

Pour des habits produits dans la dignité...

Plus de 60% des vêtements sont fabriqués dans des pays en développement, en général par des femmes. Leurs conditions de travail restent scandaleuses...

Dans l'économie mondialisée actuelle, avec ses délocalisations et ses chaînes de production longues et complexes, les firmes font produire leurs vêtements aux quatre coins du monde. Il est donc impossible de savoir dans quelles conditions sont fabriqués nos habits. Mais une entreprise qui prend des mesures pour améliorer les conditions de travail peut en partie documenter ces efforts. En 2004, la section allemande de la Déclaration de Berne (DB) a envoyé un questionnaire à une trentaine de firmes actives dans ce secteur en Suisse. A la suite de la publication des résultats en allemand, elles ont eu l'opportunité, en été 2005, d'actualiser les informations communiquées. Sur cette base, nous avons établi les «mini-portraits» d'entreprises (voir pages suivantes) en tenant compte des trois critères suivants:

1. LE CODE DE CONDUITE

La Campagne clean clothes (CCC) exige que les entreprises adoptent un code de conduite. Elles s'engagent ainsi à respecter des normes sociales minimales. Il ne suffit évidemment pas d'un code, même complet, pour que les conditions soient bonnes. Mais un mauvais code est très souvent révélateur de conditions catastrophiques!

Un code complet doit s'appliquer à toute la chaîne de production et mentionner les normes suivantes:

- les huit conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT) sur la liberté d'association et de négociation collective et sur l'élimination du travail forcé, de la discrimination et du travail des enfants

Organisation Internationale du Travail / Cassidy K



Un cours de formation de l'OIT destiné aux jeunes Cambodgiennes leur permet d'accroître leurs possibilités d'emploi. À la fin de ce cours, elles deviendront couturières, et pourront travailler dans un secteur où les capitaux étrangers affluent actuellement.

- un salaire de subsistance (souvent supérieur au salaire minimum légal et local) permettant à l'employé et à sa famille de vivre dignement
 - des horaires raisonnables, pas d'heures supplémentaires obligatoires
 - des conditions d'hygiène et de sécurité suffisantes
 - un contrat écrit mentionnant les droits des personnes engagées
- Le code doit aussi être traduit, notamment dans les langues des pays producteurs

2. DU CÔTÉ DES FOURNISSEURS

Question provenance des produits, le niveau d'informations accessibles, en particulier pour la clientèle, révèle souvent la qualité de la relation entre l'entreprise et ses fournisseurs.

Une entreprise qui a peu de fournisseurs et entretient avec eux des relations durables sera plus à même d'assumer sa responsabilité sociale et d'en rendre compte. Mais cela est rare. En revanche, celles qui changent souvent de parte-

naires ou qui passent commande à des centaines de producteurs ne peuvent rien garantir et seront souvent dans l'incapacité de donner des informations précises. Cette situation est également l'indice de pratiques d'achat agressives. Les entreprises veulent des marchandises à prix toujours plus bas, dans des délais toujours plus brefs. Cette pression se répercute sur toute la chaîne de production et les travailleurs en font les frais.

3. CONTRÔLES INDÉPENDANTS

L'entreprise doit prendre des mesures pour faire respecter le code et autoriser un contrôle indépen-

dant de son application. Des contrôles réalisés par des sociétés d'audit ou, pire, par l'entreprise elle-même sont insuffisants. En effet, un contrôle interne, réalisé par l'entreprise elle-même, n'est ni fiable ni transparent. Quant aux sociétés d'audit, leurs inspections sont rares et elles ne bénéficient en général pas de la confiance des travailleurs. Les personnes interrogées répètent souvent ce que leur employeur leur a ordonné de dire.

Lors de notre enquête, nous avons cherché à répondre aux questions suivantes:

- L'entreprise reconnaît-elle les principes de la vérification indépendante (co-responsabilité, participation d'ONG et de syndicats, mécanismes de plaintes, visites surprises dans les usines, transparence des procédures et publication des résultats)?

- L'entreprise met-elle des ressources (et lesquelles) à disposition pour la mise en œuvre et la vérification?

- L'entreprise laisse-t-elle à la charge des fournisseurs l'investissement que représentent les contrôles?

