



ÉTUDE DE RECHERCHE SUR LA DURABILITÉ

RÉSULTATS MONDIAUX



POUR EN SAVOIR PLUS, CONTACTEZ VOTRE REPRÉSENTANT CCI LOCAL.
[CLIQUEZ ICI](#) POUR AFFICHER LA LISTE DES REPRÉSENTANTS PAR RÉGION.

ÉTUDE DE RECHERCHE SUR LA DURABILITÉ : RÉSULTATS MONDIAUX

Avec le changement climatique en point de mire partout dans le monde, les consommateurs sont aujourd'hui mieux informés et recherchent des produits alimentaires biologiques et durables, des sources d'énergie renouvelables pour leur habitat et des véhicules plus propres. Mais aspirent-ils aussi à consommer des produits cultivés selon des pratiques agricoles durables lorsqu'il s'agit de leurs vêtements ? Et en quoi cela influence-t-il leurs décisions d'achat ? Ces questions sont d'autant plus importantes que les marques et les détaillants de vêtements commencent à mesurer l'impact de la durabilité dans un marché dont la chaîne d'approvisionnement s'avère complexe. Mais s'il est facile pour les consommateurs de repérer une pomme bio dans une épicerie ou une voiture hybride chez un concessionnaire, qu'en est-il de leurs vêtements ? Comment savent-ils si ceux qu'ils achètent proviennent d'une source durable ? Et ce qui est peut-être plus important encore, s'en préoccupent-ils ?

Le concept de durabilité a été défini par Gro Harlem Brundtland, président de la Commission mondiale de l'environnement et du développement, comme « l'aptitude à répondre aux besoins actuels sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire leurs propres besoins ». Partout dans le monde, les marques et les détaillants prennent une part de plus en plus active à ce mouvement en faveur de la durabilité, en renseignant davantage le consommateur sur l'origine de leurs produits. Toutefois, à l'heure où leur public devient plus informé, il est important de comprendre ce que le consommateur pense de la durabilité, de l'importance de celle-ci dans ses décisions d'achat, et du type d'initiatives qu'il recherche dans ce domaine.

