

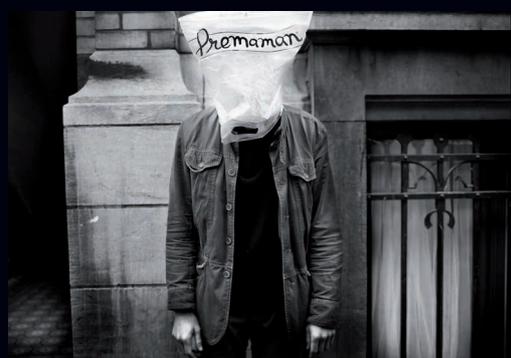


DEVENEZ achACTEURS

Que font marques et distributeurs pour garantir un salaire vital à ceux et celles qui fabriquent leurs vêtements ?

ENQUÊTE SUR 55 ENTREPRISES D'HABILLEMENT PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ BELGE

POUR UN **salaire vital**



Rédaction : Carole Crabbé et Sara Ceustermans

Recherche documentaire : Noémie Picavet

Traduction : Tom Viart, Léo Doise, Sophie Frère et UvA Talencentrum

Comité de lecture : Catherine Parmentier, Jean-Marc Caudron

Lay-out : Véronique Geubelle

Impression : Imprimerie Parmentier, Mouscron

Photos :

Photos panoramique : p2 © achACT - p15 © Gordon Welters - p22 © Heather Stilwell

Photos profils : © Esther Eggermont et Serena Emiliani

Une publication d'achACT et de la Schone Kleren Campagne dans le cadre de la troisième collecte de données de la Clean Clothes Campaign, 2013.



achACT- Actions Consommateurs Travailleurs

Place de l'Université, 16

1348 Louvain-la-Neuve

Belgique

Tél +32 (0)10 45 75 27

achacteurs@achact.be

www.achact.be



Schone Kleren Campagne

PB20, 1030 Bruxelles

Belgique

Tél +32 (0)2 246 36 81

campagne@schonekleren.be

www.schonekleren.be

Juin 2014

Consultez www.achact.be pour toute actualisation et information complémentaire.

Disclaimer : si une partie concernée constate une erreur dans les données publiées, elle peut envoyer une demande de rectification à achACT ou à la Schone Kleren Campagne. Cette demande sera examinée ensemble avec cette partie prenante et une décision pour corriger, compléter, éliminer ou protéger sera publiée par la suite sur les sites www.schonekleren.be et www.achact.be.



La présente publication a bénéficié du soutien financier de l'Union européenne. Le contenu de ce document est de la responsabilité d'achACT et de la Schone Kleren Campagne et ne reflète en aucun cas la position de l'Union européenne.

SOMMAIRE

DEVENEZ ACHACHEURS 02

PANORAMIQUE 05

Résumé	06
1. Le salaire vital : une nécessité	10
1.1 Pourquoi se focaliser sur le salaire vital ?	10
1.2 Qu'est-ce qu'un salaire vital ?	11
2. Qui doit garantir le paiement d'un salaire vital ?	14
3. Débat sur le salaire vital: contexte actuel	14
3.1 Des procédures d'audit inefficaces	15
3.2 Décoder le jargon des entreprises	16
4. Comment garantir un salaire vital ?	20
4.1 Un référentiel comme clé de voûte	20
4.2 Demandes adressées aux entreprises	20
5. Qu'entreprennent marques et enseignes pour un salaire vital ?	23
5.1 Calcul des coûts du travail et innovations dans le domaine de la fixation des prix	23
5.2 Initiatives pour la liberté d'association	24
6. Comment l'enquête a été menée	25
6.1 Méthodologie	25
6.2 Objet de l'enquête	25
6.3 Présentation des résultats	25

55 PROFILS DE MARQUES ET ENSEIGNES DE MODE 29

Adidas Group	33
Aldi Nord & Aldi Sud	35
Armani	37
A.S. Adventure	38
Asics	40
Bel&Bo	42
Benetton Group	44
Bestseller	45
C&A	47
Caroline Biss	49
Carrefour	50
CASSIS – PAPRIKA	52
Celio	54
Charles Vögele Trading AG	55
Decathlon	57
Desigual	59

Diesel	60
E5 Mode	61
Esprit	63
Essentiel-Antwerp	65
FNG Group	66
G-Star	67
GAP-Inc	69
Gucci	72
H&M	74
Hugo Boss	77
Inditex	78
J&Joy	81
JBC	82
Levi Strauss & Co	84
Lidl	87
Lola & Liza	89
Mango	90
Marks & Spencer	92
Mayerline	95
Mer du Nord	97
Mexx	99
New Look	100
Nike	103
Orchestra – Prémaman	105
Pimkie	106
Primark	108
Promod	111
Puma	113
River Woods	116
S.Oliver	117
Scapa Sports	118
Switcher	119
Talking French	122
Trafic	123
Tricobel – Signe Nature	124
Versace	125
VF Corporation	127
Vuitton	129
WE Fashion	130



DEVENEZ achACTEURS POUR UN SALAIRE VITAL

Comment s'assurer que les vêtements que nous achetons sont fabriqués par des travailleuses et des travailleurs qui peuvent vivre décemment de leur travail, qui gagnent un salaire leur permettant de subvenir à leurs besoins fondamentaux et à ceux de leur famille ?

La première réponse est sans appel : aucune marque et enseigne d'habillement ne garantit aujourd'hui un salaire vital aux travailleurs de ses filières d'approvisionnement. On ne dénoncera jamais assez cet état de fait. Mais si l'objectif est que cela change, il faut ajouter à cette indignation une démarche constructive poussant au progrès. C'est le choix d'achACT.

Montrer que des entreprises s'engagent dans la voie d'un salaire vital, procurer des clés d'analyse pour évaluer ces engagements, discerner la poudre aux yeux de l'investissement réel, ce sont ces outils qu'achACT et son réseau international, la Clean Clothes Campaign, développent dans cette publication à l'intention des consommateurs et consommatrices mais aussi des travailleurs du secteur dans les pays de production et au sein des entreprises de distribution. Les entreprises elles-mêmes pourront y trouver des informations et analyses sur des initiatives intéressantes de leurs concurrentes et, se faisant, évaluer des forces et faiblesses de leur propre démarche.

55 ENTREPRISES PASSÉES AU CRIBLE

L'exercice que vous propose achACT est issu d'une collecte d'information réalisée fin 2013 auprès de 50 marques et enseignes internationales (dont 37 reprises ici) et 18 entreprises belges. Dans une première section Panoramique, achACT vous propose une vue transversale des engagements et pratiques des entreprises sélectionnées, une analyse du contexte de production et une mise à plat des questions et des concepts clés. Une deuxième partie est consacrée aux profils individuels des 55 entreprises sélectionnées pour leur présence sur le marché belge.

Ces profils ont été réalisés sur base des informations données par chaque entreprise en réponse à notre questionnaire, complétées le cas échéant par des informations publiques.

OÙ EN SONT LES ENTREPRISES BELGES ?

Longtemps, la plupart des enseignes belges avec lesquelles achACT et la Schone Kleren Campagne ont développé des contacts ont justifié leur position attentiste par leur petite taille et le peu d'influence qu'elles exercent sur leurs fournisseurs. Cette attitude est-elle en train de changer ? **Mayerline**, PME bruxelloise, fait sans nul doute office de pionnière au sein de son secteur. Membre de la Fair Wear Foundation, elle est engagée de manière crédible pour l'amélioration progressive des salaires dans ses



© achACT

filières d'approvisionnement. **JBC** est la première entreprise belge à avoir adhéré à l'Accord pour la sécurité des bâtiments d'usine au Bangladesh. Elle a ainsi montré que chaque entreprise, aussi « petite » soit-elle peut et doit s'engager pour garantir des conditions de travail qui respectent l'intégrité physique des travailleurs. **Bel&Bo** a entamé un tournant important qui devrait le conduire à se passer progressivement d'intermédiaires pour développer des contacts directs avec ses fournisseurs, gage de transparence et d'influence.

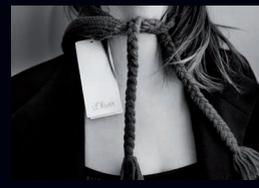
Nous espérons que ces entreprises, tout comme d'autres plus hésitantes (**E5Mode**, **Mer du Nord**, **Cassis-Paprika**) trouveront dans cette publication des éléments qui les inciteront à aller de l'avant, comme par exemple les démarches développées au Bangladesh en matière de salaires par la PME suisse, **Switcher**, en collaboration avec la Fair Wear Foundation.

Les autres entreprises belges contactées n'ont pas donné suite à notre enquête ; parmi elles, des marques qui se positionnent sur un créneau chic voire de luxe telles que **Caroline Biss**, **Essentiel-Antwerp**, **FNG Group**, **River Woods**, **Scapa Sports**, **Talking French** ou **Signe Nature**, mais aussi **Orchestra-Prémaman**, **Lola & Liza** ou encore le discounter **Trafic**. Ce dernier pourrait utilement s'inspirer de la démarche d'autres discounters tels que **Primark**.

IL Y A URGENGE !

Les entreprises doivent s'engager au sein de leurs filières d'approvisionnement pour le respect des droits de l'Homme et des travailleurs. Ce cadre adopté par les Nations Unies est destiné à devenir de plus en plus pressant et contraignant. Mais l'urgence devient surtout criante au sein des usines, dans les rues des pays de production où les travailleurs et les travailleuses se mobilisent pour des augmentations significatives de salaire. Notre monde ne peut plus se satisfaire d'une globalisation sangsue. Gouvernements et entreprises doivent assumer leurs responsabilités et créer avec les organisations de travailleurs, les espaces de négociation et de progrès nécessaires pour faire face à un des plus grands défis de l'industrie de l'habillement : sortir d'un système d'exploitation des travailleurs les plus faibles pour développer un réel socle de développement.

PANORAMIQUE



RÉSUMÉ

Toucher un salaire vital en contrepartie de son travail est un droit humain fondamental. Pourtant, ce droit est constamment bafoué dans le monde. Les millions de travailleuses et de travailleurs de l'industrie de l'habillement gagnent parfois à peine plus d'un euro et demi par jour et restent prisonniers du cercle vicieux de la pauvreté, alors que les vêtements qu'ils produisent permettent à l'industrie de l'habillement et au secteur de la distribution de réaliser des chiffres d'affaires et des bénéfices qui se comptent en milliards¹.

Dans le monde entier, quelque 60 millions de personnes fabriquent les vêtements des grandes marques d'habillement, telles que H&M ou Zara. Ces travailleuses et ces travailleurs produisent aussi pour des entreprises belges, comme JBC, Cassis-Paprika, E5 Mode ou encore Bel & Bo.

Que ce soit en Asie, en Europe Orientale, en Turquie ou en Afrique du Nord, le secteur de l'habillement se caractérise, de manière systémique, par le paiement de rémunérations bien inférieures à un salaire vital. Partout, les travailleuses et les travailleurs de l'habillement luttent contre la dangereuse course vers le bas favorisée par les politiques d'approvisionnement des distributeurs. Au cours des premiers mois de 2014, des manifestations ont eu lieu au Cambodge, où des centaines de milliers de travailleuses et de travailleurs sont descendus dans la rue pour défendre leurs droits et exiger que le salaire minimum légal, alors de 80 dollars, soit élevé à 160 dollars par mois. Au Bangladesh, depuis l'effondrement du Rana Plaza, en avril 2013, des milliers de personnes ont manifesté pour l'amélioration de la sécurité dans les usines mais aussi pour une augmentation des salaires, exigeant qu'ils passent de 30 à 80 euros par mois.

Pour achACT, aucune entreprise ne peut prétendre travailler de manière « équitable » ou « éthique » tant qu'elle ne garantit pas le versement d'un salaire vital aux personnes qui fabriquent ses articles.

Dans une volonté constructive d'initier des changements concrets visant le paiement d'un salaire vital, la Clean Clothes Campaign, achACT et la Schone Kleren Campagne ont analysé les pratiques de 50 entreprises internationales² et 18 entreprises belges, toutes marques et enseignes de mode ou de sport. Nous avons compilé et évalué les initiatives qu'elles mettent en oeuvre pour garantir le paiement de salaires vitaux aux travailleuses et travailleurs qui produisent leurs vêtements. Cette enquête poursuit également le but d'informer les consommateurs et consommatrices.

Les résultats de cette enquête montrent que très peu d'entreprises prennent des mesures concrètes pour s'assurer

qu'un salaire vital soit effectivement payé aux travailleurs et travailleuses de leurs filières d'approvisionnement.

Bon nombre des entreprises interrogées ont par ailleurs fait preuve d'un manque flagrant de transparence. Certaines d'entre elles considèrent que les données relatives aux pays de production de leurs marchandises ou aux salaires payés par leurs fournisseurs sont de nature confidentielle.

Parmi les 18 entreprises belges contactées, seules 7, soit moins de la moitié, ont répondu à l'enquête (AS Adventure, Bel & Bo, Cassis-Paprika, E5 Mode, JBC, Mayerline et Mer du Nord). Aucune d'entre elles ne publie la liste de ses fournisseurs. Cependant, Mayerline, en tant que membre de la Fair Wear Foundation décrit sa filière d'approvisionnement dans son rapport social 2012³ sans toutefois nommer ses fournisseurs ni les localiser précisément. Pour sa part, Bel & Bo a annoncé son intention de publier la liste de ses fournisseurs.

Une proportion largement inférieure au taux de réponse des entreprises internationales reprises dans ce rapport et qui atteint 27 réponses sur 37 entreprises. Parmi elles 6 entreprises publient la liste de leurs fournisseurs (Adidas, H&M, Levi Strauss & Co., Nike, Puma et la PME suisse Switcher).

A l'heure actuelle, aucune entreprise contactée pour l'enquête ne peut prétendre garantir le paiement d'un salaire vital aux travailleuses et travailleurs de ses fournisseurs.

Parmi les 37 entreprises internationales concernées par ce rapport, seules 3 ont pu démontrer qu'elles prennent des mesures dont nous pensons qu'elles pourraient permettre d'augmenter les salaires de manière significative sur le long terme; il s'agit d'Inditex (Zara), Marks & Spencer et Switcher⁴.

Parmi les 18 entreprises belges, aucune n'a pu faire valoir d'initiatives nous permettant de déceler une démarche suffisamment construite et suivie pour atteindre ce but.

Des progrès peuvent cependant être mis en avant. Certaines entreprises se basent sur un objectif chiffré clairement défini et crédible en ce qui concerne le salaire

ONT-ELLES RÉPONDU À NOTRE ENQUÊTE ?

vital dans les pays où elles s'approvisionnent. Elles le communiquent de manière transparente. De tels systèmes de référence sont fondamentaux pour quantifier et communiquer les objectifs vers lesquels les entreprises tendent. Il s'agit aussi d'une condition essentielle qui leur permet, en collaboration avec les syndicats, d'évaluer si elles sont en voie de garantir un salaire vital aux travailleurs et travailleuses de leurs filières d'approvisionnement.

*Cinq entreprises internationales reprises dans ce rapport⁵ (**Bestseller**, **G-star**, **New Look**, **Puma** et **Switcher**) ont identifié et publié un référentiel en matière de salaire vital qui tient notamment compte de l'Asia Floor Wage. Elles ont aussi mis en place des échelles de salaire qui guident leur stratégie dans une augmentation progressive des salaires appliqués.*

*Parmi les entreprises belges, seule **Mayerline**, membre de la Fair Wear Foundation, utilise un tel référentiel intégré dans une échelle des salaires.*

Certains progrès ont aussi été réalisés dans le domaine de la fixation des prix. Des entreprises ont ainsi revu à la hausse les coûts de main-d'œuvre et les ont intégrés dans la ventilation des prix de chaque produit. Certaines font un pas supplémentaire en excluant la valeur du travail des négociations sur les prix avec leurs fournisseurs.

*Deux entreprises internationales reprises dans ce rapport⁶ (**Marks & Spencer** et **Primark**) ont fait état du travail qu'elles effectuent pour pouvoir identifier les coûts du travail dans le prix de revient de chacun de leurs produits et par conséquent pour pouvoir prendre en compte des coûts de salaire plus élevés dans leurs processus de fixation des prix avec leurs fournisseurs.*

*Une troisième entreprise internationale (**Switcher**) a mis en place un projet pilote visant à augmenter les salaires en versant dans un fonds un « bonus » équivalent à 1% du prix d'usine des produits qu'elle achète. Les montants déposés dans ce fonds sont ensuite distribués une fois par année directement aux travailleuses et travailleurs.*

BELGES		
AS Adventure	Oui	
Bel & Bo	Oui	
Caroline Biss		Non
Cassis-Paprika	Oui	
E5 Mode	Oui	
Essentiel-Antwerp		Non
FNG Group		Non
J & Joy		Non
JBC	Oui	
Lola & Liza		Non
Mayerline	Oui	
Mer du Nord	Oui	
Orchestra-Prémaman		Non
River Woods		Non
Scapa Sports		Non
Talking French		Non
Trafic		Non
Tricobel - Signe nature		Non
INTERNATIONALES		
Adidas Group	Oui	
Aldi Nord & Aldi Sud	Oui	
Armani		Non
ASICS	Oui	
Benetton Group		Non
Bestseller	Oui	
C&A	Oui	
Carrefour	Oui	
Celio		Non
Charles Vögele	Oui	
Déathlon	Oui	
Desigual		Non
Diesel		Non
Esprit	Oui	
G-Star	Oui	
Gap	Oui	
Gucci	Oui	
H&M	Oui	
Hugo Boss		Non
Inditex	Oui	
Levi Strauss & Co.		Non
Lidl	Oui	
Marks & Spencer	Oui	
Mango	Oui	
Mexx		Non
New Look	Oui	
Nike	Oui	
Pimkie	Oui	
Primark	Oui	
Promod	Oui	
Puma	Oui	
S.Oliver		Non
Switcher	Oui	
Versace	Oui	
VF Corporation	Oui	
Vuitton		Non
WE Fashion	Oui	

Parmi les entreprises belges, **Mer du Nord** demande à ses fournisseurs une ventilation des prix de revient, tandis que **Bel & Bo** développe un projet test chez deux fournisseurs au Bangladesh qui évalue l'impact de salaires plus élevés sur le prix de revient des produits.

Reste que depuis de nombreuses années, les grandes marques de l'industrie vestimentaire promettent aux travailleurs et aux consommateurs qui les interpellent de « faire de leur mieux » en faveur d'un salaire vital. Les travailleurs et travailleuses des usines ont dû patienter le temps que les grandes marques analysent des situations pourtant criantes, et trouvent des alternatives qui

remettent le moins possible en cause leurs pratiques d'approvisionnement et la structure de leurs profits. « Faire de leur mieux » n'est visiblement pas suffisant pour augmenter massivement les salaires de misère.

Ces travailleuses et travailleurs de l'habillement ne peuvent pas attendre plus longtemps. Leur quotidien dans une extrême pauvreté les confronte chaque jour à des questions de survie. Il est grand temps que les enseignes et marques d'habillement payent le prix réel des coûts de production et qu'elles garantissent un salaire vital aux millions d'hommes et de femmes qui produisent les vêtements que nous portons. Les entreprises belges doivent elles aussi s'engager en ce sens, et ne plus se dissimuler derrière leur statut de PME pour se soustraire à leurs responsabilités.

LES TRAVAILLEURS DE L'HABILLEMENT ONT DROIT À UN SALAIRE VITAL



Un travailleur doit avoir les moyens de pourvoir à :



Un salaire vital est un droit humain, pour tous, partout dans le monde

www.salairevital.be

LES RÉSULTATS EN UN COUP D'ŒIL



MUETTES

Ces entreprises n'ont pas répondu à notre questionnaire

Armani, Benetton, Celio, Desigual, Diesel, Hugo Boss, Levi-Strauss, Mexx, S.Oliver, Vuitton

Les entreprises belges **Caroline Biss, Essentiel-Antwerp, FNG Group, J & Joy, Lola & Liza, Orchestra-Prémaman, River Woods, Scapa Sports, Talking French, Trafic, Tricobel-Signe Nature**



NON-ENGAGÉES

Ces entreprises ne prennent quasi aucun engagement en faveur du versement d'un salaire vital.

Aldi, Carrefour, Charles Vögele, Decathlon, Esprit, Gucci, IC Companys, Mango, Orsay, Pimkie, Pentland, Promod, VF Corporation, Versace, WE

Les entreprises belges **AS Adventure, Bel&Bo, Cassis-Paprika, E5 Mode, JBC et Mer du Nord.**



NÉGLIGENTES

Ces entreprises reconnaissent l'importance du salaire vital mais ne prennent que peu de mesures concrètes pour garantir sa mise en œuvre.

ASICS, Bestseller, C&A, G-Star, Gap, Lidl, Nike



PEUT MIEUX FAIRE

Ces entreprises ont pris de premières mesures pour la mise en œuvre d'un salaire vital, mais celles-ci restent peu convaincantes.

Adidas, H&M, New Look, Primark, Puma

L'entreprise belge **Mayerline**



SUR LE BON CHEMIN

Ces entreprises ont pris des mesures concrètes pour le versement de salaires vitaux mais elles devraient faire davantage.

Inditex, Marks & Spencer, Switcher



ENGAGÉES

Ces entreprises s'engagent de manière significative pour garantir le versement de salaires vitaux et peuvent montrer que les mesures prises conduisent à des salaires plus élevés.

Aucune des entreprises évaluées n'a jusqu'à présent réussi à atteindre cette catégorie.

1. A eux seuls les deux leaders européens du marché mondial, H&M et Zara (Inditex), cumulaient en 2012 près de 32 milliards de chiffres d'affaires et plus de 4 milliards de bénéfices. Pour la même année, la consommation des ménages en textiles et habillement dans l'UE des 27 était estimée à 482.7 milliards € (http://euratex.eu/index.php?elD=tx_nawsecuredl&u=0&file=fileadmin/user_upload/documents/key_data/Euratex_Keyfigures_-_2012.pdf&t=1401804854&hash=9127eb4e5c3e5af9a4f50f432fb5a36aa800b1c8).
2. Ce rapport intègre les profils de 37 de ces entreprises, présentes sur le marché belge.
3. Le rapport est disponible sur www.fairwear.org
4. A ces 3 entreprises, il faut ajouter Tchibo, non repris dans le rapport belge du fait de son absence sur notre marché, mais dont le profil est disponible en français sur www.achact.be
5. Auxquelles s'ajoutent Takko et Tchibo dont les profils sont disponibles sur www.achact.be
6. Auxquelles s'ajoutent Pentland, Asda et Tchibo dont les profils sont disponibles en français sur www.achact.be

1. LE SALAIRE VITAL : UNE NÉCESSITÉ

1.1 POURQUOI SE FOCALISER SUR LE SALAIRE VITAL ?

Par définition, un salaire vital doit permettre à la personne qui travaille de subvenir à ses besoins de base ainsi qu'à ceux de sa famille. Le salaire vital est un droit inscrit dans la Déclaration universelle des droits de l'homme des Nations Unies. L'article 23, alinéa 3 précise :

« *Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine et complétée, s'il y a lieu, par tous autres moyens de protection sociale.* »

Pourtant, malgré cette définition sans équivoque, la plupart des travailleurs et travailleuses de l'industrie de l'habillement dans le monde vivent dans la pauvreté.

Dans les pays producteurs d'habillement, le salaire minimum légal appliqué dans le secteur se situe largement en-dessous du salaire vital. Comme le montrent les chiffres publiés par l'Asia Floor Wage Alliance en 2013, l'écart entre le salaire minimum légal et le salaire vital a même tendance à se creuser, notamment en raison de l'inflation et de la stagnation des salaires. Les défis quotidiens auxquels les travailleurs et travailleuses mal rémunérés doivent faire face ne sont pas uniquement de nature financière. Ces personnes rencontrent aussi d'autres problèmes liés à la pauvreté : malnutrition, accès limité aux soins de santé, manque de sécurité sociale, logements insalubres, accès limité à l'éducation et participation restreinte à la vie culturelle et politique.

Pendant de nombreuses années, l'industrie globalisée de l'habillement a justifié la délocalisation de la production dans des pays à bas salaires par la création d'emplois, soulignant par ailleurs que ce sont en premier lieu les femmes qui en bénéficient (elles représentent effectivement plus de 80% des emplois dans le secteur). Pourtant, il devient de plus en plus évident que le commerce globalisé d'habillement et les emplois qu'il génère n'offrent pas l'avancement économique promis aux travailleurs et travailleuses. Les travailleurs de l'habillement – les femmes en particulier – ne touchent qu'une part infime de la valeur créée dans la filière d'approvisionnement. Ces personnes se retrouvent prises dans le cercle vicieux de la pauvreté : heures supplémentaires excessives, endettement, dépendance extrême à leur emploi, ce qui accentue encore leur vulnérabilité.

Dans un rapport sur le Bangladesh publié en novembre 2013, l'Organisation internationale du travail (OIT) explique :

*le Bangladesh a connu une longue période de croissance économique, due principalement aux exportations du secteur de l'habillement. Cela s'est traduit par la création de nombreux emplois dans l'industrie manufacturière ainsi que dans le secteur tertiaire et, parallèlement, par une diminution du nombre d'emplois dans le secteur agricole. Les femmes bangladaises ont contribué de manière importante à cette transformation et ainsi à la réduction de la pauvreté et au développement des zones rurales. Toutefois, malgré la croissance économique forte de ces dernières années, les conditions d'emploi ne se sont pas améliorées de manière significative, notamment pour les millions de personnes travaillant dans le secteur vestimentaire.*⁷

L'introduction de salaires vitaux est primordiale pour que le passage à une économie globalisée puisse aussi apporter des avantages économiques pour les pays producteurs et leur permettre de se développer sur le long terme.

LE DROIT À UN SALAIRE VITAL DANS LES CONVENTIONS INTERNATIONALES

Le droit à un salaire vital est reconnu dans la Déclaration universelle des droits de l'homme. Il est par ailleurs établi dans le Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels des Nations Unies (1966), à l'article 7, lettre a)⁸ : « Les Etats parties au présent Pacte reconnaissent le droit qu'a toute personne de jouir de conditions de travail justes et favorables, qui assurent notamment (...) une existence décente pour eux et leur famille conformément aux dispositions du présent Pacte ; (...) »

Plusieurs déclarations et conventions de l'OIT mentionnent le droit à un salaire vital⁹

- Constitution de l'OIT, 1919 : Préambule
- Déclaration de Philadelphie, Conférence internationale du Travail de 1944
- Déclaration de l'OIT sur la justice sociale pour une mondialisation équitable de 2008
- Conventions 131 et 156 (indirectement) et recommandations 131 et 135 (indirectement)

7. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_229105.pdf, p.V, consulté le 03.04.2014

8. <http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CESCR.aspx>, consulté le 03.04.2014

9. "Fair Wages: Strengthening Corporate Social Responsibility", Daniel Vaughan-Whitehead, 2010, p.203

1.2 QU'EST-CE QU'UN SALAIRE VITAL ?

En tant que membre de l'Asia Floor Wage Alliance, la Clean Clothes Campaign définit le salaire vital comme suit :

«Tout salaire ou toute allocation versé en contrepartie d'un travail standard doit au minimum correspondre au salaire minimum légal ou pratiqué dans un secteur donné, et doit toujours suffire au travailleur à subvenir à ses besoins élémentaires et à ceux de sa famille, tout en lui laissant une part de revenu discrétionnaire.»

Plus précisément, pour la Clean Clothes Campaign, un salaire vital

- s'applique à tous les travailleurs; aucun salaire ne peut lui être inférieur;
- est versé dans le cadre d'une semaine de travail standard, qui ne peut en aucun cas dépasser 48 heures;
- correspond à un salaire net de base, qui n'intègre donc pas le paiement d'allocations, de primes ou d'heures supplémentaires;
- permet de satisfaire les besoins élémentaires (se nourrir, se loger, s'habiller, avoir accès à la santé et à l'éducation) du travailleur et de sa famille, en supposant qu'une famille soit constituée de deux adultes et de deux enfants;
- laisse au travailleur une part de revenu discrétionnaire qui peut par exemple permettre de constituer une petite épargne, le montant de ce revenu représentant au moins 10 % du montant nécessaire à ses besoins élémentaires.

“ Lili, travailleuse cambodgienne: « Mes charges augmentent chaque jour. Si je devais mettre de l'argent de côté pour un mariage, ou une autre cérémonie, comment pourrais-je faire? Si je devais entretenir mes grands-parents, ma mère, ou des enfants, comment pourrais-je faire? Même si nous vivons toutes ensemble dans une petite pièce, que nous partageons nos repas et mettons en commun ce que nous avons, chacune d'entre nous ne peut dépenser que très peu d'argent, car tout le monde pense toujours « comment allons-nous faire pour envoyer de l'argent à nos familles? »

L'Asia Floor Wage Alliance

L'Asia Floor Wage Alliance – qui regroupe des syndicats asiatiques, des organisations de défense des travailleurs, des femmes et des droits humains – a mis au point une formule pour calculer le montant du salaire vital en Asie (Asia Floor Wage). La méthode de calcul et les montants de l'Asia Floor Wage qui en découlent constituent un moyen fiable, réaliste et légitime pour déterminer un salaire vital. Il s'agit dès lors d'un outil précieux pour montrer aux entreprises et aux gouvernements ce vers quoi ils devraient tendre en termes de rémunération des travailleurs.

Les calculs de l'Asia Floor Wage Alliance se fondent sur des principes clés qui sont fondamentaux pour définir ce qu'est un salaire vital:

- **Le salaire vital doit couvrir les besoins du travailleur et de sa famille.** Dans la plupart des pays producteurs, les systèmes de sécurité sociale (pension et assurances) sont insuffisants et la prévoyance publique est souvent inexistante. C'est donc au salaire de couvrir ces manques. Par ailleurs, le salaire vital doit aussi couvrir les besoins fondamentaux des membres de la famille qui fournissent un travail non rémunéré (par exemple, l'éducation des enfants ou les soins aux malades).
- **Le salaire vital doit permettre de mettre un peu d'argent de côté.** Sans cela, la situation des travailleurs reste précaire, car ceux-ci ne peuvent pas faire de projets à moyen et long terme et risquent de s'endetter s'ils doivent assumer des dépenses imprévues.
- **Le but du salaire vital n'est pas de fixer un plafond mais un plancher, et de garantir un revenu minimum à tous les travailleurs.** Idéalement, le montant du salaire vital devrait être adapté en fonction des régions et révisé régulièrement. Ceci devrait permettre de limiter la concurrence salariale entre les pays tout en augmentant le montant du salaire de base de tous les travailleurs.

L'Asia Floor Wage Alliance a fondé ses calculs sur les postulats suivants:

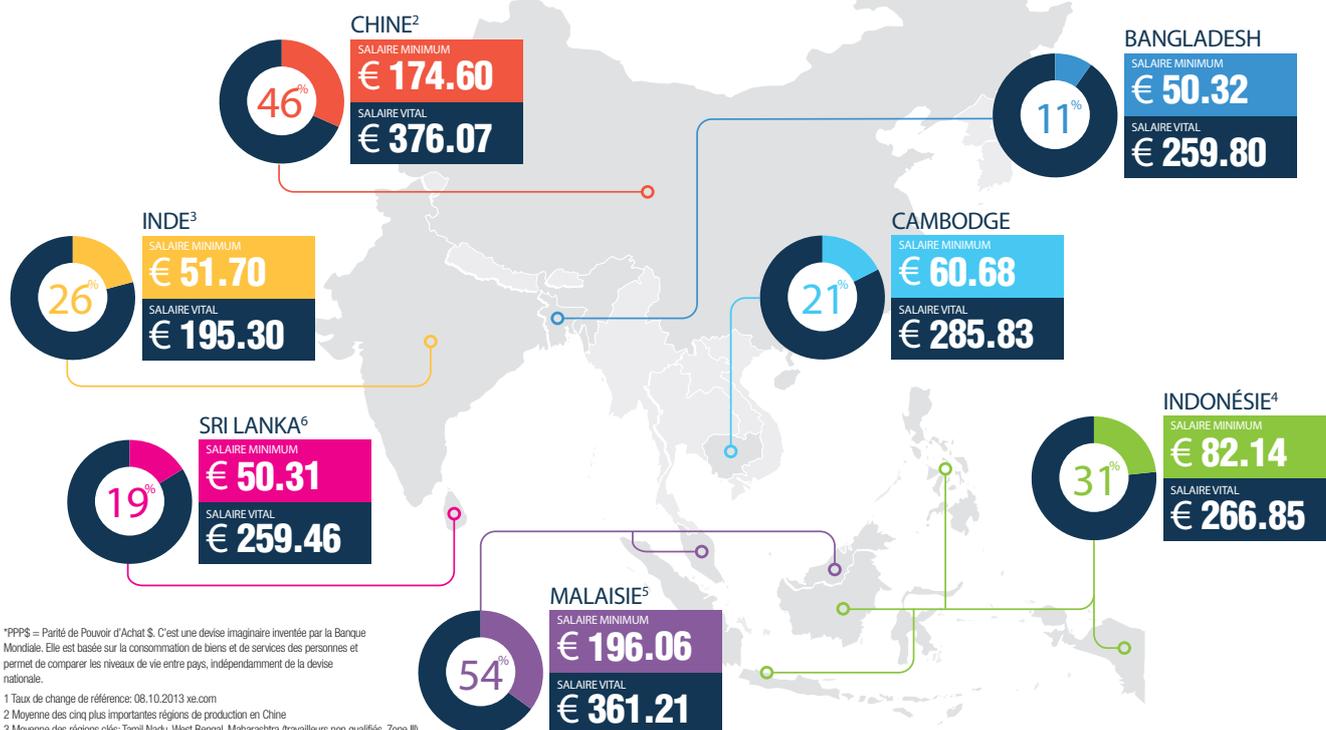
- Tout travailleur doit pouvoir subvenir à ses propres besoins ainsi qu'à ceux de deux autres « unités de consommation » (1 unité de consommation = 1 adulte ou 2 enfants);
- Les besoins alimentaires quotidiens d'un adulte actif se montent à 3000 calories.

En Asie, les dépenses consacrées à la nourriture représentent la moitié des dépenses du ménage.

SALAIRE MINIMUM VS SALAIRE VITAL

La différence entre le salaire minimum¹ et le salaire vital.

A noter - Le Salaire Vital est basé sur le montant 2013 de l'Asia Floor Wage, soit 725 PPA\$.



*PPPS – Parité de Pouvoir d'Achat \$. C'est une devise imaginaire inventée par la Banque Mondiale. Elle est basée sur la consommation de biens et de services des personnes et permet de comparer les niveaux de vie entre pays, indépendamment de la devise nationale.

1 Taux de change de référence: 08.10.2013 xe.com

2 Moyenne des cinq plus importantes régions de production en Chine

3 Moyenne des régions clés: Tamil Nadu, West Bengal, Maharashtra (travailleurs non qualifiés, Zone II)

4 Moyenne de toutes les provinces

5 En juillet 2012, le gouvernement malaisien a annoncé que les travailleurs de Malaisie allaient recevoir

un salaire minimum de 900RM (291USD) (pour la Péninsule de Malaisie) et de 800RM (259USD) (pour Sabah et Sarawak)

6 Le plus bas salaire d'entrée pour une première année, grade IV, sans aucun bonus.

www.cleanclothes.org

© Atomo Design

Le salaire vital tel qu'il est défini par l'Asia Floor Wage Alliance est calculé en PPA\$ (parité de pouvoir d'achat). Il s'agit d'une devise virtuelle créée par la Banque Mondiale et fondée sur la consommation de biens et de services par les ménages qui permet de comparer le niveau de vie entre différents pays sans tenir compte du taux de change de la monnaie nationale.

L'Asia Floor Wage Alliance procède régulièrement à l'évaluation du prix d'un panier de biens alimentaires dans les différentes régions pour mettre à jour ses calculs. Sur la base de cette évaluation, le pouvoir d'achat moyen en Asie est déterminé à la suite de négociations entre les différents membres de l'Asia Floor Wage Alliance. Les évaluations les plus récentes datent de 2013; l'AFW a annoncé en octobre le

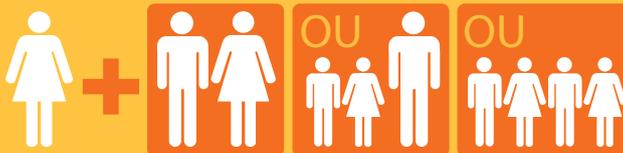
nouveau montant du salaire vital: 725 PPA\$.

Le problème des salaires trop bas ne se limite naturellement pas à l'industrie de l'habillement ni à l'Asie: il existe dans de nombreux secteurs formels et informels, partout dans le monde. Dans certains pays d'Europe Orientale, le salaire minimum est parfois plus bas que dans les pays asiatiques; dans plusieurs d'entre eux, le salaire minimum se situe même en deçà du niveau de pauvreté défini par le gouvernement. La revendication d'un salaire vital est donc une demande globale pour une juste répartition de la richesse produite. C'est pour cette raison que la présente étude s'intéresse aux politiques, aux pratiques et aux stratégies des entreprises dans toutes leurs filières d'approvisionnement et partout dans le monde.

MÉTHODE DE CALCUL DE L'ASIA FLOOR WAGE

UN TRAVAILLEUR DOIT
SUBVENIR AUX BESOINS
DE SA FAMILLE

1 X TRAVAILLEUR +
2 x adulte à charge OU
1 x adulte + 2 x enfants OU
4 x enfants



50% du salaire mensuel part dans la nourriture,
sur une base de 3000 calories par jour par adulte.



40% pour les vêtements, le loyer, les transports,
la scolarité des enfants, les soins de santé.



10% est consacré au revenu discrétionnaire (loisirs, épargne,
pension ou en prévision de perte du revenu principal).



2. QUI DOIT GARANTIR LE PAIEMENT D'UN SALAIRE VITAL?

En 2011, le Conseil des droits de l'homme des Nations Unies a adopté à l'unanimité les *Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme (Principes directeurs de l'ONU)*. Ces principes définissent clairement le rôle et les responsabilités des entreprises et des Etats.

Les Principes directeurs de l'ONU se fondent sur trois piliers:

1. Les Etats ont le devoir de protéger les droits humains, en particulier contre les violations commises par les acteurs économiques.
2. Les entreprises ont le devoir de respecter les droits humains.
3. Des moyens de réparation appropriés doivent exister en cas de violation des droits humains par des acteurs économiques.

Les responsabilités sont donc partagées entre l'Etat et les entreprises. Dans le but de respecter le droit à un salaire vital, qui est un droit humain fondamental, l'Etat doit fixer le montant du salaire minimum légal à un niveau qui permette aux travailleurs de vivre dans la dignité. Les entreprises doivent, pour leur part, payer ou garantir des salaires appropriés pour respecter ce droit fondamental.

Mais les Principes directeurs établissent aussi de manière claire que « *[l]a responsabilité de respecter les droits de l'homme [...] existe indépendamment des capacités et / ou de la détermination des Etats de remplir leurs propres obligations en matière de droits de l'homme et ne restreint pas ces dernières.* »¹⁰

En d'autres termes, lorsque l'Etat ne remplit pas son obligation de protéger les droits humains – comme c'est le cas lorsque le salaire minimum légal ne correspond pas au salaire vital – les entreprises ont tout de même l'obligation de respecter le droit à un salaire vital et ne doivent pas profiter des lacunes de l'Etat.

Les Principes directeurs de l'ONU établissent que les entreprises sont **responsables pour l'ensemble de leurs activités**, ce qui signifie qu'elles peuvent être tenues responsables des violations des droits humains dans toute la chaîne d'approvisionnement, que la violation soit commise dans leurs propres usines, chez un de leurs fournisseurs, chez les fournisseurs de leurs fournisseurs, ou chez les travailleurs à domicile.

Principe 13 : « *La responsabilité de respecter les droits de l'homme exige des entreprises:*

- a. *Qu'elles évitent d'avoir des incidences négatives sur les droits de l'homme ou d'y contribuer par leurs propres activités, et qu'elles remédient à ces incidences lorsqu'elles se produisent;*
- b. *Qu'elles s'efforcent de prévenir ou d'atténuer les incidences négatives sur les droits de l'homme qui sont directement liées à leurs activités, produits ou services par leurs relations commerciales, même si elles n'ont pas contribué à ces incidences.* »¹¹

Au vu de ce qui précède, une chose est tout à fait claire: la responsabilité des entreprises de payer un salaire vital n'est pas négociable, bien qu'elle soit souvent remise en question par les grandes marques et les entreprises de distribution, qui soulignent que cette responsabilité incombe à l'Etat.

3. DÉBAT SUR LE SALAIRE VITAL: CONTEXTE ACTUEL

Au cours des trois dernières décennies, de plus en plus de pays se sont livrés à une concurrence accrue sur le marché des exportations d'habillement, entraînant une tendance continue à la baisse des prix. La seule menace de délocalisation des commandes suffit pour inciter les gouvernements des pays producteurs à aligner leurs politiques commerciales ou leurs politiques d'emploi sur les attentes et les exigences des acheteurs au niveau global. « Que le moins cher survive » est devenu l'adage de référence, tant dans les pays producteurs que du côté des consommateurs. Dans la pratique, cela implique notamment que toute activité syndicale est réprimée, que le salaire minimum légal est sciemment fixé bien en-dessous du salaire nécessaire pour survivre et qu'il n'est pas adapté à l'inflation.¹²

Depuis le début de la crise financière, la situation des travailleurs de l'industrie de l'habillement s'est encore dégradée. L'explosion du prix du riz et du pétrole a particulièrement touché ces travailleurs, puisque l'alimentation et les transports représentent une part très importante de leurs dépenses. Les salaires minimaux déjà très bas n'ont pas toujours été adaptés à l'inflation; les salaires réels ont donc diminué. Les répercussions sont visibles: les problèmes de malnutrition touchant les travailleurs de l'habillement se sont accrues au Bangladesh et le nombre d'évanouissements liés au manque de nourriture de qualité a augmenté dans les usines d'habillement du Cambodge. Au cours des dernières années, des milliers de travailleurs et de travailleuses, en désespoir de cause, sont descendus dans les rues dans différents pays producteurs et ont organisé des grèves pour obtenir des augmentations salariales.

10. Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, II. A. 11., p. 15,

11. http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_FR.pdf; consulté le 22.4.2014.

12. http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_FR.pdf; consulté le 22.4.2014.

13. "Stitching a Decent Wage Across Borders", J. Merk, CCC/AFW, 2009, <http://www.asiafloorwage.org/Resource-Reports.html>, pp.30-35, consulté le 26.02.2014



3.1 DES PROCÉDURES D'AUDIT INEFFICACES

Au cours de la dernière décennie, une chose est devenue claire: les programmes d'audits classiques ne permettent ni d'évaluer la situation telle qu'elle est dans les usines en Asie, ni de générer des améliorations systématiques dans l'industrie. Les audits commerciaux rejettent souvent la responsabilité de respecter des critères sociaux sur les fournisseurs. En outre, ils ne tiennent pas compte des politiques d'achat des grandes entreprises – alors que, bien souvent, ce sont les prix (très bas) ainsi que les délais (très courts) fixés par les grandes marques qui sont à l'origine des bas salaires, des heures supplémentaires excessives et de la précarité des conditions de travail.

De leur côté, les acheteurs avancent toutes sortes d'excuses pour ne pas garantir un salaire vital. Ils invoquent par exemple que la responsabilité en incombe aux fournisseurs et aux gouvernements, qu'il est impossible de verser de tels salaires, car leurs produits ne seraient alors plus concurrentiels sur le marché, que les consommateurs ne veulent pas payer plus, qu'il n'y a pas de consensus sur la manière de calculer le montant du salaire vital, etc. Pourtant, comme nous l'avons démontré ci-dessus, la responsabilité de respecter les droits humains et de payer un salaire vital incombe bel et bien aux acheteurs.

Au vu de l'inefficacité des audits commerciaux, certaines entre-

prises sont devenues membres d'initiatives de vérification multipartites (multi-stakeholder initiatives, MSI), telles que la Fair Wear Foundation (FWF) ou Ethical Trading Initiative (ETI).

Ces deux initiatives de vérification multipartites se sont engagées pour la mise en œuvre d'un salaire vital. Elles exigent notamment que leurs membres inscrivent le principe du versement d'un salaire vital dans leurs politiques d'entreprise. Pourtant, beaucoup reste à faire pour promouvoir efficacement la mise en œuvre du salaire vital. De telles initiatives pourraient y jouer un rôle plus important.

