



**Campagne
VÊTEMENTS PROPRES**

Au Salon Valériane, vers la prise en compte de critères sociaux pour les exposants textile / habillement

Nature & Progrès et la Campagne Vêtements Propres ont décidé de collaborer afin d'affiner les critères de sélection des exposants de vos salons Valériane, dans le domaine du textile et de l'habillement. Car ils sont coutumiers d'exigences environnementales et de labellisation bio, leur prise en charge des conditions sociales de production n'est pas toujours suffisante pour des salons qui doivent être une référence en la matière. Quelques explications... Par Carole Crabbé (Campagne Vêtements Propres)

En l'espace de 4 ans, les incendies et effondrements d'usines de confection au Bangladesh ont fait plus de 200 morts. En septembre 2010, au Cambodge, 200 000 travailleurs de l'habillement ont fait grève pour réclamer une augmentation de leur salaire fixé jusque là à 36 euros par mois. Aujourd'hui, en Turquie et très certainement dans d'autres pays, des centaines de travailleurs meurent de la silicose parce qu'ils ont délavé des jeans en utilisant la technique du sablage. Chez Foxconn, en Chine, géant mondial de la fabrication de GSM et autres Iphone, 17 travailleurs âgés de 18 à 25 ans n'ont pas résisté à la pression de travail et se sont donné la mort en sautant de leur dortoir.

Dures réalités de l'industrie légère !

Derrière chaque vêtement, chaque GSM, se déploie une industrie qui emploie des centaines de milliers de personnes, surtout des femmes, dans des pays à bas salaires. Que ce soit au Bangladesh, en Chine, en Inde, en Turquie, au Maroc ou au Sri Lanka, les conditions de travail et les conditions salariales ne permettent pas aux travailleurs concernés de sortir de l'étau de la pauvreté. De manière générale, les salaires n'y atteignent pas un seuil vital pour le travailleur et sa famille. Les conditions de sécurité et d'hygiène nuisent à la santé voire à la sécurité des travailleurs. Les tentatives des travailleurs pour s'organiser sont généralement réprimées, les heures supplémentaires y sont très nombreuses et souvent obligatoires. Les contrats de travail, lorsqu'ils existent, y sont précaires.

Depuis plusieurs années, les consommateurs sont de plus en plus conscients des conditions de production des vêtements vendus dans la plupart des grandes enseignes ou pour le compte de grandes marques de vêtements. Beaucoup d'entre eux souhaitent favoriser, par leur mode de consommation, une production de vêtements plus durable tant sur le plan écologique que social. Si cette minorité de consommateurs est diluée sur le marché conventionnel, elle est bien plus concentrée dans les couloirs du salon Valériane, cherchant un engagement fort et clair des exposants en la matière.

De petites entreprises qui mettent en avant l'éthique

Nombre d'exposants de Valériane sont des entreprises de taille modeste parfois de production locale, voire de valorisation locale d'une matière première produite sur place, sous forme de coopérative ou d'entreprise de travail adapté par exemple. D'autres gèrent une filière de production plus délocalisée, confiant par exemple la confection à des ateliers situés hors de l'Europe du Nord ou d'Europe occidentale. Si leur dénominateur commun est de proposer des produits respectueux de l'environnement, leur engagement social, lui, est très diversifié. Beaucoup d'entre eux mettent en avant l'éthique. Voilà qui fait sens, tant le contexte de marché et d'activités productives y est de plus en plus étranger. Mais cet engagement est-il de nature à éclairer le consommateur et à le guider dans ces choix ? Pas si sûr. Même pavée des plus nobles intentions, l'éthique se fonde sur deux piliers : des valeurs et du volontarisme. Deux aspects hautement subjectifs (contrairement à la notion de droits inscrits dans la loi et à des obligations légales contraignantes. Dans ces conditions, il est très difficile de mettre en œuvre le contrôle, qui plus est indépendant, à la base de toute information crédible du consommateur.

L'environnement à la rescousse du social ?

Les exposants textile-habillement qui participent à Valériane et une grande partie des visiteurs connaissent bien les labels certifiant tantôt la qualité biologique de la matière première utilisée (dont le label AB-Agriculture biologique), tantôt la qualité écologique du vêtement (le label biogarantie). Ce qu'on sait moins, c'est que le label biogarantie intègre aussi des normes sociales minimales au niveau de la transformation du produit. Elles sont relatives aux droits fondamentaux des travailleurs tels que définis par l'Organisation internationale du travail : liberté d'association, interdiction du travail forcé, interdiction de discrimination, âge minimum, respect salaire minimum sectoriel horaire de travail hebdomadaire de maximum 48 heures et un maximum de 12 heures supplémentaires, conditions de travail décentes et sûres. Mais alors que le respect des normes environnementales fait partie intégrante des processus de contrôle mis en œuvre directement par les certificateurs (Ecocert pour la Belgique francophone), celui lié aux normes sociales est indirect. L'obligation du transformateur se limite à « viser l'application des normes », non pas à les appliquer. Ce dernier peut démontrer sa bonne volonté par des rapports positifs émanant d'organismes de commerce équitable ou autres certifications sociales reconnues.

Dans la brochure « Label Fringue – décodage des labels sociaux et environnementaux dans l'habillement »¹, la Campagne Vêtements Propres a présenté différents labels dont le label biogarantie, reconnaissant qu'il constitue un des rares labels associant normes environnementales et sociales et englobant toutes les phases de production. Pour les raisons évoquées ci-dessus, la Campagne Vêtements Propres estime cependant que la partie sociale de la labellisation manque de transparence. En outre, la référence à un salaire minimum légal est insuffisante dans la mesure où dans les principaux pays de production d'habillement, ce niveau de salaire ne permet pas de couvrir les besoins fondamentaux et de procurer un revenu discrétionnaire au travailleur et sa famille. C'est loin d'être un détail lorsque l'on sait qu'au Bangladesh, par exemple, le salaire minimum légal est aujourd'hui de 3 000 takas par mois (30 euros) alors qu'un salaire décent est évalué à 10 000 takas.

