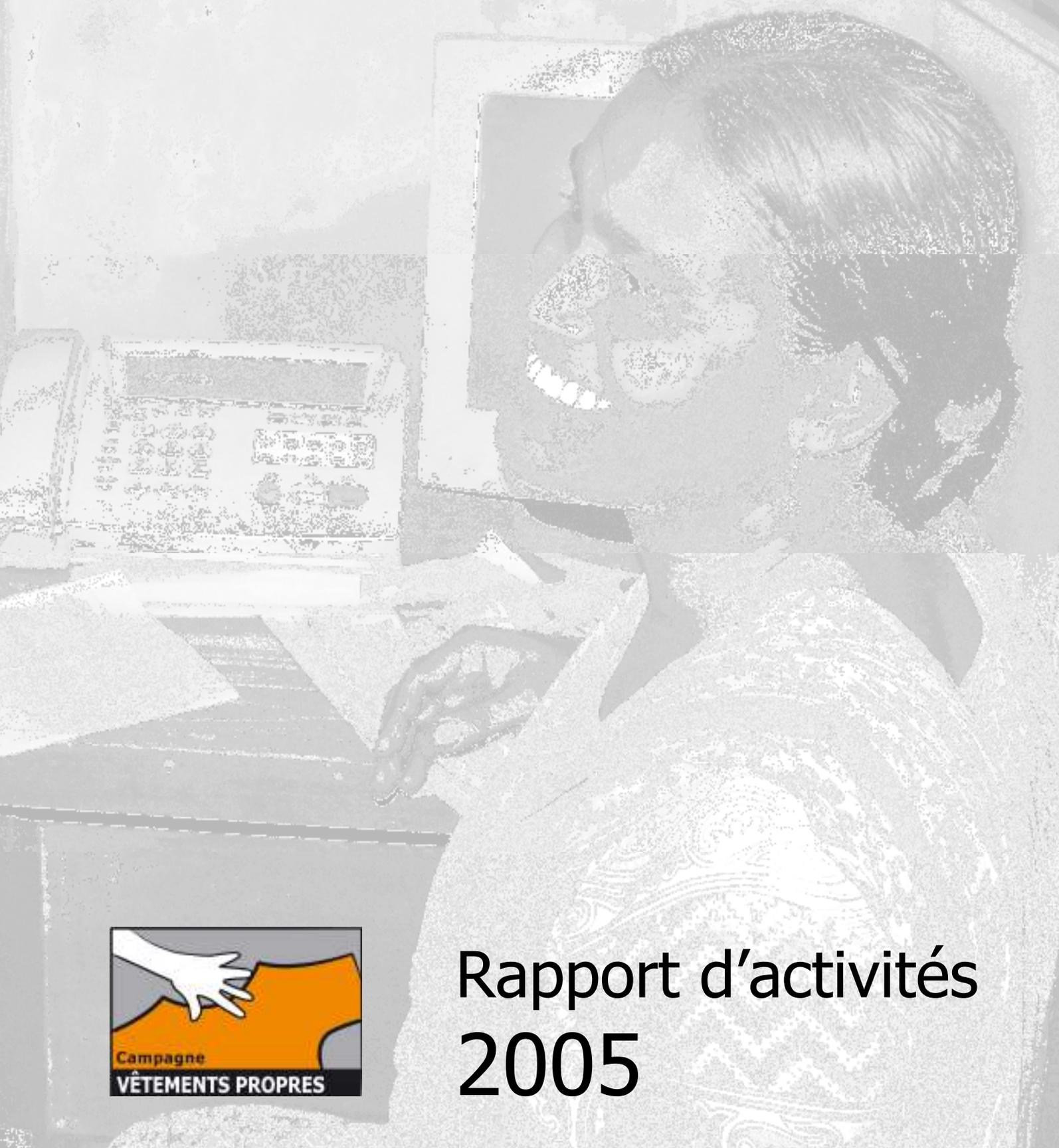


Campagne Vêtements Propres asbl



Rapport d'activités
2005

SOMMAIRE :

Mots d'introduction	p. 3
Le cadre des réalisations en 2005	p. 3
Les réalisations 2005 en un coup d'œil	p. 4
Réalisations 2005	p. 5
1. GENERAL	p. 5
1.1. www.vetementspropres.be	p. 5
1.2. Les réunions de la plate-forme Vêtements Propres	p. 5
2. DENONCER LES PRATIQUES D'ACHAT DES GRANDS DISTRIBUTEURS. EXIGER DE L'INFORMATION	p. 6
2.1. Nous achetons, qui paye ? Documentaire et livret d'accompagnement	p. 6
2.2. Chine – Agir pour les droits des travailleurs – Dossier d'information	p. 7
2.3. Outil d'introduction à une campagne sur les pratiques d'achat	p. 7
2.4. Etude sur la faisabilité de demandes envers les autorités publiques pour promouvoir la transparence	p. 7
2.5. Recherche-action	p. 8
3. PROMOUVOIR UNE APPROCHE SECTORIELLE DANS L'INDUSTRIE DU SPORT	p. 8
3.1. Bien dans mes baskets	p. 9
3.2. Base de données et profils d'entreprises	p. 9
4. PROMOUVOIR LA PRISE EN COMPTE DE CRITERES SOCIAUX DANS LES ACHATS PUBLICS	p. 9
5. RELAIER DES APPELS URGENTS	p. 10
5.1. Module d'action et de suivi sur vetementspropres .be	p. 10
5.2. Evaluation et brochure de présentation	p. 10
5.3. Relais d'appels urgents	p. 11
- Haïti – Codevi	p. 11
- Bangladesh – Spectrum	p. 12
- Mini-expo et dépliants d'information	p. 13
- Apport d'expertise en Comité d'entreprise Carrefour	p. 13
- Cartes d'appel urgent	p. 13
- Sri Lanka – GP Garments	p. 14
6. MOBILISER DES ACTEURS DANS LES ENTREPRISES	p. 15
6.1. Promouvoir des solidarités entre travailleurs d'une même filière	p. 15
6.2. Inviter des entreprises à se prêter à des vérifications indépendantes	p. 16
6.3. Action de presse : « L'audit social, un cache-misère ? »	p. 16
7. COMMUNIQUES ET ACTIONS DE PRESSE	p. 17
8. REDACTION D'ARTICLES A LA DEMANDE D'ORGANISATIONS MEMBRES	p. 17
9. INTERVENTIONS DANS LE CADRE DE FORMATIONS D'ADULTES	p. 17
LES INSTANCES DE L'ASBL	p. 18
LES COLLABORATEURS DE L'ASBL EN 2005	p. 18

Mots d'introduction

Une asbl au service d'une plate-forme

Après une première année d'exercice, force est de constater que la démarche n'est pas simple et la mobilisation des organisations jamais acquise. Mais cela en revanche suscite une nécessité d'innover, de renouveler toujours l'attractivité, d'être ouvert aux opportunités et de développer les compétences. Bref, La Campagne Vêtements Propres est vouée à toujours plus de dynamisme.

Quand la mayonnaise prend ...

Au cours de l'appel urgent suite à l'effondrement de l'usine Spectrum au Bangladesh, le dialogue et les échanges développés depuis près de 10 ans avec les organisations syndicales ont débouché sur un travail en profondeur avec les militants syndicaux, au sein des instances de concertation en entreprise. C'est une première pour la campagne Vêtements Propres à l'échelle européenne. C'est aussi une étape importante dans la construction de liens de solidarité entre travailleurs de la distribution et travailleurs de la production aux deux bouts d'une même chaîne d'approvisionnement. Cette tendance s'est encore davantage marquée par la mission de militants syndicaux de Carrefour au Bangladesh en décembre 2005.

L'appel urgent Spectrum a réservé encore bien d'autres surprises, monopolisant temps et énergie et prenant une amplitude imprévisible. Aux côtés des travailleurs de Spectrum et relayant leurs demandes auprès des entreprises clientes, la Campagne et toutes les organisations et individus qui ont signé l'appel ont contribué à des résultats concrets : tous les travailleurs blessés ont bénéficié des meilleurs soins disponibles au Bangladesh, les arriérés de salaires et heures supplémentaires ont été payés, suite à l'accident, beaucoup d'entreprises de distribution ont intégré des clauses liées à la sécurité au travail dans leurs codes de conduite. A l'heure où ce rapport est écrit, les entreprises doivent encore se positionner sur leur participation à un fonds d'indemnisation des victimes et, nous l'espérons, remettre en cause, à la lumière de Spectrum, leurs politiques d'audits sociaux.

En matière de création et de diffusion d'outils, la coordination a fait face en 2005 à une nouvelle réalité. Si l'autonomisation de la Campagne est potentiellement porteuse de nouvelles opportunités de collaborations, elle lui ôte du même coup le confort de reposer sur un mouvement prêt à exploiter ses outils. Les trois principaux supports développés en 2005 (le documentaire « Nous achetons, qui paye ? », les cartes de campagne Spectrum et le dossier Chine, ont tous trois été largement diffusés et bien accueillis par un nombre significatif d'organisations membres de la plate-forme. Le site internet s'avère être un bon outil d'information et d'action ouvert à un large public et la presse écrite et radio sont souvent aux rendez-vous fixés par la Campagne.

Les raisons de se réjouir ne manquent donc pas en 2005. L'asbl n'a cependant pas encore rassemblé les moyens de sa survie financière. Et l'année 2007 sera décisive. D'ici là c'est un nouveau défi que doivent relever ensemble l'asbl et les organisations membres de la plate-forme.