Des tragédies comme l'effondrement du Rana Plaza au Bangladesh montrent sans ambiguïté les conséquences désastreuses que peut avoir la course au prix le plus bas dans le monde de la mode. Elles prouvent en outre l'inefficacité des procédures d'audit, lorsque celles-ci ne sont pas combinées à d'autres mesures : des usines hébergées dans le Rana Plaza avaient été contrôlées à plusieurs reprises avant que le bâtiment ne s'écroule le 24 avril 2013, tuant 1138 personnes. Aucun audit n'avait conduit à des améliorations du bâtiment. Signé par un grand nombre d'entreprises clientes aux côtés de syndicats locaux et internationaux depuis l'effondrement tragique, l'Accord sur la sécurité des bâtiments d'usine constitue un bon exemple pour montrer comment la responsabilité d'entreprise et la coopération entre différentes parties prenantes peuvent améliorer concrètement la situation des travailleurs.

3.2 DÉCODER LE JARGON DES ENTREPRISES

Le débat international sur le salaire vital a pris une ampleur considérable depuis 2010. Différents acteurs ont tenté de s'approprier ce débat et d'en redéfinir les termes pour imposer des standards moins stricts et des définitions plus vagues du salaire vital. Les entreprises ont aussi commencé à répondre publiquement aux exigences des consommateurs et de la société civile par rapport au salaire vital. Certaines de ces réponses ont permis de faire avancer les choses; d'autres ont cherché à détourner l'attention des consommateurs des problèmes réels; d'autres encore ne visaient qu'à tromper ceux qui exigeaient des réponses. Pour faciliter la lecture des profils d'entreprise présentés, nous définissons, dans la section suivante, les notions les plus courantes dans le jargon des entreprises. Ces définitions donnent aussi un aperçu de la position d'achACT sur l'efficacité de certaines initiatives:

INITIATIVES DE VÉRIFICATION MULTIPARTITES (« MULTI-STAKEHOLDER INITIATIVES », MSI)

Les initiatives de vérification multipartites sont des organisations qui regroupent des entreprises, des ONG et des syndicats dans le but de résoudre les problèmes relatifs au respect des droits des travailleurs dans la filière d'approvisionnement. Certaines de ces initiatives, comme la Fair Wear Foundation (FWF), sont des organes indépendants qui procèdent à des contrôles en matière de conditions de travail; d'autres, comme Ethical Trading Initiative (ETI), fonctionnent comme des forums permettant des échanges sur les bonnes pratiques.

- **Fair Wear Foundation (FWF):** La FWF exige de ses membres qu'ils s'engagent à payer un salaire vital et développe différentes méthodes pour tester l'instauration de salaires vitaux. Elle a mis au point des instruments de vérification pertinents et transparents pour calculer le montant du salaire vital (référentiel) et pour évaluer le niveau des salaires versés dans les usines (échelle des salaires – voir ci-dessous). Toutefois, à ce jour, cette initiative ne dispose d'aucun plan d'action (étapes à suivre et calendrier) contraignant pour la mise en œuvre systématique du salaire vital par ses membres.
- **Ethical Trading Initiative (ETI):** ETI exige de ses membres qu'ils s'engagent à payer un salaire vital, mais sa définition du salaire vital est incomplète (elle ne dit pas combien de membres de la famille doivent pouvoir vivre sur un salaire). A l'interne, peu d'efforts ont été réalisés au cours des dernières années pour établir un référentiel de salaire vital ou mener des projets collectifs pour encourager les entreprises à verser un salaire vital, bien que certains membres d'ETI aient pris l'initiative de partager leurs expériences sur leurs projets.
- **Fair Labor Association (FLA):** Le code de conduite de la FLA établit que le revenu doit permettre de couvrir les besoins de base des travailleurs mais ignore les besoins de base de la famille, et la notion de salaire vital n'y apparaît pas. La FLA dispose d'un système de contrôle des usines, mais rien n'indique que les audits mesurent l'écart entre les salaires versés et le montant du salaire vital (ou salaire permettant de couvrir les besoins fondamentaux). Cette initiative ne promet pas non plus le paiement d'un salaire vital.

INITIATIVES DE VÉRIFICATION PRIVÉES (BUSINESS INITIATIVES)

Business Social Compliance Initiative (BSCI): Le BSCI n'est pas une initiative de vérification multipartite indépendante; les ONG et les syndicats ne sont pas impliqués dans les processus de décision. Le BSCI dispose d'une plateforme d'échange pour les audits en matière de normes sociales et intervient en tant qu'organe consultatif pour les questions relatives à la responsabilité des entreprises. Il organise notamment des tables rondes et des formations dans les pays producteurs. Il dispose d'un code de conduite, actualisé en février 2014 pour inclure la notion de « besoins fondamentaux ». Néanmoins, l'initiative n'exige pas de ses membres qu'ils s'engagent à garantir un salaire vital, ni qu'ils adaptent leurs politiques et pratiques en matière d'achats pour permettre aux usines de verser un salaire vital aux travailleurs. Le BSCI compte surtout sur les audits par des sociétés commerciales pour que les choses changent. Or, l'expérience a montré que cela n'est pas suffisant. Rien n'indique que l'initiative s'engage concrètement pour la mise en œuvre du salaire vital dans les filières d'approvisionnement de ses membres.

FAIR WAGE NETWORK

Le Fair Wage Network (FWN) est un réseau fondé par des membres de l'OIT et par un ancien président de la FLA (mais il ne s'agit pas d'une initiative de l'OIT ni de la FLA) dans le but de collaborer avec les entreprises pour voir comment celles-ci peuvent augmenter les salaires. Au moyen de projets pilotes et d'études, le FWN explore différentes « dimensions d'un salaire équitable », définies comme étant des « pratiques entrepreneuriales permettant de développer des salaires soutenables ». La notion de « salaire équitable » (Fair Wage) doit servir de base à la création d'instruments et de systèmes que les entreprises peuvent mettre en place dans les usines pour augmenter les salaires jusqu'à un niveau soutenable. Le salaire vital n'est défini que comme étant l'une des « 12 dimensions du salaire équitable ». Les autres dimensions se réfèrent à des éléments qualitatifs tels que par exemple le fait de payer les salaires à temps.

Nous constatons avec préoccupation que certaines entreprises vantent leur engagement au sein de ce réseau pour faire oublier les efforts qu'elles devraient fournir en vue du paiement d'un salaire vital. D'une manière générale, le FWN pourrait être utile et encourager les entreprises à développer une vision de la situation salariale dans leurs filières d'approvisionnement, notamment en les aidant à identifier les problèmes qui doivent être résolus. Toutefois, l'instauration d'un salaire vital dépend entièrement de l'engagement et de la volonté politique des entreprises concernées et de leurs fournisseurs, pas du résultat de ces analyses. En somme, être membre du FWN n'offre aucune garantie en matière de versement d'un salaire vital.

PRODUCTIVITÉ

Un certain nombre d'entreprises ont mentionné qu'elles participent à des projets d'amélioration de la productivité. Par amélioration de la productivité, on peut comprendre différentes choses, positives ou négatives. Pour certaines entreprises, il s'agit de recourir à des technologies permettant d'optimiser le trajet du produit dans l'usine, de minimiser le nombre de personnes impliquées dans la production et le temps de travail nécessaire à celle-ci. Pour d'autres, il s'agit

CLASSIFICATION ET PARTICIPATION DES ENTREPRISES À DES INITIATIVES MULTIPARTITES OU PRIVÉES

	FLA	BSCI	FWF	ETI	SA8000
BELGES					
AS Adventure		X			
Bel & Bo					
Caroline Biss					
Cassis-Paprika		X			
E5 Mode					
Essentiel-Antwerp					
FNG Group					
J&Joy					
JBC					
Lola & Liza					
Mayerline			X		
Mer du Nord					
Orchestra-Prémaman		X			
River Woods					
Scapa Sports					
Talking French					
Trafic					
Tricobel - Signe nature					
INTERNATIONALES					
Adidas Group	X				
Aldi Nord & Aldi Sud		X			
Armani					
ASICS (Haglöfs)			X		
Benetton Group					
Bestseller					
C&A				X	
Carrefour					
Cello		X			
Charles Vögele		X			
Decathlon					
Desigual					
Diesel					
Esprit		X			
G-Star					
Gap				X	
Gucci					X
H&M	X				
Hugo Boss					
Inditex				X	
Levi Strauss & Co.					
Lidl		X			
Marks & Spencer				X	
Mango					
Mexx					
New Look				X	
Nike	X				
Pimkie					
Primark				X	
Promod					
Puma	X				
S.Oliver					
Switcher			X		
Versace					
VF Corporation					
Vuitton					
WE Fashion		X			

d'évaluer le personnel et les structures de direction et de former les travailleurs pour différentes tâches dans le but de diminuer le nombre de personnes impliquées dans la production. L'une des stratégies en matière de productivité consiste à alléger les structures en éliminant les étapes superflues dans le processus productif et à faire participer tous les employés à l'identification des problèmes, des sources de pertes d'efficacité et à la recherche de solutions. L'idée est la suivante: si les usines deviennent plus efficaces, elles réaliseront davantage de bénéfices en un laps de temps plus court. C'est bon autant pour l'entreprise cliente que pour la direction de l'usine, et cela peut aussi permettre de diminuer le temps de travail et/ou d'augmenter le salaire des travailleurs. Selon nous, les programmes d'amélioration de la productivité, même s'ils permettent parfois certaines améliorations limitées et des augmentations minimales des salaires, ne permettent pas de réaliser, au niveau des usines, des bénéfices de nature à combler l'écart entre le salaire minimum et le salaire vital. En outre, ces programmes risquent d'accroître encore la pression sur les travailleurs souvent payés à la pièce. Par ailleurs, il n'y a aucune garantie que les profits réalisés soient effectivement redistribués aux travailleurs par le biais d'une augmentation de salaire.

ÉCHELLE DES SALAIRES (WAGE LADDER)

La Fair Wear Foundation a été la première à mettre en œuvre une idée qui a depuis été adoptée par un certain nombre d'entreprises pour se doter d'une vue d'ensemble de la situation salariale dans un pays donné. Une échelle de salaires est un système de référence qui inclut notamment le montant du salaire minimum, le salaire habituellement versé dans l'industrie, les exigences des syndicats locaux et le montant du salaire calculé par l'Asia Floor Wage Alliance. Ces échelles de salaire sont publiées¹³. Les entreprises peuvent utiliser cet outil pour évaluer les salaires versés dans leurs usines et encourager celles-ci à « monter l'échelle » pour que les salaires réels atteignent progressivement le montant du salaire vital. Certaines entreprises utilisent ces échelles durant les audits pour montrer aux fournisseurs quels sont leurs objectifs en matière salariale. Nous estimons qu'il s'agit d'un outil utile.

NORME SA8000 ET SALAIRE VITAL SELON SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL (SAI)

La norme SA8000, à laquelle se réfèrent de nombreuses entreprises dont le profil figure dans le présent rapport, précise que l'usine certifiée doit payer un salaire vital. Elle définit le salaire vital comme un revenu permettant de couvrir la moitié des besoins fondamentaux d'une

famille de taille moyenne, se fondant sur les prix locaux, pratiqués à proximité du lieu de travail. La norme SA8000 établit aussi que l'usine certifiée SA8000 doit garantir la mise en œuvre d'un salaire vital dans les 18 à 24 mois suivant la certification, selon la taille de l'entreprise et l'écart entre les salaires versés et le montant du salaire vital.

Si ces principes sont plutôt satisfaisants en théorie, leur mise en œuvre dépend de la définition du salaire vital retenue. Selon le standard SA8000, la définition des besoins fondamentaux se fonde sur des entretiens avec les travailleurs. Une méthode de calcul permet ensuite de déterminer les charges du ménage et le montant du salaire vital. Cette méthode est accessible au public, mais les référentiels de salaire vital utilisés pour les audits et les rapports d'audit ne sont accessibles qu'aux entreprises certifiées.

Le fait que les données utilisées comme référentiels ne soient pas accessibles au public ni aux travailleurs signifie dans la pratique que ces derniers ne peuvent pas faire valoir leur droit à un salaire vital si le salaire qu'ils touchent est inférieur au référentiel. En outre, il est impossible de contrôler si le calcul conduit à un réel salaire vital, pas davantage si cette valeur théorique correspond réellement aux salaires versés.

De plus, la pression (notamment en termes de délais et de prix) exercée sur les personnes réalisant les audits peut avoir des répercussions négatives sur les calculs effectués. La méthode SA8000 est fortement dépendante de la capacité du vérificateur à calculer le montant du salaire vital et à l'adapter en fonction de la région concernée. Un exemple de calcul du montant du salaire vital selon la norme SA8000, fourni à la Clean Clothes Campaign à titre confidentiel, a montré que le « salaire vital » évalué était au final même inférieur au salaire minimum légal de la région concernée.

A cela s'ajoute le fait que le salaire vital tel que défini selon la norme SA8000 ne doit couvrir que la moitié des besoins d'une famille de taille moyenne. Cela présuppose que les deux parents ont un emploi stable et rémunéré et ne tient pas compte que dans ce cas, les enfants ou les dépendants âgés ou malades doivent être confiés à d'autres membres de la famille dont la subsistance dépend aussi au moins en partie du salaire de celle ou de celui qui pourvoit au revenu du ménage. Il est pourtant essentiel que le salaire vital constitue un pilier pour garantir que les besoins fondamentaux de tous les travailleurs et de leur famille soient couverts. Cela doit aussi être le

cas pour les foyers monoparentaux, et pour les travailleurs célibataires qui entretiennent deux aînés.

Pour achACT, un référentiel crédible en matière de salaire vital doit

- être transparent tant dans sa méthode de calcul que dans le montant du salaire qui en découle ;
- être révisé régulièrement de manière à tenir compte de l'inflation ;
- être issu de négociations impliquant les syndicats au niveau régional ou national ;
- être suffisant pour couvrir au moins les besoins fondamentaux d'une famille et permettre d'épargner.

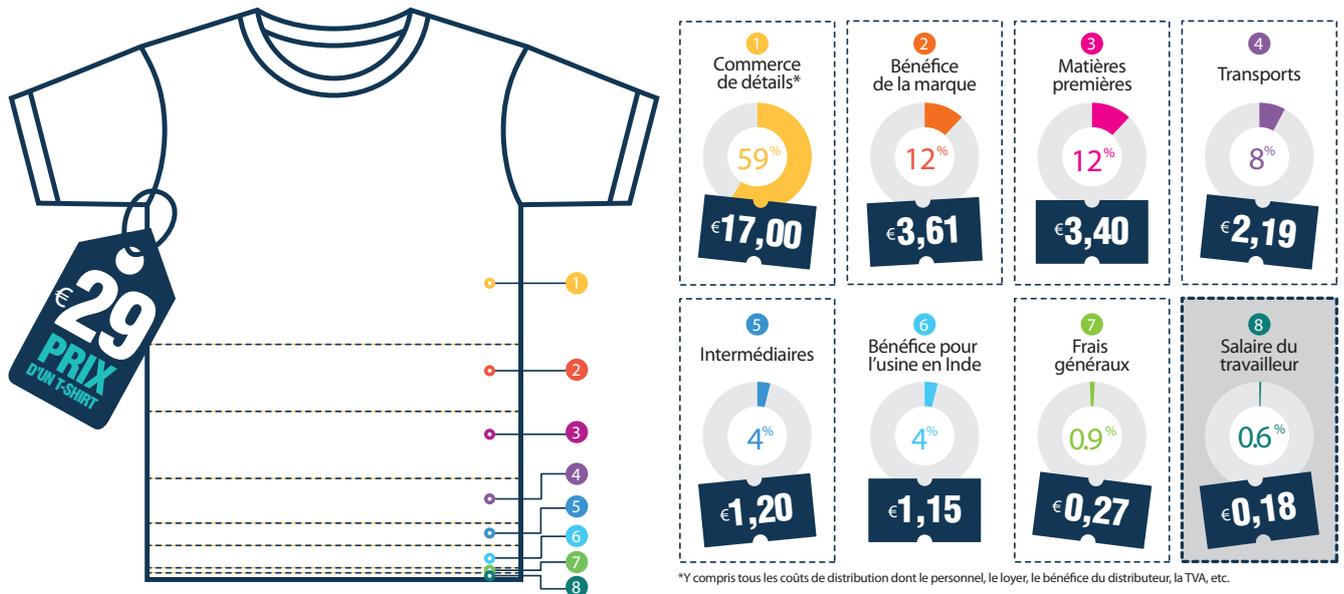
La méthode de calcul de la SA8000 ne rencontre pas trois de ces quatre exigences.

De manière plus générale, nous nous méfions des programmes de certification car ils peuvent faire l'objet de corruption et sont parfois fondés sur de fausses promesses. L'incendie meurtrier de l'usine Ali au Pakistan en Septembre 2012, qui fit 300 morts et 65 blessés est révélateur de ce contexte. L'usine avait été certifiée SA8000 trois semaines avant l'accident malgré des risques importants pour la sécurité des travailleurs tels que des fenêtres grillagées, l'absence d'alarme incendie et d'arroseurs et des portes de sortie verrouillées.¹⁴

13. <http://www.fairwear.org/563/tools/wage-ladder>

14. Voir à ce propos, le rapport Fatal Fashion dont un résumé en français est disponible via <http://www.achact.be/news-info-94.htm>

DÉCOMPOSITION DU PRIX D'UN T-SHIRT



Source: Fair Wear Foundation
© Atomo Design

4. COMMENT GARANTIR UN SALAIRE VITAL ?

4.1 UN RÉFÉRENTIEL COMME CLÉ DE VOÛTE

Pour mettre en œuvre un salaire vital, les entreprises doivent aller à l'encontre des tendances actuelles. Bien que de nombreuses grandes marques se soient engagées à payer un salaire vital, en réalité, la plupart des salaires versés dans l'industrie se situent juste au-dessus du salaire minimum légal. En cause: un manque de volonté; aucune entreprise ne veut être la première à prendre des mesures concrètes.

Les grandes marques pointent du doigt les fournisseurs et les gouvernements des pays producteurs: c'est à eux qu'il incomberait d'augmenter les salaires pour garantir que les besoins fondamentaux des travailleurs soient satisfaits. Les fournisseurs, quant à eux, disent qu'ils ne peuvent augmenter les salaires vu l'insuffisance de leurs marges. Les gouvernements, pour leur part, regrettent de ne pouvoir augmenter de manière significative les salaires minimaux, affirmant que la production serait alors délocalisée en direction d'un pays aux salaires inférieurs. Il n'y a qu'un moyen de sortir de l'impasse: les grandes marques doivent s'engager à payer un salaire vital d'un montant déterminé.

Il y a plusieurs raisons à cela. Tout d'abord, définir le montant du salaire vital permet de calculer les coûts du travail et de les comptabiliser dans le prix des produits. Les entreprises peuvent utiliser ces chiffres pour s'assurer que les fournisseurs reçoivent suffisamment d'argent pour être en mesure de verser un salaire vital à tous les travailleurs. Si un nombre suffisant d'entreprises agit de la sorte, cela donne par ailleurs un signal clair aux gouvernements des pays producteurs: relever le niveau du salaire minimum à celui du salaire vital ne fera pas fuir les entreprises. En outre, si les entreprises s'engagent à verser un salaire vital d'un montant déterminé (référentiel), cela permet des négociations salariales entre travailleurs et directions d'usines. Aujourd'hui, ces négociations sont quasiment inexistantes, car les directeurs d'usines affirment qu'ils ne peuvent pas augmenter les salaires en raison des prix très bas payés par les marques et enseignes. Par contre, si des syndicats ou des groupes de travailleurs savent que des marques dont les produits sont fabriqués dans leur usine se sont engagées à verser un salaire vital d'un montant donné, ils pourront renforcer leur position dans les négociations collectives en vue d'obtenir des augmentations salariales permettant de s'approcher du salaire vital.

4.2 DEMANDES ADRESSÉES AUX ENTREPRISES

Le contenu de l'étude que nous avons menée se fonde sur les revendications de l'Asia Floor Wage Alliance. Son guide pour la mise en œuvre du salaire vital (« Roadmap to a living wage »), publié en 2011, comprend 10 étapes clés. Nous estimons que les grandes marques et les distributeurs doivent s'engager dans cette démarche pour respecter leur devoir de diligence et garantir aux travailleurs le versement d'un salaire vital. Il n'existe certes pas de formule magique pour la mise en œuvre d'un salaire vital: les entreprises doivent s'engager sérieusement et mettre en

œuvre toutes ces recommandations. Atteindre un salaire vital est essentiellement une question de volonté politique de la part des marques et enseignes, qu'elles soient de dimension internationale ou des PME.

Les entreprises doivent :

1. Inscrire le principe du versement d'un salaire vital dans leur code de conduite.
2. Respecter la liberté d'association dans toutes leurs filières d'approvisionnement et encourager activement la collaboration avec les syndicats dans les pays de production, afin que les travailleuses et les travailleurs de l'habillement puissent s'organiser librement et défendre leurs droits.
3. Entamer un dialogue avec les syndicats et les organisations non gouvernementales actives dans la protection des droits du travail.
4. S'engager publiquement en faveur d'un référentiel de salaire vital.
5. Adapter leurs propres prix d'achat (y compris leurs propres structures de coût) pour rendre possible le paiement de salaires vitaux.
6. Diriger des programmes pilotes destinés à hausser les salaires, auxquels les fournisseurs, les syndicats et les organisations de défense des droits des travailleurs doivent être associés.
7. Soutenir publiquement les revendications des travailleurs, des syndicats et des ONG en faveur d'une réévaluation des salaires minimaux pour que ceux-ci correspondent au salaire vital, et s'engager envers les gouvernements des pays producteurs à garantir des salaires vitaux, y compris en garantissant que la mise en œuvre de ceux-ci ne conduira pas à délocaliser leur production.
8. Rendre compte en toute transparence et publiquement de leurs activités, notamment en décrivant précisément leurs filières d'approvisionnement et les démarches entreprises pour assurer le versement de salaires vitaux.
9. Collaborer avec d'autres entreprises, avec les syndicats et les ONG pour la réalisation d'un salaire vital (p. ex. en adhérant à une initiative de vérification multipartite crédible).
10. Présenter et publier un plan d'action avec un calendrier précis pour la mise en œuvre du salaire vital.

Dans le droit fil de cette feuille de route, achACT et ses partenaires ont identifié quatre domaines clés pour évaluer l'engagement des entreprises pour un salaire vital.

1. RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

La liberté d'association et le droit de négociation collective sont des droits habilitants en ce sens que, si ces droits sont respectés, les travailleurs peuvent les utiliser pour assurer que d'autres droits, comme par exemple le droit à un salaire vital, soient respectés. Le montant du salaire vital doit dans tous les cas faire l'objet de négociations. En ce sens, renforcer les droits des travailleurs et

des travailleuses est essentiel. En réalité, de nombreux obstacles se dressent sur la route des travailleurs qui veulent fonder un syndicat, adhérer à une organisation préexistante ou organiser des négociations collectives. Beaucoup de gouvernements restreignent les droits des syndicats indépendants, compliquent leur travail ou interdisent de telles organisations. Les employeurs font souvent preuve d'hostilité à l'égard des syndicats et recourent fréquemment à toutes sortes de tactiques pour empêcher leur émergence, notamment l'intimidation, le harcèlement, la discrimination, les licenciements de syndicalistes, l'inscription des travailleurs syndiqués sur une liste noire ou même la violence physique et le meurtre. Les grandes marques doivent prendre des mesures efficaces pour lutter contre la répression et garantir le respect de la liberté d'association dans la pratique.

Dans notre évaluation, nous avons considéré qu'une entreprise avait pris des mesures effectives pour renforcer les droits des travailleurs et des travailleuses si elle avait apporté des éléments démontrant que

- l'entreprise a clairement fait connaître à toutes les parties sa politique de protection de la liberté d'association et du droit de négociation collective ;
- l'entreprise a organisé des formations à ce sujet à l'attention d'un nombre significatif de travailleurs et de cadres ;
- l'entreprise garantit aux travailleurs le droit de s'organiser et fait la promotion d'accords sur l'accès des représentants syndicaux aux lieux de travail de ses fournisseurs ;
- l'entreprise a mis en place des mécanismes de plainte crédibles et accessibles ;
- l'entreprise s'engage à limiter le recours aux contrats à court terme, qui constituent souvent un obstacle à la liberté syndicale.

2. PRATIQUES D'ACHAT ET RÉFÉRENTIELS

Les stratégies d'achat des grands clients de l'industrie et la pression exercée pour réduire les coûts jouent souvent un rôle dans le maintien de niveaux salariaux extrêmement bas, les abus liés aux salaires, et l'allongement des horaires de travail des travailleurs. La pression sur les prix exercée sur les fournisseurs est très importante et il est par conséquent de plus en plus difficile d'exiger une augmentation des salaires, même dans des entreprises où des syndicats existent.

Les entreprises clientes doivent payer à leurs fournisseurs le prix total de la production. Ceci implique qu'elles doivent s'assurer que les prix acquittés sont suffisants pour assurer le versement de salaires vitaux. En même temps, elles doivent montrer leur volonté d'établir des relations à long terme avec leurs fournisseurs. Pour déterminer les délais de livraison, elles doivent tenir compte de la capacité de production de l'usine afin de ne pas favoriser le recours à des heures supplémentaires sous-payées. Les acheteurs peuvent aussi prendre d'autres mesures pour améliorer la situation, par exemple en favorisant parmi leurs fournisseurs ceux qui améliorent les conditions de travail de leurs salariés.

Dans notre évaluation, nous avons considéré qu'une entreprise avait pris des mesures effectives en termes de pratiques d'achat

et de référentiel si elle avait apporté des éléments démontrant que

- l'entreprise a établi un référentiel de salaire vital pour les principaux pays producteurs et utilise ces montants ;
- l'entreprise ventile ses prix d'achat de manière à faire apparaître spécifiquement les coûts de main-d'œuvre ;
- l'entreprise discute ouvertement du calcul des coûts avec ses fournisseurs ;
- l'entreprise privilégie dans ses achats les usines respectant des normes salariales strictes ou des usines encourageant la création et l'activité de syndicats indépendants ;
- l'entreprise consolide ses filières d'approvisionnement.

3. DÉMARCHE COLLABORATIVE

Pour atteindre un salaire vital, plusieurs acteurs jouant un rôle important dans la filière d'approvisionnement doivent collaborer entre eux, notamment les marques et enseignes, les fournisseurs, les syndicats (aux niveaux local, national et international), les fédérations d'employeurs et les gouvernements. Cela implique que des relations de confiance et des partenariats doivent être développés sur le long terme entre toutes les parties. La transparence est particulièrement importante. Il est essentiel que les entreprises clientes jouent le jeu, notamment en proposant des partenariats à d'autres entreprises et aux organisations de travailleurs. Alors que, bien souvent, les partenariats avec des organisations de travailleurs ne se voient accorder que peu d'importance, ils constituent pourtant un élément clé dans le développement et dans la mise en œuvre des projets d'augmentation des salaires.

Dans notre évaluation, nous avons considéré qu'une entreprise avait pris des mesures effectives pour mettre en œuvre une démarche collaborative si elle avait apporté des éléments démontrant que

- l'entreprise est impliquée dans des projets de partenariat avec des syndicats indépendants (locaux ou internationaux) ;
- l'entreprise assure la participation de travailleurs à tous ses projets ;
- l'entreprise collabore avec d'autres entreprises ;
- l'entreprise est membre d'une initiative de vérification multipartite crédible ;
- l'entreprise soutient publiquement les demandes adressées aux gouvernements nationaux d'augmenter le montant du salaire minimum ;
- l'entreprise s'engage envers les gouvernements des pays producteurs à ne pas délocaliser sa production en cas d'augmentation du salaire ;
- l'entreprise publie la liste de ses fournisseurs et fait preuve de transparence.

4. STRATÉGIE POUR ATTEINDRE UN SALAIRE VITAL

Certaines entreprises ont déjà inscrit le versement d'un salaire vital dans leur code de conduite mais rares sont celles qui proposent un plan d'action global pour la mise en œuvre du salaire vital. Pour que des progrès soient réalisés, il est essentiel que les entreprises définissent des stratégies transparentes et crédibles qui leur permettent de tenir les promesses qu'elles ont faites. Se fixer des objectifs clairs leur permet de communiquer de manière transparente avec tous les acteurs de la filière d'approvisionnement.



© Gordon Welters

ment sur la nature des changements escomptés, ainsi que sur les méthodes et les délais pour y arriver.

Dans notre évaluation, nous avons considéré qu'une entreprise avait développé une stratégie pour atteindre un salaire vital si elle avait apporté des éléments démontrant que

- l'entreprise s'engage publiquement à verser un salaire vital dans un délai déterminé et dispose d'une stratégie détaillée pour la mise en œuvre du salaire vital ;
- l'entreprise a consulté des syndicats et/ou des groupes de travailleurs pour développer sa stratégie;
- l'entreprise fait des efforts pour inclure les travailleurs les plus vulnérables (p. ex. migrants, travailleurs à domicile) dans ces démarches ;
- l'entreprise mène des projets pilotes avec de réelles augmentations de salaires qui pourraient être appliqués à plus grande échelle et faire office de modèles pour d'autres usines.

5. QU'ENTREPRENNENT MARQUES ET ENSEIGNES POUR UN SALAIRE VITAL ?

Selon les **Principes directeurs de l'ONU**, les entreprises doivent à la fois connaître les droits humains et montrer qu'elles les respectent dans la pratique. Cela implique qu'elles doivent identifier et apprécier les violations potentielles et effectives des droits humains. S'agissant des salaires, elles devraient se demander dans quelle mesure ceux-ci permettent de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et de leur famille et, si tel n'est pas le cas, chercher des solutions pour remédier à ce problème.

Le chapitre qui suit propose un aperçu des mesures mentionnées à cet égard par les entreprises interrogées.

5.1. CALCUL DES COÛTS DU TRAVAIL ET INNOVATIONS DANS LE DOMAINE DE LA FIXATION DES PRIX

SAVOIR CE QU'EST UN SALAIRE VITAL

Pour garantir le droit à un salaire vital, la première étape consiste à savoir ce qu'est un salaire vital et à connaître le montant des salaires actuellement versés dans la chaîne d'approvisionnement.

Cinq entreprises internationales reprises dans ce rapport (**Bestseller, G-star, New Look, Puma et Switcher**) et une entreprise belge (**Mayerline**) ont, en date de fin 2013, adopté un référentiel crédible et public pour calculer le montant du salaire vital. Ce type de référentiel aboutit à un montant par pays ou par région qui permet aux entreprises de se fixer un objectif concret et de communiquer des informations claires à ce sujet. Ces entreprises ont toutes commencé à utiliser une échelle des salaires dans laquelle figure le montant du salaire vital tel que défini par l'Asia Floor Wage. L'échelle des salaires développée par la Fair Wear Foundation, joue un rôle important en ce domaine. Plusieurs des marques susmentionnées utilisent cet outil lors de leurs audits pour discuter avec les fournisseurs de la manière d'augmenter les salaires.

Trois entreprises internationales, **Charles Vögele, Esprit et WE**, toutes membres du BSCI, ont répondu en des termes identiques, et en affirmant que la définition d'un salaire vital local selon la méthode SA8000 faisait partie des audits. Au terme de chaque audit, un plan correctif serait rédigé, qui indiquerait la différence entre les salaires d'une usine et le salaire vital. Les références concrètes pour la définition des salaires vitaux ne sont néanmoins pas publiées et elles n'ont pas été indiquées à achACT. Il n'est dès lors pas possible de savoir si de tels référentiels correspondraient effectivement à la définition du salaire vital appliquée par achACT.

Parmi les entreprises belges, **Mer du Nord** affirme demander à ses fournisseurs une décomposition de leurs coûts de production. L'entreprise déclare accepter de payer un prix plus élevé afin de s'assurer d'une main-d'œuvre pouvant fournir une confection de qualité. L'entreprise n'a cependant pas de référentiel de salaire vital.

EN TENIR COMPTE DANS LES PRATIQUES D'ACHATS

Deux entreprises internationales reprises dans ce rapport (**Marks & Spencer et Primark**) – nous ont envoyé des informations sur les efforts réalisés pour calculer le coût du travail pour chaque produit, dans le but de « connaître » le montant devant être considéré comme incompressible au moment de la fixation des prix. **Switcher** a également fourni des efforts dans le domaine de la ventilation des coûts. L'entreprise nous a annoncé qu'elle envisage de publier ses résultats dans son rapport annuel dès 2014. Pour chaque produit, elle communiquerait le temps de travail nécessaire (couture) et le salaire correspondant.

Dans le cadre d'un projet pilote au Bangladesh, **Bel & Bo** étudie l'impact de salaires plus élevés sur le prix de revient à l'unité.

S'ENGAGER POUR UN SALAIRE VITAL

Pour garantir que le droit à un salaire vital est respecté, il convient de montrer qu'un salaire vital est versé dans les faits. Pour commencer, il convient de s'engager publiquement à verser un salaire vital. En 2013, **H&M et Marks & Spencer** ont rejoint le groupe des entreprises qui ont ouvertement promis de verser un salaire vital, stratégies à l'appui. Ces deux marques se sont aussi engagées à augmenter de manière significative les prix qu'elles paient à leurs fournisseurs de manière à combler l'écart entre les salaires versés et le montant du salaire vital. Leurs stratégies se fondent en particulier sur: des négociations avec les travailleurs, l'efficacité, le calcul d'un prix équitable et sa mise en œuvre et une meilleure gestion des ressources humaines. Cependant H&M ne s'est pas engagée clairement en faveur d'un référentiel de salaire vital et Marks & Spencer n'a pas encore (en date de fin 2013) publié les chiffres liés à son outil de calcul.

Un certain nombre de marques misent sur une approche différente. En 2013, plusieurs entreprises ont fait mention de projets intitulés « **brand bonus** »: il s'agit de verser aux travailleurs des montants à titre de « bonus » en supplément de leur salaire (en vue d'atteindre le niveau du salaire vital). En collaboration avec la Fair Wear Foundation dont elle est membre et après avoir consulté les travailleurs et travailleuses d'une usine où elle s'approvisionne au Bangladesh, l'entreprise suisse **Switcher** a créé un « fonds de solidarité » interne, alimenté par l'équivalent d'1 % du prix de ses commandes. Ce fonds est destiné à effectuer le versement d'un « bonus » aux travailleurs de l'usine. Si les commandes de Switcher correspondaient à 100% de la capacité de production de l'usine (Switcher ne représente en réalité que 6% de la production) les montants versés au fonds permettraient de doubler les salaires de l'ensemble des travailleurs et travailleuses de l'usine. En juin 2014, ce fonds de solidarité effectuera les versements des premiers bonus directement aux travailleurs. L'opération devrait ensuite être renouvelée annuellement. On le comprend aisément, du fait de sa position de client minoritaire, comme le sont la plupart des

PME, les bonus versés ne permettront pas de combler le fossé entre salaire minimum légal et salaire vital. Et même avec 100 % des parts, le niveau du salaire vital ne serait pas atteint: en effet, le montant du salaire vital pour le Bangladesh tel qu'il est défini par l'Asia Floor Wage Alliance est cinq fois plus élevé que le salaire minimum bangladais.

Toutefois, nous estimons que cette idée peut être considérée comme un modèle et qu'elle témoigne de l'engagement de Switcher en faveur de meilleures pratiques salariales. La Fair Wear Foundation espère pouvoir poursuivre cette initiative après que les premiers bonus auront été versés et propose des formations pour lancer des initiatives similaires. Nous espérons que la FWF s'engagera en faveur d'un référentiel crédible lorsque les bonus seront versés pour la deuxième fois. D'autres entreprises membres de la Fair Wear Foundation ont manifesté un intérêt pour prendre part à ce projet.

Lidl a fait mention d'un projet similaire, en partenariat avec GIZ (la Coopération allemande). Depuis 2011, Lidl verse aux travailleurs d'une usine au Bangladesh à titre de bonus un montant équivalent à peu près à un salaire mensuel tous les six mois, dans le but d'augmenter les salaires. Nous ne savons pas si cette mesure s'inscrit dans un programme global visant à augmenter les salaires dans d'autres usines ni comment le montant versé a été calculé.

5.2. INITIATIVES POUR LA LIBERTÉ D'ASSOCIATION

Dans l'industrie de l'habillement, la liberté d'association est systématiquement bafouée. Il est dès lors nécessaire que les clients de l'industrie adoptent une attitude proactive consistant à encourager la liberté syndicale.

À l'échelle internationale, des instruments intéressants ont été développés à cette fin. En Indonésie, le protocole intitulé « Freedom of Association Protocol » est un accord formel public qui a été signé en 2011, après deux ans de négociations, par six grandes marques dont **Adidas, Nike, Asics et Puma**¹⁵, leurs fournisseurs et cinq fédérations syndicales indonésiennes. Cet accord engage toutes les parties à mettre en œuvre la liberté d'association dans les usines de vêtements et chaussures de sport en Indonésie. Il contient des mesures concrètes que les fournisseurs et les syndicats ont accepté de mettre en œuvre pour faire respecter les droits syndicaux sur les lieux de travail: les fournisseurs doivent informer les travailleurs de leur droit de s'organiser; ils doivent mettre à leur disposition un espace pour les bureaux et les réunions au sein des usines; ils acceptent que les responsables des syndicats exécutent les tâches du syndicat et organisent des réunions pendant les heures de travail; ils autorisent l'usage des véhicules de l'entreprise; ils acceptent que les fanions du syndicat soient visibles dans l'usine; ils facilitent le travail du syndicat en déduisant les cotisations directement des fiches de paye des affiliés; ils mettent à disposition des panneaux d'affichage à l'intérieur de l'usine afin que

les syndicats puissent communiquer avec les travailleurs, etc. La mise en œuvre de cet accord progresse.

D'autres engagements formels visant à garantir la liberté d'association sont en cours: **Inditex** a notamment signé il y a quelques années un accord cadre international avec le syndicat international ITGLWF, aujourd'hui IndustriALL. Nous ne savons pas quel est l'avancement de ce projet.

Parmi les autres projets en cours, on peut citer le programme intitulé « Joint Turkey Programme » auquel participe **Inditex**, en partenariat avec le syndicat IndustriALL. Ce projet vise à développer un dialogue social mature et serein autour de l'augmentation des salaires. Aucun résultat n'est disponible pour le moment.

Par ailleurs, de premières mesures ont été prises pour tenter de limiter, de façon ciblée, le recours à des contrats de court terme au sein des filières d'approvisionnement. Les contrats temporaires sont souvent utilisés par les employeurs pour empêcher les augmentations de salaire et menacer la liberté d'association (beaucoup de travailleurs employés sur base de tels contrats disent qu'ils ont peur d'adhérer à un syndicat parce que leur contrat pourrait ne pas être renouvelé dans ce cas). On peut relever dans ce domaine la stratégie élaborée par **Nike** pour limiter à un maximum de 15% les contrats à court terme chez chacun de ses fournisseurs. À notre connaissance, aucune autre grande marque ne s'est engagée dans ce domaine.

Parmi les entreprises belges sondées, aucune n'a signé d'accord cadre international avec les syndicats mondiaux ni fait preuve de démarches spécifiques en faveur de la liberté d'association des travailleurs, à l'exception de **Mayerline**. Mayerline développe l'approche et la stratégie de la Fair Wear Foundation qui se fonde sur la coopération entre entreprises européennes, syndicats locaux et organisations de défense des travailleurs. La réaction constructive de Mayerline suite à une plainte déposée via la Fair Wear Foundation par des travailleurs d'un fournisseur turc licenciés pour activités syndicales montre que l'entreprise a pris ses responsabilités dans le cadre de ce conflit social. **AS Adventure** et **Cassis-paprika** se réfèrent aux démarches promues par le BSCI mais n'ont apporté aucun élément démontrant d'initiatives particulières en termes de formation des travailleurs ni d'efficacité d'un éventuel système de plainte. **Bel & Bo** et **E5 Mode** limitent leur engagement aux prescrits de leurs codes de conduite et à leur diffusion sur les lieux de production. **Mer du Nord** se repose sur le fait qu'elle localise la plus grande partie de sa production dans des pays où la liberté syndicale est garantie par la loi. **JBC** annonce dans ses plans futurs la mise en place d'un système de plainte et sa volonté de faire signer par ses fournisseurs un document garantissant la liberté syndicale des travailleurs. Nous suivrons ces développements avec attention.

15. Auxquelles s'ajoutent Pentland et New Balance dont les profils sont disponibles sur www.achact.be.

6. COMMENT L'ENQUÊTE A ÉTÉ MENÉE

6.1. MÉTHODOLOGIE

L'enquête est un projet collaboratif du réseau de la Clean Clothes Campaign. Nous espérons que les résultats obtenus inciteront les entreprises à profiter des travaux accomplis par d'autres et que ces informations permettront des synergies entre les organisations de travailleurs et les entreprises en vue de mettre en œuvre un salaire vital. Il est important de souligner que la présente étude se limite à évaluer les politiques et pratiques des entreprises visant à augmenter les salaires dans les usines des fournisseurs; le classement ne tient pas compte du niveau actuel des salaires. Hormis l'exigence d'éléments probants, aucune vérification indépendante des informations fournies par les entreprises n'a été effectuée.

La méthodologie utilisée pour réaliser la présente étude a été définie conjointement avec l'Asia Floor Wage Alliance. Le questionnaire a été rédigé sur la base du document relatif aux 10 étapes de la feuille de route pour mettre en œuvre un salaire vital élaboré par l'Asia Floor Wage Alliance en 2011. Les entreprises ont été priées de répondre à des questions pratiques et concrètes portant sur des domaines variés, allant de la formation des travailleurs aux incitants octroyés aux acheteurs en passant par les référentiels de salaire et la transparence. L'objectif était de collecter des informations concrètes sur les efforts réalisés en vue d'un salaire vital.

50 entreprises internationales actives dans le domaine de la distribution d'habillement ont été invitées à participer à l'étude. Nous en avons sélectionnées 37, présentes sur le marché belge, et y avons ajouté 18 entreprises belges. Il s'agit tant d'entreprises de mode, de marques et distributeurs de vêtements de sport, de distributeurs de vêtements bon marché et produits en grandes séries que de marques de luxe. Sur 50 entreprises internationales contactées, 15 n'ont pas répondu au questionnaire. Sur les 18 belges, 11 n'ont pas donné suite à l'enquête. Leur profil a malgré tout été élaboré sur la base des informations accessibles au public.

Nous avons envoyé notre questionnaire aux entreprises entre Juin et Septembre 2013 et avons réceptionné leurs réponses entre Octobre et Décembre 2013. Lorsque cela s'avérait nécessaire, nous avons demandé des clarifications. Les données ont été analysées, puis les initiatives de chaque entreprise ont été évaluées selon une fiche de critères et un modèle de profil pré-établis. Chaque entreprise a été évaluée dans quatre domaines qu'achACT considère comme essentiels pour que les entreprises assument leurs responsabilités (devoir de diligence) en vue de respecter le droit à un salaire vital. Une note (entre 1 et 10) a été attribuée pour chacun de ces domaines. Le profil de chaque firme a ainsi été élaboré, afin de mettre en évidence les progrès réalisés en matière de salaire vital.

Les projets des profils ont été envoyés aux entreprises afin qu'elles puissent donner leur avis avant la publication et apporter des corrections factuelles ou formuler des commentaires le cas échéant. Les commentaires appropriés des entreprises ont été pris en compte.

6.2 OBJET DE L'ENQUÊTE

Nous estimons que les efforts réalisés par une entreprise en vue de mettre en œuvre un salaire vital constituent un bon indicateur de son engagement pour les droits des travailleurs en général. C'est pour cette raison que nous avons décidé de nous concentrer sur cette question dans la présente étude. Nous avons également pris en considération les mesures prises pour garantir la liberté d'association, les pratiques en matière d'achat et d'autres questions, puisque les efforts réalisés dans ces domaines contribuent de manière significative à améliorer la situation des travailleurs.

La présente enquête se concentre sur les droits des travailleurs et travailleuses qui fabriquent des vêtements pour de grands distributeurs et ne prend pas en considération les droits des travailleurs qui, par exemple, vendent des produits dans des magasins en Europe, cueillent le coton ou travaillent à d'autres niveaux de la production tels que la filature, le tissage ou la teinture. Elle ne tient pas non plus compte des questions environnementales ni des droits des animaux. Cette étude ne préjuge pas d'éventuels efforts fournis par les entreprises sondées dans ces domaines.

Il est aussi important de souligner qu'un certain nombre d'entreprises nous ont informés de mesures qu'elles ont prévu de prendre mais qu'elles n'ont pas encore prises. Ces progrès « à venir » n'ont pas été notés: nous avons délibérément fondé notre évaluation uniquement sur des faits plutôt que sur des déclarations d'intention. Toutefois, les engagements des entreprises en faveur d'un salaire vital sont mentionnés dans leur profil lorsque cela s'avère pertinent et nous veillerons à actualiser ces données dans la mesure de nos moyens.

