

REPÈRES

D'autres paient le prix

fort pour nos vêtements



Introduction

D'autres paient le prix fort pour nos vêtements	4
--	---

Les dessous de la confection

Coudre jusqu'à n'en plus pouvoir	10
---	----

Quand les initiatives volontaires ne suffisent pas : l'exemple du Bangladesh	14
---	----

La Fair Wear Foundation

Des vêtements équitables, c'est possible !	17
---	----

La recette pour de bonnes conditions de travail	19
--	----

« Ne lésinez pas sur les vêtements »	21
---	----

Labels et initiatives

Nos responsabilités en matière de consommation	24
---	----

Mettre de l'ordre dans nos placards	27
--	----

Nos actions

Pain pour le prochain et Action de Carême s'engagent	30
---	----

Impressum

Éditeurs : *Pain pour le prochain* / *Action de Carême*, janvier 2014

Rédaction : Pascale Schnyder

Auteur-e-s : Miges Baumann, Stefan Salzmann, Pascale Schnyder

Graphisme : Spinax Civil Voices, Zürich

Traduction : Alia Rahal

Photos : *Pain pour le prochain*, Campagne *Clean Clothes*, *Action de Carême*, la Poste, Shutterstock

Impression : Cavelti AG, medien. digital und gedruckt, Gossau

Tirage: 3600 français / 9800 allemand

Prix: gratuit

Jetez un coup d'œil à l'étiquette de vos vêtements. Vous trouverez au moins une pièce sur laquelle on peut lire « Made in Bangladesh » ou « Made in China ». De nos jours, plus de la moitié de nos habits sont confectionnés en Asie. Et cela peut se comprendre : la fabrication de vêtements étant gourmande en main d'œuvre, les entreprises choisissent de les produire là où les coûts de production sont moindres.

Ces vêtements, ce sont d'autres que nous qui en paient le prix fort : non seulement l'environnement fortement pollué par les pesticides et les produits toxiques utilisés pour la culture du coton et la teinture de la fibre (cf. p. 5), mais aussi les ouvrières, car ce sont majoritairement des femmes qui assemblent nos vêtements (cf. p. 10-12).

Le bilan humain de l'effondrement d'un bâtiment de plusieurs étages au Bangladesh en avril 2013, qui a fait 1100 morts et plus de 2400 blessés, a secoué l'opinion publique (cf. p. 14-16). Cette tragédie nous a rendus conscients de la responsabilité que nous portons face aux conditions de production de nos biens de consommation. Pour les produits alimentaires, nous exigeons de connaître leur provenance et leurs conditions de production. Pourquoi ne pas demander le même degré de transparence pour les 1500 francs que nous dépensons en moyenne chaque année pour nos habits ?

Préserver la dignité humaine et l'intégrité de la Création est au cœur des préoccupations de toutes celles et ceux qui, comme nous, travaillent pour des œuvres d'entraide. C'est pourquoi nous militons entre autres pour que les entreprises aient l'obligation de respecter les droits fondamentaux des travailleurs et des travailleuses ainsi que les dispositions relatives à la protection de l'environnement (cf. p. 30-31). Nous apportons notre soutien à des initiatives telles que la Fair Wear Foundation et la Campagne Clean Clothes qui s'engagent en faveur de meilleures conditions de travail dans l'industrie textile.

Vous pouvez, vous aussi, contribuer à améliorer la justice et apporter votre pierre à l'édifice de la justice en agissant en consomm-acteurs et consomm-actrices. Il vous suffit, lors de vos achats, de donner aux critères sociaux et écologiques l'importance qui leur revient (cf. p. 24-28). Les vêtements doivent certes rester un plaisir pour nous, mais leur confection doit respecter la dignité de celles et ceux qui les fabriquent pour nous.

Martina Schmidt



Secrétaire romande
Pain pour le prochain

Christelle Devanthery



Membre de la direction
Action de Carême

D'autres paient le prix fort pour nos vêtements

La fabrication de nos vêtements est désormais le fruit d'un processus mondialisé. Cela permet aux entreprises de délocaliser chacune des étapes de leur confection dans des pays où les conditions de travail et les salaires minimums sont inférieurs aux nôtres. Avec pour conséquence des conditions de travail inhumaines et un environnement pollué.

Dans l'industrie de la confection, la mondialisation est loin d'être un phénomène récent. Dès le 18^{ème} siècle, le canton de Glaris produisait des textiles à partir de coton d'origine indienne. Un coton ensuite transformé en vêtements sur le sol suisse, vendus finalement à l'étranger. À l'époque, ce secteur employait plus de 10 000 personnes en Suisse. De nos jours, le canton de Glaris ne fabrique plus que des textiles destinés à un marché de niche : la majorité des vêtements achetés en Suisse proviennent désormais de pays tels que la Chine ou le Bangladesh (cf. graphique p.9). En 2009, 53,2% des textiles exportés dans le monde étaient produits en Asie¹.

De la matière première jusqu'au produit fini, nos vêtements parcourent un long chemin. Chaque étape de leur élaboration s'effectue là où les entreprises textiles dénichent les conditions optimales à leurs yeux. Très concrètement, cela signifie des

coûts de production aussi bas que possible, des conditions de production extrêmement flexibles, un cadre législatif très souple et une bonne desserte internationale permettant d'acheminer ces biens partout dans le monde.

Les petits sous pression

Tout au début de la chaîne de production, on trouve les matières premières. Étant donné son excellente capacité d'absorption et sa grande résistance, le coton reste la fibre textile naturelle la plus utilisée par l'industrie du textile. Chaque année, ce sont 25 millions de tonnes de coton qui sont récoltées, soit un tiers de la production totale de fibres textiles dans le monde. De nos jours, le coton est cultivé dans 40 pays. Les cinq plus grands producteurs de coton sont la Chine, l'Inde, les États-Unis, le Pakistan et le Brésil² qui, à eux seuls, sont responsables de 80% de la production mondiale.

Tandis qu'aux États-Unis, et de plus en plus en Chine, le coton est produit par de grandes exploitations dotées d'un équipement technique de pointe, en Inde, au Pakistan, au Brésil, en Afrique, dans la région du Sahel, et en Asie centrale, les petites et moyennes exploitations restent majoritaires. Or, ces dernières sèment, cultivent et récoltent encore le coton à la main : elles ne peuvent donc pas rivaliser avec le niveau technique des grandes entreprises.

La plupart des petits cultivateurs de coton ont du mal à joindre les deux bouts avec les revenus générés par leur activité agricole. Par leur injection massive de subventions, les États-Unis et l'UE maintiennent le cours du coton artificiellement bas : le produit de leur récolte suffit tout juste aux petits producteurs pour survivre.

Coton : une culture empoisonnée ?

Aucune autre culture au monde ne requiert autant de produits chimiques que celle du coton (cf. encadré ci-dessous). Souvent, les propriétaires de ces petites et moyennes exploitations sont justement dépourvus des connaissances et de l'équipement nécessaires afin de se protéger, eux-mêmes et leur famille, lors du maniement de pesticide présentant un danger pour leur santé. L'Organisation mondiale de la Santé (OMS) considère d'ailleurs trois des dix pesticides les plus couramment utilisés dans la culture du coton comme très, voire extrêmement, dangereux³.

À cela s'ajoutent les énormes besoins en eau des plants de coton : il faut jusqu'à 2000 litres d'eau pour fabriquer un seul tee-shirt. En outre, la majeure partie du

Le coton : tout sauf écolo

La culture du coton est un vrai défi : elle nécessite beaucoup de soleil et d'eau. En outre, le coton est une plante très fragile.

- Le coton est le produit agricole dont la culture requiert le plus de substances chimiques :
- 25% des insecticides utilisés dans le monde le sont dans des champs de coton, alors que ces derniers ne représentent que 1/40^{ème} des surfaces cultivées sur la planète⁴.
- La production conventionnelle de coton nécessaire à la fabrication d'un tee-shirt implique la pulvérisation de 150 g de produits chimiques sur le champ⁵.
- 75% du coton issu de l'agriculture conventionnelle proviennent de semences génétiquement modifiées.
- Selon les estimations de l'OMS, chaque année, 2000 personnes meurent dans le monde d'une intoxication liée aux pesticides utilisés pour cultiver le coton.

¹ Organisation mondiale du Commerce (OMC)

² www.fas.usda.gov

³ www.umweltinstitut.org/fragen--antworten/bekleidung/konventionelle_bekleidung-678.html

⁴ <http://virtuelles-wasser.de/baumwolle.html>

⁵ www.umweltinstitut.org/fragen--antworten/bekleidung/konventionelle_bekleidung-678.html



Utilisation intensive de pesticides sur un champ de coton en Californie.

coton traditionnel (environ 75%) provient de semences génétiquement modifiées,⁶ alors qu'à peine plus d'un pour cent de la production mondiale de coton est issue de l'agriculture biologique⁷.