A l'année prochaine ! Résolument.

Carole Crabbé
Secrétaire générale

Les grands moments 2005

- La mobilisation qui a suivi, encore longtemps après l'effondrement de l'usine Spectrum
- La mission de délégués syndicaux de Carrefour au Bangladesh
- La Chine et la diffusion du dossier de la Campagne Vêtements Propres
- L'action Dupont et Dupond pour dénoncer le manque d'impact des audits sociaux
- La mise sur orbite du site www.vetementspropres.be

LE CADRE DES RÉALISATIONS EN 2005

- **Etudier et assurer le suivi** de thématiques d'actions menées par les membres
- **Inform**er un public large, **former** le public des organisations membres de la plate-forme et **consulter** les organisations membres
- **Soutenir des actions** d'interpellation des organisations membres

POUR

- **Sensibiliser** et informer le public
- **Interpeller** des **entreprises**
- **Interpeller** des **pouvoirs publics**
- **Agir en solidarité** avec des travailleurs mobilisés pour défendre leurs droits

SUR

- Les **Pratiques d'achats** des distributeurs
- Les conditions de travail dans **l'industrie des vêtements et chaussures de Sport** et les démarches entreprises par les marques de sport
- L'intégration de critères sociaux dans les **marchés publics** pour l'achat de vêtements de travail propres
- le relais d'**appels urgents** émanant d'organisations de travailleurs
- le recours par les entreprises à un système de **vérification** indépendant crédible

LES REALISATIONS 2005 EN UN COUP D'OEIL

	ETUDIER / SUIVRE	INFORMER, FORMER, CONSULTER	SOUTENIR
GENERAL	Le site internet www.vetementspropres.be (création et actualisations)		
		Réunions de la plate-forme Vêtements Propres (7)	
PRATIQUES D'ACHATS		Vidéo et livret d'accompagnement « Nous achetons, qui paye ? »	
Consommateurs	Dossier d'information « Chine – Agir pour les droits des travailleurs » et carte blanche (Le Soir)		
	Outil d'introduction international à une campagne sur les Pratiques d'achats des grands distributeurs		
		Communiqué de presse suite à la publication par Nike de sa liste de fournisseurs (14/04)	
Citoyens	Réalisation d'une étude sur la faisabilité de demandes relatives à la transparence en prévision d'une campagne vers des autorités publiques		
Travailleurs	Recherche-action sur base de cas relatifs aux appels urgents en Groupe de travail syndical (voir plus bas), y compris Mission au Bangladesh de délégués syndicaux (voir appel urgent Spectrum)		
SPORT	Participation au développement d'une base de données internationale	Réalisation de 5 profils d'entreprises	Dépliant « Bien dans mes baskets »
MARCHES PUBLICS	Préparation campagne 2006		
APPELS URGENTS		Brochure « Le système des appels urgents de la Clean Clothes Campaign »	Mise en place du module d'action et de suivi interactif sur le site internet
Haïti – Codevi	Rencontre avec Levi's (17/03)	Communiqué de presse (12/04)	
		Communiqué de presse (23/12)	
Bangladesh - Spectrum		Communiqué de presse (15/04)	Mini-expo et dépliant (23/04)
	Rencontre avec Cotton Group (22/04)	Note de suivi n°1 (27/04)	
		Formation des délégués syndicaux de Carrefour et GB (18/05) et (24/05)	Conseil d'entreprises de Carrefour (23/06)
	Rencontre avec Cotton Group (15/07)	Note de suivi n°2 (15/07)	23.500 cartes d'appel urgent (15/07)
			Préparation du Comité d'entreprise européen de Carrefour avec les syndicats belges (13/09)
	Rencontre avec Cotton Group (04/10)		
	Première téléconférence hebdomadaire de coordination internationale (18/10)		
	Rencontre NGWF et FITTHC (13/11)		
Réunion de préparation de la mission au Bangladesh avec des militants syndicaux de Carrefour	Mission au Bangladesh de militants syndicaux de Carrefour (2-8/12)		
	Communiqué de presse (23/12)		
Sri Lanka – GP Garments	Rencontre FTZUnion et FITTHC (13/11)	Article d'information mis en ligne sur le site (29/07)	
ENTREPRISES – VERIFICATION	Réunions du groupe de travail syndical (07/02 et 10/05) Réunions du groupe de travail entreprises (16/03 et 21/06)		
		Action de presse « L'audit social, un cache-misère ? »	

RÉALISATIONS 2005

1. GENERAL

1.1. WWW.VETEMENTSPROPRES.BE

Avril 2005, le site internet de la Campagne Vêtements Propres est mis sur orbite. De structure simple, il a été conçu pour être aisément actualisé. Outil d'information et d'action accessible à un large public, il sera dès ce moment systématiquement actualisé et enrichi, au rythme des activités de la campagne et des actualités.

Agir pour le respect des droits des travailleurs

Campagne
VÊTEMENTS PROPRES

Introduction Actualités Campagnes Outils

L'Audit social : un cache-misère ? [Imprimer cette page](#)

Actualités

- Actions urgentes
- Communiqués de presse

— Marques —

Restez informé
Contactez-nous
Liens
FAQ

Communique de presse 23 novembre 2005 pour publication immédiate

[English press release](#)

Les audits sociaux se révèlent la plupart du temps inadéquats pour améliorer les conditions de travail dans l'industrie mondialisée de l'habillement. Pire, ils peuvent constituer des obstacles pour remédier effectivement à des violations de droits des travailleurs.

A l'occasion de la conférence du BSCI qui se tient à Bruxelles ces 23 et 24 novembre, au sein de laquelle des entreprises de distribution prônent le recours à l'audit social comme instrument majeur de responsabilité sociale, la Campagne Vêtements Propres affirme que le recours exclusif à ce type d'audit constitue en réalité un obstacle pour améliorer les conditions de travail dans l'industrie du vêtement.

Ce site a été réalisé sur base d'un financement de la Région Wallonne, dans le cadre du projet CITI. Le travail de conception a été confié à l'asbl Inform'action. Deux séances de travail avec le public cible ont été réalisées pour rendre le site le plus utile, aisé et attrayant possible compte tenu des moyens limités.

Un problème informatique au niveau de l'hébergeur ne nous permet pas pour l'instant d'évaluer précisément le nombre de visiteurs. En 8 mois, environ 10.000 visiteurs l'ont exploré.

1.2. RÉUNIONS DE LA PLATE-FORME VÊTEMENTS PROPRES

La plate-forme Vêtements Propres s'est réunie à 7 reprises en 2005, réunissant régulièrement une douzaine d'organisations (ACRF, CNCD, Solidarité mondiale, Oxfam Magasins du monde, Oxfam Solidarité, GRESEA, Peuples Solidaires, Jeunes et Etudiants FGTB, FGTB, CNE, CSC, CRIOC, Test Achats en tant que non membre)

A ses ordres du jour :

- 14/01/2005 : Evaluation 2004 ; Plan stratégique ; Liste des membres ; Rapport de l'asbl
- 03/03/2005 : Chine et démantèlement de l'Accord Multifibre ; Etat adhésion organisations à la plate-forme ; Fêter les 10 ans de campagne en 2007 ; Marche mondiale des femmes.
- 21/04/2005 : Lancement du site internet ; Dossier Chine ; Action urgente Spectrum Bangladesh ; Groupe de travail « Sport » ; Groupe de travail syndical ; Marche mondiale des femmes
- 31/05/2005 : Action urgente Spectrum Bangladesh ; Dossier Chine ; Mise en place de groupe décentralisés « Sport » ; Elections communales 2006-05-05
- 06/10/2005 : Appels Urgents ; Formation syndicale ; Suivi dossier Chine ; Démarche vers les « sportifs » ; Elections communales 2006 ; Vérification indépendante ; Rendez-vous internationaux

- 16/11/2005 : Préparation de l'action de presse du 23-24 novembre 2005, à Bruxelles ; Suivi Appel Urgent Spectrum ; Campagne Vêtements de travail propres dans ma commune ; Campagne Bien dans mes baskets ; Action JO de Turin
- 15/12/2005 : Appel urgent Spectrum (suivi entreprises et mission syndicale au Bangladesh) ; Formation syndicale et visite en Belgique de travailleurs de Spectrum ; Campagne « Bien dans mes baskets » ; Campagne pour des vêtements de travail propres dans ma commune

Outre les réunions de plate-forme des concertations bilatérales ont lieu en fonction des besoins.

Deux groupes plus spécialisés sont également actifs : le **Groupe de travail syndical** et le **Groupe de travail entreprises**. Ces groupes sont ouverts à l'ensemble des organisations membres de la plate-forme (voir à ce propos le point 5 des lignes de travail).

2. DENONCER LES PRATIQUES D'ACHATS DES GRANDS DISTRIBUTEURS. EXIGER DE L'INFORMATION

Le cadre stratégique

Les grandes chaînes de distribution ont pris une place prépondérante dans le commerce. Une large part du public y fait ses achats. Cette situation leur confère une position de passage obligé pour les producteurs vers le marché. Plus éloignés de la production que les marques, ces grands distributeurs ont tendance à se détacher des réalités industrielles dont la gestion des ressources humaines qu'elles impliquent. Ils poursuivent une démarche qui s'apparente de plus en plus à une gestion financière plus qu'économique, guidée par la réalisation du plus grand profit à court terme. Le règne du *flux tendu*, du *just in time*, de *l'inventaire zéro*...

