



Campagne  
**VÊTEMENTS PROPRES**



Rapport **2008**

## **SOMMAIRE**

<b>Les temps forts de 2008</b>	<b>p. 3.</b>
<b>Le cadre des réalisations en 2008</b>	<b>p. 4.</b>
<b>Les réalisations 2008 en un coup d'œil</b>	<b>p. 5.</b>
<b>Réalisations 2008</b>	<b>p. 7.</b>
<b>1. GENERAL</b> www.vetementspropres.be Réunions de la plate-forme Vêtements Propres Réunions de coordination européenne Coalition Travail Décent	<b>p. 7.</b>
<b>2. PROMOUVOIR UNE APPROCHE SECTORIELLE DANS L'INDUSTRIE DU SPORT.     FAIRE BOUGER LES AUTORITÉS SPORTIVES</b>	<b>p. 9.</b>
<b>JO Propres 2008</b>	
<b>3. DÉNONCER L'IMPACT DES PRATIQUES D'ACHATS DES GRANDS     DISTRIBUTEURS SUR LES CONDITIONS DE TRAVAIL</b>	<b>p. 17.</b>
<b>Campagne Meilleur Marché</b>	
<b>4. RELAYER DES APPELS URGENTS</b>  Module d'action et de suivi sur <a href="http://www.vetementspropres.be">www.vetementspropres.be</a> Relais publics d'appels urgents en 2008 Relais non-publics d'appels urgents Formation	<b>p. 19.</b>
<b>5. PROMOUVOIR LA PRISE EN COMPTE DE CRITÈRES SOCIAUX     DANS LES ACHATS PUBLICS ET AUPRÈS D'ACHETEURS COLLECTIFS</b>	<b>p. 23.</b>
<b>Vêtements de travail propres pour ma commune     Projet pilote Esperanzah</b>	
<b>6. ENCOURAGER LE DÉVELOPPEMENT D'UNE OFFRE DE VÊTEMENTS PROPRES     PAR LES ENTREPRISES</b>	<b>p. 27.</b>
<b>Nous voulons des vêtements propres !</b> Autres contacts entreprises Groupe entreprise	
<b>Les instances de l'ASBL en 2008</b>	<b>p. 30.</b>
<b>Les sources de financement de l'ASBL en 2008</b>	<b>p. 32.</b>
<b>Les collaborateurs de l'ASBL en 2008</b>	<b>p. 32.</b>

## LES TEMPS FORTS DE 2008

*2008, année de déploiement pour la Campagne Vêtements Propres ?*

*Ce serait peut-être bien la qualification qui lui conviendrait le mieux à en juger par ces trois temps forts : La Campagne JO Propres, le doublement en un seul coup des effectifs de la coordination, la publication de la brochure « Nous voulons des Vêtements Propres ! ».*

*Rassemblant 150 joggeurs pour les 20 kilomètres de Bruxelles et une équipe d'enfer pour le Festival Esperanzah, JO Propres a montré la maturité du mode de coordination et de collaboration des organisations membres au bénéfice de l'impact de nos actions. Engrangeant le record de pétitions jamais collectées sur le site du Festival, elle a montré que les droits des travailleurs peuvent être source d'interpellation pour un public jeune.*

*Dans un tout autre style, « Nous voulons des vêtements propres ! » a enfin rendu visible, et de quelle façon, une dimension moins connue de la Campagne Vêtements Propres : le travail de collecte de données sur les entreprises et le développement de clés d'analyse pour apprécier le niveau d'engagement des entreprises à la lueur du seul critère qui compte, somme toute : son impact effectif sur l'amélioration des conditions de travail, le respect des droits des travailleurs et le renforcement de leurs organisations. Vraie carte de visite de la Campagne Vêtements Propres, « Nous voulons des vêtements propres ! » a reçu un accueil très favorable de la part des consommateurs mais aussi des travailleurs de la distribution, d'entreprises et d'un public averti sur les questions de responsabilité sociale notamment en milieu académique.*

*Enfin, je ne peux personnellement pas m'empêcher d'exprimer ici la joie d'accueillir enfin un collègue au sein de la coordination ! C'est deux fois plus d'énergie, de dynamisme, de compétence qui sont mis au service de la Campagne, laboratoire de nouvelles solidarités, éprouvette aux mélanges parfois détonants !*

*Carole Crabbé  
Secrétaire générale*



## LE CADRE DES RÉALISATIONS EN 2008

- **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 **conditions de travail** dans l'industrie de l'habillement et des vêtements et chaussures de sport
- Le suivi des démarches entreprises par les **marques de sport et par les autorités sportives** internationales telles que le CIO
- **Les pratiques d'achats des grands distributeurs**
- Le relais d'**appels urgents** émanant d'organisations de travailleurs
- La prise en compte de critères sociaux dans les **marchés publics et les achats de collectivités d'adultes**
- Les **démarches de distributeurs** de vêtements en matière de responsabilité sociale et le recours à un système de vérification multipartite crédible

***JO PROPRES 2008***

***MEILLEUR MARCHÉ***

***VÊTEMENTS PROPRES POUR MA COMMUNE***

***PILOTE ESPERANZAH***

***NOUS VOULONS DES VÊTEMENTS PROPRES !***

## LES REALISATIONS 2008 EN UN COUP D'OEIL

	ETUDIER SUIVRE	INFORMER FORMER CONSULTER	SOUTENIR
<b>GENERAL</b>		Actualisations de <b>www.vetementspropres.be</b>	
		<b>Réunions de plate-forme</b> Vêtements Propres.	
	Participation aux travaux de la coalition <b>Travail décent</b>		
	Participation à trois réunions de coordination européenne de la Clean Clothes Campaign dont une à Bruxelles		
<b>JO PROPRES 2008</b>	5 Février : Rencontre avec le COIB	6 Février : Lancement de la campagne <b>JO Propres 2008</b>	Lancement de <b>www.jopropropres.be</b> et des supports de campagne
			De Mars à Août : <b>Actions JO Propres</b> partout en Belgique francophone
		20 Mars : <b>Catch the flame</b> : Relais mondial de la flamme olympique virtuelle pour les droits des travailleurs	
		21 Avril : <b>Rapport « Surmonter les obstacles »</b> - Communiqué de presse, diffusion, séminaire et action email	
			25 Mai : 150 joggeurs JOPropres aux <b>20 km de Bruxelles</b>
			1-3 Août : Pôle JO Propres au Festival <b>Esperanzah</b>
	24 Septembre : <b>Remise des pétitions au COIB</b>		
<b>MEILLEUR MARCHÉ</b>	Participation au groupe de travail international de préparation de la campagne		
	17-22 Octobre : <b>Asia Floor Wage Campaign</b> - Réunion du groupe de pilotage à Hong Kong	Groupe de travail sur <b>l'implication des travailleurs de la grande distribution</b> avec la CNE et le SETCA	

ETUDIER SUIVRE	INFORMER FORMER CONSULTER	SOUTENIR
----------------	---------------------------------	----------

APPELS URGENTS			7 février : <b>Chine - DGZ Center</b> - intégré dans JO Propres 2008
			10 septembre : <b>Thaïlande – Triumph International</b>
			14 novembre : <b>Chine – Walt Disney</b>
	17 novembre : participation à la <b>formation des coordinateurs appels urgents</b> de la CCC internationale		
			1er décembre : <b>Bangladesh - usine Megatex –Ikea et Carrefour</b>
ACHATS PUBLICS ET COLLECTIFS		Participation active à la coalition " <b>Ça passe par ma commune</b> "	
	Pilotage d'une <b>démarche coordonnée à l'échelle européenne.</b>		
		<b>Information et formations</b> de mandataires et acheteurs communaux.	<b>Expertises</b> auprès d'organisations membres dans le cadre de consultations de la société civile
	Développement d'une politique cohérente d'achat pour le Festival <b>Esperanzah</b> (T-shirts du festival et vendeurs non alimentaire du souk)		
ENTREPRISES VERIFICATION	Actualisation de la database européenne sur <b>Trafic, Cassis/Paprika et Prémaman</b>		
		7 Novembre : <b>Nous voulons des Vêtements Propres</b> : Publication de la brochure et Séminaire	
	2 Décembre : <b>Evaluation de Sparkling Ideas</b> , membre belge de la FWF		

# RÉALISATIONS 2008

## 1. GENERAL



Campagne  
**VÊTEMENTS PROPRES**

**Agir pour le respect des droits des travailleurs**



Introduction Actualités Campagnes Outils





**10 février 2009 - MEILLEUR MARCHÉ !**

Les grands distributeurs cassent les prix et font des profits sur le dos de millions de travailleuses employées dans les usines qui produisent leurs vêtements.

*Exigez de Carrefour, Aldi, Lidl, Cora et Trafic qu'ils assument leur responsabilité!*

[Pour en savoir plus](#)



**3 janvier 2009 - NOUS VOULONS DES VÊTEMENTS PROPRES!**

Enquête sur 33 marques et enseignes de monde et de sport présentes sur le marché belge. Que font-elles pour les droits fondamentaux des travailleurs de leurs filières d'approvisionnement ?

Profil et analyse à télécharger ou à commander.

[Pour en savoir plus](#)



**10 février 2009 - CASH!**

Que font les grands distributeurs avec notre pouvoir d'achat? Découvrez **CASH!**, le rapport sur les pratiques d'approvisionnement de la Grande distribution et les Conditions de travail dans l'industrie de l'habillement publié par la campagne Vêtements Propres.

[Pour en savoir plus](#)



**27 novembre 2008 - La Cour thaïlandaise du travail donne son feu vert à Triumph pour violer les Droits de l'Homme**

La Cour du travail de Bangkok a donné à Body Fashion Thailand, filiale de Triumph International, son feu vert pour licencier la Présidente syndicale Jitra Kotshadej. La Cour et Triumph nient ainsi le droit fondamental à la liberté d'expression.