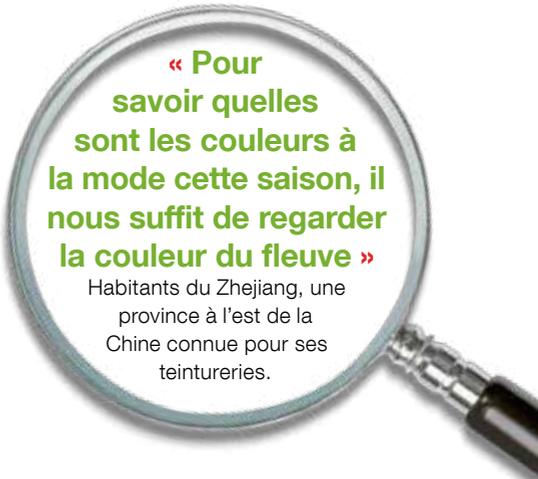
Après la récolte, les fibres de coton sont transformées en fil, puis en étoffe. L'Empire du Milieu regroupe à lui seul 46% des ateliers de filatures. Et l'étape suivante, soit le tissage des étoffes, se concentre encore davantage en Asie : alors qu'en 1990, on y trouvait environ 25% des fabriques de tissage, ce chiffre atteignait déjà 86% en 2011⁸.

Des rivières orange, des mers indigo

Là encore, des produits chimiques interviennent dans la transformation du coton en fils, puis en étoffes. D'autres procédés chimiques sont également utilisés pour des traitements divers. Ces substances ont beau être rincées ensuite, il en reste toujours des traces. C'est ainsi qu'un tee-shirt peut porter la mention « 100% coton », mais ne comporter que 75% de fibres naturelles, le reste étant constitué de teintures et d'autres produits chimiques⁹.

Les procédés de teinture, de blanchissage, de lavage et d'impression des textiles impliquent le recours à d'énormes quantités de substances chimiques nocives pour la santé. En effet, les colorants et les solutions de dispersion contiennent

notamment des sels, des acides, des alcalis et des adjuvants. Des témoignages font régulièrement état de la pollution des eaux à proximité des teintureries. « Pour savoir quelles couleurs sont à la mode cette saison, il nous suffit de regarder la couleur du fleuve », ont raconté à Greenpeace les habitantes et les habitants du Zhejiang, une province à l'est de la Chine connue pour ses teintureries. Alors qu'en Europe et aux États-Unis, le traitement des eaux usées est maintenant strictement encadré par la législation, en Chine et dans d'autres pays asiatiques, ce sont des millions de personnes qui souffrent des conséquences de ces intoxications¹⁰.



« Pour savoir quelles sont les couleurs à la mode cette saison, il nous suffit de regarder la couleur du fleuve »

Habitants du Zhejiang, une province à l'est de la Chine connue pour ses teintureries.

Toujours plus vite, toujours moins cher

La coupe des tissus et la confection des vêtements sont des activités qui, de nos jours encore, s'effectuent essentiellement à la main. Depuis les années 70, afin de maintenir les coûts de fabrication au plus bas, un nombre croissant de marques de vêtements, ont commencé à délocaliser les étapes les plus laborieuses de leur production dans des pays en développement ou en transition. Au Bangladesh, une heure de travail coûte à peine 30 centimes⁹. Et les coûts de production sont aussi très bas au Pakistan, au Vietnam, en Inde ou en Chine¹¹.

Peu de marques travaillent directement avec les ateliers de confection. Elles passent par des soi-disant agences, qui travaillent avec leur propre réseau d'agences et de fabriques situées dans divers pays. De cette manière, les intermédiaires sont à même de gérer des commandes importantes en l'espace d'à peine quelques semaines. En général, ce sont les entreprises les plus flexibles, rapides et bon marché qui raflent la mise.

Les ateliers se retrouvent soumis à une pression énorme, non seulement en raison des délais impartis, mais aussi des coûts imposés. Cette pression est directement répercutée sur les salaires et les conditions de travail des travailleurs et des travailleuses : des salaires de misère, des conditions de travail inhumaines et des journées de travail de seize heures, sept jours par semaine, ne sont pas rares. Dans

l'objectif de maintenir des prix aussi bas que possible et d'optimiser leurs propres marges, ces exploitations économisent là où elles peuvent : la santé et la sécurité des employés et des employées (cf. p. 14-16). Le jeu semble en valoir la chandelle, et même pour les grandes marques : pour la seule année 2012, le groupe suédois H&M a pu générer des bénéfices de l'ordre de 16 687 milliards de couronnes suédoises (soit 2,4 milliards de francs). Étant données les ramifications complexes et le manque de transparence de la chaîne d'approvisionnement, les marques ne sont souvent même pas au courant des conditions dans lesquelles leurs vêtements sont confectionnés. Cela ne les exonère pas pour autant de toute responsabilité : elles doivent exiger des informations sur leurs fournisseurs et tisser avec eux des liens sur le long terme. C'est, en effet, la seule manière pour elles d'intégrer les critères sociaux dans les modes de production et de vérifier leur mise en œuvre.

L'État du côté des entreprises

Mais les marques et les ateliers de confection ne sont pas les seuls responsables de cette situation. Les États et leurs gouvernements ont aussi leur part de responsabilité dans le fait que les entreprises qui ont leur siège sur leur territoire ne respectent pas les droits les plus fondamentaux des travailleurs et des travailleuses. Le textile est un secteur industriel indispensable pour beaucoup de pays en Asie, en Amérique centrale et en Afrique du

⁶ www.umweltinstitut.org/fragen--antworten/bekleidung/konventionelle_bekleidung-678.html

⁷ www.organiccotton.org/oc/Organic-cotton/Organic-cotton.php

⁸ Christoph G. Schmutz (2013), China hat die Hosen an, NZZ, 25. Mai 2013.

⁹ www.umweltinstitut.org/fragen--antworten/bekleidung/baumwolle-verarbeitung-1014.html

¹⁰ www.greenpeace.de/fileadmin/gpd/user_upload/themen/chemie/20121203-Toxic-Threads-Textilindustrie-China-Zusammenfassung.pdf

¹¹ Christoph G. Schmutz (2013), China hat die Hosen an, NZZ, 25. Mai 2013.



Couturières fabricant des sous-vêtements dans une usine en Chine.

Nord. À titre d'exemple, au Bangladesh, les vêtements et les textiles représentent 80% des produits industriels exportés. Au Pakistan et au Sri Lanka, ce rapport est d'environ 70%. Même en Inde ou en Chine, des pays dont les industries sont plutôt diversifiées, respectivement 30% et 12% des exportations relèvent du secteur du textile.

La dépendance de ces pays vis-à-vis de cette branche n'a fait qu'exacerber la concurrence entre eux. Par conséquent, nombreux sont ceux à avoir établi des zones franches bénéficiant aux exportations. Elles offrent des conditions de toute évidence avantageuses pour les entreprises étrangères : des taux d'imposition et des droits de douane réduits, de meilleures conditions d'investissement, des normes environnementales moins strictes et, surtout, un droit du travail encore moins contraignant que les normes en vigueur, et pourtant déjà faibles, dans le pays en question.

Interdiction de protester

En cas d'abus, les ouvriers et les ouvrières ont des difficultés à se défendre. Leur maigre salaire permet, d'une part, souvent de faire vivre plusieurs membres d'une même famille (cf. p. 16) ; d'autre part, la plupart d'entre eux ne connaissent même pas leurs droits. Par ailleurs, dans de nombreux pays de production, les syndicats sont, encore et toujours, vus d'un mauvais œil. Enfin, il n'est pas rare que les manifestations de salariés mécontents de leurs salaires trop bas, par exemple, soient réprimées avec violence. Quiconque choisit de s'élever seul contre les abus se voit menacé de licenciement.

« Les grands noms de la mode disent que leurs fournisseurs ne veulent pas améliorer la situation ; les fournisseurs disent que ce sont ces maisons qui ne sont pas disposées à payer pour de telles améliorations ; enfin, les gouvernements disent qu'ils ne peuvent augmenter le revenu minimum car les entreprises délocaliseraient dans un autre pays ». C'est ainsi qu'Ineke Zelden-

rust, du secrétariat international de la Campagne Clean Clothes résume les problèmes auxquels se voit confrontée la chaîne d'approvisionnement¹².