L'expérience acquise ces dernières années par la Campagne Vêtements Propres dans le secteur du jouet montre les conséquences que cela peut avoir sur les relations avec les fournisseurs : diminution du prix offert, paiements tardifs, commandes successives de faibles quantités, diminution des délais de livraison, prise en charge par le fournisseur de services autrefois dévolus aux distributeurs. Les implications sur les conditions de travail se traduisent, sans surprise, par une pression sur les salaires, une précarité des contrats d'emplois, des embauches à durée déterminée, de très longues journées de travail, une répression anti-syndicale.

Nous voulons amener les distributeurs à

- Globalement tenir compte des implications du respect des engagements éthiques dans leurs pratiques d'achats (délais de livraison, prix, stabilité de la relation et des commandes);
- Dégager lors des audits des informations susceptibles d'évaluer l'adéquation des pratiques d'achats et d'éventuellement dégager un plan correctif les concernant en matière de délais de livraison, de prix, d'externalisation des coûts, etc.;
- Ne plus recourir à des pratiques d'achats telles que les enchères inversées sur internet qui privilégient des relations commerciales de très courte durée et exacerbent la pression sur les prix et les délais de livraison;
- Mettre un frein, volontairement ou à travers une éventuelle régulation publique à la guerre des prix entre distributeurs qui est à la source d'une pression irraisonnable sur les prix aux producteurs.

Pour cela,

- Avec les **consommateurs** : nous développerons (en 2007) une large campagne de sensibilisation et d'action dénonçant l'impact de la guerre des prix que se mènent les grands distributeurs et les casseurs de prix sur les conditions de travail et le respect des droits des travailleurs dans la production et dans la distribution, ici et ailleurs.
- Avec des **citoyens** : nous contribuerons au développement d'un cadre législatif rendant obligatoire la **traçabilité des filières** d'approvisionnement et organisant la transparence de cette information vis-à-vis des consommateurs et des travailleurs concernés
- Avec des **travailleurs de la distribution**, nous construirons un outil de formation et d'interpellation en Conseil d'entreprise visant à exiger de l'information sur le respect des droits des travailleurs dans les filières d'approvisionnement des entreprises de distribution de vêtements, équipements de sport, jouets et généraliste



CONCRETEMENT, EN 2005

2.1. NOUS ACHETONS, QUI PAYE ? DOCUMENTAIRE ET LIVRET D'ACCOMPAGNEMENT

Comment et pourquoi des entreprises occidentales font-elles produire leurs vêtements et chaussures dans les pays du Sud ? Ce documentaire montre la face cachée de ce commerce : conditions de travail précaires, bas salaires, heures supplémentaires obligatoires, problèmes sanitaires, travail des enfants, pollution des eaux et des sols.

Lotta Ekelund, la réalisatrice, nous fait visiter les usines et les faubourgs de Tirupur en Inde où se font entendre tout à tour les points de vue des fournisseurs, des travailleurs, des ONG et des paysans.



Les entreprises occidentales assument-elles leurs responsabilités ? La parole est aussi donnée aux cadres de H&M ainsi qu'à quelques autres grandes marques du prêt-à-porter et de chaussures suédois.

- **Duplication et diffusion de l'adaptation française du reportage** de Lotta Ekelund (Suède) « We buy, who pays? » - 25 minutes.

La Campagne Vêtements Propres a collaboré avec l'asbl Tournesol-Zonnebloem pour réaliser l'adaptation française de ce reportage.
La Campagne Vêtements Propres s'est chargée de la duplication et de la diffusion du reportage sous forme de DVD et de VHS.

180 VHS et 50 DVD ont été diffusés en 2005, auprès des organisations membres de la Campagne, d'enseignants, de relais (ex. Médiathèque de la CFWB) et du Collectif de l'Éthique sur l'Étiquette (France).

- **Réalisation du livret d'accompagnement**

La Campagne Vêtements Propres a réalisé le livret d'accompagnement, en collaboration avec le Collectif de l'Éthique sur l'Étiquette. Ce livret accompagne systématiquement les VHS et DVD diffusés.

Ces deux outils sont présentés sur le site www.vetementspropres.be, accompagnés du texte intégral du reportage en français et du texte original en anglais.

2.2. CHINE – AGIR POUR LES DROITS DES TRAVAILLEURS

L'arrivée massive des vêtements Made in China a suscité beaucoup d'émoi en 2005. A la demande des organisations membres la Campagne Vêtements Propres a réalisé un dossier sur la question. Focalisé sur la situation des travailleurs chinois, ce dossier apporte des informations et des clés d'analyse sur le contexte chinois et les leviers de changements.

- **Réalisation et diffusion d'un dossier d'information de 8 pages**

Le dossier est le fruit d'un travail d'étude réalisé par la coordination. Le GRESEA y a apporté une contribution relative à des aspects macroéconomiques (encadré *Grand Angle Chinois*, page 7).

Ce dossier a été diffusé à plus de 1600 exemplaires, auprès des organisations membres et de la presse. Il est téléchargeable à partir du site www.vetementspropres.be.

- **Rédaction d'une carte blanche**

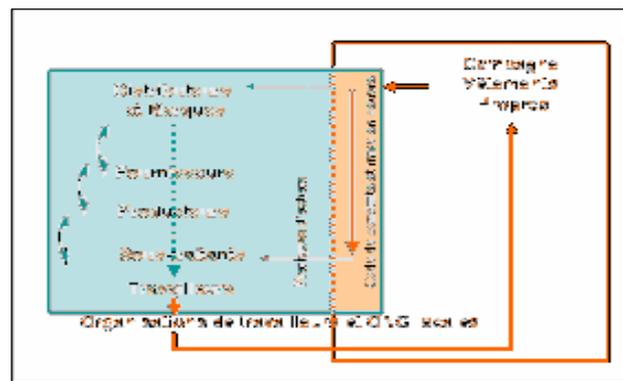


La diffusion du dossier a été appuyée par une Carte Blanche parue dans le Soir, le 9 juin 2005. Le dossier a en outre donné lieu à ou éclairé de nombreux articles dans la presse (dont Femmes d'aujourd'hui (1^{ère} semaine d'août), Trends Tendances (8 sept), Test Achats (n°490)), et dans les magazines d'organisations membres (Ici et Là-bas (juillet-août), Plein Soleil (juillet-août), Peuples Solidaires Belgique (juin), L'Autre Quotidien (juin)).

2.3. OUTIL D'INTRODUCTION A UNE CAMPAGNE SUR LES PRATIQUES D'ACHATS

La coordination

- a réalisé un outil d'introduction à la question des pratiques d'achats des grands distributeurs présenté lors d'un séminaire international de la CCC réunissant également d'autres réseaux et partenaires internationaux (Londres, le 11 mai 2005)
- a participé à la conférence annuelle d'Ethical Trading Initiative (Londres 12-13 mai 2005)
- a participé au groupe de travail international de la Clean Clothes Campaign préparant une campagne publique internationale sur le sujet.



2.4. ETUDE SUR LA FAISABILITE DE DEMANDES ENVERS LES AUTORITES PUBLIQUES POUR PROMOUVOIR LA TRANSPARENCE

La coordination a réalisé une étude sur base de plusieurs scénarios et a inventorié des actions potentielles. Cette étude a été présentée lors d'une réunion de coordination européenne de la campagne et n'a pas permis de définir un domaine d'intervention praticable pour la campagne en tant que telle (risques protectionnistes, non utilité directe pour les organisations de travailleurs de la production...). En ce domaine, la Campagne doit à l'avenir chercher à travailler avec d'autres organisations.

2.5. RECHERCHE-ACTION

La coordination a organisé deux réunions du **groupe de travail syndical**. Ce groupe a travaillé concrètement autour de l'appel urgent dans une usine installée en Haïti et fournissant Levi's Strauss et autour de l'Appel Urgent Spectrum Bangladesh, concernant deux clients belges, Cotton Group et Carrefour Belgique. Ce groupe a également préparé la journée d'étude prévue en 2005 mais postposée au 10 février 2006 (du fait de la mission de militants syndicaux au Bangladesh et de la venue en février de travailleurs de Spectrum, participants incontournables de cette journée d'étude).

La coordination a préparé, coordonné et assuré le suivi de la **mission de délégués syndicaux de Carrefour au Bangladesh** en décembre 2006 dans le cadre de l'effondrement de l'usine Spectrum.

La coordination est intervenue dans plusieurs **formations syndicales**

- Globalisation, enjeux macro-économiques – Quelles influences pour les femmes ? CSC, le 29/08/2005
- Deux réunions de préparation du Conseil d'entreprise de Carrefour - SETCA, 24/05 et CNE 18/05

3. PROMOUVOIR UNE APPROCHE SECTORIELLE DANS L'INDUSTRIE DU SPORT

Le cadre stratégique

Dix ans de campagne internationale visant les principales marques d'équipements de sports ont contribué à des changements. Les plus importantes d'entre elles ont entrepris des démarches sérieuses en matière de mise en oeuvre et de contrôle d'un code de conduite qui tient compte des droits fondamentaux des travailleurs. Cela n'empêche pas que de graves violations des droits des travailleurs aient encore lieu au sein de leurs filières de production. Ces entreprises doivent faire mieux (entre autres en acceptant de collaborer avec des organisations représentatives des travailleurs concernés et en considérant aussi d'agir en matière de pratiques d'achats). Elles ne seront poussées à le faire que si les autres entreprises du secteur s'engagent dans une voie similaire. C'était une des dynamiques mises en avant par la campagne internationale Play Fair at the Olympics à l'occasion des Jeux Olympiques d'Athènes en 2004. Cette campagne a permis à la Clean Clothes Campaign à Global Unions et Oxfam International de construire un programme de travail d'Athènes à Pékin. Cette liste de demandes vis-à-vis du secteur sera la base de notre travail en matière de sport d'ici 2008 et les Jeux Olympiques de Pékin.

