# S&C

# STYLE & CONSCIENCE

***Un projet MONTREAL COUTURE***

Une initiative de la cdec Centre-Sud / Plateau Mont-Royal
Également soutenue par : Ville de Montréal
Québec Développement économique, Innovation et Exportation
Affaires municipales, Régions et Occupation du territoire
Conseil des ressources humaines de l'industrie du vêtement
CTTM
CRÉ de Montréal Conférence régionale des élus
Canada

S&C
STYLE & CONSCIENCE

Lorsqu'on parle de la mode à Montréal , qu'est-ce qu'on entend ? Les dernières soirées tendance , les couleurs incontournables de la saison, la petite robe qui a fait pâmer la presse spécialisée ... Lassant ? Réducteur ? Déjà vu ?

Laissez nous donc vous proposer quelque chose de totalement nouveau à considérer – et à découvrir : qu'est-ce qui fait que les designers montréalais se distinguent du reste du monde ? Est-ce que çà ne serait pas leur réputation d'avoir une conscience environnementale et sociale ? Leur intelligence reponsable par rapport au développement durable ? Leur désir de changer le monde en faisant changer leur industrie ?

Montreal Couture, qui a pour mission de redonner des moyens de production qualifiés aux designers d'ici, a voulu concrétiser, dans une collection de vêtements et accessoires baptisée « STYLE & CONSCIENCE » les valeurs qui font la spécificité de Montréal : créativité, originalité, justice sociale, respect pour l'environnement et même un peu d'irrespect !

Pour concrétiser les produits de cette initiative unique, Montréal Couture organise, depuis le début 2010, des session de co-créativité réunissant un designer, une OBNL défendant une juste cause et des consommateurs quoi vont avoir l'opportunité de devenir, pour un soir, les créateurs de leur propre produit de rêve !

Le résultat : en avril 2010, deux sacs prénommés « 007 » et « Mini-ME », faits en suir recyclé avec la designer Deborah Adams et l'OBNL The SWAP Team, et en octobre 2010, un ensemble de sacs baptisés « Dream », « Robin » et « Clara » et co-créés sous la direction de Marie Saint Pierre pour les Grands Ballets Canadiens. Des accessoire qui ont été pensés pour les femmes actives, intelligentes et engagées, qui attendent bien plus d'un accessoire de mode – et de l'industrie de la mode au sens large (designers, manufacturiers, détaillants).

Et ceci n'est que le début d'un cycle de rencontres uniques pendant lesquelles Montréal Couture et ses collaborateurs vont montrer au monde comment nous avons réussi à connecter les gens, les idées et la mode d'une façon totalement nouvelle – pour le soutien de notre industrie locale, un Québec plus prospère et un monde en meilleur santé.

Seriez-vous tenté de nous aider à changer l'histoire, avec l'aide d'un acte d'achat intelligent ?
Maintenant, vous en avez les moyens grâce à Style&Conscience !

Christophe BILLEBAUD, directeur de Montréal Couture

## Une opportunité de parler directement avec le consommateur

La troisième mission de Montréal Couture est de pouvoir communiquer sur les savoir-faire et la qualité du travail des entreprises locales, de pouvoir mettre en place les outils éducatifs pour une revalorisation des métiers et de l'industrie en général et de pouvoir attirer l'attention sur les problématiques propre à la production locale sur Montréal (rareté des ressources, manque de relêve ...).

Pour cette mission, nous avons à nous adresser à deux clientèles différentes :

- **Les professionnels du secteur** : notre plan de communication avec les professionnels est pour l'instant surtout basée sur une proximité terrain et sur l'agrandissement de notre sphère d'influence auprès des acteurs de l'industrie (designers, producteurs, distributeurs, sous-traitants) et rentre donc dans le cadre de la démarche de développement de nos 2 projets actuels (Atelier de formation et cellules en incubation).
- **Le client final** : étant donné que notre marché est totalement orienté vers ce que le client final veut, il est essentiel pour Montréal Couture de pouvoir non seulement lui donner les bonnes informations sur nos projets et l'inciter à réfléchir à ses habitude d'achat local mais surtout de pouvoir l'impliquer, via son pouvoir d'achat, dans le bon développement de notre cause (la production locale) et dans le financement actif de nos projets. C'est, pour ce projet spécifique, notre cible privilégiée.

L'autre problématique concernant typiquement l'industrie de la production est qu'elle est structurellement prise entre des fournisseurs (matières premières, fournitures, sous-traitance) sur lesquels elle n'a que peu de contrôle possible et des clients (distributeurs, grossistes) qui leur imposent une politique de prix ! Ce qui fait qu'elle n'a généralement pas ou peu de marge de manoeuvre pour pouvoir attirer l'attention sur ses problématique et négocier de meilleures conditions de développement et gestion.