Assumer ses responsabilités

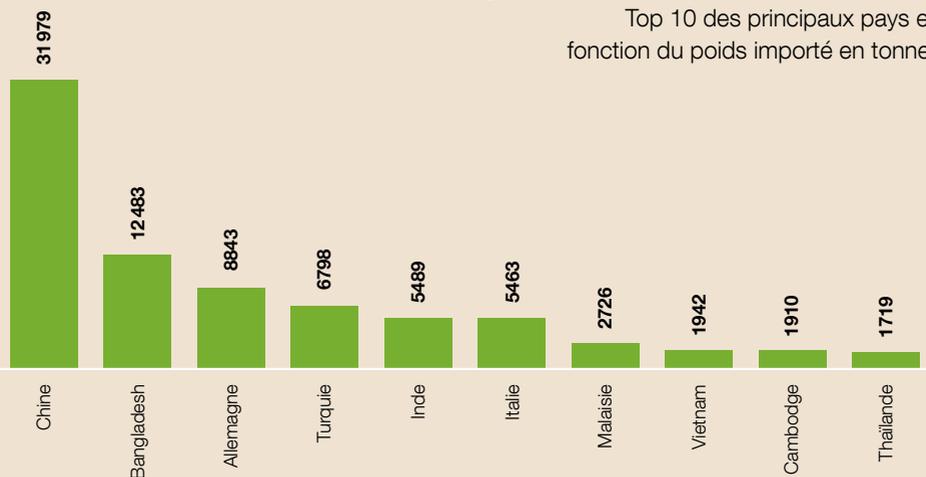
Après deux bons mois et au détour d'un voyage de 50 000 kilomètres en moyenne, les vêtements arrivent dans nos magasins. Aussi absurde que cela puisse paraître, c'est ce long voyage et le peu d'égards prêtés au droit du travail et à la protection de l'environnement qui font que les consommatrices et les consommateurs suisses dépensent aussi peu d'argent pour leurs vêtements. En effet, leur prix ne reflète ni leur coût social, ni leur empreinte écologique, car nous ne payons rien pour la pollution des eaux en Asie ou pour l'émission de CO₂ que leur transport a engendré. En fait, nous ne payons même pas la

valeur intrinsèque du travail des couturières et des couturiers au Bangladesh et dans les autres pays.

Où nous mènent ces pratiques ? En avril 2013, l'effondrement tragique d'un immeuble d'ateliers textiles de huit étages l'a rappelé au monde entier. L'accident du « Rana Plaza », situé à 25 km au nord-ouest de la capital Dhaka, a coûté la vie à 1100 personnes et blessé plus de 2400 autres. Une telle catastrophe était-elle nécessaire pour que l'industrie textile et nous, consommateurs et consommatrices, nous rendions compte du coût réel de nos vêtements ? Depuis lors, de plus en plus de voix se font entendre pour exiger de meilleures conditions de travail, des mesures de sécurité plus contraignantes, et enfin plus de contrôles et de transparence sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Importation de vêtements en Suisse 2012

Top 10 des principaux pays en fonction du poids importé en tonnes



Source : Administration fédérale des douanes (in : Neue Luzerner Zeitung, 7.5.13)

¹² <http://archive.cleanclothes.org/resources/ccc/corporate-accountability/what-should-companies-do-to-improverespect-for-workers-rights/index.php?view=article&id=348>

Coudre jusqu'à n'en plus pouvoir



Aujourd'hui encore, les tissus sont découpés et les vêtements confectionnés à la main pour l'essentiel. Ces travaux sont majoritairement effectués par des femmes dans des pays où la main d'œuvre est bon marché. Même si elles travaillent parfois jusqu'à 16 heures par jour, leurs revenus ne leur suffisent pas pour vivre.

Lorsque l'on pense aux progrès industriels accomplis dans le monde entier, il est difficile de le croire, et pourtant : presque chacune des coutures de nos jeans ou de nos tee-shirts sont effectuées à la main. Ces étapes de la confection nécessitent une quantité de main d'œuvre énorme. Pour faire des économies, beaucoup d'entreprises du secteur délocalisent ces étapes de la chaîne de production dans des pays où la main d'œuvre est bon marché. Dans de tels pays, une multitude d'entreprises se livrent à une lutte sans merci pour obtenir les contrats, répercutant sur leurs employés la pression énorme qu'elles subissent pour exécuter les commandes le plus vite possible au prix le plus bas.

Le Bangladesh est le pays où les coûts de fabrication sont les plus bas. Le pays compte 4 millions de personnes actives dans l'industrie du textile. En 2010, le salaire minimum y a été fixé à 3000 takas par mois, soit l'équivalent de 35.40 francs environ. Or, un tel revenu suffit à peine pour couvrir 12% de ce qu'un ménage moyen au Bangladesh dépense par mois en loyer, en nourriture, en frais de transport, pour la scolarisation des enfants la santé et les vêtements (cf. encadré p. 12).¹

Des heures supplémentaires non-rémunérées

Ce revenu minimum n'est même pas garanti. Selon un sondage effectué par

l'ONG britannique « War on Want » auprès de 1000 ouvrières, dans 96% des cas, leur rémunération est contractuellement liée à des objectifs de production à atteindre². Les heures supplémentaires effectuées pour atteindre ces objectifs ne sont ainsi pas rémunérées. Ces femmes travaillent d'arrache-pied pour atteindre des objectifs de production souvent irréalisables. En effet, 75% d'entre elles ont indiqué qu'il était impossible d'atteindre les objectifs imposés dans le temps imparti ; c'est pourquoi elles doivent travailler 11 à 20 heures de plus chaque mois.

En raison de ces revenus trop bas, beaucoup de femmes doivent encore effectuer des heures supplémentaires additionnelles. Quatre-vingt pour cent des femmes sondées travaillent tous les jours de 8 heures à 20 heures, voire 22 heures. Alors même que la législation nationale prévoit des journées de travail de 8 heures maximum et qu'elle interdit les journées de plus de 10 heures.

Cela ne suffit pourtant pas. Les propriétaires des ateliers font tout pour payer aussi peu d'heures supplémentaires que possible, sous des prétextes souvent arbitraires : manque de ponctualité, objectifs de production non-atteints, fautes professionnelles ou encore protestations vis-à-vis de la direction.

Des femmes séparées de leur famille

Nombre de ces femmes ont une famille et des enfants qu'elles ne voient que rarement, parce qu'elles rentrent chez elles tard le soir, ou parce qu'elles ont dû les confier à des proches en province, n'ayant trouvé personne près de chez elles pour

s'en occuper. La plupart d'entre elles vivent dans des logements insalubres hors de prix, dont les loyers, ajoutés aux frais de transport pour se rendre à l'usine et leur nourriture, engloutissent la majeure partie de leurs maigres revenus.

Par ailleurs, le congé maternité de 16 semaines n'est que rarement respecté au Bangladesh. La plupart des femmes sondées ne savaient même pas qu'elles y avaient droit. D'autres ont été licenciées avec effet immédiat après avoir informé leur employeur de leur grossesse et demandé à pouvoir bénéficier d'un congé maternité.



Travailleuses durant leur pause de midi dans une usine de textile au Bangladesh.

¹ Calculé selon la Asia Floor Wage Alliance : www.asiafloorwage.org

² War on want (2011) : *Stitched up : Women workers in the Bangladeshi garment sector*

Le harcèlement sexuel est monnaie courante

Le fait qu'au Bangladesh, la majorité des employés dans les ateliers textiles soient des femmes, est souvent présenté comme le résultat de leur émancipation. Pourtant, c'est bien le contraire : d'une manière générale, ces femmes s'acquittent de toutes les tâches ingrates. Les inspecteurs, les responsables de la sécurité et les directeurs sont, quant à eux, quasiment tous des hommes. Nombre d'entre eux profitent de leur position sans vergogne.

Parmi les femmes interrogées par « War on Want », 70% ont indiqué avoir déjà été la cible d'insultes obscènes, 42% ont déjà été frappées au visage par leurs supérieurs hiérarchiques, tandis que 29% ont été victimes d'attouchements de la part de ces mêmes supérieurs.

Comme ces femmes sont dépendantes de leur emploi, elles sont exposées au

harcèlement et aux discriminations sans possibilité de se défendre. Elles risquent d'ailleurs de se faire licencier si elles se plaignent. Une femme a ainsi expliqué avoir perdu son emploi après avoir invoqué son droit à une pause pour aller aux toilettes.

Un travail qui rend malade

En raison de conditions de travail difficiles dans des ateliers bondés, beaucoup de femmes tombent malades : l'air confiné, l'éclairage insuffisant, la poussière et les produits chimiques nuisent gravement à leur santé. Les accidents du travail sont légion, surtout dans les équipes de nuit. Mais là encore, si elles ne suivent pas le rythme ou si elles n'y arrivent plus, elles sont menacées de licenciement. Dans de rares cas seulement, des indemnités ou une couverture maladie sont prévues.

Revenu minimum versus revenu de subsistance ?

En réponse aux critiques s'élevant contre les conditions de travail dans l'industrie textile, beaucoup d'entreprises font valoir le fait qu'elles appliquent le salaire minimum prévu par la loi. Mais la rude concurrence à laquelle se livrent les différents pays fait que le revenu minimum fixé par le législateur est très bas et n'est que rarement ajusté à l'inflation.

C'est pourquoi syndicats et ONG exigent depuis des années que les entreprises versent un revenu de subsistance à leurs employés au lieu d'un salaire minimum : une rémunération qui permettrait aux travailleurs et travailleuses ainsi qu'à leur famille de mener une vie décente et de couvrir leurs besoins fondamentaux, notamment les frais liés au logement, à l'alimentation, à l'achat des habits, à l'éducation et à la santé. Les opinions divergent sensiblement quant au montant d'un tel salaire.

En 2005, des experts, qui se sont penchés sur les questions liées au droit du travail et des syndicats de divers pays asiatiques ont fondé l'Asia Floor Wage Alliance. Ensemble, ils ont élaboré une méthode de calcul reposant sur un panier d'articles et pouvant être utilisée dans tous les pays. La Campagne Clean Clothes soutient l'Asia Floor Wage Allianz.

www.asiafloorwage.org

Où va l'argent de mes jeans ?