Pékin, c'est aussi la Chine. Les Jeux Olympiques vont constituer une étape importante pour la reconnaissance internationale de la puissance économique chinoise. Une « usine du monde » que les médias et milieux d'affaires occidentaux ont tendance à présenter comme tout à fait fréquentable. Avec ses partenaires chinois, la Campagne Vêtements Propres veillera à rappeler en particulier l'absence de liberté d'association des travailleurs chinois.

Nous voulons amener l'industrie des équipements sportifs à adhérer et mettre en oeuvre le programme de travail proposé dans le cadre de l'action Play Fair at the Olympics, à savoir:

- Prendre des mesures positives et précises afin de garantir que les personnes qui travaillent dans ce secteur industriel aient le droit de former et de rejoindre les syndicats de leurs choix et de négocier collectivement avec leur employeur;
- Reconnaître et engager un dialogue avec les organisations représentatives des travailleurs au niveau global pour négocier et signer un accord cadre sectoriel basé sur les critères tels que définis dans le code de conduite Vêtements Propres, garantissant la traçabilité par la fédération syndicales internationale de la filière de production des entreprises membres du secteur et instituant le mécanisme de concertation syndicat-employeur comme la voie prioritaire pour mettre en oeuvre ces droits fondamentaux et résoudre les conflits du travail dans les unités d'approvisionnement du secteur;
- Prendre des mesures précises pour assurer une harmonisation du contenu des codes de conduite et des mécanismes de mise en oeuvre et de contrôle y compris en matière de pratiques d'achats ; collaborer avec des organisations locales crédibles qui ont la confiance des travailleurs et avec leurs syndicats pour réaliser les inspections des lieux de travail;
- Appeler l'OIT à prendre un rôle plus actif en matière de mise en oeuvre des codes et en matière de vérification; participer avec l'OIT à un travail de recherche permettant d'émettre des recommandations en matière de pratiques d'achats tenant compte de leur impact sur les conditions de travail.

Pour cela,

- **Entre 2005 et 2008, nous développerons des outils « de proximité » diffusés à l'occasion d'événements sportifs** internationaux (Coupe du monde de football en 2006, par ex.) ou nationaux (20 km de Bruxelles, Mémorial Ivo Van Damme). Nous développerons un outil pour un public sportif large qui lui donnera à la fois l'occasion de prendre connaissance de la problématique, des mécanismes économiques et de régulation sociale et le mettra en capacité d'être proactif, de sensibiliser et d'agir sur son environnement. Nous nous attacherons à développer des contacts avec les milieux sportifs de proximité, certaines fédérations sportives et le Comité olympique et interfédéral belge.



CONCRETEMENT, EN 2005

3.1. BIEN DANS MES BASKETS

La ligne « **Bien dans mes baskets** » a été lancée. Outre les consultations et contributions réalisées en réunion de plate-forme, Peuples Solidaires ainsi que des collaborateurs bénévoles de la coordination ont participé activement à l'élaboration de la démarche, des messages et des slogans (réunion du 14/09).

« Bien dans mes baskets » donne accès à de l'information permanente et à une mailing liste d'actualité et d'action spécifique sur les pratiques des marques de sport en matière d'approvisionnement et en matière de contrôle. Le set « Bien dans mes baskets » comprendra à terme un dépliant, une affiche, une affichette, (d'ores et déjà disponibles en 2005), des autocollants de sensibilisation, des cahiers d'information / formation et des profils d'entreprises. Le matériel de sensibilisation renvoie au site internet et permet de s'abonner à une mailing liste spécifique.



3.2. BASE DE DONNÉES ET PROFILS D'ENTREPRISES

En 2005, le CRIOC a participé au nom de la Campagne Vêtements Propres au groupe de travail international sur la mise au point d'une banque de données sur les entreprises.

Les profils de 5 entreprises de sport ont été réalisés (Nike, Adidas, Reebok, Fila et Puma). Ils ont été mis à disposition sur le site internet. Ils feront partie du set « Bien dans mes baskets » dès 2006.

4. PROMOUVOIR LA PRISE EN COMPTE DE CRITÈRES SOCIAUX DANS LES ACHATS PUBLICS

Le cadre stratégique

Les marchés publics européens représentent 14% du PIB de l'Union européenne. C'est dire l'impact en terme éducatif et en terme réel que peuvent avoir les choix exercés par des administrations publiques en faveur de conditions sociales de production acceptables. Des autorités publiques, en particulier les plus proches des citoyens, veulent répondre à un souci croissant de la population. Il s'agit par conséquent de promouvoir des prises d'initiatives volontaristes de la part des autorités publiques. Le label social belge peut être vu comme une démarche en ce sens.

A l'occasion des élections communales d'octobre 2006, nous voulons amener les autorités et les administrations communales à

- Mettre en oeuvre une politique d'achats publics qui tienne compte du respect des droits des travailleurs dans le processus de production des biens et services achetés;
- Exiger de leurs fournisseurs qu'ils s'engagent à fournir des vêtements de travail, uniformes et équipements sportifs (cf axe Sport) fabriqués dans le respect des droits des travailleurs en signant et en mettant en oeuvre le code de conduite Vêtements Propres (y compris dans son volet vérification indépendante);
- Soutenir l'implication des autorités publiques dans la vérification et dans la promotion de pratiques d'approvisionnement adéquates en promouvant entre autres l'implication de l'OIT dans la coordination des initiatives de vérification et dans l'étude de l'impact des pratiques d'achats sur les conditions de travail.

Pour cela,

- **Nous interpellons les candidats aux élections communales d'octobre 2006.** Nous demanderons aux communes de s'engager à mettre en oeuvre une politique d'achats publics éthiques.
- **Nous encourageons les communes et leurs habitants à prendre part à un réseau transfrontalier** (Région Nord-Pas de Calais en particulier)



CONCRÈTEMENT, EN 2005

2005 a essentiellement été consacré à la préparation de la campagne 2006 auprès des communes. A ce titre, la coordination

- a participé à plusieurs rencontres internationales
 - Table ronde réunissant collectivités, entreprises, syndicats et ONG organisée à Lille par le Collectif de l'Éthique sur l'Étiquette (02/06/05)

- Séminaire sur les Marchés publics de vêtements de travail organisé à Barcelone par la Clean Clothes Campaign, en présence de représentants de villes et d'associations de villes européennes,
- a suivi le cheminement de la nouvelle directive européenne sur les marchés publics et sa traduction en droit belge.
- a rencontré ou interrogé des acheteurs communaux pour identifier leur travail, leurs possibilités et leurs contraintes (01/12/2005 à Braine l'Alleud)
- a développé une démarche spécifique et des partenariats avec l'action « *Ça passe par ma commune* » initiée par Oxfam Magasins du monde en partenariat avec IEW, Réseau Eco-consommation, Nature et Progrès et Crédal. La préoccupation de la campagne se retrouve aussi dans le cahier de revendication « *Viv'la commune* » développé par le Mouvement Ouvrier Chrétien, visant à développer une interpellation des autorités publiques locales par des groupes de citoyens.
- Elle a exploré des partenariats potentiels sur le terrain de la formation des mandataires et fonctionnaires communaux (Institut Eco-conseil et Eurocities)
- Le 8 décembre 2005, la coordination a participé au colloque organisé dans le cadre de « *Ça passe par ma commune* » à Liège. De premiers contacts ont été pris à cette occasion avec des organisations locales et des mandataires communaux (Anthines, Visée). Un travail a été initié également au sein de la commune de Braine l'Alleud, à l'initiative de la Commission consultative pour la Solidarité internationale. Ce travail se développera bien entendu en 2006, année d'élections communales.

Parallèlement à cette démarche vers les marchés publics la coordination a également développé une démarche spécifique vers les entreprises de vêtements de travail (voir le point 5.).

5. RELAIER DES APPELS URGENTS

Le cadre stratégique

Les actions urgentes de solidarité avec des travailleurs mobilisés sont, au niveau international de la campagne, un des liens forts de partenariat et de solidarité avec des organisations de travailleurs dans les pays de production. Par ce type d'actions, ces organisations sont soutenues et crédibilisées, et les plates-formes Vêtements Propres reçoivent une information fiable permettant d'alimenter leurs campagnes, ou de dénoncer des entreprises. Depuis 1999, 139 cas de violations des droits des travailleurs ont fait l'objet d'appels urgents et de suivi de la part de la Campagne Vêtements Propres internationale. La majorité d'entre eux concernent des usines installées en Asie. 108 cas concernent des violations de la liberté d'association en syndicats. Une étude d'impact des appels urgents est actuellement en cours au niveau du secrétariat international de la campagne. D'ores et déjà apparaît clairement que les appels urgents

- permettent d'exercer une solidarité concrète vis-à-vis de travailleurs mobilisés,
- aboutissent de plus en plus souvent à des résultats favorables aux travailleurs,
- permettent de proposer au public une action concrète et de montrer l'impact de son investissement.