6.3 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

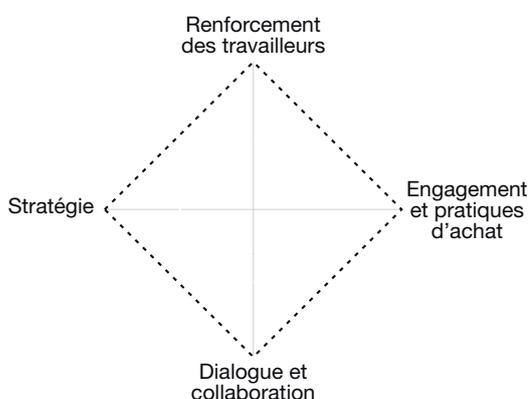
Les profils de la présente étude sont fondés sur les informations que les marques et les distributeurs ont eux-mêmes fournies; d'autres informations accessibles au public ont parfois été utilisées. Nos profils peuvent aussi bien refléter l'investissement que les entreprises ont consenti pour répondre à notre questionnaire que celui qu'elles mettent dans les efforts pour améliorer concrètement la situation des travailleurs. Il ne s'agit pas nécessairement d'une faiblesse de l'étude: la transparence et le fait de rendre des comptes aux parties impliquées sont deux aspects inhérents à une mise en œuvre effective par l'entreprise de sa responsabilité de filière. Nous encourageons chaque lecteur à consulter d'autres sources, lorsque cela est possible, et à utiliser les clés d'analyse que nous lui avons fournies avant de tirer des conclusions. Cela dit, nous avons essayé de vérifier toutes les informations contenues dans les profils avec des personnes qui ont des connaissances approfondies des approches individuelles des entreprises.

EXPLICATION DES DIAGRAMMES DES PROFILS

Nous avons attribué à chaque entreprise une couleur et un graphique pour aider le lecteur à visualiser dans quelle mesure l'entreprise concernée met en œuvre un salaire vital. Le système de couleurs n'indique pas le niveau actuel des salaires versés aux travailleurs dans la filière d'approvisionnement d'une entreprise. Il permet de visualiser le degré d'investissement consenti par l'entreprise en faveur d'un salaire vital. Les entreprises ont été évaluées dans quatre domaines qui contribuent ensemble à la mise en œuvre d'une stratégie solide en vue du versement d'un salaire vital.

Ces quatre domaines sont :

- le renforcement des droits des travailleurs et travailleuses
- les référentiels et les pratiques d'approvisionnement
- le dialogue et la collaboration avec d'autres parties prenantes
- la stratégie vers un salaire vital



LES CATÉGORIES



Muettes : Ces entreprises n'ont pas répondu à notre questionnaire.

NOIR/BLANC

Non-engagées : Ces entreprises ne prennent quasi aucun engagement en faveur du versement d'un salaire vital.

ROUGE

Négligentes : Ces entreprises reconnaissent l'importance du salaire vital mais ne prennent que peu de mesures concrètes pour garantir sa mise en œuvre.

ORANGE

Peut mieux faire : Ces entreprises ont pris de premières mesures pour la mise en œuvre d'un salaire vital, mais celles-ci restent peu convaincantes.

JAUNE

Sur le bon chemin : Ces entreprises ont pris des mesures concrètes pour le versement de salaires vitaux mais elles devraient faire davantage.

VERT

Engagées : Ces entreprises s'engagent de manière significative pour garantir le versement de salaires vitaux et peuvent montrer que les mesures prises conduisent à des salaires plus élevés.

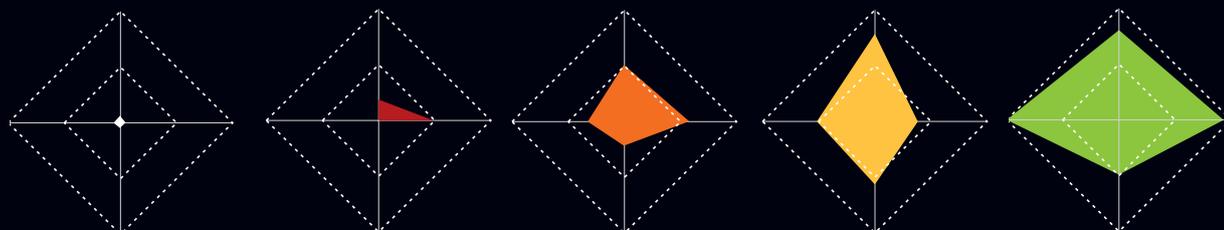
EXEMPLES DE GRAPHIQUE

Chaque diagramme illustre le degré d'engagement de l'entreprise sur base de 4 axes cotés de 0 (au centre) à dix (bord du grand losange). Les axes correspondent aux 4 domaines d'évaluation. Les couleurs sont définies en fonction du total des performances sur chacun des axes.

REMARQUE SUR L'ÉVALUATION DES ENTREPRISES

L'enquête se base sur les indications propres des entreprises et sur des recherches internet complémentaires. La représentation qui en découle est la situation à la fin 2013. Elle ne prétend pas à l'exhaustivité. L'évaluation ne peut être utilisée à des fins publicitaires, ou pour affirmer que telle ou telle marque ou produit est recommandé par achACT ou par la Clean Clothes Campaign.

INFO WANTED



MUETTES

Armani
Benetton
Celio
Desigual
Diesel
Hugo Boss
Levi-Strauss
Mexx
S.Oliver
Vuitton

LES BELGES

Caroline Biss
Essentiel-Antwerp
FNG Group
J & Joy
Lola & Liza
Orchestra-Prémaman
River Woods
Scapa Sports
Talking French
Trafic
Tricobel-Signe Nature

NON ENGAGÉES

Aldi
Carrefour
Charles Vögele
Decathlon
Esprit
Gucci
IC Companys
Mango
Orsay
Pimkie
Pentland
Promod
VF Corporation
Versace
WE

LES BELGES

AS Adventure
Bel&Bo
Cassis-Paprika
E5 Mode
JBC
Mer du Nord

NÉGLIGENTES

ASICS
Bestseller
C&A
G-Star
Gap
Lidl
Nike

PEUT MIEUX FAIRE

Adidas
H&M
New Look
Primark
Puma

LA BELGE

Mayerline

SUR LE BON CHEMIN

Inditex
Marks & Spencer
Switcher

ENGAGÉES

[aucune entreprise dans cette catégorie]



PROFILS

INDEX DES MARQUES

55DSL	voir profil Diesel	60	Cobra	voir profil Puma	113
7 for All	voir profil VF Corporation	127	Collezione	voir profil Marks&Spencer	92
& Other Stories	voir profil H&M	74	Converse	voir profil Nike	103
Adidas		33	Cos	voir profil H&M	74
Aldi		35	CSK	voir profil FNG Group	66
Angelo Litrico	voir profil C&A	47	Decathlon		27
Armani Collezioni	voir profil Armani	37	Denim Co.	voir profil Primark	108
Armani Exchange	voir profil Armani	37	Denizen	voir profil Levi Strauss & Co	84
Armani Junior	voir profil Armani	37	Desigual	voir profil Desigual	59
Artengo	voir profil Decathlon	57	Diesel	voir profil Diesel	60
Asics		40	Diesel Black Gold	voir profil Diesel	60
Athleta	voir profil GAP-Inc	69	Diesel Kid	voir profil Diesel	60
Atmosphere	voir profil Primark	108	Dockers	voir profil Levi Strauss & Co	84
Autograph	voir profil Marks&Spencer	92	Domyos	voir profil Decathlon	57
Ayacucho	voir profil A.S. Adventure	38	E5 Mode	voir profil E5 Mode	61
B'Twin	voir profil Decathlon	57	EA7	voir profil Armani	37
B&W	voir profil Primark	108	Eagle Creek	voir profil VF Corporation	88
Baby Club	voir profil C&A	47	EastPak	voir profil VF Corporation	88
Baker Bridge	voir profil FNG Group	66	EDC	voir profil Esprit	63
Banana Republic	voir profil GAP-Inc	69	Ella Moss	voir profil VF Corporation	88
Bel&Bo	voir profil Bel&Bo	42	Emporio Armani	voir profil Armani	37
Bershka	voir profil Inditex	78	Esprit		63
Big&Tall	voir profil Marks&Spencer	92	Esprit Casual	voir profil Esprit	63
Blue Harbour	voir profil Marks&Spencer	92	Esprit Collection	voir profil Esprit	63
Blue Ridge	voir profil WE Fashion	130	Esprit Sports	voir profil Esprit	63
Bulwark	voir profil VF Corporation	127	Essentiel	voir profil Essentiel-Antwerp	65
Bumba	voir profil JBC	82	Equarea	voir profil Decathlon	57
Canda	voir profil C&A	47	Expresso	voir profil FNG Group	66
Caperlan	voir profil Decathlon	57	Fix	voir profil Decathlon	57
Caroline Biss		49	Fouganza	voir profil Decathlon	57
Cassis	voir profil Cassis-Paprika	52	Fred&Ginger	voir profil FNG Group	66
Cedarwood State	voir profil Primark	108	G-Star Raw Denim	voir profil G-Star	67
Celio	voir profil Celio	54	Gap	voir profil GAP-Inc	69
Charles Vögele	voir profil Charles Vögele	55	Giorgio Armani	voir profil Armani	37
Cheap Monday	voir profil H&M	74	Golf	voir profil Puma	113
Classis	voir profil Marks&Spencer	92	Gucci		72
Claudia Sträter	voir profil FNG Group	66	H&M		74
Clockhouse	voir profil C&A	47	H.E. by Mango	voir profil Mango	90

INDEX DES MARQUES [SUITE]

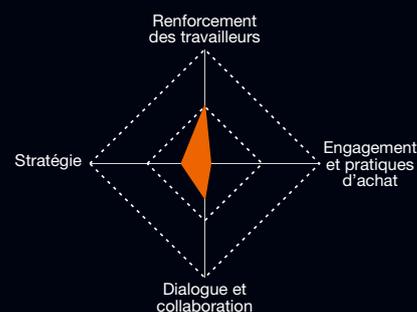
Haglöfs	voir profil Asics	40	Monki	voir profil H&M	74
Hello Kitty	voir profil JBC	82	Musti	voir profil JBC	82
Here&There	voir profil C&A	47	Nabaiji	voir profil Decathlon	57
Horace Small	voir profil VF Corporation	88	Name It	voir profil Bestseller	45
Hugo Boss		77	Napapijri	voir profil VF Corporation	88
Hurley	voir profil Nike	103	Nautica	voir profil VF Corporation	88
Inesis	voir profil Decathlon	57	Newfeel	voir profil Decathlon	57
Indigo Collection	voir profil Marks&Spencer	92	New Look		100
Intermix	voir profil GAP-Inc	69	Nike	voir profil Nike	103
Jack&Jones	voir profil Bestseller	45	Nike Golf	voir profil Nike	103
JanSport	voir profil VF Corporation	88	No Secret	voir profil Primark	108
Jn Joy	voir profil J&Joy	81	North Coast	voir profil Marks&Spencer	92
Jordan	voir profil Nike	103	Novardy	voir profil Decathlon	57
Junarose	voir profil Bestseller	45	Object Collectors Item	voir profil Bestseller	45
Kalenji	voir profil Decathlon	57	Ocean Club	voir profil Primark	108
Karen Reese	voir profil Lola&Liza	89	Old Navy	voir profil GAP-Inc	69
Kipling	voir profil VF Corporation	88	Onitsuka Tiger	voir profil Asics	40
Kipsta	voir profil Decathlon	57	Orchestra	voir profil Orchestra-Prémaman	69
L&L	voir profil Lola&Liza	89	Outfitters Nation	voir profil Bestseller	45
Lee	voir profil VF Corporation	88	Oxelo	voir profil Decathlon	57
Lefties	voir profil Inditex	78	Oysho	voir profil Inditex	78
Levi's	voir profil Levi Strauss & Co	84	Palomino	voir profil C&A	47
Lidl		87	Paprika	voir profil Cassis-Paprika	52
Limited Collection	voir profil Marks&Spencer	92	Per Una	voir profil Marks&Spencer	92
Louis Vuitton	voir profil Vuitton	129	Pieces	voir profil Bestseller	45
Love to Lounge	voir profil Primark	108	Pimkie		106
Lucy	voir profil VF Corporation	88	Pipeline	voir profil GAP-Inc	67
M&M Collection	voir profil Marks&Spencer	92	Playlife	voir profil Benetton Group	44
Maestro	voir profil Trafic	123	Plop	voir profil JBC	82
Mamalicious	voir profil Bestseller	45	Portforlio	voir profil Marks&Spencer	92
Mango	voir profil Mango	90	Prémaman	voir profil Orchestra-Prémaman	105
Mango Kids	voir profil Mango	90	Primak		72
Mankind	voir profil VF Corporation	88	Promod		111
Massimo Dutti	voir profil Inditex	78	Pull&Bear	voir profil Inditex	78
Maya	voir profil JBC	82	Puma		113
Mayerline		95	Pure Basic	voir profil Trafic	123
Mer du Nord		97	Quechua	voir profil Decathlon	57
Mexx		99	Red Kap	voir profil VF Corporation	88

INDEX DES MARQUES [SUITE]

Reebok	voir profil Adidas Group	33	Very Me	voir profil Lola&Liza	89
Reef	voir profil VF Corporation	88	Very Me Kids	voir profil Lola&Liza	89
Riders By Lee	voir profil VF Corporation	88	Vila Clothes	voir profil Bestseller	45
River Woods		116	Violeta	voir profil Mango	90
Rockport	voir profil Adidas Group	33	WE	voir profil WE Fashion	130
Rockrider	voir profil Decathlon	57	Wed'ze	voir profil Decathlon	57
Rodeo Sport	voir profil C&A	47	Weekday	voir profil H&M	74
Rustler	voir profil VF Corporation	88	Westbury	voir profil C&A	47
S.Oliver		117	Whale	voir profil Switcher	119
Samson	voir profil JBC	82	Wrangler	voir profil VF Corporation	88
Savile Row Inspired	voir profil Marks&Spencer	92	Yessica	voir profil C&A	47
Scapa Sports		118	Yessica Pure	voir profil C&A	47
Secret Possessions	voir profil Primark	108	Young Dimension	voir profil Primark	108
Selected	voir profil Bestseller	45	Your Sixth Sense	voir profil C&A	47
Signature	voir profil	84	Zara	voir profil Inditex	78
by Levi Strauss & Co	Levi Strauss & Co		Zara Home	voir profil Inditex	78
Signe Nature	voir profil Tricobel-Signe Nature	124	Zoë Kids	voir profil Lola&Liza	89
Simond	voir profil Decathlon	57	Zoë Loveborn	voir profil Lola&Liza	55
Sisley	voir profil Benetton Group	44			
SmartWool	voir profil VF Corporation	88			
Solognac	voir profil Decathlon	57			
Splendid	voir profil VF Corporation	88			
Stradivarius	voir profil Inditex	78			
Stratermic	voir profil Decathlon	57			
Switcher		81			
Talking French		122			
TaylorMade	voir profil Adidas Group	33			
Tex	voir profil Carrefour	20			
The North Face	voir profil VF Corporation	88			
Timberland	voir profil VF Corporation	88			
Trafic		123			
Tribord	voir profil Decathlon	57			
Tretorn	voir profil Puma	113			
Undercolors of Benetton	voir profil Benetton Group	44			
Uterqüe	voir profil Inditex	78			
Van Hassels	voir profil FNG Group	66			
Vans	voir profil VF Corporation	88			
Vero Moda	voir profil Bestseller	45			
Versace		125			

ADIDAS GROUP

MARQUES : Adidas, Reebok, TaylorMade, Rockport



Filières d'approvisionnement

977 fournisseurs de premier rang, 132 fournisseurs sous-traitants
Adidas publie une liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Chine, Vietnam, Japon, Indonésie, Brésil, autre

Chiffre d'affaires 2012

€ 14,8 milliards

Bénéfice 2012

€ 791 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

46 306

Nombre de points de vente au 31/12/2012

2 446 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Le Groupe Adidas s'est penché sur la question du salaire équitable et a conclu que la meilleure manière d'améliorer le bien-être général des travailleurs était de travailler avec nos partenaires commerciaux au niveau de l'entreprise afin de promouvoir des mécanismes de fixation de salaire transparents, conçus avec la participation des travailleurs [...] »

« Nous apprécions ce que les ONG de défense des travailleurs ont fait pour développer l'Asia Floor Wage. Nous reconnaissons également qu'il s'agit d'un salaire de référence utile recevant le soutien de la société civile et des syndicats internationaux. Toutefois, nous n'exigeons pas de nos fournisseurs de se référer à une méthodologie spécifique en matière de calcul du salaire vital lorsqu'ils examinent le coût de la vie pour leurs travailleurs. Nous continuons à explorer le sujet par le biais de notre engagement au sein du Fair Wage Network.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Adidas cherche actuellement à identifier ses pratiques salariales en Asie, mais en tant qu'entreprise, il ne souhaite toujours pas définir ce que signifie un salaire vital pour son activité. En laissant cette responsabilité peser sur ses fournisseurs, il fait obstacle au changement significatif de pratiques dont les travailleurs ont tant besoin. Adidas doit identifier une méthode de calcul d'un salaire vital et adapter les prix qu'il paie à ses fournisseurs afin de permettre sa mise en œuvre.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? Non.

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Adidas déclare : « Nous encourageons nos fournisseurs à maintenir un climat de non-ingérence dans les activités des syndicats et à mettre en œuvre des systèmes efficaces de communication entre les travailleurs et la direction. »

Adidas évoque des formations pour les travailleurs et la direction des usines pour traiter de la liberté d'association. Elles concernent 15 % de ses fournisseurs. Adidas mentionne également des expériences consistant à délivrer aux travailleurs de ses fournisseurs une garantie du « droit à s'organiser ».

Adidas dispose de centres d'appel pour recevoir les plaintes des travailleurs, dont le numéro est affiché dans toutes les usines de fournisseurs agréés. Ces centres sont gérés par des ONG indépendantes et les plaintes font l'objet d'un suivi par des employés d'Adidas Asie. Lorsque la plainte est contestée, les travailleurs/syndicats sont encouragés à déposer une plainte auprès de la Fair Labor Association. Adidas est également en train de déployer un service de plainte par SMS. L'utilisation de ce service est surveillée par des parties tierces indépendantes.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Adidas possède une liste de « fournisseurs stratégiques » chez qui il place 85 % de ses commandes et « n'encourage pas la sous-traitance ».

Adidas déclare : « Nous avons déjà mené des études approfondies sur les salaires dans des pays sélectionnés et sommes en train de mener un processus d'identification d'un salaire équitable (Fair Wage Assessments) dans cinq pays à bas salaire. »

Adidas se base actuellement sur le salaire minimum légal ou le salaire en vigueur dans l'industrie afin de savoir si ses fournisseurs offrent un salaire équitable.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Adidas a travaillé en collaboration avec des syndicats et des ONG en Indonésie afin de concevoir et signer un protocole sur la liberté d'association avec les fournisseurs et les syndicats. Ce protocole garantit certains droits concrets aux travailleurs dans les usines de ses fournisseurs.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Adidas déclare que son processus d'identification d'un salaire équitable « aidera les fournisseurs individuels – et le Groupe Adidas – à identifier les pratiques de management nécessaires à chaque aspect d'un salaire équitable. Ces différentes dimensions seront mises en place progressivement dans les cinq années à venir. » Ce travail « comprend la prise en considération de référentiels d'un salaire vital. » Aucune information n'a été donnée quant à ces référentiels, ou comment ils seront appliqués afin d'augmenter les salaires réels.

COMMENTAIRES D'ACHAT

Il est décevant qu'une entreprise aussi importante qu'Adidas ne se soit pas encore engagée dans une stratégie de mise en œuvre d'un salaire vital et se contente de s'assurer que les usines de ses fournisseurs offrent un salaire minimum. Bien qu'Adidas déclare « se pencher sur la question des salaires équitables » grâce à sa participation au Fair Wage Network, cela ne l'engage pas à agir pour augmenter les salaires payés dans les usines de ses fournisseurs. Recueillir des données et en apprendre davantage sur le problème

n'est pas la priorité en ce moment.

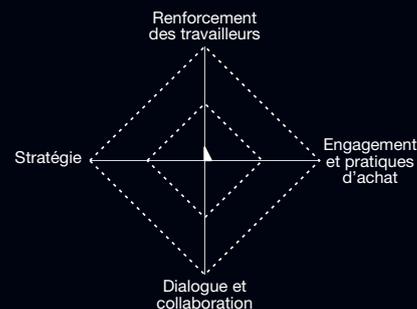
Adidas semble bien disposer d'un système solide, en tant qu'entreprise, pour gérer sa responsabilité vis-à-vis de sa filière d'approvisionnement. Sa collaboration en Indonésie avec les syndicats pour signer un protocole sur la liberté d'association est louable. Nous souhaitons que cet engagement débouche sur une amélioration des salaires.

Adidas doit profiter de son important pouvoir d'achat et de sa grande influence pour promouvoir un changement de comportement de la part de ses fournisseurs, en choisissant de travailler avec ceux qui offrent de meilleurs salaires et en adaptant ses pratiques d'approvisionnement et de fixation des prix payés à ses fournisseurs afin de garantir que tous les travailleurs confectionnant ses produits reçoivent un salaire vital. Pour nous, il est essentiel que les entreprises adoptent des référentiels clairs afin, d'une part, de pouvoir mesurer les salaires permettant aux travailleurs de subvenir à leurs besoins et, d'autre part, d'intégrer effectivement les montants d'un salaire vital dans les prix payés aux fournisseurs.

Malheureusement, la direction d'Adidas semble aller dans la direction opposée : le CEO d'Adidas, Herbert Hainer, a récemment déclaré dans un article qu'en raison de l'augmentation significative du salaire minimum en Chine, l'entreprise avait l'intention de délocaliser la production ailleurs. Ce chantage commercial laisse penser aux gouvernements asiatiques que si les salaires augmentent, les acheteurs fuiront. Cela entraîne dans l'industrie un nivellement des salaires par le bas. Adidas doit changer de tactique s'il veut prouver que son engagement envers des pratiques de « salaire équitable » est plus qu'un beau discours.

ALDI NORD & ALDI SUD

MARQUE: Aldi



Filières d'approvisionnement	Ni Aldi Nord, ni Aldi Sud n'ont fourni cette information. Les deux entreprises ont déclaré avoir passé 100 % de leurs commandes par le biais d'agences ou d'intermédiaires. Ni Aldi Nord, ni Aldi Sud n'ont publié une liste complète des noms et adresses des usines de leurs fournisseurs.
Pays de production	Ni Aldi Nord, ni Aldi Sud n'ont fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	Aldi Nord : € 11,5 milliards – Aldi Sud : € 15 milliards
Bénéfice 2012	?
Nombre d'employés au 31/12/2012	Aldi Nord : 53 000 – Aldi Sud : plus de 35 000
Nombre de points de vente au 31/12/2012	Aldi Nord : 2 500 magasins – Aldi Sud : plus de 1 800 magasins

À noter : Aldi Nord et Aldi Sud ont répondu séparément à notre enquête. Leurs réponses étaient toutefois sensiblement les mêmes et ces entreprises semblent travailler en étroite collaboration.

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Notre code exige le paiement du salaire minimum légal. Ce salaire doit permettre de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et apporter un revenu discrétionnaire. Ceci n'étant souvent pas le cas, nous soutenons une amélioration de la situation par le biais du BSCI (Business Social Compliance Initiative) qui développe une démarche visant le paiement d'un salaire vital. Pour nous, il est essentiel d'aborder la question de la rémunération équitable des travailleurs de manière globale. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Aldi Nord et Aldi Sud n'ont fourni que très peu d'éléments témoignant de leurs efforts pour résoudre le problème des salaires trop faibles pour assurer la subsistance des travailleurs. Leur modèle commercial qui consiste à se fournir à 100 % auprès d'agences leur sert d'échappatoire pour faire peser sur des tiers la responsabilité du respect des droits humains (tel que le droit à un salaire vital). Toutefois, ils sont toujours tenus de s'assurer que ces droits sont respectés.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] ALDI NORD & ALDI SUD

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Aldi Nord et Aldi Sud déclarent : « Ce droit [la liberté d'association et de négociation collective] est clairement couvert par le Code de conduite du BSCI qui doit être affiché visiblement sur le lieu de travail. »

Aldi Nord et Aldi Sud nous ont également fait part de leur « Projet d'amélioration des usines » (Aldi Factory Advancement Project) qui est « un programme de dialogue entre les travailleurs et la direction des usines. Ce projet vise à permettre aux participants d'appliquer des méthodes, des techniques de communication et de gestion des conflits afin de résoudre les problèmes sociaux au sein des sites de production ». Le projet a été lancé en septembre 2013.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Aucun référentiel de salaire vital n'a été fourni.

Aldi Nord déclare : « Nous pensons que des relations commerciales équitables et durables constituent des facteurs importants dans notre partenariat avec nos fournisseurs. Dans ce contexte, Aldi Nord soutient ses fournisseurs en leur communiquant des orientations et instructions

claires. Il est exigé des fournisseurs qu'ils fassent preuve d'une totale transparence dans tous les contrats avec Aldi Nord, ce qui permet de faire avancer et de contrôler activement l'amélioration des conditions sur les sites de production. » Aldi Sud nous a transmis la même déclaration, en remplaçant « Nord » par « Sud ».

La démarche d'Aldi Nord et d'Aldi Sud s'appuie sur un système d'audits et sur les normes du BSCI.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Aldi Nord et Aldi Sud sont membres du BSCI, mais aucun engagement d'amélioration des salaires n'a été évoqué dans ce cadre.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Aldi Nord et Aldi Sud n'ont fourni aucun détail quant à une éventuelle stratégie permettant de garantir un salaire vital aux travailleurs employés par leurs fournisseurs.

COMMENTAIRES D'ACHAT

Aldi Nord et Aldi Sud affirment n'avoir aucun lien commercial direct avec leurs fournisseurs. Cela les amène à considérer qu'ils ne disposent quasi d'aucun moyen pour améliorer les droits des personnes qui confectionnent leurs vêtements, tel

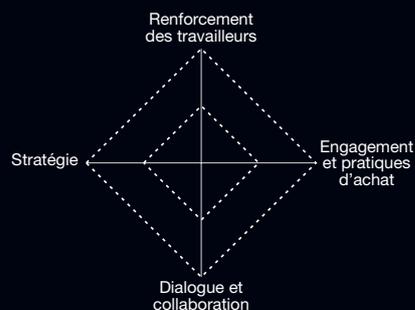
que le droit à un salaire vital. Toutefois, cela ne les dispense pas de la responsabilité d'agir. Pour nous, le devoir de diligence raisonnable pour garantir le respect du droit à un salaire vital va au-delà d'un modèle d'audits.

L'Aldi Factory Advancement Project est encourageant bien que son objectif ne soit pas tout à fait clair. Il tend à améliorer le dialogue entre les travailleurs et la direction des usines. Nous espérons que des syndicats indépendants participent à ce processus et que le dialogue instauré appuie le droit de négocier collectivement.

Aldi Nord et Aldi Sud ont tous les deux déclaré être en faveur du changement amené par le travail du BSCI pour garantir un salaire vital. Nous exprimons des réserves sur le travail du BSCI en la matière, qui manque notamment de clarté. De plus, Aldi n'a pas prouvé son engagement spécifique dans cette démarche. Aldi Nord comme Aldi Sud doivent maintenant prendre leurs responsabilités afin de s'assurer que les travailleurs fabriquant leurs produits reçoivent un salaire qui leur permette de satisfaire leurs besoins fondamentaux, et qu'une stratégie adéquate soit adoptée afin de payer un salaire vital aux personnes qui confectionnent leurs produits.

ARMANI

MARQUES : Giorgio Armani, Armani Collezioni, Emporio Armani, EA7, Armani Exchange, Armani Junior



Filières d'approvisionnement

Armani n'a pas fourni cette information.
Armani ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Armani n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 2.1 milliards – Avec les ventes de licence ce chiffre s'élève à € 7.4 milliards

Bénéfice 2012

€ 339 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

6 200

Nombre de points de vente au 31/12/2012

2 203

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet et le code de conduite de l'entreprise. Les seules informations disponibles sur le sujet disent : « Nous traiterons nos employés équitablement en matière de rémunération, d'avantages sociaux et de conditions de travail, ce qui comprend un environnement de travail sûr et sain. Nous ne traiterons avec aucune entreprise n'apportant pas ces garanties. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

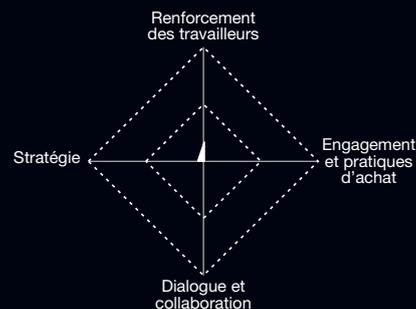
Cette entreprise n'a pas répondu à notre enquête et le peu d'informations disponibles sur son site ne laisse rien apparaître. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en terme de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

A.S. ADVENTURE ^{.be}

MARQUE: Ayacucho



Filières d'approvisionnement	AS Adventure ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Ayacucho : Chine (85%), Roumanie (10%), Indonésie (5%)
Chiffre d'affaires 2012	€ 138.2 millions
Bénéfice 2012	€ -11.1 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	533.5 ETP
Nombre de points de vente au 31/12/2012	40 magasins en Belgique, France et Luxembourg

AS Adventure est un distributeur multimarques. Aux côtés de plus de 200 marques de vêtements et accessoires de loisirs, AS Adventure propose également sa propre marque, Ayacucho. Ayacucho a été créé en 2009 et représente moins de 5% du chiffre d'affaires d'AS Adventure.

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Tous les partenaires et les fournisseurs d'Ayacucho, doivent souscrire au code de conduite du BSCI. Ce code impose le paiement du salaire minimum légal. Ce salaire doit permettre de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et leur apporter un revenu discrétionnaire. Ceci n'étant pas toujours le cas, nous soutenons le paiement d'un salaire vital, par le biais du travail du BSCI. »

« Une approche globale est essentielle sur la question d'une rémunération équitable pour les travailleurs. Dans ce contexte, il est important de traiter les aspects qualitatifs et quantitatifs des salaires. Mettre l'accent sur l'aspect quantitatif ne suffit pas. Le BSCI souligne ainsi l'importance du moyen de paiement, les délais de paiement, la prise en compte des compétences et du niveau d'éducation du travailleur. Il doit en outre y avoir égalité de traitement de tous les travailleurs, qu'il soient employés à plein-temps, mi-temps ou payés à la pièce. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

AS Adventure nous a fourni la réponse type des membres du BSCI. L'enseigne vend plus de 200 marques aux côtés de sa marque propre, Ayacucho, dont elle confie l'approvisionnement à des partenaires en charge du contrôle de la production et du transport et pour laquelle elle a recours à des fournisseurs qui ont souscrit au code du BSCI. Cet engagement nous paraît insuffisant. Si AS Adventure désire se démarquer comme entreprise socialement responsable, elle doit affronter la question quantitative liée aux salaires payés aux travailleurs de ses fournisseurs et modifier ses pratiques en ce sens. AS Adventure a par ailleurs entrepris de scanner les marques qu'elle distribue - dont plusieurs sont membres de la Fair Wear Foundation - en matière d'engagements sociaux. L'entreprise annonce qu'elle va rendre prochainement disponible cette information sur son site internet. Ce serait un important pas en avant.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] A.S. ADVENTURE

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

AS Adventure déclare: «Le code de conduite du BSCI intègre des clauses sur les droits et les libertés des travailleurs. Le code doit être traduit dans la langue locale et être affiché à un endroit visible.» Les Conventions 87 et 98 de l'OIT sur la liberté syndicale et la négociation collective sont reprises dans le code de conduite du BSCI. Les signataires du code de conduite du BSCI ne peuvent pas refuser l'accès des syndicats au lieu de travail. Le code de conduite prévoit la mise en place obligatoire d'un mécanisme de plaintes et la formation du personnel. Le BSCI n'exige pas que les travailleurs soient informés individuellement sur leurs droits syndicaux.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Tous les partenaires et fournisseurs souscrivent au code du BSCI qui plaide pour une approche tant qualitative que quantitative des salaires.

AS Adventure fait référence à la méthode de calcul proposée par SAI (SA8000), utilisée par le BSCI. AS Adventure ne mentionne cependant aucun montant.

En 2013, l'entreprise a interrogé toutes les marques qu'elle distribue sur leurs engagements, leurs codes de conduite ou labels, tant environnementaux que sociaux. AS Adventure annonce la publication prochaine de cette information sur son site internet. Parmi les marques distribuées, plusieurs sont membres de la Fair Wear Foundation (Jack Wolfskin, Sprayway, Vaude, McGregor, etc.).

DIALOGUE ET COLLABORATION

AS Adventure se réfère à sa participation à

des tables rondes organisées par le BSCI, notamment sur le sujet du salaire vital.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

AS Adventure fait référence à la stratégie du BSCI, qui est basée sur la méthode de calcul SA8000 et le calcul concomitant de l'écart entre les salaires pratiqués et le salaire SA8000. Des étapes sont alors intégrées dans des plans d'actions correctives dans la volonté d'améliorer progressivement la « qualité » des salaires et leurs montants.

COMMENTAIRES D'ACHACT

Le fait qu'Ayacucho soit une marque petite et relativement nouvelle n'enlève rien à la responsabilité d'AS Adventure d'assurer le respect des droits humains des travailleurs et travailleuses qui fabriquent ses produits. Pour l'instant, AS Adventure choisit d'assumer cette responsabilité par le biais du BSCI. Cela nous paraît totalement insuffisant. Le BSCI base en effet une très grande partie de son travail sur des audits de contrôle qui s'avèrent inefficaces pour garantir le respect des droits des travailleurs et ne déploie en matière de salaire vital qu'une politique peu convaincante. Le BSCI a adopté la méthode de calcul développée dans le cadre de la norme SA8000. La méthode de calcul utilisée pour déterminer l'indice de référence SA8000 repose sur les montants susceptibles de couvrir les besoins de base tels qu'identifiés par les travailleurs. Ces montants s'avèrent généralement en-dessous d'un salaire vital. De plus, si SAI publie la méthode de calcul, elle ne publie pas les montants calculés. Cette absence de transparence empêche notamment les travailleurs et syndicats concernés de revendiquer un salaire correspondant.

Pour achACT, une référence crédible de salaire vital doit

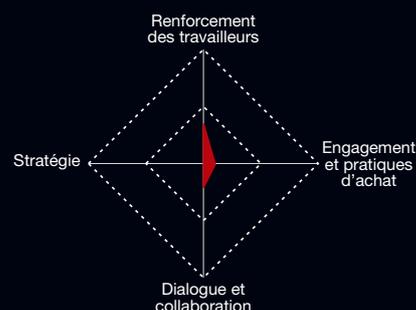
- être transparente
- être régulièrement révisée pour tenir compte de la hausse des prix des biens de base tels que la nourriture
- être le fruit de négociations avec les syndicats nationaux ou régionaux
- couvrir les besoins fondamentaux du travailleur et de sa famille et fournir un revenu discrétionnaire

De plus, le BSCI plaide pour une approche tant qualitative que quantitative des salaires. Il est certes important de payer les travailleurs sans retard et de s'assurer que les salaires reflètent leurs compétences. Mais à l'heure actuelle, les salaires sont si faibles que le principal souci des travailleurs concernés est qu'ils ne sont même pas en mesure de couvrir leurs besoins les plus fondamentaux comme acheter de quoi manger. Agir sur le niveau des salaires nous semble donc être la priorité. Si AS Adventure désire se démarquer comme entreprise socialement responsable, elle doit affronter la question quantitative liée aux salaires payés aux travailleurs de ses fournisseurs, modifier ses pratiques en ce sens et rendre cette information disponible notamment sur son site internet.

Dans son rôle de distributeur de quelque 200 marques, AS Adventure a entamé un travail intéressant qui devrait aboutir à mettre en avant les marques qui s'inscrivent dans une démarche vérifiée de responsabilité sociale, dont les marques membres de la Fair Wear Foundation. L'aboutissement de ce travail constituerait un important pas en avant.

ASICS

MARQUES : Asics, Onitsuka Tiger, Haglöfs



Filières d'approvisionnement	228 fournisseurs Asics ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Chine, Vietnam, Indonésie, Japon, Cambodge
Chiffre d'affaires 2012	Yen 247 792 millions (€ 1 773 millions)
Bénéfice 2012	Yen 12 617 millions (€ 90,3 millions)
Nombre d'employés au 31/12/2012	5 937
Nombre de points de vente au 31/12/2012	157 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« ASICS a conscience des problèmes de salaires équitables dans notre industrie et de la nécessité d'avoir un dispositif clair de fixation de salaires équitables allant plus loin que le simple concept de salaire vital. ASICS n'a pas encore de définition pour le salaire vital en particulier. Nous pensons en effet qu'il est préférable d'avoir une approche plus large sur la question des salaires. »

« Toutefois, en tant que groupe, nous souhaiterions aller plus loin qu'une simple définition du salaire vital et voir un consensus clair autour des salaires équitables. Ce consensus inclurait une liste élargie des droits des travailleurs et pratiques de travail qui pourrait comprendre la notion de « salaire vital ». Les conventions et définitions de l'OIT (Organisation internationale du travail) concernant les salaires équitables constituent un point de départ important pour notre entreprise... »

« En 2014, la question du salaire équitable fait partie des thèmes principaux de notre réflexion sur la responsabilité des entreprises. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Dans la théorie, Asics reconnaît le principe du salaire vital. Mais en pratique, l'entreprise a recours au salaire minimum légal ou au référentiel de l'industrie. L'entreprise se montre pleine de bonnes intentions, mais un réel engagement s'impose. Quant à « l'approche plus large sur la question des salaires », qu'y a-t-il de plus important qu'un salaire qui permette de subvenir à ses besoins ? C'est certainement par là qu'il faut commencer.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] ASICS

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Asics déclare : « Nous exigeons de nos fournisseurs qu'ils respectent nos politiques, y compris la liberté d'association, mais aussi qu'ils s'assurent que les travailleurs comprennent et aient conscience de nos normes et de leurs droits. Cela peut se traduire par l'affichage de nos règles dans les usines et en langue locale, par des formations offertes aux nouveaux employés et des formations de rappel périodiques pour les autres, ou encore la distribution d'un document (papier ou autre) rappelant les droits des travailleurs et la politique de l'entreprise. Nous formons les responsables d'usines nous-mêmes (lors d'audits par exemple), mais les formations peuvent être organisées par une organisation partenaire locale telle que Better Factories Cambodia. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Aucun référentiel de salaire vital n'a été

fourni. Asics déclare que ses équipes d'achat travaillent en étroite collaboration avec ses équipes Responsabilité Sociale (RSE), mais aucun détail n'a été donné quant à ce que cela signifie ou comment cela peut augmenter les salaires.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Asics a travaillé en collaboration avec des syndicats et des ONG en Indonésie pour rédiger et signer un protocole sur la liberté d'association avec la direction de ses fournisseurs et les syndicats. Ceci garantit certains droits très concrets aux travailleurs employés par ses fournisseurs. Haglöfs, une marque du groupe Asics, est membre de la Fair Wear Foundation et a récemment participé à une enquête sur la mise en œuvre d'un salaire vital.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

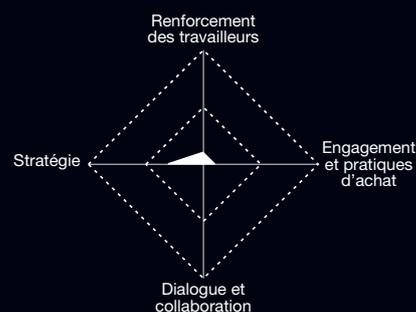
Asics déclare : « À ce stade, nous n'avons pas communiqué publiquement notre stratégie sur le salaire vital ou équitable.

COMMENTAIRES D'ACHAT

Aucun élément concret n'a été fourni quant à l'action d'Asics pour améliorer les salaires ou imposer un salaire vital pour les travailleurs de ses filières d'approvisionnement. Asics semble indiquer qu'il serait prêt à élaborer une stratégie sur le salaire vital dans le futur. Nous espérons que cette idée se concrétisera et que l'entreprise inclura comme première étape de sa politique, un engagement à payer un salaire supérieur à la norme de l'industrie ou à la norme légale minimale qui ne permettent pas aux travailleurs de sortir de la pauvreté.

Nous saluons le travail d'Asics et des syndicats locaux en Indonésie qui a donné lieu à la signature d'un protocole sur la liberté d'association. Nous souhaitons que cet engagement débouche sur une amélioration des salaires.

MARQUE: Bel&Bo



Filières d'approvisionnement	Bel&Bo n'a pas fourni cette information et ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Bangladesh (50%), Chine (37%), Inde (8%)
Chiffre d'affaires 2012	€ 60,5 millions
Bénéfice 2012	€ 1,62 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	259,3 ETP
Nombre de points de vente au 31/12/2012	79 magasins en Belgique

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Bel&Bo déclare que « Les salaires et indemnités versées pour une semaine normale de travail devront au minimum correspondre aux normes minimales légales ou aux normes d'usage dans le secteur, et devront toujours être suffisantes pour couvrir les besoins essentiels des travailleurs et de leurs familles et leur fournir un revenu discrétionnaire (conventions de l'OIT 26 et 131) ».

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Bel&Bo fait référence aux Conventions de l'OIT traitant du salaire vital. Mais dans la pratique, l'entreprise se réfère au salaire minimum légal ou au salaire minimum déterminé pour le secteur industriel. Dans des pays de production tels que par exemple la Chine, le Bangladesh ou l'Inde, ces salaires minimaux sont inférieurs à un salaire vital. Si les performances de Bel&Bo restent très moyennes, notamment en matière de liberté d'association des travailleurs de ses filières ou de coopération avec des syndicats et d'autres entreprises clientes, l'entreprise a réalisé des démarches intéressantes pour mieux contrôler ses filières, pour tester l'impact de salaires plus élevés sur ses prix de revient et a entamé la procédure d'adhésion à la Fair Wear Foundation. Nous espérons que Bel&Bo persiste dans cette voie et établisse une stratégie vers un salaire vital.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non. Bel&Bo nous a fourni un référentiel qui doit cependant être actualisé.*

[...] BEL&BO

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Bel&Bo déclare que : « Le droit de tous les travailleurs de former ou rejoindre des syndicats et de négocier collectivement sera respecté. Les représentants des syndicats locaux doivent avoir accès au lieu de travail ». Les Conventions 87 et 98 de l'OIT sont reprises dans le code de conduite de Bel&Bo auquel les fournisseurs doivent souscrire. Bel&Bo croit fermement à l'efficacité des audits de contrôle : le directeur exécutif de Bel&Bo visite les usines de production deux fois par an pour surveiller les conditions de travail. Des audits sont réalisés par Bureau Veritas. Bel&Bo constate que toutes les unités de production ne respectent pas encore les conditions liées au renforcement des travailleurs. Bel&Bo ne mentionne aucune démarche particulière vis-à-vis de ses fournisseurs chinois, pays dans lequel la liberté d'association n'est pas garantie par la loi.

Le code de Bel&Bo est traduit dans les langues des pays producteurs. Bel&Bo ne nous a cependant fourni aucune information relative à la formation des travailleurs au sujet de leurs droits et ne fait référence à aucun mécanisme de dépôt et de traitement de plaintes.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Bel&Bo a fait réaliser par Ernst & Young une étude sur la « Durabilité dans les filières d'approvisionnement ». Les principales recommandations qui en ont émané consistent à travailler davantage en direct avec les fournisseurs (sans intermédiaire)

et à établir des relations de long terme avec les fournisseurs. Cela implique un changement dans le modèle d'approvisionnement de Bel&Bo qui travaille traditionnellement avec des agents indépendants. Bel&Bo met par conséquent en place une stratégie d'approvisionnement qui devrait permettre d'accroître sensiblement la part de ses approvisionnements directs auprès d'usines et de les faire passer à 51% en 2014 (contre 11% en 2011). Cette évolution est une étape importante pour pouvoir mettre en place des pratiques d'approvisionnement qui tiennent compte d'un salaire vital.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Bien qu'en date de fin 2013, Bel&Bo ne publie pas la liste de ses fournisseurs, l'entreprise considère la possibilité de le faire dans le futur. Bel&Bo n'est pas membre d'une initiative multipartite, mais a engagé une procédure d'adhésion à la Fair Wear Foundation. Dans les pays producteurs Bel&Bo ne collabore pas avec d'autres marques ni avec des syndicats locaux pour améliorer les conditions de travail.