[Pour en savoir plus](#)

[Restez informé](#) - [Contactez-nous](#) - [Liens](#) - [FAQ](#)

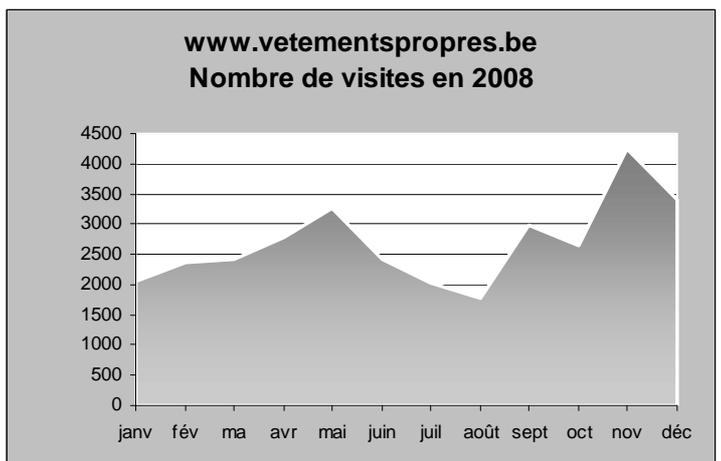
### 1.1. WWW.VETEMENTSPROPRES.BE

Nombre d'actualisations en 2008 :  
- 16 nouvelles pages ou lettres d'appel urgent auxquelles s'ajoutent les 135 pages du site [www.jopropropres.be](http://www.jopropropres.be).

Fréquentation du site :

[www.vetementspropres.be](http://www.vetementspropres.be)

Année	Nombre de visites
2006	21.798
2007	25.021
2008	32.336 (sans jopropropres.be)



### 1.2. RÉUNIONS DE LA PLATE-FORME VÊTEMENTS PROPRES

La plate-forme Vêtements Propres s'est réunie à 7 reprises en 2008, réunissant régulièrement une douzaine d'organisations (ACRF, CNCN, CNE, CSC, FGFB, GRESEA, Jeunes CSC, Jeunes et Etudiants FGFB, Oxfam Magasins du monde, Peuples Solidaires, SETCA, Solidarité mondiale, Reso J + Test Achats en tant qu'observateur non membre). Les réunions ont alterné travail de programmation et d'évaluation d'une part et travail créatif

autour de la conception des actions (JO Propres et Meilleur Marché).

A ses ordres du jour :

- 28/01 : Evaluation Action urgente FFI - 17 décembre, J.O. Propres, Perspectives de développement de la Campagne Vêtements Propres, Grande Distribution
- 13/03 : JOPropres, Entreprises, Perspectives de développement de la Campagne Vêtements Propres - Retour de consultations au sein des organisations,
- 21/04 : JO Propres (rapport industriel, séminaire, 20 km)
- 28/05 : Bilan à mi-parcours de la campagne JOPropres et programmation de la suite, Perspectives autres campagnes, (Jouets, Grande distribution), ça passe par ma commune, Appel Urgent Textu Tunisie,
- 11/09 : Clôture de la campagne JO Propres, La campagne Grande Distribution, Développer une offre et une demande de Vêtements Propres,
- 07/11 : Brochure « Nous voulons des vêtements propres ! », Evaluation de la campagne JO Propres, La Campagne Grande Distribution ; Marchés publics, Appel Urgent Triumph
- 15/12 : La campagne « Meilleur Marché », la brochure « Nous voulons des vêtements propres ! », le groupe de travail T-shirts propres, ça passe par ma commune, Appel Urgent Megatex - Bangladesh.

### **1.3. RÉUNIONS DE COORDINATION EUROPÉENNES**

La coordination de la Campagne Vêtements Propres a participé aux 3 réunions de coordination européenne de la Clean Clothes Campaign, du 19 au 21 février à Amsterdam, du 18 au 20 Juin à Carcassonne et du 18 au 19 Novembre à Bruxelles. La coordination a pris une part active dans l'organisation de la réunion de Bruxelles.

### **1.4. COALITION TRAVAIL DÉCENT**

La Campagne Vêtements Propres a activement participé aux travaux et réunions de la coalition travail décent des 08/01, 11/02, 23/05, 01/07, 2/09, 15/09, 30/09, 23/10 et 26/11.

La Campagne Vêtements Propres a également

- coordonné le pôle JO Propres à « Esperanzah ! » des 1er, 2 et 3 août 2008.
- co-rédigé les revendications politiques de la coalition sur la régulation des acteurs privés
- participé à la journée mondiale pour le travail décent du 7 octobre 2008
- contribué au dossier de soutien aux actions syndicales en entreprises.

## 2. PROMOUVOIR UNE APPROCHE SECTORIELLE DANS L'INDUSTRIE DU SPORT FAIRE BOUGER LES AUTORITÉS SPOORTIVES

### 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. Les grandes marques de sport (entre autres Nike, Adidas, Reekok, Puma, Asics, Umbro) adhèrent aujourd'hui à la Fair Labour Association, un système américain de vérification multipartite. Cela n'empêche pas que de graves violations des droits des travailleurs aient encore lieu régulièrement au sein de leurs filières de production. Ces entreprises doivent faire mieux (entre autres en réalisant des démarches proactives en matière de liberté d'association des travailleurs et en considérant aussi d'agir en matière de pratiques d'achats). Elles ne seront pousser 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 alliée 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 est la base de notre travail en matière de sport jusqu'aux Jeux Olympiques de Pékin en 2008. Elle sera actualisée par la suite compte tenu des résultats et avancées obtenus.



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. La nouvelle alliance internationale PlayFair 2008, composée de la Clean Clothes Campaign, de la Fédération internationale des travailleurs du textile, de l'habillement et du cuir (FITTHC) et de la Confédération syndicale internationale CSI, veillera à rappeler en particulier l'absence de liberté d'association des travailleurs chinois.

Tous les événements sportifs internationaux sont parmi les plus grandes vitrines de marketing du monde. Les sponsors et les fournisseurs qui détiennent la licence leur permettant d'afficher le logo olympique, celui des JO ou encore celui de la FIFA lorsqu'il s'agit de football, le savent bien ! Les autorités sportives en tirent une partie non négligeable de leurs revenus. Que font-elles pour éviter que sponsors et fournisseurs violent les droits des travailleurs. Tout comme en matière de dopage ou de toute autre démarche éthique, les autorités sportives ont une responsabilité en la matière. Elles détiennent aussi un levier d'action important par la force de marketing qu'elles représentent.

### 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:

- *Garantir que les travailleurs aient le droit de former et de rejoindre les syndicats de leurs choix et de négocier collectivement avec leur employeur;*
- *Engager un dialogue avec les organisations représentatives des travailleurs au niveau global pour négocier et signer un accord cadre sectoriel ;*
- *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 ;*
- *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.*

### Nous voulons amener les autorités sportives (Comité olympique international et Fifa) à

- *Adopter une déclaration claire et publique de soutien aux normes du travail, en particulier dans les chaînes de fabrication d'articles de sport ;*
- *Intégrer une clause contraignante dans leurs contrats de licences et de sponsoring ;*
- *Etablir un mécanisme efficace à travers lequel les cas de violations des droits des travailleurs dans la chaîne de fournisseurs peuvent être traités ;*
- *Adopter des mesures concrètes pour assurer que les comités olympiques nationaux ou fédérations nationales et les comités organisateurs des jeux et des championnats adoptent et appliquent des dispositions équivalentes.*

### Pour cela,

- **De 2008 à 2012, nous développerons et diffuserons des outils adressés à un large public sportif 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.
- Nous veillerons particulièrement à mettre à disposition du public via [www.vetementspropres.be](http://www.vetementspropres.be), une **information de**

**base sur les entreprises du secteur.** Nous communiquerons le cas échéant, les éventuels progrès réalisés par les entreprises.

- **Nous mènerons campagne en 2008 autour des JO de Pékin** en vue de mobiliser un large public et un public sportif en proposant une démarche interactive.
- **Nous évaluerons les avancées engrangées** de la part des entreprises et des autorités sportives et participerons à la définition d'éventuelles nouvelles demandes et démarches.
- **Nous développerons des actions en 2010 et 2012**, respectivement autour de la Coupe du Monde de football (en concertation avec la coalition pour le Travail décent) et des Jeux Olympiques de Londres.



## CONCRETEMENT EN 2008

### 2.1. JO PROPRES 2008

Lancée à l'occasion du nouvel an chinois, le 6 février 2008, la campagne JO Propres a relayé en Belgique francophone la campagne internationale Play Fair 2008, menée par la Clean Clothes Campaign, la CSI et la Fédération internationale des travailleurs du textile, de l'habillement et du cuir (FITTHC).

En Belgique la Campagne JO Propres s'est fixé comme objectifs de

- Sensibiliser le public aux violations systématiques des droits des travailleurs dans l'industrie du sport, en particulier sur l'absence de salaire minimum vital et de liberté d'association.
- Promouvoir la responsabilité des acteurs économiques, des autorités olympiques et des autorités gouvernementales pour mettre fin à ces violations.

Trois cibles ont été identifiées

- Les autorités olympiques (le comité international, le comité belge, le comité organisateur)
- Les marques de sport (et autres entreprises bénéficiant des J.O.) et les multinationales de production de chaussures de sport
- Les gouvernements et en particulier le gouvernement chinois

Les objectifs de mobilisation étaient de

- Récolter le plus possible de marques d'adhésions à la campagne J.O. propres
- Porter dans les médias la spécificité de la question du droit des travailleurs en Chine et dans les autres pays de production
- Montrer l'importance du travail d'associations de travailleurs en Chine et dans les pays de production. Apporter un soutien à leur lutte sans pour autant les mettre en danger

#### 2.1.1. PARTICIPATION, ACTIONS ET MATÉRIEL DE CAMPAGNE

**15 organisations** de la plate-forme ont pris activement part à la campagne JO Propres. Il s'agit de ACRF, CSC, CSC Textura, CNE, CNCD, Empreintes, Etudiants FGTB, FGTB, FGTB Textile-Vêtement-Diamant, Jeunes CSC, Jeunesses syndicales FGTB, Le Monde selon les femmes, Peuples Solidaires, SETCA et Solidarité mondiale.