Jusqu'ici, la Campagne Vêtements Propres s'était peu investie dans des actions urgentes et dans leur suivi. Elle n'a pas développé de méthodologie à ce propos. L'occasion est donnée de développer cette activité au sein de notre plate-forme en profitant de l'expérience des autres campagnes.

Pour cela,

- Nous développerons **un outil internet de diffusion des appels et de publication du suivi de ces appels;**
- Nous relayerons et assurerons le suivi **d'au moins un appel urgent.**



CONCRETEMENT, EN 2005

5.1. MODULE D'ACTION ET DE SUIVI SUR VETEMENTSPROPRES.BE

Un outil d'action et de gestion des adresses a été installé sur le site **internet**. Au 31/12/2005, il contenait 499 adresses de correspondants ayant adressé la lettre-type aux entreprises visées dans le cadre de l'appel Spectrum via le module internet. Ces correspondants ont été tenus informés du suivi de l'appel qu'ils ont relayé et de l'impact de leur action.

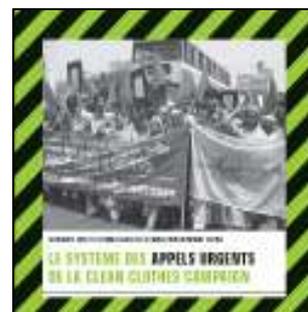
5.2. EVALUATION DES APPELS URGENTS ET BROCHURE DE PRÉSENTATION

La coordination ainsi qu'un représentant de Solidarité mondiale ont participé à un séminaire européen de la Clean Clothes Campaign sur l'évaluation et les perspectives des appels urgents (02/02/2005), basé sur une étude d'impact réalisée par le Secrétariat international de la campagne. La coordination a également participé activement au séminaire organisé sur ce thème par Réseau Solidarité – Peuples Solidaires en France (09-10/11/2005).

En suivi de ce travail d'évaluation et de mise en perspective, la coordination a réalisé la version francophone de la **brochure** « **Le système des appels urgents de la Clean Clothes Campaign** » destinée aux partenaires francophones de la campagne et à un public averti.

5.3. RELAI D'APPELS URGENTS

- La coordination a assuré le suivi de l'appel urgent lancé durant l'été 2004, concernant l'usine **Codevi en Haïti** produisant pour Levi Strauss.
- Elle a lancé l'appel urgent suite à l'effondrement de l'usine **Spectrum au Bangladesh**, produisant pour de nombreux clients européens dont Carrefour Belgique et Cotton Group.
- Appel urgent potentiel, le cas de l'usine **GP Garment au Sri Lanka**, lié à l'entreprise belge Dress Confect et produisant des uniformes pour le ministère de la défense français a fait l'objet de premières initiatives.



HAÏTI – VICTOIRE TOTALE À LA CODEVI

Le conflit social opposant le syndicat SOKOWA à Grupo M, propriétaire d'une usine qui fournit Levi Strauss, située dans la zone franche CODEVI en Haïti démarre en Juin 2004, lorsque 254 travailleurs, dont 6 des 7 membres du comité syndical sont licenciés. Au cours de ce conflit de longue durée, la direction de l'usine recourt à la violence pour casser le syndicat, et au déploiement de soldats dominicains en territoire haïtien.

La Campagne Vêtements Propres relaie les demandes de SOKOWA à partir de juillet 2004 en dénonçant les pratiques sociales inacceptables et en interpellant Levi Strauss à ce sujet. Des représentants de la Campagne rencontrent à deux reprises, en décembre 2004 et en mars 2005, Michael Kobori, directeur international de Levi's en matière de code de conduite.

Suite au combat syndical et aux pressions internationales exercées sur Grupo M, Levi's et la Banque mondiale, un processus de médiation est engagé en décembre 2004, entre la direction de l'usine et les représentants de la fédération syndicale Batay Ouvriye à laquelle est affilié SOKOWA.

Début février 2005, ce processus aboutit à un accord portant sur le réengagement de plus de 150 travailleurs licenciés pour leur affiliation au syndicat Socowa et à la négociation d'une convention collective de travail.

Cet accord reste cependant fragile. Il repose en grande partie sur l'engagement de Levi's et d'éventuels autres clients à augmenter leurs commandes à l'usine.

La Campagne Vêtements Propres continue donc à interpellé Levi's en ce sens, insistant sur le fait que Levi's doit encourager ce processus correspondant ni plus ni moins aux engagements de son propre code de conduite.

Après près d'un an de négociation, une convention collective est conclue en décembre 2005. Elle prévoit entre autres un doublement des salaires en vigueur et la reconnaissance totale du syndicat SOKOWA.

Chronique et réalisations

- 17/03 - Rencontre avec le directeur international de Levi's en matière de responsabilité sociale (avec des représentants du SETCA et de Solidarité mondiale)
- 12/04 - Communiqué de presse « Signature d'un accord historique entre syndicat et employeur. Mais l'usine manque de commandes. »
- 23/12 - Communiqué de presse « Victoire totale à la Codevi » (23/12/2005)

BANGLADESH – EFFONDREMENT DE L'USINE SPECTRUM

Il est 1 heure du matin, à Savar, au Bangladesh, le 11 avril 2005, lorsque l'usine de sweatshirts Spectrum s'effondre sur quelque 300 travailleurs en pause de nuit, produisant pour le compte de grands distributeurs européens. 64 travailleurs sont tués, 74 sont blessés. Des centaines de travailleurs perdent leur emploi.



« C'est la négligence qui a permis cette tragédie », déclarera Shireen Akhter de l'organisation de femmes bangladaishe Karmojibi Nari. » Les neuf étages de l'usine étaient construits en zone inondable, sans permis conforme. Spectrum était le siège de nombreuses violations de droits des travailleurs. Cela n'a pas empêché d'importants distributeurs européens dont certains s'affichent sur le terrain de la responsabilité sociale, de lui confier des commandes.

De l'Espagne à la Suède, la Campagne Vêtements Propres a directement interpellé clients de l'usine et les représentations du Bangladesh. En Belgique des milliers de cartes ont été adressées à Carrefour, à Cotton Group, deux clients du groupe Spectrum-Shahriyar, ainsi qu'à l'ambassade.

Ces interpellations ne sont pas restées sans réponse. Certains clients de Spectrum-Shahriyar ont entrepris des démarches concrètes. Inditex a largement contribué au financement des soins médicaux pour les blessés. Carrefour a distribué des machines à coudre et des vélos à remorque aux familles des travailleurs tués.

« Ce n'est tout simplement pas suffisant », notera Amirul Haque Amin, secrétaire général de la Fédération nationale des travailleurs de l'habillement (NGWF), relayant les préoccupations des travailleurs. « Nous sommes cinq dans la famille, ma femme, qui travaillait également dans l'usine, mon fils, ma sœur et ma mère. Je prenais soin de tous, confie l'un d'entre eux retiré des décombres 14 heures après l'effondrement de l'usine et dont un bras a dû être amputé. Nous allons devoir prendre des dispositions pour me permettre de vivre. Ma femme et moi sommes tous les deux sans emploi maintenant. Mais c'est elle qui doit subvenir aux besoins de la famille. Je ne peux plus rien faire. »

A l'initiative du groupe espagnol Inditex (Zara), un fonds solidaire d'indemnisation a été mis à l'étude en 2005 qui devrait permettre d'allouer une indemnité régulière aux familles des victimes et aux travailleurs restés invalides. Mais l'incertitude règne sur la volonté des clients de Spectrum et des parties prenantes au Bangladesh d'alimenter ce fonds. La Campagne Vêtements Propres en a fait un cheval de bataille.

Quant à mettre en place un plan ambitieux de prévention au niveau du secteur de l'habillement au Bangladesh, un Forum national a été instauré sous l'égide du Ministère du Commerce. Mais à ce jour, aucun plan concret d'action n'en est sorti.



En décembre 2005, les travailleurs et les familles des travailleurs tués dans l'effondrement de l'usine Spectrum-Shahriyar, le 11 avril, à Savar au Bangladesh attendaient toujours le paiement des heures supplémentaires qui leurs sont dues et les indemnités liées à la perte de leur emploi. Certains travailleurs blessés dans l'effondrement avaient encore besoin d'un suivi médical.

La production a repris dans l'usine Shahriyar attenante, particulièrement au troisième étage. Pourtant, le bâtiment ne remplit manifestement pas des standards minimaux en terme de sécurité. Lorsqu'une délégation de la Campagne Vêtements Propres a visité l'usine, durant la première semaine de décembre, elle n'a trouvé que quelques seaux remplis de sable faisant office d'extincteur de fortune. L'endroit manque également d'issues de secours.

Spectrum-Shahriyar employait approximativement 4000 travailleurs avant l'effondrement. Seuls 400 d'entre eux y travaillent encore aujourd'hui. Beaucoup de travailleurs semblent avoir trouvé un autre emploi mais une centaine de travailleurs de Spectrum-Shahriyar sont toujours sans emploi et donc sans revenu. Lors de la mission d'une délégation belge en décembre, le représentant de Carrefour s'est engagé à appuyer l'engagement de ces travailleurs par ses fournisseurs.