Du fait de sa relative petite taille, ce type de collaboration pourrait accroître l'influence de Bel&Bo sur ses fournisseurs.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Bel&Bo teste deux fournisseurs au Bangladesh qui paient un salaire plus élevé que le salaire minimum et évalue l'impact de salaires plus élevés sur le prix de revient à l'unité. Nous n'avons pas reçu d'informations sur un partenariat avec les syndicats locaux ou d'autres marques ou enseignes se fournissant dans les mêmes usines.

COMMENTAIRES D'ACHAT

Dans notre enquête précédente, Bel & Bo se situait parmi les entreprises aux performances moyennes en matière de mise en œuvre de sa responsabilité sociale vis-à-vis des travailleurs employés dans ses filières d'approvisionnement. Dans certains domaines, peu de progrès sont à constater depuis lors. Ainsi par exemple, peu de progrès sont constatés pour renforcer la liberté d'association des travailleurs ni dans la coopération avec des syndicats ou d'autres entreprises clientes.

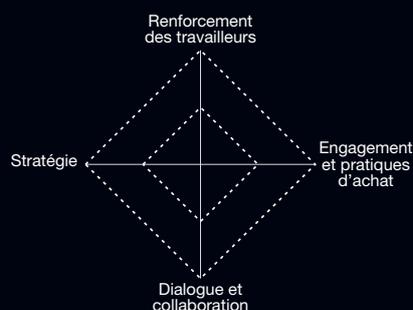
Par contre certaines initiatives sont porteuses d'espoir. Bel&Bo a entamé une première étape vers un salaire vital en développant un projet pilote au Bangladesh, mais n'a pas encore identifié une stratégie en la matière. L'évolution de ses pratiques d'approvisionnement visant à diminuer le recours à des intermédiaires constitue un pas en avant essentiel vers un meilleur contrôle de ses filières d'approvisionnement.

La moitié des vêtements de Bel&Bo est produite au Bangladesh. La signature par Bel&Bo de l'Accord sur la sécurité des bâtiments serait un signal positif qui indiquerait une volonté de coopération avec les syndicats, les fournisseurs et d'autres clients de l'industrie pour améliorer la sécurité dans les usines.

Bel&Bo a entamé la procédure d'adhésion à la Fair Wear Foundation. La FWF aide ses membres à mettre en œuvre son code de conduite et est expérimentée dans le soutien de PME de l'habillement telles que Bel&Bo. La FWF peut aider Bel&Bo à identifier une stratégie tant pour termes de liberté d'association que de salaire vital.

BENETTON GROUP

MARQUES : United Colors of Benetton, Undercolors of Benetton, Sisley, Playlife



Filières d'approvisionnement

Benetton n'a pas fourni cette information.
Benetton ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Benetton n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 2.03 milliards

Bénéfice 2012

€ 149 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

9 557

Nombre de points de vente au 31/12/2012

6 500 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Les partenaires commerciaux de BG (Benetton Group) s'assurent que le salaire payé pour une période de travail standard soit égal ou supérieur au salaire minimum légal, au salaire en vigueur dans l'industrie ou au salaire convenu dans les conventions collectives. Ce salaire devra couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs, de leur famille et tout autre besoin raisonnable. Le salaire doit être payé régulièrement, à temps, et doit refléter l'expérience, les qualifications et les performances du travailleur. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

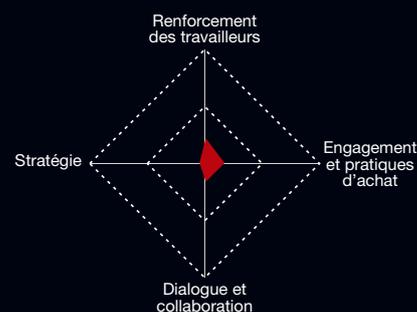
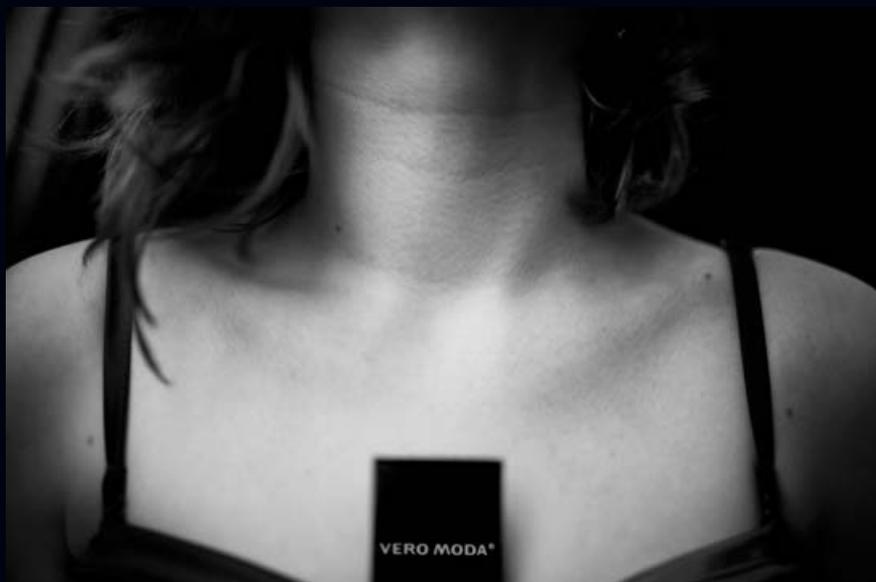
Cette entreprise n'a pas répondu à notre enquête et les informations présentes sur son site internet sont limitées. La politique de Benetton promet un salaire vital aux travailleurs. Pourtant, rien ne montre comment cet engagement est mis en œuvre. Sans plus d'éléments concrets, nous supposons que Benetton ne consent que peu d'efforts pour réaliser ces ambitions.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

BESTSELLER

MARQUES : Jack&Jones, Vero Moda, Name It, Pieces, Selected, Outfitters Nation, Object Collectors Item, Vila Clothes, Junarose, Mamalicious



Filières d'approvisionnement

Bestseller n'a pas fourni cette information.
Bestseller ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Bestseller n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 2.6 milliards (Mai 2012 – Mai 2013)

Bénéfice 2012

€ 192.4 millions (Mai 2012 – Mai 2013)

Nombre d'employés au 31/12/2012

plus de 15 000

Nombre de points de vente au 31/12/2012

plus de 3 000

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Les employés ont droit à un salaire égal ou supérieur au salaire minimum légal, ou au salaire de référence dans l'industrie si ce dernier est plus élevé. Ce salaire doit être suffisant pour couvrir leurs besoins fondamentaux. Les fournisseurs sont tenus d'être ouverts et d'œuvrer activement à une solution durable permettant de payer un salaire vital [...] Lorsque Bestseller utilise le terme salaire vital, nous faisons référence à la définition de l'Asia Floor Wage. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Dans la théorie, Bestseller reconnaît le principe du salaire vital. Mais l'entreprise a encore beaucoup de chemin à parcourir avant que les travailleurs employés par ses fournisseurs en bénéficient réellement. Aucun élément concret n'a été fourni quant à l'action du groupe pour que les salaires soient supérieurs au minimum légal, mis à part les formations pour la direction et les employés.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Oui.*

[...] BESTSELLER

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Bestseller déclare : « Afin de faire connaître aux travailleurs de notre filière d'approvisionnement le droit à la liberté d'association et de négociation collective, nous avons élaboré une affiche et un fascicule qui décrivent les droits et responsabilités couverts par notre Code de conduite. Les affiches ont été diffusées dans tous nos sites de production et les fascicules ont été distribués à 50 000 travailleurs en Chine, 20 000 au Bangladesh et 10 000 en Turquie. Nous avons également créé une version illustrée pour les travailleurs du Bangladesh ne sachant pas lire. Un numéro de téléphone est inscrit sur l'affiche pour que les travailleurs puissent faire remonter leurs plaintes concernant l'environnement de travail ».

Des formations portant sur la liberté d'association ont également été données aux membres des directions des 25 plus importants fournisseurs de Bestseller.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Bestseller fait référence à l'Asia Floor Wage. Bestseller déclare être en train de mettre en place une matrice de calcul du salaire afin de pouvoir mesurer et comparer les salaires des pays où il s'approvisionne.

En novembre 2013, Bestseller a adopté une nouvelle stratégie qui guidera ses travaux sur la durabilité jusqu'en 2020. À ce propos, l'entreprise a annoncé les objectifs suivants : « Nous aurons un processus clair en place qui permettra à nos fournisseurs de payer un salaire vital équitable ». Aucune autre information n'a été fournie quant à ce que cela impliquait.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Bestseller est membre de Danish Ethical Trading Initiative, mais n'a évoqué aucune activité y étant liée.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

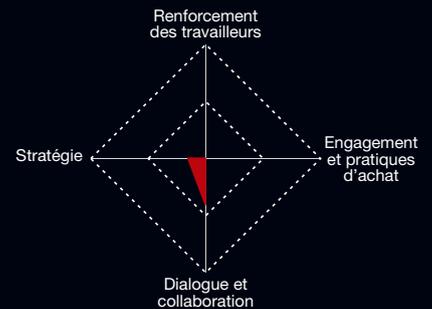
Bestseller n'a aucune stratégie pour s'assurer que les travailleurs de ses fournisseurs perçoivent un salaire vital.

COMMENTAIRES D'ACHACT

Nous sommes heureux de voir que Bestseller reconnaît qu'un salaire vital doit permettre à un travailleur de faire vivre sa famille et couvrir ses besoins. Nous espérons que l'Asia Floor Wage occupera une place de premier plan dans son modèle de calcul des salaires dans les pays fournisseurs. Bestseller doit à présent trouver une méthodologie afin de réaliser ses promesses faites aux travailleurs, ce qui ne sera pas chose facile. Son engagement à l'horizon 2020 est un pas dans la bonne direction, mais nous souhaitons voir du concret. Nous suivrons cela avec attention.

C&A

MARQUES : Yessica, Yessica Pure, Canda, Clockhouse, Your Sixth Sense, Angelo Litrico, Westbury, Baby Clud, Palomino, Here&There, Rodeo Sport



Filières d'approvisionnement

C&A a déclaré ne pas disposer de ces données.
C&A ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Bangladesh (32 %), Chine (31 %), Inde (12 %), Turquie (9 %), Cambodge (6 %)

Chiffre d'affaires 2012

€ 6.2 milliards (2010)

Bénéfice 2012

?

Nombre d'employés au 31/12/2012

37 500

Nombre de points de vente au 31/12/2012

1 537

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Le Code de conduite de C&A stipule : Les salaires et autres bénéfices doivent être pleinement comparables aux normes locales, doivent respecter toutes les législations locales et doivent être conformes au principe général de transactions justes et honnêtes... Nous sommes généralement d'accord avec le concept [de salaire vital], mais une ambiguïté subsiste dans le fait qu'il n'existe aucune définition reconnue du salaire vital et que la manière de le mesurer n'est pas claire. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Les efforts que fait C&A pour que les travailleurs de ses filières d'approvisionnement reçoivent un salaire vital sont très limités. L'entreprise nie l'existence d'une définition du salaire vital (bien qu'il s'agisse d'une évidence pour nous), et n'a ainsi pas inclus ce principe dans ses pratiques. C'est décevant.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

C&A déclare : « En signant notre Code de conduite, nos fournisseurs s'engagent à respecter la liberté d'association et le droit de négocier collectivement, dans la mesure où le droit national de chaque pays dispose d'un cadre juridique garantissant ces droits. La responsabilité de faire respecter les droits des travailleurs à négocier collectivement appartient à nos fournisseurs. C&A s'assure par le biais d'un système d'audits que la liberté d'association et le droit de négocier collectivement sont bien respectés dans les unités de production.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

La Fondation C&A s'est associée à un programme du GIZ (la société allemande de coopération internationale – Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) qui vise à améliorer la productivité et les conditions sociales chez plusieurs fournisseurs. Le projet avait pour ambition « d'accroître la productivité, augmenter les salaires et améliorer les conditions sociales ». C&A a travaillé avec 13 usines, soit 18 683 travailleurs en Indonésie, au Cambodge, en Inde et au Bangladesh. Le programme « a permis d'augmenter les salaires de façon significative pour les travailleurs grâce à une amélioration de la gestion de ressources humaines et des systèmes d'incitation. » Aucune donnée factuelle ne nous a été communiquée.

DIALOGUE ET COLLABORATION

C&A travaille avec Terre des Hommes en Inde dans le cadre d'un partenariat de trois ans afin de « libérer des mil-

liers de travailleuses exploitées dans le cadre du système indien de travail forcé Sumangali, et d'empêcher que des jeunes femmes rejoignent ce régime. Cela passe par un travail de proximité dans les villages pour faire prendre conscience aux parents de jeunes femmes vulnérables les dangers qu'elles courent en acceptant un tel contrat. »

C&A participe à Ethical Trading Initiative (ETI) et a travaillé sur l'identification de prix équitables par pièce produite pour les personnes travaillant à domicile afin de leur garantir un salaire suffisant.

C&A déclare : « Nous faisons partie d'un groupe comprenant actuellement 18 marques, principalement, mais pas exclusivement, construit autour de membres d'ETI. Ce groupe s'est réuni à plusieurs reprises et essaie de s'accorder sur un ensemble de « principes de base » qui reprendra ce que nous considérons être une responsabilité en matière de 'salaire vital' pour toutes les parties prenantes, y compris les marques. »

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

C&A déclare : « C&A développe actuellement un Programme de renforcement des capacités avancé qui sera mis en œuvre en 2014. Il comprendra une formation de sensibilisation en interne sur les pratiques d'achat. »

C&A affirme également être en train d'élaborer une stratégie pour mettre en œuvre un salaire vital.

COMMENTAIRES D'ACHAT

C&A prétend que la définition du salaire vital est ambiguë et que la manière de garantir un salaire vital n'est pas claire. À cela, nous souhaitons répondre que le débat a évolué. En 2009, l'Asia Floor

Wage Alliance a établi une méthode de calcul pour définir à quoi correspond un salaire vital en termes de pouvoir d'achat. Depuis, plusieurs systèmes nuancés ont vu le jour pour permettre aux entreprises de comparer les salaires payés par leurs fournisseurs à des référentiels, et ainsi mesurer les progrès. Cette excuse pour ne pas œuvrer activement en vue de payer un salaire vital n'est plus pertinente aujourd'hui.

C&A abandonne à ses fournisseurs sa responsabilité de garantir la liberté d'association. Nous condamnons cette position. En effet, de nombreuses directions d'usine sont opposées aux syndicats et violent délibérément ce droit humain. Il est primordial que les acheteurs s'engagent à faire activement valoir ce droit, faute de quoi, les salaires n'augmenteront jamais durablement.

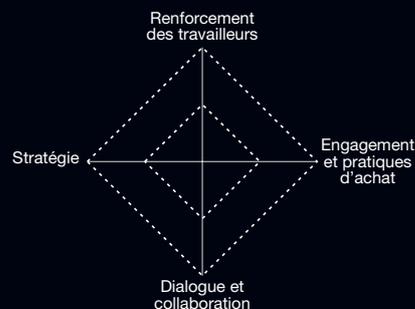
Il semblerait que le projet de C&A pour améliorer la productivité et les conditions de travail dans 13 usines ait permis des améliorations. C&A déclare : « Le succès du projet dans les usines où il a été adopté s'est traduit par une augmentation des salaires payés », mais aucun chiffre n'a été communiqué. Nous ne pouvons donc pas évaluer l'efficacité du projet. D'expérience, nous savons que les projets d'amélioration de l'efficacité ont tendance à desservir les travailleurs. L'environnement de travail peut devenir intense et stressant avec des objectifs inatteignables si les syndicats ne sont pas là pour relayer les avis de demandes des travailleurs. Ce type de projet ne permet pas non plus d'atteindre un salaire vital étant donné que les gains enregistrés permettent rarement d'augmenter réellement les salaires.

Nous espérons que dans l'élaboration de sa nouvelle stratégie pour mettre en œuvre un salaire vital, C&A tiendra compte de certains éléments très importants soulevés dans le présent rapport.

CAROLINE BISS



MARQUES: Caroline Biss



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement

Caroline Biss n'a pas fourni cette information et ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Caroline Biss n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 17.19 millions

Bénéfice 2012

€ 1.69 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

41

Nombre de points de vente au 31/12/2012

25 magasins (Bénélux) et autres points de ventes en France, Espagne et UK

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet de Caroline Biss et n'y avons pas trouvé d'information relative à ses pratiques d'approvisionnement ni à sa politique en matière de respect de normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

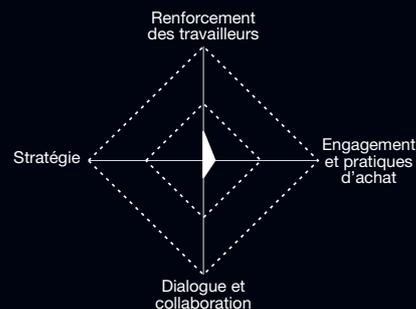
Caroline Biss n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en termes de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

CARREFOUR

MARQUE: Tex



Filières d'approvisionnement

Carrefour n'a pas fourni cette information.
Carrefour ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Ce choix fait actuellement l'objet d'une discussion.

Pays de production

Carrefour n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 76.78 milliards

Bénéfice 2012

€ 1.31 milliards

Nombre d'employés au 31/12/2012

364 969

Nombre de points de vente au 31/12/2012

9 994 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Notre entreprise ne possède aucune usine : nous ne payons donc pas les salaires des travailleurs employés par nos fournisseurs. Le rôle de Carrefour est de s'assurer que le salaire des travailleurs est payé conformément à la loi du pays des usines auxquelles nous achetons des produits et que ce salaire tient compte des heures supplémentaires, des primes pour les jours fériés et autres bénéfices prévus par la loi. C'est une condition minimum et indispensable. »

« Nous pouvons trouver de nombreuses définitions du salaire vital émanant de différentes organisations et laisserons ce débat entre leurs mains. Bien qu'il s'agisse d'un débat très important, nous n'avons pas, en tant que distributeur, de légitimité pour définir cette notion et n'avons identifié aucune méthode de calcul. En ce qui nous concerne, notre définition est inscrite dans notre charte : les salaires et indemnités pour des heures de travail normales doivent permettre de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et de leurs familles et leur apporter un revenu discrétionnaire ».

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Tout en soutenant le fait qu'un salaire doit permettre de couvrir les besoins fondamentaux, un groupe international tel que Carrefour ne peut se laver les mains de sa responsabilité de trouver un moyen de payer un salaire vital. Carrefour a choisi de s'engager dans le commerce international et doit par conséquent assumer les responsabilités qui y sont associées. Déclarer ne pas employer les travailleurs qui fabriquent ses vêtements n'est pas une réponse responsable lorsque l'activité de l'entreprise a un impact évident sur la vie de milliers de travailleurs qui fabriquent ses produits.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] CARREFOUR

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Carrefour déclare : « La liberté d'association et le droit de négocier collectivement sont des exigences clairement explicitées dans notre charte fournisseurs. »

Carrefour a conçu une affiche dans les langues locales afin de faire connaître aux travailleurs employés par ses fournisseurs les droits contenus dans sa charte ; réalisé cinq films sur les droits qui ont été montrés à des travailleurs en Inde ; travaillé avec des fournisseurs pour mettre en place des comités de participation des travailleurs dans certains pays d'Asie du Sud, en collaboration avec d'autres marques.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Carrefour n'a pas participé au développement de référentiels de salaire vital. L'entreprise démontre très peu d'efforts visant directement l'amélioration de ses pratiques d'achat qui est pourtant essentielle pour permettre le paiement d'un salaire vital.

Carrefour déclare : « En pratique, nous ne dirigeons pas les usines et ne payons donc pas les salaires aux travailleurs. Nous ne disposons malheureusement d'aucune assurance qui puisse garantir qu'un Euro supplémentaire payé pour un T-shirt sera un Euro supplémentaire pour les travailleurs. »

Carrefour ajoute : « En premier lieu, nous exigeons de nos fournisseurs qu'ils respectent le salaire minimum imposé par le pays, et nous prenons ce point en considération lorsque nous négocions les

prix avec nos fournisseurs. Par exemple, au Bangladesh où le salaire minimum a augmenté de 70 % en 2013, nous nous sommes assurés que nos fournisseurs appliquent cette augmentation sans tarder. Nous avons pris en compte l'impact de cette augmentation sur les prix et nous l'avons intégrée dans les négociations commerciales avec nos fournisseurs. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

Carrefour a signé un accord de partenariat avec la Fédération internationale des ligues des droits de l'homme (FIDH) en 2003. En tant qu'entreprise, Carrefour a conscience de sa responsabilité de faire pression sur les gouvernements pour qu'ils augmentent le salaire minimum. Carrefour et d'autres marques internationales ont écrit une lettre au Gouvernement du Bangladesh en 2012 demandant une augmentation du salaire minimum.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

A côté de sa charte fournisseurs, Carrefour n'a développé que peu de stratégies spécifiques pour garantir que les travailleurs employés par ses fournisseurs reçoivent un salaire vital.

COMMENTAIRES D'ACHAT

Bien que Carrefour semble accepter le principe selon lequel un salaire doit couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et de leur famille, sa démarche manque cruellement d'engagement et d'une politique interne solide qui permettrait des avancées en ce sens. Une telle politique devrait inclure des projets pour améliorer les pratiques d'achat et payer aux usines des prix qui permettent de couvrir un

salaire vital pour les travailleurs.

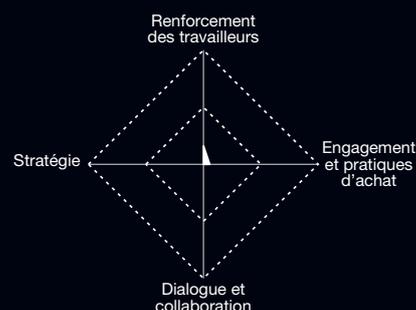
Carrefour affirme que son rôle n'est pas de définir un salaire vital. Nous pensons le contraire. Du point de vue des travailleurs, il ne sert à rien que Carrefour rappelle que les salaires doivent permettre de couvrir leurs besoins fondamentaux quand l'entreprise ne tient compte dans ses pratiques que du salaire minimum légal (qui souvent correspond à peine au quart d'un salaire vital). Les déclarations de principes soutenant qu'un salaire doit permettre de vivre sont d'autant plus inutiles qu'elles ne sont accompagnées ni de montants, ni de stratégies qui puissent en garantir la mise en œuvre. Carrefour doit se doter d'une stratégie qui explicite quand et comment les travailleurs vont pouvoir recevoir un salaire leur permettant de couvrir leurs besoins fondamentaux. Ses déclarations publiques seraient alors en cohérence avec ses pratiques en la matière.

Carrefour a beau prendre des mesures sporadiques comme informer les travailleurs de leurs droits (notamment par le biais de films) ou étudier des systèmes de remontée de plaintes, celles-ci restent inefficaces si elles ne font pas partie d'une stratégie globale ayant pour objectif la mise en place d'un salaire vital.

Carrefour dispose d'un pouvoir d'achat important à travers le monde. En tant que deuxième distributeur mondial après Walmart, cette entreprise doit redoubler d'efforts et montrer l'exemple aux autres distributeurs en adoptant de bonnes pratiques sur la question du salaire vital. Un grand pouvoir implique de grandes responsabilités – nous n'en voyons aucun signe pour le moment.

CASSIS - PAPRIKA ^{.be}

MARQUES : Cassis, Paprika



Filières d'approvisionnement

Cassis-Paprika n'a pas fourni le nombre de ses fournisseurs.
Cassis-Paprika ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Europe 70%, Maghreb 20%, Bangladesh (2 fournisseurs), Chine (2 fournisseurs)

Chiffre d'affaires 2012

Cassis : € 56.08 millions – Paprika : € 28.72 millions

Bénéfice 2012

Cassis : € 4.80 millions – Paprika : € 2.48 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

Cassis : 211.6 ETP – Paprika : 140.6 ETP

Nombre de points de vente au 31/12/2012

89 magasins Cassis, 75 magasins Paprika

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Les salaires payés pour une durée de travail standard et les heures supplémentaires respecteront les minimaux légaux et/ou les normes de l'industrie. Dans des situations où le salaire minimum légal et/ou la norme industrielle ne couvrent pas un salaire vital, les fournisseurs sont encouragés à procurer à leurs employés des indemnités leur permettant de couvrir leurs besoins vitaux. Les fournisseurs garantiront que les salaires et les avantages sont clairement et régulièrement précisés aux travailleurs. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

En tant que membre récent du BSCI (Business Social Compliance Initiative), Cassis délègue à ses fournisseurs la responsabilité de se conformer à son code de conduite et fonde sa mise en oeuvre et son contrôle sur des audits dont l'inefficacité à garantir et à améliorer les conditions de travail a été démontrée depuis de nombreuses années. Cassis nous a fourni très peu d'éléments probants attestant d'un quelconque travail en faveur d'un salaire vital. Seul élément susceptible d'influencer le respect de niveaux salariaux vitaux, Cassis déclare se fournir principalement (70%) en Europe.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] CASSIS - PAPRIKA

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Cassis se réfère au Code de conduite du BSCI et déclare : « En accord avec les conventions de l'Organisation internationale du travail, tout membre du personnel aura le droit de former, de rejoindre et d'organiser un syndicat de son choix. L'entreprise respectera ce droit qui ne pourra résulter en aucune conséquence négative pour les travailleurs. L'entreprise garantira que les représentants des travailleurs ne sont pas discriminés ou intimidés [...] Dans des situations où la liberté d'association et le droit de négocier collectivement sont limités par la loi, l'entreprise permettra aux travailleurs d'élire librement leurs propres représentants. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Cassis concentre la plus grande partie de son approvisionnement en Europe (70%) et au Maghreb (20%). 10% de ses produits sont confectionnés par 2 fournisseurs au Bangladesh et 2 fournisseurs en Chine. Cassis limite volontairement le nombre de ses fournisseurs afin de privilégier des partenariats stables et de longues durées. Cette déclaration nécessite cependant d'être nuancée puisque les données fournies par Cassis indiquent que seuls 20% des fournisseurs de Cassis entretiennent une relation de plus de 5 ans avec Cassis. 40% sont en relation d'affaire depuis 2 à 5 ans et 40% depuis moins de 2 ans.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Cassis ne représente jamais plus du quart

de la production totale de ses fournisseurs. Si l'entreprise cherche à améliorer les conditions de travail, cela devrait l'inciter à collaborer avec d'autres entreprises clientes d'un même fournisseur. Cassis ne nous a pas fourni d'informations tendant à démontrer cette propension au dialogue si ce n'est la déclaration suivante : « Dans le contexte de mondialisation et de compétition, nous pouvons parfois travailler avec des pays nouvellement industrialisés. Cela ne dispense cependant pas que les conditions de travail et les droits de l'Homme y soient en adéquation avec les normes de travail internationales, telles qu'établies par l'OIT. Beaucoup d'organisations ont développé des codes de conduite et des systèmes de contrôle. La prolifération de ces divers codes et les différentes procédures et approches résultent en duplication d'audits, efforts inutiles, confusions, manque de transparence, absence de comptes rendus et des coûts élevés pour les entreprises et leurs fournisseurs. C'est la raison pour laquelle Cassis a choisi de devenir membre du BSCI afin de tenter de relever ces défis en participant à une large plate-forme de coopération. »

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Cassis ne nous a pas communiqué d'information relative à un éventuel travail spécifique sur le salaire vital. L'entreprise nous a déclaré : « Nous limitons le nombre des fournisseurs afin de privilégier des relations commerciales stables et de longue durée. Nous avons augmenté le nombre de nos visites auprès de nos fournisseurs (à au moins trois fois par an). Nous sommes engagés à auditer tous nos fournisseurs. Notre code de conduite est disponible

dans tous nos magasins et sur notre site internet. »

COMMENTAIRES D'ACHACT

Cassis semble bien loin de passer des discours aux actes. L'entreprise ne mentionne aucune démarche concrète pour mettre en oeuvre son code de conduite si ce n'est de futurs audits de fournisseurs qui ont malheureusement montré leur inefficacité à garantir des droits aussi fondamentaux que la liberté d'association, le droit de négociation collective et le droit à un salaire vital.

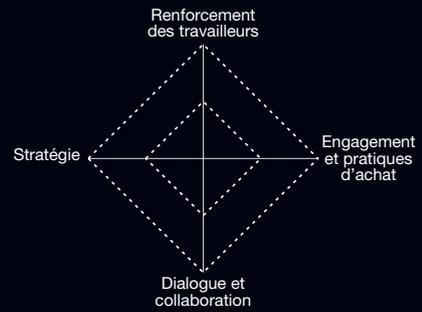
Le statut minoritaire de Cassis en tant qu'acheteur vis-à-vis de ses fournisseurs et son statut de moyenne entreprise ne le dispensent pas de son devoir de diligence raisonnable pour s'assurer du respect des droits de l'Homme dans ses filières d'approvisionnement. En Asie, tout comme au Maghreb et dans certains pays d'Europe, ces droits ne sont pas garantis pour les travailleurs de l'habillement.

Le statut de Cassis joue au contraire en faveur d'une approche collaborative avec des entreprises de même taille, des organisations de travailleurs ou des ONG engagées pour le respect du droit de l'Homme à un salaire vital, particulièrement au sein de la Fair Wear Foundation.

Pour que les exigences de Cassis à propos du bien-être des travailleurs et du salaire vital, telles que reprises dans son code de conduite, deviennent une réalité, l'entreprise doit s'engager bien davantage.

CELIO

MARQUE: Celio



Filières d'approvisionnement	Celio n'a pas fourni cette information. Celio ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Celio n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	?
Bénéfice 2012	?
Nombre d'employés au 31/12/2012	?
Nombre de points de vente au 31/12/2012	> 1 000 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site de Celio parcouru son code de conduite et nous n'avons trouvé aucune information concernant le salaire vital ou les normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

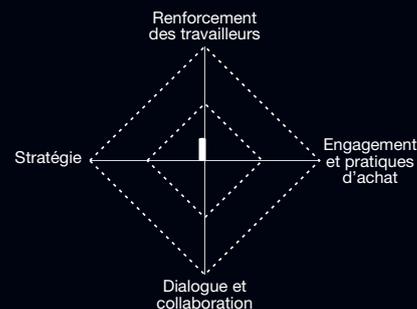
Celio n'a pas donné suite à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en terme de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

CHARLES VÖGELE

MARQUE : Charles Vögele



Filières d'approvisionnement

Charles Vögele a déclaré que ces informations étaient sensibles et confidentielles.
Charles Vögele ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Asie (90 %) dont la Chine (17 %), le Bangladesh (41 %), l'Inde (9 %), le Pakistan (1 %), l'Indonésie (2 %), autres pays asiatiques (19 %) – Europe (10 %)

Chiffre d'affaires 2012

CHF 971.8 millions (€ 794.2 millions)

Bénéfice 2012

CHF - 109.4 millions (€ -89.3 millions)

Nombre d'employés au 31/12/2012

?

Nombre de points de vente au 31/12/2012

812 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Nous mettons en œuvre le code de conduite du BSCI (Business Social Compliance Initiative) dans nos filières d'approvisionnement internationales. Ce code impose le paiement du salaire minimum légal. Ce salaire doit permettre de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et leur apporter un revenu discrétionnaire. Ceci n'étant pas toujours le cas, nous soutenons le paiement d'un salaire vital, par le biais du travail du BSCI. »

« Nous pensons qu'il est essentiel de souligner l'importance d'une approche globale sur la question d'une rémunération équitable pour les travailleurs. Dans ce contexte, il est important de traiter les aspects qualitatifs et quantitatifs des salaires (moyen de paiement, délais et caractère formel du paiement, prise en compte des compétences et du niveau d'éducation du travailleur, et égalité de traitement pour les employés travaillant à plein-temps, mi-temps ou à la pièce). »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Charles Vögele n'a fait que répéter la réponse fournie par le BSCI sans réellement s'engager. L'entreprise a choisi de se cacher derrière le BSCI et de lui sous-traiter sa responsabilité de faire respecter les droits humains et les droits du travail. Rien dans la réponse apportée par cette entreprise ne laisse entrevoir un quelconque investissement dans l'amélioration des salaires payés dans ses filières d'approvisionnement afin d'atteindre le niveau du salaire vital.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] CHARLES VÖGELE

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Charles Vögele nous a redirigé vers le Code de conduite du BSCI qui comprend des déclarations sur la liberté d'association. Ce code est affiché chez ses fournisseurs.

Charles Vögele déclare : « La responsabilité de fournir aux travailleurs informations et formations [sur la liberté d'association et le droit de négocier collectivement] incombe à nos fournisseurs. Le respect de cette responsabilité fait partie des exigences prévues par le Code de conduite du BSCI. »

Aucune information n'a été donnée quant au contenu des formations ou à l'éventuelle participation des fournisseurs aux formations que le BSCI propose à leur attention.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Charles Vögele déclare : « Le calcul du salaire vital local fait partie de l'audit du BSCI et est effectué selon la méthodologie SA8000. Ce calcul est utilisé pour l'analyse des lacunes et dans les Plans d'actions correctives envoyés aux fournisseurs après chaque audit du BSCI. Ces plans indiquent les mesures à prendre afin d'atteindre le niveau du salaire vital. »

L'entreprise n'a pas souhaité répondre aux questions sur le niveau actuel des salaires chez ses fournisseurs ou sur ses politiques et pratiques d'achat. Charles Vögele a déclaré que ces informations étaient sensibles et confidentielles.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Charles Vögele nous a redirigés vers les prises de position du BSCI. Concernant le salaire vital, le BSCI stipule :

« Selon le BSCI, l'augmentation durable des salaires des travailleurs passe par la législation locale et se fonde sur une discussion entre les partenaires sociaux locaux. Pour mettre en lumière l'import-

tance de ce concept, le BSCI participe à un réseau de Tables Rondes... » Impossible de connaître le contenu de ces tables rondes ou de savoir si des fournisseurs de Charles Vögele y participent.

Charles Vögele ne prend part à aucune initiative multipartite, ni ne dialogue avec des ONG ou des syndicats en vue d'avancer concrètement sur la question du salaire vital. L'entreprise ne communique pas sur la situation des salaires ou sur les mesures prises et les progrès réalisés dans ses filières d'approvisionnement.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Charles Vögele déclare : « Le paiement d'un salaire vital est un objectif à long terme qui fait l'objet d'un travail au niveau des usines. Nous travaillons individuellement avec chaque fournisseur par l'intermédiaire du BSCI car certains sont plus près d'atteindre l'objectif du salaire vital ou plus aptes à y arriver que d'autres pour lesquels différentes mesures et interventions sont nécessaires. La stratégie préconisée par le BSCI consiste en une démarche par paliers. Le BSCI participe activement au Fair Wage Network et croit en une approche holistique pour améliorer les conditions de travail et les pratiques de rémunération pour les travailleurs. »

Charles Vögele et le BSCI n'ont fait part d'aucune stratégie claire comprenant des paliers mesurables et un calendrier précis pour mettre en œuvre le salaire vital.

COMMENTAIRES D'ACHAT

Charles Vögele sous-traite au BSCI son devoir de diligence raisonnable vis-à-vis du respect des droits humains dans ses filières d'approvisionnement.

Le BSCI reconnaît généralement le droit à un salaire vital. Pourtant, il n'exige pas de ses membres qu'ils le fassent respecter dans leurs filières d'approvisionnement. Dans ses prises de position publiques, le BSCI traite de la responsabilité des gouvernements, des syndicats et des ONG vis-à-vis de la mise en œuvre d'un

salaire vital. Toutefois, pour que cela soit possible, les entreprises doivent analyser leurs propres pratiques d'achat, adapter leurs prix d'achat et délais d'approvisionnement afin de permettre aux fournisseurs de payer un salaire vital. Le BSCI ne fait aucun effort en la matière.

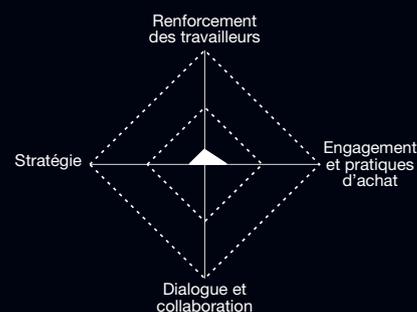
Le BSCI souhaite se concentrer sur « les aspects qualitatifs et quantitatifs » du paiement des salaires. Il est effectivement important de payer les travailleurs sans retard et de s'assurer que les salaires reflètent leurs compétences. Mais à l'heure actuelle, les salaires sont si faibles que le principal souci des travailleurs employés par les fournisseurs est qu'ils ne sont même pas en mesure de couvrir leurs besoins les plus fondamentaux comme acheter de quoi manger. Les salaires doivent sensiblement augmenter dans l'industrie du vêtement, des chaussures et du textile. Ainsi, les marques doivent s'engager à acheter les produits plus chers à leurs fournisseurs afin de participer à la hausse des salaires. Ni le BSCI, ni Charles Vögele ne s'y sont engagés.

Rien dans les réponses de Charles Vögele ne suggère que l'entreprise – en partenariat avec les fournisseurs, les travailleurs, les syndicats et les ONG – prend des mesures concrètes afin de garantir un salaire vital dans ses propres filières d'approvisionnement. L'entreprise ne fait que très peu d'efforts pour renforcer les travailleurs qui fabriquent ses produits.

Charles Vögele se repose entièrement sur les positions, les standards, les activités et les audits du BSCI et ne fait preuve d'aucun engagement personnel concernant la question du salaire vital. Pour obtenir un réel changement chez les fournisseurs, il ne suffit pas de reléguer ses responsabilités à des organismes comme le BSCI. Charles Vögele doit assumer sa responsabilité vis-à-vis de l'ensemble de ses filières d'approvisionnement et prendre les mesures nécessaires afin de s'assurer que les droits de tous les travailleurs y sont respectés, y compris le droit à un salaire vital.

DECATHLON

MARQUES : Quechua, Artengo, B'twin, Domyos, Inesis, Kalenji, Tribord, Wed'ze, Caperlan, Decathlon, Equarea, Fix, Fouganza, Kipsta, Nabaiji, Newfeel, Novadry, Oxelo, Rockrider, Simond, Solognac, Stratermic



Filières d'approvisionnement	Plus de 1000 fournisseurs Oxylane ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Asie, Afrique du Nord, Europe.
Chiffre d'affaires 2012	€ 2.79 milliards
Bénéfice 2012	?
Nombre d'employés au 31/12/2012	40 000
Nombre de points de vente au 31/12/2012	535 magasins

À noter : Decathlon est la branche principale de vente au détail du réseau Oxylane. C'est Oxylane qui gère les achats pour ces marques et qui a répondu à cette enquête.

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« La démarche de notre entreprise en matière de programmes de mise en conformité est déterminée par une approche étape par étape visant à améliorer la vie et les conditions de travail au sein de nos filières d'approvisionnement. Nous soutenons le principe du salaire vital à tous les niveaux de nos filières d'approvisionnement. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Une entreprise aussi grande qu'Oxylane ne peut se permettre de ne pas avoir une position claire sur la question du salaire vital – un droit humain que les entreprises se doivent de faire respecter en vertu des directives de l'ONU. Il ne suffit pas de reconnaître le principe du salaire vital. Oxylane doit élaborer une politique responsable qui permettra le paiement d'un salaire vital aux travailleurs fabriquant ses produits et qui doit inclure un travail sur ses propres pratiques d'achat.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] DECATHLON

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Oxylane déclare : « Durant les audits, nous nous assurons que les travailleurs sont libres de se joindre à tout syndicat ou toute négociation collective, et qu'il existe un comité de sécurité et d'hygiène comme le prescrit la loi. Si la loi n'impose pas ce comité, nous demandons à nos fournisseurs d'établir un tel comité entre représentants des travailleurs et la direction afin d'instaurer un dialogue social au sein de nos filières d'approvisionnement. »

Oxylane a également montré par d'autres exemples concrets comment l'entreprise soutient la liberté d'association ou le renforcement des travailleurs – au-delà des audits et des informations fournies aux travailleurs.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Bien qu'Oxylane reconnaisse le principe du salaire vital, l'entreprise n'a adopté aucun référentiel de salaire vital pour le mesurer.

Oxylane déclare avoir examiné l'approche Fair Wage et s'estime en phase avec ses recommandations.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Oxylane n'a fait part d'aucune collabora-

tion concernant le salaire vital.

Oxylane a signé une déclaration publique commune envoyée au Premier ministre du Bangladesh en juin 2012 demandant une augmentation régulière du salaire minimum.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Oxylane déclare disposer d'un programme basé sur une approche progressive pour garantir que les travailleurs reçoivent un salaire équitable. Ce programme utilise un système de notation des fournisseurs de E à A. Aucune information spécifique n'a été fournie quant à la mise en œuvre de ce système ou comment il a permis d'améliorer les salaires.

Oxylane déclare s'apprêter à mener une étude en 2014 afin « d'analyser le besoin d'aller plus loin » sur la question des salaires. L'entreprise espère ainsi définir son engagement en matière de salaire vital.

Oxylane a également décidé de se concentrer sur les problèmes de sécurité.

COMMENTAIRES D'ACHAT

Avec plus de 1 000 magasins et 53 000 employés à travers le monde, un chiffre d'affaires de plus de €7 milliards en 2012, un grand distributeur comme Decathlon a le devoir d'élaborer des politiques de responsabilité sociale plus audacieuses.

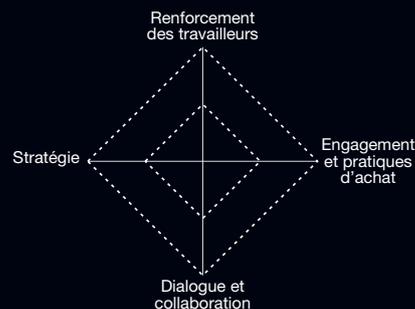
Oxylane déclare appliquer une méthode graduelle afin de parvenir au salaire vital, mais ces termes évasifs et le manque de détail de son programme nous laissent penser que peu de progrès sont réalisés sur le terrain. Oxylane semble fonder sa stratégie sur des systèmes d'audits. Nous n'avons pas constaté de grandes évolutions en matière de pratiques d'achat ou d'engagement de prix permettant le paiement d'un salaire vital. Nous espérons qu'Oxylane adoptera une approche plus proactive face à sa responsabilité de garantir le droit à un salaire vital, plutôt qu'attendre de ses fournisseurs ou d'autres acteurs qu'ils commencent à payer plus.

Oxylane semble avoir compris le besoin de faire du travail sur les salaires une priorité. Toutefois l'entreprise a encore besoin d'identifier une stratégie pour savoir comment exploiter sa position d'acheteur majeur afin de favoriser le changement. Il est grand temps qu'une définition forte de ce que devrait être le salaire vital soit établie et qu'une politique ferme permettant son paiement soit élaborée.

Nous attendons avec impatience de lire les résultats de l'étude d'Oxylane sur les salaires et de savoir comment la stratégie va être mise en œuvre.