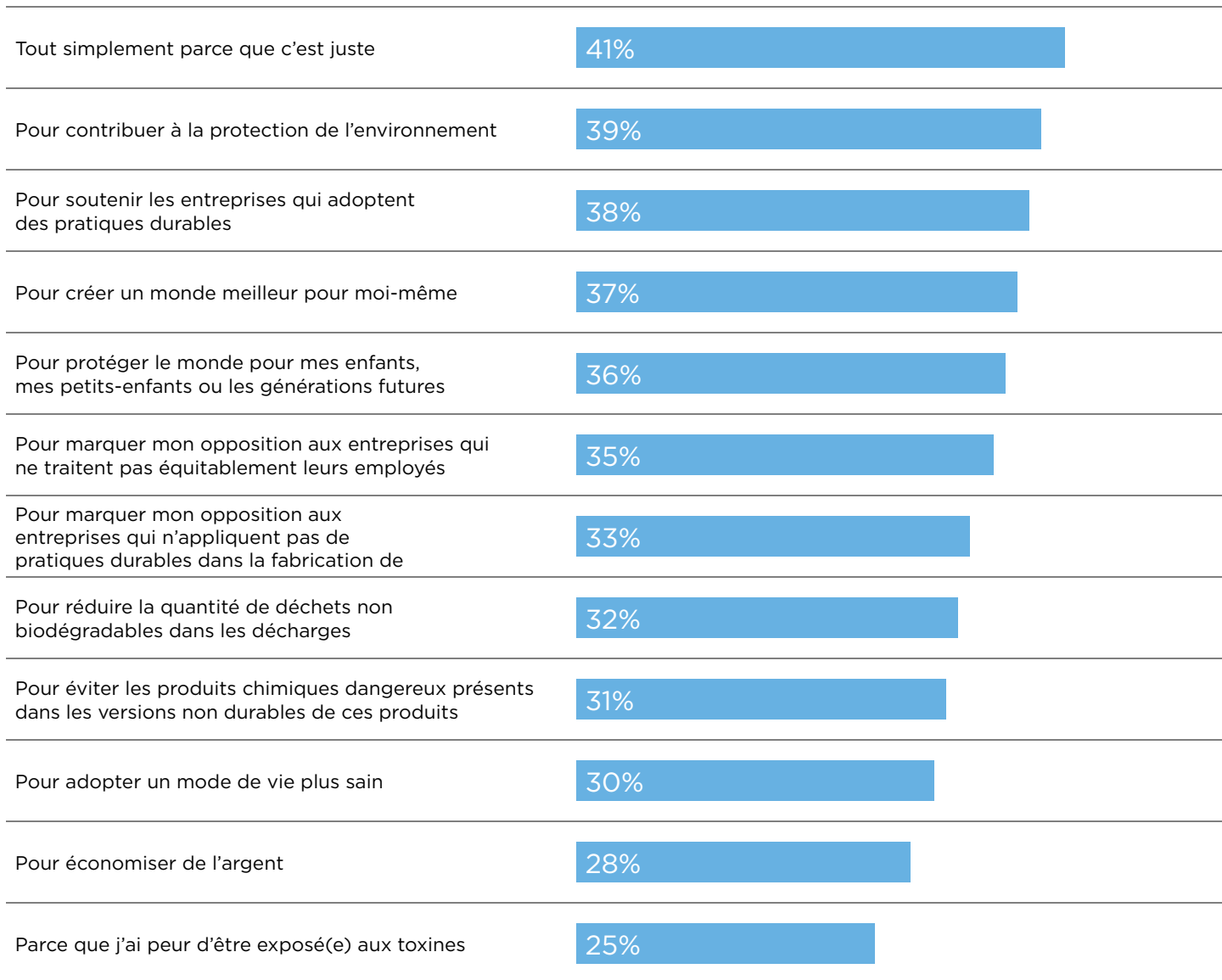
ÉTUDE DE RECHERCHE SUR LA DURABILITÉ : RÉSULTATS MONDIAUX

En mai 2017, Harris Insights & Analytics a réalisé un sondage auprès de consommateurs du monde entier afin de mieux comprendre l'importance que revêt la durabilité à leurs yeux, et l'impact de celle-ci sur leurs décisions d'achat. Au total, ce sont 7 365 entretiens qui ont été menés dans les pays suivants : États-Unis, Royaume-Uni, Inde, Allemagne, Italie, Mexique et Chine (avec au moins 1 000 personnes sondées dans chaque pays). Les résultats révèlent que la durabilité est un sujet qui préoccupe 86 % des consommateurs dans le monde. Ce nombre est d'ailleurs en hausse, car 57 % ont indiqué s'intéresser au sujet depuis moins d'un an.

Alors que la plupart se disent concernés par la durabilité de leurs aliments, leur véhicule ou encore leur électroménager, 61 % y prêtent attention lorsqu'ils achètent des vêtements, et deux tiers se déclarent prêts à faire des pieds et des mains pour trouver des articles étiquetés « respectueux de l'environnement ». Les consommateurs se disent soucieux de la durabilité parce qu'ils souhaitent soutenir les entreprises vertueuses (38 %) et s'opposer à celles qui ne traitent pas équitablement leurs employés (35 %) ou n'emploient pas des pratiques durables durant le processus de fabrication (33 %). C'est pourquoi il est impératif que les marques et les détaillants se créent et entretiennent une solide réputation en la matière.

ÉTUDE DE RECHERCHE SUR LA DURABILITÉ : RÉSULTATS MONDIAUX

Pourquoi la durabilité influence-t-elle les achats de vêtements ?



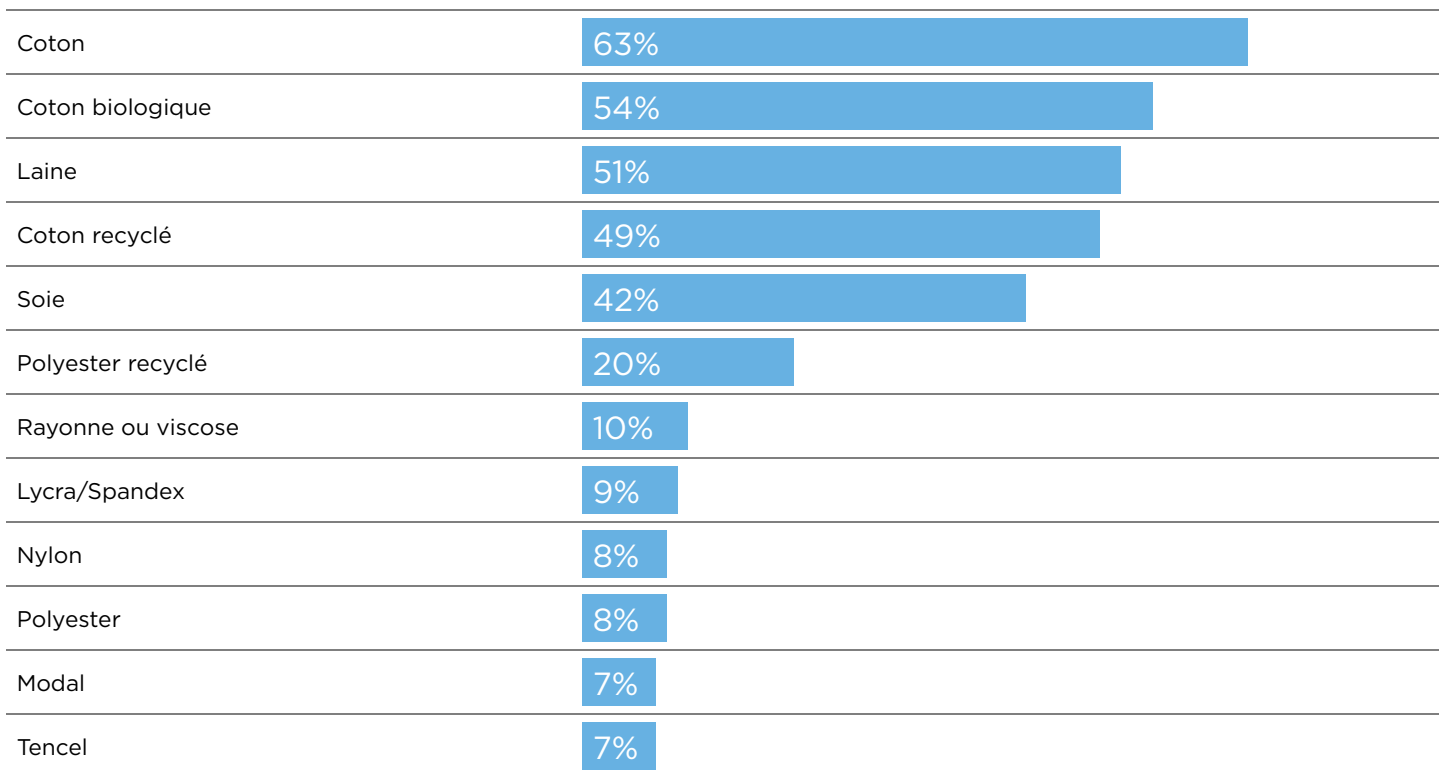
COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS

ÉTUDE DE RECHERCHE SUR LA DURABILITÉ : RÉSULTATS MONDIAUX

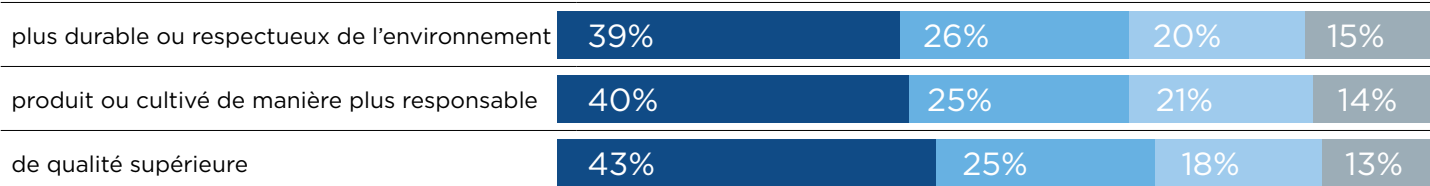
Pour communiquer avec les consommateurs au sujet de la durabilité, ils peuvent par exemple mettre en avant leur utilisation du coton. Les consommateurs associent déjà le 100 % coton à la durabilité, et ce, plus qu'à d'autres textiles comme la laine, la soie, le polyester, la rayonne ou le Spandex. Pour les plus informés d'entre eux, le principal problème des fibres synthétiques réside dans le fait que les déchets des microfibres finissent dans les océans. En revanche, 83 % des consommateurs estiment que le coton ne présente pas de risque pour l'environnement, tandis que 69 % considèrent le coton américain comme non nuisible à l'environnement, soit plus que le coton australien (65 %), indien (64 %), BCI (61 %), africain (60 %), chinois (56 %) ou ouzbek (53 %). Le coton américain est perçu comme plus durable (39 %), produit de manière plus responsable (40 %) et de meilleure qualité (43 %) que le coton cultivé dans d'autres régions du monde.

ÉTUDE DE RECHERCHE SUR LA DURABILITÉ : RÉSULTATS MONDIAUX

Tissus considérés comme produits selon des pratiques durables



“Le coton cultivé aux États-Unis est ___ par rapport au coton cultivé dans d’autres pays.”



Tout à fait/plutôt d’accord
 Neutre
 Indécis
 Absolument/plutôt pas d’accord

CONCLUSION

Globalement, l'importance que les consommateurs accordent à la durabilité continue de croître. Il est donc nécessaire pour les marques et les détaillants du monde entier de se distinguer en tant qu'entreprises soucieuses de la durabilité et des pratiques de travail équitables. Mais comment y parvenir ? Selon cette étude, l'une des solutions possibles pourrait consister à se tourner davantage vers le coton, perçu comme plus durable que les autres fibres, surtout le coton américain qui, partout dans le monde, jouit d'une meilleure réputation que le coton d'autres pays.

POUR EN SAVOIR PLUS, CONTACTEZ VOTRE REPRÉSENTANT CCI LOCAL. [**CLIQUEZ ICI**](#) POUR AFFICHER LA LISTE DES REPRÉSENTANTS PAR RÉGION.

CCI is an EEO employer and provider.