Ces organisations ont développé des actions entre le 6 février et le 8 août, date de l'ouverture de JO de Pékin (voir liste des actions des associations ci-dessous)

En support de leurs actions, la coordination a développé en 2008

- un **visuel** de campagne
- une **fortune cookies** virtuelle
- des **autocollants-pétitions** (137.500 exemplaires),
- une **affiche** de collecte d'autocollants (3.000 exemplaires),
- des **dossards** (200 exemplaires),
- des **calicots** (6 exemplaires),
- des **ballons géants** (150 exemplaires).
- des **T-Shirts** (21 exemplaires)

Un site internet spécifique a été réalisé et actualisé durant toute la campagne comme outil principal d'information de la campagne JO Propres (jopropres.be). Le menu de jopropres.be donnait accès à

- L'introduction et l'actualité de la campagne
- L'adhésion en ligne (550)
- Des actions urgentes (1128 relais de « Catch the flame » et 757 lettres aux marques de sport)
- Les rapports et l'info de base
- L'agenda des évènements

Via www.jopropres.be, ont été collectés

- 550 adhésions
- 1128 relais de l'action « Catch the Flame »
- 757 relais de la lettre aux marques de sport

Du Nouvel an chinois aux JO de Pékin, JO Propres a récolté **25.114 pétitions** lors d'une **centaine d'actions publiques** :

- Du 25 au 27 Fév.	Herve	Salon Mode d'emploi	Etudiants FGTB
- Du 25 Fév. au 7 Mars	Bruxelles	Campus Plein Sud	Peuples Solidaires
- 1er Mars	Anderlues	Grand Prix d'Anderlues	Solidarité mondiale
- De Mars à Juin	Charleroi	Centre sportif	Peuples Solidaires
- 5 Mars	Mons	Action + Mars Attac	Campagne VP
- 6 et 10 Mars	Mons	Animations scolaires	Etudiants FGTB
- 8 Mars	Namur	Action sur le marché	Campagne VP
- 8 Mars	LLN	Congrès Femmes CSC	Jeunes CSC
- 8 et 9 Mars	Latour	Opération Arc en Ciel	Etudiants FGTB
- 12 Mars	Gembloux	Journée J'M du monde	Oxfam Mdm
- 13 Mars	Quiévrain	Salon Emploi	Etudiants FGTB
- Du 13 au 15 Mars	Liège	Siep	Etudiants FGTB
- 14 Mars	Mons	Mérites sportifs	Etudiants FGTB
- 15 Mars	Baudour	Cross interscolaire	Jeunes FGTB
- 15 Mars	Perwez	Bourse aux vêtements	ACRF
- 16 Mars	Charleroi	10 Miles de Charleroi	Solidarité mondiale

*JO Propres se mouille ! Première sortie sportive de l'équipe JO Propres constituée de plus de 50 coureurs ! Merci à Alex, Yvan, Jean Marc, Stephan, Christine, Yvan et tous les autres, notamment des Mutualités chrétiennes qui ont bravé le temps maussade de ce dimanche.*

- 29 Mars	Thuin	Jogging des Waibes	Solidarité mondiale
- D'Avril à Juin	<b>31 villes</b>	Prix tout compris	Oxfam Mdm
- D'Avril à Juillet	<b>Partout</b>	Actions locales	ACRF
- 9 avril	Bruxelles	Beach Volley ULB	Oxfam Mdm
- 11 Avril	Liège	Journée partenaires	Oxfam Mdm
- 12 Avril	Chimay	Jogging Principauté	Solidarité Mondiale
- 30 Avril	Lobbès	Jogging Récolilo	Solidarité mondiale
- 1er Mai	Tubize	1 <sup>er</sup> Mai cyclo-solidaire	Solidarité mondiale
- 1er Mai	Verviers	Fête du 1er Mai	Etudiants FGTB
- 1er Mai	Bastogne	Fête du 1er Mai	Etudiants FGTB
- 1er Mai	Liège	Fête du 1er Mai	Oxfam Mdm
- 7 et 8 Mai	Arlon	Solidarlon	Etudiants FGTB
- 17 Mai	Marcinelle	Jogging de la Solidarité	Solidarité Mondiale
- 17 Mai	Charleroi	Finale Volley ball Junior	Peuples Solidaires
- 17 Mai	LLN	Anniversaire Sport Senior	Solidarité mondiale
- 17 Mai	Verviers	Fête Made in Dignity	Oxfam Mdm
- 25 Mai	Bruxelles	20 km de Bruxelles	Campagne VP

- |                       |             |                           |                     |
|-----------------------|-------------|---------------------------|---------------------|
| - 30 Mai              | Neufvilles  | Corrida de la Gage        | Solidarité Mondiale |
| - 7 Juin              | Hennuyères  | Jogging Crêtes du Hainaut | Solidarité Mondiale |
| - 15 Juin             | La Louvière | Jogging de La Louvière    | Solidarité Mondiale |
| - 22 Juin             | Héppignies  | Jogging d'Héppignies      | Solidarité Mondiale |
| - Du 27 au 29 Juin    | Bruxelles   | Festival Couleurs Café    | Etudiants FGTB      |
| - Du 16 au 20 Juillet | Dour        | Festival de Dour          | Jeunes FGTB et CSC  |

*En tout plus de 4000 marques d'adhésion collectées par les jeunes syndicalistes à Dour !*

- |            |          |                         |                     |
|------------|----------|-------------------------|---------------------|
| - 2 Août   | Clermont | Jogging La Clermontoise | Solidarité Mondiale |
| - 1-3 Août | Floreffe | Festival Esperanzah     | Campagne VP         |
| - 15 Août  | Liège    | Fête du 15 Août         | Jeunes CSC          |

*Et encore 1500 signatures collectées en plein JO de Pékin.*

#### 2.1.2. ACTIONS PORTÉES OU COORDONNÉES DIRECTEMENT PAR LA CAMPAGNE VÊTEMENTS PROPRES

##### - **Rencontre avec le COIB**

A la veille du lancement de la campagne, le 5 février 2008, la coordination et des représentants des organisations membres de la campagne ont rencontré le COIB pour annoncer le lancement de nos actions et recueillir ses réponses au courrier et rapport envoyés dès le mois de juin 2007. A cette occasion, le COIB a annoncé son intention d'introduire des clauses sociales dans ses futurs contrats de sponsoring et d'équipements dès fin 2008.

##### - **Lancement de la campagne, le 6 février 2008**

Le 6 février 2008, Jour du nouvel an chinois, la Campagne Vêtements Propres a lancé JO Propres 2008. A cette occasion s'est tenue une conférence de presse accueillie dans les locaux du centre sportif de Saint Gilles. A cette occasion, deux personnalités sportives ont tenu à témoigner leur soutien à la campagne. Il s'agissait de Béa Diallo (coach de l'équipe nationale de boxe) et de François Gourmet (décathlonien). L'échevin Alain Leduc a également tenu à témoigner du soutien de la commune de Saint Gilles et de ses clubs sportifs.

La presse a largement fait échos de ce lancement : *La Une-JT, La Première, Radio Ciel, Radio Nostalgie, Le Soir, Vers l'Avenir (via Belga), Le Ligueur, Syndicat, de nombreux médias internet dont levif.be, mouvements.be, bruxello.com, skynet, telepro.be, actu24.be*, auxquels se sont ajoutés des interviews données à l'Agence Reuter et au *Guangmin Daily* (2<sup>ème</sup> journal de Pékin après le Quotidien du Peuple)

##### - **Célébrer le nouvel an chinois en offrant les Fortune-cookies traditionnelles**

Il était important de positionner la Campagne JO Propres non pas comme une campagne anti-Chine ou anti-JO mais bien de montrer que les Jeux Olympiques sont une opportunité à saisir pour s'intéresser à ce qui se passe en Chine et pour favoriser des changements favorables au respect des droits des travailleurs.

A l'occasion du nouvel an chinois, la Campagne Vêtements Propres a tenu à souhaiter une bonne année à tous les sportifs de haut niveau et à toutes les fédérations sportives de la communauté française. Pour cela, nous avons développé une animation flash représentant une fortune cookies qui s'ouvre sur un message en forme de vœu pour le respect des droits des travailleurs en cette année olympique. Cette fortune cookies a été postée sur le site jopropropres.be. L'envoi a été réalisé via email.

## - Actions publiques de Mons et Namur

**Le 5 Mars, à Mons**, en avant soirée, précédant la projection et le débat autour du film *China Blue* dans le cadre du Festival du film engagé "Mons Attac", quelques hommes et femmes sandwiches invitent les passants de la Grand Place à adhérer à la campagne et à porter la médaille d'or JO Propres 2008 ! Ce sera l'occasion d'un article dans la *Dernière Heure*. Celle aussi de créer des contacts en prévision de la cérémonie de remise des Mérites sportifs de la ville (vendredi 14 mars) et de constater que la campagne est déjà bien présente dans les écoles de l'entité, grâce aux Jeunesses syndicales FGTB.

**Le 8 Mars, à Namur** : en cette journée des Femmes, l'ACRF et des militants Vêtements Propres mènent une action sur le marché de Namur. Mascotte olympique et couturières masquées interpellent les passants. Plus de 300 d'entre eux apposeront leur engrenage pour "enclencher le changement". Beau succès médiatique aussi dont *RTBF Radio*, *Vers l'Avenir*, *Quotidien de Namur*, et un reportage de *Canal C*.

## - Catch the flame (20 Mars)

La Campagne relaie en Belgique la flamme olympique des droits de l'Homme au travail. Un relais virtuel sur [catchtheflame.org](http://catchtheflame.org). De nombreuses organisations participantes postent le lien sur leur site. La Campagne diffuse un communiqué de presse. Résultat 1.128 relayeurs Belges sur un total de 11.000 au niveau mondial. Pas mal !

## - Lancement du rapport industriel

Le 21 Avril 2008, JO Propres lance le rapport industriel « Surmonter les obstacles ». Ce rapport décrit les principales violations des droits des travailleurs dans l'industrie des vêtements et chaussures de sport et invite les marques et industriels du secteur à s'engager en collaboration avec les organisations de travailleurs pour y mettre fin, en lançant des initiatives concrètes. Le rapport est publié en français par la CSI.

La Campagne Vêtements Propres rédige et diffuse un communiqué de presse relayer notamment en télévision dans *le JT de La Une*, dans *La Libre du 21 avril* et *Le Soir du 22 avril*.

Le 21 avril, la Campagne organise un séminaire destiné aux organisations membres afin de présenter le rapport et ses conclusions. Outre le rapport, ce séminaire se base sur une présentation power point synthétique. Une quinzaine de personnes y prennent part.

Dans la foulée du rapport, la campagne lance sur internet et dans tout le réseau francophone de la Campagne internationale une **action email** d'interpellation des six principaux acteurs industriels afin de les encourager à participer à une table ronde prévue à Hong Kong au mois de juin. 757 personnes interpellent les acteurs industriels par cette voie.



