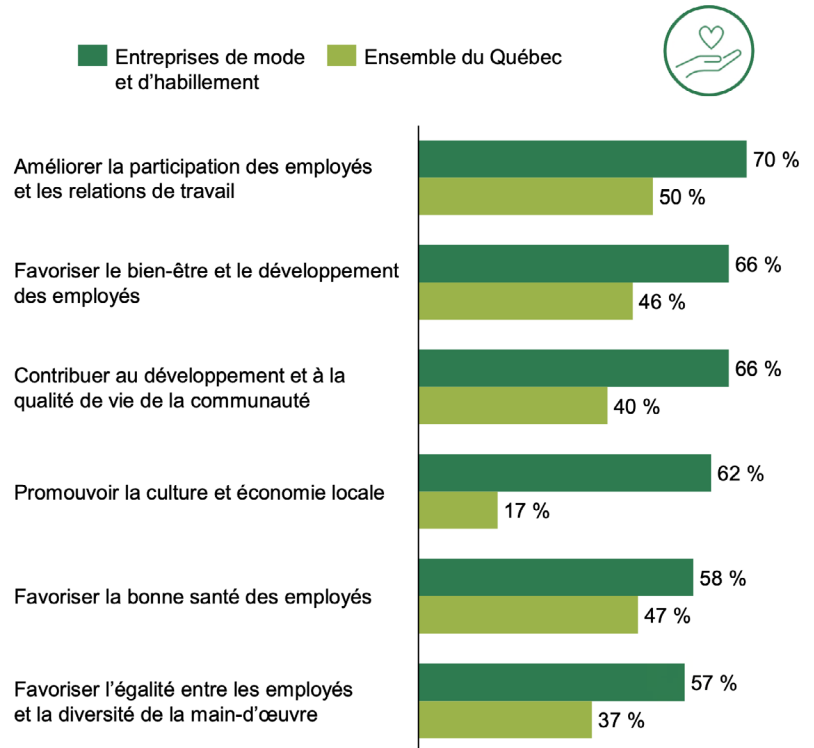
Ceci s'applique également à la gestion énergétique et de l'eau.

On constate que de nombreuses entreprises dans le milieu de la mode et de l'habillement ont entamé le pas d'instaurer des initiatives et des actions en matière d'environnement.

Toutefois, rappelons qu'il s'agit d'un processus continu d'amélioration et d'actions écoresponsables.

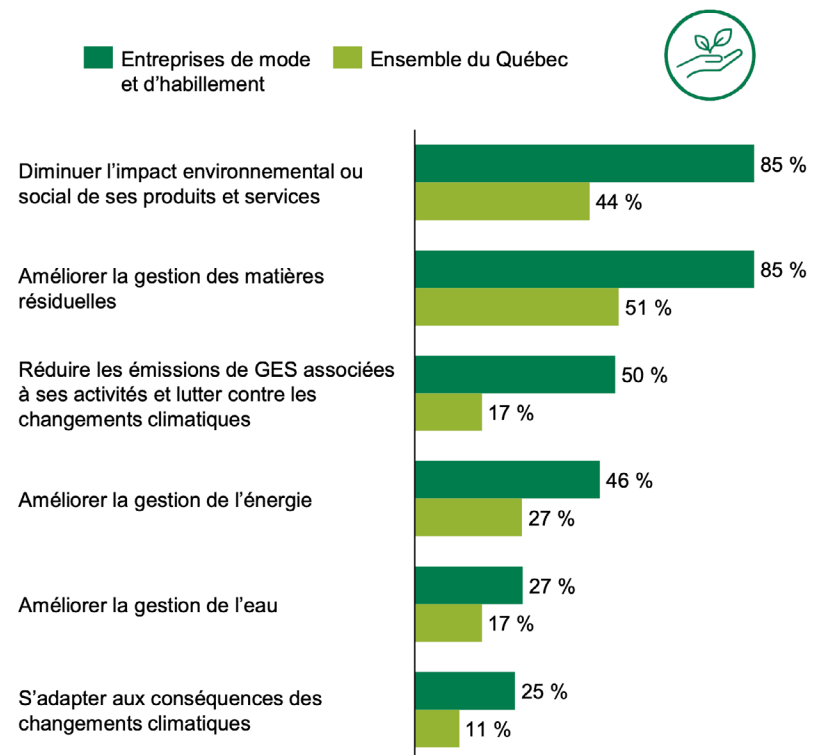
Initiatives et actions réalisées en matière de main-d'oeuvre et sociale

En % des répondants ayant entamé une démarche de DD, 2021 et 2023, N = 52



Initiatives et actions réalisées en matière d'environnement

En % des répondants ayant entamé une démarche de DD, 2021 et 2023, N = 52



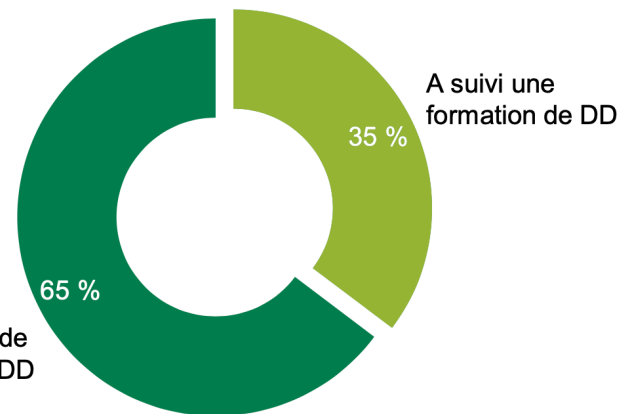
Sources : Sondage mmode, ISQ, analyse RCGT.

MAIN-D'ŒUVRE

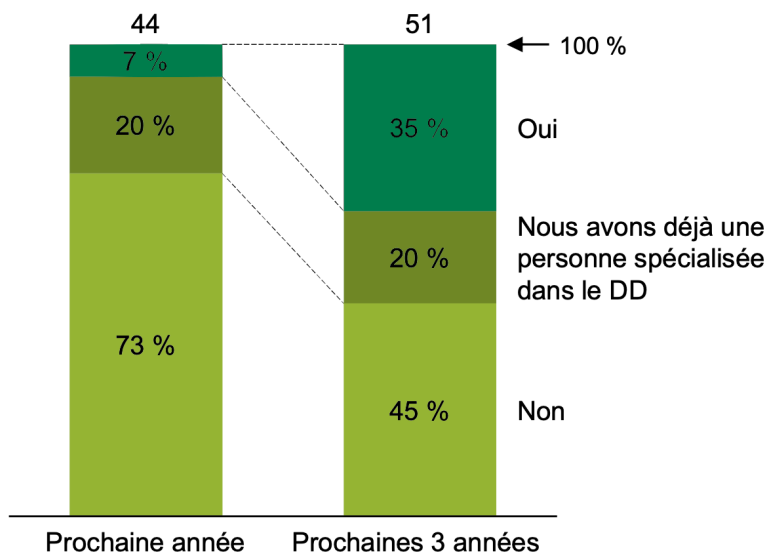
LA DEMANDE POUR LES TRAVAILLEURS SPÉCIALISÉS DANS LE DD DEVRAIT QUADRUPLER D'ICI TROIS ANS

Distribution des entreprises avec des employés avec une formation en DD

En % des entreprises sondées, 2023, N = 51



Actuellement, peu d'entreprises exigent une formation en DD parmi les critères d'embauche (20 % des entreprises). Toutefois, la formation continue est plus répandue parmi les entreprises sondées. En effet, 35 % des entreprises de mode et d'habillement ont un ou plusieurs employés possédant une formation en DD ou qui en suivent une actuellement.



Parmi les entreprises sondées, une sur cinq employait une personne spécialisée en DD. Cette part devrait augmenter, car 35 % des entreprises prévoient embaucher une personne spécialisée en DD au cours des trois prochaines années. Ceci met en évidence l'importance de la formation initiale et continue sur les questions de responsabilité environnementale et sociale.