En Suisse, un jeans de marque coûte au moins 100 francs. Cette somme est ventilée sur toute la chaîne de commercialisation. Cependant, les personnes qui en bénéficient le moins sont celles qui triment du matin jusqu'au soir : les ouvriers et ouvrières des fabriques de vêtements des pays pauvres.

Détaillant,
administration et TVA
50%



Ouvriers
1%

Marque,
distribution
et publicité
25%

Matériel et bénéfice
de la fabrique
dans le pays
de production
13%

Transport,
impôts et
importation
11%

Source: Campagne Clean Clothes

Quand les initiatives volontaires ne suffisent pas :

l'exemple du Bangladesh



Le 24 avril 2013 voit se produire au Bangladesh la catastrophe la plus meurtrière dans l'histoire du secteur du textile: l'effondrement de l'immeuble du Rana Plaza, faisant plus de 1100 morts et au moins 2400 blessés. Cet exemple a, une fois de plus, clairement démontré que l'autorégulation des entreprises ne suffit pas si l'on veut que les droits les plus fondamentaux soient respectés.

Les fissures dans les murs étaient clairement visibles lorsque les travailleuses et les travailleurs sont arrivés au travail ce 24 avril 2013. Ce jour-là, les commerces et la banque installés dans ce bâtiment de 8 étages situé en bordure de la capitale Dhaka ont renvoyé leurs employés chez eux pour des motifs de sécurité. Ce n'est pas le cas des dirigeants des cinq ateliers textiles qui confectionnent des articles pour de grandes marques européennes et américaines. « Le directeur nous a menacés de ne pas nous payer ce mois-ci si nous n'allions pas au travail », explique Rebeya, une employée parmi les milliers présents dans l'immeuble ce jour-là.

La majeure partie du personnel de ces ateliers est âgée de moins de 30 ans. La plupart de ceux qui ont survécu à l'effondrement en subissent encore les conséquences. Nombre d'entre eux n'ont pu être dégagés des décombres qu'au prix d'une amputation. Toute leur vie, ils devront faire l'objet d'un suivi médical et ne pourront plus jamais travailler. Sans leur rémunération, la plupart des familles des personnes blessées et décédées se retrouvent dans des situations d'urgence absolue, ne sachant plus comment payer leur nourriture, leur logement et leurs frais de santé. Les personnes lésées et leurs proches attendent encore des indemnités, en vain jusqu'à présent (cf. encadré p. 16).

Le Rana Plaza n'est hélas pas un cas isolé

Même si le Rana Plaza est devenu synonyme de la plus grande tragédie de l'histoire de l'industrie du textile au Bangladesh, il ne s'agit hélas pas d'un cas isolé. Cet immeuble est symptomatique d'un système qui constitue aussi la triste réalité d'autres pays où la main d'œuvre est bon marché, un système où l'appât du gain pèse plus que les droits fondamentaux, la protection de l'environnement et des conditions de travail dignes.

Plus de responsabilités dans les pays à risque

Les entreprises qui produisent dans des pays comme le Bangladesh sont au courant de ces pratiques. Un faible contrôle de l'État et une corruption endémique font que de tels pays sont considérés comme étant risqués. Les entreprises occidentales se doivent de faire particulièrement attention à ce que leurs fournisseurs dans ces pays respectent les droits fondamentaux et les normes environnementales en vigueur. C'est ce qu'exigent les « Principes directeurs de Ruggie », le document de référence des Nations Unies en matière d'économie et de droits humains, qui a été adopté à l'unanimité par le Conseil des droits de l'homme de l'ONU en juin 2011¹.

Pourquoi ces manquements n'ont-ils pas été signalés ?

Face à ces enjeux, beaucoup d'entreprises se joignent à des initiatives volontaires de responsabilité sociale d'entreprise (Corporate Social Responsibility). Or, ces dernières ne se fondent que sur des mécanismes d'autorégulation des entreprises. Le cas du Rana Plaza montre à quel point ce type d'initiative reste insuffisant : deux des cinq ateliers situés dans l'immeuble

étaient membres de la Business Social Compliance Initiative (BSCI).

Lancée par des entreprises du textile, la BSCI est l'une des initiatives les plus importantes et les plus connues du secteur. En y souscrivant, les membres s'engagent à effectuer des audits réguliers de leurs fournisseurs. Pour autant, cette initiative ne prévoit ni contrôle par une entité tierce, ni mécanisme de plainte. Peu avant son effondrement, le Rana Plaza avait fait l'objet d'un audit effectué par un inspecteur de BSCI, apparemment sans que ce dernier n'y ait identifié d'insuffisances. Dans une publication récente, la Campagne Clean Clothes analyse la situation de la manière suivante : « Soit les manquements n'ont pas été repérés, soit les entreprises occidentales les ont ignorés »².

Nécessité d'établir une obligation légale de diligence

Selon Chantal Peyer, responsable du dossier « entreprises et droits humains » à *Pain pour le prochain*, « les initiatives volontaires lancées par les entreprises restent souvent insuffisantes ». Pour s'assurer que toutes les entreprises respectent bien les droits fondamentaux et les normes environnementales en vigueur, il convient d'inscrire le devoir de diligence dans la loi. « C'est la seule manière pour faire en sorte que les entreprises prennent des mesures préventives, non seulement pour elles-mêmes, mais aussi pour leurs filiales et pour leurs fournisseurs, afin d'éviter que les droits humains ne soient bafoués et l'environnement lésé ». En outre, les personnes concernées devraient avoir la possibilité de se retourner contre les entreprises pour leur demander réparation pour les préjudices subis. En Suisse, ces exigences sont portées par « Droit sans frontières », une large coalition d'ONG dont

Action de Carême et Pain pour le prochain font partie (www.droitsansfrontieres.ch).

Si une telle base légale existait sur le plan international, la tragédie du Rana Plaza aurait pu être évitée ou, si elle avait eu lieu, les victimes et leurs proches n'auraient pas eu à craindre pour leur survie et à compter sur le bon vouloir des entreprises pour espérer des dédommagements (cf. encadré ci-dessous).



«Ce jour-là, aucun de nous ne voulait se rendre à l'atelier. Ils nous ont forcé la main... Je suis la seule de ma famille à rapporter un salaire. Comment vais-je pouvoir continuer à travailler ?»

Moriom est une mère célibataire qui élève seule ses deux enfants. Elle a perdu sa main droite dans l'effondrement du Rana Plaza.

Plus de sécurité, mais toujours aucune indemnisation

Initié par la Campagne Clean Clothes et de nombreux syndicats nationaux et internationaux, l'Accord contre les incendies et pour la sécurité des usines de confection (Accord on Fire & Building Safety) représente une réelle lueur d'espoir pour les travailleurs du secteur du textile au Bangladesh. Depuis la tragédie du Rana Plaza, l'accord a été signé par plus de 20 entreprises (chiffre déc. 2013) du secteur en Europe, en Amérique du nord, en Asie et en Australie. Par leur signature, ces entreprises souscrivent à un accord transparent et juridiquement contraignant qui intègre les syndicats locaux et oblige les entreprises à participer financièrement à la réhabilitation des ateliers. www.bangladeshaccord.org

En revanche, les perspectives sont bien plus sombres pour ce qui concerne les négociations sur le paiement d'une indemnité aux victimes et à leurs proches. Des douze entreprises du monde de la mode occupant les locaux du Rana Plaza au moment où le bâtiment s'est effondré, seule Primark a versé une aide financière d'urgence et s'est engagée à payer des compensations à plus long terme. À côté des marques, le gouvernement ainsi que le syndicat du patronat du Bangladesh (BGMEA) sont aussi appelés à verser une indemnisation aux personnes lésées. Depuis la catastrophe, le gouvernement et le BGMEA ont certes indemnisé les familles des victimes et les blessés, mais les montants payés sont très faibles et toutes les victimes n'ont pas encore été dédommagées. Il faut aussi que la Business Social Compliance Initiative (BSCI) assume sa part de responsabilité : ses inspecteurs n'avaient décelé aucune défaillance lors de leur audit mené dans les ateliers avant la tragédie .

¹ www.rechtohnegrenzen.ch/media/medialibrary/2013/01/rog_factsheet_ruggie_d.pdf

² Clean Clothes Campaign, International Labour Rights Forum (2013) : Still waiting : Six month after history's deadliest apparel industry disaster, workers continue to fight for compensation.



Des vêtements équitables,

c'est possible !

Tant qu'aucun instrument contraignant ne garantira des conditions de travail équitables et un revenu suffisant, il faudra des initiatives courageuses visant à faire du textile une industrie propre. Parmi ces initiatives : la Fair Wear Foundation, au sein de laquelle entreprises, ONG et syndicats collaborent. Elle repose sur des relations fournisseurs-clients durables, autant de transparence que possible et un système de contrôle à tous les niveaux.