Chronique

- 13/04, la coordination a directement pris un premier contact avec les clients belges de Spectrum : Cotton Group (tee-shirts B&C) et Carrefour Belgique. Il s'agissait d'obtenir confirmation de leur relation d'affaires et de leur présenter une première liste de demandes d'intervention relatives aux secours d'urgence. Par la suite ces demandes ont été complétées compte tenu des besoins exprimés par les organisations locales représentatives.
- La coordination informe les organisations membres de la plate-forme sur le dramatique accident et sur les premières réactions des clients belges. SETCA et CNE décident d'interpeller la direction de Carrefour Belgique, en Comité d'entreprise.
- 15/04 premier communiqué de presse, relayant les demandes émanant des organisations locales (syndicats et ONG) et portant sur les secours d'urgence, les soins médicaux, le paiement des arriérés de salaire, des heures supplémentaires prestées et des indemnités légales de rupture de contrat, mise en place d'un fonds d'indemnisation pour les familles des travailleurs morts, et les travailleurs rendus invalides, intégration de critères liés à la sécurité au travail et à la qualité structurale des bâtiments, remise en cause des politiques d'audit social et de mise en œuvre des codes de conduite des clients.
- 22/04, première rencontre avec Cotton Group
- 23/04, mise à disposition d'organisations membres d'une mini-exposition, d'un dépliant d'information et d'un modèle d'action (signatures de tee-shirts Tex Basic de Carrefour et B&C de Cotton Group) utilisés à l'occasion de la Fête Made in Dignity d'Oxfam Magasins du monde (Namur, 23/04) et du 1^{er} Mai sportif de Solidarité mondiale (Hainaut)
- 27/04 : première note de suivi sur la situation sur place et les réponses des entreprises, diffusée auprès des organisations membres et sur le site internet
- 18/05 et 24/05, préparation de l'interpellation en conseil d'entreprises avec les délégués syndicaux CNE et SETCA (en tout plus de 250 travailleurs rencontrés)
- 14/06, rencontre avec un représentant du syndicat bangladaise BSGSF, partenaire de Solidarité mondiale
- 23/06, participation de la coordinatrice au Conseil d'entreprise de Carrefour, en tant qu'experte appelée par les syndicats.
- 15/07, rencontre avec Cotton Group
- 15/07, publication de 23.500 (x3) cartes d'appel urgent destinées à Carrefour, Cotton Group et à l'ambassade du Bangladesh en Belgique et mise en ligne sur le site d'une lettre-type (première mise en œuvre de l'outil internet pour les appels urgents)
- 15/07, publication et diffusion de témoignages de travailleurs de Spectrum et deuxième note de suivi. Diffusion vers les organisations membres, quelques contacts presse (suivi d'information) et mise en ligne sur le site
- 13/09, préparation du conseil d'entreprise européen de Carrefour avec des permanents et délégués syndicaux SETCA et CNE
- 04/10, deuxième rencontre avec Cotton Group
- 18/10, première téléconférence européenne hebdomadaire de coordination sur Spectrum
- 13/11, rencontre avec Amirul Haque Amin, secrétaire général du NGWF-Bangladesh, et le secrétaire général de la Fédération internationale des travailleurs de l'habillement, avec la participation d'Oxfam Solidarité.
- 15/11, réunion avec des militants syndicaux SETCA et CNE de Carrefour pour préparer la mission au Bangladesh
- 02-07/12, mission au Bangladesh avec des militants syndicaux SETCA et CNE
- 23/12 Communiqué de presse

Revue de presse non exhaustive

- 30/06 – CMT en ligne - La catastrophe de l'usine Spectrum rouvre les vieilles blessures de l'industrie du vêtement bangladais
- 23/08 - Alter Business News n°97 - Effondrement d'une usine de confection au Bangladesh : les limites de la RSE !
- Une usine s'effondre au Bangladesh. Six mois après, le bilan de Vêtements propres - La Libre Belgique 18/10/2005
- Juillet – Mouvement – Oxfam Magasins du monde - Effondrement de l'usine Spectrum au Bangladesh Produire des tee-shirts bon marché pour des clients européens coûte cher aux travailleurs
- 18/12 – Le Soir – Humeur - La face cachée de la mondialisation
- Décembre – Politique n° 42 - Le capitalisme peut-il être moral - Un exemple catastrophique

Réalisations

MINI EXPOSITION ET DÉPLIANTS D'INFORMATION SUR L'EFFONDREMENT DE L'USINE SPECTRUM

Une mini-expo et des dépliants ainsi que des tee-shirts /pétitions ont été mis à disposition d'organisations membres le 23 avril 2005, pour la Fête Made in Dignity d'Oxfam Magasins du monde à Namur et pour la fête sportive autour de courses et marches parrainées de Solidarité mondiale, le 1^{er} Mai 2005. (Les tee-shirts ont par la suite été remis aux délégués syndicaux de Carrefour en soutien de l'interpellation de la direction.)

APPORT D'EXPERTISE EN COMITÉ D'ENTREPRISE DE CARREFOUR

A la demande des délégués syndicaux, la Campagne a apporté son appui, en tant qu'expert, à la démarche syndicale en Conseil d'entreprise de Carrefour Belgique, le 23 juin 2005. Cet apport a été précédé de deux séances d'information à l'ensemble des délégués syndicaux de Carrefour siégeant



au Comité d'entreprise (soit au total plus de 250 personnes sur les 15.000 travailleurs de Carrefour en Belgique).

CARTES D'APPEL URGENT SPECTRUM

Ces cartes comprennent un volet explicatif et trois volets à envoyer respectivement à Cotton Group, Carrefour Belgique et à l'Ambassade du Bangladesh en Belgique. Publiées en 23.500 exemplaires francophones, elles ont été diffusées par



- Solidarité mondiale - 3.500 (3000 insérés dans Ici et Là-bas, 500 diffusés dir.)
- Etudiants FGTB - 10.000 (via centrales professionnelles, régionales, organisations de jeunesse, festival de Dour, Esperhanza)
- Peuples Solidaires - 200
- Oxfam Solidarité - 500 (Festivals musicaux de l'été)
- CNCD - 50 (Séminaire ONU)
- ACRF - 100
- CRIOC - 100
- Oxfam Magasins du monde - 1.760
- SETCA - 3.500 (travailleurs de Carrefour)
- CNE - 3.500 (travailleurs de Carrefour)

La coordination a également diffusé ces cartes lors d'événements d'organisations tierces et sur demande par envoi postal. L'appel adressé à Carrefour et Cotton Group a été publié sur le site.

SRI LANKA – GP GARMENTS

Une entreprise de vêtements de travail belge licencie 491 travailleurs au Sri Lanka en infraction totale avec la législation du travail et la réglementation en matière d'investissements.

Depuis le début de l'année 2005, dans la zone de libre-échange de Biyagama au Sri Lanka, une des deux unités de production de la société textile GP Garments est le terrain d'un important conflit entre travailleurs et employeurs. On sait peu de choses sur GP Garments, sinon que son président est Geert Derere, également directeur général de la société Dress Confect, basée à Beernem en Flandre Occidentale. Cette société gère également une deuxième unité de production textile au Sri Lanka et aurait aussi une société en Chine. Au Sri Lanka, 1500 travailleurs, dont une majorité de femmes, sont employés par GP Garments. L'investissement total est de 3 millions de dollars ; la production actuelle consiste principalement en uniformes à destination de l'armée française.

Suite à l'annonce unilatérale par GP Garments d'un plan de restructuration, le syndicat « Progressive Union » exige le respect de la législation du travail comme préalable à toute restructuration. La direction ne choisit pas cette voie et met en place une politique d'intimidation syndicale. Tous les travailleurs reçoivent une lettre du siège belge les accusant d'un mauvais comportement et d'un manque de productivité impliquant la nécessité d'une restructuration. Aux protestations, l'entreprise riposte par la menace d'une fermeture pure et simple de l'unité de production, ainsi qu'en transférant de l'usine GP de Seethawaka à celle de Biyagama un directeur des ressources humaines bien connu des travailleurs pour son attitude anti-syndicale. Les tentatives d'intimidation se succèdent. En mars, la direction envoie une lettre d'accusation à l'adresse du syndicat décrétant des sanctions disciplinaires à l'encontre d'un certain nombre de ses leaders. S'ensuit la fermeture temporaire de l'usine afin de procéder sur-le-champ à ladite restructuration.

L'usine rouvre ses portes le 4 avril, mais seule une partie des travailleurs peut reprendre le travail. Par ailleurs, aucun d'eux ne touche son dernier salaire ni son bonus annuel. Le Ministère de l'Industrie, mis au courant du dossier, somme GP Garments d'effectuer les paiements en retard et de remettre au travail l'ensemble des travailleurs pour le 18 avril, ainsi que le prescrivent le droit du travail et les réglementations en matière d'investissements.

Les employés reprennent le travail mais aucun paiement n'est effectué. Ils décident de faire grève et de prendre possession de l'outil de production. La médiation du Conseil d'Investissement du Sri Lanka et de la Commission des Litiges sur le Travail permet la conclusion d'un accord sur le paiement des salaires en retard et une restructuration « partielle » de la société. La pression sur ces instances de la Fédération internationale des Travailleurs du Textile, de l'Habillement et du Cuir (FITTHC) contribue à finaliser cet accord.