## - 20 km de Bruxelles

La Campagne coordonne un groupe composé d'organisations participantes et chargé de programmer les événements sportifs, notamment les 20 Km de Bruxelles. Solidarité mondiale, Réso J, Oxfam Magasins du monde, CNCD et FGTB y prennent part. Ensemble, ils réunissent **150 coureurs "JO Propres"** pour courir les 20 Km de Bruxelles le dimanche 25 Mai 2008. Parmi eux les jeunes entraînés par Réso J, l'équipe réunie par Solidarité mondiale et des chevronnés de l'effort physique regroupés notamment autour d'Oxfam Magasins du monde, du CNCD et de la FGTB. Les moins sportifs ne sont pas en reste. Interpellant les passants et coureurs avant et après l'effort. Ils obtiendront quelque **1800 signatures**. A cette occasion, une collaboration est développée avec Amnesty International, les Amis du Tibet et Actions Birmanie, tous présents sur l'esplanade du cinquantenaire.



## - Pôle JO au Festival Esperanzah

Une ambiance d'enfer, une dynamique d'équipe vraiment sympa parmi la **centaine de volontaires** des Jeunes FGTB, de la CSC, de Solidarité mondiale, Peuples Solidaires, ACRF, Résistance à l'agression publicitaire et Oxfam Magasins du monde coordonnés par la Campagne Vêtements Propres.



C'est l'occasion d'un **communiqué de presse** de clôture de la campagne, d'un passage au **JT de La Une** et d'interviews sur **Radio Esperanzah**.

**8103 pétitions** obtenues à Esperanzah ! Autant de médailles d'or octroyées : un record pour la campagne JO Propres... et même pour le festival !

De fait, il était impossible de passer à côté de JO Propres durant les trois jours de festival. Rares sont les festivaliers qui n'ont pas porté la médaille d'or de la campagne. Beaucoup d'entre eux ont pédalé pour apporter les droits des travailleurs à Pékin. 12000 km parcourus et ligne d'arrivée franchie à 22h44 le dernier soir d'Esperanzah ! D'autres se sont frottés aux rudes conditions de travail de l'usine de confection produisant les drapeaux olympiques et ont durement expérimenté la lutte pour la défense de leurs droits !

## - Remise des pétitions au COIB

Le 24 septembre, une délégation d'organisations participantes (ACRF, Oxfam Magasins du monde, Jeunes CSC, FGTB, CNE, Solidarité mondiale) s'est rendue au COIB pour lui remettre les marques d'adhésion collectées tout au long de l'action JO Propres, soit 25114 pétitions.

A cette occasion, le représentant de COIB, Monsieur Fallon et l'attaché de presse, ont été invités à remettre la médaille JO Propres à trois travailleuses masquées.

Cette action de clôture a fait l'objet d'un article dans *La Libre*.



### 2.1.3. AUTRES ACTIVITÉS

La Campagne Vêtements Propres est intervenue en tant qu'orateur/formateur dans plusieurs conférence-débats organisées à l'initiative d'Amnesty International, des Equipes populaires, de communes, foyer culturel et d'écoles :

- 5 Mars, org ATTAC, Festival Mons Attact, conférence-débat après projection du film China Blue
- 16 Avril, à Louvain-la-Neuve, org. Amnesty International
- 14 Mai, à Braine-l'Alleud, org Amnesty International, et projection du film China Blue
- 14 Mai diffusion de l'émission Pourvu que ça dure sur Canal C consacrée aux JO de Pékin, réalisée en collaboration avec la Campagne Vêtements Propres.
- 15 Mai, au Parlement européen à Bruxelles, audition à l'initiative du Groupe des Verts
- 15 Mai à Saint-Gilles, intervention auprès des clubs sportifs de la commune à l'initiative de l'échevin Alain Leduc
- 22 Mai et 3 Juin, formation des permanents d'Oxfam Magasins du monde
- 23 Mai à Namur, org Equipes Populaires et projection du film China Blue
- 29 Mai à Chatelineau, intervention dans une école technique
- 3 Juillet, à Wépion, intervention dans formation ITECO et projection du film China Blue
- 29 Octobre, à Nivelles, org Amnesty International
- 3 Novembre à Philippeville, org Femmes Prévoyantes Socialistes et projection du film China Blue
- 20 Novembre à Péruwelz, org ACDA en collaboration avec la Maison des Jeunes et le Foyer Culturel, et projection du film China Blue

### 2.1.4. IMPACT

Pour rappel, un premier rapport avait été publié en juin 2007 et adressé aux autorités olympiques sous le titre « Droits des travailleurs - Pas de médaille pour les JO de Pékin » (voir le rapport d'activité 2007).

Au niveau international, ce rapport a

- provoqué une enquête de la part du Comité organisateur des Jeux de Pékin qui a confirmé dans les grandes lignes les faits dénoncés dans le rapport mais qui n'a pas pris de mesures proactives pour éviter de telles violations à l'avenir.
- permis une nouvelle prise de contact avec le CIO (suite à la campagne 2004). Le CIO a finalement réagi en indiquant sa volonté de prendre en compte la dimension droits des travailleurs à partir des JO de ... 2016.

En Belgique, ce rapport a été médiatisé et a notamment été envoyé au COIB.

Lors de la rencontre avec le COIB à la veille du lancement de la campagne, le COIB a publié sa volonté d'intégrer des clauses sociales dans ses futurs contrats avec ses fournisseurs, dès fin 2008.

La Campagne Vêtements Propres a fait offre de service pour accompagner la rédaction de telles clauses et, avec Amnesty International, pour former les athlètes participant aux JO. Le COIB a décliné ces offres. La Campagne Vêtements Propres reste en contact avec le COIB pour s'assurer qu'il concrétise ses promesses.

Du côté de l'industrie du sport, la table ronde de Hong Kong, organisée par la Campagne Vêtements Propres internationale, la CSI et la Fédération internationale des travailleurs du textile de l'habillement et du cuir a réuni du 30 Juin au 2 Juillet, 83 représentants de l'industrie des vêtements et chaussures de sport, de syndicats internationaux et nationaux, de la Clean Clothes Campaign et d'autres acteurs. Y étaient représentés Nike, Adidas, Umbro, New Balance, Puma, Asics, Mizuno, Lacoste, Speedo, Pentland, Arcandor et le groupe industriel Yue Yuen. Lors de cette réunion les organisations et les entreprises d'articles de sport ont convenu de mettre sur pied un groupe de travail chargé de traiter les causes premières des mauvaises conditions de travail dans le secteur. Une démarche concrète en ce sens est programmée en Indonésie dans les prochains mois.

### 3. DENONCER L'IMPACT DES PRATIQUES D'ACHATS DES GRANDS DISTRIBUTEURS SUR LES CONDITIONS DE TRAVAIL. 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. Ces grands distributeurs 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. Cette gestion se répercute sur les fournisseurs en termes de 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.

Toute proportion gardée, cette description des conditions de travail peut également être dressée à l'égard des travailleuses et des travailleurs de la distribution. Cela démontre que les droits des travailleurs ne sont pas un acquis, même dans nos pays. Une communauté d'intérêt existe entre travailleurs au sein d'une filière de production-distribution soumise à des intérêts financiers de plus en plus éloignés de la fonction économique de la distribution.

Suite à l'action TRASO développée dès 2007, nous relayerons la campagne internationale menée par la Clean Clothes Campaign vis-à-vis des grands distributeurs. Ultérieurement, nous envisagerons de relancer une démarche ne visant plus seulement l'industrie de l'habillement mais également d'autres secteurs tels que l'électronique par exemple.

Cette campagne internationale fera pression pour changer les pratiques d'approvisionnement des grands distributeurs et des casseurs de prix parce que beaucoup de ces pratiques constituent un obstacle important à l'amélioration des conditions de travail.

Les demandes qui seront développées dans le cadre de cette campagne vis-à-vis des distributeurs ne feront pas table rase du travail réalisé par la Campagne depuis son initiation. Les grands distributeurs et les casseurs de prix sont parmi les entreprises de distribution les moins engagées en terme de reconnaissance de leurs responsabilités sur les conditions dans lesquelles sont fabriqués les produits qu'ils vendent. (ils ne disposent pas d'un code de conduite contraignant, n'effectuent pas de contrôles sérieux ou n'acceptent pas de vérification multipartite).

#### Nous voulons amener les distributeurs à

- Adhérer à un code de conduite de référence et à un système de vérification multipartite
- Reconnaître que leurs pratiques d'approvisionnement ont un impact sur les conditions de travail. Dans ce cadre, des demandes spécifiques auront trait à :
  - l'identification de l'impact des pratiques d'approvisionnement sur les conditions de travail
  - la correction ou l'élimination des pratiques qui ont un impact négatif sur les conditions de travail
  - la communication au public des constats réalisés, des plans correctifs adoptés et des progrès engrangés.

#### Pour cela,

- **Avec des consommateurs et des travailleurs, nous développerons une 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. Cette campagne sera jumelée avec des interpellations conduites par les travailleurs de la distribution au sein des entreprises 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.
- **Dans le cadre de la campagne « Travail décent », nous accompagnerons le développement de propositions visant à établir un cadre régulateur contraignant.**



CONCRETEMENT, EN 2008



#### 3.1. CAMPAGNE MEILLEUR MARCHÉ

La Campagne Meilleur Marché a été lancée le 10 février 2009. L'année 2008 a été consacrée au développement national et international des stratégies de campagne, des contenus, des revendications et des convergences, notamment avec les organisations syndicales.

### 3.1.1. GROUPE DE TRAVAIL MEILLEUR MARCHÉ ET CONCERTATIONS SYNDICALES

En marge des réunions de plate-formes, un groupe de travail composé d'Oxfam Magasins du monde, de l'ACRF, et de la CNE, des Jeunes FGTB s'est constitué pour développer la dynamique de la future campagne Meilleur Marché et identifier le matériel de campagne nécessaire. Ce groupe s'est réuni le 26/09.

Un groupe de travail avec la CNE et le SETCA a quant à lui développé les dynamiques en entreprises de distribution et identifier les contenus liés à la situation des travailleurs dans la grande distribution en Belgique. Ce groupe s'est réuni le 13/11.

### 3.1.2. GROUPE DE PILOTAGE DE L'ASIA FLOOR WAGE CAMPAIGN

La coordination belge a participé à la réunion du groupe de pilotage de l'Asia Floor wage campaign qui a eu lieu à Hong Kong du 17 au 22 octobre. Cette réunion a finalisé la formule de calcul du salaire décent qui fera l'objet d'une campagne dans les principaux pays de production de vêtements en Asie, menée par les organisations de travailleurs concernées. Cette réunion a également permis de fixer la date de lancement de la campagne au 7 octobre 2009. La Campagne Vêtements Propres prend un rôle actif dans l'organisation du lancement de l'AFW qui aura lieu à Delhi.