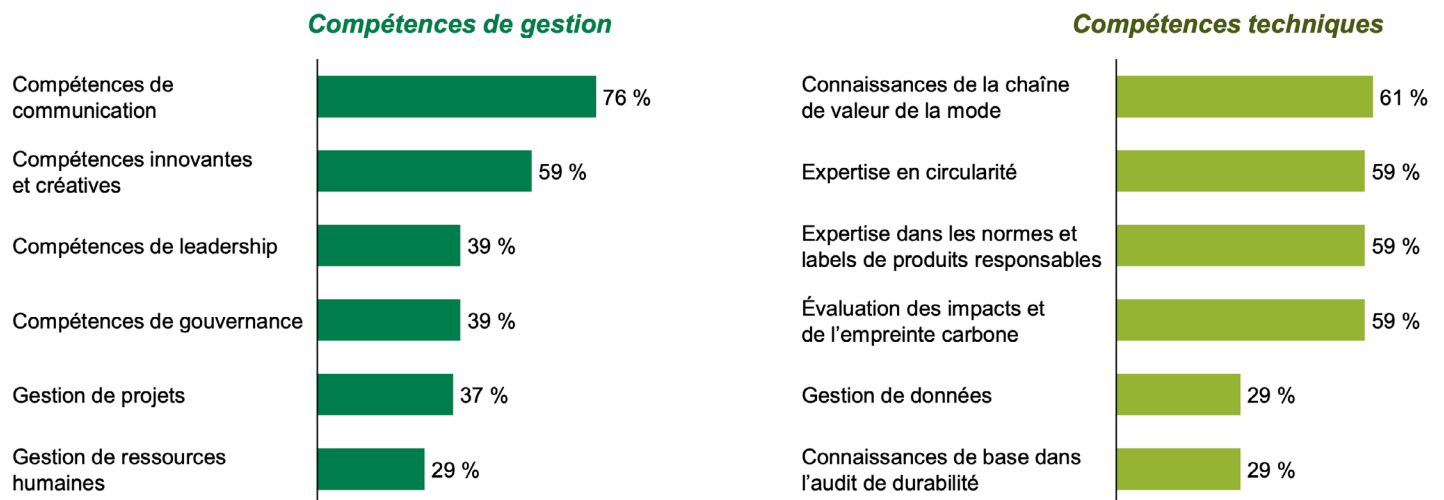
PLUSIEURS COMPÉTENCES TECHNIQUES ET DE GESTION SERONT EN DEMANDE ET REQUISES PAR LES EMPLOYEURS

Les compétences de communication ont été mentionnées le plus fréquemment par les entreprises participantes (76 %) et constituent la compétence de gestion la plus importante. L'innovation et la créativité sont également requises selon 59 % des répondants. Une maîtrise des ressources humaines et de la gestion de projet ainsi que la gouvernance et le leadership sont mentionnés moins fréquemment et seraient donc moins essentiels.

Les compétences techniques occuperaient en moyenne une place plus importante parmi les employeurs. Les connaissances de la chaîne de valeur de la mode, une expertise en circularité ainsi que dans les normes et labels de produits responsables puis des impacts et l'empreinte carbone ont tous été mentionnés comme nécessaires par environ 60 % des entreprises ayant participé au sondage.

Fréquence des compétences requises en matière de développement durable

En % des entreprises sondées, 2023, N = 51



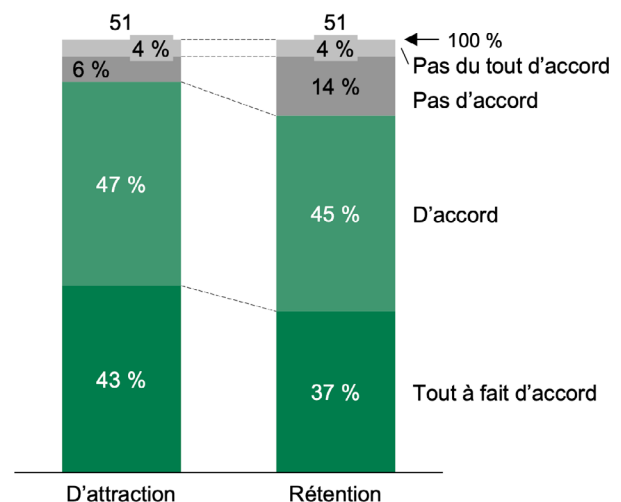
Sources : Sondage mmode, Vestechpro, analyse RCGT.

(1) une description plus détaillée des compétences et leur importance pour instaurer des pratiques responsables se trouve dans le guide aux entreprises.

LES ACTIONS ET INITIATIVES DE DD SONT UN FACTEUR D'ATTRACTION ET DE RÉTENTION DE MAIN-D'ŒUVRE IMPORTANT

Opinion des entreprises sur les initiatives et actions de DD sur l'attractivité et rétention de la main-d'oeuvre

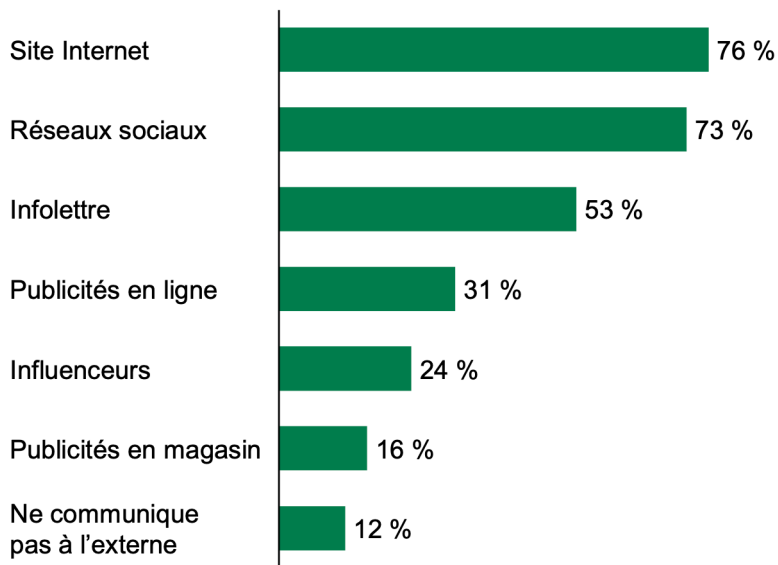
En % des entreprises sondées, 2023, N = 51



La grande majorité des entreprises du milieu de la mode et de l'habillement considèrent que les initiatives et les actions de DD sont un facteur d'attraction de la main-d'œuvre. Ces initiatives seraient moins un facteur de rétention de la main-d'œuvre, mais tout de même, 82 % des entreprises le considèrent comme tel.

Communication des actions et initiatives de DD à l'externe

En % des entreprises sondées, 2023, N = 51



Les canaux les plus fréquemment utilisés par les entreprises pour communiquer les actions et initiatives de DD sont leur site Internet et les réseaux sociaux. Ainsi, des compétences de communication sont interreliées avec les mesures responsables prises au sein des entreprises.

Sources : Sondage mmode, analyse RCGT.

crédit: Mercedes Morin



5

ATTENTES DES ÉTUDIANTS

LES ÉTUDIANTS ÉVALUENT EN GRANDE MAJORITÉ LES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE COMME ÉTANT TRÈS IMPORTANTS

Contexte du sondage

Les pratiques responsables gagnent de l'importance parmi les consommateurs, les exigences réglementaires ainsi que les valeurs des employés.

Dans un contexte de rareté de main-d'œuvre et d'évolution rapide des changements climatiques, quel rôle jouent les pratiques responsables auprès des étudiants parmi les futurs travailleurs?

Telle est la question qui a été tentée d'être répondue à l'aide d'un sondage auprès d'étudiants des programmes de formation de l'écosystème de la mode.

381 étudiants ont répondu au sondage entre le 28 février et le 29 mars 2023, permettant de tirer les constats présentés aux pages suivantes. Le détail des analyses et les caractéristiques de l'échantillon sont présentés en annexe de ce document.

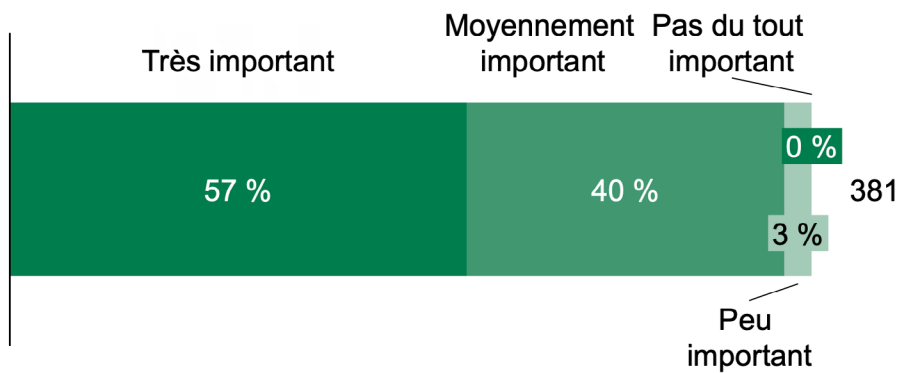
Les futurs travailleurs de la mode sont très sensibles aux enjeux de développement durable. La vision des étudiants est représenté dans cette section.