Mais, ce qui importe encore plus, et sans doute davantage encore sur le terrain social que sur le terrain environnemental, est la place dédiée dans le contrôle au dialogue social et à la participation des travailleurs. Le label biogarantie n'aborde pas directement cette question. L'expérience de la Campagne Vêtements Propres, notamment relatée dans le livre « L'audit social – un cache-misère »², amène à penser qu'on ne peut pas aborder le contrôle des conditions sociales de production comme on conçoit le contrôle

¹ <http://www.vetementspropres.be/doc/labelfringue.pdf>

² <http://www.vetementspropres.be/doc/Resumerapportfr.pdf>

de données techniques voire d'impacts environnementaux. Certes, le nombre de toilettes, d'extincteurs, de sorties de secours pourra toujours être détecté par un simple audit. Mais, garantir que les issues de secours ne sont pas obstruées par des caisses dès que l'auditeur a le dos tourné, que les extincteurs restent accessibles, que la liberté d'association est respectée, que les femmes ne font pas l'objet de discriminations... nécessite d'autres formes de vérification. Ce n'est notamment envisageable que si les travailleurs eux-mêmes participent au monitoring en toute confiance (par des dépôts de plaintes traitées confidentiellement par exemple). Certains systèmes s'y emploient tels que celui proposé par la Fair Wear Foundation.

Une coopération entre Nature & Progrès et la Campagne Vêtements propres

Nature et Progrès désire faire évoluer le règlement destiné à ces exposants textile-habillement afin de tenir compte non seulement de critères écologiques et bio mais également de critères sociaux liés aux conditions de fabrication de ces produits. Dans ce but, Nature et Progrès a fait appel à la Campagne Vêtements Propres afin d'étudier ensemble la possibilité de développer une démarche visant à faire évoluer progressivement les exposants vers une prise en compte formelle de leur responsabilité sociale vis-à-vis des travailleurs impliqués dans leur filière de fabrication.

Nature & Progrès et la Campagne Vêtements Propres s'accordent sur le fait que pour être durable, un démarche en ce sens doit garantir la transparence et l'information des consommateurs, être vérifiée de manière externe avec la participation des travailleurs concernés.

Bien entendu, Nature & Progrès et la Campagne Vêtements Propres veulent tenir compte du fait que la majorité des exposants sont des entreprises de petite taille, voire de très petite taille, qui fonctionnent en circuits relativement courts. Si elles sont pour la plupart familières d'exigences environnementales et de labellisation bio, il n'en va vraisemblablement pas de même en termes de conditions sociales de production. C'est la raison pour laquelle, Nature & progrès et la Campagne Vêtements Propres désirent mettre en œuvre une démarche liant un haut degré d'exigence à une nécessaire progressivité dans son application.

Concrètement, cette démarche se traduira par l'intégration dans le règlement de Nature & Progrès conditionnant l'acceptation à ses salons des exposants habillement de nouvelles clauses relatives à l'obligation pour l'exposant d'être membre soit de la Fair Wear Foundation, soit de la Fédération mondiale des organisations de commerce équitable (WFTO) ou de recourir pour la fabrication de ses produits à une coopérative de travailleurs. L'objectif est de rendre ce règlement contraignant à partir de 2014. Entretiens, Nature & Progrès et la Campagne Vêtements Propres sensibiliseront les exposants et seront à leur disposition pour orienter leurs démarches s'ils le souhaitent.

Ces exigences se veulent bien entendu compatibles et complémentaires à celles relatives à la qualité et à la labellisation bio. Elles peuvent également être complétées par des exigences relatives à d'autres étapes de production du vêtement telles que la labellisation Max Havelaar relative au commerce équitable du coton.

FAIR WEAR FOUNDATION

(Environ 70 entreprises membres, surtout des PME, dont 4 membres belges.)

L'engagement des entreprises membres de la Fair Wear Foundation :

1. **un code de conduite complet** basé sur les normes fondamentales du travail qui s'applique à tous les travailleurs de leurs filières de confection.
2. **une vérification multipartite** (regroupant représentants d'entreprises, de syndicats et d'ONG) dans laquelle les organisations de travailleurs jouent un rôle actif et qui promeut le dialogue social.
3. **Un processus transparent** et l'accès aux résultats des contrôles au moins dans leurs grandes lignes.

Plus d'information sur www.fairwear.org

Fédération mondiale des organisations de commerce équitable (WFTO)

La **WFTO** regroupe près de **300 membres dans plus de 70 pays, au Nord comme au Sud**, unis autour de 10 critères fondamentaux :

- la création d'opportunités pour les producteurs en difficulté
- la transparence et l'équité des relations commerciales
- le développement de l'autonomie des producteurs sur le long terme et l'accroissement des débouchés
- la promotion du Commerce Equitable
- un prix juste et un préfinancement des commandes
- l'équité entre hommes et femmes
- des conditions de travail dignes
- la lutte contre le travail des enfants
- le respect de l'environnement
- les relations solidaires et respectueuses

La WFTO est d'abord un lieu d'échanges entre les membres, avec une rencontre internationale bi-annuelle et des contacts plus rapprochés au sein des délégations continentales et nationales.

Plus d'informations : Campagne Vêtements Propres – 16 Place de l'Université, 1348 Louvain-la-Neuve
www.vetementspropres.be – Tél 010 45 75 27 – info@vetementspropres.be