... et des conditions humaines de travail

La Campagne Clean Clothes (CCC) se bat pour une amélioration des conditions de travail, sensibilise les consommateurs et interpelle les entreprises. Active dans douze pays européens, elle collabore étroitement avec des syndicats et des ONG du Nord et du Sud.

La branche suisse de CCC a été lancée en 1999 par la Déclaration de Berne (DB), l'Action de Carême (AdC) et Pain pour le Prochain (PPP).

Elle a mené, de 2000 à 2003, un projet-pilote auquel ont participé Migros, Switcher et Veillon. Il prévoyait une vérification indépendante des conditions de travail chez quelques fournisseurs de ces trois entreprises en Chine et en Inde.

Ce projet-pilote, première expérience du genre, s'est clos par la publication des résultats de ces contrôles.

La campagne s'est ensuite réorganisée. Sous l'égide de la DB, CCC poursuit son travail de sensibilisation des consommateurs et de pression sur les entreprises. Elle continue de demander un code complet, lié aux normes internationales en vigueur, appliqué à tous les fournisseurs et dont la mise en œuvre est vérifiée de manière indépendante.

AdC et PPP ont mis sur pied un suivi du projet-pilote, en créant, avec **Max Havelaar Suisse**, une instance suisse de vérification. **ISCOM (International Social Compliance Verification)** existe depuis septembre 2004.

La phase initiale vise à développer et évaluer un processus de vérification. Switcher et Migros sont les premières firmes à participer à ce processus. ISCOM collabore avec la Fair Wear Foundation néerlandaise (FWF).

AUTRES INITIATIVES

En dehors de CCC et de ISCOM, de nombreuses initiatives ont été lancées ces dernières années, dans le but d'améliorer les conditions de travail dans l'industrie textile. Mais leur qualité est très inégale.

ETI Ethical Trading Initiative (www.ethicaltrade.org). Lancée en Grande-Bretagne, elle regroupe 37 entreprises, 4 syndicats et 16 ONG. Elle dispose d'un code complet et d'une vérification participative.

FWF Fair Wear Foundation (www.fairwear.nl). Proche de CCC. Code complet, vérification participative.

WRC Workers Rights Consortium (www.workersrights.org). Initiative états-unienne (basée dans les collèges et universités) qui mentionne tous les droits ainsi que la responsabilité totale des entreprises sur l'ensemble de la chaîne de production. Vérification participative.

FLA Fair Labour Association (www.fairlabour.org). Cette initiative d'audit états-unienne mentionne tous les droits, mais pas le salaire de subsistance.

BSCI. Business Social Compliance Initiative (www.bsci-eu.org). Lancée par l'Association du commerce extérieur (FTA), ce groupe de pression européen milite en faveur d'un commerce mondial libre et contre le protectionnisme. Migros et d'autres gros distributeurs (Karstadt Quelle, Metro, Otto) font partie des fondateurs de BSCI. Même avec un code de conduite complet, cette initiative est problématique. Les entreprises peuvent en devenir membres sans être soumises à la moindre obligation. BSCI est surtout une ban-

que de données pour des audits réalisés par les firmes elles-mêmes.

SA 8000 (www.sa-intl.org). Les producteurs certifiés SA 8000 s'engagent à respecter un catalogue complet de droits des travailleurs. Mais cette norme ne remplit pas les critères de CCC en matière de contrôle indépendant et de transparence. Elle permet aux grandes entreprises d'imposer à leurs fournisseurs une certification à leurs propres frais et donc de se décharger de leur responsabilité sociale.

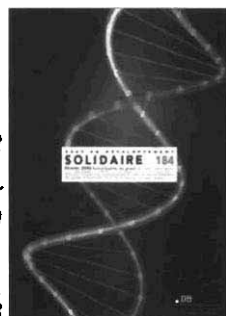
WRAP Worldwide Responsible Apparel Production (www.wrapapparel.org). Initiative d'audit qui réunit des associations textiles du monde entier. Mentionne peu de droits, pas de salaire de subsistance. WRAP consiste en une autoévaluation des entreprises, qui leur permet en outre de se décerner à elles-mêmes une certification.