Les étudiants ayant répondu au sondage, dont l'âge moyen est de 22 ans, suivent en grande partie les programmes de DEC en design de mode ainsi que le DEC en commercialisation de la mode.

Plusieurs études démontrent que les nouvelles générations prennent en compte les pratiques éthiques et leur impact social lors de choix d'employeurs. La transparence et l'honnêteté des communications chez un employeur seraient également d'importance selon une étude menée par Indeed en 2023.

Distribution du niveau de sensibilité général pour les enjeux de développement durable

Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 381



Sources : Understanding Generation Z in the workplace – Deloitte, Le Devoir, sondage mmode, analyse RCGT.

crédit: Atelier B



LA CRÉATION DE DÉCHETS ET D'EXTERNALITÉS NÉGATIVES EST PERÇUE COMME L'ENJEU PRINCIPAL DU MILIEU DE LA MODE

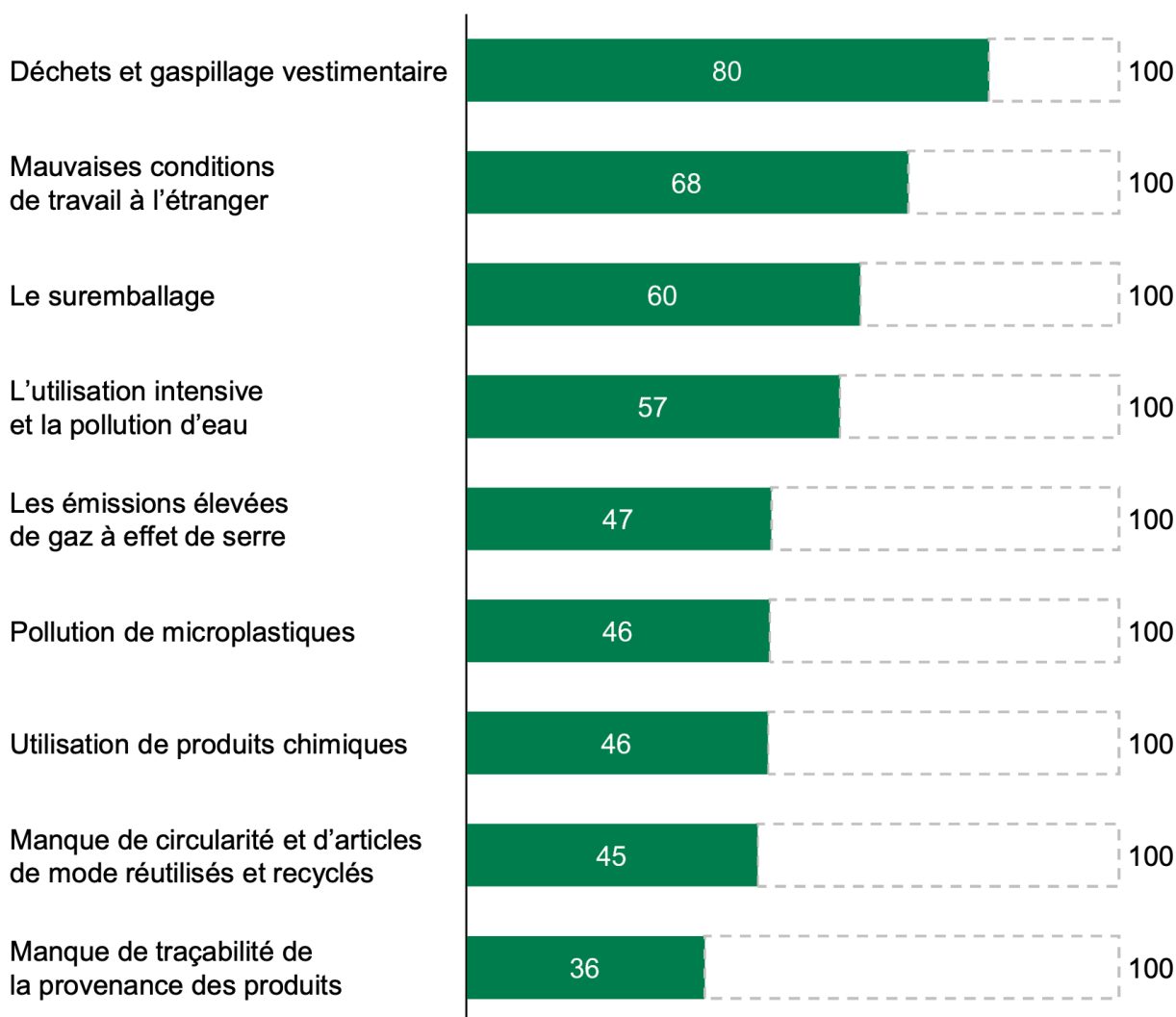
Les étudiants identifient en moyenne cinq enjeux environnementaux, éthiques et sociaux dans le milieu de la mode et de l'habillement.

Les éléments le plus soulevés par les étudiants sont les déchets et le gaspillage vestimentaire. En effet, 80 % des répondants considèrent ce facteur comme un enjeu.

Les mauvaises conditions de travail à l'étranger constituent également l'un des enjeux les plus importants pour les étudiants. D'autre part, le suremballage et l'utilisation intensive, ainsi que la pollution d'eau sont identifiés par 60 % des étudiants. En d'autres mots, l'utilisation importante de ressources et sa mauvaise gestion sont relevées par une majorité d'entre eux.

Principaux enjeux environnementaux, éthiques et sociaux perçus dans le milieu de la mode

Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 381



Parmi les étudiants souhaitant travailler au sein du milieu de la mode et de l'habillement, 68 % considèrent que les actions environnementales et éthiques prises actuellement par les entreprises ne sont pas suffisantes.

Les facteurs financiers comme la perte de profits et le manque de moyens financiers sont perçus comme les raisons principales du manque d'actions prises, tout comme l'absence de réglementations également. Le manque de volonté ou de conviction serait moins un frein selon les étudiants.

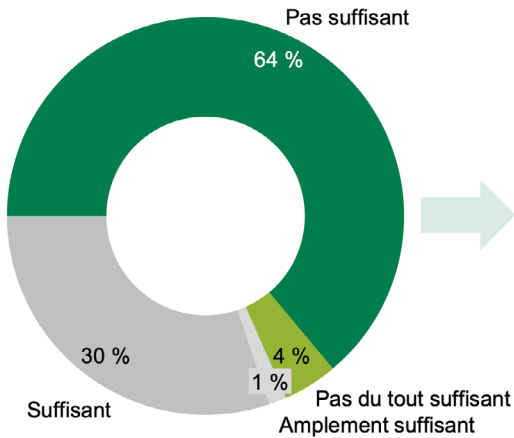
« C'est compliqué de fabriquer des articles responsables qui sont bon marché. Les articles sont trop chers. »

« Il faut faire attention au greenwashing. Une entreprise qui ment sur son avancement en DD, ça se voit. »

Groupe de discussion avec les étudiants

Perception des actions prises par les entreprises

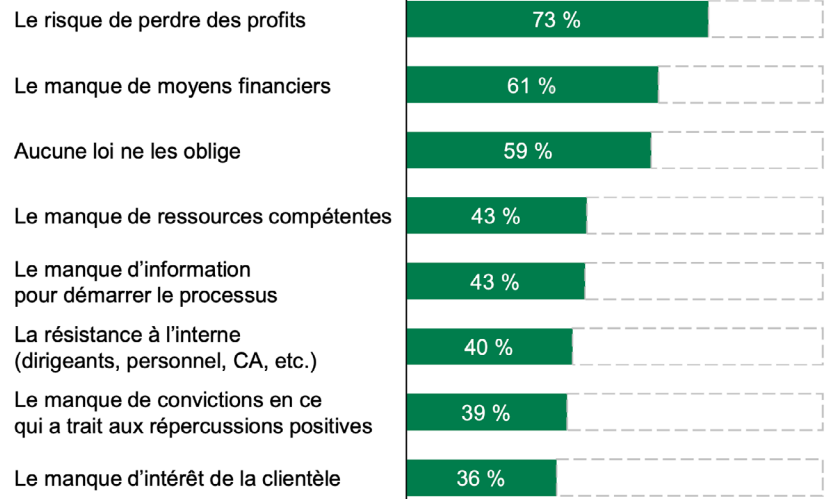
Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 340



Sources : sondage mmode, analyse RCGT

Raisons perçues du manque d'actions prises par les entreprises

Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 233



crédit: 1ER MAI



LES PRATIQUES RESPONSABLES OCCUPENT UNE PLACE IMPORTANTE LORS DU CHOIX D'ÉTUDES POUR LA GRANDE MAJORITÉ DES ÉTUDIANTS

Environ le quart des étudiants considèrent que les pratiques responsables ont été très importantes lors du choix de leurs études et plus de la moitié considère que ce facteur était important.