DESIGUAL

MARQUE: Desigual



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement

Plus de 100 fournisseurs
Desigual ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Chine, Inde, Espagne, Portugal, Maroc, Bulgarie, Turquie, Vietnam

Chiffre d'affaires 2012

€ 701,4 millions

Bénéfice 2012

€ 77,1 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

3 800

Nombre de points de vente au 31/12/2012

330 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Desigual a publié en 2009 son code de conduite pour les fournisseurs. Il stipule que : « Les fournisseurs et sous-traitants de Desigual doivent s'assurer que le salaire des employés soit égal ou supérieur au salaire minimum légal ou à celui convenu dans la convention de travail si ce dernier est supérieur. Quoiqu'il en soit, ce salaire devra toujours permettre de couvrir les besoins fondamentaux des employés. »

Desigual déclare également : « Nous menons des audits sociaux par le biais d'Intertek et nous travaillons sur des plans d'action élaborés par leurs propres consultants basés chez nos fournisseurs. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

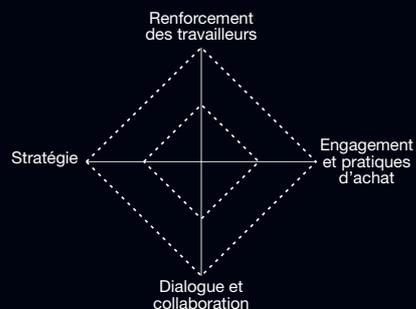
Desigual n'a pas répondu à notre enquête, mais nous a contactés pour nous fournir son code de conduite et son rapport annuel. Aucune information sur le salaire vital, les droits du travail ou le commerce éthique n'est disponible sur son site. Nous prenons note que Desigual paye des consultants pour élaborer des « plans d'action » assurant le suivi des audits sociaux, et espérons que ce travail comprend des initiatives afin de garantir que les salaires permettent de couvrir les besoins fondamentaux. Desigual semble être au tout début du chemin menant au respect de ce droit fondamental.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

DIESEL

MARQUES : Diesel, Diesel Black Gold, 55DSL, Diesel Kid



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement	Diesel n'a pas fourni cette information. Diesel ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Diesel n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	?
Bénéfice 2012	?
Nombre d'employés au 31/12/2012	2 200
Nombre de points de vente au 31/12/2012	551 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site de Diesel, avons parcouru son code de conduite et nous n'avons trouvé aucune information concernant le salaire vital ou les normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

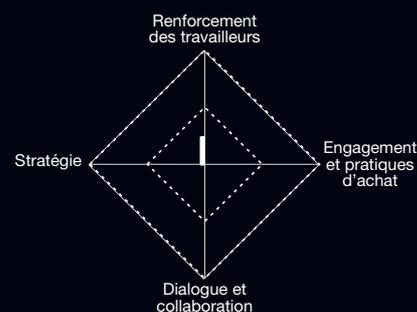
Diesel n'a pas donné suite à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en terme de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

E5 MODE ^{.be}

MARQUES: 9 marques de mode féminine, 5 marques de mode masculine



Filières d'approvisionnement

E5 Mode passe commande auprès de fournisseurs via des entreprises tierces.
E5 Mode ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Chine (60%), Bangladesh (3%), Tunisie (4%), Ukraine (4%), Lituanie (3%)

Chiffre d'affaires 2012

€ 87.9 millions

Bénéfice 2012

€ 4.2 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

375.8 ETP

Nombre de points de vente au 31/12/2012

70 magasins en Belgique

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Les salaires versés pour une semaine normale de travail doivent correspondre au moins à la norme minimum légale ou à celle de l'industrie. Ils doivent être suffisants pour répondre aux besoins essentiels des travailleurs et de leurs familles et leur donner la possibilité d'économiser. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

E5 Mode demande à ses fournisseurs de souscrire à des conditions commerciales qui concernent la qualité et la livraison des vêtements. Ces conditions comprennent aussi une section relative aux salaires des travailleurs. Cette section se réfère au salaire minimum légal. Dans les pays où E5 Mode s'approvisionne, ce salaire n'est pas suffisant pour couvrir les besoins essentiels des travailleurs et de leur famille et procurer une épargne.

E5 Mode ne considère pas avoir de marge de manœuvre suffisante pour influencer les salaires versés dans les usines où l'entreprise s'approvisionne. Par conséquent, l'engagement d'E5 Mode à payer un salaire vital se limite pour l'instant à une feuille de papier.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] E5 MODE

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

E5 Mode exige de la part de ses fournisseurs de rendre visible son code de conduite sur les lieux du travail et d'informer oralement les travailleurs des dispositions qu'il contient. Le code d'E5 Mode intègre le droit d'organisation et de négociation collective. E5 Mode n'a pas fourni d'information ayant trait à la formation des travailleurs, à d'éventuelles procédures de règlement des différends ou de ses positions sur les contrats de court terme.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

E5 Mode n'a fourni aucune information à ce sujet. Aucune information à ce sujet n'a pu être trouvée sur son site internet.

DIALOGUE ET COLLABORATION

E5 mode n'adhère à aucune initiative multipartite de vérification. E5 Mode n'a fourni aucune information témoignant de

collaborations avec d'autres entreprises ou des syndicats.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

E5 Mode n'a fourni aucune information à ce sujet.

COMMENTAIRES D'ACHAT

E5 Mode nous a transmis son code de conduite ainsi que d'autres documents qui appuient la mise en œuvre de celui-ci. Ces documents ne sont pas publiés sur le site internet de l'entreprise. Ils n'attestent par ailleurs d'aucune initiative en matière de salaire vital.

E5 Mode n'a pas l'ambition d'être un pionnier dans le domaine de la responsabilité sociale des entreprises. «Aujourd'hui, nous limitons nos efforts à contrôler auprès de la plupart de nos fournisseurs le respect des réglementations en vigueur au niveau local, national ou sectoriel. »

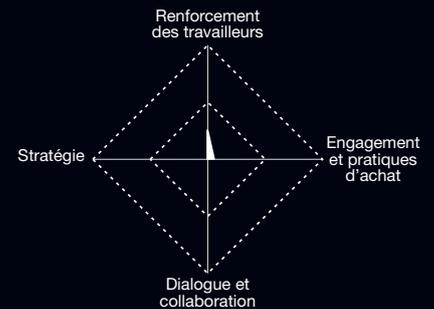
E5 Mode demande à ses fournisseurs de se conformer à des conditions de qualité et de livraison. Ces contrats commer-

ciaux intègrent un paragraphe relatif aux salaires versés aux travailleurs. E5 Mode est conscient que les salaires légaux n'atteignent généralement pas un salaire vital. L'enseigne indique cependant que la faiblesse proportionnelle de ses commandes auprès de ses fournisseurs limite sa capacité d'influencer ses derniers.

E5 Mode affiche un retard vis-à-vis des autres importantes enseignes d'habillement belges en matière de responsabilité sociale. L'entreprise s'affiche ouvert à rejoindre une initiative multipartite de vérification, mais ne fait aucun pas en ce sens.

ESPRIT

MARQUES : Esprit, Edc, Esprit Casual, Esprit Collection, Esprit Sports



Filières d'approvisionnement	455 fournisseurs de premier rang Esprit ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Chine (54 %), Bangladesh (8 %), Turquie (8 %), Vietnam (6 %), autre Asie (9 %), autres (15 %)
Chiffre d'affaires 2012	€ 2.45 milliards
Bénéfice 2012	€ -415.5 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	10 732
Nombre de points de vente au 31/12/2012	1 000 magasins, 9 000 points de vente

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Nous mettons en œuvre le code de conduite du BSCI (Business Social Compliance Initiative) dans nos filières d'approvisionnement internationales. Ce code impose le paiement du salaire minimum légal. Ce salaire doit permettre de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et leur apporter un revenu discrétionnaire. »

« Nous pensons qu'il est essentiel de souligner l'importance d'une approche globale sur la question d'une rémunération équitable pour les travailleurs. Dans ce contexte, il est important de traiter les aspects qualitatifs et quantitatifs des salaires (moyen de paiement, délais et caractère formel du paiement, prise en compte des compétences et du niveau d'éducation du travailleur, et égalité de traitement pour les employés travaillant à plein-temps, mi-temps ou à la pièce. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Ça vous rappelle quelque chose ? Tout comme Lidl, Aldi, WE et d'autres, Esprit n'a fait que nous répéter la réponse fournie par le BSCI sans prendre parti aux problèmes. Très peu d'éléments ont été fournis concernant les efforts faits pour remédier à l'insuffisance des salaires. Rien dans les réponses fournies n'indique un réel engagement à faire du salaire vital une réalité.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Esprit déclare : « Le Code de conduite du BSCI exige que nous communiquions sur les droits et libertés des travailleurs, y compris la liberté d'association. Comme le stipulent les modalités de mise en œuvre, le Code doit être traduit dans les langues locales et affiché de manière visible chez les fournisseurs. »

Esprit nous a transmis des informations montrant son intervention directe auprès de fournisseurs pour garantir le droit de négociation collective alors qu'à deux reprises, en 2013, des fournisseurs avaient refusé de dialoguer avec des représentants des travailleurs.

« Esprit a une équipe de 11 personnes basées en Chine, à Hong Kong, au Bangladesh, en Inde et en Turquie qui mènent des audits internes pour l'entreprise et élaborent des plans d'actions correctives pour nos fournisseurs. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Concernant les référentiels de salaire vital, Esprit déclare : « Le calcul du salaire vital local fait partie de l'audit du BSCI et est effectué selon la méthodologie SA8000. Ce calcul est utilisé pour l'analyse des lacunes et dans les Plans d'actions correctives envoyés aux fournisseurs après chaque audit du BSCI. Ces plans indiquent les mesures à prendre afin d'atteindre le niveau du salaire vital. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

Peu d'informations ont été fournies quant aux projets de collaboration ou aux travaux entrepris avec des syndicats ou des ONG, mis à part la participation d'Esprit à la Conférence européenne sur le salaire vital à Berlin.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Aucune information n'a été donnée quant à une stratégie d'amélioration des salaires et des conditions de travail allant au-delà des rapports du BSCI mentionnés ci-dessus.

COMMENTAIRES D'ACHACT

Un autre géant international : Esprit possède plus de 1 000 magasins à travers le monde et emploie directement plus de 10 000 personnes. Son chiffre d'affaires annuel dépasse les €2,3 milliards. Pourtant l'entreprise n'a qu'un aperçu très limité de ses filières d'approvisionnement et n'a élaboré aucune stratégie pour améliorer les salaires ou les conditions de travail chez ses fournisseurs. Au lieu de cela, elle n'évoque que le travail du BSCI et s'appuie sur un système d'audits obsolète. L'approche consistant à faire cocher des cases par les entreprises afin d'évaluer les droits des travailleurs ne permettra pas de changer la situation, ce qui est pourtant plus que nécessaire.

Nous estimons qu'en se concentrant sur « les aspects qualitatifs et quantitatifs » du paiement des salaires, le BSCI passe à côté du vrai problème. Payer les tra-

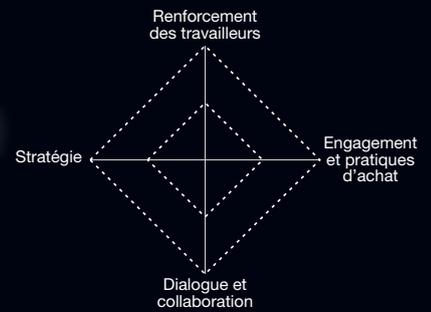
vailleurs à temps et s'assurer que les salaires reflètent leurs compétences est certes important, mais le principal problème que rencontrent ces travailleurs est qu'ils ne gagnent pas suffisamment pour couvrir les besoins fondamentaux de leur famille comme par exemple nourrir leurs enfants. Nous ne disons pas que les problèmes qualitatifs ne sont pas importants et devraient être laissés de côté. Nous pensons simplement que les problèmes quantitatifs devraient être une priorité. Au cours de manifestations qui ont lieu de plus en plus fréquemment dans les pays de production de vêtements, les travailleurs revendiquent une augmentation – quantitative – de salaire. L'attention portée aux autres aspects du paiement des salaires ne doit pas nous détourner de l'urgente nécessité de lutter contre la pauvreté des travailleurs. Si les fournisseurs reçoivent une liste de 12 démarches à réaliser, dont une seule concerne l'augmentation des salaires, il est fort à parier que celle-là sera la dernière à être mise en œuvre!

Esprit dispose d'une équipe RSE restreinte, sans tenir compte de son travail avec le BSCI. Mais aucune indication n'a été donnée quant à la manière dont cette équipe œuvre à une augmentation des salaires.

Esprit doit assumer sa responsabilité au sein de ses filières mondiales d'approvisionnement et s'assurer que les droits de tous les travailleurs y sont respectés.

ESSENTIEL-ANTWERP

MARQUE : Essentiel



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement

Essentiel n'a pas fourni cette information et ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Essentiel n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 30.4 millions (Kadine – chiffres non consolidés)

Bénéfice 2012

€ -0.24 millions (Kadine – chiffres non consolidés)

Nombre d'employés au 31/12/2012

+/- 135

Nombre de points de vente au 31/12/2012

27 magasins en Belgique et en France et présent dans plus de 500 espaces multimarques dans le monde.

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Nous avons consulté le site internet d'Essentiel et n'y avons pas trouvé d'information relative à ses pratiques d'approvisionnement ni à sa politique en matière de respect de normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

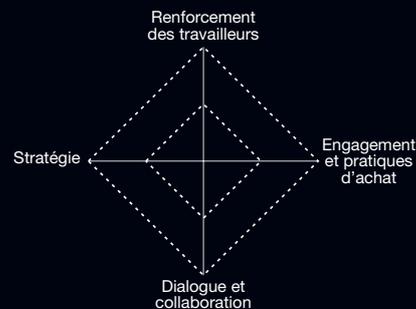
Essentiel n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en termes de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

FNG GROUP ^{.be}

MARQUES : CSK, Fred&Ginger, Van Hassels, Baker Bridge, Claudia Sträter, Espresso



Filières d'approvisionnement	FNG Group n'a pas fourni cette information et ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	FNG n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	€ 46.2 millions
Bénéfice 2012	€ 0.15 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	+/- 800
Nombre de points de vente au 31/12/2012	125 concept stores et 1500 points de vente

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet de FNG et n'y avons pas trouvé d'information relative à ses pratiques d'approvisionnement ni à sa politique en matière de respect de normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

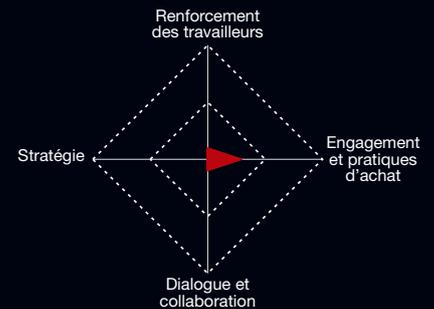
FNG n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en termes de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

G-STAR

MARQUE: G-Star Raw Denim



Filières d'approvisionnement

G-Star n'a pas fourni cette information.
G-Star ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Bangladesh (36 %), Chine (31 %), Inde (17 %), autre (16 %).

Chiffre d'affaires 2012

?

Bénéfice 2012

?

Nombre d'employés au 31/12/2012

?

Nombre de points de vente au 31/12/2012

200 magasins, 6 300 points de vente

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« G-Star soutient le principe du salaire vital et les études à venir sur sa définition. Nous n'en parlons pas dans notre Code de conduite, car il s'agit d'un texte pratique ne comprenant que les aspects concrets pouvant être mis en œuvre dès aujourd'hui. »

« Actuellement, notre définition (non publique) du salaire vital est : un salaire payé pour une semaine de travail standard permettant de couvrir les besoins fondamentaux du travailleur et de sa famille et lui apporter un revenu discrétionnaire. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

EG-Star doit faire l'effort de s'engager en faveur du salaire vital. Comparer les salaires que l'entreprise paye au salaire vital est une bonne chose, mais tant que ces efforts ne sont pas inscrits dans sa politique, son soutien au principe du salaire vital restera sans effet et l'écart ne sera pas comblé.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Oui.*

[...] G-STAR

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

G-Star déclare : « Le droit à la liberté d'association et de négociation collective fait à présent partie du Code de conduite de G-Star [...] G-Star est un acheteur partenaire du programme Better Work au Vietnam (8 % de ses filières d'approvisionnement), un programme de l'Organisation internationale du travail. La liberté d'association et le droit à la négociation collective sont des sujets soulevés lors de conférences, formations et évaluations des fournisseurs et les discussions sont suivies d'effets ».

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

G-Star a adopté une échelle des salaires afin de suivre en interne les progrès réalisés vers le paiement du salaire vital. G-Star utilise cette échelle pour mener « des comparaisons en interne entre les salaires payés par les fournisseurs et les différents niveaux de salaires : salaire minimum, salaire vital, Asia Floor Wage. »

G-Star déclare : « Nous travaillons sur un projet en interne afin de mieux contrôler les prix à l'égard des salaires payés. »

G-Star ajoute : « À l'heure actuelle, nous

enquêtons sur l'application du salaire vital dans nos filières d'approvisionnement ». Sur la base de ses recherches, G-Star a l'intention de « lancer un projet pilote sur le salaire vital chez l'un de nos fournisseurs au deuxième semestre de 2014. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

G-Star participe au programme Better Work. Avec d'autres marques, il a également pris part à une initiative dans le secteur du textile et de l'habillement néerlandais qui se concentrait sur le salaire vital.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

G-Star n'a pas de stratégie pour garantir à ses travailleurs un salaire vital.

COMMENTAIRES D'ACHACT

Nous nous félicitons de voir que G-Star a commencé à avoir recours à une échelle des salaires afin de comparer les salaires payés aux travailleurs et les données montrant combien ils devraient recevoir pour vivre dans la dignité dans les pays d'où proviennent ses produits. Il s'agit là d'un pas dans la bonne direction. Étonnamment, G-Star affirme également être en train de travailler sur un projet pour adapter ses prix aux salaires payés. Nous avons hâte de voir comment ce projet va évoluer. Il est essentiel que les entreprises

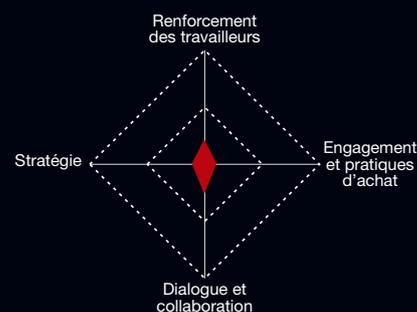
s'engagent à revoir le prix qu'elles payent à leurs fournisseurs si elles souhaitent réellement combler la différence entre le salaire minimum et le salaire vital. G-Star devra prendre ce facteur en considération dans son projet. Recueillir des données ne suffira pas à résoudre le problème.

G-Star ne communique que peu d'éléments tendant à démontrer des collaborations avec des syndicats, des ONG ou d'autres entreprises pour mettre en œuvre un salaire vital. Nous constatons également un manque d'action pour combattre les vrais obstacles à la liberté d'association et à la négociation collective dans ses filières d'approvisionnement. Pour que le changement soit durable, ces avancées doivent être complétées par des référentiels.

G-Star doit encore faire figurer son engagement à payer un salaire vital dans son code de conduite. L'entreprise nous a toutefois fait savoir lorsque nous lui avons envoyé ce profil, qu'elle avait prévu de le faire début 2014. D'expérience, nous savons que sans cette déclaration publique de politique, il est difficile de mener des transformations à tous les niveaux de l'entreprise. Nous espérons que ce problème sera rapidement résolu.

GAP-INC

MARQUES : Gap, Banana Republic, Old Navy, Piperlime, Athleta, Intermix



Filières d'approvisionnement

« Nous achetons de la marchandise de marque maison et autres auprès de plus de 1 000 vendeurs dans près de 40 pays. »

Pays de production

Chine (26 %), USA (2 %), autres (72 %)

Chiffre d'affaires 2012

US\$ 15,6 milliards (€ 11,53 milliards)

Bénéfice 2012

US\$ 1,1 milliard (€ 0,81 milliards)

Nombre d'employés au 31/12/2012

136 000

Nombre de points de vente au 31/12/2012

3 064 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Nous restons fidèles au principe selon lequel un salaire payé pour une semaine de travail standard devrait permettre de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et leur apporter un revenu discrétionnaire. Nous souhaitons prendre notre part de travail afin de garantir que les travailleurs sont traités de manière équitable y compris en ce qui concerne leur rémunération [...]. Bien qu'aucun calcul du salaire vital n'ait fait l'objet d'un consensus, nous avons mis un point d'honneur à ce que nos fournisseurs respectent les lois en matière de salaire légal et autres bénéfices. Le non-respect de ces lois est un problème chronique dans le secteur de l'habillement. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Les informations fournies par Gap sont pleines de belles paroles et de beaux sentiments, mais laissent paraître le manque d'actions concrètes pour améliorer les salaires des travailleurs fabriquant ses vêtements. Ceci est décevant. Gap propose de se pencher sur des projets de productivité et de garantir un salaire minimum. Ces propositions sont insuffisantes.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] GAP-INC

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Gap déclare : « Nous utilisons une large gamme de mesures afin de garantir que la liberté d'association soit respectée et exprimée clairement aux fournisseurs comme aux travailleurs. Ainsi, nous encourageons un dialogue ouvert entre les travailleurs et les fournisseurs. Nous travaillons aussi avec des groupes de défense des droits des travailleurs et avec des syndicats lorsque cela est nécessaire. Nous estimons que pour augmenter les salaires, il est d'abord important de nous assurer que la liberté d'association soit appliquée en théorie et en pratique. »

Gap affirme que ses fournisseurs sont tenus d'informer les travailleurs de l'existence des syndicats présents dans l'entreprise, leur fournir leurs coordonnées et afficher ou distribuer toute convention collective de travail.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

N'ayant pas développé de référentiels internes, Gap ne dispose d'aucun système lui permettant de suivre ses engagements

en matière de salaire vital. Gap mentionne des rencontres avec des fournisseurs stratégiques qui visent à concevoir « des programmes sur mesure pour répondre aux besoins de chaque fournisseur. » Y est intégrée une négociation du calendrier et de la planification des commandes afin de minimiser l'impact négatif des pratiques d'achat sur les travailleurs.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Gap est membre d'Ethical Trading Initiative (ETI). Il participe à un groupe de travail d'ETI – regroupant des entreprises, des ONG et des syndicats – qui étudie le système de travail forcé en Inde appelé Sumangali.

L'entreprise a également mentionné son travail au sein de « Americas Group » qui lutte avec des syndicats et des ONG contre le travail précaire en Amérique centrale et au Mexique. Gap a aussi évoqué son partenariat avec IndustriALL pour offrir des formations sur la liberté d'association à 14 fournisseurs au Sri Lanka et en Inde.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Gap a fourni des informations sur son programme PACE (Personal Advancement & Career Enhancement) qui « offre aux

femmes travaillant dans l'industrie du vêtement les compétences de bases pour la vie quotidienne et des compétences techniques avancées afin de progresser dans leur vie personnelle et professionnelle ». Les résultats attendus comprennent une augmentation de salaire résultant d'une progression professionnelle. À ce jour, 20 000 femmes ont participé à ce programme dans sept pays.

Gap déclare également s'intéresser à une stratégie d'amélioration de la productivité : « Nous avons obtenu des résultats très prometteurs avec des projets pilotes qui se focalisent sur une amélioration de la productivité résultant en une augmentation des salaires pour les travailleurs. Cette approche peut nous aider à garantir les droits humains des travailleurs de façon durable et économiquement viable. » L'entreprise a ajouté avoir conçu « un cadre de base permettant une augmentation des salaires ». Ce cadre a trois objectifs : garantir le paiement d'un salaire minimum, garantir la liberté d'association et promouvoir des systèmes efficaces de management.

[...] GAP-INC

COMMENTAIRES D'ACHACT

Gap est membre d'ETI depuis plus de dix ans. Son engagement en faveur d'un salaire vital est inscrit dans son code de conduite. Toutefois, il doit encore définir ce que cela signifie en termes de revenus réels et vérifier si ce salaire est bien payé aux travailleurs fabriquant ses vêtements. Il est très décevant, voire choquant, qu'une entreprise aussi importante et influente que Gap puisse se dégager de sa responsabilité pendant si longtemps et continue à accepter des salaires dérisoires.

Le programme PACE semble avoir permis de former un nombre important de travailleurs. Toutefois, tout le monde ne peut pas devenir superviseur. La manière dont ce programme aide la majorité des travailleurs à améliorer leurs revenus n'est pas claire. Nous soupçonnons que ce type de formation consiste à apprendre aux travailleurs à mieux gérer leurs maigres salaires. Ceci est presque insultant. En effet, le problème n'est pas que les travailleurs dilapident leur salaire chez McDonald's, mais bien qu'ils ne sont pas suffisamment payés pour acheter assez de riz pour leur famille.

Gap fait fausse route avec ses programmes de productivité. La productivité, bien que contribuant à une augmentation des salaires, ne permettra jamais de générer suffisamment de bénéfices en plus pour combler l'écart vertigineux entre le salaire minimum et le salaire vital dans les plupart des pays où Gap s'approvisionne. Un nombre incalculable de recherches le prouvent (y compris les chiffres provenant de projets pilotes évoqués dans ce rapport). Le risque encouru est que des employés travaillant déjà bien assez se retrouvent avec des objectifs encore plus élevés et ne reçoivent qu'une part infime des bénéfices. Il existe une autre façon de garantir une augmentation des salaires régulière et économiquement viable : Gap devrait accepter de payer plus et trouver un système qui garantisse que ce dividende revienne aux travailleurs. Ça donne à réfléchir...

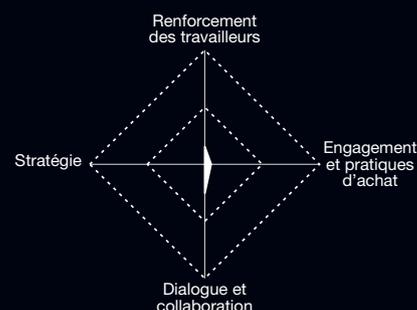
Gap affirme qu'en l'absence de montants universellement acceptés pour le salaire vital, il s'est efforcé de garantir que le salaire minimum est respecté. Nous ne pensons pas que cette excuse soit encore valable aujourd'hui. L'Asia Floor Wage Alliance a identifié en 2009 une méthode

de calcul qui définit à quoi correspond un salaire vital en termes de pouvoir d'achat. Depuis, nous avons vu émerger différents systèmes nuancés permettant aux entreprises de comparer les salaires payés par leurs fournisseurs à un référentiel, et de mesurer ainsi les améliorations. De nombreuses entreprises figurant dans ce rapport le font déjà. Gap serait bien avisé d'en faire de même.

Nous espérons voir Gap participer à nouveau au débat sur le salaire vital dès 2014. Nous encourageons vivement l'entreprise à développer son « cadre de base permettant une augmentation des salaires » afin de passer à l'étape suivante : l'augmentation des salaires. Il faut faire plus que s'assurer que l'entreprise respecte la loi et paye le salaire minimum. Un acheteur aussi important et influent que Gap a le pouvoir de faire bouger les choses et de mener le combat pour améliorer la vie des travailleurs à travers le monde.

GUCCI

MARQUE: Gucci



Filières d'approvisionnement	400 fournisseurs de premier rang, 3 600 fournisseurs sous-traitants Gucci ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs, mais cette liste est communiquée aux syndicats de manière confidentielle.
Pays de production	Italie (100 %)
Chiffre d'affaires 2012	€ 3.69 millions
Bénéfice 2012	€ 1.26 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	10 604
Nombre de points de vente au 31/12/2012	380

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Gucci est certifié SA8000 depuis 2007. Le respect du salaire vital est une des conditions pour l'obtention de cette norme. Ceci fait également partie de notre politique de responsabilité sociale (RSE) et des Principes de Durabilité que nous imposons à nos fournisseurs. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Gucci affirme produire 100 % de sa marchandise en Italie où, selon lui, les droits sont respectés. Au côté de 400 fournisseurs directs, l'entreprise a cependant plus de 3 000 fournisseurs sous-traitants. Des enquêtes ont par le passé révélé que certains produits Gucci (uniformes des employés) étaient confectionnés en Turquie. Nous ne voyons pas clairement quelle politique l'entreprise met en œuvre afin de faire respecter les droits sur ces lieux de travail. Une simple déclaration dans un document de principe ne suffit pas.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] GUCCI

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Gucci déclare : « Le droit à la liberté d'association et de négociation collective fait l'objet d'une communication claire au sein de nos filières d'approvisionnement [...]. Nous formons régulièrement (au moins une fois par an) tous nos fournisseurs directs à notre politique de responsabilité sociale (RSE). Ce type d'activité est partagé avec les principaux syndicats sur la base d'une convention signée en 2004. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Gucci prend le salaire minimum italien comme référentiel de salaire vital. L'entreprise déclare qu'il s'agit d'une donnée valable, car elle a été établie par des conventions collectives nationales.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Gucci a signé des conventions en 2004,

2009 et 2012 avec les confédérations de syndicats italiens CGIL, CISL et UIL.

Gucci a un dialogue proactif et productif avec la branche italienne de la Clean Clothes Campaign sur un certain nombre de sujets comme le sablage des jeans.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

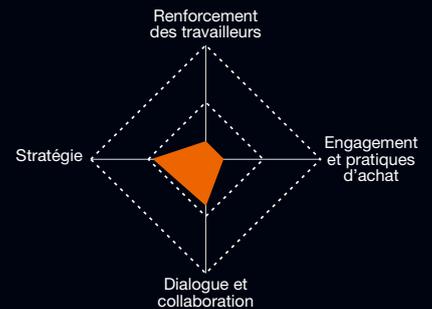
Aucune.

COMMENTAIRES D'ACHACT

Gucci affirme que la totalité de sa production est basée en Italie où les droits sont respectés. Toutefois, nous ne considérons pas que l'Italie soit un pays où les droits des travailleurs sont toujours respectés. En effet, en décembre 2013, un incendie dans une usine sous-traitante dans la ville de Prato a causé la mort de sept travailleurs migrants chinois. Les syndicats ont déclaré que les problèmes de santé et de sécurité à l'origine de ce drame étaient courants dans la région. En raison du recours régulier au secteur informel et aux

travailleurs migrants en Italie, Gucci doit surveiller de près sa production s'il souhaite être certain que les salaires pratiqués suffisent à couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et que leurs droits sont respectés.

Nous nous posons quelques questions quant à l'important volume de travail sous-traité dans la chaîne d'approvisionnement de Gucci. Nous soupçonnons que certains de ces sous-traitants ne sont pas localisés en Italie. Aucune information n'a été donnée quant à la manière dont cette sous-traitance est contrôlée et comment les droits des travailleurs sont respectés dans ces usines. Il est primordial que Gucci s'engage dans sa politique de sous-traitance et s'assure que les droits soient respectés aussi chez ses sous-traitants.



Filières d'approvisionnement	785 fournisseurs de premier rang, 1 013 fournisseurs sous-traitants H&M publie une liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Extrême-Orient : Chine, Indonésie et Cambodge (42 %), Asie du Sud : Bangladesh (28 %), Europe, Moyen-Orient et Afrique (30 %)
Chiffre d'affaires 2012	€ 15.97 milliards
Bénéfice 2012	€ 1.91 milliard
Nombre d'employés au 31/12/2012	72 276
Nombre de points de vente au 31/12/2012	2 776 magasins et 48 markets

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Un salaire vital équitable couvrant les besoins fondamentaux des travailleurs devrait être payé par tous nos fournisseurs de biens commerciaux. Un salaire vital équitable devrait être mesuré selon la perception qu'ont les travailleurs d'une rémunération qui couvre leurs besoins fondamentaux. »

« Nous ne soutenons pas une définition [du salaire vital] en particulier étant donné que nous estimons qu'il revient aux représentants des travailleurs de décider du niveau de salaire à revendiquer lors de négociations salariales. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Depuis fin 2013, H&M a redoublé d'efforts et a fait part de son soutien à un « salaire vital équitable ». Toutefois, un référentiel de salaire vital manque encore à sa stratégie. Les augmentations de salaire actuellement possibles grâce aux négociations chez les fournisseurs, lorsque le point de départ n'est qu'une fraction du montant nécessaire, ne permettront pas d'atteindre le niveau du salaire vital qui permet de nourrir et de faire vivre une famille. L'autre élément de la stratégie de H&M (le renforcement des capacités chez les fournisseurs, la promotion d'une révision à la hausse du salaire minimum, et un ajustement des pratiques d'achat) peut aider, mais l'engagement envers un référentiel de salaire vital est la prochaine étape à réaliser pour faire du salaire vital une réalité.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

H&M a lancé un projet de dialogue social au Bangladesh. Le projet pilote concernait initialement cinq fournisseurs, mais le nombre a été augmenté en 2014 pour toucher 15 % des fournisseurs de H&M au Bangladesh et 100 % de ses fournisseurs à l'horizon 2018. Fin 2013, le projet a permis l'élection de trois comités de participation des travailleurs. En outre, le dialogue avec les directions a porté sur la question des indemnités telles que les bonus et les dates de paiement des salaires.

H&M dispose d'un mécanisme de plainte limité : les numéros de téléphone et adresses mail du personnel H&M sont communiqués aux travailleurs pendant les interviews.

H&M a également lancé un projet au Cambodge avec le syndicat suédois IF Metall.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Le nouveau plan 'Fair Living Wage' de H&M intègre les engagements suivants en matière de pratiques d'achat :

- Pour fin 2014 : méthodes améliorées de fixation de prix payés aux usines afin de

refléter les coûts de travail réels ; planification améliorée des commandes pour réduire les pics de production.

- Pour fin 2018 : 35% de réduction moyenne des heures supplémentaires de travail ; 90 % des fournisseurs considérant H&M comme un partenaire commercial équitable.

L'engagement de H&M comprend également cette déclaration : « Nous sommes prêts à payer plus pour que nos fournisseurs augmentent les salaires. » L'entreprise utilise actuellement un système de fixation des prix transparent pour ses fournisseurs, mais ne tient pas compte des coûts du travail comme élément spécifique de sa structure de prix.

H&M dispose d'un outil d'approvisionnement appelé « Indice Code de conduite » qui lui permet de « coter ses fournisseurs et de les encourager à s'améliorer. Il s'agit d'un indice pondéré dans lequel la liberté d'association, la négociation collective, les avantages sociaux et les heures de travail interviennent positivement. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

H&M collabore avec des consultants du Fair Wage Network pour ses nouveaux projets pilotes. L'entreprise a consulté des syndicats, des ONG et des travailleurs dans le cadre de l'élaboration de ses plans. Certains syndicats de haut niveau

participent au comité consultatif, mais les syndicats locaux restent en marge.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

H&M déclare : « H&M encouragera ses fournisseurs à mettre en place des structures salariales qui permettent le paiement d'un salaire vital équitable et offrent des indemnités et heures supplémentaires correctes dans des limites légales. Ceci sera exploré en mettant en œuvre la méthode Fair Wage sur notre rôle vis-à-vis d'usines modèles. » Le travail commencera en 2014 dans deux « usines modèles » au Bangladesh et au Cambodge qui fournissent uniquement H&M.

« Les fournisseurs stratégiques de H&M devront avoir mis en place une structure salariale permettant le paiement d'un salaire vital équitable d'ici 2018. À cette date, cela concernera 850 000 travailleurs du textile. »

Il ajoute : « D'ici 2014, nous étendrons notre projet de dialogue social afin que 15 % des fournisseurs d'H&M soient formés au dialogue social et disposent de comités de participation des travailleurs. L'objectif est d'atteindre 100 % à l'horizon 2018. »

COMMENTAIRES D'ACHACT

Il est décevant que la feuille de route de H&M vers un salaire vital équitable, annoncée fin 2013, n'intègre pas de référentiel de salaire vital. Sans une telle définition, et malgré d'autres éléments positifs, il est impossible de fixer des objectifs concrets en matière de paiement des salaires ni de mesurer les avancées réalisées.

Un élément clé de la stratégie de H&M est la promotion des négociations au niveau des fournisseurs, basées sur des niveaux de salaires suggérés pas les travailleurs. Nous soutenons évidemment les négociations salariales, elles sont essentielles. Toutefois, les négociations chez les fournisseurs ne suffiront pas à faire appliquer un « salaire vital équitable ». Quand le salaire minimum (un quart ou un sixième du salaire vital) est le point de départ, les augmentations possibles chez les fournisseurs ne suffiront jamais à atteindre le salaire vital permettant aux travailleurs de nourrir et faire vivre leur famille. H&M doit s'engager à augmenter les salaires sur base d'un référentiel. Un tel engagement pourra ouvrir la voie à des négociations qui permettront aux syndicats de présenter des revendications salariales reflétant réellement les besoins des travailleurs.

H&M a déclaré qu'afin d'atteindre les objectifs du salaire vital équitable, il était prêt à payer plus ses fournisseurs. Cette déclaration est un engagement louable et essentiel à toute amélioration salariale. Il est également encourageant de voir que H&M s'est engagé à améliorer ses pratiques d'achat afin de réduire le nombre d'heures supplémentaires.

H&M explique que dans le cadre de l'identification d'un salaire vital par les travailleurs qui servira de base au calcul des salaires dans de nouvelles usines modèles, les paramètres suivants seront évalués : « la nourriture, le logement, la santé, l'éducation, l'habillement et les congés/loisirs. » Nous craignons que cette liste limitée (ne prenant pas en compte les besoins de la famille, le transport et le revenu discrétionnaire) donne une image inexacte de ce qu'est réellement un salaire vital. Le fait que certains travailleurs ont une famille à charge doit jouer un rôle central dans le calcul (un salaire vital peut être le triple de ce dont une seule personne a besoin pour survivre).

En première ligne des négociations au sein des usines, H&M doit s'assurer de l'engagement des syndicats locaux dans le processus, car leur rôle est primordial. La signature du Protocole indonésien sur la liberté d'association serait un pas dans la bonne direction et une expérience instructive. Cet accord, déjà signé par plusieurs grandes marques de sport, donne lieu à des actions très concrètes permettant une meilleure représentation des travailleurs au sein des usines de nombreux fournisseurs. C'est également un banc d'essai formidable pour voir comment garantir la liberté d'association dans le secteur. H&M pourrait également envisager d'élargir son comité consultatif afin de permettre aux syndicats locaux d'être représentés plus directement.

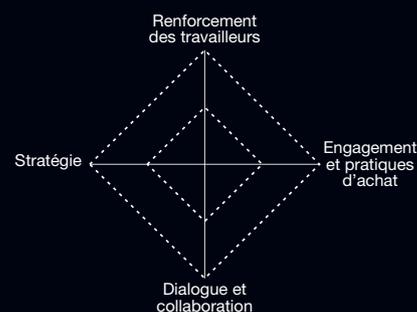
H&M a déclaré vouloir mettre en place un projet consistant à créer des comités de participation des travailleurs dans 100% des usines clés où il se fournit. Ceci

est préoccupant. Si ces comités peuvent parfois améliorer la communication au sein de l'usine, ils risquent aussi de freiner le renforcement des travailleurs en constituant un obstacle à l'implication des syndicats locaux. Les comités de travailleurs ne devraient être promus que lorsque la liberté d'association est limitée par la loi. Autrement, H&M devrait plutôt promouvoir l'engagement des syndicats au sein des usines par le biais d'accords d'accès des syndicats aux usines et la garantie du « droit à s'organiser ». Nous espérons que H&M tiendra compte de ce point important.

Nous avons hâte de suivre les progrès de H&M dans les prochaines étapes de son travail vers un « salaire vital équitable ».

HUGO BOSS

MARQUE: Hugo Boss



Filières d'approvisionnement

Hugo Boss n'a pas fourni cette information.
Hugo Boss ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Hugo Boss n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 2,34 milliards

Bénéfice 2012

€ 307,4 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

11 852

Nombre de points de vente au 31/12/2012

840

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Les contrats passés avec nos fournisseurs se basent sur les normes de l'Organisation internationale du travail (OIT). Ils stipulent que tous les employés doivent recevoir au minimum le salaire minimum légal, le nombre de jours de congé prévu par la loi, et ne pas travailler plus que le nombre d'heures maximum autorisé. En l'absence totale ou partielle de législation dans le pays concerné, les normes sociales d'Hugo Boss établissent quelles sont les conditions de travail appropriées pour les employés. »

« La sécurité au travail, l'interdiction du travail d'enfants et le paiement de salaires équitables figurent parmi les obligations que nous imposons à nos fournisseurs. Toutefois, loin de nous reposer uniquement sur des conventions juridiques, nous contrôlons soigneusement le respect de nos orientations sociales et environnementales grâce à des visites régulières chez nos fournisseurs et des audits indépendants. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

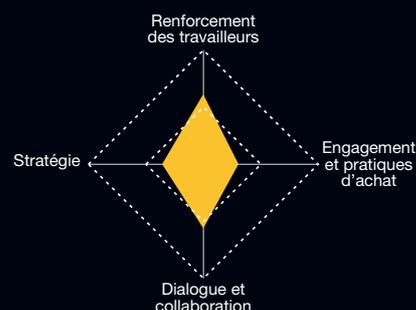
Le code de conduite d'Hugo Boss contient des informations de base sur le paiement du salaire minimum. On trouve également une section sur la durabilité dans son rapport annuel de 2012. Mis à part cela, rien ne montre qu'un travail est fait au sein de ses filières d'approvisionnement pour garantir que les travailleurs reçoivent un salaire vital. Tout cela est très décevant pour une marque de cette envergure.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

INDITEX

MARQUES : Zara, Bershka, Pull&Bear, Massimo Dutti, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Lefties, Uterqüe



Filières d'approvisionnement

1 434 fournisseurs de premier rang, 2 878 fournisseurs sous-traitants
Inditex ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs, mais cette liste est communiquée aux syndicats.
Note concernant le nombre de fournisseurs sous-traitant : Inditex déclare avoir réduit le nombre de ses fournisseurs de plus de 30 % ces dernières années mais a également amélioré la transparence interne de ses filières d'approvisionnement. Ceci explique en partie l'augmentation du nombre de sous-traitants, car ce nombre intègre maintenant les laveries, teintureriers, unités d'emballage, etc.

Pays de production

Asie (42 %), Europe et Maroc (55 %), reste du monde (3 %)

Chiffre d'affaires 2012

€ 15.94 milliards (Zara)

Bénéfice 2012

€ 2.3 milliards (Zara)

Nombre d'employés au 31/12/2012

120 314 (Zara)

Nombre de points de vente au 31/12/2012

6 900 magasins Zara

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Inditex déclare : « Les salaires devraient toujours être suffisants pour couvrir au moins les besoins fondamentaux des travailleurs et de leur famille et tout autre besoin supplémentaire raisonnable [...]. L'Accord-Cadre International conclu entre Inditex et le syndicat mondial IndustriALL stipule que le syndicat travaillera avec Inditex afin de faire respecter les codes et normes, y compris la Clause 5 du Code de base ETI (Ethical Trading Initiative) : « Un salaire vital sera payé. » [...] Inditex reconnaît que toute convention collective sur les salaires ayant fait l'objet d'une négociation libre entre les employeurs et les représentants des syndicats élus librement, constitue une référence pour le salaire équitable dans le pays / la région / la ville / l'usine. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Nous félicitons Inditex pour sa collaboration avec des syndicats, contractualisée par un Accord-Cadre international, en vue notamment d'améliorer les salaires. L'attention portée sur la liberté d'association est louable, mais il faut encore accroître et développer les efforts pour augmenter les salaires afin que les travailleurs employés par les fournisseurs de l'entreprise commencent à voir une réelle amélioration de leur situation financière.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? Inditex a évoqué des référentiels dans certains pays comme le Maroc, l'Espagne, et le Portugal. Pour l'Asie, aucun référentiel n'a été établi.

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Inditex déclare : « Les fabricants et les fournisseurs s'assureront que tous leurs employés puissent faire valoir leur droit à la liberté d'association, à se syndiquer et à négocier collectivement. Aucune sanction ne pourra être infligée en réponse à l'exercice d'un tel droit et aucune compensation financière quelle qu'elle soit ne pourra être offerte aux employés pour qu'ils renoncent à ces droits. Les fabricants et fournisseurs feront également preuve d'ouverture et collaboreront avec les syndicats. Les représentants des travailleurs seront protégés de toute forme de discrimination et seront libres de mener leur travail de représentant sur le lieu de travail. Là où le droit à la liberté d'association ou à la négociation collective est restreint par la loi, des moyens appropriés permettant de faire valoir ces droits de manière raisonnable et indépendante doivent être trouvés. »

Inditex s'est efforcé de promouvoir pro-activement ces droits grâce à des formations et des réunions avec les syndicats locaux dans plusieurs pays producteurs clés, en formant les fournisseurs à la liberté d'association et en offrant des garanties du « droit à s'organiser » en Turquie, au Cambodge et en Inde.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Inditex a commencé à revoir sa façon de gérer ses filières d'approvisionnement

en réduisant le nombre de fournisseurs, en augmentant la production chez les fournisseurs ayant des pratiques plus éthiques et en prenant des mesures pour moins dépendre de la sous-traitance. Bien qu'Inditex ait commencé à inclure le coût du travail au calcul des prix, l'entreprise ne s'est pas engagée à modifier ses pratiques – un facteur clé dans la lutte pour le salaire vital. Inditex doit encore élaborer des référentiels clairs de salaire vital pour chacun de ses pays de production.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Inditex a compris l'importance de la collaboration pour résoudre ces problèmes. Il est le seul détaillant international d'habillement à avoir signé un Accord-Cadre International avec IndustriALL, le syndicat international représentant notamment les travailleurs du textile et de l'habillement. Il a évoqué son travail avec IndustriALL en Amérique latine, en Europe et en Extrême-Orient. Il a également travaillé avec des syndicats locaux au Cambodge, au Bangladesh, en Turquie, au Portugal, au Brésil et en Espagne. La collaboration avec d'autres marques fait également partie intégrante de sa démarche. Elle passe par sa participation à Ethical Trading Initiative et par des programmes pilotes indépendants.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Inditex travaille sur différents projets pilotes qui traitent de problèmes liés aux salaires comme le non-respect de la liberté d'association et les contrats de courte

durée. Inditex affirme participer à un projet en Turquie avec Next et Arcadia : « Le programme tend, d'une part, à mettre en place ou à améliorer un système solide de représentation des travailleurs afin de renforcer le dialogue social et la communication entre l'employeur et les employés et, d'autre part, à améliorer la productivité et l'efficacité dans leur ensemble. Ce programme se base sur le fait que les retombées financières seront distribuées équitablement... » Aucun résultat n'est disponible à l'heure actuelle.