Les travailleurs de GP Garments ne sont pas encore au bout de leur peine. La direction poursuit son plan de restructuration radicale et transfère l'outil vers leur autre unité de production. Les 491 travailleurs, dont 465 femmes, reçoivent une lettre de licenciement de 3 pages reprenant les « faits incriminés » allant du sabotage de l'entreprise au sabotage du travail de la police, et même jusqu'au sabotage des objectifs du gouvernement Sri Lankais. La « restructuration » est synonyme de fermeture immédiate... Le gouvernement tente encore une médiation mais rien n'y fait. Après avoir pris conseil en Belgique, la direction de GP Garments confirme la restructuration.

Le syndicat "Free Trade Zone and General Service Workers Union" (FTZGSWU), membre de la FITTHC, qui s'occupe du dossier

depuis l'occupation de l'usine, cherche des soutiens au niveau international. Car GP Garments ne se trouve pas seulement en infraction vis-à-vis des lois du travail et de l'investissement au Sri Lanka, mais va aussi à l'encontre des directives de l'OCDE en ce qui concerne le respect de normes décentes en matière d'emploi, dont le respect de la liberté d'association, et en ce qui concerne la transparence des informations sur les structures et activités de l'entreprise. Cela a amené la FITTHC à déposer une plainte au Point de Contact OCDE du Ministère belge des Affaires Economiques. L'affaire y est actuellement examinée. La FGTB a, elle aussi, essayé de contacter l'entreprise, en vain.

Fin 2005, le Point de contact OCDE n'avait pas encore rendu d'avis.

Contact était pris avec la Campagne Vêtements Propres française pour initier des démarches auprès du Ministère de la défense français, principal client de GP Garments.

Réalisations

- 29/07, mise en ligne sur vetementspropres.be d'un article rédigé par Oxfam Solidarité
- 13/11, rencontre avec Anton Marcus, FTZUnion-Sri Lanka, le secrétaire général de la Fédération internationale des travailleurs de l'habillement et Oxfam Solidarité

6. MOBILISER DES ACTEURS DANS LES ENTREPRISES

Le cadre stratégique

La Campagne Vêtements Propres stimule et contribue à une reprise d'un rôle régulateur par les pouvoirs publics apte à faire respecter par les acteurs économiques les droits humains et les droits fondamentaux des travailleurs internationalement reconnus. Elle stimule et contribue à cette action politique par des actions portant de premiers résultats à plus court terme, dans une optique de mobilisation d'acteurs et de proposition.

En ce sens, avec une volonté de résultats et de suivi des actions menées avec le public, la campagne internationale Vêtements Propres a entre autres développé internationalement le Code de conduite *pour le commerce et l'industrie de la confection et des articles de sport (vêtements et chaussures)*. Ce code de référence rédigé en collaboration avec des fédérations syndicales internationales et avalisé par les plates-formes nationales, a été finalisé en février 1998. Il contient non seulement des critères à respecter mais également des procédures de mise en oeuvre et le principe d'une vérification indépendante permettant un contrôle externe, la participation des travailleurs et l'information des travailleurs et consommateurs.

Au moment de la finalisation du code, le mécanisme de vérification restait à définir plus précisément. C'est la raison pour laquelle plusieurs coalitions nationales Vêtements propres ont réalisé des projets pilotes avec des entreprises volontaires. Ces projets ont abouti principalement à la création de la Fair Wear Foundation aux Pays-Bas. En octobre 2004, treize entreprises en sont membres dont 6 vendent des vêtements de travail. Une consultation est en cours au sein des plates-formes nationales en vue d'évaluer la possibilité d'élargir cette initiative au niveau européen.

Nous voulons nous doter d'instruments qui permettent d'inciter les entreprises à adopter et à mettre en oeuvre totalement le code de conduite de la campagne, en modifiant si nécessaire leurs pratiques d'achats. Nous voulons dans ce cadre valoriser et encourager au maximum les apports spécifiques des syndicats, des ONG et des organisations de consommateurs et d'organisations socio-culturelles. En Belgique, il s'agit de développer un travail en étroite collaboration avec les militants syndicaux dans les entreprises de distribution.

Pour cela,

- **Nous structurerons notre travail en groupe entreprise en vue de développer des démarches concrètes associant une diversité de publics vis-à-vis d'entreprises de distribution** visant à introduire le code de conduite Vêtements propres sous tous ses aspects (critères, mise en oeuvre, contrôle, vérification) selon un mandat et un protocole à préciser.
- Nous consoliderons le groupe entreprise en y encourageant **des projets concrets de collaboration avec les militants syndicaux dans les sociétés de distribution.**
- **Nous mènerons à bien la consultation sur la création d'une Fair Wear Foundation européenne**



CONCRETEMENT, EN 2005

6.1. PROMOUVOIR LA SOLIDARITÉ ENTRE TRAVAILLEURS D'UNE MÊME FILIÈRE

Cette démarche a été développée à partir du groupe de travail syndical. Ce groupe a comme objectif d'initier et de renforcer des liens de solidarité entre travailleurs de la distribution et travailleurs de la confection, liés par une même chaîne d'approvisionnement – commercialisation. Ce groupe, composé de permanents et de délégués syndicaux ainsi que de représentants de quelques ONG membres, travaille sur base de cas concrets. A travers l'action, il tente de systématiser une démarche d'interpellation au sein des entreprises concernées.

Ce groupe a travaillé concrètement en 2005 autour de l'appel urgent dans une usine installée en Haïti et fournissant Levi's Strauss et bien sûr autour de l'Appel Urgent Spectrum Bangladesh, concernant deux clients belges, Cotton Group et Carrefour Belgique. Ce groupe a également préparé la journée d'étude prévue en 2005 mais postposée en début 2006 suite à la mission en décembre de délégués syndicaux de Carrefour au Bangladesh coordonnée par la Campagne Vêtements Propres dans le cadre de l'Appel urgent Spectrum et à la venue de travailleurs de Spectrum en Belgique.

Ce groupe s'est réuni à deux reprises en 2005 réunissant environ 6 participants d'organisations membres. A ses ordres du jour :

- 07/02/2005 : valoriser l'implication de délégués syndicaux de la distribution dans les actions de solidarité avec les travailleurs de la production – le cas Levi's en Haïti.
- 10/05/2005 : Développer une proposition Vêtements propres dans le champ de la formation syndicale : le point sur l'action en comité d'entreprise Carrefour à propos de l'effondrement de l'usine Spectrum.

La mission de délégués syndicaux de Carrefour au Bangladesh constitue évidemment un aboutissement de ce travail, en 2005.

6.2. INVITER DES ENTREPRISES A SE PRETER A DES VERIFICATIONS INDEPENDANTES

Suite au travail de sensibilisation de la Campagne Vêtements propres, des consommateurs individuels, collectifs et des pouvoirs publics cherchent à se fournir en vêtements respectueux des travailleurs qui les ont produits. Le groupe de travail entreprises a comme objectif de définir et d'assurer le suivi de ces demandes en promouvant auprès des entreprises l'adhésion au code de conduite de la Campagne Vêtements Propres et le recours à un système de vérification indépendant. En 2005, ce groupe s'est formé sur différents sujets liés au contrôle et a établi une stratégie vis-à-vis des entreprises, avec la volonté de cibler de manière différenciée et prioritaire (compte tenu entre autres de l'existence d'une demande pour ces secteurs) le secteur des vêtements de travail, les tee-shirts et vêtements promotionnels, les vêtements du commerce équitable.

Ce groupe (fédéral) s'est réuni à deux reprises en 2005, regroupant de 6 à 7 organisations membres dont les syndicats de la distribution et de la production, des ONG et des organisations de consommateurs.

- 16/03/2005 : Rôle de l'organisation internationale du travail ; expérience de commerce équitable ; présentation de la Fair Wear Foundation
- 21/06/2005 : Proposition de stratégie vis-à-vis des entreprises

Ce travail a débouché en 2006 sur une convention établissant un projet pilote de vérification dans le secteur des vêtements de travail ayant recours à la Fair Wear Foundation.

6.3. ACTION DE PRESSE : L'AUDIT SOCIAL, UN CACHE MISÈRE ?



Les 23 et 24 novembre 2005, les entreprises membres du Business Social Compliance Initiative (BSCI) se réunissaient à Bruxelles pour parler de l'éthique dans leurs filières d'approvisionnement.

Pour elles, tout va bien, la multiplication des audits sociaux les rassure sur la situation sociale chez leurs fournisseurs. Les travailleurs de l'industrie de l'habillement ne peuvent pas en dire autant. Leurs conditions de travail ne sont pas acceptables et les audits sociaux ne participent pas ou excessivement peu à leur amélioration. Illustration tragique de cette insuffisance, l'usine Spectrum au Bangladesh s'est effondrée peu après avoir passé avec succès un audit social.

670 travailleurs de 40 usines témoignent. Leurs propos constituent la matière première du rapport **Looking for a quick fix**, que publie la Clean Clothes Campaign.

A l'occasion d'une conférence de presse, nous avons invité les journalistes à découvrir ce rapport et à rencontrer les chercheurs de terrain qui en sont à l'origine, ainsi que les représentants de la Campagne Vêtements Propres en Belgique et au niveau international.

La Campagne Vêtements Propres a en outre réalisé la **traduction et la publication du résumé** français du rapport *Looking for a quick fix* et a réalisé l'outil d'action consistant en un pseudo formulaire d'audit social relatif aux performances du Business Social Compliance Initiative.

Outre des représentants et partenaires internationaux de la campagne, Oxfam Magasins du monde a participé à l'action.