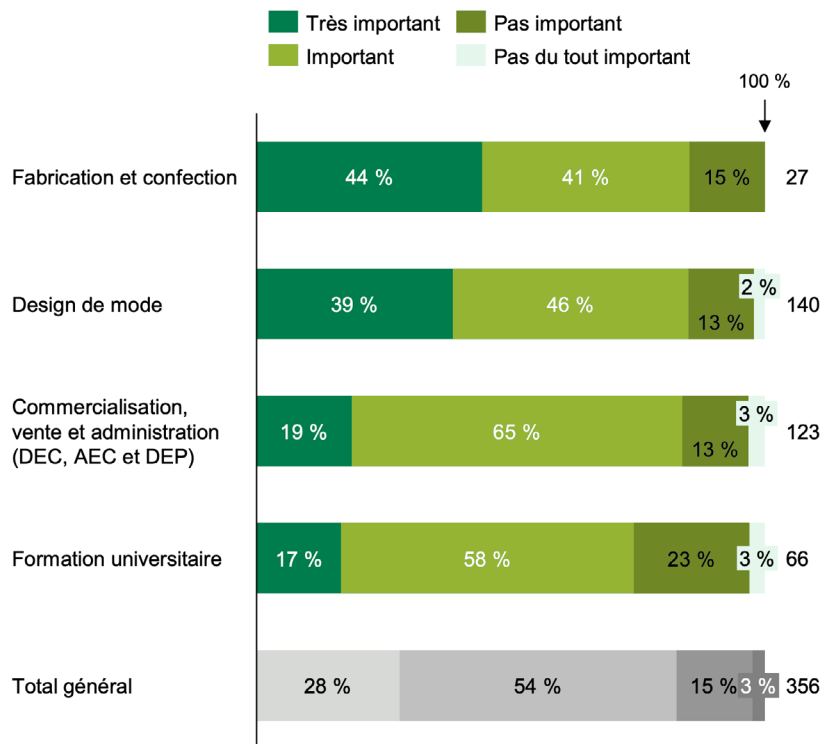
Les étudiants en fabrication et confection accorderaient légèrement plus d'attention aux pratiques responsables dans leur choix d'études. Ceci peut également être observé parmi les étudiants en design de mode et en commercialisation, vente et administration.

Les étudiants universitaires accordent légèrement moins d'importance aux pratiques responsables. Toutefois, il reste que trois quarts prennent en compte cet élément, soit une grande majorité.

Pour simplifier les observations, l'analyse et tirer des constats, les formations ont été regroupées en quatre groupes, soit 1) la fabrication et confection, 2) le design de mode, 3) la commercialisation, vente et administration et 4) les formations universitaires. Le détail se trouve en annexe.

Importance accordée aux pratiques responsables dans le choix d'études

Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 356



Sources : sondage mmode, analyse RCGT

LES ÉTUDIANTS EN CONFECTION DE VÊTEMENTS CONSIDÈRENT QUE LE DD N'OCCUPE PAS UNE PLACE ASSEZ GRANDE DANS LEUR PROGRAMME

38%

Dans l'ensemble, plus du tiers des étudiants ne sont pas satisfaits de l'attention accordée aux pratiques de développement durable et la considèrent insuffisante.

Les étudiants de DEP en mode et confection de vêtements ainsi qu'en design de mode (DEC) sont les moins satisfaits avec l'importance accordée aux pratiques de développement durable au sein de leur programme d'enseignement. Pour ces deux formations, la moitié considère que l'attention aux pratiques durables pourrait être bonifiée.

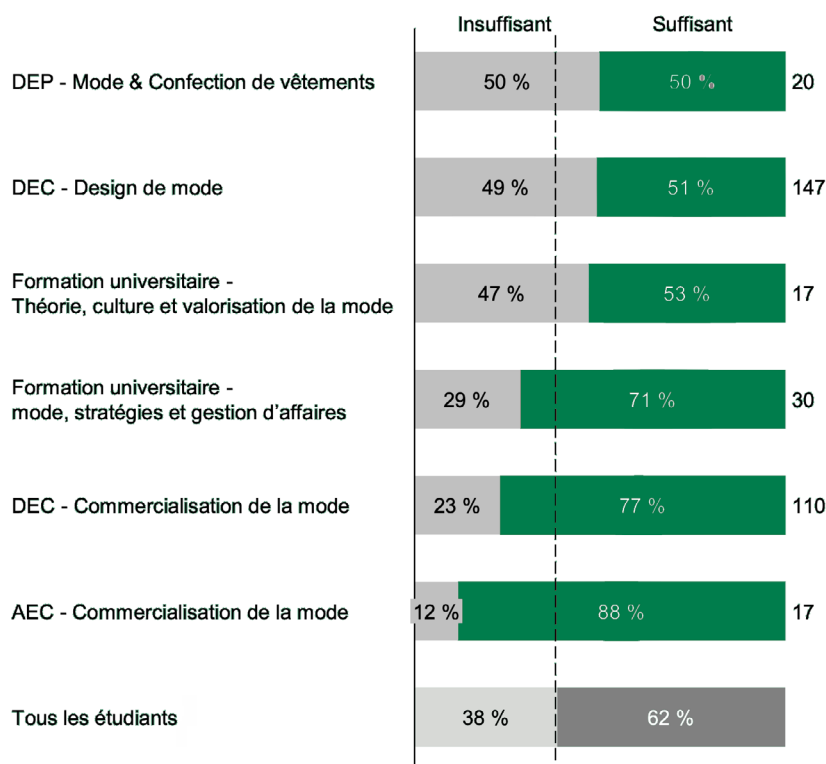
D'autre part, les étudiants en commercialisation de la mode, que ce soit le DEC ou l'AEC, sont généralement satisfaits de l'attention portée aux pratiques de développement durable au sein de leur programme.

« L'attention accordée au DD dépend fortement d'un enseignant à l'autre. Cela dépend de l'importance que ce dernier accorde au sujet »

Groupe de discussion avec les étudiants

Satisfaction de l'attention accordée aux pratiques de DD selon la formation

2023, 3 sujets mentionnés le plus souvent, N = 356



Note : Le nombre de répondants pour certains programmes est insuffisant et la taille de l'échantillon est insuffisante pour tirer des constats et des analyses significatives.

Sources : sondage mmode, analyse RCGT

LES ÉTUDIANTS PRÉSENTENT UN INTÉRÊT POUR DAVANTAGE EXPLORER LES PRATIQUES DE FABRICATION RESPONSABLES

Parmi toutes les compétences présentées aux étudiants, les pratiques de fabrication responsable figurent en tête de tous les groupes de formations dans la volonté d'explorer ces sujets davantage.

Les étudiants des programmes orientés vers la commercialisation, la vente et l'administration portent un intérêt pour les compétences de communication et stratégiques. Les étudiants de design, fabrication et les étudiants universitaires démontrent une curiosité et une volonté de davantage développer des connaissances des normes et étiquettes de produits responsables. Les compétences pour lesquelles les étudiants s'intéressent le moins sont la gestion de données et les connaissances en audit de développement durable. Moins du tiers des étudiants ont mentionné ces sujets.