### 3.1.3. GROUPE DE TRAVAIL INTERNATIONAL

La coordination a participé aux travaux du groupe de travail international développant la stratégie et les demandes liées à la campagne internationale sur la grande distribution et préparant les recherches et le rapport publié lors du lancement.

### 3.1.4. DÉVELOPPEMENT DE REVENDICATIONS POLITIQUES DANS LE CADRE DE LA COALITION TRAVAIL DÉCENT

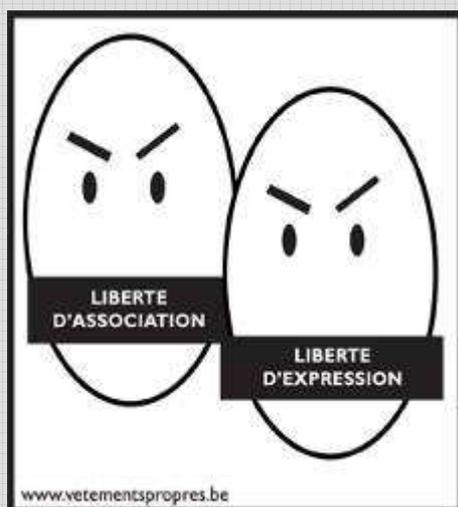
La coordination a développé et co-rédigé les revendications politiques de la coalition travail décent sur la régulation des acteurs privés intitulée « Imposer le respect des conventions internationales du travail de l'OIT aux entreprises transnationales ainsi qu'aux entreprises de distribution et à leurs filiales vis-à-vis des leurs employés et de ceux de leurs fournisseurs et sous-traitants ».

### 3.1.5. DÉVELOPPEMENT DE CONTENUS ET FORMATION

La Campagne Vêtements Propres a rédigé plusieurs articles publiés dans les Cahiers de la Coopération internationale (CNCD-mars 2008), dans la revue de débats « Politique » (n° 57 déc. 2008 dirigé par le GRESEA) et dans Mouvement-le Bulletin Interne d'Oxfam Magasins du monde (déc. 2008).

La coordination a développé des supports de formation, notamment une présentation powerpoint utilisée à l'occasion de la formation des coordinateurs d'Oxfam Magasins du monde, le 3 décembre 2008

## 4. RELAYER 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. Ce type d'actions en réseau, permet d'illustrer par des cas concrets les violations dénoncées par la campagne. Il permet de proposer à l'individu ou à la collectivité sensibilisé des actions d'interpellations d'entreprises précises voire de pouvoirs publics en montrant l'impact concret et direct de ces actions sur les conditions de travail. Enfin, il permet de renforcer les organisations de travailleurs dans les pays de production (syndicats, organisations de femmes, de travailleurs informels, etc.), dont les revendications sont ainsi soutenues et crédibilisées.

Depuis 2006, la Campagne Vêtements Propres a fait des appels urgents l'un des outils récurrents de sa démarche. Tous les appels n'ont pas été fructueux, mais plusieurs ont abouti à des résultats concrets (le réengagement de délégués syndicaux licenciés, la reconnaissance d'un syndicat dans une usine, une augmentation sensible de salaire, l'amélioration de conditions de travail ou de sécurité.

Les appels urgents sont, par définition imprévisibles. Certains n'exigent pas une démarche publique mais une simple intervention de la coordination ou des organisations membres de la plate-forme auprès de l'entreprise de distribution concernée qui peut y répondre immédiatement. D'autres appels, comme celui lié à l'effondrement de l'usine Spectrum, sont non seulement publiés mais peuvent devenir des lignes fortes et transversales de notre travail.

**Nous voulons relayer des appels urgents émanant d'organisations de travailleurs mobilisés pour défendre leurs droits**

**Pour cela,**

- Nous lancerons publiquement et assurerons le suivi d'**au moins deux appels urgents chaque année**
- **Nous encouragerons les organisations membres à relayer l'appel sur leur site internet**
- Nous développerons des **solidarités concrètes avec des organisations partenaires** dans les pays de production entre autres lors de visites de témoignages et d'échanges de travailleurs en Belgique



### CONCRETEMENT EN 2008

#### 4.1. MODULE D'ACTION ET DE SUIVI SUR WWW.VETEMENTSPROPRES.BE

La mailing list « appels urgents » de la Campagne Vêtements Propres contient quelque 2266 abonnés.

Lorsque l'actualité l'a permis, chaque organisation membre de la plate-forme et chaque expéditeur ou expéditrice d'un courriel a reçu au moins un email d'information sur le suivi de l'appel auquel il ou elle a participé(e).

#### 4.2. RELAIS PUBLICS D'APPELS URGENTS

##### 4.2.1. CHINE – DGZ CENTER

En novembre 2007, le centre des travailleurs de Dagonzhe à Shenzhen (Sud-Est de la Chine) et son équipe ont été brutalement attaqués et vandalisés.

Huang Oingnan, collaboratrice du centre a été gravement blessée lors de son agression par deux hommes non identifiés. Cette agression faisait suite à deux autres attaques violentes contre le centre de Dagonzhe. Ce centre met à disposition des travailleurs migrants de Shenzhen une bibliothèque, des formations sur la loi du travail et des consultations juridiques gratuites. On peut suspecter que le centre est visé pour avoir développé récemment des efforts pour sensibiliser les travailleurs aux enjeux de la nouvelle loi sur les contrats de travail qui représente une amélioration des conditions d'emploi de la plupart d'entre eux.

Cet appel urgent a été diffusé le 7 février 2008 dans le cadre de la campagne JO Propres

2008. 92 personnes ont interpellé par mail les autorités chinoises pour leur demander de condamner et de mener une enquête sur ces agressions, de veiller à la sécurité des membres de l'équipe du centre et de soutenir leurs efforts pour reprendre au plus tôt le travail au sein du Centre.

Chine

#### **Réouverture du centre pour travailleurs migrants de Dagongzhe**

Une centaine d'entre vous ont envoyé à partir de ce site le mail d'action urgente adressé aux autorités chinoises suite au vandalisme du centre pour travailleurs migrants de Dagongzhe à Shenzhen et à l'agression d'un de ses collaborateurs Huang Qing-nan. Cette attaque visait à mettre fin aux efforts du centre pour informer les travailleurs à propos de la nouvelle loi chinoise relative aux contrats de travail synonyme d'amélioration des conditions de travail.

Suite à cette agression, des messages de soutien et des actions de solidarité ont été envoyés de plusieurs pays.

Nous sommes très heureux de vous informer que le centre de Dagongzhe a réouvert ses portes et que la collaboratrice victime de l'agression s'est partiellement remise de ses blessures et a pu reprendre le travail.

Le centre a déménagé et a repris normalement ses activités d'information des travailleurs migrants et de consultation pour la résolution de litiges du travail. En collaboration avec l'ONG chinoise Worker Empowerment il a récemment publié un rapport de recherche sur la nouvelle loi chinoise relative aux contrats de travail basée sur des interviews de travailleurs de Shenzhen. Ce rapport a été transmis aux autorités chinoises compétentes ainsi qu'à d'autres parties concernées en tant que base documentaire à la contribution du Centre et de Worker Empowerment à la consultation ouverte sur l'Arrêté d'exécution de la Loi sur les contrats de travail.

Ce rapport constitue une précieuse source d'information sur les conditions de travail en Chine vues par les premiers concernés, les travailleurs.

#### **4.2.2. THAÏLANDE – TRIUMPH BAFOUE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION**



Le 10 septembre 2008, la Campagne Vêtements Propres a diffusé un appel urgent visant Triumph et sa filiale thaïlandaise Body Fashion. Le 29 juillet, Jitra Kotshadej, la présidente du syndicat de l'usine, était licenciée abusivement pour avoir participé en son nom personnel à un débat télévisé en portant un T-shirt sur lequel était inscrit un message de soutien aux opposants de la loi sur le délit de Lèse-majesté. Du 30 juillet au 13 septembre, plus de 2.000 travailleuses étaient en grève pour demander la réintégration de leur présidente syndicale.

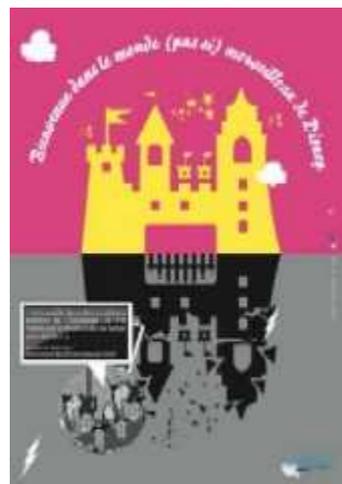
En Belgique, 7 organisations (Oxfam-Solidarité, Oxfam-Magasins du monde, CNCD-11.11.11, FGTB, CSC, ACRF, Solidarité Mondiale) ont diffusé l'information et 682 personnes ont interpellé Triumph par mail. Le 6 novembre, les organisations ont relayé par courrier officiel une deuxième interpellation visant Triumph concernant des discriminations à l'encontre des travailleuses qui ont fait grève.

#### **4.2.3. CHINE - CONDITIONS DE TRAVAIL ABUSIVES DANS LES USINES TIANYU ET YANGLIDA TOYS PRODUISANT DES JOUETS DISNEY**

Depuis 2004, l'organisation chinoise SACOM enquête sur les abus récurrents des droits des travailleurs dans des usines qui produisent pour Disney. Fin 2007, SACOM a publié une série de rapport montrant les mauvaises conditions de travail dans différentes usines dont les usines Tianyu et Yanglida Toys. Parmi les abus relevés : le recours systématique à de trop longues durées quotidiennes de travail, violation de la loi relative aux salaires et au paiement des heures supplémentaires, violation des règles de sécurité en matière de manipulation de produits chimiques. Ces rapports ont été transmis à Disney par SACOM lui demandant de respecter son propre code de conduite.

Depuis, une campagne internationale rassemblant United Students against Sweatshops (USAS), Writers Guild of America (WGA), National Labour Committee (NLC), Sweatshop Watch, Clean Clothes Campaign Autriche, Peuples Solidaires (France) et la Campagne Vêtements Propres soutient des demandes de la Sacom.