Créée en 1999 aux Pays-Bas, la Fair Wear Foundation a pour but d'améliorer les conditions de travail dans l'industrie du textile. L'initiative a été lancée et est toujours dirigée par un groupe d'organisations non-gouvernementales, de représentants de l'industrie (groupements de marques de l'industrie de la mode) et de syndicats. *Pain pour le prochain* et *Action de Carême* sont parmi les organisations fondatrices de la FWF, *Pain pour le prochain* ayant d'ailleurs intégré son Conseil d'administration international en 2012. En misant sur une implication de toutes les parties prenantes, la FWF se démarque d'autres initiatives, telles que la Business Social Compliance Initiative, en ce qu'elle permet aux acteurs concernés d'apprendre les uns des autres et d'apporter des améliorations à tous les maillons de la chaîne. Pour améliorer les conditions de travail, l'initiative s'appuie sur le fait que les entreprises sont responsables de leur chaîne d'approvisionnement ; elle table par ailleurs sur des relations fournisseurs-clients

dans la durée. Les huit principes du Code de conduite de la FWF (cf. encadré p.18), se basent sur les conventions de l'Organisation internationale du Travail (OIT) et la Déclaration universelle des droits de l'homme. Contrairement à d'autres initiatives de certification, la FWF ne se contente pas d'accorder une certification mais propose un processus : chaque marque souhaitant y adhérer doit démontrer comment elle envisage la mise en œuvre de ses normes tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. Ensuite commence un processus d'amélioration, au cours duquel la marque, de concert avec l'initiative, analyse en toute transparence la situation des employés et des employées de ses propres fournisseurs. La marque elle-même et les ateliers confectionnant ses articles sont appelés à apporter des améliorations constantes à leurs conditions de travail. L'initiative suit ces améliorations par le biais d'un système de contrôle : les fabriques sont régulièrement inspectées pour s'assurer que les principes du Code de la

FWF soient bien respectés. En plus, les employés et les employées, mais aussi des tiers, ont la possibilité de soumettre à une instance de recours leurs doléances et leurs plaintes. Par ailleurs, la FWF est en contact permanent avec une personne sur place. Les conclusions de tous ces contrôles sont publiées ; lorsque des mesures correctives sont jugées nécessaires, elles sont notamment mises en œuvre grâce à l'aide de conseillers sur place, avant de faire l'objet d'un contrôle ultérieur.

Par son action, la FWF a réussi à améliorer nettement la santé et la sécurité au travail des personnes travaillant pour les fournisseurs des membres de la FWF. L'initiative a également permis d'augmenter leurs salaires. Les ouvriers et les ouvrières sont désormais au courant de leurs droits et savent comment les faire valoir (cf. p. 19-20). Les entreprises en ressortent tout aussi gagnantes : les conditions de travail qu'elles offrent étant meilleures, les changements au sein de leur personnel sont de moins en moins fréquents. En outre, les situations

conflituelles peuvent être résolues avec succès grâce à l'implication des syndicats et des ONG. Selon Michael Farnworth, responsable du programme de la FWF chez Mammut, la société suisse de vêtements « outdoor », « lorsque plusieurs membres organisent ensemble un seul et même audit, tout le monde y gagne du temps et de l'argent. Les entreprises accroissent aussi de manière significative leur chance de résoudre leurs problèmes dans le cadre d'un plan de mesures correctives. Les processus gagnent ainsi en efficacité ».

L'initiative collabore aujourd'hui avec 120 grandes marques (chiffre de décembre 2013) dans sept pays européens important des biens produits dans 55 pays. L'initiative n'est cependant pas présente dans tous les pays et elle intervient principalement au Bangladesh, en Chine, en Inde et en Turquie, où ses membres produisent 80% de leurs marchandises.

www.fairwear.org.

Les 8 standards de travail de la FWF



1. Pas de travail forcé ou obligatoire



2. Aucune discrimination à l'égard des employés



3. Pas de travail d'enfants



4. Liberté d'association et droit à des négociations collectives



5. Paiement d'un salaire de subsistance



6. Pas d'heures de travail excessives



7. Des conditions de travail sûres et saines



8. Une relation de travail contractuelle et légale

La recette pour de **bonnes conditions de travail**

Les marques qui adhèrent à la Fair Wear Foundation s'engagent à respecter les droits fondamentaux des travailleurs et des travailleuses et à les faire respecter par leurs fournisseurs. Reportage en Chine, ou comment des ateliers de production peuvent se familiariser avec les règles de la FWF.

Le voyage depuis Shenzhen, la ville chinoise frontalière de Hong Kong, dure deux heures. Il nous conduit à travers la zone industrielle de la province de Guangdong jusqu'à Heshan, une ville relevant administrativement de Jiangmen. En chemin, nous voyons se succéder une série sans fin de grandes villes le long de l'autoroute. Malgré la météo splendide, le soleil est voilé : telle une épaisse chape de brume, le smog industriel produit par les usines, la circulation et les activités de construction enveloppe tout.

Wincent Ou est du voyage. Il est la personne de contact de la Fair Wear Foundation en Chine. Il est chargé de coordonner des audits avec les entreprises membres de la FWF et leurs fournisseurs. Il organise aussi des séances de formation sur le droit du travail pour les travailleurs et les travailleuses des ateliers, formation dont *Pain pour le prochain* assure partiellement le financement. Par ailleurs, Wincent est ambassadeur de la Fair Wear Foundation en Chine et joue le rôle de contact pour l'industrie textile nationale, les médias et les ONG.

« Vous avez votre part de responsabilité »

Une séance de formation doit avoir lieu aujourd'hui dans les locaux de Jenfaith Corporation (JFC). JFC produit des textiles pour Jack Wolfskin et J. Lindeberg entre autres, soit des entreprises membres de la FWF. Ce matin, il est prévu que la direction de l'entreprise et le personnel de surveillance des différentes lignes de production se familiarisent avec les objectifs de l'initiative et le contenu du cours de formation pour le personnel. Peu à peu, les cadres arrivent au premier étage de l'atelier.

La séance est dirigée par Ding Fuyun, l'auditeur et le formateur le plus ancien et le plus expérimenté de la FWF. Dès le début, ce dernier est très clair : « Les marques et les entreprises de production sont responsables vis-à-vis de leur personnel ». C'est le rôle de l'initiative de vérifier au nom des entreprises membres les conditions de travail des employés. « Des mécanismes de recours qui fonctionnent, c'est essentiel. Vous devez prendre les préoccupations de votre personnel au sérieux », insiste Ding Fuyun, tout en montrant les diverses manières à disposition des employés pour faire

remonter leurs préoccupations. Les mécanismes externes sont aussi importants : en cas de litiges, les travailleurs et les travailleuses peuvent ainsi se tourner vers les offices de l'emploi locaux ou alors contacter directement la FWF. Un tel système permet de mettre le doigt sur les abus qui n'auraient pas été identifiés en cours d'audits soient mis au jour. Il est d'ailleurs souvent plus facile pour les ouvriers et les ouvrières de se tourner vers un organisme externe.

Le dialogue en vaut la peine

« Une bonne communication avec votre personnel aura des répercussions positives », insiste Ding Fuyun. « Les employés seront plus satisfaits et resteront plus longtemps dans votre atelier ». 90% des ateliers de confection de la province de Guangdong souffrent d'un manque cruel de main d'œuvre car les gens peuvent désormais choisir pour quel atelier travailler, explique Ding Fuyun. « La stabilité, c'est rentable », argumente-t-il. C'est son expérience qui le lui a démontré : 80% de toutes les doléances soumises à la FWF relèvent d'erreurs de la part de la direction et d'un manque de dialogue.

Éveiller l'intérêt des travailleurs

L'après-midi, la formation s'adresse aux employés et aux employées. Cinquante personnes, soit 10% du personnel, y participent. Des hommes et des femmes, dont l'âge moyen est d'environ 25 ans, s'installent aux tables rondes de la cantine d'entreprise ; ils bavardent et rient. Leur regard se porte régulièrement sur leur smartphone. La direction n'est pas là. Wang Zirou, une autre auditrice et conseillère de la FWF, est responsable de ce module de la formation. Elle est jeune aussi et semble être bien acceptée par les participants. Bien que la présentation

PowerPoint soit presque la même que celle du matin, elle met en exergue des aspects différents. « Les consommatrices et les consommateurs européens veulent en savoir plus sur les marques. Ils veulent savoir comment leurs vêtements sont produits. De nombreuses entreprises responsables adhèrent à l'initiative pour que leur chaîne de production devienne plus transparente », explique Mme Wang.

Une ligne téléphonique directe

Au début de la présentation, une brève vidéo intitulée « La formule Fair Wear » explique en chinois les droits fondamentaux des travailleurs et des travailleuses ainsi que les normes en vigueur au niveau international. Le personnel est au courant du revenu minimum légal et des directives relatives au droit du travail. Le mécanisme de recours indépendant mis en place par l'initiative semble les intéresser.

À la fin du programme, les participants reçoivent des cartes expliquant la formule Fair Wear sur lesquelles figure le numéro de téléphone de l'organisme de plainte externe. Mme Wang assure que « de concert avec la marque, la FWF rapportera vos plaintes et vos préoccupations à la direction ».