• Articles parus dans

- Le Soir du 24/11
- La Libre Belgique du 24/11

- Alter Business News du 29/11
- Politique n°42 déc 2005

- Imagine DML de janv-fév. 2006

7. COMMUNIQUES ET ACTIONS DE PRESSE

Voir aussi les rubriques correspondantes à la thématique

- 12 avril 2005 - **Suivi du conflit social chez Grupo M**, fournisseur de Levi's en Haïti : Signature d'un accord historique entre syndicat et employeur. Mais l'usine manque de commandes.
- 14 avril 2005 - **La Campagne Vêtements Propres réagit au rapport social 2004 de Nike et à la publication de la liste de ses fournisseurs**
 - Articles dans :
 - La Libre Belgique 15/04/2005
 - Le Soir 15/04/2005
 - Test Achats
 - Sport et Vie n°90, mai-juin 2005
- 15 avril 2005 – **Effondrement de l'usine Spectrum au Bangladesh - De grandes entreprises de distribution européennes clientes de l'usine effondrée au Bangladesh**
- 11 juillet 2005 - **Effondrement de l'usine Spectrum au Bangladesh - La Campagne Vêtements Propres interpelle Carrefour Belgique, Cotton Group et le gouvernement du Bangladesh.**
- 11 octobre 2005 - **Six mois après l'effondrement de l'Usine Spectrum, travailleurs et familles réclament toujours leur du**
- 14 juin 2005 - **Faut-il boycotter les travailleurs chinois ?**
- 23 novembre 2005 – Action et conférence de presse « **L'AUDIT SOCIAL, UN CACHE MISÈRE ?** »
- 23 décembre 2005 – **Victoire totale à la Codevi (Haïti)**
- 23 décembre 2005 – **Effondrement de l'usine Spectrum – Les travailleurs attendent toujours leur du**

8. RÉDACTION D'ARTICLES À LA DEMANDE D'ORGANISATIONS MEMBRES

- **Chine :**
 - ACRF - Plein Soleil Juillet-août 2005
 - Solidarité mondiale - Ici et Là-Bas Juillet-Août 2005
 - Oxfam Magasins du monde - L'Autre Quotidien ...
- **Général :**
 - Solidarité mondiale – Ici et Là-Bas, Novembre-décembre 2005

9. INTERVENTIONS DANS LE CADRE DE FORMATIONS D'ADULTES

à l'initiative d'organisations non membres de la plate-forme

- 14/02 – Introduction à la Campagne Vêtements propres comme exemple de démarche de solidarité internationale (Lumen Vitae – Bruxelles)
- 26/09 – Conférence-débat suite à la projection du film « Ouvrières du monde » (Attac – Bruxelles)
- 27/11 – Jouets de la mondialisation (Tournesol-Zonnebloem – Bruxelles)

LES INSTANCES DE L'ASBL

L'Assemblée générale de l'asbl est composée des organisations suivantes :

- l'Action Chrétienne Rurale des Femmes (ACRF)
- le Centre National de Coopération au Développement (CNCD – 11.11.11.)
- la Centrale Nationale des Employés (CNE)
- Oxfam Magasins du monde
- le GRESEA
- Oxfam Solidarité
- Peuples Solidaires

L'Assemblée générale s'est réunie le 3/03/2005. A son ordre du jour

- Approbation comptes et budgets
- Approbation Rapport d'activités
- Admission et démission de membres
- Divers

Le Conseil d'administration de l'asbl est composé des organisations suivantes :

- Oxfam Magasins du monde, président
- CNCD, trésorier
- GRESEA, secrétaire
- Action Chrétienne Rurale des Femmes

Le Conseil d'administration s'est réuni

- le 13/01 avec à son ordre du jour :
 - Approbation comptes-rendus des réunions précédentes
 - Plan stratégique 2005-2008
 - Situation financière et dossiers de subventions
 - Programmation de l'Assemblée générale
 - Evaluation de la secrétaire générale
- le 3/03 avec à son ordre du jour :
 - Approbation comptes et budgets
 - Approbation Rapport d'activités
 - Admission et démission de membres
 - Divers

LES COLLABORATEURS DE L'ASBL EN 2005

- **Carole Crabbé** : secrétaire générale
- **Martin Hearson** : internet, base de données, recherche – janvier à mars 2005

Nous adressons nos très chaleureux remerciements à

- **Ronny Hermosa** : pour le développement de la ligne « Bien dans mes baskets » - stagiaire de septembre 2005 à janvier 2006
- **Hélène Autret** : pour l'étude sur les marchés publics et les entreprises de vêtements de travail – bénévole de septembre à novembre 2005
- **Christine Lamarche** : traductrice bénévole pour la traduction de nombreux documents dont la brochure sur le système des appels urgents
- **Véronique Porot** : pour ses conseils sur les marchés publics et en matière de formation, pour son rôle de formatrice bénévole
- **Danielle Leclercq** : pour ses conseils pédagogiques (Nous achetons, qui paye ?)

LA CAMPAGNE VÊTEMENTS PROPRES AGIR POUR LE RESPECT DES DROITS DES TRAVAILLEURS

LA PLATE-FORME VETEMENTS PROPRES

Des dizaines de milliers de citoyens, des centaines d'organisations ont adhéré à la démarche de la campagne " Vêtements Propres ", dans 11 pays européens. Ils relaient le combat de travailleurs - surtout des femmes - partout dans le monde.

Ces citoyens-consommateurs-travailleurs, de plus en plus nombreux, affirment que, pour eux, la qualité d'un vêtement, d'une paire de chaussures ou d'un jouet, c'est aussi le respect de la dignité de ceux qui les fabriquent. Ils montrent qu'ils sont attentifs au respect des droits de l'Homme dans le travail.

L'objectif est de faire respecter les droits fondamentaux des travailleurs de ces secteurs, d'améliorer leurs conditions de travail et de renforcer les organisations de travailleurs.

La campagne veut amener les distributeurs et les marques de vêtements à respecter un code de conduite basé sur les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail et à modifier leurs pratiques d'approvisionnement pour permettre à leurs fournisseurs de respecter les droits des travailleurs. Partout en Europe, des négociations ont débuté avec des entreprises. Une initiative de vérification a été mise sur pied aux Pays Bas (la Fair Wear Foundation). Elle est en cours d'euro-péanisation.

La campagne " Vêtements Propres " n'est pas une campagne de boycott ni une campagne protectionniste à l'égard des pays du Sud. Le défi est d'améliorer les conditions de travail, pas de supprimer l'emploi ou de légitimer des délocalisations. Nous voulons relayer les aspirations des travailleurs concernés, au Nord et au Sud.

La campagne " Vêtements Propres " est également convaincue que les pouvoirs publics ont un rôle majeur à jouer pour encourager la responsabilité sociale des entreprises et une consommation éthique. La campagne désire contribuer à un nouveau cadre régulateur contraignant à même d'inciter, de baliser et, le cas échéant, de sanctionner les comportements des entreprises sur le plan international. La campagne interpelle les autorités politiques sur leur rôle d'exemple dans le cadre des marchés publics.

Partout dans le monde, des hommes, des femmes, parfois des enfants, mènent des combats face à la violation de leurs droits. La campagne relaie très régulièrement ces luttes en organisant des solidarités concrètes, échanges d'informations et campagnes de presse.

Vêtements Propres : un réseau pour construire une mondialisation solidaire

En Belgique francophone et germanophone, 46 organisations syndicales, ONG, organisations de consommateurs, de femmes, de jeunes, de commerce équitable, de défense des droits humains, forment la plate forme Vêtements Propres.

En Europe et dans le monde des plates formes similaires sont au travail.

www.vetementspropres.be



NOUVELLE ADRESSE EN 2006

Place de l'Université, 16
B - 1348 Louvain-La-Neuve
Belgique

Tél 010 45 75 27
email : info@vetementspropres.be

- ACRF,
- Caritas Catholica,
- CNAPD,
- CRIOC,
- CNCD,
- CNE,
- CSC,
- CSC Textura
- CADTM,
- Comité Syndical Européen du Textile, de l'Habillement et du Cuir,
- CJC,
- CJEF,
- Conseil des Femmes Francophones,
- Empreintes,
- Entraide et Fraternité,
- Etudiants FGTB,
- Fédération Nationale des Patros,
- Femmes Prévoyantes Socialistes,
- FGTB – ABVV,
- FGTB Textile, Vêtement et Diamant,
- Frauenliga
- GRESEA,
- Jeunes Et Citoyens,
- Jeunesses Syndicales FGTB,
- JOC Internationale,
- La Ligue des Droits de l'Enfant,
- La Ligue des Droits de l'Homme,
- La Ligue des Familles,
- Landfrauenverband,
- Le Monde selon les Femmes,
- Miteinander Teilen,
- Mouvement Chrétien pour la Paix,
- Mouvement Ouvrier Chrétien,
- Oxfam Magasins du monde,
- Oxfam Solidarité,
- Peuples Solidaires,
- Réseau des Consommateurs Responsables,
- SETCA,
- Solidarité des Alternatives Wallonnes (SAW),
- Solidarité Internationale des Travailleurs Nord-Sud (SITNS),
- Solidarité Socialiste,
- Solidarité Mondiale,
- Union des Progressistes Juifs de Belgique (UPJB),
- Verbraucherschutzzentrale Oostbelgien,
- Vie Féminine
- Wetlanden St Vith