Le 14 novembre 2008, la Campagne Vêtements Propres, en collaboration avec Peuples Solidaires France, a adressé un nouvel appel urgent visant Disney qui a été relayé par 702 personnes.



Suite à cette action, Disney a reconnu l'existence de mauvaises conditions de travail et évoque une collaboration avec les organisations de la société civile chinoise ayant pour but d'améliorer les conditions de travail chez ses fournisseurs. Ces efforts constitue une avancée mais ne traite par la cause des abus systématiques des droits des travailleurs que sont les pratiques d'achat.

### **4.3. RELAIS NON PUBLICS D'APPELS URGENTS**

#### **4.3.1. BANGLADESH – EMPRISONNEMENT DE MEHEDI HASAN**

Chercheur employé par le Workers'rights Consortium, Mehedi Hasan est arrêté et emprisonné par la police du Bangladesh le 24 Janvier 2008. La Campagne Vêtements Propres internationale interpelle les entreprises membres du MFA Forum (forum d'entreprises clientes de l'industrie de la confection du Bangladesh) pour qu'elles exigent du gouvernement sa libération immédiate.

La Campagne Vêtements Propres prend contact avec Carrefour via la FIDH qui entretient un partenariat avec cette entreprise. La Campagne Vêtements Propres prend également contact via la FIDH avec l'Observatoire de la protection des défenseurs des droits humains qui poste un appel urgent sur son site, adressé aux autorités du Bangladesh.

Suite à notre initiative, celle de l'Observatoire et celle des membres du MFA Forum, Mehedi Hasan est libéré et lavé de toute charge le lendemain de l'interpellation du gouvernement par le MFA Forum.

#### **4.3.2. BANGLADESH – RÉPRESSION SYNDICALE**

En Avril 2008, La Campagne Vêtements Propres participe à l'interpellation des entreprises membres du MFA Forum (notamment Carrefour via la FIDH) pour leur demander de s'exprimer sans ambiguïté à propos des grèves faits de répression anti-syndicale au Bangladesh dans le cadre de l'Etat d'urgence.

#### **4.3.3. BANGLADESH – USINE MEGATEX**

Fin novembre, la Campagne Vêtements Propres a relayé, vers ses membres, un appel urgent du syndicat NGWF (Bangladesh) à propos de la situation dans l'usine Megatex, qui fournit notamment Ikea, Carrefour et Hemtex.

Le NGWF y dénonce notamment la volonté de la direction de Megatex d'imposer aux travailleurs le transfert de l'usine vers une usine située à 25 km sans payer les indemnités de licenciement aux travailleurs qui ne pourraient pas suivre. Dans la foulée, d'autres violations apparaissent. Les travailleurs n'avaient par exemple, pas encore reçu leur salaire du mois d'octobre. Ils auraient du être payés au plus tard le 7 novembre. Certains travailleurs sont payés 1.200 takas, en dessous du minimum légal de 1.662 takas.

Oxfam-Magasins du monde a envoyé une lettre d'interpellation à Ikea Belgique le 1er décembre et les délégués CNE et Setca ont interpellé Carrefour Belgique lors du conseil d'entreprise du 4 décembre.

Le 4 décembre, un accord était signé entre la direction de Megatex et des représentants du NGWF qui comprend notamment la régularisation des salaires et met fin aux intentions de transfert de l'usine vers un autre site.

Le 26 février 2009, cependant, le NGWF signale que l'usine Megatex devrait fermer début mars. Des contacts et demandes d'indemnisation sont en cours auprès des entreprises clientes.

#### **4.4. FORMATION DES COORDINATEURS APPELS URGENTS**

Le 17 novembre, à Bruxelles, la Campagne Vêtements Propres (Jean-Marc) a participé à une formation sur la coordination d'appels urgents organisée par le secrétariat international de la Clean Clothes Campaign pour les coordinateurs nationaux des appels urgents.

La première partie de la formation a consisté à introduire le travail de coordination des appels urgents, présenter les différents outils mis à disposition des coordinateurs d'appels urgents, à échanger certaines pratiques et expériences et à présenter les différentes sources de financement et leurs contraintes.

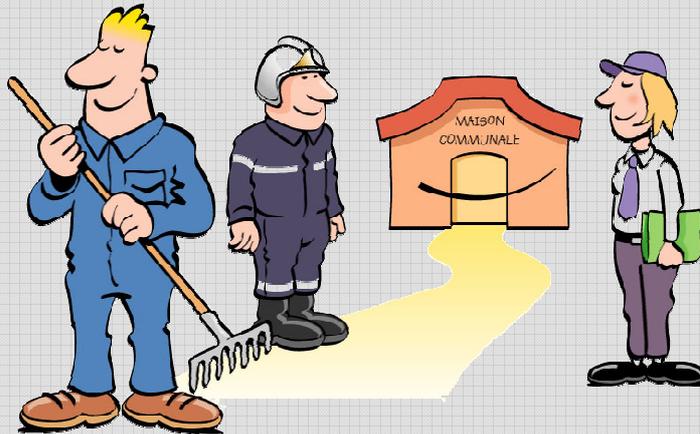
La deuxième partie de la formation a consisté en une discussion stratégique sur la possibilité d'utiliser les points de contact nationaux de l'OECD dans certains appels urgents à partir de deux expériences.

## 5. PROMOUVOIR LA PRISE EN COMPTE DE CRITÈRES SOCIAUX DANS LES ACHATS PUBLICS ET AUPRÈS D'ACHETEURS COLLECTIFS

### Le cadre stratégique

Au côté d'une réflexion et de propositions d'actions en matière d'impact de nos choix de consommation individuelle, il est important de poser également la question en terme de choix collectifs. Cela permet de donner une dimension politique et citoyenne essentielles à la démarche. Cela permet aussi, si des collectivités s'engagent effectivement, d'accroître l'impact éducatif, d'augmenter et de rendre moins fluctuante une demande en « vêtements propres », encourageant ainsi les

fournisseurs à s'engager de manière sérieuse pour respecter les droits des travailleurs dans leurs filières d'approvisionnement.



Nous voulons que des collectivités expriment leurs exigences en matière de qualité sociale pour mobiliser des entreprises à modifier leurs pratiques de manière à pouvoir y répondre

Il s'agit par conséquent non seulement de renseigner les collectivités sur des fournisseurs qui répondraient d'ores et déjà à ces exigences mais surtout de les inviter à interpellier leurs fournisseurs dans une démarche d'exigences progressives. Le travail réalisé en 2007 dans le cadre de « Vêtements Propres pour ma commune » constitue une bonne base en ce sens. Il peut être décliné vis-à-vis d'autres types de collectivités et d'autres secteurs que celui des vêtements de travail

**Nous voulons soutenir des groupes locaux pour poursuivre ou initier une démarche vis-à-vis des autorités communales pour la prise en compte du respect des droits des travailleurs dans les achats de vêtements de travail et d'équipement de sport**

Pour cela,

- Nous mettrons à disposition des organisations et des mandataires et fonctionnaires communaux **le guide pratique** « Vêtements de travail propres pour ma commune ».
- Nous ferons connaître notre disponibilité pour intervenir lors de **formations de mandataires et de fonctionnaires communaux**,
- En 2008, nous inviterons un représentant communal à prendre part à une **mission dans un pays de production**.

**Nous voulons, via les organisations membres, soutenir l'engagement de collectivités pour la prise en compte du respect des droits des travailleurs dans les achats de vêtements de travail, d'équipement de sport et de T-shirts promotionnels.**

Pour cela,

- En 2008, nous réaliserons un **projet pilote dans une collectivité d'adultes** et un **guide du consommateur collectif**.
- En 2008, nous inviterons un représentant d'une collectivité à prendre part à **une mission dans un pays de production**.



**CONCRÈTEMENT EN 2008**

### 5.1. VÊTEMENTS DE TRAVAIL PROPRES POUR MA COMMUNE

Pour rappel, en 2007, la Campagne Vêtements Propres a publié le guide pratique « Vêtements de travail propres pour ma commune » ainsi que le compte-rendu de la table ronde « Vêtements de travail Propres - Joindre la demande et l'offre ». Ces deux documents ont été à la base des différentes interventions et développements en 2008.

Communes intéressées	Interpellation CPPMC CC = Commission Consultative	Demande du Guide ou formation	Etat des lieux CPPMC 2008
Amay			X
Arlon	X	X	
Anthisnes	X		
Anderlecht	X	X	
Auderghem		X	
Braine-l'Alleud	CC	X	X
Bruxelles-ville	X	X	
Charleroi	X		
Ciney		X	X
Eghezée		X	
Etterbeek	X		X
Fexhe-le Haut clocher			X
Flobecq		X	
Gembloux	X	X	X
Herve			X
Incourt	CC		
Ittre	X		
Ixelles		X	
Jette			X
Les Bons Villers		X	
Liège	X	X	
Marche en Famenne	X	X	
Mons	X	X	X
Molenbeek St-Jean			X
Péruwelz			
Perwez		X	
Rixensart		X	X
Saint Gilles	X		X
Saint Ghislain			X
Saint Hubert		X	

Communes intéressées	Interpellation CPPMC CC = Commission Consultative	Demande du Guide ou formation	Etat des lieux CPPMC 2008
Tournai		X	
Quaregnon		X	X
Verviers	X		X
Visé		X	
Villers la Ville			X
Waremme			X
Waterloo	X		X
Woluwé Saint Lambert		X	X
Woluwé Saint Pierre		X	

Fin 2008, 37 communes s'étaient montrées intéressées par la démarche « Vêtements de travail propres », que ce soit via des groupes locaux ou suite à des demandes émanant directement de mandataires ou fonctionnaires communaux ou du fait de leur participation sur le thème vêtements propres à la rédaction de l'état des lieux 2008 de Ça passe par ma commune (voir tableau).

#### 5.1.1. FORMATION D'ACHETEURS ET DE MANDATAIRES

- 15 Fév. Conférence lors du salon des mandataires à l'initiative de Ça passe par ma commune
- 11 mars - entrevue avec Thérèse Orban - responsable des achats pour la ville de Mons
- 20 Nov. - introduction de la démarche auprès de travailleurs de l'administration communale de Péruwelz

#### 5.1.2. DÉVELOPPEMENT D'UNE DYNAMIQUE EUROPÉENNE

La Campagne Vêtements Propres a initié au sein de son réseau européen une démarche commune en matière de promotion d'achats publics de vêtements de travail « propres ». Elle a également développé des contacts avec EURO CITIES, une association de grandes villes européennes qui a notamment publié avec ICLEI, un guide sur les achats publics socialement responsables de produits textiles. Fin 2008, les Campagnes Vêtements Propres de Belgique

(2), d'Allemagne, d'Autriche, d'Espagne et du Danemark sont activement parties

prenantes de cette démarche qui donnera lieu en 2009 à une recherche commune de financements.