« Nous ne sommes pas à vendre »

À en croire les questionnaires de satisfaction distribués en fin de séance, la formation a été une réussite. Reste à voir si le vœu des dirigeants quant à l'instauration d'un dialogue et d'une transparence seront suivis d'effets. Ce qui est sûr, c'est que les ateliers de confection des marques liées à l'initiative ont remarqué que les audits de l'organisation n'étaient pas sans conséquences. « Nous notons les erreurs, après quoi les mesures correctives doivent être mises en œuvre », dit Wincent. « Nous ne sommes pas à vendre ».

« Ne lésinez pas sur les vêtements »



La Poste est la première grande entreprise suisse à avoir adhéré à la Fair Wear Foundation (FWF) en juin 2012. Un an après, les responsables tirent un premier bilan.

Combien de vêtements la Poste achète-t-elle par an ?

Marion Jülke* : Nous faisons produire 300 000 vêtements de travail pour 37 000 employés et employées au total.

Quels sont les défis majeurs que pose une telle activité ?

La Poste emploie des personnes d'origines et de cultures différentes. En outre, les tailles à confectionner varient énormément : de 16 à 60 pour les femmes ; de 32 à 70 pour les hommes. Vous ne trouvez une telle fourchette de tailles dans aucun magasin de vêtements, ce qui constitue un réel défi pour nos fabricants. Nous sommes aussi très exigeants quant aux matériaux employés. Ils doivent être à l'épreuve du temps qui passe et du temps qu'il fait, notamment, tout en restant d'aspect agréable. La complexité de nos besoins fait que nos vêtements ne peuvent être produits à grande échelle.

Où la Poste fait-elle confectionner ses uniformes ?

Secil Helg* : Nos 15 fournisseurs proviennent de onze pays différents. 84% de nos vêtements sont confectionnés en Europe : en Slovaquie, en République tchèque, en Roumanie, en Bulgarie, en Italie, au Portugal ou en Hongrie, ainsi qu'en Jordanie. Nous avons trois fournisseurs en Chine. Seules nos ceintures sont encore produites en Suisse.

Qu'est-ce qui vous a poussé à travailler avec la FWF ?

Axel Butterweck* : L'habillement est l'un des rares domaines d'activités que la Poste déploie à l'étranger. Or, dans l'industrie textile, les abus ne sont pas rares. Avant d'être employé par la Poste, je travaillais beaucoup en lien avec la Chine. J'y ai trouvé parfois des conditions très préoccupantes. Pour moi, il était clair que produire nos uniformes

dans de telles conditions poserait un problème à la Poste.

Secil Helg : En l'an 2000 déjà, alors que l'opinion publique était encore peu sensibilisée à ce problème, nous avons commencé à passer notre chaîne d'approvisionnement en revue pour y établir des normes, à l'origine environnementales, puis, dans un deuxième temps, sociales. Par la suite, en 2006, nous avons commencé à mettre en place notre propre Code social et déontologique. Le problème étant, comme d'habitude, celui de la mise en œuvre de ces principes. C'est dans ce contexte que nous sommes tombés sur la Fair Wear Foundation.

Comment s'est déroulée votre adhésion exactement ?

Marion Jülke : Au début, le processus d'adhésion a été fastidieux. Nous avons dû rédiger un rapport complet à soumettre à la FWF avec notre demande d'adhésion. Ce rapport devait expliquer ce que nous avions d'ores et déjà entrepris dans le

domaine des normes sociales. Il nous a fallu tout divulguer. Le processus n'est jamais terminé, car les instruments sont en constante évolution. Il y a donc toujours beaucoup à faire.

Secil Helg : L'une des premières mesures que nous avons prises a été de faire traduire dans les langues de nos fabricants le Code de conduite de la FWF, pour qu'ils puissent les afficher dans leurs ateliers. Ces affiches comportent également un numéro de téléphone et une adresse électronique à contacter en cas de plainte. Nous avons par ailleurs dû établir une procédure à suivre en cas de plainte. Pour l'instant, nous n'en avons fort heureusement jamais reçu. En 2012-2013, nous avons inspecté nos 15 fournisseurs.

Quels problèmes avez-vous repérés ?

Marion Jülke : Dans l'industrie du textile, les heures supplémentaires constituent le problème majeur. Étant donné que la Poste prévoit ses commandes très en avance, ce problème ne nous concerne pas direc-



Axel Butterweck (directeur des achats du groupe La Poste) et Erica van Doom (directrice de la FWF) scellent la collaboration d'une poignée de main.

tement. Ceci dit, nos fournisseurs travaillent pour d'autres clients. La FWF nous demande donc de nous rapprocher des autres grands clients de nos fournisseurs. C'est difficile pour nous, car nous sommes du « menu fretin » comparés à eux.

Secil Helg : L'autre problème est celui des « living wages », c'est-à-dire le salaire minimum vital. En Bulgarie, nous travaillons en partenariat avec un fournisseur qui proposait des rémunérations trop basses, non pas parce que nous ne le payions pas suffisamment, mais parce que l'entreprise ne tournait pas toute l'année, ce qui entraînait des variations de salaires. Or, ce fournisseur étant établi dans une région très pauvre du sud de la Bulgarie, il était pour nous hors de question de nous désengager. Nous avons donc fait le choix de délocaliser certaines de nos commandes de la Chine vers la Bulgarie, ce qui a permis de relever les salaires de 5,7%.

Quel bilan tirez-vous de cette première année d'adhésion ?

Secil Helg : Nous sommes mieux structurés. Dans ce laps de temps, nous avons mis un terme à notre collaboration avec certains fournisseurs pour réduire encore davantage les risques auxquels nous sommes exposés. Quiconque souhaite devenir membre de la FWF doit établir des liens durables avec ses fournisseurs.

Axel Butterweck : Les efforts que nous avons consentis en ce qui concerne les uniformes ont donné naissance à un mouvement pour un approvisionnement durable à la Poste. Nous passons maintenant en revue les catégories de produits les unes après les autres : l'électronique, l'aménagement, les bâtiments ou les véhicules. Nous avons aussi beaucoup travaillé sur notre approvisionnement en énergie, car dans l'intervalle, nous avons



Ce fournisseur chinois produit également pour la Poste.

bâti la plus grande unité de production d'énergie photovoltaïque en Suisse.

De quel ordre est l'investissement supplémentaire en personnel et en argent ?

Axel Butterweck : Il est clair que tout ceci a un coût. Nous achetons nos pantalons au prix auquel H&M vend les siens. Pour nous, cela en vaut pourtant la peine. Nous avons la chance de bénéficier du soutien de notre hiérarchie. Lorsque je suis entré en fonction, Ulrich Gygi, le directeur général de l'époque, m'a dit : « Ne lésinez pas sur les vêtements. Le personnel vous en remerciera. Et puis, on peut se le permettre ». Fort heureusement, cette philosophie a encore cours à La Poste.

Personnes interviewées :

***Axel Butterweck** est responsable des achats du groupe La Poste depuis 2004

***Marion Jülke** est ingénieure textile et acheteuse de vêtements dans le cadre du projet de La Poste

***Secil Helg** est acheteuse de vêtements dans le cadre du projet de La Poste.

Nos responsabilités en tant que

consommateurs et consommatrices

Pour que les choses bougent dans l'industrie du textile, nous devons changer nos habitudes de consommation et nos priorités. Au lieu de ne considérer que le prix, il vaudrait la peine de nous poser la question des conditions dans lesquelles nos vêtements sont confectionnés.

Quand nous achetons des vêtements, nos décisions sont influencées par plusieurs facteurs. Souvent, les critères décisifs sont le prix et la coupe : si un pull coûte 200 francs, nous y réfléchissons à deux fois ; si le même pull coûte 40 francs, nous l'achetons sans réfléchir à deux fois à sa réelle utilité. Les considérations éthiques entrent rarement en ligne de compte dans ce type de choix.

Une offre toujours plus grande de vêtements bon marché, des affiches publicitaires en nombre et des modes qui changent toujours plus vite favorisent encore plus cette tendance. Dans les pays industrialisés, l'augmentation du pouvoir d'achat a eu pour conséquence de pouvoir, en tant que consommateur, acheter de plus en plus de vêtements. Ce cercle

vicieux de vêtements toujours meilleur marché et d'une consommation toujours plus effrénée a des effets pervers : c'est ailleurs que l'on paie le prix réel (cf. p. 4-16).

Quelles initiatives peuvent nous guider ?

Des vêtements 100% équitables et écologiques, cela n'existe (pour l'instant) pas. Il existe pourtant une multitude d'initiatives et de labels qui s'efforcent de garantir des normes environnementales et sociales minimales. Certaines d'entre elles ont déjà été présentées dans ce Repères.

