



Le bien-être animal.
Dans le monde entier.

Nouvelle étude : la pandémie entraîne une forte demande pour une mode respectueuse des animaux

QUATRE PATTES révèle qu'environ 90 % des personnes interrogées souhaitent que l'industrie accorde une priorité au bien-être animal

Zurich, le 3 septembre 2021 – Des millions d'animaux souffrent et meurent chaque année pour la fabrication de vêtements en fourrure, en cuir et en laine. Une nouvelle enquête commandée par l'organisation mondiale de protection des animaux QUATRE PATTES démontre que la demande pour des vêtements fabriqués dans le respect des animaux est en hausse. L'enquête mondiale a rassemblé près de 14'000 participants de douze pays*. Elle a révélé que près de deux tiers des adultes (64 %) sont bien conscients qu'une certaine forme de cruauté est pratiquée envers les animaux dans l'industrie de la mode. Depuis le COVID-19, un peu moins d'un tiers (31 %) des personnes interrogées recherchent délibérément des vêtements pour lesquels les normes de bien-être animal ont été respectées ou évitent complètement les textiles d'origine animale. La nouvelle campagne de QUATRE PATTES « Wear it Kind » invite les consommateurs et consommatrices ainsi que l'industrie à dire « non » à la cruauté envers les animaux et à choisir une mode durable et respectueuse des animaux.

Selon cette étude, un adulte suisse sur deux (49 %) donne la préférence à la marque de mode qui respecte les normes de bien-être animal dans sa production. Dans l'ensemble, la sensibilisation à la cruauté envers les animaux dans le secteur de la mode ne cesse de progresser. Dans le monde entier, près de neuf personnes sur dix (86 %) attendent des fabricants qu'ils fassent du bien-être animal une priorité, au même titre que la protection de l'environnement et les normes sociales. En Suisse, pas moins de 91% des personnes le souhaitent. « Les résultats de l'enquête montrent que les consommateurs attendent de plus en plus des marques qu'elles garantissent le bien-être des animaux dans la production. Les producteurs qui respectent les normes de bien-être animal sont de plus en plus appréciés par les consommateurs. Bien que les résultats de cette enquête soient encourageants, nous aimerions que davantage de personnes, lorsqu'elles achètent des textiles, soient conscientes d'une possible cruauté envers les animaux. Nous exhortons l'industrie à accélérer la réduction des matières d'origine animale et à garantir une transparence totale dans les chaînes d'approvisionnement », déclare Yasmine Wenk, chargée de campagne chez QUATRE PATTES.

Une tendance appelée bienveillance

L'enquête a révélé que depuis le début de la crise de coronavirus, 50 % des personnes interrogées ont modifié de manière significative leurs habitudes d'achat de vêtements. Dans une Italie férue de mode, par exemple, la pandémie a entraîné un changement de comportement d'achat chez près des deux tiers des personnes (64 %). En Suisse, environ 56% ont modifié leur comportement d'achat. Un quart des personnes interrogées (24%) recherchent une mode durable garantissant des normes de bien-être animal plus élevées que par le passé, mais seuls treize pour cent des Suisses et Suissesses peuvent se résoudre à se passer complètement de matières d'origine animale dans leurs vêtements. Au niveau mondial, une personne interrogée sur huit (13 %) a décidé d'éviter les articles de mode d'origine animale ; la Bulgarie (28 %), l'Afrique du Sud (20 %) et l'Autriche (17 %) arrivent en tête de peloton.



Le bien-être animal.
Dans le monde entier.

Wear it Kind

À plusieurs reprises dans le passé, QUATRE PATTES a fait campagne avec succès afin d'obtenir des améliorations dans le secteur de l'industrie textile. Tout récemment, l'organisation de protection des animaux a contribué à convaincre les marques PUMA et Calvin Klein à renoncer aux laines provenant d'agneaux victimes du mulesing. Malgré l'existence d'alternatives indolores, le mulesing, qui consiste à découper de grands lambeaux de peau de la zone périnéale des jeunes agneaux mérinos pour éviter l'infestation par les mouches, est toujours pratiqué. De plus, QUATRE PATTES a contribué avec d'autres organisations internationales au succès de la campagne « Fur Free Retailer », avec plus de 1'500 marques qui se sont engagées à ne plus utiliser de fourrure. « Avec notre campagne « Wear it Kind », nous souhaitons encourager les marques à réduire l'utilisation de matériaux dérivés d'animaux, à améliorer les pratiques de leur chaîne d'approvisionnement et à remplacer les produits d'origine animale par des matières de vêtement durables et éthiques. Si la fourrure est sous le feu des projecteurs à l'échelle internationale depuis un certain temps, il existe de nombreuses autres pratiques empreintes de cruauté telles que la plumaison à vif des oies et les conditions de mise à mort et de détention des animaux maltraités pour la production du cuir. Ensemble, nous pouvons mettre fin à ces cruautés et œuvrer au respect des normes de bien-être animal dans le secteur de la mode », conclut Yasmine Wenk.

Les consommateurs et consommatrices peuvent signer la pétition « Wear it Kind » [ici](#).

Les acteur-e-s du secteur de la mode peuvent soutenir les animaux [ici](#).

*L'étude mondiale a été réalisée en ligne entre le 7 et le 18 janvier 2021 et est constituée d'échantillons représentatifs des douze marchés suivants :

Australie	1'060
Autriche	1'054
Bulgarie	1'013
France	1'027
Allemagne	2'038
Italie	1'024
Pays-Bas	1'046
Afrique du Sud	508
Espagne	1'026
Suisse	529
Royaume-Uni	2'109
États-Unis	1'213
Total : 13'647 adultes de 18 ans et plus (51 % de femmes, 49 % d'hommes).	