#### 5.1.3. SOUTIEN AUX ORGANISATIONS MEMBRES DANS LE CADRE DE CONSULTATIONS PUBLIQUES

La Campagne Vêtements Propres a mis son expertise en matière de marchés publics socialement responsables à disposition des syndicats (dans le cadre des discussions autour du projet de décret wallon) et du CNCD (dans le cadre des discussions du projet Magnette au sein du CFDD).

#### 5.1.4. ÇA PASSE PAR MA COMMUNE

La Campagne Vêtements Propres a activement participé aux réunions et activités de la coalition Ça passe par ma commune, notamment aux réunions d'évaluation et de repositionnement et à la conférence de presse de présentation du rapport annuel, le 8 octobre.

La Campagne Vêtements Propres a réalisé la synthèse de l'état des lieux 2008 en matière d'initiatives communales pour l'achat de vêtements de travail propres (voir encadré ci-dessous).

## 5.2. PROJET PILOTE ESPERANZAH

En 2008, la Campagne Vêtements Propres a activement participé au développement d'une cohérence entre les valeurs portées par le festival Esperanzah et ses pratiques.

Un groupe de travail s'est constitué, rassemblant autour des organisateurs d'Esperanzah, Oxfam Magasins du monde et Saveurs Paysannes sur l'alimentation et la Campagne Vêtements Propres en matière de Tee-shirts et vêtements.

La Campagne Vêtements Propres a développé une démarche sur trois ans, vis-à-vis des Tee-shirts acquis par les organisateurs d'une part et la sélection des marchands présents dans le souk d'autre part. Cette démarche devrait être poursuivie en 2009 et 2010 et aboutir à un engagement d'Esperanzah à acheter des Tee-shirts « propres » (déjà acquis dès 2008) et un engagement des marchands dans une démarche de vérification multipartite ou de commerce équitable.

# Synthèse de l'Etat des lieux CPPMC 2008

## Thème « Vêtements Propres »

### Evaluation générale

- 19 communes ont répondu à ce thème dont 5 Bruxelloises (Amay, Braine l'Alleud, Ciney, Etterbeek, Fexhe-Le-haut-Clocher, Gembloux, Herve, Jette, Molenbeek-St-Jean, Mons, Quaregnon, Rixensart, Saint-Ghislain, Saint-Gilles, Verviers, Villers-la-Ville, Waremme, Waterloo et Woluwe-St-Lambert )
- L'état des lieux a été majoritairement réalisé ou coordonné par des éco-conseillers, souvent avec l'appui du Collège ou de l'administration.
- Réponses par niveau :
  - Niveau 1 : 4 communes (toutes wallonnes)
  - Niveau 2 : 6 communes (dont 3 bruxelloises)
  - Niveau 3 : 5 communes (dont 1 bruxelloise)

### Adhésion et Prise en compte des « critères Vêtements Propres »

#### **Niveau 1 « Ma commune s'engage »**

- Initiative dans le cadre de l'Agenda 21 (Woluwe Saint-Lambert)
- Référence à la Charte « ça passe par moi » (Etterbeek),
- Concrétisation du chapitre développement durable de la déclaration de politique générale (Jette),
- Participation et soutien aux campagnes Vêtements Propres et sensibilisation des clubs sportifs (Saint-Gilles)
- Démarche du Collège vis-à-vis des responsables des achats (Saint-Gilles, Gembloux)
- Démarche initiée par l'Administration et soutenue par le Collège (Saint-Ghislain)
- Mise en place d'un groupe de travail (Quaregnon)
- Etude d'un projet d'intégration des conventions OIT et de recours à un système de vérification du type de la FWF (Verviers)

#### **Niveau 2 « Ma commune passe à l'action »**

- **Démarche ponctuelle** d'intégration des critères Vêtements Propres dans un cahier de charge relatif aux vêtements de travail, uniformes, vêtements de sport ou vêtements promotionnels (Etterbeek, Molenbeek Saint Jean, Waterloo, Ciney, Villers-la-Ville, Fexhe le Haut Clocher)
- Prise en compte dans **l'évaluation des offres** (cotation) (Fexhe le Haut Clocher, Rixensart)
- Prise en compte de critères sociaux et environnementaux dans les marchés de services (Waremme)

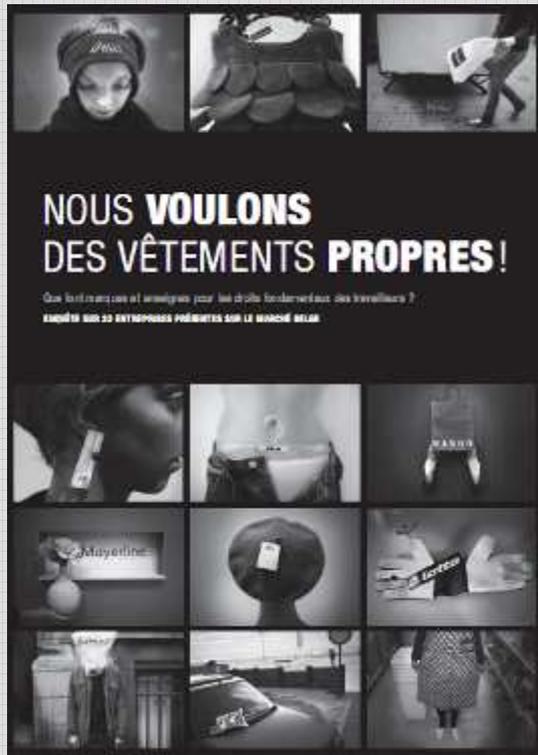
#### **Niveau 3 « Ma commune systématise »**

- Intégration des critères Vêtements Propres dans un **contrat pluriannuel** de location et d'entretien (Braine-l'Alleud), ou **depuis plusieurs années** (dans Cahiers spéciaux des charges (Saint-Ghislain, Jette ), ou dans **plusieurs cahiers de charge** (Rixensart)
- Contact suivi avec la Campagne Vêtements Propres (Mons)

### Moyens de prise en compte

- Inscription dans cahier spécial des charges (10 communes)
- Prise en compte dans l'évaluation des offres (2 communes)
- Référence au label social belge (Braine-l'Alleud)
- Référence à la FWF (Verviers)
- Déclaration sur l'honneur du fournisseur (Jette, Villers-la-Ville)
- Certificat (Herve)
- Recherche de partenariat avec la Campagne Vêtements Propres pour information, sensibilisation, formation (Jette, Saint-Gilles, Mons)

## 6. ENCOURAGER LE DÉVELOPPEMENT D'UNE OFFRE DE VÊTEMENTS PROPRES PAR 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 multipartite permettant un contrôle externe, la participation des travailleurs et l'information des travailleurs et consommateurs. C'est dans cet esprit que la Campagne internationale a initié la Fair Wear Foundation (FWF), dont les membres fondateurs sont deux organisations syndicales, deux fédérations d'entreprise et deux ONG néerlandaises. A l'heure actuelle, 34 entreprises adhèrent à la FWF dont 12 entreprises de mode, 7 entreprises de vêtements promotionnels (dont un premier fournisseur belge) et 15 entreprises de vêtements de travail.

Ces instruments ne sont pas figés. Le code de conduite de la Campagne Vêtements Propres et les indicateurs de mise en oeuvre sont actuellement évalués dans le cadre d'un projet pilote qui réunit en Turquie cinq initiatives de vérification multipartite. Par ailleurs, la remise en cause actuelle des pratiques d'approvisionnement des entreprises devrait trouver un suivi dans une évolution des systèmes de vérification.

Basée aux Pays Bas, la FWF vient de fusionner avec ISCOM qui devient la branche suisse de la FWF. L'eupéanisation de la FWF se poursuivra dans les prochaines années. Dans le cadre de cette eupéanisation, nous avons initié en Belgique un projet pilote de vérification dans le secteur des vêtements de travail. Ce projet est mené par un groupe de pilotage composé d'organisations syndicales, d'ONG, d'organisations de consommateurs, membres de la plate-forme, ainsi que de représentants d'entreprises du secteur (actuellement la fédération des producteurs CREAMODA). Ce projet, prévu pour une durée de trois ans vise à convaincre des entreprises du secteur à adhérer à la FWF et à évaluer les impacts de la vérification menée par la FWF sur les conditions de travail dans les usines qui approvisionnent les entreprises concernées. Le résultat de ce projet pilote servira de base aux discussions sur la participation d'acteurs belges à une FWF européenne.

Par ailleurs, des entreprises prennent régulièrement contact spontanément avec la Campagne Vêtements Propres pour des conseils en matière de mise en oeuvre de leur responsabilité sociale. Il n'entre évidemment pas dans les objectifs de la Campagne Vêtements Propres de développer un service de consultance ni d'accompagnement d'entreprises. La Campagne Vêtements Propres les oriente vers la Fair Wear Foundation et encourage cette dernière à développer une démarche à l'attention d'un public francophone.

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.

Pour cela,

- Nous poursuivrons en 2008 et 2009 un projet pilote de vérification dans le secteur des vêtements de travail en collaboration avec la Fair Wear Foundation visant à évaluer les impacts de la vérification menée par la FWF sur les conditions de travail dans les usines qui approvisionnent les entreprises concernées. Le résultat de ce projet pilote servira de base aux discussions sur la participation d'acteurs belges à une FWF européenne. Ce projet pilote comportera notamment une mission avec des entreprises et membres du groupe de pilotage dans un pays de production (2008) et une table ronde de clôture (2009).
- Nous introduirons des entreprises belges volontaires auprès de la Fair Wear Foundation.
- Nous soutiendrons la participation d'organisations membres de la plate-forme à une Fair Wear Foundation européenne.

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.



## CONCRETEMENT EN 2008

### 6.1. NOUS VOULONS DES VÊTEMENTS PROPRES

#### 6.1.1. DATA BASE

En 2008, La Campagne Vêtements Propres a poursuivi les contacts avec trois entreprises belges dans le cadre du projet de constitution d'une banque de données européenne sur la mise en oeuvre par les enseignes de mode et les marques de sport de leur responsabilité sociale. Il s'agit de Trafic, Prémaman et Cassis/Paprika.