Fair Wear Foundation

La Fair Wear Foundation (FWF, cf. p. 17-23) est une initiative regroupant des entreprises, des ONG et des syndicats. En y ad-

hérant, les entreprises s'engagent à analyser leur chaîne d'approvisionnement et à constamment améliorer les conditions de travail chez leurs fournisseurs pour qu'elles soient conformes au Code de la FWF. Des contrôles externes ainsi que la mise sur pied d'un mécanisme spécial de recours pour les employés garantissent que les normes soient effectivement respectées. Avant tout achat, on peut donc vérifier si la marque en question est membre de la FWF : www.fairwear.org

Campagne Clean Clothes

Le réseau qui porte la campagne internationale Clean Clothes (CCC) est, entre autres, constitué d'œuvres d'entraide, d'organisations de défense des droits humains et de syndicats. Son but est d'informer les consommateurs et les consommatrices des problèmes qui ont cours dans l'industrie du textile et, par une pression de l'opinion publique, d'aboutir à des changements. En Suisse, la CCC a été lancée en 1999 par *Action de Carême, Pain pour le prochain* ainsi que la Déclaration de Berne (DB). Aujourd'hui, c'est la DB qui coordonne les activités de la CCC. Les notes régulièrement attribuées aux entreprises, les guides des labels existants ainsi que l'application « Fair Fashion » développée par la campagne donnent la possibilité d'acheter de manière plus responsable : www.cleanclothes.ch

S'y retrouver dans la jungle des labels

Vérifiez ce qui se dissimule derrière les produits, les slogans publicitaires et les labels ! Un label qui garantirait que vos vêtements sont fabriqués selon des normes sociales et environnementales strictes n'existe pour l'instant pas. Mais on trouve aujourd'hui dans les étalages des magasins :

- des vêtements fabriqués à partir de coton issu du commerce équitable (par ex. Max Havelaar) ;
- des vêtements fabriqués à partir de coton issu de l'agriculture biologique (par ex. Helvetas Fairshop, Coop Naturaline – repérez le label GOTS) ;
- des vêtements fabriqués à partir de fibres synthétiques recyclées (par ex. Mammüt, Haglöfs, Jack Wolfskin, Odlo, Patagonia) ;
- des vêtements garantissant que le produit fini est exempt de tout produit toxique (par ex. Öko-tex 100). Cette certification ne s'applique toutefois pas obligatoirement aux procédés de fabrication ;
- des vêtements et des textiles fabriqués dans des conditions préservant l'environnement (par ex. bluesign) ;
- des vêtements et des textiles produits par des entreprises s'engageant à mettre en place de meilleures conditions de travail dans les usines de production (par ex. membres de la Fair Wear Foundation).



« Depuis longtemps, nous exigeons de savoir l'origine et les conditions de production des produits alimentaires. Nous devons exiger la même transparence pour chacun des 1500 francs que nous dépensons par année pour les habits. »

Charlotte Jacquemart,
journaliste à la NZZ

Aperçu des labels écologiques et sociaux*

	Ecologie	Responsabilité sociale	Fournisseurs en Suisse**
Matières premières	 <p>Utilisation de coton bio exclusivement, selon les prescriptions de l'UE en matière d'agriculture biologique.</p>		Migros
	 <p>Encouragement de l'agriculture biologique, interdiction des pesticides les plus nuisibles et des plantes génétiquement modifiées.</p>	Respect des standards internationaux du commerce équitable (relations commerciales stables, prix équitables, primes pour un développement social, économique et écologique, renforcement des organisations de producteurs, etc.).	Blackout, Blessed, Isa, Manroof, Migros, Schild, Switcher, Paul Kehl, PKZ
Transformation / Matière premières	 <p>Utilisation de fibres bio selon les prescriptions de l'UE en matière d'agriculture biologique, absence de processus de production et produits chimiques critiques lors de la transformation.</p>	Rémunérations socialement acceptables et soutien des producteurs (collaboration avec BioRe), respect des normes fondamentales de l'OIT pour la transformation, certification par l'initiative d'entreprises BSCI (voir p. 15).	Coop
	 <p>Certification bio des fibres, critères exhaustifs concernant l'écologie et l'impact environnemental lors de la transformation.</p>	Les producteurs et productrices de coton ainsi que les personnes le transformant doivent atteindre des critères minimaux basés sur les normes fondamentales de l'OIT.	Manroof AG, Mammut, Sawaco, Switcher, Remei
Transformation	 <p>Combinaison possible avec tous les standards écologiques.</p>	Système de contrôle exhaustif et indépendant pour des conditions de travail équitables, basées sur huit principes de base des normes centrales de l'OIT et des droits humains (voir pp. 17-18)	Albiri, Blackout, Switcher, Mammut, Mountain Force, Mountain Equipment, Odlo, La Poste, Transa
	 <p>Système de contrôle exhaustif pour éviter les procédés et substances nuisibles avant, durant et après la production.</p>	Protection des employés et des employées face aux substances nuisibles.	La Poste, Mammut, Schoeller

* Le tableau permet une vue d'ensemble des labels les plus importants, sans pour autant être exhaustif.

** Les fournisseurs cités sont un choix parmi d'autres. Chez plusieurs fournisseurs, seuls certains produits ou lignes de vêtements répondent aux critères du label cité.



Mettre de l'ordre dans nos placards

Faire attention à la qualité et à la durée de vie de ses achats, apporter ses chaussures chez le cordonnier, poser des questions quant aux conditions de production au moment de l'achat en magasin : des conseils et des astuces qui peuvent aider à mettre de l'ordre dans ses placards pour tenir compte des conditions sociales et environnementales de la fabrication de nos habits.

En éditant cette brochure consacrée aux problèmes de l'industrie du textile, *Pain pour le prochain* et *Action de Carême* n'ont pas comme objectif d'empêcher toute consommation. Arrêter de consommer serait en effet contre-productif : des millions de personnes dans les pays du Sud perdraient leur emploi. Au contraire : par nos choix de consommation, il s'agit de pousser les entreprises à opter pour des modes de production sociaux et éco-

logiques. Dans l'idéal, l'étiquette du futur nous informerait non seulement du prix, mais aussi des conditions sociales et environnementales dans lesquelles le produit en question a été fabriqué.

Nos décisions d'achat donnent un signe aux entreprises. Dès que les magasins de vêtements et les marques du monde de la mode se rendront compte qu'un nombre croissant de personnes exigent le respect de normes minimales, ils développeront

leur offre en conséquence. Tout le monde a à y gagner : les exploitations agricoles, les ateliers de confection, et même l'environnement.

Quelques conseils pour consommer avec discernement :

Pour les nouveaux achats :

- Avant d'aller dans les magasins, réfléchissez à ce dont vous avez réellement besoin et laissez-vous tenter le moins possible par les bonnes affaires.
- Moins, c'est plus : achetez moins d'articles mais concentrez-vous sur des basiques de bonne qualité qui auront une plus longue durée de vie. Vous pourrez les rehausser d'un bijou, d'un foulard, ou de tout autre accessoire, selon la mode et la saison.
- Assurez-vous que les matières premières de vos vêtements sont issues de cultures ou de modes de fabrication écologiques (coton bio ou recyclage de fibres synthétiques).
- Privilégiez les entreprises équitables, les marques qui garantissent les normes de la Fair Wear Foundation (www.fairwear.org) ou qui entrent dans la catégorie des entreprises « pionnières » de la CCC (www.cleanclothes.ch/fr/f25002032.html).
- Éthique et mode ne sont pas des notions antinomiques : de plus en plus de nouvelles marques misent sur des modes de production équitables et écologiques. Passez un moment sur Internet pour chercher une offre adéquate : le choix est énorme et cela en vaut la peine.

Réparations / utilisation prolongée :

- En cas de détérioration mineure, faites réparer vos vêtements et vos chaus-

sures au lieu de les remplacer tout de suite, ou prenez vous-même le fil et l'aiguille.

- Faites du neuf avec du vieux : prenez les vêtements que vous n'avez pas portés une seule fois l'année passée et essayez d'autres combinaisons pour leur insuffler une nouvelle vie.
- Achetez parfois des vêtements dans des magasins de seconde main.
- Organisez une bourse aux vêtements avec vos amis, vos amies ou vos connaissances. Pour les vêtements pour enfants, cela a toujours bien fonctionné ; et c'est aussi le cas à certains endroits pour les vêtements pour adultes.

Effet multiplicateur :

- Lorsque vous achetez de nouveaux vêtements, posez des questions sur les conditions sociales et environnementales de leur confection. De cette manière, vous contribuez à ce que ces préoccupations remontent vers les échelons supérieurs de l'entreprise.
- Proposez à votre employeur de tenir compte des normes sociales et environnementales lors de l'achat de textiles pour l'entreprise (vêtements de travail, linges, etc.)

Pain pour le prochain et Action de Carême vous proposent de faire le choix parmi les suggestions ci-dessus. Moins c'est plus, surtout lorsque l'on observe certains principes fondamentaux sur le long terme. Il est quasiment impossible de détenir des placards scrupuleusement éthiques. Il est néanmoins important de consommer en toute connaissance de cause et d'émettre un signal fort : deux précautions valent mieux qu'une !

La mode équitable, ça peut ressembler à ça !

Maillot de corps :

coton issu du commerce équitable (Max Havelaar), produit conformément aux normes de la FWF, acheté chez Switcher, Fr. 24.90.

