



Le bien-être animal.
Dans le monde entier.

Marques de mode (ir)respectueuses des animaux : le meilleur et le pire de 2021

QUATRE PATTES publie son dernier rapport sur le bien-être animal dans l'industrie de la mode

Zurich, le 10 janvier 2022 – Malgré une sensibilité croissante des consommatrices et consommateurs, la protection animale n'est pas encore au goût du jour pour la plupart des grandes marques de mode. Au début de l'année dernière, l'organisation mondiale de protection des animaux QUATRE PATTES a publié une enquête internationale menée auprès de 14'000 participant.e.s, qui a montré qu'un tiers des personnes interrogées préféraient des vêtements répondant aux normes de protection animale. La deuxième édition du rapport sur la protection animale dans la mode se penche à présent plus particulièrement sur « l'autre côté du comptoir ». Stella McCartney, une pionnière de la haute couture et les précurseurs en matière de durabilité, Armedangels et l'entreprise suisse NIKIN, font partie des marques les mieux cotées. En revanche, les marques de luxe Hermès, Prada et Louis Vuitton se retrouvent dans la liste des marques moins bien notées en ce qui concerne les normes relatives au bien-être animal.

Pour ce rapport, QUATRE PATTES a collaboré avec la plateforme d'évaluation des marques *Good on You* afin d'évaluer 111 marques internationales issues de neuf segments de mode différents, tels que la mode outdoor, la mode du sport et celle de la fast fashion, en fonction de leurs progrès en matière de protection animale. Malgré la croissance rapide de la demande pour une mode respectueuse des animaux, moins d'un tiers (32%) des marques s'approvisionnent en laine ou en duvet certifiés respectant le bien-être animal. De plus, seulement un peu plus de la moitié (57 %) ont une politique de bien-être animal tout court. A titre d'exemple, on peut citer la laine mérinos certifiée qui exclut la laine issue du mulesing, qui consiste à couper sans anesthésie de grands plis de peau de la partie périnéale des agneaux en Australie.

« Notre rapport montre que la plupart des marques de mode en savent toujours incroyablement peu sur les conditions auxquelles les animaux sont soumis dans leurs chaînes d'approvisionnement. Les marques parlent beaucoup de la protection animale, mais si l'on creuse un peu, on découvre souvent des politiques de protection animale faibles, lacunaires ou inexistantes », explique Yasmine Wenk, chargée de campagnes chez QUATRE PATTES.

Des marques suisses dans le classement

Neuf marques suisses sont représentées dans le nouveau rapport. La marque NIKIN est leader en matière de protection animale dans le secteur de la mode et s'est classée parmi les dix premières marques internationales évaluées. NIKIN renonce complètement aux matériaux d'origine animale dans la fabrication de vêtements durables. La marque suisse d'articles *outdoor* Mammüt également s'est clairement engagée pour le bien-être animal ces dernières années et a obtenu un bon résultat. Cependant, les marques suisses ont encore un long chemin à parcourir en ce qui concerne la protection animale dans leurs chaînes d'approvisionnement. En effet, le score moyen pour le bien-être animal ne s'élève malheureusement qu'à 56 %.



Le bien-être animal.
Dans le monde entier.

Les marques de luxe et de fast-fashion les moins bien cotées

Alors qu'il est flagrant de constater que la marque de luxe Stella McCartney se trouve en tête du classement, les autres marques du segment premium se trouvent à la traîne en matière de protection animale. Avec une moyenne de seulement 23 %, les marques de luxe obtiennent le score le plus bas, principalement en raison d'une exploitation importante des animaux sauvages et d'un manque général de transparence. Les autres raisons de ce mauvais score sont, en outre, le manque d'échéances pour leur approvisionnement en laine et en duvet certifiés et l'absence de directives formelles en matière de protection animale. Le segment de la fast-fashion occupe l'avant-dernière place avec un score moyen de 53%, tandis que *Sustainability Champions* et le segment de la mode *outdoor* occupent respectivement la première (76 %) et la deuxième place (71 %) du tableau.

Un changement lent mais constant

Depuis 2020, plus d'une marque sur dix (14 %) a vu son score s'améliorer. Le nombre de marques disposant désormais d'une politique formelle en matière de bien-être animal est deux fois plus élevé (57 %) que lors du dernier rapport, et 14 % des marques se sont engagées à renoncer complètement à certaines matières d'origine animale.

Yasmine Wenk déclare à ce sujet : « Nous sommes certes heureux de constater que les marques prennent davantage de mesures pour une meilleure protection animale, mais des millions d'animaux continuent à souffrir des pratiques du mulesing, de la plumaison à vif, de l'élevage intensif et de bien plus encore pour la mode. Notre rapport vise à inciter davantage d'entreprises de mode à agir. »

« Le message clé est que les consommatrices et consommateurs ont le pouvoir de faire évoluer l'industrie. Les marques qui s'en sortent le mieux nous montrent non seulement comment le secteur peut mieux faire, mais aussi qu'un véritable changement se produit lorsque chacun d'entre nous passe à l'action. Ce rapport est un bon moyen de montrer comment les évaluations de *Good On You* encouragent les gens du monde entier à faire de meilleurs achats, plus respectueux des animaux », déclare Gordon Renouf, cofondateur de *Good On You*.

Un résumé des résultats du rapport avec la liste des marques évaluées ainsi que le rapport complet (en anglais) peuvent être téléchargés [ici](#).

Informations de fond

Plus d'un million de personnes ont déjà soutenu le programme #wearitkind de QUATRE PATTES et ce nombre ne cesse d'augmenter. QUATRE PATTES s'engage à ce que l'industrie de la mode reconnaisse le bien-être animal comme troisième pilier décisif d'une mode éthique, en plus de la protection de l'environnement et des conditions de travail équitables. Les mesures prises pour atteindre cet objectif seront consignées dans les prochains rapports sur le bien-être animal dans la mode.

Comment les marques ont été évaluées

Le système d'évaluation des marques Good On You recueille des données provenant de classements externes, de certifications et d'informations accessibles au public afin d'évaluer les performances d'une marque. Ces données ont été évaluées en termes de bien-être animal, y compris la déclaration de matériaux d'origine animale, la position sur le bien-être animal dans leurs rapports RSE, la transparence de leurs chaînes d'approvisionnement et leur engagement potentiel pour un approvisionnement durable en matériaux d'origine non animale. En tant que partenaire de conseil de Good On You, QUATRE PATTE se charge de la partie relative au bien-être animal du système d'évaluation.



Le bien-être animal.
Dans le monde entier.

Évaluation de la marque telle qu'elle apparaît dans l'appli <i>Good On You</i>	Évaluation en pourcentage (%)
Formidable	100-91
Bien	90-75
C'est un début	74-60
Insuffisant	59-10
Médiocre	> 10