Inditex a également mentionné un accord pour travailler avec l'Organisation internationale du travail (OIT) sur plusieurs projets comme : « Un projet pour faire connaître les Conventions de l'OIT dans toute la filière d'approvisionnement ; des projets se concentrant sur le salaire vital ; une analyse des coûts du travail, un calcul adéquat des salaires vitaux dans différents pays fournisseurs respectant les dispositions de l'OIT. » Ces projets n'ont pas encore été lancés.

Bien qu'Inditex ait fait du salaire vital « une de [ses] priorités pour les années à venir », à ce jour, l'entreprise n'a fait paraître aucune stratégie globale se concentrant spécifiquement sur ce sujet, et aucun engagement assorti d'une échéance n'a été pris pour que les salaires atteignent le niveau du salaire vital.

COMMENTAIRES D'ACHACT

Inditex continue d'allier sa responsabilité de garantir un salaire vital aux travailleurs à son engagement envers la liberté d'association. Nous reconnaissons évidemment que la négociation collective entre les fournisseurs et les syndicats joue un rôle essentiel dans l'amélioration des salaires. Toutefois, cette démarche nécessite d'avoir des syndicats puissants à tous les niveaux. Ce n'est tout simplement pas le cas dans de nombreuses régions où a lieu la fabrication des vêtements. Soutenir les syndicats est une stratégie à long terme. Elle doit être complétée par des actions immédiates et urgentes visant l'augmentation des salaires.

Inditex déclare que tout salaire négocié librement entre employeur et représentants syndicaux élus par les travailleurs dans le cadre d'une convention collective est considéré comme un salaire équitable. Nous sommes à la fois en accord et en désaccord avec cette déclaration. Il est clair que toute convention salariale doit être respectée. Mais même lorsqu'ils sont présents, au sein des usines ou lors de négociations à l'échelon sectoriel ou national, les syndicats ne disposent sou-

vent pas du rapport de force nécessaire pour exiger de réels salaires vitaux. C'est particulièrement le cas lorsque le point de départ est un salaire minimum ne représentant qu'un quart du salaire nécessaire. La pression sur les prix exercée par les acheteurs internationaux prive les travailleurs d'un espace de négociation pour obtenir un salaire vital réel, basé sur des besoins concrets.

C'est pourquoi il est primordial qu'Inditex élabore des référentiels basés sur le coût réel de la vie pour les travailleurs et s'assure qu'ils soient pris en compte dans les prix payés aux fournisseurs. Nous espérons que le travail avec l'OIT sur « un calcul adéquat des salaires vitaux dans différents pays fournisseurs » jouera un rôle dans les efforts d'Inditex.

Élaborer des référentiels ne nuit et ne nuira pas au travail des syndicats. À l'inverse, savoir que de grands acheteurs se sont engagés à appliquer un salaire vital peut appuyer les revendications des syndicats qui reflètent les besoins réels des travailleurs et faire avancer les négociations.

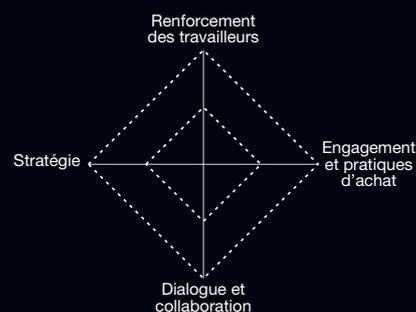
Nous avons été choqués de voir que les référentiels de salaire vital fournis par

Inditex (pour l'Europe et le Maroc uniquement) étaient si bas – à peine supérieurs au salaire minimum.

Inditex a également besoin d'une stratégie pour améliorer les salaires là où les syndicats ne sont pas encore présents. Inditex est tout à fait capable d'améliorer rapidement les salaires tout en travaillant sur les droits des syndicats. Ceci nécessiterait une stratégie claire, soumise à des échéances afin d'atteindre le niveau du salaire vital chez ses fournisseurs clés dans les principaux pays d'approvisionnement.

Inditex est en mesure d'agir sur d'autres sujets comme le travail à domicile et les contrats précaires, et a montré sa volonté de collaborer avec les acteurs clés afin d'assurer le succès de projets pilotes. Ceci est une très bonne chose. Malheureusement, à ce jour, Inditex est encore réticent face à l'Asia Floor Wage, ce qui est décevant. Étant donné son engagement et son pouvoir d'acheteur dans les principaux pays concernés par l'Asia Floor Wage, Inditex serait un bon candidat pour travailler avec les syndicats concernés et pour tester la mise en œuvre du référentiel Asia Floor Wage.

MARQUE: Jn Joy



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement	J&Joy n'a pas fourni le nombre de leurs fournisseurs. J&Joy ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	J&Joy n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	€ 378.297
Bénéfice 2012	€ 151.925
Nombre d'employés au 31/12/2012	3 ETP – 50 collaborateurs
Nombre de points de vente au 31/12/2012	500 points de vente et 3 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet de J&Joy et n'y avons trouvé aucune information sur le salaire vital. A propos des normes de travail, le site de J&Joy se réfère aux engagements de l'entreprise dans une démarche de commerce équitable, à l'absence de recours au travail d'enfants et au travail forcé et à une « certification » et charte de l'OIT (Organisation internationale du travail).

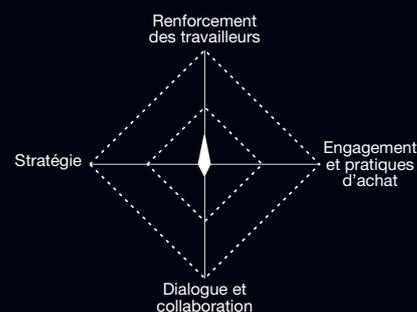
NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

J&Joy n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible publiquement à propos d'éventuels engagements pour un salaire vital. La référence faite par J&Joy à une certification et à une charte de l'OIT n'est pas correcte dans la mesure où l'OIT ne certifie aucune entreprise et ne dispose pas d'une charte. Un tel usage abusif sème le doute sur les engagements de l'entreprise à respecter les droits des travailleurs et plaide pour une bien plus grande transparence sur ses filières d'approvisionnement et ses pratiques commerciales.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

MARQUES : Musti, Bumba, Hello Kitty, Maya, Plop, Samson



Filières d'approvisionnement	96 fournisseurs de premier rang, 42 sous-traitants JBC ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Chine, Hong Kong, Bangladesh, Turquie et Inde
Chiffre d'affaires 2012	€ 204 millions
Bénéfice 2012	€ 16.6 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	216.2 ETP
Nombre de points de vente au 31/12/2012	123 magasins en Belgique, 8 magasins au Luxembourg

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Dans son code de conduite JBC déclare à propos des salaires : « Le salaire doit être payé régulièrement et ponctuellement et correspondre à une rémunération équitable eu égard à la performance au travail. Le salaire minimum légal doit être considéré comme un minimum, non pas comme un montant recommandé. Les salaires doivent couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et de leurs familles (nourriture, vêtements, logement, santé, éducation). »

Le salaire payé pour une durée hebdomadaire standard de travail doit se fonder sur la réglementation locale et les standards de l'industrie. JBC est d'accord en principe avec la définition du salaire vital et fait également référence à la définition de la Fair Wear Foundation.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

JBC approuve la définition d'un salaire vital proposée par la Clean Clothes Campaign. JBC ne s'est cependant pas doté d'un référentiel clair à ce sujet et par conséquent, cette position ne se reflète pas (encore) dans ses pratiques. JBC annonce des plans tels que la coopération avec d'autres entreprises se fournissant dans les mêmes usines et des discussions avec la Fair Wear Foundation. Nous nous réjouissons de ces bonnes intentions et attendons avec intérêt la mise en œuvre de ce programme.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

JBC déclare : « Tous les travailleurs doivent être libres de s'affilier aux organisations de leur choix et ont le droit de négocier collectivement. JBC n'accepte pas de mesures disciplinaires de la part de ses fournisseurs ou sous-traitant vis-à-vis des travailleurs qui choisissent pacifiquement et conformément à la loi de s'affilier ou de mettre en place une organisation. »

Un poster informant les travailleurs de leur droit à la liberté d'association et de négociation collective doit être affiché sur les lieux de travail dans la langue locale. Cet affichage est contrôlé par la société d'audit mandatée par JBC pour le contrôle des unités de production. JBC n'exige cependant pas que les travailleurs soient approchés individuellement à ce sujet. JBC a par ailleurs l'intention de tester en Chine une hotline accessible aux travailleurs pour recevoir leurs plaintes et de faire signer par ses fournisseurs un document garantissant la liberté d'association. Dans la mesure où notre enquête se fonde sur les démarches réalisées ou en cours de mise en œuvre, nous ne développerons pas plus loin les informations fournies par JBC et reviendrons avec beaucoup d'intérêt sur ces questions lors de l'actualisation des données.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

En terme de salaire, JBC se fonde sur le référentiel de la société d'audit Wethica. Nous n'avons pas trouvé d'information à ce sujet sur le site de Wethica.

JBC approuve la définition d'un salaire vital utilisée par la Clean Clothes Campaign, mais cela ne se reflète pas (encore) dans ses pratiques qui n'utilisent pas de référentiel clair et publié en la matière.

JBC annonce à nouveau des plans tels que la coopération avec d'autres entreprises s'approvisionnant auprès de mêmes fournisseurs et des discussions avec la FWF en

vue d'une éventuelle adhésion. Encore une fois, achACT se réjouit de ces perspectives mais n'est pas en mesure d'évaluer ces intentions. A suivre, donc !

DIALOGUE ET COLLABORATION

Suite à de nombreux incendies d'usines et à l'effondrement du Rana Plaza (Avril 2013), JBC a signé l'Accord sur la sécurité des bâtiments d'usine au Bangladesh, montrant ainsi sa volonté de collaborer avec d'autres marques et enseignes clientes, les syndicats, le gouvernement et les organisations de défense des droits des travailleurs. JBC annonce également une rencontre avec le syndicat unique chinois ACFTU. JBC affirme, à juste titre que pour une PME du secteur de l'habillement, il est essentiel de collaborer avec d'autres entreprises et avec une initiative multipartite. Nous sommes impatients d'observer les premiers résultats de cette collaboration.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

JBC envisage dans un proche avenir d'identifier les salaires moyens pratiqués par ses fournisseurs. Cela devrait lui permettre de mesurer l'écart entre les salaires payés et le salaire vital. C'est une condition préliminaire cruciale au développement d'une stratégie crédible en la matière.

COMMENTAIRES D'ACHACT

achACT et la Schone Kleren Campagne entretiennent des contacts avec JBC depuis une dizaine d'années. Alors que l'entreprise avait répondu à notre première enquête en 2009, elle n'avait pas souhaité répondre à un second questionnaire en 2011. Aujourd'hui, JBC se profile comme une entreprise prête à s'investir pour le respect des travailleurs de sa filière. La signature de l'Accord sur la sécurité des bâtiments d'usine au Bangladesh est un pas en ce sens. Autre signe positif, JBC a recruté un directeur à plein temps pour la mise en œuvre de sa responsabilité sociale d'entreprise. Sur base des réponses appor-

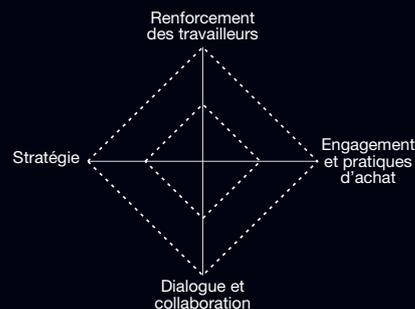
tées par JBC à notre troisième et présente enquête, nous ne pouvons cependant pas mettre en avant de résultats effectifs en matière de salaire vital. Nous espérons être en mesure de montrer des réalisations concrètes en la matière à l'occasion de l'actualisation des données.

JBC a déclaré à plusieurs reprises qu'il envisageait de se joindre à une initiative multipartite (MSI), telle que la Fair Wear Foundation. Il s'agirait là d'une étape significative dans l'engagement de JBC. Elle démontrerait que des PME peuvent s'investir concrètement et traduire leurs intentions en actions en bénéficiant du soutien et des conseils d'une initiative multipartite. Ceci est d'autant plus utile que, comme le souligne JBC, les commandes passées par des PME ne représentent généralement qu'une petite partie de la capacité de production de leurs fournisseurs, ce qui limite l'impact potentiel d'actions isolées. Les choses sont différentes au sein d'initiatives multipartites : elles facilitent les contacts avec d'autres entreprises clientes, le développement de stratégies communes, ainsi que la concertation avec des syndicats et des organisations locales de défense des droits des travailleurs.

Garantir un salaire vital aux travailleurs et travailleuses des filières d'approvisionnement est un défi de taille qui ne peut être relevé que par une coopération internationale entre enseignes et marques d'habillement (même de petites tailles), les gouvernements, les syndicats et les consommateurs. Seule une initiative multipartite disposant de contacts au niveau local peut soutenir ce type d'approche, notamment en proposant des systèmes de retour d'information tels que des mécanismes de dépôt et de traitement de plaintes ou de vérification intégrant des interviews de travailleurs à leur domicile. En 2013, le holding auquel appartient JBC est devenu actionnaire majoritaire de Mayerline, membre enthousiaste de la Fair Wear Foundation. Espérons que ce rapprochement portera des fruits rapidement en matière de mise en œuvre d'actions concrètes.

LEVI STRAUSS & CO

MARQUES: Levi's, Dockers, Denizen, Signature by Levi Strauss & Co



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement

619 fournisseurs dans 40 pays
LS & Co. publie une liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Chine (34 %), Inde (9 %), Argentine (5 %), Italie (5 %), Vietnam (5 %), Sri Lanka (4 %), Mexique (4 %), Turquie (4 %), Portugal (3 %), Thaïlande (3 %), Cambodge (2 %), Japon (2 %), République de Corée (2 %), Bangladesh (2 %), République dominicaine (2 %), États-Unis (2 %)

Chiffre d'affaires 2012

US\$ 4.61 milliards (€ 3.3 milliards)

Bénéfice 2012

US\$ 143.8 millions (€ 105.3 millions)

Nombre d'employés au 31/12/2012

17 000

Nombre de points de vente au 31/12/2012

1 500 magasins et plus de 55 000 points de vente

À noter : Cette entreprise n'a pas répondu à notre enquête et ce profil a été rédigé en n'utilisant que les données publiques.

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Pour Levi Strauss & Co (LS & Co.), tout travailleur a droit à un salaire lui permettant d'assurer à lui et sa famille un niveau de vie décent en matière de santé et de bien-être. Le salaire doit également couvrir les dépenses liées à l'alimentation, les vêtements, le logement, les soins médicaux et tout autre service social nécessaire. »

Les conditions d'engagement de LS & Co stipulent que « l'entreprise ne traitera qu'avec des partenaires payant un salaire et octroyant les avantages sociaux conformes au droit applicable et aux normes de l'industrie ».

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

La nouvelle stratégie de Levi Strauss & Co. sur le « renforcement économique » manque d'un réel engagement à augmenter les salaires. Les soins de santé, les cours de calcul et les programmes alimentaires sont des initiatives tout à fait louables, mais ces besoins pourraient être satisfaits grâce à une augmentation salariale. LS & Co. doit revoir sa stratégie et se remettre sur les rails du progrès.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? Non.

[...] LEVI STRAUSS & CO

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

LS & Co. déclare : « [Nous] soutenons fermement le droit des travailleurs à créer et rejoindre l'organisation de leur choix, y compris des syndicats. »

LS & Co. évoque les bons résultats de ses partenariats avec des ONG et syndicats au Cambodge, en Haïti et au Mexique pour lutter contre des violations de la liberté d'association et des problèmes avec des employeurs. Les auditeurs de LS & Co. ou la Levi Strauss Foundation qui finance des ONG locales offrent des formations aux travailleurs sur des sujets tels que la liberté d'association.

LS & Co. dispose d'un dispositif de remontée des plaintes, présentés par les auditeurs aux travailleurs lors des audits. Ces auditeurs communiquent leurs coordonnées aux travailleurs et/ou aux responsables syndicaux. Les plaintes des travailleurs sont prises en charge par les auditeurs et les managers directs.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

LS & Co. affirme travailler à « l'amélioration des pratiques de notre entreprise qui peuvent avoir un impact sur les performances sociales de nos fournisseurs et à

la mise en œuvre de programmes utiles pour Levi Strauss & Co. et nos fournisseurs. » Ceux-ci incluent principalement « des programmes de productivité afin de régler des problèmes liés aux heures de travail et aux salaires chez nos fournisseurs. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

LS & Co. déclare : « Dans une économie mondiale concurrentielle, nous ne pouvons augmenter les salaires seuls. Nous devons travailler en étroite collaboration avec les gouvernements, les syndicats, les associations de l'industrie et les autres parties prenantes afin de voir comment augmenter les salaires dans l'ensemble du secteur. Nous nous réjouissons d'entamer un dialogue robuste sur ce sujet avec les différents acteurs afin de trouver des pistes que nous pourrions inclure aux nouvelles conditions d'engagement. » La manière dont LS & Co. utilise ces engagements pour améliorer les salaires n'est cependant pas claire.

LS & Co. n'est membre d'aucune initiative multipartite œuvrant en faveur du salaire vital. L'entreprise participe à Better Factories Cambodia et soutient les programmes Better Work de l'Organisation internationale du travail en Haïti, en Indonésie, au Lesotho, au Nicaragua et au Vietnam.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

En 2011, LS & Co. a lancé une nouvelle stratégie intitulée « Améliorer la vie des travailleurs » et a commencé à la mettre en œuvre en 2012 par le biais de projets pilotes au Cambodge, au Bangladesh, en Égypte, en Haïti et au Pakistan. La stratégie, s'inspirant des Objectifs du Millénaire pour le Développement des Nations Unies, se concentre sur cinq domaines : « Le renforcement économique ; la santé et le bien-être de la famille ; l'égalité et la tolérance ; l'éducation et le développement professionnel ; l'accès à un environnement sain ».

Fin 2013, la partie de la stratégie qui concerne le renforcement économique est encore en cours d'élaboration. La première étape a consisté à identifier les besoins des travailleurs à satisfaire en priorité. Une enquête connexe menée en 2013 a révélé qu'un salaire équitable est la principale priorité des travailleurs. LS & Co. déclare que les prochaines étapes de sa stratégie consisteront à mettre en place un système de suivi des progrès ; à élaborer des programmes avec les fournisseurs afin de satisfaire les besoins des travailleurs ; et à s'associer aux autres acteurs dans le secteur, les ONG locales et les autres marques. Nous n'avons trouvé aucun détail supplémentaire sur le sujet.

[...] LEVI STRAUSS & CO

COMMENTAIRES D'ACHACT

Il est décevant de voir que LS & Co. n'essaie pas réellement de résoudre le problème des salaires dans ses filières d'approvisionnement. Les quelques efforts entrepris par l'entreprise conjointement avec ses fournisseurs pour améliorer « la vie des travailleurs » sont basés sur un objectif de 'retour sur investissement' et cherchent surtout à accroître la productivité. Cela peut certes motiver les fournisseurs à participer à de tels programmes, mais les efforts entrepris actuellement ne semblent pas avoir un impact direct sur le salaire des travailleurs. Aucun chiffre concret n'a révélé une quelconque augmentation des salaires résultant de cette initiative.

La nouvelle stratégie de LS & Co. se concentrant sur le bien-être des travailleurs fait fausse route. Les entreprises peuvent bien évidemment mener des actions caritatives dans les pays fournisseurs, mais cela ne les dispense pas de s'assurer que les droits humains sont respectés dans les usines de leurs fournisseurs. Les efforts entrepris semblent se concentrer sur les soins de santé, les

cours de calcul et les repas gratuits dont les travailleurs ont sans doute besoin, mais il faut d'abord garantir leur liberté d'association et leur droit à un salaire vital.

De nombreux programmes évoqués dans ce profil ont été élaborés et financés par la Levi Strauss Foundation que l'entreprise présente comme pionnière dans le travail de LS & Co. Il nous semble, a contrario, que le recours à cette fondation, en dissociant les engagements éthiques et les pratiques de l'entreprise permet d'éluder les questions fondamentales relatives à l'impact des pratiques d'achat de LS & Co. Pour nous, la responsabilité sociale des entreprises n'est pas le travail d'une association caritative. Elle doit faire partie intégrante du modèle économique. Nous n'avons trouvé trace d'aucun projet significatif pour améliorer les pratiques d'achat.

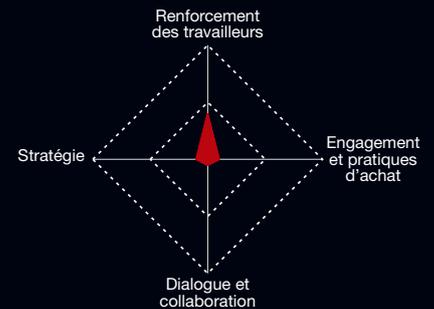
Bien que LS & Co. soutienne le principe du salaire vital, l'entreprise ne présente aucune action allant dans ce sens. L'entreprise prétend qu'en raison d'un manque de référentiel reconnu à l'échelle internationale ou entre les marques, il n'est pas possible d'améliorer la situation. Nous répondons que le débat a évolué. En

2009, l'Asia Floor Wage Alliance a établi une méthode de calcul pour définir un salaire vital en termes de pouvoir d'achat. Depuis, plusieurs systèmes nuancés ont vu le jour pour permettre aux entreprises de comparer les salaires payés par leurs fournisseurs à des référentiels, et ainsi mesurer les progrès. Cette excuse pour ne pas travailler activement en vue de payer un salaire vital n'est plus pertinente aujourd'hui. Nous espérons que LS & Co. prendra ceci en compte et commencera à évaluer les progrès grâce à des référentiels concrets.

Nous souhaitons que LS & Co. assume la responsabilité de ses pratiques commerciales, y compris en matière de fixation des prix payés aux usines, prenne des mesures systémiques afin de soutenir la liberté d'association chez ses fournisseurs et travaille avec d'autres acteurs pour concevoir et mettre en œuvre des programmes qui permettent d'améliorer concrètement la vie des travailleurs fabriquant ses produits.

LIDL

MARQUES: Lidl



Filières d'approvisionnement	Lidl n'a pas fourni cette information. Lidl ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Lidl n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	€ 18 milliards
Bénéfice 2012	Inconnu
Nombre d'employés au 31/12/2012	315 000
Nombre de points de vente au 31/12/2012	Plus de 10 000 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Notre code de conduite mentionne clairement l'objectif de payer un "salaire vital". Cette condition se retrouve dans tous les contrats passés avec nos partenaires commerciaux. »

« Conformément à sa coopération avec le Fair Wage Network de l'OIT (Organisation internationale du travail), le BSCI souligne l'importance de traiter les aspects qualitatifs des salaires (moyen de paiement, délais et caractère officiel du paiement, prise en compte des compétences et du niveau d'éducation du travailleur, et égalité de traitement pour les employés travaillant à plein-temps, mi-temps ou à la pièce. Il est important de traiter les aspects quantitatifs et qualitatifs. Ne se concentrer que sur le quantitatif ne suffit pas. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Si vous avez lu les déclarations des autres entreprises membres du BSCI, tout ceci vous paraîtra relever de la rengaine. Comme plusieurs de ces entreprises, Lidl s'est principalement contenté de répéter les réponses fournies par le BSCI. Toutefois, les informations complémentaires mettent en lumière des projets intéressants menés au Bangladesh qui viennent s'ajouter au respect des règles habituelles prescrites par le BSCI.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Lidl déclare : « Nous attendons de tous nos fournisseurs qu'il respectent les conventions fondamentales de l'OIT. Pour les pays à risque, en général, les audits menés dans le cadre du BSCI se concentrent sur la liberté d'association et le droit de négocier collectivement.

Lidl mentionne également un « Supplieur Qualification Programme » (SQP - Programme de Qualification des Fournisseurs) que l'entreprise a lancé au Bangladesh en partenariat avec GIZ (la société allemande de coopération internationale) : « Le SQP auquel participent actuellement huit fournisseurs pour un total de 26 000 travailleurs possède un module sur la liberté d'association et le droit de négocier collectivement. Ces droits et les avantages qui résident dans l'organisation de la force de travail sont explicitement communiqués aux managers et aux travailleurs des usines participantes [...] L'approche par le dialogue utilisée pour la formation a été conçue lors d'une table ronde sur les codes de conduite à laquelle ont participé des syndicats et des ONG. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Dans le cadre du même projet mené au Bangladesh, Lidl a travaillé à l'amélioration des salaires par le biais de deux méthodes : premièrement, en garantissant que les heures supplémentaires soient payées convenablement et que les travailleurs soient correctement catégorisés en fonction de leur travail. Deuxièmement, l'entreprise a déclaré : « Au Bangladesh, nous avons chargé GIZ d'organiser le paiement de primes directes aux travailleurs employés par un fournisseur en reconnais-

sance de la qualité de leur travail. Nous mettons en œuvre cette mesure pilote afin d'évaluer si un tel système peut être intégré aux structures existantes et pour déterminer s'il est possible d'encourager d'autres acheteurs de textile à appliquer des mesures similaires ». Le paiement équivaut à « plus d'un mois de salaire venant s'ajouter au salaire mensuel payé par le fournisseur » et prend place deux fois par an depuis octobre 2011.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Lidl est membre de l'initiative d'entreprises BSCI et a travaillé avec GIZ sur son projet pilote au Bangladesh.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Mis à part son projet pilote au Bangladesh, Lidl ne nous a fait parvenir aucune information sur une quelconque stratégie consistant à améliorer les conditions de travail au sein de ses filières d'approvisionnement. Bien que ce projet ait été lancé en octobre 2011, il semblerait que Lidl n'ait pas l'intention d'étendre ce projet à d'autres pays.

COMMENTAIRES D'ACHACT

Le travail qu'entreprend Lidl au Bangladesh est intéressant. Les primes bisannuelles sont également porteuses d'espoir. Toutefois, nous nous posons de nombreuses questions quant à ce projet. Ce système de prime restera-t-il un test isolé ou l'entreprise a-t-elle l'intention de l'étendre à l'ensemble de ses filières d'approvisionnement ? Comment la prime est-elle calculée ? Sans engagement ou information supplémentaire sur ce que signifie cette initiative pour l'entreprise, il est difficile de juger comment ce système peut changer la vie des travailleurs. Nous espérons en apprendre davantage.

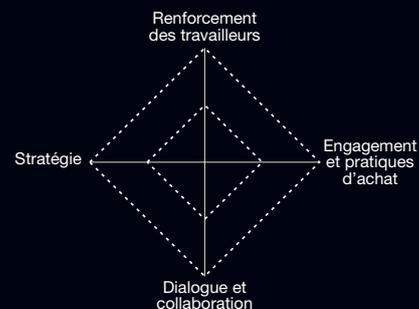
L'entreprise semble toutefois se concentrer essentiellement sur sa participation au BSCI pour répondre à son devoir de diligence raisonnable vis-à-vis du respect des droits humains dans ses filières d'approvisionnement. Les projets évoqués par Lidl dans cette enquête sont louables, mais l'entreprise ne dispose pas de réelle stratégie pour garantir que les droits des travailleurs employés dans ses filières soient respectés.

Nous estimons qu'en se concentrant sur « les aspects qualitatifs et quantitatifs » du paiement des salaires, le BSCI passe à côté du vrai problème. Payer les travailleurs à temps et s'assurer que les salaires reflètent leurs compétences est certes important, mais le principal problème que rencontrent ces travailleurs est qu'ils ne gagnent pas suffisamment pour couvrir leurs besoins et ceux de leur famille, notamment pour nourrir leurs enfants. Nous ne disons pas que les problèmes qualitatifs ne sont pas importants et devraient être laissés de côté. Nous pensons simplement que les problèmes quantitatifs devraient être une priorité. Au cours de manifestations qui ont lieu de plus en plus fréquemment dans les pays de production de vêtements, les travailleurs revendiquent une amélioration quantitative des salaires. L'attention portée aux autres aspects du paiement des salaires ne doit pas nous détourner de l'urgente nécessité de lutter contre la pauvreté des travailleurs. Si les fournisseurs reçoivent une liste de 12 démarches à réaliser, dont une seule concerne l'augmentation des salaires, il est fort à parier que celle-ci sera la dernière à être mise en œuvre !

Avec un chiffre d'affaires supérieur à €18 milliards en 2012, ce géant de la distribution devrait assumer ses responsabilités au sein de ses filières d'approvisionnement et s'assurer que les droits de tous les travailleurs y sont respectés.

LOLA & LIZA ^{.be}

MARQUES: L&L, Karen Reese, Very Me, Zoë Loveborn, Zoë Kids, Very Me Kids



Filières d'approvisionnement

Lola & Liza ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Lola & Liza annonce se fournir en Europe, en Afrique du Nord et en Asie, notamment en Chine, au Bangladesh et en Inde.

Chiffre d'affaires 2012

€ 42.4 millions (Blue Stores)

Bénéfice 2012

€ 0.66 millions (Blue Stores)

Nombre d'employés au 31/12/2012

75.4 ETP (Blue Stores)

Nombre de points de vente au 31/12/2012

80 magasins en Belgique, 3 au Luxembourg

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet de Lola & Liza et n'y avons pas trouvé d'information relative à ses pratiques d'approvisionnement ni à sa politique en matière de respect de normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

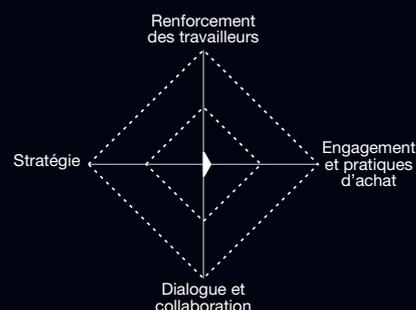
Lola & Liza n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en termes de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

MANGO

MARQUES : Mango, H.E. by Mango, Mango Kids, Violeta



Filières d'approvisionnement

Toutes les commandes sont passées directement auprès des fournisseurs. En 2012, Mango s'est approvisionné chez 264 fournisseurs, dont 70 % sont des fournisseurs depuis plus de cinq ans. Mango ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs. Seul le syndicat espagnol CCOO y a accès.

Pays de production

Chine (42 %), Turquie (12 %), Corée du Sud (9 %), Espagne (8 %), Maroc (6 %), Bangladesh (6 %), Inde (5 %), Vietnam (4 %)

Chiffre d'affaires 2012

€ 1,69 milliards

Bénéfice 2012

€ 113 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

?

Nombre de points de vente au 31/12/2012

902 magasins et 1 696 franchisés

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Mango déclare dans son code de conduite : « Les fabricants s'assureront que les salaires respectent strictement la législation en vigueur. Par ailleurs, le salaire minimum légal sera considéré comme un minimum, pas comme un niveau recommandé. »

Mango nous a également déclaré que « la plupart de nos fournisseurs appliquent une politique salariale qui respecte le salaire minimum [...] mais octroient également des avantages liés au logement, à la nourriture, aux compétences, à la productivité, etc. Nous soutenons et encourageons ce type de pratiques ».

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Mango partage notre définition du salaire vital. L'entreprise doit cependant encore s'engager, y compris dans son code de conduite, à garantir que les travailleurs de ses filières d'approvisionnement reçoivent un salaire vital comme rémunération de base, avant la prise en compte des primes additionnelles. C'est en effet la seule rémunération garantie aux travailleurs. Se contenter « d'encourager » les fournisseurs n'est pas suffisant pour faire en sorte que les salaires atteignent le niveau du salaire vital.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] MANGO

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Mango déclare : « Nombre de nos fournisseurs emploient des travailleurs appartenant à une association de travailleurs ou à un syndicat local. Cette tendance diffère d'un pays à l'autre. Mango soutient la possibilité pour les travailleurs de s'associer librement. Ceci est notamment mis en exergue lors des formations avec les fournisseurs et les directeurs d'usines. »

Mango nous a également expliqué que l'entreprise se concerta régulièrement avec le syndicat espagnol CCOO (Confederación Sindical de Comisiones Obreras) pour débattre de ces problèmes. L'entreprise s'est également rapprochée du syndicat international IndustriALL.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Jusqu'à présent, Mango ne s'est pas engagé à payer un salaire vital et n'a pas l'intention de revoir ses pratiques d'achat.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Mango a évoqué un projet en préparation au Maroc en collaboration avec CCOO, mais n'a fourni aucun détail quant à son objectif, champs d'application ou calendrier. Le fait qu'il y ait un dialogue avec les syndicats en Espagne témoigne d'une bonne volonté en faveur de la liberté d'association, mais cette volonté doit donner lieu à des actions concrètes.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Mango n'a aucune stratégie à long terme pour garantir un salaire vital aux travailleurs employés par ses fournisseurs.

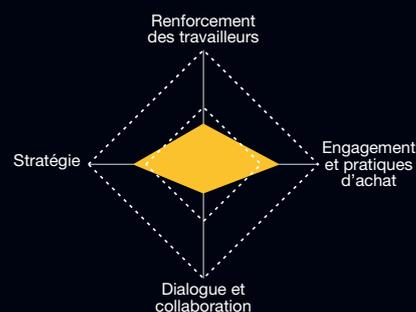
COMMENTAIRES D'ACHAT

L'ensemble de la démarche de Mango repose sur des audits. Il a cependant été montré que ce type de système ne permet absolument pas de traiter le fond du problème, à savoir le salaire vital et la liberté d'association. Si Mango souhaite prendre les droits des travailleurs au sérieux, il va devoir aller plus loin et entreprendre

une démarche proactive pour garantir ces droits. Cela passe par un engagement en faveur du principe du salaire vital, l'élaboration de référentiels pour mesurer les progrès, une évaluation de l'impact de ses propres pratiques d'achat et un travail stratégique en collaboration avec les syndicats, les travailleurs et les autres entreprises. Tant que Mango n'assume pas plus ses responsabilités pour garantir les droits des travailleurs, les salaires et les conditions chez ses fournisseurs ne s'amélioreront pas.

MARKS & SPENCER

MARQUES : M&M Collection, Limited Collection, Per Una, North Coast, Portforlio, Indigo Collection, Autograph, Classis, Blue Harbour, Collezione, Savile Row Inspired, Big&Tall



Filières d'approvisionnement	2 000 fournisseurs de vêtements, produits alimentaires et ménagers de premier rang dans le monde M&S ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	M&S n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	£ 10 milliards (€ 12.4 milliards)
Bénéfice 2012	£ 564.3 millions (€ 699 millions)
Nombre d'employés au 31/12/2012	81 734
Nombre de points de vente au 31/12/2012	766 magasins au Royaume-Uni et 418 en dehors

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Notre engagement public en faveur du salaire vital est décrit en détail dans notre Plan A, engagement 17.1 : Mettre en œuvre un processus afin de garantir que nos fournisseurs de vêtements sont en mesure de payer un salaire vital dans les pays les moins avancés dans lesquels nous nous approvisionnons, en commençant par le Bangladesh, l'Inde et le Sri Lanka à l'horizon 2015 ».

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Marks & Spencer (M&S) s'efforce de faire en sorte que les prix qu'il paye permettent de garantir que les besoins fondamentaux des travailleurs sont satisfaits. L'engagement 'Plan A' de l'entreprise à payer un salaire vital est louable. M&S doit encore dévoiler quels chiffres il utilise pour évaluer le salaire vital. Une grande partie de son modèle s'appuie largement sur les pratiques d'achat. C'est intéressant, mais sans données concrètes, nous ne savons pas comment la situation évolue.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non. M&S dispose d'un référentiel mais refuse de le publier.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

M&S déclare : « Notre engagement de formation 17.2, consistant à travailler avec nos fournisseurs et partenaires pour proposer des formations à 500 000 travailleurs d'ici 2015, couvre les rôles, les responsabilités et les droits des employés. [...] Nous avons intégré des sections spéciales sur la liberté d'association et le droit de négocier collectivement dans nos modules de formation initiale, dans le module « Droits, Rôles et Responsabilités » et dans nos programmes « Communication efficace entre travailleurs et managers ». À ce jour [fin 2013], plus de 391 000 travailleurs ont été formés dans le monde. »

Les programmes de formation ont pris différentes formes en fonction du pays :

Inde : « Nous avons élaboré le programme Effective Worker Management (EWM – Gestion effective des travailleurs). Ce programme comprend un module sur la liberté d'association et se concentre sur la création d'un environnement propice à l'exercice de ce droit. Il est mis en œuvre par le Center for Responsible Business (Centre pour un Commerce Responsable) [et] GIZ Inde. » Il est également mis en œuvre auprès de 38 fournisseurs au Bangladesh.

Bangladesh : « Nous avons lancé le programme Ethical Model Factory (EMF – Usine Ethique Modèle) qui comprend une formation sur les droits des travailleurs, des systèmes de gestion des ressources humaines (RH) et une formation sur les relations managériales pour les superviseurs et les gestionnaires RH. » Ce programme se concentre également sur la productivité et l'ingénierie industrielle. Il a rendu possible une augmentation des salaires de 12 % à 42 % chez les fournisseurs participants.

Bangladesh et Inde : le projet Benefits for Business and Workers (BBW-Avantages

pour les Affaires et les Travailleurs) comprend un module de formation traitant de l'importance du dialogue entre les travailleurs et les managers.

Turquie et Égypte : L'entreprise a mentionné un programme de formation sur la communication au sein de l'entreprise en collaboration avec Partner Africa : « Il s'agit d'une formation de deux jours expliquant l'importance de la communication au sein de l'entreprise. Elle s'appuie sur l'expérience de fournisseurs pionniers en matière d'éthique afin d'illustrer des mécanismes permettant d'améliorer cette communication. Lors de la formation, un DVD vient montrer comment les comités de bien-être au travail et les syndicats ont amélioré la communication entre les travailleurs et la direction d'entreprises pionnières ».

M&S a mis en place un centre d'appel en Chine pour que les travailleurs puissent signaler les problèmes. L'entreprise teste également un système d'information par téléphone mobile : « Grâce à la technologie mobile, nous menons des enquêtes quantitatives directement auprès des travailleurs. Les travailleurs écoutent les questions dans la langue locale sur leur téléphone mobile et y répondent anonymement en appuyant sur le clavier. Nous avons déjà testé cette technologie chez 13 fournisseurs en Inde et au Sri Lanka, auprès de plus de 2 000 travailleurs. Nous allons à présent étendre ce service à 30 fournisseurs et 22 500 travailleurs en Inde, au Sri Lanka et au Bangladesh afin d'obtenir des retours sur les conditions de travail, la satisfaction professionnelle et les formations. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

M&S déclare : « Depuis cinq ans, nous utilisons un modèle d'établissement des coûts qui ventile le prix de revient d'un article à chaque étape et tient compte des coûts directs et indirects du travail. Nous avons mis en œuvre ce modèle dans 14 pays fournisseurs. Le modèle identifie et protège le coût du travail qui ne peut être

remis en cause au cours des négociations de prix. Le calcul du coût du travail se base sur les valeurs de minute standard (temps standard nécessaire à la production d'une pièce, d'une opération), le nombre réel de minutes passées à étudier et à effectuer l'opération, l'efficacité du travail ainsi que le coût de la vie et un calcul théorique du salaire. »

M&S calcule le salaire vital en utilisant la méthodologie suivante :

« Salaire vital = (Panier alimentaire de base par personne) x (1/Part du revenu moyen du foyer utilisé pour l'alimentation) x (Taille du foyer/Nombre de salariés du foyer) x 1.10

Afin d'obtenir les informations nécessaires à cette formule, pour chaque région dans lesquelles nous étudions le salaire vital, nous avons enquêté auprès de 20 personnes vivant et travaillant près de l'usine. Le groupe de participants était varié et comprenait des travailleurs de l'usine, des propriétaires d'étal et de petites entreprises dans la région, des retraités, des femmes au foyer, etc.

L'enquête s'est concentrée sur la taille du foyer ; le nombre de salariés par ménage ; le contenu et le coût du panier alimentaire de base ; la part du revenu moyen du foyer utilisé pour l'alimentation. »

M&S utilise également une échelle des salaires mise à jour chaque année par Impactt Ltd. pour suivre l'évolution de la situation.

Concernant les pratiques d'achat, l'entreprise déclare : « Nous avons élaboré un processus qui décerne aux meilleurs fournisseurs le statut d' « Excellence éthique ». Le processus consiste à identifier les fournisseurs offrant les meilleures conditions de travail et payant un salaire vital. Plus les équipes d'achat ont recours à des fournisseurs ayant ce statut, plus leur prime annuelle est importante. Ceci encourage fortement les fournisseurs à augmenter les salaires afin d'atteindre ce niveau. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

M&S évoque les programmes Ethical Model Factories (EMF) et Benefits for Business and Workers (BBW) et sa participation à une recherche sur 'la réalisation de gains'. Le programme BBW réunit Impactt, le Department for International Development (Royaume-Uni) et huit autres marques.

M&S a également travaillé sur 'l'inclusion financière' en apprenant aux travailleurs en Inde à épargner et à utiliser un compte bancaire : « Avec M&S, Geosansar a mené 60 programmes de formation sur l'inclusion financière chez nos fournisseurs. Ceci a profité directement à quelque 10 000 travailleurs n'ayant pas de compte bancaire, et indirectement à 3 000 de plus. Depuis, près de 4 500 travailleurs ont ouvert un compte bancaire et leur nombre est en hausse. »

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

M&S déclare : « Grâce au Plan A, nous sommes le premier distributeur qui publie son engagement à payer suffisamment ses fournisseurs pour qu'ils puissent à leur tour payer un salaire vital équitable. Nous nous sommes engagés à le faire au Bangladesh, en Inde, et au Sri Lanka à l'horizon 2015. Le rapport annuel du Plan A suit cette progression et cet engagement continuera à en faire partie durant les années à venir. »

COMMENTAIRES D'ACHAT

M&S nous a enfin communiqué sa méthode de calcul du salaire vital. Nous sommes rassurés de voir qu'un travail est fait pour vérifier ce que cela signifie pour l'entreprise et qu'un dispositif est en place afin de le mettre à jour et de contrôler si le salaire permet aux travailleurs de vivre – même si M&S refuse encore de nous communiquer des données chiffrées. Ceci a toutefois soulevé plusieurs questions. La méthode calcule un salaire vital sur la base de la situation actuelle (qui, nous le savons, est déplorable). Pourquoi ne pas plutôt se baser sur ce que la situation devrait être ? M&S affirme que le nombre de calories pris en compte dans le panier alimentaire se base sur une extrapolation de la méthodologie du Social Accountability International (SAI).

Ce nombre de calories n'est pas disponible sur le site de SAI. Nous tenons à rappeler que comme de récentes recherches l'ont révélé, de nombreux travailleurs souffrent actuellement de malnutrition, car ils n'ont pas les moyens d'acheter une alimentation suffisamment nutritive.

Nous sommes également préoccupés par la rhétorique se concentrant sur les comités de travailleurs plutôt que sur de réels efforts à faire valoir la liberté d'association. Aucune collaboration avec les syndicats (plutôt qu'avec des ONG) n'a été mentionnée. Ceci est apparu dans la participation de l'entreprise au projet BBW et au programme EMF.

Aucun projet de renforcement des travailleurs n'a impliqué les syndicats et il n'est fait mention nulle part ni de la liberté d'association ni des syndicats dans le matériel de formation. Le programme BBW s'est concentré sur « les démarches préalables à la liberté d'association », essayant de surmonter les attitudes de blocage de la part des employeurs vis-à-vis de la représentation des travailleurs. Ceci a été réalisé par le biais de programmes de formation et en encourageant les employeurs au Bangladesh à travailler avec des comités de travailleurs. Si l'établissement de comités de travailleurs peut être utile à court terme, nous ne pensons pas qu'ils renforcent les travailleurs dans la mesure où ils servent souvent de subterfuge à l'établissement d'une représentation syndicale. Poursuivre dans cette voie risque donc d'encourager des méthodes de management « parallèles » permettant aux directions d'usine de s'opposer au renforcement du mouvement syndical. Les comités de travailleurs ne peuvent que négocier de faibles avantages sociaux et augmentations de salaire. Ils n'ont pas le droit de mener d'actions sectorielles pour appuyer leur position, ils ne peuvent organiser d'élections indépendantes et sont souvent limités à des lieux de travail individuels. Cela signifie que les membres ne peuvent pas participer aux campagnes d'amélioration des salaires et des conditions de travail au niveau sectoriel, national ou régional. En gros, cela ne change pas grand-chose pour les travailleurs sur le long terme. Il serait

utile d'avoir un engagement ou une stratégie pour renforcer les travailleurs par le biais de collaborations avec les syndicats.