« Les sujets environnementaux et éthiques devraient être abordés de manière transversale, soit à tous les cours. »

« On aimerait connaître les outils, solutions et actions concrètes qui sont à prendre pour être plus écoresponsables et éthiques. »

« Il manque les outils pour le marché de demain sur le plan environnemental. Peu de cours portent sur le secteur de demain. Le problème est que les étudiants d'aujourd'hui détiendront la charge de façonner la mode de demain. »

Groupe de discussion avec les étudiants

Sujets et compétences de développement durable que les étudiants souhaitent explorer davantage selon leur formation

2023, 3 sujets mentionnés le plus souvent, N = 356



Le détail des résultats de cette question est présenté en annexe.
Sources : sondage mmode, analyse RCGT.

PRESQUE TOUS LES ÉTUDIANTS ACCORDENT UNE IMPORTANCE AUX PRATIQUES RESPONSABLES D'UN FUTUR EMPLOYEUR

Les préférences des différentes générations sur les conditions de travail évoluent. Horaires de travail flexibles, environnement de travail agréable et valorisant, ainsi qu'une rémunération adéquate sont valorisés par les futurs travailleurs.

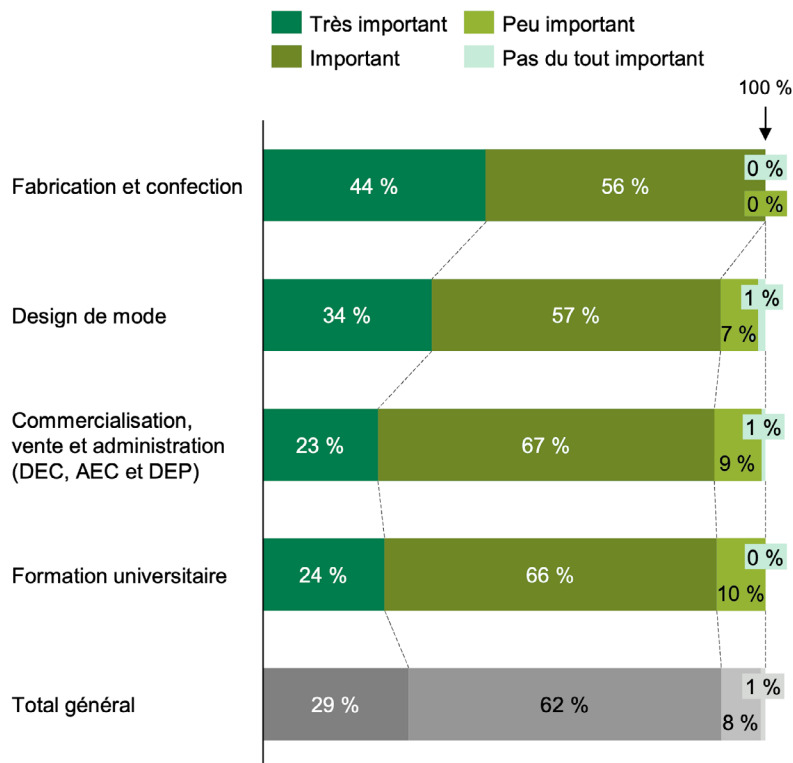
Les pratiques responsables figurent également parmi les éléments auxquels les étudiants accordent une importance lors du choix d'employeur. En effet, tous les étudiants actuels dans un programme orienté vers la fabrication et la confection considèrent ces pratiques importantes, voire très importantes.

Les étudiants de design, commercialisation ou universitaires considèrent les pratiques responsables comme importantes et très importantes dans 89 % à 92 % des cas.

Ainsi, on constate que les étudiants sont unanimes sur les pratiques responsables chez leur futur employeur.

Importance accordée aux pratiques responsables d'un futur employeur selon le domaine de formation

Québec, en % du domaine de formation, N = 356



Autres facteurs d'attraction pour les plus jeunes générations

- Horaires de travail flexibles
- Environnement de travail agréable
- Rémunération adéquate

Distribution des étudiants qui seraient prêts à accepter un salaire moins élevé pour travailler dans une entreprise plus responsable

2023, en % des étudiants, N = 324

44 % N'accepteraient pas un salaire inférieur

« Il faut que le salaire soit raisonnable. À salaire égal, je choisirai la firme responsable. »
Groupe de discussion avec les étudiants

PLUS DE LA MOITIÉ ACCEPTERAIENT UN SALAIRE INFÉRIEUR DE 21 % EN MOYENNE POUR TRAVAILLER DANS UNE ENTREPRISE RESPONSABLE

Toutefois, la part d'étudiants n'acceptant pas un salaire inférieur atteint presque la moitié des répondants.

Comme mentionné, une rémunération adéquate est tout de même très valorisée par les plus jeunes générations.

56 % Accepteraient un salaire inférieur

Les étudiants seraient prêts à accepter un salaire moins élevé de **21 %** en moyenne.

Sources : sondage mmode, analyse RCGT.



CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

LA MAJORITÉ DES ENTREPRISES DE LA MODE ET DE L'HABILLEMENT SONT SENSIBILISÉS AUX ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE MAIS DES ACTIONS RESTENT ENCORE À ÊTRE MISES EN PLACE

L'impact environnemental et social de l'écosystème de la mode est important. Les fortes émissions de GES, les conséquences négatives pour la biodiversité, les mauvaises conditions de travail au sein de certaines usines, l'opacité de la chaîne de valeur et la création de quantités de matières résiduelles importantes sont parmi les enjeux principaux identifiés dans le cadre de cette étude.

Celle-ci a permis d'identifier également les possibilités s'offrant aux entreprises du Québec selon leur niveau de maturité dans leur démarche de développement durable.

Bien que les enjeux soient d'envergure, il existe une multitude d'actions que les entreprises peuvent prendre pour y répondre. Elles sont nombreuses et varient en termes d'efforts, d'impacts et de durée. Toutefois, dans l'ensemble deux orientations peuvent être priorisées par les entreprises, particulièrement celles opérant dans la fabrication et la distribution:

Dans la mesure du possible, lors du processus décisionnel, deux orientations sont à prioriser :

- Un choix de matériaux et de fibres écoresponsables;
- Opter pour des fournisseurs locaux et socialement responsables.



Guide pour les entreprises de mode et d'habillement

Pour accompagner les entreprises à entamer une démarche de DD ou inspirer celles déjà actives dans la poursuite de leur démarche, un guide dédié aux entreprises a été développé.

LES ENTREPRISES DE MODE ET D'HABILLEMENT

Trois quart des entreprises de mode et d'habillement ont entamé une démarche de développement durable, toutefois, près du tiers perçoit le secteur comme en retard sur ce plan.

La majorité des employés n'ont pas suivi de formation en DD mais près du tiers des entreprises prévoient embaucher une personne qualifiée dans ce domaine.

Les actions responsables sont bénéfiques principalement pour l'image et le marketing et les entreprises considèrent que les compétences en communication figurent parmi les plus importantes.

PERCEPTION DES ÉTUDIANTS

Les étudiants sont quasi-unanimes sur l'importance des pratiques durables, que ce soit au sein de la formation et le développement de compétences sur ce sujet ou lors du choix de leur employeur.

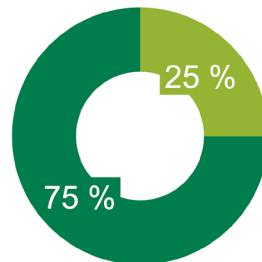
La compétence que les étudiants souhaiteraient développer davantage, toutes formations confondues, touche aux pratiques de fabrication responsable.

Près de la moitié des étudiants sondés n'accepteraient pas un salaire inférieur pour prioriser des pratiques responsables, alors que l'autre moitié oui et à hauteur de 21 % en moins sur leur salaire.

Distribution des entreprises de mode

Québec, 2023, en % des entreprises

■ A entamé une démarche de DD ■ N'a pas entamé de démarche de DD

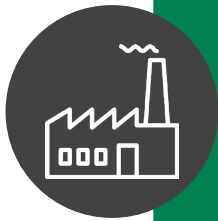


RECOMMANDATIONS ET PROCHAINES ÉTAPES



Établissements d'enseignement

1. Soutenir tous les enseignants dans l'enseignement et la sensibilisation aux pratiques de développement durable. Une intégration transversale dans l'ensemble des cours enseignés apparaît souhaitable;
2. Fournir des outils aux enseignants permettant de parfaire leurs connaissances et de bonifier les cours avec les éléments de développement durable;
3. Instaurer un stage ou une journée pour les étudiants dans des centres de tri de textile ou dans une organisation de récupération de textiles afin d'inciter et sensibiliser à l'écoconception.