C'est pourquoi il nous a semblé important de pouvoir désenclaver l'industrie de la production en mettant en place une solution non seulement pouvant informer un consommateur sur notre cause "production locale" mais aussi et surtout servant de levier de financement et d'activisme actif auprès d'une population qui est prête à acheter local mais est souvent mal guidée dans ses alternatives de consommation.

# Pourquoi une marque « Style&Conscience» ?

Parce que nous voulions déjà utiliser que nous savons faire le mieux : produire !

Et que le meilleur moyen de parler de ce que nous savons faire est de MONTRER ce que nous savons FAIRE grâce à notre réseau, et ultimement de VENDRE ce que nous avons fait.

Les objectifs de cette marque STYLE&CONSCIENCE seront donc de :

- **Eduquer le consommateur final** sur les enjeux de la production locale et lui permettre de passer à l'action en tant que Consom'Acteur si il veut avoir une part active dans le soutien de l'industrie de vêtement de Montréal et du Québec;

- **Montrer ce qu'est un juste prix**, en montrant clairement comment se répartit l'argent dans toute la chaîne de valeur entre les différents intervenants (création, matière première, développement produits, fabrication, diffusion, gestion);

- **Faire participer les différents acteurs de l'industrie** (façonniers, designers, manufacturiers, détaillants, médias...) **et les futurs consommateurs** à un projet commun très concret en tant que co-créateurs et leur offrir un outil de communication à fort potentiel qui peut être rentré dans un plan de communication de l'entreprise par rapport à sa responsabilité sociale et sa volonté de produire localement, amenant ainsi un renforcement de leur image de marque, un positionnement concurrentiel avantageux, et un atout efficace pour la rétention du personnel;

- **Générer des ventes directes** qui ont une plus grande marge bénéficiaire et amener donc un volume de production pour venir compléter et linéariser des planning de production dans les cellules de production et les partenaires sous-traitants de Montréal Couture;

- **Mettre en place un système de financement** citoyen novateur à destination des organismes à but non lucratif paretenaires dans lequel le consommateur participe en toute connaissance au financement de la cause défendue par l'OBNL participante.

## Une étiquette totalement transparente

Comme les valeurs nutritives sur un aliment, un produit « STYLE&CONSCIENCE » porte une étiquette qui explique précisément comment se décompose son prix.

Fini donc les prix façon 99.99$ !

Le consommateur est ainsi capable de juger par lui-même à qui profite son achat et participe en toute connaissance de cause au soutien de la créativité montréalaise et de ses producteurs tout en appréciant l'impact environnemental et social du produit acheté. En même temps, une portion du prix est dédiée clairement au financement des projets des partenaires dans la conception du produit. Le consommateur, alors devenu Consom'Acteur, peut suivre l'évolution des projets via les outils de communication web social de Montréal Couture (Facebook, Twitter, Blogue)

Ci- dessous, l'étiquette que vous pourrez, par exemple, retrouver sur notre sac Mini-ME :

### Mini-ME : Valeurs de consommation

**Total par unité (2.5 livres) : 154$**

| | Dont : | |
|---|---|---|
| **Planète** | | |
| • Matières premières : cuir recyclé | 15$ | ( 9%) |
| • Renforts : rebut de cuir | 2$ | ( 2%) |
| • Boucles et accessoires : 50% de produits recyclés | 7$ | ( 5%) |
| **Producteurs et Designers** | | |
| • Designer : droit de création | 19$ | (15%) |
| • Coût développement produit | 2$ | ( 2%) |
| • Coupe et montage : | 59$ | (32%) |
| **Profits** | | |
| • Administration (15%) | 19$ | (15%) |
| **Projets financement développement durable** | | |
| • The SWAP Team | 31$ | ( 20%) |

# Un cycle de vie de produit engagé

Le cycle de création/prévente/production STYLE&CONSCIENCE peut se schématiser comme suit :

Fonctionner en prévente permet d'éviter toute production inutile et sur-consommation forcée ou vente sauvage.
La production est menée chez les sous-tratants et façonniers québécois avec lesquels Montréal Couture travaille dans le respect de son code de bonne conduite et dans l'amélioration constante des compétences des personnes qui travaillent à la collection « STYLE&CONSCIENCE».

# Contact :

Christophe BILLEBAUD,
Directeur de Montréal Couture

**Adresse** : MONTREAL COUTURE, 3565, rue Berri – Bureau 200, MONTREAL,QC H2L 4G3

**Téléphone** : 514-845-2332 poste 228

**Courriel** : cbillebaud@montrealcouture.com

**E-Boutique** : http://www.styleandconscience.com/

**Facebook** :
http://www.facebook.com/styleandconscience