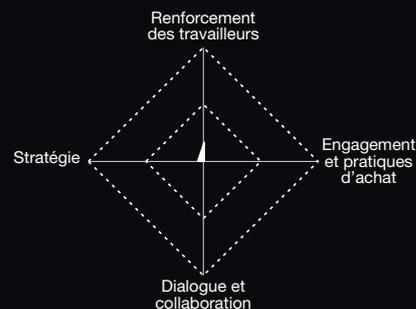


A.S. ADVENTURE ^{.be}

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.