Entreprises de mode et d'habillement

1. Favoriser l'embauche de candidats à l'extérieur des bassins de candidats traditionnels (tel que la gestion du changement ou des travailleurs du secteur manufacturier);
2. Offrir du temps et du soutien financier aux employés pour la formation continue afin de maintenir une vigie des tendances responsables et sensibiliser ces derniers, mais également stimuler leur engagement et leur rétention.



mmode

1. Poursuivre les travaux de diffusion sur les pratiques responsables en développant la boîte à outils pour chaque sujet respectif (stratégie de DD, économie circulaire, émissions de GES, biodiversité, etc.);
2. Effectuer une vigie des pratiques de développement durable dans le domaine de la mode à travers le monde incluant les outils et ressources pour les déployer;
3. Maintenir leur rôle de partage de pratiques responsables pour inspirer les acteurs de la mode québécois.

ANNEXES

RÉFÉRENCES

SOURCES DES SOLUTIONS ET TECHNOLOGIES DE CIRCULARITÉ

Étape	Exemples d'initiatives, solutions et technologies
Production	<ul style="list-style-type: none">• https://ellenmacarthurfoundation.org/circular-examples/napapijri-circular-series• https://www.weforum.org/agenda/2019/07/here-s-fashions-hot-new-trend-clothes-you-dont-need-to-wash-very-often/• https://www.kornit.com/fr/notre-rvolution/• https://www.jeanologia.com/• https://www.bloomberg.com/news/features/2023-01-30/green-fashion-companies-are-making-biodegradable-clothing-from-algae?leadSource=verify%20wall
Consommation responsable et modèles d'affaires	<ul style="list-style-type: none">• https://www.mulberry.com/ca/customer-services/care-and-repairs• https://wornwear.patagonia.com/• https://www.recommerce100.com/• https://www.renttherunway.com/• https://ellenmacarthurfoundation.org/fashion-business-models/overview• https://ellenmacarthurfoundation.org/circular-examples/keeping-clothing-in-use-to-save-us-money-and-reduce-waste-thredup• https://www.businessoffashion.com/news/sustainability/resale-and-rental-companies-band-together-to-lobby-for-circular-fashion-policies/• https://3dlook.ai/content-hub/virtual-fitting-room-for-ecommerce/• https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/09/16/virtual-dressing-rooms-a-guide-for-fashion-retailers/?sh=6b6e9327b87e
Tri et séparation des fibres	<ul style="list-style-type: none">• https://www.valvan.com/en/• https://smartfibersorting.com/fibersort-goes-to-the-market-making-recycled-textile-the-new-norm/• https://reports.fashionforgood.com/report/sorting-for-circularity-europe/
Systèmes de gestion	<ul style="list-style-type: none">• https://www.supplychaindive.com/news/HM-AI-supply-chain-sustainable/570400/• https://www.kornit.com/fr/notre-rvolution/• https://reports.fashionforgood.com/report/textile-tracer/
Accompagnement	<ul style="list-style-type: none">• https://www.businessoffashion.com/news/sustainability/british-fashion-council-partners-with-ebay-to-launch-circular-fashion-fund/• https://textileexchange.org/• https://www.closedlooppartners.com/• https://textielinnovatiefonds.nl/?lang=en
Éco-étiquetage	<ul style="list-style-type: none">• https://www.environnement.gouv.qc.ca/developpement/ecoetiquette/index.asp?categorie=Textiles
Autre	<ul style="list-style-type: none">• https://chrrroma.ca/

RÉFÉRENCES RÉGLEMENTAIRES

Lieu (année)	Description	Sujet
Californie (2025)	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.businessoffashion.com/news/sustainability/california-regulation-pfas-pfcs-forever-chemicals-pollution-harmful/ 	Produits chimique
Union Européenne (en cours)	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.businessoffashion.com/news/sustainability/eu-considers-ban-on-forever-chemicals-urges-search-for-alternatives/ 	Produits chimique
New York (en cours)	<ul style="list-style-type: none"> • https://static1.squarespace.com/static/61dd9f6e0419d83f2fb548fb/t/6373f904f4f9177c12dfc2bc/1668544782604/Fact+Sheet.pdf • https://www.businessoffashion.com/articles/sustainability/new-york-fashion-act-to-test-brands-appetite-for-sustainability-regulation/ 	Transparence
Union Européenne (2023)	<ul style="list-style-type: none"> • https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_1692 	Écoétiquettes, normes et certifications
Union Européenne (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • https://green-business.ec.europa.eu/environmental-footprint-methods_en 	Écoétiquettes, normes et certifications
Suède (2016)	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.weforum.org/agenda/2016/10/sweden-is-tackling-its-throwaway-culture-with-tax-breaks-on-repairs-will-it-work/ 	Économie circulaire
Californie (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.dir.ca.gov/dlse/Garment/#:~:text=The%20Garment%20Worker%20Protection%20Act%20(SB62),-Senate%20Bill%2062&text=The%20new%20law%20addresses%20proper,to%20be%20paid%20piece%20rate 	Conditions de travail
Allemagne (2023)	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.bundesregierung.de/breg-fr/service/archives/loi-chaines-appvisionnement-1872078 	Transparence
Californie (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • https://oag.ca.gov/SB657 	Transparence
États-Unis (en cours)	<ul style="list-style-type: none"> • https://thefabricact.org/ 	Conditions de travail

ANALYSES ET RÉSULTATS SUPPLÉMENTAIRES DES SONDAGES - ENTREPRISES

ÉCHANTILLON DES ENTREPRISES

L'enquête électronique auprès des entreprises a été menée via la plateforme Survey Monkey du 16 février 2023 au 6 avril 2023. Un total de 60 entreprises ont complété le sondage jusqu'à la fin.

Taille de l'entreprise	Nombre d'entreprises	Associations sectorielles et créneaux d'excellence	Nombre d'entreprises
1 à 4 employés	4	mmode	44
5 à 9 employés	1	CSMO Textile	10
10 à 49 employés	28	Détail Québec	8
50 à 99 employés	2	Concertation MTL	8
100 à 249 employés	3	TechniTextiles	7
250 et plus employés	6	Vêtement Québec	4
Aucun employé	8		
Total d'entreprises	60		

Secteur d'activité (entreprises)	Nombre	Part		Part
Usines de textiles [313]	4	7 %	Fabrication	64 %
Usines de tous les autres produits textiles [31499]	1	2 %		
Fabrication de vêtements [315]	28	47 %		
Fabrication de chaussures [3162]	2	3 %		
Fabrication d'autres produits en cuir et produits analogues [3169]	3	5 %		
Grossistes marchands de textiles, de vêtements et de chaussures [4141]	6	10 %		10 %
Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires [448]	8	13 %	Commerce de détail	18 %
Magasins d'articles de sport et de passe-temps et d'instruments de musique [4511]	2	3 %		
Grands magasins [4521]	1	2 %		
Autres	5	8 %		8 %
Total d'entreprises	60	100 %		100 %

COMPARAISON AVEC LES ENTREPRISES DU QUÉBEC

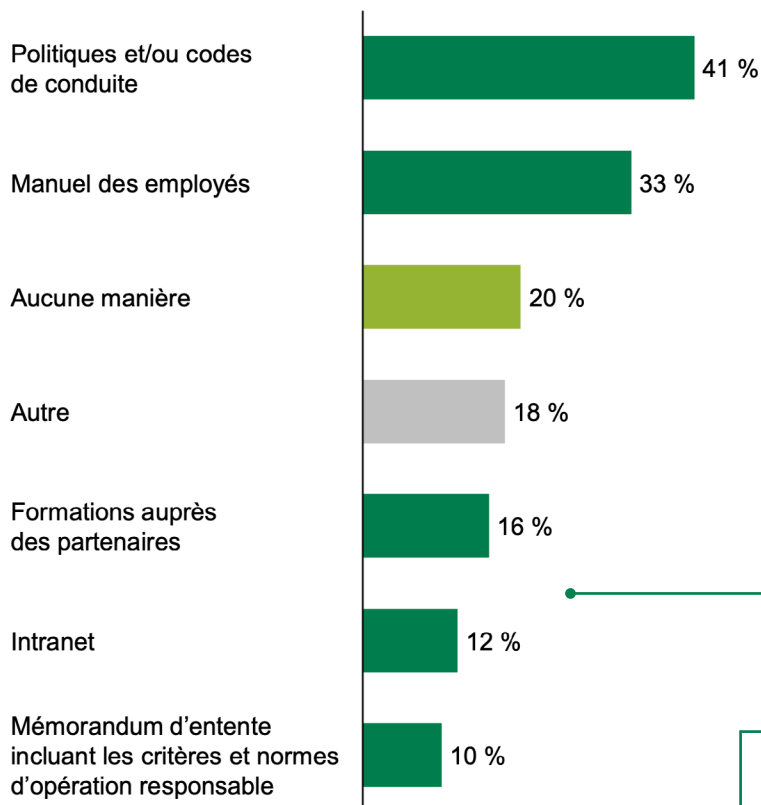
Le sondage aux entreprises a été inspiré de l'enquête sur le développement durable, les pratiques écoresponsables et les technologies propres effectuée par l'Institut de la statistique du Québec. Ainsi, les données obtenues pour les entreprises de mode ont pu être comparées aux résultats de cette enquête menée en 2019 et publiée en 2021.