Pull :

de « erfolg », coton bio transformé en Suisse, Fr. 229.–

Ceinture :

cuir, Levi's, achetée dans une boutique de seconde main Fr. 59.–

Chaussettes :

coton bio de Naturaline, Coop

Chemise :

coton bio acheté dans un magasin Helvetas

Veste :

Hugo Boss, achetée dans une boutique de seconde main Fr. 150.–

Pantalon :

récupération d'un pantalon utilisé en tant que serveur au cours des études. Mieux vaut continuer de porter un pantalon non-durable que d'en acheter un neuf

Chaussures :

paire de seconde main ayant appartenu à son père. Réparation et rénovation : Fr. 80.–





Pain pour le prochain et Action de Carême s'engagent

Pain pour le prochain et *Action de Carême* militent en faveur d'un système économique au service de l'humain et non le contraire. Les deux organisations de développement exigent des lois contraignantes qui obligent les entreprises à respecter les normes sociales et écologiques fondamentales. Elles appellent les consommateurs et les consommatrices à agir de manière responsable et à tenir compte de ces aspects dans leurs décisions d'achat.

Pain pour le prochain et *Action de Carême* s'engagent dans les domaines suivants :

Pour des matières premières cultivées dans le respect de l'environnement

La proportion de coton issu de l'agriculture biologique dans la confection de textiles est encore très limitée. Sa simple existence montre toutefois qu'il est possible de cultiver du coton sans avoir recours à des pesticides. À la place de monocultures plantées dans le but unique d'une productivité accrue, *Pain pour le prochain* et *Action de Carême* souhaitent un changement de cap agricole. Dans leurs projets, ces deux organisations soutiennent une agriculture écologique et durable qui promeut le développement rural, respecte

l'environnement et contribue à la garantie du droit à l'alimentation des populations locales.

Pour de meilleures conditions de travail dans les ateliers

Depuis des années, *Action de Carême* et *Pain pour le prochain* militent pour l'amélioration des conditions de travail dans le secteur du textile. Les deux organisations ont participé à la création de la Fair Wear Foundation en Suisse (cf. p. 17-23). *Pain pour le prochain* siège d'ailleurs au Conseil d'administration de la FWF sur le plan international. Dans leurs projets, les deux organisations soutiennent particulièrement les actions renforçant les syndicats, tout comme les formations desti-

nées aux employés et aux employées. Le fait que ces derniers soient au courant de leurs droits et sachent les faire valoir leur permet de se prémunir contre tout abus et tentative d'exploitation.

En Suisse, les deux organisations effectuent essentiellement un travail de sensibilisation, en mettant en exergue le lien entre habitudes de consommation et conditions de production. Elles encouragent à adopter un comportement responsable et ont d'ailleurs participé au lancement de la Campagne Clean Clothes en Suisse, dont elles soutiennent les thématiques de campagne.

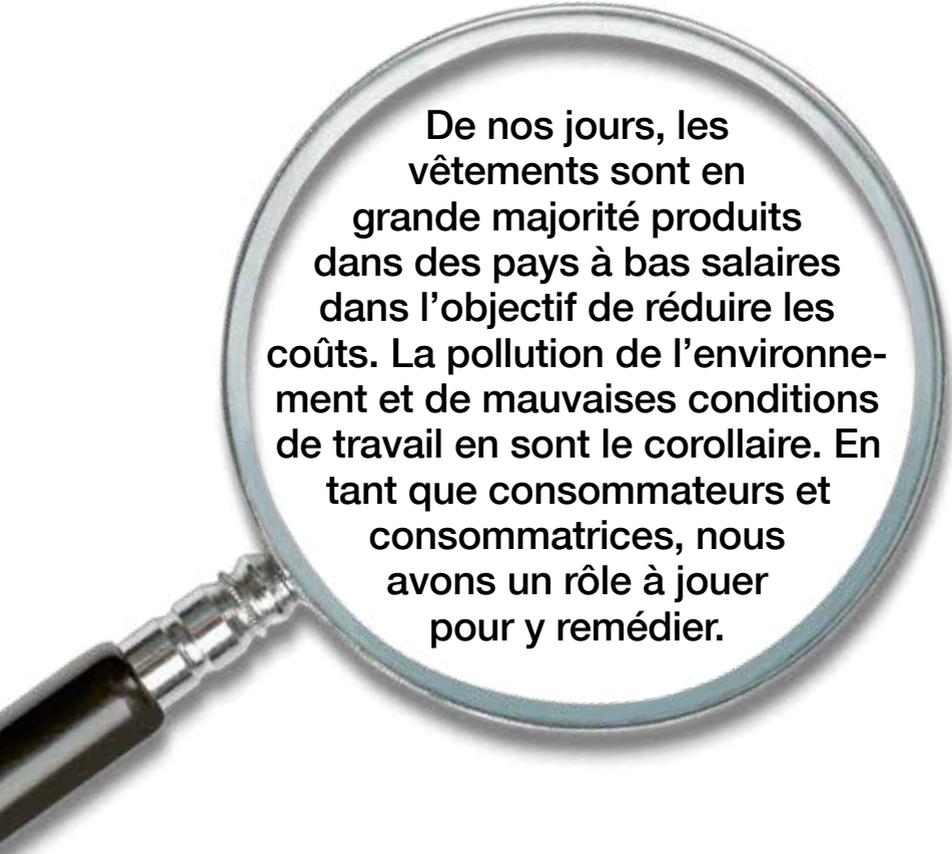
Pour une régulation des entreprises inscrite dans la loi

L'industrie du textile se caractérise par le fait que la confection s'effectue dans le monde entier. Souvent, les entreprises du secteur déploient des activités dans des pays dont les dispositions juridiques, relatives notamment au droit du travail et à la protection environnementale, sont minimales et faciles à contourner. C'est pourquoi, afin d'empêcher les violations des droits humains et les nuisances environnementales, *Pain pour le prochain* et *Action de Carême* exigent que les entreprises aient un devoir légal de diligence. L'obligation devrait leur être faite de prendre les mesures préventives nécessaires dans le cadre de leurs opérations, de celles de leurs filiales et de leurs fournisseurs afin de prévenir toute violation des droits humains et tout dommage à l'environnement, où que ce soit. En outre, les personnes lésées devraient avoir la possibilité de demander un dédommagement dans le pays d'origine de l'entreprise. Pour faire en sorte que cette exigence devienne réalité pour les entreprises suisses, *Pain pour le prochain* et *Action de Carême* sont devenues membres de la coalition « Droit sans fron-

tières » (www.droitsansfrontieres.ch). Au plan européen, les deux organisations travaillent en partenariat avec la « Coalition européenne pour la responsabilité sociale et environnementale des entreprises » (www.corporatejustice.org).

Garder un œil sur les marchés publics

Pain pour le prochain et *Action de Carême* travaillent depuis quelques années avec certains services responsables des marchés publics, afin que les achats de la Confédération, des cantons et des communes deviennent plus durables. Étant donné les volumes financiers considérables qui sont en jeu, les autorités publiques ont un pouvoir d'achat élevé. Les vêtements et les uniformes achetés pour la police, l'armée et les fonctionnaires, notamment, devraient satisfaire à des exigences écologiques, sociales et économiques strictes. Dans le cadre d'une coalition, les deux organisations œuvrent à l'élaboration d'un projet de loi relatif aux marchés publics. Ce projet de loi doit veiller à ce que l'État tienne compte des aspects sociaux et environnementaux tout autant que du prix au moment de décider de ses achats. Beaucoup de Suisses et de Suissesses font déjà attention à ces éléments dans leur vie privée. En tant que contribuables, nous sommes en droit d'attendre qu'il en soit de même avec nos impôts.



De nos jours, les vêtements sont en grande majorité produits dans des pays à bas salaires dans l'objectif de réduire les coûts. La pollution de l'environnement et de mauvaises conditions de travail en sont le corollaire. En tant que consommateurs et consommatrices, nous avons un rôle à jouer pour y remédier.

 **PAIN POUR LE PROCHAIN**

Secrétariat romand
9, av. du Grammont
1007 Lausanne
CCP : 10-26487-1
Tél : 021 614 77 17
Fax : 021 6 175 175
ppp@bfa-ppp.ch
www.ppp.ch

Pain pour le prochain est l'organisation de développement protestante de Suisse. Nous accompagnons les êtres humains dans leur lutte pour un mode de vie sans exploitation ni injustice. Dans les pays du Sud (Amérique latine, Afrique, Asie), nous soutenons avec nos partenaires environ 350 projets qui apportent une aide durable à l'autonomie. En Suisse, nous sommes la voix de la politique de développement pour une économie éthique et le droit à l'alimentation.

 **ACTION DE CARÊME**

7, av. du Grammont
1007 Lausanne
Tél. : 021 617 88 81
Fax : 021 617 88 79
www.actiondecareme.ch
actiondecareme@fastenopfer.ch

Action de Carême est l'oeuvre d'entraide des catholiques en Suisse. Nous nous engageons au Nord comme au Sud pour un monde juste. Nous appelons au partage pour que chacun puisse accéder à une vie dans la dignité. Par le biais de 400 projets en Afrique, en Amérique latine et en Asie, nous nous engageons en commun avec nos partenaires contre la pauvreté et pour les droits humains – sans distinction d'origine, de religion ou d'affinité politique.