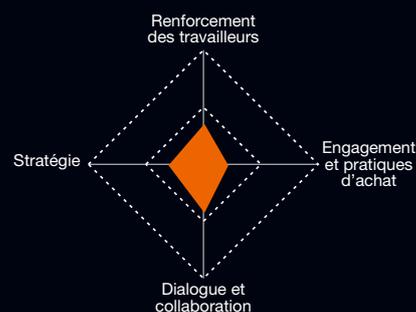
Nous sommes également sceptiques quant au fait que M&S compte sur une amélioration de la productivité pour faire passer le salaire du seuil minimum à celui du salaire vital. Le programme Ethical Model Factory et le projet BBW donne tous deux priorité à l'amélioration de la productivité. Mais les gains de productivité ne peuvent généralement entraîner que des augmentations marginales de salaire. Or, c'est d'une augmentation significative dont les travailleurs ont besoin. Par exemple, les 7% d'augmentation obtenus au Bangladesh grâce au projet BBW sont pratiquement insignifiants au vu de l'augmentation officielle du salaire minimum légal de 80% (décidée alors que le projet BBW était fini) – elle-même encore très loin de porter les salaires à un niveau vital. Même si nous reconnaissons que ce projet contribue à améliorer les relations entre employeurs et travailleurs et que cela peut ouvrir la voie à des améliorations, nous ne considérons pas que ce projet concoure directement à promouvoir un salaire vital.

Nous nous félicitons de voir que M&S a mis en place des outils incitatifs afin d'encourager les acheteurs à se fournir auprès de fournisseurs qui, selon M&S, payent un salaire vital. C'est un pas dans la bonne direction. M&S semble également effectuer un travail intéressant sur l'utilisation de téléphones mobiles pour obtenir des retours d'information de la part des travailleurs, bien que nous ne considérons pas cela comme un dispositif de plainte.

Dans l'ensemble, il semble que la situation progresse. Il n'est cependant pas possible de juger les réelles avancées pour les travailleurs fabriquant les vêtements de M&S car aucune donnée chiffrée n'a été publiée. M&S pourrait faire bien plus pour encourager les augmentations salariales à l'échelle internationale en faisant preuve de plus de transparence dans ses pratiques commerciales et en partageant ses informations. Cela encouragerait d'autres marques à suivre son exemple. Sans cela, les progrès réalisés pourraient bien n'être que de la poudre aux yeux.

MAYERLINE ^{.be}

MARQUE: Mayerline



Filières d'approvisionnement

Mayerline se fournit auprès de 23 usines dont 10 constituent 92.9 % de son approvisionnement. Mayerline est en relation depuis plus de 5 ans avec 75% de ses fournisseurs. Mayerline ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Chine (50%), Lituanie (26%), Turquie (10%), Portugal (8%), Russie (2%), Inde, Italie

Chiffre d'affaires 2012

€ 44.5 millions

Bénéfice 2012

€ 2 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

219.5 ETP

Nombre de points de vente au 31/12/2012

176 points de vente en Belgique, France, Luxembourg et Pays Bas dont 41 magasins en Belgique.

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Mayerline souscrit pleinement à la définition d'un salaire vital défendue par la Clean Clothes Campaign et par la Fair Wear Foundation.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

En tant qu'entreprise membre de la Fair Wear Foundation, Mayerline applique une méthode d'augmentation progressive des salaires en gradins successifs correspondant notamment au salaire minimum légal, au seuil de pauvreté, au minimum sectoriel et à l'Asia Floor Wage. Mayerline s'engage aussi dans ce cadre à collaborer avec ses fournisseurs pour permettre cette augmentation progressive. Le travail réalisé dans ce but par Mayerline avec un fournisseur chinois démontre que Mayerline met efficacement en pratique une stratégie visant à augmenter les salaires.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Oui.*

[...] MAYERLINE

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Les fournisseurs doivent communiquer par le biais d'un affichage en langue locale, le droit des travailleurs à l'exercice de leur liberté d'association et de négociation collective. Cet affichage doit inclure les noms et numéros de téléphone des représentants locaux de la FWF.

Mayerline n'a pas donné de formation destinée aux travailleurs sur les droits fondamentaux du travail. L'entreprise prévoit d'initier cette démarche en 2014, en coopération avec la FWF. Mayerline encourage ses fournisseurs à participer à des séances de formation organisées par la FWF. Les travailleurs de ses fournisseurs ont accès au système de plainte sûr, fiable et accessible mis en place par la FWF qui s'appuie sur des organisations locales de défense des droits des travailleurs parlant la langue des travailleurs et connaissant le contexte local.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

En rejoignant la FWF, Mayerline s'est

engagé à payer, à terme, un salaire vital aux travailleuses et travailleurs de ses fournisseurs. Cette démarche est certainement facilitée par le fait que Mayerline s'approvisionne pour 30% de son chiffre d'affaires en Europe (Lituanie, Italie) et qu'elle entretient des relations de long terme avec ses fournisseurs asiatiques.

Les audits réalisés auprès de fournisseurs chinois ont révélé que les salaires y sont de 10 à 30% moins élevés que l'Asia Floor Wage. Ces résultats sont cependant basés sur des registres d'heures de travail qui ne sont pas toujours fiables. Ils tiennent compte non seulement d'un salaire payé pour une durée standard de travail mais y ajoutent celui rémunérant les heures supplémentaires. Tout cela augmente bien évidemment le montant du salaire. Mayerline estime cependant n'avoir que peu de levier d'action vis-à-vis de fournisseurs pour lesquels l'entreprise ne représente qu'une part faible de la production. La situation est différente lorsqu'un fournisseur produit pour plusieurs entreprises membres de la FWF qui peuvent ainsi coordonner leurs actions.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Mayerline développe l'approche et la stra-

tégie promues par la Fair Wear Foundation et qui reposent sur la coopération entre enseignes et marques, syndicats locaux et organisations de défense des droits des travailleurs. En 2012, Mayerline a publié un «rapport social» qui décrit en détail ses filières d'approvisionnement et reprend les problèmes sociaux mis en lumière lors d'audits internes et lors d'inspections réalisées par la FWF.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

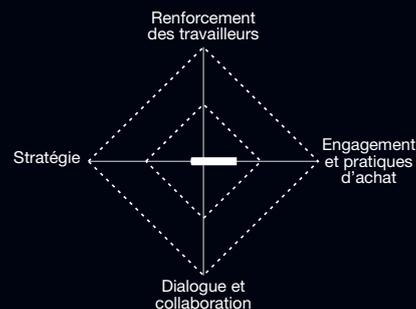
Mayerline suit la stratégie de la FWF fondée sur une échelle des salaires qui permet la mise en œuvre d'un salaire vital par des augmentations progressives des salaires.

COMMENTAIRES D'ACHACT

L'adhésion de Mayerline à la Fair Wear Foundation représente une démarche pionnière et constitue un excellent exemple pour l'ensemble des entreprises belges de distribution d'habillement, principalement petites et moyennes entreprises. En coopération avec d'autres entreprises et parties prenantes au sein de la FWF, l'entreprise est sur la bonne voie.

MER DU NORD ^{.be}

MARQUE: Mer du Nord



Filières d'approvisionnement

20 fournisseurs – 88% des commandes sont placées directement dans des usines et 12% des commandes sont placées via des agences ou des intermédiaires. Mer du Nord ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Portugal (54%-6 fournisseurs), Pologne (16%-3 fournisseurs), Italie (15%-7 fournisseurs), Chine (12%-2 fournisseurs), Belgique (1,5%-1 fournisseur), Turquie (1,5% - 1 fournisseur).

Chiffre d'affaires 2012

€ 21.4 millions

Bénéfice 2012

€ -1.03 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

127

Nombre de points de vente au 31/12/2012

18 magasins en Belgique, 250 points de vente multimarques.

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Mer du Nord s'affiche en accord avec la définition du salaire vital proposée par la Clean Clothes Campaign : un salaire vital qui rémunère une durée normale de travail doit couvrir les besoins fondamentaux du travailleur et de sa famille et doit en outre procurer un revenu discrétionnaire. Cependant, Mer du Nord ne prend pas position en faveur d'un salaire vital mais bien pour le respect par ses fournisseurs des législations nationales en vigueur. « Nous ne disposons malheureusement pas des moyens financiers ni du pouvoir de contrôler et d'influencer de possibles dysfonctionnement en la matière. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Localiser la majorité de la production en Europe est une bonne base mais elle n'est pas suffisante pour garantir un salaire vital. Mer du Nord devrait en premier lieu s'engager à payer un salaire vital, identifier un référentiel et une stratégie et enfin rechercher des collaborations avec les différentes parties prenantes en la matière.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] MER DU NORD

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

« La plus grande partie des vêtements de Mer du Nord sont produits dans des pays où la liberté d'association des travailleurs et leur droit de négocier collectivement sont garantis par la loi et où les gouvernements sont capables d'imposer le respect de ces droits. Notre production est limitée et nous ne disposons pas des moyens d'enquêter en profondeur sur ces sujets. Cependant, durant nos visites dans les unités de production, nous tentons de nous assurer que nos fournisseurs respectent pleinement la législation et les réglementations en la matière. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

« Nous faisons simplement le choix de produire la grande majorité de nos vêtements en Europe. Cela peut induire un coût de production plus élevé. La qualité de vie des travailleurs motive en partie ce choix. Dans la mesure où nous sommes exigeants sur la qualité et les détails de la confection,

nous acceptons souvent de payer un prix plus élevé à nos fournisseurs qui tient compte de salaires plus élevés pour les travailleurs. Nous demandons à nos fournisseurs de nous fournir une décomposition de leurs coûts de production. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

Mer du Nord ne nous a informé d'aucune collaboration avec d'autres entreprises, ni autres parties prenantes dans le cadre d'éventuelles actions en faveur d'un salaire vital.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Mer du Nord n'a pas développé de stratégie spécifique en matière de salaire vital. « Nous demandons explicitement à nos fournisseurs de ne pas sous-traiter nos commandes et de ne pas avoir recours au travail à domicile. Nous pensons que notre fidélité vis-à-vis de nos fournisseurs (Mer du Nord déclare entretenir une relation commerciale de plus de 5 ans avec 76% de ses fournisseurs) nous donne un certain poids de ce côté. »

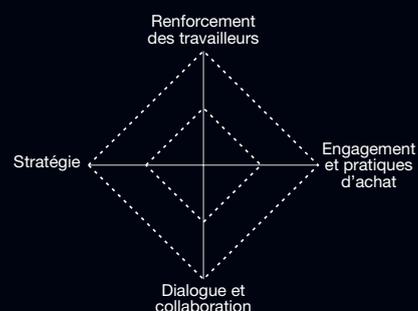
COMMENTAIRES D'ACHACT

Mer du Nord se veut confiant dans ses choix de localiser la plus grande partie de sa production dans des pays où les risques sociaux sont réputés faibles, de fidéliser la relation commerciale avec ses fournisseurs, de refuser la sous-traitance et le travail à domicile et d'avoir un haut niveau d'exigence en termes de qualité pour garantir de hauts niveaux de salaire. Si ces démarches représentent un fondement solide pour la mise en place de pratiques et de stratégies, elles ne sont cependant pas suffisantes à elles seules pour garantir un salaire vital aux travailleurs qui produisent pour Mer du Nord.

Fort de ses pratiques, Mer du Nord devraient s'engager davantage en faveur d'un salaire vital, identifier un référentiel et une stratégie menant à des améliorations progressives, en collaboration avec des parties prenantes et d'autres entreprises de sa taille, par exemple au sein de la Fair Wear Foundation.

MEXX

MARQUE: Mexx



Filières d'approvisionnement

Mexx n'a pas fourni cette information.
Mexx ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Mexx n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 538 millions

Bénéfice 2012

€ -79.93 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

?

Nombre de points de vente au 31/12/2012

300 magasins, 300 franchisés, 10 000 points de vente

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site de l'entreprise, cherché son code de conduite et n'avons trouvé aucune information sur sa politique d'approvisionnement et sur les normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

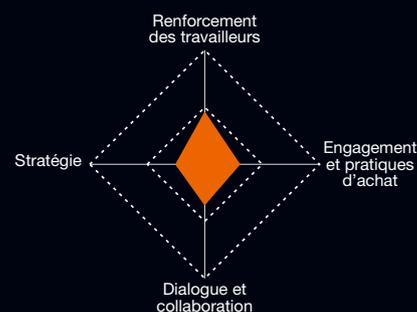
Cette entreprise n'a pas répondu à notre enquête et le peu d'information disponible sur son site internet ne laisse rien paraître. On ne peut malheureusement qu'en déduire que Mexx ne développe pas de stratégie en terme de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

NEW LOOK

MARQUE: New Look



Filières d'approvisionnement

917 fournisseurs de premier rang.
New Look ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Chine (48 %), Cambodge (14 %), Bangladesh (12 %), Royaume-Uni (7 %), Moldavie (5 %), Turquie (3 %), Inde (3 %), Vietnam (2 %), Pakistan (2 %), Roumanie (2 %), autres (2 %)

Chiffre d'affaires 2012

£ 1.447 milliards (€ 1.793 milliards)

Bénéfice 2012

£ 144.6 millions (€ 179 millions)

Nombre d'employés au 31/12/2012

?

Nombre de points de vente au 31/12/2012

1 099

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Nous sommes en faveur d'une approche progressive pour augmenter les salaires jusqu'à atteindre le niveau du salaire vital. Cette approche se concentre sur le développement de méthodologies qui permettent une augmentation effective des salaires. Si, dans de nombreux contextes, les salaires atteints sont toujours inférieurs au salaire vital, nous disposons d'éléments probants démontrant des augmentations significatives du salaire net des travailleurs. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

New Look a commencé à utiliser des échelles de salaire comme référentiel salarial et entreprend un travail intéressant en Chine et au Bangladesh. New look doit encore s'engager davantage pour intégrer le salaire vital dans le calcul de ses prix d'achat aux usines.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Oui.*

[...] NEW LOOK

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

New Look déclare : « Nous avons formé sur les droits des travailleurs et la liberté d'association toutes les directions des 50 usines avec lesquelles nous travaillons au Bangladesh et les travailleurs de 24 d'entre elles. Nous avons par ailleurs soutenu la création de comités de travailleurs dans 49 usines. En Chine, nous avons contribué à la création de 9 comités de travailleurs. En Inde, nous avons formé les travailleurs au droit du travail dans 20 usines. »

En outre, New Look « travaille actuellement sur une formation à la liberté d'association auprès de 100 usines et fournisseurs au Bangladesh, en Inde et en Turquie. »

New Look dispose également d'un centre d'appel pour réceptionner les plaintes des travailleurs.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Aucun référentiel de salaire vital n'a été fourni.

New Look a commencé à utiliser l'échelle des salaires de la Fair Wear Foundation pour évaluer le salaire vital. Cette échelle inclut les référentiels Asia Floor Wage (AFW). En Chine, New Look a entrepris un travail stratégique auprès de 12 fournisseurs en utilisant le référentiel AFW. Les résultats ont montré que 75 % des salaires moyens chez ces fournisseurs sont supérieurs à l'AFW (valeur 2012).

Le travail sur les pratiques d'achat consiste en une consolidation des fournisseurs et le recours à une cotation éthique interne pour influencer les choix d'approvisionnement.

Concernant les contrats de courte durée dans le nord de l'Inde, New Look déclare : « Ces deux dernières années, nous avons

travaillé avec huit usines pour trouver une solution au problème des contrats de courte durée. Grâce à ce travail, certaines usines ont commencé à améliorer les avantages offerts aux salariés employés à court terme en les inscrivant au Fonds de prévoyance et à l'ESI (assurance sociale des salariés). Elles ont également travaillé avec les autorités locales afin de s'assurer que les documents étaient correctement complétés. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

L'entreprise a mentionné quelques réunions avec des syndicats cambodgiens durant lesquelles New Look est intervenu pour que les fournisseurs accèdent à certaines de leurs revendications.

New Look participe à Ethical Trading Initiative.

New Look déclare : « Onze de nos fournisseurs ont participé au programme Benefit for Business and Workers (BBW), (5 au Bangladesh et 6 en Inde). Il s'agit d'un projet de collaboration entre huit distributeurs. Le projet reçoit le soutien du Challenge Fund du RAGS (Responsible and Accountable Garment Sector) du Département britannique au développement international et est géré par Impactt. En moyenne, le salaire net a augmenté de 7,63 % au Bangladesh et de 5,09 % en Inde. Le nombre d'heures de travail a également été réduit. Ces progrès ont été obtenus grâce à des formations et des gains de productivité. »

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

New Look déclare : « Nous travaillons sur la question des salaires selon diverses approches :

1. Nous expliquons à nos acheteurs que leurs pratiques ont un impact sur les travailleurs...

2. Nous développons des relations sur le long terme avec nos fournisseurs.

3. Nous menons de nombreux projets d'amélioration sur nos principaux sites de production et y offrons des formations destinées aux travailleurs et aux superviseurs qui développent leur compréhension des besoins des travailleurs et améliorent la capacité et les compétences pour les satisfaire. »

« Nous sommes également en train de mettre en œuvre deux projets en Inde et au Bangladesh pour permettre aux travailleurs d'ouvrir un compte en banque. Ceci est important en complément de l'augmentation de salaire. En effet, avoir un compte en banque réduit les coûts pour les travailleurs, les frais de virement et leur donne accès à des produits d'épargne. »

New Look ajoute : « Nous avons travaillé avec une usine au Royaume-Uni pour tester une méthode d'augmentation des salaires par le biais d'une amélioration des compétences et un paiement par palier de compétence. Ce travail est en cours et nous avons hâte d'en présenter les résultats. »

New Look s'est fixé ces objectifs pour 2014 : « Travailler avec 30 usines clés en Chine afin d'identifier des cibles en terme d'augmentations salariales ; continuer à travailler avec les 12 usines participant au programme BBW du RAGS en Inde et au Bangladesh pour contrôler et soutenir les augmentations salariales. L'objectif est d'atteindre une augmentation de 10 % du salaire moyen par heure ; encourager deux usines en Chine à augmenter le salaire moyen par heure de 10 % ».

COMMENTAIRES D'ACHACT

New Look a participé au projet BBW (en collaboration avec l'agence de consultance Impactt et avec d'autres marques) qui vise le renforcement des capacités des fournisseurs, l'amélioration de la communication et la résolution des problèmes dans les usines. Le projet BBW a réussi entre autres à améliorer les salaires grâce à des gains de productivité. Mais comme nous l'avons dit à plusieurs reprises, les gains de productivité ne permettent qu'une faible augmentation des salaires. Les 7 % d'augmentation obtenus au Bangladesh grâce au projet BBW sont pratiquement insignifiants au vu de l'augmentation officielle du salaire minimum légal de 80% (décidée alors que le projet BBW était fini) – elle-même encore très loin de porter les salaires à un niveau vital. Nous ne considérons donc pas que ce projet œuvre en faveur d'un salaire vital. Toutefois, même si le projet ne mène pas à un salaire vital, New Look et Impactt insistent sur le fait que la « transformation » et le « renforcement des travailleurs » qui en résultent valent la peine. Nous restons toutefois sceptiques.

Notre deuxième préoccupation face à ce projet est que le renforcement des travailleurs n'a absolument pas pris en compte le mouvement syndical. Le matériel de formation ne fait jamais référence à la liberté d'association ou aux syndicats. Le programme BBW s'est concentré sur « les

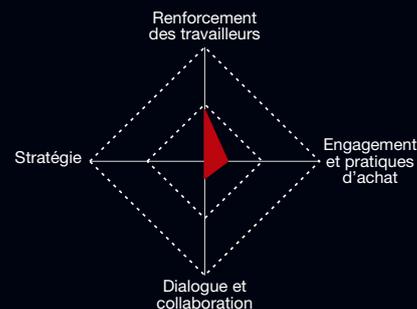
démarches préalables à la liberté d'association », essayant de surmonter les attitudes de blocage de la part des employeurs vis-à-vis de la représentation des travailleurs. Ceci a été réalisé par le biais de programmes de formation et en encourageant les employeurs au Bangladesh à travailler avec des comités de travailleurs. Si établir de tels comités peut être utile à court terme, nous ne pensons pas qu'ils renforcent les travailleurs dans la mesure où ils servent souvent de subterfuge à l'établissement d'une représentation syndicale. Poursuivre dans cette voie risque donc d'encourager des méthodes de management « parallèles » permettant aux directions d'usine de s'opposer au renforcement du mouvement syndical. Les comités de travailleurs ne peuvent que négocier de faibles avantages sociaux et augmentations de salaire. Ils n'ont pas le droit de mener d'actions sectorielles pour appuyer leur position, ils ne peuvent pas organiser d'élections indépendantes et sont souvent limités à des lieux de travail individuels. Cela signifie que les membres ne peuvent pas participer aux campagnes d'amélioration des salaires et des conditions de travail au niveau sectoriel, national ou régional. En gros, cela ne change pas grand-chose pour les travailleurs sur le long terme. Il serait utile d'avoir un engagement ou une stratégie pour renforcer les travailleurs par le biais de collaborations avec les syndicats.

Au-delà du programme BBW, New Look travaille sur la liberté d'association et sur d'autres projets avec ses fournisseurs. Nous nous en réjouissons. L'entreprise a effectué un travail intéressant sur la question des contrats de courte durée dans le nord de l'Inde. Nous espérons que les enseignements qu'il en tirera seront mis à profit au Cambodge où les contrats de courte durée posent problème.

Nous nous félicitons de voir que New Look a commencé à utiliser l'échelle des salaires de la Fair Wear Foundation pour évaluer le salaire vital chez ses fournisseurs. Les résultats obtenus en Chine sont également impressionnants. Nous espérons que New Look étendra ce travail à d'autres pays et s'efforcera d'atteindre les mêmes résultats. L'entreprise semble être sur la bonne voie. Il est à présent essentiel que New Look s'engage concrètement à revoir ses pratiques de prix et son calcul des coûts internes afin de permettre aux fournisseurs de payer un salaire vital.

NIKE

MARQUES : Nike, Nike Golf, Jordan, Hurley, Converse



Filières d'approvisionnement	774 fournisseurs de premier rang. Nike publie une liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Nike produit dans 42 pays. Liste complète disponible sur http://nikeinc.com/pages/manufacturing-map .
Chiffre d'affaires 2012	US\$ 24.13 milliards (€ 17,83 milliards)
Bénéfice 2012	US\$ 696 millions (€ 514 millions)
Nombre d'employés au 31/12/2012	?
Nombre de points de vente au 31/12/2012	?

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Nous soutenons le travail en cours pour étudier et comprendre les salaires et leur impact sur les travailleurs et les communautés. Nike est convaincu que la responsabilité pour un changement systémique durable doit être partagée entre les gouvernements, les fabricants, les ONG, les marques, les syndicats et les travailleurs. Nous restons engagés à travailler étroitement avec nos usines contractantes et à investir dans leur capacité de respecter le Code de Conduite de Nike et à rencontrer les besoins de santé et de sécurité des travailleurs qu'elles emploient. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Nike soutient le principe du salaire vital, mais en pratique peu a été fait pour que les salaires payés soient supérieurs au salaire minimum.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Nike a signé le Protocole indonésien sur la liberté d'association et a participé à son élaboration.

Nike offre également un « programme de formation des responsables des ressources humaines qui comprend un volet sur la liberté d'association. » En date de fin 2013, ce programme avait été mis en œuvre dans 76 usines au Vietnam, en Chine, en Indonésie, au Sri Lanka, en Inde et en Thaïlande concernant au total 422 000 travailleurs.

Nike a une politique sur les contrats d'emplois de courte durée qui impose un quota maximum de 15 % des contrats d'emploi (les contrats de courte durée sont souvent utilisés pour limiter la liberté d'association).

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Nike utilise un système de classement de ses fournisseurs en fonction de leurs performances qui intervient dans ses décisions d'achat. Ce classement prend en compte les normes de travail. Divers avantages encouragent les fournisseurs à améliorer leur score, tels que des commandes prioritaires et l'accès à des formations. Nike développe une politique d'approvisionnement qui utilisera les critères du Fair Wage Assessment. Ceci prendra la forme d'un nouvel outil d'audits.

A la question portant sur l'intégration du coût d'un salaire vital dans la fixation du prix d'achat aux usines, Nike répond : « Oui, notre modèle de fixation des prix prend en compte le salaire minimum

comme l'exige notre code de conduite. » Nike n'a aucun référentiel de salaire vital.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Nike participe au groupe de travail sur le salaire équitable de la Fair Labor Association. « Nike commence à tester avec ses fournisseurs comment ces derniers peuvent augmenter les salaires des travailleurs tout en restant compétitifs sur le marché. Nous n'avons pas encore de réponse, mais nous travaillons avec des ONG, des chercheurs, des fournisseurs et d'autres entreprises afin de voir comment cela pourrait se faire. »

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

En plus de son engagement envers le Fair Wage Assessment mentionné ci-dessus, Nike « attend de ses fournisseurs qu'ils s'engagent à élaborer et mettre en œuvre un processus afin que les rémunérations des travailleurs (salaires et autres bénéfices) permettent progressivement de couvrir leurs besoins fondamentaux et de leur assurer un revenu discrétionnaire. »

COMMENTAIRES D'ACHAT

Le plan à long terme de Nike pour augmenter les salaires consiste à demander aux fournisseurs de mener le combat. Ceci ne fonctionnera pas. Les temps sont révolus où il convenait de se limiter à donner copie d'un code de conduite à un fournisseur pour se convaincre qu'il sera respecté. Même avec un système d'achat qui encourage les fournisseurs à augmenter les salaires, la pression pour faire baisser les prix l'emportera toujours. Pour cette raison, nous répétons que les marques doivent adopter des référentiels de salaire vital en interne et payer suffisamment leurs fournisseurs afin qu'ils

puissent à leur tour payer un salaire vital à leurs employés. Cet engagement à augmenter le prix payé aux fournisseurs est essentiel et Nike ne l'a toujours pas pris.

Nike a travaillé sur sa politique concernant les contrats de travail de courte durée. Ceci est positif. Ce type de contrat entrave l'accès aux avantages sociaux et aux droits dans de nombreux pays. Avoir imposé un plafond du nombre de contrats de courte durée autorisés est important pour les syndicats avec lesquelles nous travaillons. Nous espérons que Nike continuera à mettre en œuvre cette politique chez ses fournisseurs et en partagera les enseignements.

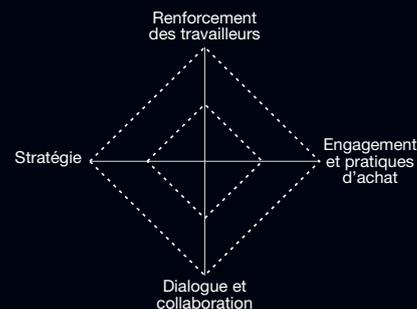
Nous nous félicitons de voir que Nike a signé le Protocole indonésien sur la liberté d'association. Sa mise en œuvre et le contrôle de son efficacité doivent être au cœur du travail d'amélioration des salaires en Indonésie.

Il a été question à plusieurs reprises des Fair Wage Assessments. Nous sommes heureux que Nike participe au débat sur la définition du 'salaire vital'. Nous espérons cependant que l'entreprise ne perdra pas de vue le problème principal : actuellement, le salaire que reçoivent les travailleurs ne leur permet pas de vivre dans la dignité. Le Fair Wage Assessment place 'la manière dont sont payés les salaires' et 'combien les travailleurs sont payés' sur un pied d'égalité. Pour nous et pour les travailleurs qui manifestent dans le monde, le second problème est bien plus pressant. Si les fournisseurs reçoivent une liste de 12 choses à faire, dont 'augmenter les salaires', ils commenceront par les 11 autres. Nous encourageons Nike à prendre en compte cette priorité dans l'élaboration de ses actions futures.

ORCHESTRA - PRÉMAMAN



MARQUES : Orchestra, Prémaman



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement	Orchestra-Prémaman n'a pas fourni cette information. Orchestra-Prémaman ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Orchestra-Prémaman n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	€ 316.03 millions
Bénéfice 2012	€ -0.31 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	1 963 (groupe)
Nombre de points de vente au 31/12/2012	295 magasins en propriété, 452 franchisés

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté les sites internet de l'entreprise et n'y avons trouvé aucune information sur le salaire vital, les normes de travail ni l'approvisionnement

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

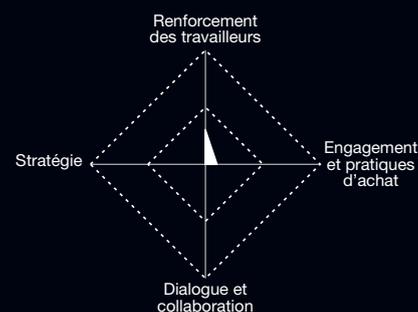
Orchestra-Prémaman n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur ses sites web. En 2013, Orchestra-Prémaman a adhéré au BSCI (Business Social Compliance Initiative). Nous supposons par conséquent que si Orchestra-Prémaman s'engage dans une démarche de respect des droits des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement, cet engagement doit encore se traduire en actions concrètes et doit encore être rendu public. Nous suivrons ces évolutions avec intérêt.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

PIMKIE

MARQUE: Pimkie



Filières d'approvisionnement

Plus de 161 fournisseurs.

Pimkie ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs, mais déclare vouloir la communiquer à des organisations telles que la Clean Clothes Campaign et aux organisations locales.

Pays de production

Chine (37 %), Turquie (16 %), Maroc (13 %), Tunisie (13 %), Inde (12 %), Bangladesh (5 %), autres (4 %)

Chiffre d'affaires 2012

€ 560 millions

Bénéfice 2012

?

Nombre d'employés au 31/12/2012

?

Nombre de points de vente au 31/12/2012

748 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« À ce jour, nos audits nous permettent de vérifier que le salaire minimum est payé dans les pays où nous nous approvisionnons. Bien que nous considérions qu'il incombe au gouvernement de définir le niveau du salaire minimum, nous sommes sensibles au principe du salaire vital et allons commencer à travailler sur ce sujet sous peu en nous inspirant de la feuille de route de l'Asia Floor Wage (AFW). »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Bien que nous nous félicitions de la « sensibilité » de Pimkie pour le salaire vital, les efforts entrepris dans ce sens sont encore insuffisants. Pimkie ne dispose d'aucune stratégie pour sa mise en œuvre au sein de ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Pimkie déclare : « Ce droit a fait l'objet d'une communication et est expliqué à nos fournisseurs dans notre code de conduite qu'ils doivent connaître, comprendre et accepter. La réalisation d'audits sociaux est également l'occasion de leur rappeler nos attentes en termes de respect des lois sociales. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Il a peu été fait mention d'actions concrètes entreprises pour promouvoir la liberté d'association ou l'évaluation des améliorations salariales pour les travailleurs.

Pimkie se sert de son code de conduite comme d'un accord contractuel passé avec ses fournisseurs. L'entreprise a recours à des audits extérieurs afin d'évaluer et de former ses fournisseurs à la mise en œuvre de son code. Bien que Pimkie déclare que « sa politique d'approvisionnement favorise les relations durables avec [ses] fournisseurs » afin de « permettre des progrès sociaux continus », aucun critère ne permet de mesurer ces progrès.

Aucun travail sur les pratiques d'achat n'a été évoqué.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Pimkie a mentionné sa participation à l'ini-

tiative Clause Sociale (ICS), une initiative lancée par des entreprises françaises dont l'objectif est d'encourager les fournisseurs à respecter les droits humains et le droit du travail local. L'ICS partage les résultats des audits avec ses membres mais n'exige aucun engagement de leur part.

Pimkie a également indiqué que l'entreprise allait lancer un projet pilote sur la question des salaires au Maroc avec l'organisation Yamana début 2014.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Pimkie n'a à ce jour élaboré aucune stratégie pour garantir un salaire vital aux travailleurs de ses filières d'approvisionnement.

COMMENTAIRES D'ACHACT

Avec plus de 750 magasins, 6 000 employés et un chiffre d'affaires dépassant les €560 millions, il est très surprenant qu'un revendeur de cette taille ait si peu d'informations sur ses propres filières d'approvisionnement. L'entreprise compte beaucoup trop sur l'intervention de tiers (audits) pour évaluer des problèmes majeurs (salaire vital et liberté d'association). Elle manque de référentiels qui lui permettraient de suivre, encourager ou collaborer en matière de respect des droits des travailleurs.

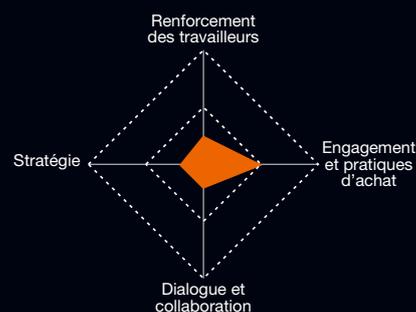
Pimkie doit aller plus loin que son code de conduite et agir afin de faire respecter certains de ces droits.

Pimkie admet avoir tardé à adopter des politiques de responsabilité sociale (RSE) crédibles vis-à-vis de ses filières d'approvisionnement. L'entreprise nous a expliqué lors d'une réunion qu'une nouvelle politique RSE a été lancée en 2013 et qu'elle détaille des éléments importants en matière d'inspection dans toute sa filière d'approvisionnement. La première partie de ce programme a déjà été mise en œuvre et des moyens financiers supplémentaires ont été alloués à la surveillance de ses fournisseurs. L'entreprise a fixé des priorités pour 2014 concernant le contrôle et la « rationalisation » de ses filières d'approvisionnement. Elle va en outre lancer des projets pilotes qui se concentrent sur la productivité. Nous reconnaissons la bonne volonté affichée par Pimkie de collaborer avec nous sur ces matières. Ce plan est un pas dans la bonne direction.

Toutefois, Pimkie et ses actionnaires qui ont des liens avec les plus grandes fortunes de France, devraient tenir compte de leur retard inacceptable pour un groupe de cette ampleur. Maintenant que Pimkie a accepté le principe du salaire vital, l'entreprise doit élaborer une politique sérieuse se concentrant sur l'amélioration des pratiques d'achat afin de garantir aux travailleurs qui fabriquent ses vêtements, le respect de leurs droits fondamentaux.

PRIMARK

MARQUES : Primark, Atmosphere, Cedarwood State, B&W, Denim Co., Love to Lounge, Young Dimension, No Secret, Ocean Club, Secret Possessions



Filières d'approvisionnement	Primark n'a pas fourni cette information. Primark ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Primark n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	£ 4.273 milliards (€ 5.296 milliards)
Bénéfice 2012	£ 514 millions (€ 637 millions)
Nombre d'employés au 31/12/2012	48 000
Nombre de points de vente au 31/12/2012	264 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Nous sommes d'accord avec le principe selon lequel un salaire vital devrait couvrir les besoins fondamentaux, procurer un revenu discrétionnaire et une épargne et permettre de prendre soin des personnes dépendantes. Nous reconnaissons la difficulté de définir et calculer le salaire vital et avons convenu que la négociation restait la solution la plus pratique et durable. Ainsi, nous soutenons le développement de relations industrielles solides pour y parvenir. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Les données fournies par Primark témoignent d'un travail réel pour améliorer les salaires des travailleurs fabriquant ses vêtements ainsi que d'un haut niveau d'engagement et de pratiques. Toutefois, pour ce qui est de la stratégie, les projets en sont encore au stade de pilote ou de recherche. Ils dépendent lourdement du code de base d'Ethical Trading Initiative (ETI) plutôt que de constituer une stratégie de long terme intrinsèque à l'entreprise.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] PRIMARK

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Primark déclare : « Nous reconnaissons totalement l'importance de la liberté d'association qui permet aux travailleurs d'obtenir un salaire vital. Elle occupe donc une place prépondérante dans notre stratégie. Ceci vient compléter notre travail pour comprendre pleinement la complexité de la liberté d'association, les différentes approches, les contextes légaux, le rôle et la responsabilité des différents acteurs comme Primark en tant que distributeur responsable. » Primark a commandé une étude pour savoir quelles sont les bonnes pratiques en matière de liberté d'association « en consultation avec TUC (Trades Union Congress), ITGLWF (faisant aujourd'hui partie d'IndustriALL Global Union), l'OIT (Organisation internationale du travail), des entreprises d'audit, et d'autres experts », et espère utiliser les résultats de cette étude pour établir des normes.

Primark déclare avoir « plusieurs projets pilotes comprenant une formation des travailleurs sur la liberté d'association ». L'entreprise a lancé un programme dans le sud de l'Inde en 2009 afin de fournir aux travailleurs des informations sur « leurs droits au sein de l'entreprise, la législation du travail, les syndicats et la liberté d'association. » Ces formations ont lieu en dehors de l'usine, en groupe de discussion, en association avec l'ONG SAVE (Social Awareness and Voluntary Education).

Primark est en train de mettre en place sur un centre d'appel dans le nord de l'Inde et au Bangladesh pour recueillir les plaintes des travailleurs. Un tel centre d'appel est

déjà fonctionnel dans le sud de l'Inde.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Primark déclare : « Notre objectif principal est de consolider notre base d'approvisionnement afin de renforcer nos relations avec nos fournisseurs stratégiques et développer des relations fortes avec nos nouveaux fournisseurs faisant preuve d'une capacité effective de croissance tout en s'engageant sur des questions clés en terme de performance telle que le commerce éthique ».

Primark dispose d'un système de classement des fournisseurs qui « permet aux acheteurs d'évaluer en continu les performances des fournisseurs sur tous les aspects de notre code de conduite (y compris les salaires), et de favoriser ceux ayant fait des progrès durables en matière d'éthique. » L'entreprise développe également un système d'évaluation pour aider ses acheteurs dans leurs choix.

Primark déclare que : « L'identification transparente des coûts de production avec les fournisseurs devient la norme au sein de l'entreprise. Nous avons élaboré des modèles d'identification des coûts pour tous les types de produits rendant plus lisible les coûts de production y compris le coût du travail et les frais généraux. Ainsi, nous avons une certaine visibilité quant au paiement d'un salaire équitable des travailleurs dans tous les sites de production. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

Primark est membre d'ETI (Ethical Trading Initiative) et travaille avec d'autres entreprises membres sur la question du salaire vital. Bien que cela n'ait pas de rapport direct avec les salaires, Primark a tra-

vailé avec IndustriALL et BNC (la coupole des syndicats affiliés à IndustriALL au Bangladesh) sur une aide rapide et une compensation à long terme pour les victimes du Rana Plaza.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Primark travaille sur des projets pilotes avec sept fournisseurs au Bangladesh et en Chine, en collaboration avec différents consultants, instances gouvernementales et associations de fabricants. Les projets se concentrent sur « une évaluation des besoins des travailleurs, des formations et une aide à l'amélioration de la productivité, les ressources humaines, le respect des règles, le dialogue et la négociation entre travailleurs et employeurs, et le règlement des différends en milieu de travail. » Aucun résultat concernant l'augmentation salariale n'a été fourni. Primark explique cela par une différence entre les résultats obtenus chez chaque fournisseur : « chez un fournisseur, les travailleurs ont négocié à trois reprises une augmentation du salaire payé à la pièce grâce aux compétences et formations reçues dans le cadre de ce projet pilote. Parallèlement, un autre fournisseur a lancé un système de prime où 1 % des profits ont été redistribués à tous les employés. »

Primark déclare : « Primark élabore une stratégie globale concernant les salaires avec une approche spécifique à chaque pays. Cette stratégie s'inspire de nos programmes pilotes et des recherches conduites ces deux dernières années. Elle se concentrera sur des domaines clés comme le renforcement des travailleurs, l'amélioration des usines, l'engagement des différents acteurs et le suivi des performances des fournisseurs. »

COMMENTAIRES D'ACHACT

Primark est membre d'ETI et son engagement en faveur du salaire vital figure dans son code de conduite. Toutefois, l'entreprise doit encore définir ce que cela signifie en termes chiffrés et s'assurer que ce salaire soit payé aux travailleurs fabriquant ses vêtements. Pour une entreprise qui a beaucoup à prouver lorsqu'elle affirme ne pas exploiter ses travailleurs en proposant des articles si bon marché, il reste encore beaucoup à faire.

Pour payer un salaire vital, Primark soutient « la négociation ». Cela signifie que Primark aide les syndicats à négocier de meilleurs salaires. Toutefois, nous n'avons reçu que peu d'éléments témoignant d'un travail ou d'une collaboration avec les syndicats locaux ou internationaux mis à part celui lié à l'indemnisation des victimes suite à l'effondrement du Rana Plaza au Bangladesh. Ses recherches pour développer les bonnes pratiques en matière de liberté d'expression sont positives, mais sans plan solide ou calendrier de mise en œuvre, nous attendons avant de nous prononcer.

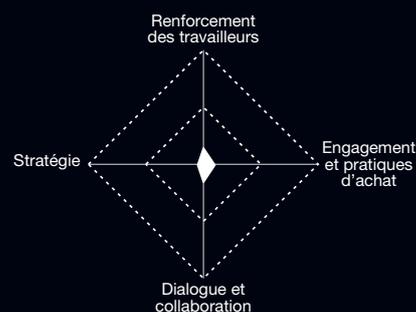
Primark déclare qu'en raison des « difficultés inhérentes » au calcul d'un salaire vital, l'entreprise a choisi d'opter pour la négociation. Pour nous, l'un ne va pas sans l'autre. Il est urgent de définir un objectif chiffré clair, car sans cela, comment savoir s'il a été atteint ? Un engagement en faveur du salaire vital n'est un indicateur de performance que lorsqu'il peut être mesuré. La négociation permet de savoir « comment » payer un salaire vital. Un montant concret permet de savoir à « combien » doit s'élever ce salaire. Sans ces deux éléments, tout engagement perd son sens. Nous espérons que Primark prendra ceci en considération et cherchera à adopter un référentiel de salaire vital comme l'Asia Floor Wage par exemple. Primark a évoqué son travail sur l'« identification transparente des coûts » avec ses fournisseurs. C'est un pas dans la bonne direction. La transparence sur les coûts de production de chaque produit sera une base pour traduire un salaire vital en prix payé par Primark à ses fournisseurs.

Primark manque actuellement d'une stratégie pour payer un salaire vital. Les différents projets pilotes évoqués ne traitent

pas réellement d'augmentations salariales concrètes ou de la manière dont seront utilisés les enseignements obtenus dans ses filières d'approvisionnement. Ceci est décevant. Primark nous a informés à la dernière minute que l'élaboration d'une stratégie est en cours. Nous avons hâte d'en apprendre davantage.

PROMOD

MARQUE: Promod



Filières d'approvisionnement	250 fournisseurs. Promod ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs. L'entreprise a toutefois communiqué à titre confidentiel aux auteurs de ce rapport des informations précises sur ses unités de production et pays d'approvisionnement.
Pays de production	Chine, Inde, Turquie, Maroc, Tunisie
Chiffre d'affaires 2012	€ 621.09 millions (clôture 28/02)
Bénéfice 2012	€ 28.37 millions (clôture 28/02)
Nombre d'employés au 31/12/2012	?
Nombre de points de vente au 31/12/2012	1 027

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« L'objectif principal de Promod est de s'assurer que tous ses fournisseurs respectent à la lettre le droit local en termes de salaire minimum et de règles de santé et sécurité au sein de chaque usine... Le paiement d'un salaire vital pourrait être notre prochaine étape. Nous discutons avec la branche française de la Clean Clothes Campaign pour étudier comment développer ce programme à l'avenir, et surtout, comment mobiliser suffisamment de marques autour de ce projet afin d'avoir une réelle influence. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Nous sommes heureux de voir que Promod est enclin à travailler sur la question du salaire vital et la considère comme la prochaine étape de sa politique de responsabilité sociale vis-à-vis de ses filières d'approvisionnement. Faire le lien avec les gains de productivité peut certes motiver les acheteurs, mais ne peut être l'unique réponse fournie aux travailleurs qui ont besoin d'un salaire vital, quelle que soit la nécessité pour Promod de se plier aux prix du marché.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] PROMOD

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Promod affirme que la liberté d'association et le droit de négocier collectivement sont inscrits dans le document signé chaque année par ses fournisseurs et que cet engagement fait l'objet d'audits. Aucun autre outil incitatif ou formation pour les travailleurs ou les fournisseurs n'a été évoqué à ce propos.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Aucun référentiel de salaire vital n'a été établi.

Promod semble faire des efforts pour développer des relations durables avec ses fournisseurs ainsi que pour stabiliser les commandes afin d'éviter le recours à la sous-traitance. Les pratiques d'achat semblent également être prises en compte pour éviter d'exercer une pression trop importante sur les fournisseurs.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Promod s'est engagé dans un programme au Maroc avec l'initiative française

Yamana pour travailler sur la question des salaires, des avantages sociaux et des gains de productivité en collaboration avec les fournisseurs.