Textes: Florence Gerber, Anne-Claude Gerber, Stefan Indermühle/Déclaration de Berne

Pour en savoir plus:
www.cleanclothes.org
www.is-com.org
www.frc.ch

>>>

*Supplément
du Solidaire 184,
publié par
la Déclaration
de Berne,
février 2006,
www.ladb.ch,
tél. 021 620 03 03*



L'alternative avec le coton bio

Une lueur d'espoir semble exister du côté de ceux qui proposent des habits produits à base de coton bio, tels que Remei AG (qui produit la ligne Natureline vendue par Coop), Helvetas ou WWF-Panda. En créant un marché pour le coton biologique, ils garantissent un revenu plus stable à des milliers de familles paysannes et établissent des relations commerciales différentes. Le défi réside toutefois dans le coût des contrôles, élevé par rapport aux petits volumes commercialisés.

Les distributeurs et les marques de vêtements face à leurs responsabilités sociales: Mini-portraits d'entreprises actives en Suisse



 Le code se réfère explicitement aux conventions de l'OIT^{**}. Les heures supplémentaires doivent être compensées, le salaire de subsistance garanti pour les heures de travail régulières. Le code est valable pour tous les ouvriers produisant pour Coop. Il a récemment été traduit dans les langues des lieux de production. Coop traite avec 260 fournisseurs de 20 pays. Et 60% des marchandises proviennent d'Asie, 30% d'Europe de l'Ouest et 10% d'Europe de l'Est.

Une équipe est chargée de la mise en œuvre du code, rendue difficile par de fréquents changements de fournisseurs. Coop est membre de BSCI^{*} depuis 2005. Elle attend de ses fournisseurs qu'ils se fassent certifier selon les normes SA 8000^{*}. Mais elle paie seulement aux producteurs de la ligne Naturaline la moitié des coûts de certification. Avec Naturaline, Coop assure une présence dominante sur le marché du coton biologique.

Une participation des ouvriers à la vérification est jugée onéreuse et inutile.



 Le code contient tous les droits fondamentaux du travail et vise à protéger tous les employés qui fabriquent des produits vendus par Manor. Les conventions fondamentales de l'OIT^{**} sont mentionnées explicitement ainsi que le salaire de subsistance, la compensation des heures supplémentaires et la nécessité d'un contrat de travail. Le code correspond aux standards SA 8000^{*}.

Les vêtements proviennent principalement d'Asie (les informations concernant la provenance ne sont pas précises).

Manor se dit prête à collaborer avec des ONG et des syndicats. Une équipe est responsable de la mise en œuvre du code et de son contrôle. En mai 2005, Manor a lancé une collection pour bébés et des serviettes-éponges dotées du label Max Havelaar. Le coton de ces articles est produit selon les critères du commerce équitable.



 Le code de Calida fait partie des contrats passés avec les producteurs. Disponible en anglais et en allemand, il exige le respect des standards sociaux SA 8000^{*} dans tous les lieux de production. Il comprend les droits fondamentaux définis par l'OIT^{**} ainsi que le salaire de subsistance. Seule manque l'obligation d'établir des contrats de travail. La marque suisse produit elle-même 85% de ses marchandises au Portugal, en Hongrie et en Suisse. Une délocalisation en Asie de l'Est de 50% de la production est prévue d'ici à 2007. Calida dit participer financièrement à la certification SA 8000^{*} de ses fournisseurs. Une personne est chargée de ce suivi. La mise en œuvre du code dans les usines appartenant à la firme est bien documentée. Calida se montre ouverte à collaborer avec ONG et syndicats. Fournir des informations transparentes lui paraît suffisant pour refuser une vérification indépendante. Calida dit vouloir devenir membre de BSCI^{*} en 2006.



 C&A possède un code de conduite lacunaire et imprécis, dont les formulations ne correspondent pas aux conventions fondamentales de l'OIT^{**}, notamment en ce qui concerne le travail forcé. Salaire de subsistance et horaires de travail ne sont pas réglés. Le code est diffusé en 27 langues auprès des fournisseurs, qui sont chargés d'en informer leurs sous-traitants. L'entreprise affirme rechercher des relations à long terme avec ses 1100 fournisseurs à travers le monde (deux tiers en Asie de l'Est et en Inde).

C&A a sa propre firme de contrôle Socam. La transparence, la participation d'autres parties prenantes, la qualité des contrôles et des mécanismes de plaintes y sont très insuffisantes.

