

CHLOROPHYLLE : DES VÊTEMENTS ET DES VALEURS EN ACCORD AVEC LE TEMPS QU'IL FAIT

Par Errol Duchaine

Son logo est reconnaissable entre tous. Un lever de soleil sur un horizon vert, vert *Chlorophylle*. C'est en 1980 qu'est née cette entreprise de vêtements de plein air. À l'origine de cette marque, deux passionnés d'aventures et de grands espaces, Gilles Couët et Laval Tremblay qui se sont associés à Pierre Beaudoin pour créer une des plus belles entreprises de la région Saguenay–Lac-Saint-Jean qui, aujourd'hui, fait notre fierté à tous.

Chlorophylle vient de se doter d'une politique ainsi qu'un d'un plan d'action de développement durable (DD) élaborés avec le support d'experts du Centre québécois en développement durable (CQDD). La démarche est sérieuse, inspirante et parfaitement inscrite dans l'air du temps. Elle vaut la peine qu'on s'y attarde et pour cela, nous nous sommes entretenus avec madame Katie Bouchard, directrice de production.

Q : Pourquoi entreprendre maintenant cette démarche de DD?

R : *Dès la naissance de Chlorophylle au début des années 80, les fondateurs ont toujours eu le souci d'apporter une attention particulière à l'environnement. Plusieurs gestes ont été posés au fil du temps, d'hier à aujourd'hui. Avec l'équipe, nous avons le désir de passer à une vitesse supérieure et nous avons besoin d'être accompagnés pour bien structurer nos actions. C'est ce qui nous a menés vers le Centre québécois de développement durable (CQDD).*

Q : À l'interne, avez-vous mis sur pied une équipe pour travailler à cette démarche?

R : *Oui bien sûr, nous avons mobilisé des personnes clés de différents secteurs de l'entreprise : production, finances, direction, communication et marketing. Le mandat accordé était de nous aider à structurer les priorités et surtout, développer notre plan de durabilité.*

Q : Quelle attention portez-vous et porterez-vous dans l'avenir pour votre approvisionnement en matières premières ?

R : *Nous avons réalisé que nous avons déjà une bonne note concernant la sphère de l'approvisionnement. Notre équipe de production met déjà beaucoup d'emphase à travailler avec des fournisseurs responsables, c'est-à-dire proposant des matières recyclées et/ou traçables. Cependant, il y a toujours possibilité de s'améliorer et c'est pourquoi nous accorderons aux employés davantage de temps pour les recherches afin de découvrir de nouveaux fournisseurs qui auraient pu passer sous notre loupe ou qui arrivent dans le marché avec des idées innovantes. Également, nous continuerons*

d'encourager la production locale pour certains items de nos collections et de développer notre réseau en ce sens-là.

Q : Est-ce que l'on trouve actuellement sur le marché de nouveaux matériaux performants et plus écoresponsables?

R : *Oui, on sent vraiment une évolution et un élargissement de l'offre. Si on recule seulement de quelques années, les options de matériaux recyclés étaient beaucoup moins présentes, tandis que maintenant c'est chose courante. On voit aussi beaucoup plus de certifications de traçabilité. Il y a souvent de nouvelles opportunités que l'on saisit parce que chez Chlorophylle on aime l'innovation.*

Q : Dans une démarche en DD, on met souvent l'accent sur le choix des fournisseurs et des partenaires. Quel travail ferez-vous en ce sens ?

R : *Nous allons impliquer davantage les fournisseurs locaux pour travailler ensemble afin de faire évoluer positivement les choses. Lorsqu'il y a la possibilité de faire une production locale, il s'agit toujours de notre premier choix. Ce fut le cas pour nos manteaux Chicoutimi et Saguenay, conçus entièrement dans notre région d'origine, le Saguenay-Lac-Saint-Jean. Nous avons aussi développé nos t-shirts Ours Polaire et Renard avec l'entreprise québécoise carboneutre Attraction et nous remettons en plus 10 \$ par chandail à l'organisme SNAP Québec. Ce genre de projet représente toujours des défis, mais demeure très stimulant pour toute l'équipe derrière Chlorophylle. D'ailleurs, nous pouvons vous annoncer en primeur que nous lancerons une production locale sous peu d'une veste polaire, appelée communément « polar », inspirée d'un produit des années 80. Le produit sera disponible à la fin de l'été 2024.*

Q : Vous produisez de très grandes quantités de vêtements. On imagine facilement que lors d'une production, il peut rester des surplus non utilisés. Cela pourrait se retrouver à la poubelle. Comment éviter cela?