Promod a entamé un dialogue sur les salaires avec la Clean Clothes Campaign en France. L'entreprise témoigne également d'un intérêt réel pour travailler avec la société civile ainsi qu'avec d'autres marques et distributeurs sur la question du salaire vital.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Promod n'a pas de stratégie pour garantir que les fournisseurs payent un salaire vital à leurs travailleurs. Sa stratégie repose essentiellement sur les audits vérifiant le respect de la liberté d'association.

COMMENTAIRES D'ACHAT

Promod semble vouloir commencer à travailler sur la question du salaire vital. Cette volonté est importante et louable. L'entreprise souligne la nécessité de travailler avec d'autres grandes entreprises afin de faire évoluer la situation chez les fournisseurs.

Promod accepte le principe selon lequel un

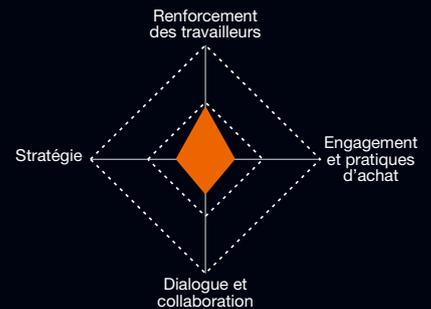
salaire devrait couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et de leur famille. L'entreprise démontre sa volonté de dialogue avec des groupes de la société civile et d'engagement vers une plus grande transparence en matière de filière et de pays de production.

À présent, Promod doit traduire ses bonnes intentions en actes par le biais de l'élaboration d'une politique concrète garantissant qu'un salaire vital soit payé aux travailleurs dans toutes ses filières d'approvisionnement. Tout commence par l'établissement d'un référentiel de salaire vital et la création d'une politique forte pour améliorer les pratiques d'achat afin de permettre la réalisation de ce droit fondamental.

Promod ne travaille pas sur la promotion de la liberté d'association ou le droit à négocier collectivement. Rien n'est fait non plus pour renforcer la position des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement. Il convient de remédier à cela. Ces points doivent faire partie de la stratégie pour payer un salaire vital.

PUMA

MARQUES : Puma, Cobra, Golf, Tretorn



Filières d'approvisionnement	203 fournisseurs de premier rang. Puma publie une liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Chine (33 %), Vietnam (21 %), Indonésie (10 %), Turquie (10 %), autre (26 %)
Chiffre d'affaires 2012	€ 3.27 milliards
Bénéfice 2012	€ 70.2 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	11 290
Nombre de points de vente au 31/12/2012	1 110 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Améliorer les salaires des travailleurs employés dans la filière d'approvisionnement de PUMA fait partie de nos priorités d'amélioration durable du lieu de travail... PUMA n'adhère à aucune définition spécifique du salaire vital étant donné toutes les variantes et formulations proposées ces dernières décennies. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Puma travaille sur différentes questions. L'entreprise a adopté un référentiel de salaire vital crédible (l'Asia Floor Wage) comme partie intégrante de son approche d'augmentation progressive des salaires. Il reste cependant du chemin à parcourir pour déterminer stratégiquement comment les montants nécessaires à l'augmentation des salaires peuvent être dégagés. Des améliorations de productivité au niveau des usines ne suffiront pas à répondre à cette question.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Oui.*

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Puma déclare : « PUMA est signataire du Protocole sur la liberté d'association en Indonésie. Ce protocole impose aux marques l'ayant signé qu'elles soutiennent l'adoption par leurs fournisseurs de pratiques contractualisées visant le respect de la liberté d'association, pour garantir aux travailleurs le droit de créer des syndicats et de s'organiser. »

Dans les usines de ses fournisseurs, Puma affiche des informations portant sur la liberté d'association ; un guide pratique est distribué aux travailleurs par les bureaux d'approvisionnement de Puma et les détenteurs de licence ; des instructions sur la liberté d'association sont communiquées aux nouveaux travailleurs ; une formation annuelle est recommandée. Puma dispose également d'un système de plainte.

Puma fait mention de formations destinées aux fournisseurs et aux travailleurs, comprenant des informations sur la liberté d'association. Ces formations sont dispensées en collaboration avec des syndicats et d'autres entreprises partenaires. Les représentants syndicaux indonésiens ont reçu une formation sur le droit du travail et les dispositifs nationaux de fixation des salaires.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Puma a recours à une méthodologie d'échelle des salaires pour contrôler les progrès réalisés en vue du paiement d'un salaire vital. Cette échelle prend en compte le référentiel de l'Asia Floor Wage. Cette méthodologie s'est inspirée du projet Jo-In déployé en Turquie, il y a quelques années. Il n'a été question d'aucun travail sur la prise en compte du montant d'un salaire vital dans la fixation des coûts de production.

Puma a un système de classement des fournisseurs prenant en compte le respect des normes sociales et ayant une influence sur ses décisions d'achat. Ce système est en train d'être revu. Puma déclare : « nous y ajoutons des outils incitatifs pour les fournisseurs payant systématiquement plus que le salaire minimum. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

Puma travaille avec la Fair Labor Association et le Fair Wage Network. Des partenariats avec des syndicats ont été évoqués sur des initiatives spécifiques. Puma est signataire du Protocole indonésien sur la liberté d'association.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Les projets de Puma :

Gestion des ressources humaines en Chine. Amélioration de la productivité et

de la gestion des ressources humaines. Champs d'application : 12 usines concernées. En partenariat avec Impactt. **Impact :** L'échelle des salaires révèle qu'en tenant compte des heures supplémentaires et des primes, le salaire net était supérieur à l'Asia Floor Wage pour la Chine, telle que calculée pour 2012.

Gestion des ressources humaines au Vietnam et au Cambodge. Le projet consiste à « améliorer la gestion des ressources humaines dans les usines PUMA. » **Champs d'application :** 16 usines concernées. En partenariat avec le programme Better Work de l'Organisation internationale du travail.

Fair Wage Network. 28 usines développeront des 'feuilles de route' s'inspirant de la méthodologie développée par FWN, trois usines en Indonésie recevront une assistance technique spécifique pour augmenter les salaires.

Puma présente ces différents projets sous son programme Better Wage : « L'objectif de ce programme est de mettre en œuvre des structures durables de salaires plus équitables chez certains fournisseurs d'ici à 2015. Le programme ne garantit pas que les travailleurs employés chez les fournisseurs sélectionnés verront leur salaire augmenter, mais qu'un travail sera fait pour assurer des pratiques de rémunération plus équitables. »

COMMENTAIRES D'ACHACT

Primark est membre d'ETI et son engagement en faveur du salaire vital figure dans son code de conduite. Toutefois, l'entreprise doit encore définir ce que cela signifie en termes chiffrés et s'assurer que ce salaire soit payé aux travailleurs fabriquant ses vêtements. Pour une entreprise qui a beaucoup à prouver lorsqu'elle affirme ne pas exploiter ses travailleurs en proposant des articles si bon marché, il reste encore beaucoup à faire.

Pour payer un salaire vital, Primark soutient « la négociation ». Cela signifie que Primark aide les syndicats à négocier de meilleurs salaires. Toutefois, nous n'avons reçu que peu d'éléments témoignant d'un travail ou d'une collaboration avec les syndicats locaux ou internationaux mis à part celui lié à l'indemnisation des victimes suite à l'effondrement du Rana Plaza au Bangladesh.

Ses recherches pour développer les bonnes pratiques en matière de liberté d'expression sont positives, mais sans plan solide ou calendrier de mise en œuvre, nous attendons avant de nous prononcer.

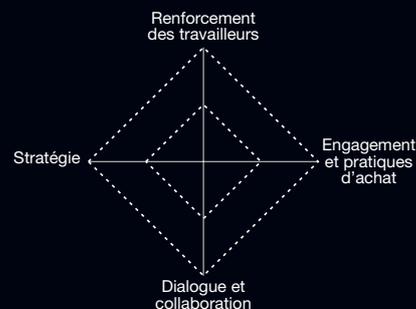
Primark déclare qu'en raison des « difficultés inhérentes » au calcul d'un salaire vital, l'entreprise a choisi d'opter pour la négociation. Pour nous, l'un ne va pas sans l'autre. Il est urgent de définir un objectif chiffré clair, car sans cela, comment savoir s'il a été atteint ? Un engagement en faveur du salaire vital n'est un indicateur de performance que lorsqu'il peut être mesuré. La négociation permet de savoir « comment » payer un salaire vital. Un montant concret permet de savoir à « combien » doit s'élever ce salaire. Sans ces deux éléments, tout engagement perd son sens. Nous espérons que Primark prendra ceci en considération et cherchera à adopter un référentiel de salaire vital comme l'Asia Floor Wage par

exemple. Primark a évoqué son travail sur l'« identification transparente des coûts » avec ses fournisseurs. C'est un pas dans la bonne direction. La transparence sur les coûts de production de chaque produit sera une base pour traduire un salaire vital en prix payé par Primark à ses fournisseurs.

Primark manque actuellement d'une stratégie pour payer un salaire vital. Les différents projets pilotes évoqués ne traitent pas réellement d'augmentations salariales concrètes ou de la manière dont seront utilisés les enseignements obtenus dans ses filières d'approvisionnement. Ceci est décevant. Primark nous a informés à la dernière minute que l'élaboration d'une stratégie est en cours. Nous avons hâte d'en apprendre davantage.

RIVER WOODS ^{.be}

MARQUES : River Woods



Filières d'approvisionnement

River Woods n'a pas fourni cette information et ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

River Woods n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 157.21 millions (American Clothing Associates)

Bénéfice 2012

€ 664.83 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

250 ETP

Nombre de points de vente au 31/12/2012

?

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet de River Woods et n'y avons pas trouvé d'information relative à ses pratiques d'approvisionnement ni à sa politique en matière de respect de normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

River Woods n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en termes de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

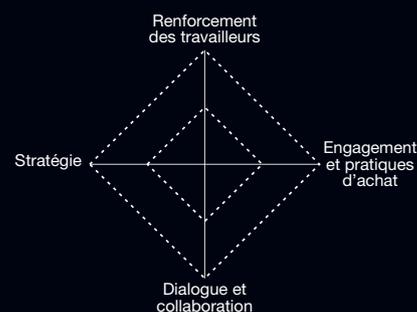
L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

S.OLIVER

MARQUES : S.Oliver



INFO WANTED



Filières d'approvisionnement

S.Oliver n'a pas fourni cette information.
S.Oliver ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Asie, Europe de l'Est et Europe occidentale.

Chiffre d'affaires 2012

€ 1.53 milliards

Bénéfice 2012

?

Nombre d'employés au 31/12/2012

?

Nombre de points de vente au 31/12/2012

251 magasins en propriété et 351 « partner stores »

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site de l'entreprise et n'avons trouvé aucune information sur l'approvisionnement ou les politiques relatives au respect de normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

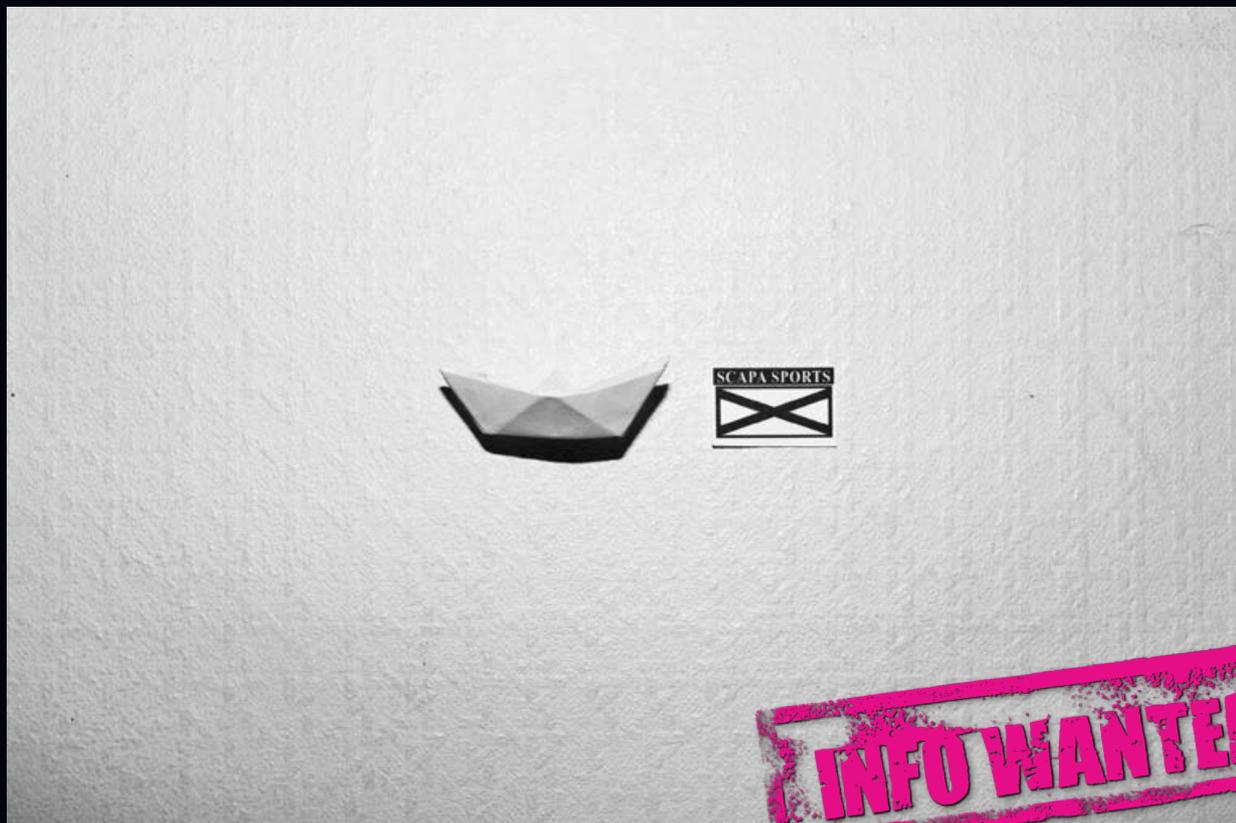
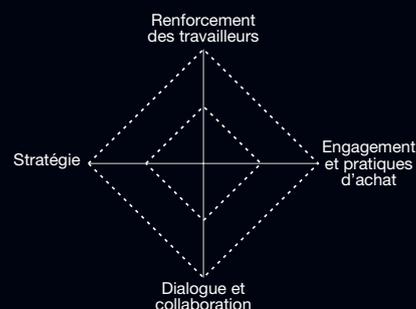
Cette entreprise n'a pas répondu à notre enquête et le peu d'informations disponibles sur son site ne laisse rien paraître. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en terme de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

SCAPA SPORTS

MARQUE: Scapa Sports



Filières d'approvisionnement	Scapa Sports n'a pas fourni cette information et ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Scapa Sports n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	€ 12.66 millions
Bénéfice 2012	€ -94.688
Nombre d'employés au 31/12/2012	32 ETP
Nombre de points de vente au 31/12/2012	5 magasins et 329 autres points de vente

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet de Scapa Sports et n'y avons pas trouvé d'information relative à ses pratiques d'approvisionnement ni à sa politique en matière de respect de normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

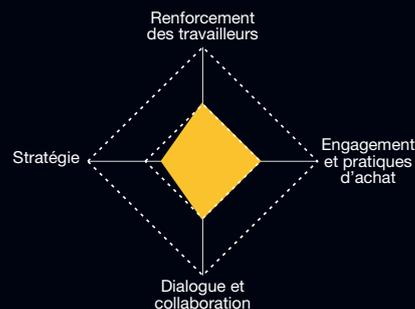
Scapa Sports n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en termes de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

SWITCHER

MARQUES : Switcher, Whale



Filières d'approvisionnement	24 fournisseurs Switcher publie une liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Portugal (44 %), Roumanie (19 %), Chine (16 %), Bangladesh (12 %), Inde (4 %), Turquie (3 %), Taiwan (1 %)
Chiffre d'affaires 2012	CHF 40,65 millions (€ 33,36 millions)
Bénéfice 2012	?
Nombre d'employés au 31/12/2013	76
Nombre de points de vente au 31/12/2013	1.637

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Avant de commencer à travailler avec un fournisseur, nous cherchons à savoir s'il paye un salaire vital, et ce dans tous les pays producteurs. »

Le code de conduite de Switcher stipule : « Les salaires et les avantages sociaux payés pour une semaine normale de travail devront au minimum respecter les normes légales ou industrielles minimales et toujours être suffisants pour couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et de leur famille et leur procurer un revenu discrétionnaire. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Switcher s'est engagé à payer un salaire vital et utilise l'Asia Floor Wage comme référentiel. L'entreprise collabore avec la Fair Wear Foundation (FWF) pour trouver comment garantir le paiement d'un salaire vital et a lancé un projet au Bangladesh pour augmenter les salaires grâce à la création d'un fonds de solidarité. Dans l'ensemble, Switcher a contribué à faire avancer le débat international sur le salaire vital et travaille sur cet important sujet dans toute sa filière d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Oui.*

[...] SWITCHER

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Conformément à ce que prescrit la Fair Wear Foundation, le code de conduite de Switcher mis en œuvre chez ses fournisseurs intègre une déclaration sur la liberté d'association.

Switcher déclare participer au « Workplace Education Programme » dans le cadre de la mise en œuvre du code de conduite de la FWF. Ceci a été développé conjointement avec des syndicats locaux et des organisations de défense des droits des travailleurs. À ce jour, seul un fournisseur turc de Switcher a participé à la formation.

Switcher utilise également le processus de plaintes de la FWF qui permet aux travailleurs de faire remonter les problèmes rencontrés dans les usines vers des personnes de confiance basées sur place. Les plaintes sont gérées par la FWF. Leurs processus de résolution et les conclusions sont disponibles dans un rapport public.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Switcher a recours à la méthodologie de l'échelle des salaires développée par la FWF pour calculer la différence entre le salaire vital visé et les salaires effectivement payés par ses fournisseurs. Les

résultats sont intégrés au plan d'actions correctives après l'audit.

D'après Switcher, quatre de ses fournisseurs chinois payent actuellement un salaire vital (conforme à l'Asia Floor Wage).

Switcher a fourni à la Clean Clothes Campaign des informations sur la structure salariale de ses principaux fournisseurs. Sa filière d'approvisionnement est transparente et les informations sont rendues publiques.

Avant d'entamer une relation commerciale, Switcher évalue systématiquement la différence entre les salaires payés et le salaire vital. Les salaires jouent un rôle important dans le choix des fournisseurs.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Switcher est membre de la Fair Wear Foundation et participe activement, avec d'autres entreprises, à une initiative pour mettre en œuvre le principe du salaire vital.

Switcher publie une liste de ses fournisseurs et assure la traçabilité de tous ses produits grâce à un outil en ligne (respect-code.org). Switcher utilise également Sedex, une base de données permettant à une entreprise de recueillir systématiquement des informations sur les fournisseurs et offre un aperçu des sites de production.

Switcher déclare avoir l'intention de publier dans son prochain rapport annuel

(prévu pour mars 2014) le calcul du temps de couture (en minute) et la rémunération qui y a trait pour chaque produit.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Switcher a lancé un projet pour augmenter les salaires chez un de ses fournisseurs au Bangladesh : « Depuis mars 2013, Switcher a mis en œuvre un fonds de solidarité pour TOUS les travailleurs employés par son unique fournisseur au Bangladesh, 'Karoooni Ltd'. Ce fonds est constitué grâce à une augmentation de 1 % sur le prix FOB (Free on Board – prix du produit prêt à être exporté) de chaque unité. Le montant récolté permettra la création d'un paiement annuel direct séparé pour tous les travailleurs de l'usine. »

Ce projet a été développé suite à une consultation avec des syndicats locaux au Bangladesh.

Switcher n'est pas le seul acheteur se fournissant auprès de cette usine. De ce fait, cette augmentation n'améliorera pas significativement les salaires. Switcher déclare essayer de convaincre les autres entreprises clientes de cette usine à participer au fonds de solidarité. Il espère que le projet pourra être étendu à d'autres usines et d'autres pays.

[...] SWITCHER

COMMENTAIRES D'ACHACT

Contrairement à de nombreuses entreprises, Switcher utilise un référentiel concret pour mettre en œuvre le principe du salaire vital. La FWF exige de ses membres qu'ils adaptent leurs politiques et pratiques d'achat afin de permettre à leurs fournisseurs de payer un salaire vital. Toutes les avancées en ce domaine sont documentées et publiées dans le rapport annuel de progrès de chaque entreprise. La FWF établit une liste d'exigences claires pour ses membres, allant ainsi plus loin que les autres initiatives analogues. Switcher assume clairement un rôle de pionnier – au sein de la FWF et en dehors – en matière de gestion de la transparence et de la durabilité.

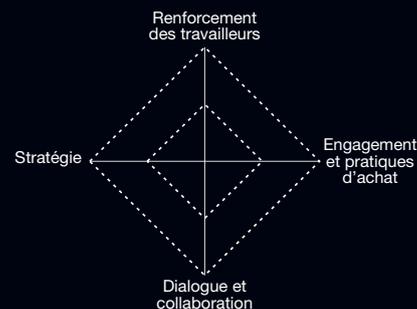
Switcher a répondu très ouvertement à notre enquête. Ses pratiques commerciales sont fondées sur la transparence, ce qui est un prérequis très important pour améliorer les conditions de travail au sein des filières d'approvisionnement et pour que les salaires atteignent un niveau vital.

Switcher fait preuve de plus d'initiative que les autres entreprises en ce qui concerne la mise en œuvre du salaire vital. Le fonds de solidarité au Bangladesh, l'un des projets de Switcher, est reconnu internationalement et peut facilement être reproduit chez d'autres fournisseurs. Ce type de fonds constitue un moyen de rassembler tous les clients d'une même usine dans un effort commun d'augmentation des salaires. Le projet est encore balbutiant, de nombreuses questions demeurent et nous ne savons pas encore s'il perdurera. L'augmentation salariale engendrée par ce fonds de solidarité reste encore marginale et est loin d'assurer le paiement d'un salaire vital étant donné que Switcher n'est qu'un petit acheteur parmi d'autres se fournissant auprès de cette usine. Cela signifie que la somme récoltée pour ce fonds est très faible. Il est essentiel de convaincre d'autres entreprises à participer. Toutefois, il s'agit là d'un des seuls projets dont l'objectif est le paiement d'un salaire vital et qui soit mis en œuvre en consultation avec des syndicats locaux.

Switcher doit à présent travailler systématiquement sur la mise en œuvre du salaire vital dans ses filières d'approvisionnement en dehors du Bangladesh. D'après Switcher, chez quatre de ses six fournisseurs en Chine, tous les travailleurs reçoivent un salaire vital équivalent à l'Asia Floor Wage. Ce n'est pas le cas dans l'usine de son fournisseur en Roumanie où les salaires payés sont bien loin d'un minimum vital. Avec un volume d'achat de plus de 20 % auprès de ce fournisseur roumain, Switcher est bien placé pour initier une démarche concrète vers le paiement d'un salaire vital dans ce cas.

TALKING FRENCH ^{.be}

MARQUE: Talking French



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement	Talking French n'a pas fourni cette information et ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Talking French n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	€ 17.29 millions
Bénéfice 2012	€ -1.48 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	105 employés
Nombre de points de vente au 31/12/2012	25 magasins en gestion directe et 14 autres points de vente dans le Benelux

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

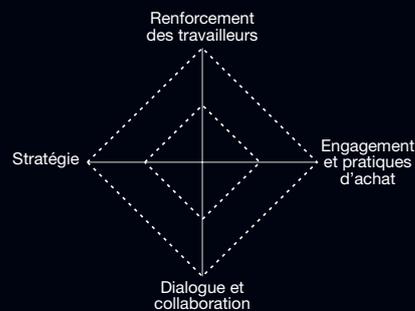
Nous avons consulté le site internet de Talking French et n'y avons pas trouvé d'information relative à ses pratiques d'approvisionnement ni à sa politique en matière de respect de normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Talking French n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en termes de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*



Filières d'approvisionnement	Trafic n'a pas fourni cette information. Trafic ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Trafic n'a pas fourni cette information.
Chiffre d'affaires 2012	€ 226 millions (consolidé)
Bénéfice 2012	€ 8,85 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	862 personnes
Nombre de points de vente au 31/12/2012	74 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet de l'entreprise et n'y avons trouvé aucune information sur le salaire vital, les normes de travail ni l'approvisionnement.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Trafic n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site web. Nous ne pouvons malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en terme de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

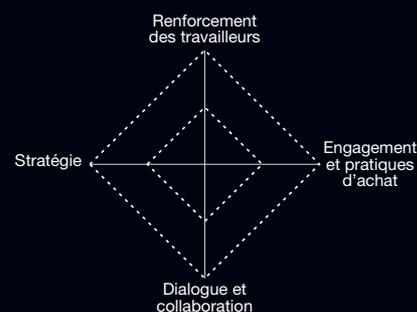
EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

TRICOBEL – SIGNE NATURE

.be

MARQUE : Signe Nature



INFO WANTED

Filières d'approvisionnement

Tricobel n'a pas fourni cette information.
Tricobel ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Tricobel n'a pas fourni cette information.

Chiffre d'affaires 2012

€ 5.9 millions

Bénéfice 2012

€ 1.17 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

25.3 ETP

Nombre de points de vente au 31/12/2012

172 points de vente

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site internet de l'entreprise et n'y avons trouvé aucune information sur le salaire vital, les normes de travail ni l'approvisionnement.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

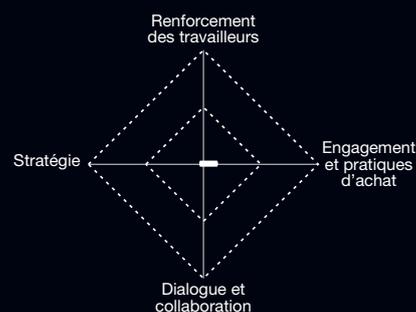
Tricobel n'a pas répondu à notre enquête et aucune information pertinente n'est disponible sur son site web. Nous ne pouvons malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en terme de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

VERSACE

MARQUE : Versace



Filières d'approvisionnement

167 fournisseurs de premier rang.

Versace ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Italie (82 %), autres pays européens (7 %), Chine (2 %), Inde (1 %)

Chiffre d'affaires 2012

€ 408.7 millions

Bénéfice 2012

€ 8.5 millions

Nombre d'employés au 31/12/2012

500

Nombre de points de vente au 31/12/2012

83 magasins

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Versace respecte toutes les lois sur le travail, conformément à son Code Ethique. »

Versace ne fait pas référence au salaire vital dans son code éthique.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Versace affirme produire 82 % de ses articles en Italie, 7 % dans d'autres pays européens et seulement 2 % en Asie. Toutefois, nous ne considérons pas que l'Italie soit un pays à « faible risque » en matière de respect des droits du travail. Versace n'a pu nous apporter que peu d'éléments de preuve démontrant un travail susceptible de garantir que les droits des travailleurs fabriquant ses produits sont respectés. Il convient de faire plus que rédiger un code de conduite.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] VERSACE

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

Versace déclare : « Tant le Code Ethique que les contrats d'approvisionnement stipulent que toutes les parties traitant avec Versace de quelque manière que ce soit doivent respecter toutes les valeurs éthiques de la marque, y compris explicitement celles liées aux lois et réglementations, dont la législation du travail, telles qu'en vigueur dans les pays où Versace est présent. »

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Versace n'a aucun système de surveillance identifiable permettant de garantir que les droits des travailleurs de ses filières d'approvisionnement sont respectés. Rien n'est fait pour inciter les acheteurs à favoriser les fournisseurs offrant de meilleurs salaires ou ayant de meilleures pratiques,

et l'entreprise n'a aucune politique pour limiter le recours aux contrats de court terme ou à la sous-traitance.

Versace déclare que l'Asia Floor Wage est payé aux travailleurs employés par ses quatre fournisseurs en Chine et en Inde.

DIALOGUE ET COLLABORATION

Versace n'a pris part à aucune initiative multipartite et n'a travaillé avec aucun syndicat en Italie ou ailleurs.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

Aucune.

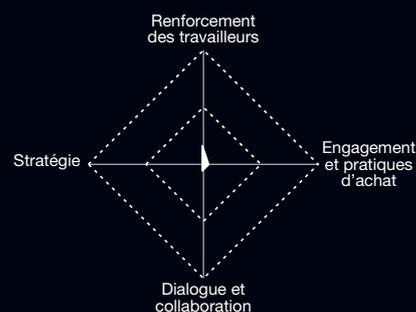
COMMENTAIRES D'ACHACT

Bien que l'essentiel de la production de Versace se fasse en Italie, l'entreprise fait preuve d'un manque d'engagement pour garantir les droits des travailleurs fabriquant ses produits. En raison du recours significatif au secteur informel et aux

travailleurs migrants en Italie, Versace doit surveiller de près sa production s'il souhaite être certain que les salaires suffisent à couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et que leurs droits sont respectés. Versace n'apporte que très peu d'éléments susceptibles de démontrer cette préoccupation. La santé et la sécurité dans les usines italiennes ont posé problème à plusieurs reprises. En décembre 2013 notamment, un incendie dans une usine sous-traitante dans la ville de Prato a causé la mort de sept travailleurs migrants chinois. Les syndicats ont déclaré que les problèmes de santé et de sécurité à l'origine de ce drame étaient courants dans la région ; région dans laquelle Versace dispose d'usines. Versace doit démontrer bien plus d'efforts pour assurer le respect des droits. Rédiger un code éthique et croiser les doigts pour que les fournisseurs respectent la loi ne suffit pas.

VF CORPORATION

MARQUES : EastPak, Vans, Lee, The North Face, Kipling, Timberland, 7 For All Mankind, Ella Moss, Bulwark, Rustler, Nautica, JanSport, Wrangler, Eagle Creek, SmartWool, Riders By Lee, Reef, Red Kap, Horace Small, Splendid, Lucy, Napapijri



Filières d'approvisionnement

2 300 fournisseurs de premier rang et sous-traitants

Timberland publie une liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs. Les autres marques de VF ne publient pas de liste complète des noms et adresses des usines de leurs fournisseurs.

Pays de production

Chine (26 %), États-Unis (21 %), Inde (7 %), Vietnam (5 %), Bangladesh (4 %), Mexique (4 %), Turquie (2 %), Pakistan (2 %), autres (29 %)

Chiffre d'affaires 2012

US\$ 11.4 milliards (€ 8,42 milliards)

Bénéfice 2012

US\$ 1.2 milliards (€ 0,89 milliard)

Nombre d'employés au 31/12/2012

?

Nombre de points de vente au 31/12/2012

700 magasins sous différentes enseignes

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Toutes les usines agréées par VF doivent rémunérer leurs employés de manière équitable en leur procurant un ensemble d'avantages salariaux composé du salaire et d'autres bénéfices qui, au minimum, respectent le salaire minimum légal ou le salaire en vigueur dans l'industrie selon le plus élevé des deux. Elles doivent également offrir les avantages sociaux prescrits par la loi. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

VF ne reconnaît pas le principe du salaire vital comme étant de sa responsabilité ou faisant partie de sa politique. Si les initiatives de VF en matière d'éducation locale et de projets de santé sont louables, elles ne résolvent pas le problème de la pauvreté des travailleurs fabriquant ses produits. Il est honteux qu'une entreprise de cette envergure ne soit pas impliquée dans la résolution de cet important problème.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] VF CORPORATION

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

VF assure qu'une information donnant des explications sur la liberté d'association et le droit de négocier collectivement est affichée dans toutes ses usines.

VF a évoqué quelques formations données à des fournisseurs à la suite de violations de la liberté d'association.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

VF ne soutient pas le principe du salaire vital dans sa politique et n'a aucun référentiel de salaire vital, se référant uniquement au salaire minimum.

VF est en train de comparer les niveaux de salaire à la norme salariale SA8000 prescrite par Social Accountability International et qui tient compte de la couverture des besoins fondamentaux. VF déclare : « Les premiers résultats de notre évaluation effectuée sur un échantillon d'usines situées dans les différentes régions où nous disposons d'usines ont procuré quelques indications positives. Nous allons continuer à étendre la portée de ces évaluations et prendre les mesures nécessaires. Nous avons fait le choix de ne pas publier les résultats tant que le processus n'est pas terminé. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

VF déclare : « VF travaille en collaboration avec d'autres marques et diverses ONG, des représentants de gouvernements, des associations professionnelles et des syndicats afin de traiter de différents sujets liés au respect des normes sociales. » Aucune collaboration spécifique sur le salaire vital n'a été mentionnée.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

VF déclare : « Nous [...] pensons que des augmentations salariales ne permettront pas à elles seules d'améliorer les conditions de vie. C'est dans ce contexte que nous avons défini notre approche pour soutenir et faciliter un mode de vie durable en nous penchant sur la question de l'environnement (l'infrastructure sociétale) dans lequel vivent les travailleurs, plutôt que de nous concentrer uniquement sur les salaires. Nous admettons que dans certains pays ou régions, le salaire minimum légal ne permet pas un mode de vie durable, mais nous ne sommes pas convaincus qu'une simple augmentation des salaires permettra aux travailleurs de satisfaire leurs besoins fondamentaux. Ce problème est peut-être plus complexe et implique également le coût et l'accès aux services sociaux élémentaires comme la santé et l'éducation. » En raison de cette position, Timberland travaille actuellement avec des partenaires locaux et internationaux sur des cours d'alphabétisation financière pour les travailleurs, des projets éducatifs et d'autres liés à l'accès à l'eau potable.

VF n'a aucune stratégie pour assurer un salaire vital aux travailleurs fabriquant ses produits.

COMMENTAIRES D'ACHACT

VF reconnaît le fait que le salaire minimum n'est pas suffisant pour couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs. Pourtant, l'entreprise ne fait rien pour augmenter les salaires et ainsi résoudre ce problème. La politique de VF exige seulement le paiement du salaire minimum sans faire référence à la nécessité de couvrir les besoins fondamentaux. L'entreprise arrive donc loin derrière d'autres, présentées dans ce

rapport, qui ont pris des engagements, même les plus élémentaires.

Au lieu de cela, VF (ou plutôt Timberland – aucune donnée n'a été fournie quant à l'engagement des autres marques de VF) a concentré ses efforts dans un programme pour offrir un environnement durable à certains de ses travailleurs. Ceci inclut quelques projets sur l'accès à l'eau potable, l'éducation et les soins de santé pour les travailleurs et leurs enfants.

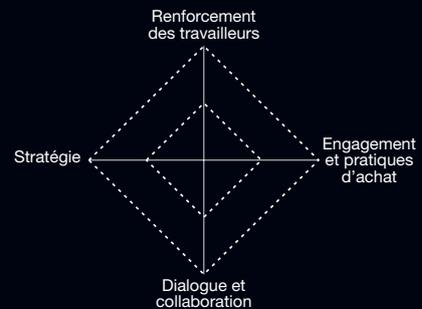
À cela, nous répondons que VF n'a pas une idée claire de ses responsabilités et de son rôle au sein de ses filières d'approvisionnement. Offrir éducation et soins de santé aux travailleurs ne relève pas de la responsabilité directe des entreprises. En revanche, la responsabilité principale d'une marque est de garantir que le salaire payé à ceux qui fabriquent ses produits leur permet de couvrir leurs besoins fondamentaux.

Pour nous, il s'agit de laisser aux travailleurs la liberté de choisir comment ils souhaitent satisfaire ces besoins. Ceci est possible lorsque le salaire est suffisant. En essayant de gérer la satisfaction des besoins, cette liberté disparaît.

Nous sommes heureux de voir que VF s'est lancé dans un exercice de comparaison afin de définir son engagement en faveur d'un salaire permettant de satisfaire les besoins fondamentaux. Nous étudierons les résultats avec attention. Nous espérons qu'à l'avenir, VF s'efforcera de reconnaître la nécessité de payer un salaire vital, et d'assumer le rôle qu'il doit jouer en ce sens.

VUITTON

MARQUE: Louis Vuitton



Filières d'approvisionnement

Vuitton n'a pas fourni cette information.
Vuitton ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.

Pays de production

Vuitton n'a pas fourni cette information

Chiffre d'affaires 2012

€ 28.10 milliards (groupe LVMH) dont € 9.93 milliards Mode et Maroquinerie

Bénéfice 2012

€ 5.92 milliards (groupe LVMH) dont € 3.26 milliards Mode et Maroquinerie

Nombre d'employés au 31/12/2012

106 348 dont 28 504 Mode et Maroquinerie

Nombre de points de vente au 31/12/2012

3 204 dont 1 280 Mode et Maroquinerie

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

Nous avons consulté le site de l'entreprise et n'avons trouvé aucune information concernant sa politique d'approvisionnement ou les normes de travail.

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

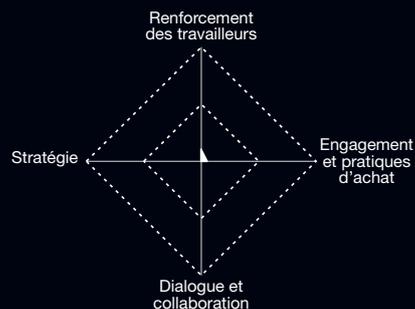
Vuitton n'a pas donné suite à notre demande d'informations et aucune information pertinente n'est disponible sur son site. On ne peut malheureusement qu'en déduire que l'entreprise ne développe pas de stratégie en terme de respect des droits de l'Homme et des travailleurs dans ses filières d'approvisionnement.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

WE FASHION

MARQUES: WE, Blue Ridge



Filières d'approvisionnement	78 fournisseurs de premier rang, 138 fournisseurs sous-traitants WE Europe ne publie pas de liste complète des noms et adresses des usines de ses fournisseurs.
Pays de production	Chine (25 %), autres (75 %)
Chiffre d'affaires 2012	€ 460 millions
Bénéfice 2012	€ -75 millions
Nombre d'employés au 31/12/2012	2 617
Nombre de points de vente au 31/12/2012	233 magasins en Europe

POSITION DE L'ENTREPRISE SUR LE SALAIRE VITAL

« Nous appliquons le Code de conduite du BSCI (Business Social Compliance Initiative) dans nos filières d'approvisionnement internationales. Ce code impose le paiement du salaire minimum légal. Ce salaire minimum légal devrait être fixé à un niveau qui permette de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs et de fournir un revenu discrétionnaire. »

« Nous pensons qu'il est essentiel de souligner l'importance d'une approche globale sur la question d'une rémunération équitable pour les travailleurs. Dans ce contexte, il est important de traiter les aspects qualitatifs et quantitatifs des salaires [...] tels que le mode de paiement, le délai et le caractère formel du paiement, la prise en compte dans le niveau du salaire des compétences et du niveau d'éducation du travailleur, et l'égalité de traitement pour les employés travaillant à plein-temps, mi-temps ou à la pièce. »

NOTRE ÉVALUATION GLOBALE

Tout comme Lidl, Aldi et d'autres, WE n'a fait que nous répéter la réponse fournie par le BSCI sans autre engagement en la matière. Très peu d'éléments ont été fournis concernant les efforts faits pour remédier à l'insuffisance des salaires. Rien dans les réponses fournies par WE n'indique un engagement sérieux pour affronter la nécessité d'augmenter les rémunérations au niveau d'un salaire vital.

EN DÉTAILS

L'entreprise dispose-t-elle d'un référentiel de salaire vital accessible au public ? *Non.*

[...] WE FASHION

EN DÉTAILS

RENFORCEMENT DES DROITS DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES

WE Europe déclare que : « Fournir des informations sur les droits et libertés des travailleurs est une exigence du code de conduite du BSCI. »

Des formations pour les travailleurs ou les fournisseurs sont disponibles auprès du BSCI, mais WE n'assure pas de suivi ni n'encourage spécifiquement ses fournisseurs à y participer.

RÉFÉRENTIEL ET PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Aucun travail sur les pratiques d'achat n'a été mentionné.

Sur la question des référentiels de salaire vital, WE déclare : « Le calcul du salaire vital local fait partie de l'audit du BSCI et est effectué selon la méthodologie SA8000. Ce calcul est utilisé pour l'analyse des lacunes et dans les plans d'actions correctives envoyés aux fournisseurs après chaque audit du BSCI. Ces plans indiquent les mesures à prendre afin d'atteindre le niveau du salaire vital. »

DIALOGUE ET COLLABORATION

WE participe à une initiative néerlandaise

pour rendre le secteur du textile plus durable.

WE a évoqué sa participation à l'Accord sur la sécurité des bâtiments d'usine au Bangladesh, qui n'est toutefois pas un projet traitant de questions salariales.

STRATÉGIE VERS UN SALAIRE VITAL

WE déclare : « Le paiement d'un salaire vital est un objectif à long terme qui fait l'objet d'un travail au niveau des usines. Nous travaillons individuellement avec chaque fournisseur par l'intermédiaire du BSCI, car certains sont plus près d'atteindre l'objectif du salaire vital ou plus aptes à y arriver que d'autres pour lesquels différentes mesures et interventions sont nécessaires. La stratégie préconisée par le BSCI consiste en une démarche par paliers. »

« Le BSCI participe activement au Fair Wage Network de l'OIT et croit en une approche holistique pour améliorer les conditions de travail et les pratiques de rémunération des travailleurs. »

COMMENTAIRES D'ACHAT

Il est inacceptable que WE Europe se réfère essentiellement et de manière répétée à sa participation au BSCI pour démontrer une diligence raisonnable en matière de droits humains. Selon nous, l'approche du BSCI

manque totalement d'engagement tant au niveau des moyens que des implications financières qui découleraient d'une volonté de combattre les salaires trop faibles.

Nous pensons qu'en se concentrant sur « les aspects qualitatifs et quantitatifs » des salaires, le BSCI fait fausse route. Payer les travailleurs à temps et s'assurer que les salaires reflètent leurs compétences est certes important, mais le principal problème que rencontrent les travailleurs est qu'ils ne gagnent pas suffisamment pour couvrir leurs besoins fondamentaux tels que par exemple et tout simplement acheter des chaussures à leurs enfants. Au cours des manifestations de plus en plus fréquentes qui ont lieu dans les pays de production de vêtements, les travailleurs revendiquent une amélioration quantitative de salaire. L'attention portée aux autres aspects du paiement des salaires ne doit pas détourner de la nécessité urgente de lutter contre la pauvreté des travailleurs. Si les fournisseurs reçoivent une liste de 12 démarches à réaliser, dont une seule concerne l'augmentation des salaires, ils commenceront par les 11 autres.

WE devrait assumer ses responsabilités dans ses filières mondiales d'approvisionnement, et s'assurer que les droits de tous les travailleurs y sont respectés.

Clean Clothes Campaign

La Clean Clothes Campaign (CCC) est un réseau international d'organisations engagé pour améliorer les conditions de travail et renforcer les droits des travailleurs et des travailleuses dans l'industrie mondiale de l'habillement. Active dans 16 pays européens via des plates-formes nationales et dans les principaux pays de production, la CCC rassemble plus de 250 organisations dans le monde. Elle dispose d'un Bureau international à Amsterdam. www.cleanclothes.org

Asia Floor Wage Alliance

L'Asia Floor Wage Alliance (AFW) est une coalition internationale qui regroupe des syndicats et des organisations de défense des droits des travailleurs, des femmes ou des droits humains, principalement asiatiques. Elle vise à l'instauration d'un salaire vital dans l'industrie de l'habillement en Asie. L'Asia Floor Wage Alliance promeut une méthode de calcul de référence pour un salaire plancher en Asie, soutient des initiatives syndicales coordonnées au niveau régional et vise des négociations directes entre organisations de travailleurs et clients de l'industrie, marques et enseignes d'habillement. www.asiafloorwage.org

Le présent rapport consiste en une compilation du rapport international « Tailored Wages » publié le 31 Mars 2014 par la Clean Clothes Campaign dont nous avons extrait 37 profils d'entreprises internationales présentes sur le marché belge, augmentés des résultats de l'enquête menée par achACT et la Schone Kleren Campagne auprès de 18 entreprises belges, utilisant la même méthode de recherche et d'évaluation que l'enquête internationale.

L'étude internationale a été coordonnée par Anna McMullen et conduite également par Christa Luginbühl, Kate Nolan, Carole Crabbé et Nayla Ajaltouni.



achACT
actions
consommateurs
travailleurs

**SCHONE
KLEREN
CAMPAGNE**

achACT et la Schone Kleren Campagne, parties prenantes de la Clean Clothes Campaign, reposent en Belgique sur deux plates-formes pluralistes d'organisations syndicales, de solidarité internationale et de consommateurs. Depuis le milieu des années 1990, elles sensibilisent un large public sur les conditions de travail dans l'industrie mondiale de l'habillement. achACT et la Schone Kleren Campagne réalisent également des démarches soutenues et concrètes vis-à-vis des consommateurs, des entreprises et des pouvoirs publics pour développer une demande et une offre de vêtements fabriqués dans le respect des droits fondamentaux des travailleurs et dans des conditions de travail décentes.

www.achact.be - www.schonekleren.be

