



Le bien-être animal.  
Dans le monde entier.

## La protection des animaux n'est pas (encore) au goût du jour

L'analyse de 100 marques internationales révèle des performances médiocres en matière de protection animale

Zurich, le 29 novembre 2023 — La troisième édition du rapport de QUATRE PATTES « Le bien-être animal dans la mode », réalisée avec la plateforme d'évaluation « Good On You », a examiné 100 entreprises de mode internationales sur leur engagement pour le bien-être animal. Une attention particulière a été accordée à la réduction des matériaux d'origine animale dans la chaîne de production. Des entreprises suisses telles que Mammüt, Chicorée, PKZ, Manor et Collectif mon Amour sont aussi examinées. Le jeune label Nikin, établi à Lenzbourg en Argovie, occupe même la première place du classement mondial. QUATRE PATTES se réjouit de ce résultat suisse, mais constate que la majorité des entreprises de mode n'a toujours pas pris de mesures concrètes en faveur du bien-être animal. Cela doit changer de toute urgence.

Commençons par le côté positif : 72 % des marques analysées dans le rapport de QUATRE PATTES ont une politique explicite en matière de bien-être animal. Cependant, cela ne se traduit pas par des améliorations concrètes pour bon nombre d'entre elles. Julia Fischer, chargée de campagne pour les animaux de rente et l'alimentation chez QUATRE PATTES Suisse, déclare : « Bien que le traitement adéquat des animaux utilisés dans l'industrie animale soit très important pour la stratégie de durabilité de chaque entreprise, le bien-être animal joue encore un rôle secondaire dans le secteur de la mode. »

Heureusement, il existe quelques marques exemplaires comme l'entreprise suisse Nikin, qui prend le bien-être animal au sérieux depuis sa création. QUATRE PATTES se réjouit de pouvoir décerner cette année le prix « Top Scoring PAWSome Brand » à cette marque. Nicholas Hännly, co-fondateur et PDG de Nikin, déclare : « Nous sommes ravis de cette récompense ! Et nous espérons pouvoir inciter d'autres marques à prendre la protection des animaux au sérieux. C'est une cause qui nous tient vraiment à cœur. »

Au niveau mondial, l'industrie doit fournir des efforts considérables avant que les consommateurs et consommatrices puissent enfin se blottir en toute insouciance dans de la laine ou du duvet moelleux.

### Plus de compassion grâce à de meilleurs matériaux

Alors que la part des fils de mohair (27 %) et de cachemire (7 %) certifiés augmente dans le monde, la laine et le duvet certifiés représentent moins de cinq pour cent de l'offre mondiale. Ces certifications sont indispensables afin de réduire les risques de pratiques empreintes de cruauté dans les chaînes d'approvisionnement, telles que la [mutilation des agneaux](#) dans la production de laine et la plumaison à vif des oies pour [la production de duvet](#).

« Les certifications sont un moyen important pour assurer la traçabilité correcte des chaînes d'approvisionnement en matériaux d'origine animale et sont, dans la plupart des cas, le meilleur moyen



**Le bien-être animal.  
Dans le monde entier.**

de garantir le respect des normes minimales de bien-être animal », déclare Julia Fischer. Cela devrait être le minimum absolu pour chaque entreprise de mode. Cependant, comme le démontre la dernière enquête de QUATRE PATTES, à peine une marque sur dix a certifié la majorité de ses chaînes d'approvisionnement alors que 61 % des entreprises évaluées utilisent au moins un type de matériau d'origine animale certifié.

### **Des risques sérieux pour la santé publique et le climat**

L'exploitation commerciale des animaux au nom de la mode et le commerce d'animaux sauvages présentent des risques imprévisibles pour la santé publique. Cependant, il a été constaté que près de 20 % des marques de mode étudiées utilisent encore des matériaux d'origine animale. Heureusement, une diminution significative de la production de fourrure et de sa consommation a été observée ces dernières années, comme le montre le rapport : trois des sept marques utilisant encore de la fourrure en 2021 ne le font plus désormais.

Cependant, ce qui est moins réjouissant est le fait que jusqu'à 70 % des émissions de gaz à effet de serre provenant de l'industrie de la mode sont imputables à la production de matériaux d'origine animale, contribuant ainsi de manière significative à l'aggravation de la crise climatique. « Les marques doivent enfin se fixer des objectifs mesurables et limités dans le temps pour améliorer, réduire et remplacer les matériaux d'origine animale », déclare Julia Fischer. Cela inclut la certification de matériaux d'origine animale selon des normes de recyclage ou de bien-être animal, la réduction de la dépendance à l'égard de tels matériaux et l'investissement dans des alternatives innovantes pour un meilleur avenir, plus empreint de compassion et de conscience de l'environnement.

### **Informations de fond**

Cette étude a examiné un échantillon de 100 marques de mode de 15 pays. Elle comporte neuf segments de marché : luxe, sport, outdoor, détaillants en ligne ou « digital-first », chaînes de vente au détail, grands magasins, premium, fast fashion et champions de la durabilité.

Les marques sélectionnées sont leaders dans leur segment au niveau mondial ou dans leur pays respectif. Les plus grandes marques ont été sélectionnées à partir d'un grand nombre de sources indépendantes, dont « Fashion United Top 100 », le « Lyst Index », « Deloitte Global Powers of Retailing » et le « Financial Times Top 100 Global Brands ».

Pour ce rapport, QUATRE PATTES s'est concentré exclusivement sur les performances des marques en ce qui concerne le domaine des animaux du système de notation « Good On You ». Les marques évaluées utilisent généralement un ou plusieurs matériaux d'origine animale, notamment des matériaux conventionnels (laine, cuir, duvet, cachemire, alpaga et mohair) et des matériaux associés à une immense cruauté envers les animaux (laine angora et matériaux d'origine animale sauvage tels que la fourrure, les peaux de crocodile, de python ou de kangourou et les plumes décoratives exotiques).