QUELQUES RÉSULTATS SUPPLÉMENTAIRES DU SONDAGE AUPRÈS DES ENTREPRISES

De nombreuses entreprises communiquent ces éléments de manière verbale et lors de discussions à l'interne. Deux tiers de l'échantillon sont constitués de 50 employés et moins, rendant cette méthode de communication l'option privilégiée.

Communication des actions et initiatives de DD à l'interne

En % des entreprises sondées, 2023, N = 51



Sources : sondage mmode, analyse RCGT

Exemples de certifications et organisations mentionnées pouvant servir d'inspiration

- 10 principes du développement durable (UN GlobalCompact)
- 17 objectifs de développement durable des Nations unies
- Charte de la mode des Nations unies (Fashion Charter for Climate Action – FCCA)
- ISO 26000 – Responsabilité sociétale
- Taxonomie et normes de GRI
- Certification B Corp
- Écocert
- BNQ 21000
- EVO2030
- Standards de l'Organisation internationale du travail
- Sustainable Apparel Coalition (SAC)
- Les standards de l'OIT
- Made by
- Textile exchange

De nombreuses entreprises communiquent ces éléments de manière verbale lors de discussions à l'interne. Deux tiers de l'échantillon sont constitués de 50 employés et moins, rendant cette méthode de communication l'option privilégiée.

ANALYSES ET RÉSULTATS SUPPLÉMENTAIRES - ÉTUDIANTS

GROUPE DE DISCUSSION

12 étudiants provenant de 7 établissements d'enseignement.

Merci à Sara-James Roux, Pénélope Paillé, Geneviève Thériault, Myriam Gagné Jenna Boudreau, Samy Richard Abbi Salazar-Toledo, Zachary Bouchard Angélie Roy, Noah Silletta Olivia Savard, Annabelle Boisvert-Bouchard.

ÉCHANTILLON DES 381 ÉTUDIANTS SONDÉS

Genre	Nbr de répondants	Âge	Nbre de répondants
Femme	323	Moyen	22 ans
Homme	40	Médian	20 ans
Non binaire	16		

Formation	Nombre de répondants
DEC – Design de mode	147
DEC – Commercialisation de la mode	110
Formation universitaire – Mode, stratégies et gestion d'affaires	30
DEP – Mode et confection de vêtements	20
AEC – Commercialisation de la mode	17
Formation universitaire – Théorie, culture et valorisation de la mode	17
Formation universitaire – Mode, conceptualisation et gestion de l'innovation	9
Formation universitaire – Design et gestion de la mode	5
Autres formations (2 étudiants ou moins)	26

Établissement d'enseignement	Nombre de répondants
Cégep Marie-Victorin	201
École supérieure de mode ESG-UQAM	63
Collège Lasalle	41
Campus Notre-Dame-de-Foy	37
École des métiers des Faubourg de Montréal	11
Institut des métiers d'art du Cégep du Vieux-Montréal	10
École des sciences de la gestion UQÀM	6
Autres (2 étudiants ou moins)	12
Nombre total	381

GROUPES DE FORMATIONS

Formation	Groupe de formation	Nombre d'étudiants	Part de l'échantillon
AEC – Commercialisation de la mode	Commercialisation, vente et administration	130	34 %
DEC – Administration des affaires			
DEC – Commercialisation de la mode			
DEP – Administration des affaires			
DEP – Vente – Conseil			
DEC – Design de mode	Design	150	39 %
DEC – Graphisme			
DEC – Techniques de design de présentation			
DEP – Mode et confection de vêtements	Fabrication et confection	20	5 %
Formation univ. – Design et gestion de la mode	Formation universitaire	63	17 %
Formation univ. – Microprogramme en gestion de la mode			
Formation univ. – Mode, conceptualisation et gestion de l'innovation			
Formation univ. – Mode, stratégies et gestion d'affaires			
Formation univ. – Théorie, culture et valorisation de la mode			

LE MANQUE D'INTÉRÊT AINSI QUE LA RÉMUNÉRATION SONT LES RAISONS ÉNUMÉRÉES POUR NE PAS SOUHAITER TRAVAILLER DANS LE MILIEU DE LA MODE

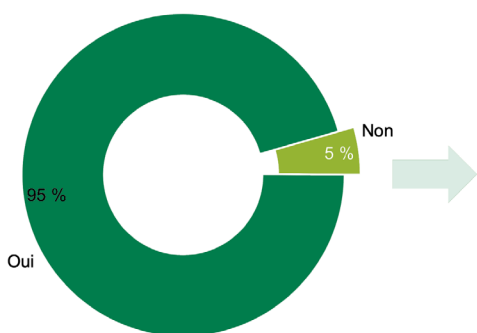
Que très peu d'étudiants sondés ne souhaitent pas travailler dans le milieu de la mode et de l'habillement. Le manque d'intérêt pour le secteur constitue la raison principale de ce petit échantillon.

La faible rémunération est la seconde raison mentionnée comme étant dissuasive pour travailler dans le milieu de la mode.

Le nombre d'étudiants sondés qui ne sont pas intéressés de travailler dans le milieu de la mode était très limité dans l'échantillon obtenu dans le cadre de cette étude. Sur les 381 étudiants sondés, seuls 17 ne souhaitaient pas travailler dans ce milieu. Ce petit échantillon n'est donc pas représentatif.

Distribution de la volonté à travailler dans le milieu de la mode parmi les étudiants sondés

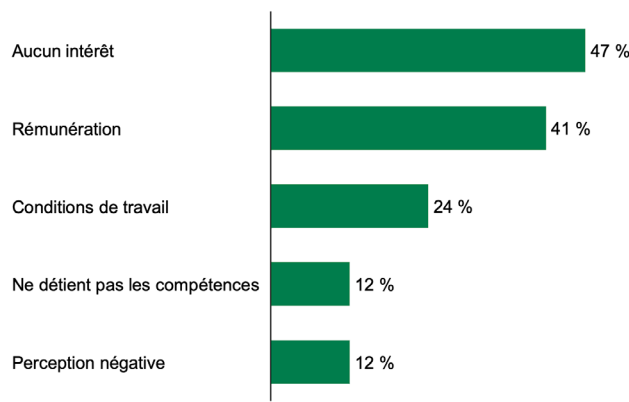
Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 381



Sources : sondage mmode, analyse RCGT

Fréquence des raisons ne souhaitant pas travailler dans le milieu de la mode

Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 17



PRÈS DE LA MOITIÉ DES ÉTUDIANTS SOUHAITENT TRAVAILLER DANS LA CRÉATION ET LA CONCEPTION APRÈS LEURS ÉTUDES

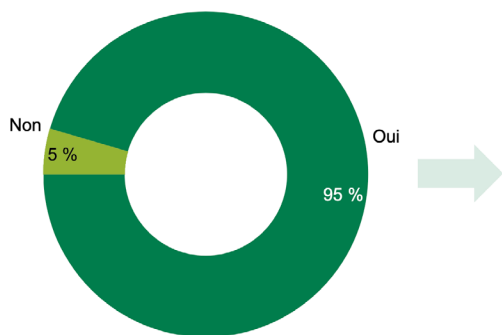
La grande majorité des étudiants sondés envisagent et auraient la volonté de travailler dans le milieu de la mode et de l'habillement.