Maintenir la pression

Ces miniportraits montrent que le respect des droits des travailleurs dans l'industrie textile mondiale est loin d'être garanti. Même si certaines entreprises consentent à des premiers pas, leur engagement volontaire a ses limites. Afin d'éviter qu'il ne se réduise à un exercice de relations publiques, il est indispensable que les consommateurs et les mouvements sociaux du Nord comme du Sud maintiennent la pression en exigeant des entreprises qu'elles assument leurs responsabilités. Il faut également demander aux Etats d'établir des mécanismes contraignants de contrôle des multinationales et des possibilités de sanctions contre celles qui ne respectent pas les droits humains.

MIGROS

Avec d'autres distributeurs européens, Migros a mis en place la Business Social Compliance Initiative (BSCI*). Le code BSCI se réfère aux huit conventions fondamentales de l'OIT** et au salaire de subsistance.

Les informations sur la provenance des vêtements sont sommaires: 40% d'Asie (Chine, Inde, Vietnam, Cambodge), 20% d'Europe de l'Ouest (Suisse, Allemagne, Portugal), 15% d'Afrique (Maroc, Tunisie) et d'Europe de l'Est (Hongrie, Bulgarie, Roumanie) et 25% d'Amérique latine (Salvador, Mexique). Pas d'indication sur le nombre de fournisseurs.

En participant au projet-pilote CCC, Migros a accepté le principe d'un contrôle indépendant. Comme Switcher, Migros a passé un accord avec ISCOM* sur les modalités d'une vérification indépendante. Depuis mai 2005, Migros vend des T-shirts (chez SportXX) et des coton-tiges dotés du label Max Havelaar.

SWITCHER®

Le code de Switcher est valable pour tout l'assortiment et tous les fournisseurs. Il s'appuie sur les conventions de l'OIT** et exige un salaire de subsistance. L'entreprise basée à Lausanne mise sur des relations commerciales de longue durée et une chaîne de production intégrée. Les cinq fournisseurs principaux de Switcher (deux au Portugal et en Chine, un en Inde) produisent 95% des marchandises.

Switcher soutient son producteur indien pour la certification SA 8000*. Suite au projet-pilote de 2003, l'entreprise a elle-même engagé et formé des équipes locales pour la mise en œuvre de son code et sa vérification.

Switcher est prête à collaborer avec les diverses parties prenantes et favorise les formes participatives de vérification. Switcher est l'une des deux firmes suisses (avec Migros) à s'être mise d'accord avec ISCOM* sur les modalités d'une vérification indépendante.

Switcher offre depuis avril 2005 des vêtements en coton biologique labellisé Max Havelaar.

H&M

Le code H&M, traduit en 25 langues, est valable pour tous les lieux de production. Très lacunaire et ne se référant que partiellement aux conventions de l'OIT**, il ne garantit pas de salaire de subsistance, mais le salaire minimum (souvent insuffisant) et les horaires de travail prévus par la loi.

H&M compte 3000 fournisseurs et 700 producteurs dans de nombreux pays (dont 60% en Asie et 40% en Europe). Depuis l'introduction du code en 1997, le nombre de fournisseurs a diminué d'un quart.

Les contrôles sont internes. On n'en connaît pas la qualité. Deux cas de violations des droits du travail se sont avérés. Deux tiers des 2232 inspections d'usines ont été effectuées sans préavis. Il n'existe pas de rapports attestant d'une vérification indépendante. Pour adhérer à la FLA*, comme annoncé en automne 2005, H&M doit encore reconnaître formellement toutes les conventions fondamentales de l'OIT.

INTERSPORT®

Le code du géant suisse (le plus gros distributeur mondial d'articles de sport) est dépassé et très insuffisant. Intersport est toutefois devenu membre de BSCI* et prévoit d'adopter un code complet en 2006. La provenance n'est indiquée que pour certains produits (90% Asie, 10% Europe de l'Est).

La stratégie de «rabais de quantité» pratiquée par Intersport fait pression sur les prix du marché mondial de l'habillement sportif.

Les ressources consacrées à la mise en œuvre offrent un contraste saisissant avec le chiffre d'affaires. Intersport estime que BSCI est une instance de contrôle neutre censée garantir la mise en œuvre du code. Intersport ne voit aucune raison de participer à une vérification indépendante qui implique réellement les différentes parties prenantes.