R : *Nous avons prévu de commencer par travailler nos nouveaux projets avec des surplus de matières non utilisées lors des productions régulières. Nous le faisons à l'occasion, par exemple comme ce fut le cas pour notre [habit de neige pour bébé Gabou](#). Nous ferons l'inventaire des tissus disponibles afin de créer des projets d'économie circulaire. Au-delà des trois « r » (réduire, réutiliser, recycler) nous allons aussi réfléchir davantage avant de lancer un nouveau projet. Est-ce le bon fournisseur avec qui faire ce nouveau produit? Peut-on récupérer un matériau restant et lancer une plus petite production?*

Q : Parlons transport et emballage. Qu'est-ce que vous faites et ferez à ce chapitre dans des préoccupations de DD?

R : *Depuis plus de 5 ans maintenant, l'ensemble de notre production est livré par bateau. Nous regroupons le plus possible les envois d'échantillons afin de réduire le nombre de colis. On récupère toutes les boîtes de carton ce qui fait que nous n'avons pas besoin d'en acheter de nouvelles. Il y a quelques années, nous avons aussi pris la*

décision d'utiliser des sacs de plastique biodégradables pour emballer les vêtements pour le transport en bateau. Pour le futur, nous allons fixer de nouveaux objectifs afin de réduire les matières résiduelles au niveau de l'emballage. Par exemple, il y a aussi une réflexion en cours afin de trouver les bons partenaires en matière de livraison de colis et/ou retour de marchandise pour réduire notre impact environnemental.

Q : Qu'est-ce que c'est que l'investissement responsable pour une entreprise comme la vôtre?

R : *Avec notre politique d'achat responsable, nous nous assurons que chaque sou dépensé représente un choix plus responsable. On peut penser à un événement à organiser, un projet d'ouverture de magasin, l'organisation d'un nouvel entrepôt ou des rénovations d'immeubles.*

Q : J'ai vu que vous avez un nouveau concept de magasin, comment est-ce que ce nouveau concept s'inscrit dans votre démarche en DD?

R : *Le nouveau concept a été élaboré avant notre démarche en DD, mais déjà, il était fidèle à nos valeurs. Par exemple, nous priorisons les designers intérieurs à proximité du nouveau magasin, nous embauchons des entrepreneurs locaux pour réaliser les travaux. Nous récupérerons aussi plusieurs meubles et modules d'ancien concept, avant d'acheter de nouveaux mobiliers. S'il y a lieu, nous faisons concevoir les meubles par des artisans du bois de chez nous. Puis, pour les prochains magasins, il y a aussi toute une réflexion en matière d'affichage afin de réduire au maximum l'utilisation du papier et de l'encre. Bref, nous appliquons nos 4 « r » : réduire, réutiliser, recycler... et réfléchir!*

Q : Vous avez démontré depuis plusieurs années que Chlorophylle est très impliquée dans la communauté. Parlez-nous de votre récolte de manteaux.

R : *C'est très important pour nous, en tant que marque, mais aussi pour les employés, de redonner à la communauté. Nous avons la chance de travailler dans une industrie qui répond à l'un de nos plus importants besoins, celui de se vêtir, d'être au chaud et confortable. L'évènement « don de manteaux » lancé il y a 5 ans, et qui nous a permis de redonner 1000 manteaux lors de l'édition 2023, démontre à quel point lorsqu'on se mobilise on arrive à de grandes réalisations. Chaque année, nous sommes impatients de relancer la formule et contribuer à cette importante vague de chaleur pour les Québécois. Sinon, lorsque nous avons des vêtements en trop, puisque des organismes ont des besoins criants, nous sommes heureux de pouvoir redonner et aider. Ce fut le cas par exemple, de ces deux palettes de vêtements dans notre entrepôt qui ont été offerts à des Ukrainiens venus s'installer chez nous ou d'autres exemples, comme des organismes pour les enfants dans le besoin vers qui nous envoyons manteaux, bottes ou chaussures.*

Q : Est-ce que toute cette démarche est compatible avec la rentabilité de l'entreprise et peut même la faire grandir?

R : *Une telle démarche en DD vise une pérennité de l'entreprise. C'est donc bien évident que cette démarche devient rentable, car on mobilise les employés ce qui a le potentiel de permettre à ces derniers de grandir avec nous, d'offrir des produits avec de plus grandes valeurs sociales et donc, qui fera en sorte de fidéliser la clientèle envers la marque. Nous sommes très fiers du travail accompli tout en étant conscients que ce n'est que le début d'un beau grand projet. C'est aussi très motivant et rassembleur... Nous ouvrons une nouvelle voie pour les générations futures, celles qui prendront notre relève et continueront de faire évoluer Chlorophylle tout en respectant sa mission et ses valeurs.*