Un peu moins de la moitié (45 %) souhaiteraient travailler dans la création et la conception. Le domaine de la vente est le second domaine d'emploi privilégié par les étudiants sondés.

La fabrication, quant à elle, connaît peu de succès parmi les étudiants sondés. Uniquement 4 % des répondants seraient intéressés de poursuivre leur avenir professionnel dans ce domaine.

Distribution de la volonté à travailler dans le milieu de la mode parmi les étudiants sondés

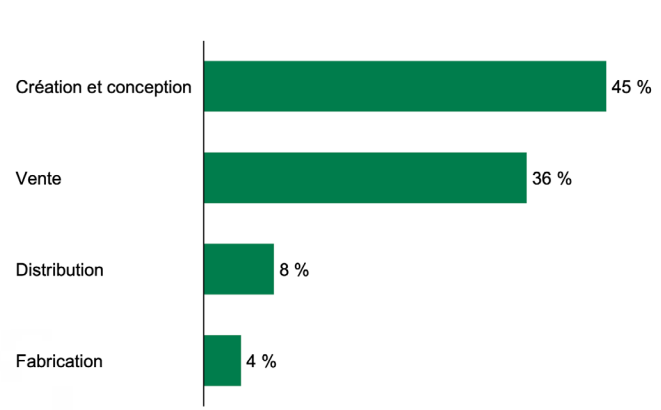
Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 381



Sources : sondage mmode, analyse RCGT

Fréquence des domaines d'emploi mentionnés pour leur avenir professionnel

Québec, 2023, en % des étudiants totaux, N = 360



SUJETS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE QUE LES ÉTUDIANTS SOUHAITENT DÉVELOPPER ET EXPLORER D'AVANTAGE

	Commercialisation, vente et admin.	Design	Fabrication	Formation universitaire	Moyenne pondérée	Moyenne totale
Nombre de sujets moyen mentionné	4	5	5	4	4	4
Pratiques de fabrication responsable	52 %	75 %	74 %	64 %	65 %	66 %
Connaissances des normes et étiquettes de produits responsables	41 %	54 %	58 %	54 %	50 %	52 %
Compétences de communication en matière de développement durable	52 %	44 %	52 %	51 %	49 %	50 %
Capacité d'anticipation	48 %	46 %	55 %	51 %	48 %	50 %
Évaluation des impacts et de l'empreinte carbone	38 %	55 %	45 %	45 %	47 %	46 %
Compétences stratégiques	49 %	44 %	45 %	43 %	46 %	45 %
Compétences de leadership	35 %	36 %	29 %	30 %	34 %	33 %
Connaissances de la chaîne de valeur de la mode	28 %	36 %	52 %	28 %	33 %	36 %
Connaissances en circularité	22 %	32 %	45 %	38 %	31 %	34 %
Connaissances en audit de développement durable	23 %	37 %	32 %	25 %	30 %	29 %
Gestion de données	15 %	12 %	16 %	17 %	14 %	15 %

L'INTÉGRATION DES CRITÈRES SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DANS LE CHOIX DES FOURNISSEURS ET D'INVESTISSEMENT DEVRAIT ÊTRE PRIORISÉE SELON LES ÉTUDIANTS

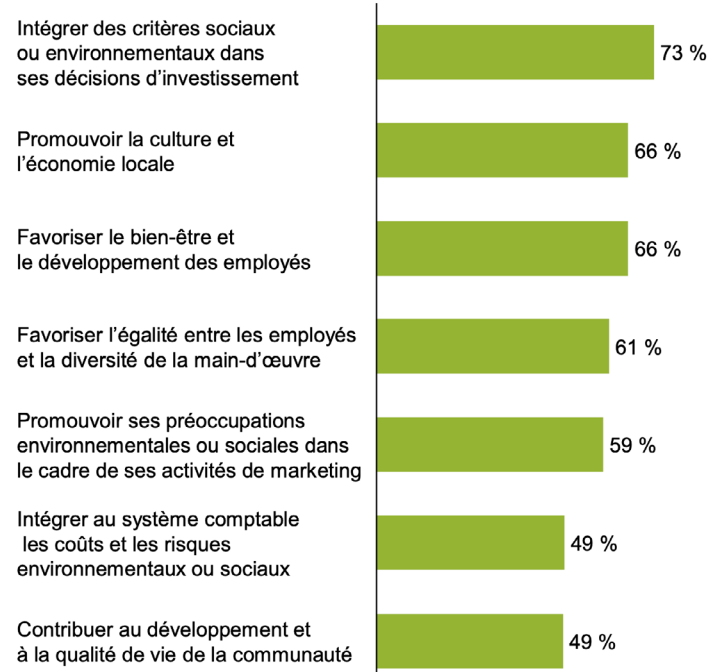
Actions et mesures responsables que les entreprises de mode, de vêtements et de textile devraient entreprendre selon les étudiants

Québec, 2023, en % de la fréquence mentionnée des étudiants, N = 381 étudiants

Actions environnementales



Actions sociales et de gestion



crédit: Vol Privé

MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE

François Bousquet , Collège LaSalle
Marco Roy, Cégep Marie-Victorin
Saidatou Dicko, École supérieure de mode ESG-UQAM
Nathalie Brosseau, École des métiers spécialisés de Laval
Sonia Penesi, École des métiers des Faubourgs de Montréal
Dany Charest, Technitextile Québec
Marc-Olivier Kenmo, CSMO Textiles
Manuel Champagne, Détail Québec
Janie-Claude Viens, Concertation Montréal
Bouchra Klaoua, Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale
Danny Sorrentino, Représentant manufacturier et grossiste(Vêtements Peerless)
Maxime Dubois, Représentant détaillant (Altitude Sports)
Anne Bourbeillon, Représentant détaillant (Altitude Sports)
Sébastien Jacques, Représentant manufacturier (Attraction)
Hélène Plante, Campus Notre Dame de Foy
Marine Savard, mmode
Mathieu St-Arnaud, mmode
Camille Thomas, mmode
Jean-Philippe Brosseau, Raymond Chabot Grant Thornton
Ariane Michaud, Raymond Chabot Grant Thornton
Hugo Leclerc, Collège Laflèche
Valérie Pilon Beaulac, Collège Laflèche
Charles de Brabant, École Bensadoun de commerce de détail - McGill University
Louis Arseneault, mmode

ENTREPRISES CONSULTÉES - ENTREVUES INDIVIDUELLES

Philippe Gagnon, Attraction
Anne-Marie Laflamme, atelier b
Myriam Belzile-Maguire, Maguire
Lila Rousselet, Montloup

ENTREPRISES CONSULTÉES - GROUPE DE DISCUSSION

Catherine Ross, Groupe ALDO
Lyne Raymond, La Vie en Rose
Arin Gintowt, Eliza Faulkner
Danielle Déry, Perlimpinpin
Marilyne Baril, Marigold
Mélicha Bolduc, Melow

ÉTUDIANT.ES - GROUPE DE DISCUSSION

Sara-James Roux, Collège Laflèche
Pénélope Paillé, Collège Laflèche
Geneviève Thériault, École des métiers spécialisés de Laval
Myriam Gagné, École des métiers spécialisés de Laval
Jenna Boudreau, École supérieure de mode ESG UQAM
Samy Richard, École supérieure de mode ESG UQAM
Abbi Salazar-Toledo, Collège LaSalle
Zachary Bouchard, Collège Marie-Victorin
Angélie Roy, Collège Marie-Victorin

ÉTUDIANT.ES - GROUPE DE DISCUSSION (SUITE)

Olivia Savard, Campus Notre-Dame-de-Foy

Annabelle Boisvert-Bouchard, Campus Notre-Dame-de-Foy

SERVICES ET RESSOURCES À DISPOSITION DES ENTREPRISES - GROUPE DE DISCUSSION

Jérôme Cliche, RECYC-Qubec

Philippe Siebes, Le Support

Valérie Trondeau, Magasin Le Chaînon

Paulette Kaci, Vestechpro

Louis Gagné, Écofaune Boréale

Olivier Vermeersch, Groupe CTT



Parallèlement à ce rapport, un **Guide de pratiques responsables pour les entreprises de mode et d'habillement** a été développé afin d'accompagner celles-ci dans leur démarche de développement durable. Ce guide peut-être téléchargé facilement en utilisant ce code QR.