La Campagne Vêtements Propres a notamment rencontré dans ce cadre Cassis (le 12 juin).

Ce travail a donné lieu à la publication de la brochure « Nous voulons des vêtements propres ! » réalisée et publiée en collaboration avec la Schone Kleren Campagne. Cette brochure comprend les profils de 33 entreprises présentes sur le marché belge. Elle propose également une analyse transversale permettant au lecteur de situer les enjeux et de se doter de clés d'analyses. La réalisation de cette brochure de 80 pages a été particulièrement soignée. Elle a notamment bénéficié du concours d'une jeune photographe dont le travail donne à cette publication un caractère particulier et un cachet certain. La diffusion de la brochure a été activement développée à partir des tous premiers jours de 2009.

Cette brochure est destinée aux consommateurs mais également aux travailleurs des entreprises qui y sont décrites. Elle a été très bien accueillie par le public spécialisé, ouvrant notamment des portes pour la Campagne Vêtements Propres dans les milieux académiques.

### Que font marques et enseignes de mode pour les droits fondamentaux des travailleurs ?

La Campagne Vêtements Propres a mené l'enquête auprès de 33 entreprises présentes sur le marché belge. Par exemple :

**Seules 13 de ces 33 entreprises affirment s'engager pour que ceux et celles qui produisent leurs vêtements soient payés un salaire qui leur permet de vivre !**

- Asics
- Benetton
- C&A
- Cassis
- Charles Vögele
- E5 Mode
- Esprit
- Fila
- Filippa K
- G-Star
- Gsus
- H&M

### NOUS VOULONS DES VÊTEMENTS PROPRES !

Des vêtements fabriqués par des femmes et des hommes

- rémunérés correctement pour leur travail ;
- qui ne sont pas contraints de passer 18 heures par jour, sept jours sur sept à finir une livraison de jean's ;
- qui peuvent s'organiser pour défendre collectivement leurs droits.

Pour en savoir plus, demandez la brochure (5€, frais de port compris pour la Belgique) auprès de la Campagne Vêtements Propres ou téléchargez-la gratuitement sur [www.vetementspropres.be](http://www.vetementspropres.be)

Info & commande :  
**info@vetementspropres.be**  
ou 010 45 75 27

Ed. resp. : Carole Craibé, Place de l'Université 16, 1348 Louvain-la-Neuve  
Photos : Esther Eggermont – Mise en page : Véronique Geubelle

- Hama
- Inno
- JBC
- Lotto
- M&S Mode
- Mango
- Mayerline
- Mizuno
- New Balance
- Nike
- O'Neill
- Prémaman
- Promod
- Springfield
- Trafic
- Triumph
- Umbro
- Vero Moda
- WE
- Zara
- Zeeman

Le 7 novembre, la Campagne Vêtements Propres a organisé un séminaire à l'intention de ses membres sur la brochure.

## **6.2. AUTRES CONTACTS ENTREPRISES**

En 2008, la Campagne Vêtements Propres a notamment rencontré la direction de Wibra (27 février en coopération avec la Schone Kleren Campagne et la campagne néerlandaise) et la direction commerciale d'Oxfam Magasins du monde (14 octobre).

## **6.3. GROUPE ENTREPRISES**

Le Groupe entreprise s'est réuni les 26 Septembre, 9 Octobre, 21 Novembre et 2 Décembre. Ce groupe composé principalement de représentants syndicaux et d'organisations actives en entreprises (Oxfam Magasins du monde, GRESEA) travaille sur des dynamiques en entreprises et sur le développement d'une demande et d'une offre en vêtements propres.

En 2008, le groupe a développé des démarches en entreprises dans le cadre de la Campagne Travail décent. Il a également réalisé l'évaluation de Sparkling Ideas et de la Fair Wear Foundation après près de deux ans d'affiliation de ce seul membre belge. Il a également planché sur le développement d'un guide d'achat pratique pour des T-shirts promotionnels.

## LES INSTANCES DE L'ASBL EN 2008

### L'Assemblée générale

Comme délibéré préalablement en réunions de plate-forme et en Conseil d'administration, l'Assemblée générale d'avril 2008 a désiré entériner la démarche d'adhésion de toutes les organisations membres de la plate-forme à l'Assemblée générale de l'asbl Campagne Vêtements Propres. Ce processus sera confirmé lors de l'AG 2009.

L'Assemblée générale 2008 a en outre accueilli deux nouveaux membres : RésoJ et Réseau Eco-Consommation.

Suite à l'Assemblée générale 2008, cette dernière était constituée des organisations suivantes :

1. ACRF-Femmes en milieu rural
2. CRIOC - Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs,
3. CNCD - Centre national de coopération au développement
4. CNE - Centrale nationale des employés
5. CSC - Confédération des syndicats chrétiens
6. CSC - Textura
7. Comité Syndical Européen du Textile, de l'Habillement et du Cuir,
8. Empreintes asbl,
9. Etudiants FGTB,
10. Fédération Nationale des Patros,
11. FGTB - ABVV,
12. FGTB Textile, Vêtement et Diamant,
13. GRESEA - Groupe de recherche pour une stratégie économique alternative
14. Jeunes CSC
15. Jeunesses syndicales FGTB
16. Le Monde selon les femmes
17. Mouvement Ouvrier Chrétien
18. Oxfam Magasins du monde
19. Oxfam Solidarité
20. Peuples Solidaires
21. Réseau des Consommateurs Responsables
22. Réseau Eco-consommation
23. RésoJ
24. SETCA - Syndicat des Employés, Techniciens et Cadres
25. Solidarité Socialiste
26. Solidarité mondiale
27. Frauenliga
28. Landfrauenverband
29. Miteinander Teilen
30. Verbraucherschutzzentrale Oostbelgien
31. Wetlanden St Vith

L'Assemblée générale s'est réunie le **21/04/2008** : A son ordre du jour

- Approbation du compte rendu de l'Assemblée générale du 18 mai 2006
- Admission de nouveaux membres
- Approbation du rapport d'activités 2007
- Approbation des comptes 2007
- Approbation du bilan 2007
- Budget 2008
- Election des membres du Conseil d'administration

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

- Action Chrétienne Rurale des Femmes
- CNCD, trésorier
- CSC
- FGTB
- GRESEA, secrétaire
- Oxfam Magasins du monde
- Solidarité mondiale
- Réseau Eco consommation, président

Le Conseil d'administration s'est réuni le **27/02/2008** avec à son ordre du jour :

- Approbation du compte-rendu de la réunion précédente (ci-joint)
- Première vision des comptes 2007, budget 2008 et perspectives 2009
- Suivi de la discussion sur les perspectives de développement
- Recrutement deuxième poste
- Divers

Le Conseil d'administration s'est réuni le **09/04/2008** avec à son ordre du jour :

- Approbation du compte-rendu de la réunion précédente
- Avalisation des comptes et bilan 2007
- Avalisation du budget 2008
- Rapport d'activités 2007 - perspectives 2008
- Préparation de l'Assemblée générale du 21 avril.
- Divers

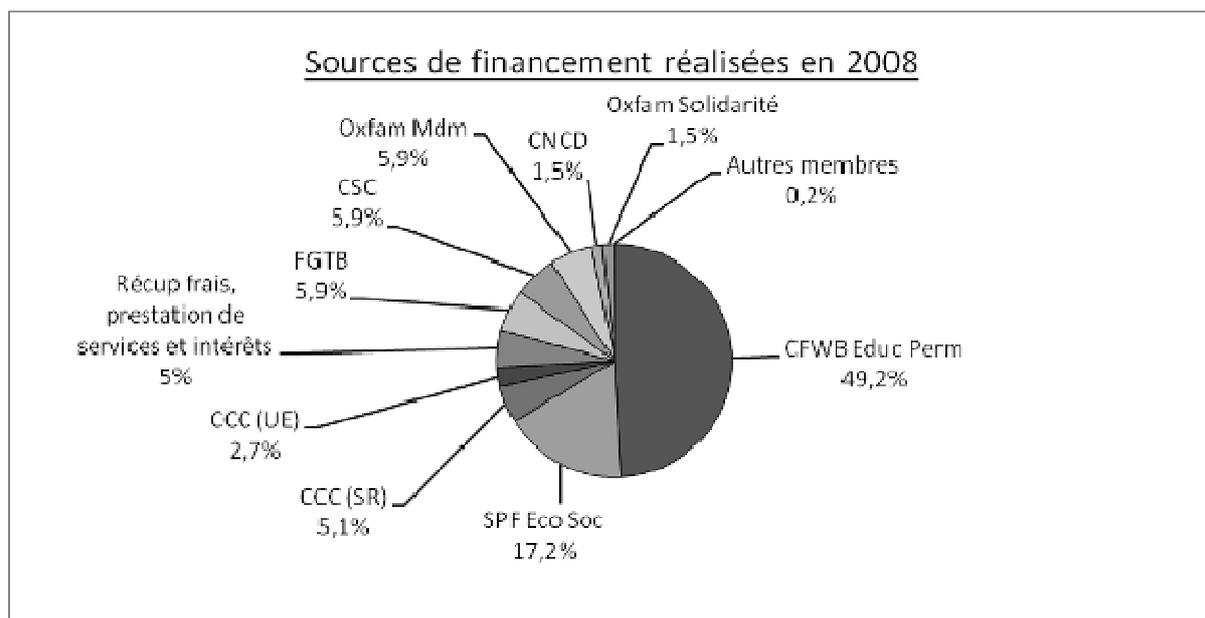
Le Conseil d'administration s'est réuni le **28/05/2008** avec à son ordre du jour :

- Approbation du compte-rendu de la réunion précédente
- Introduction des nouveaux membres du Conseil (FGTB et Réseau Eco-consommation)
- Election des président, trésorier et secrétaire
- Approbation du compte-rendu de la réunion précédente (ci-joint) et suivis éventuels
- Financement DGCD : information sur le financement DGCD via Oxfam Magasins du monde et implications
- Recrutement d'un animateur (présentation du (de la) candidat(e) retenu(e))
- Divers

Le Conseil d'administration s'est réuni le **02/10/2008** avec à son ordre du jour :

- Approbation du compte-rendu du CA du 21 mars 2007
- Contrôle budgétaire
- Perspectives financières 2009 actualisées
- Plan de travail 2008-2011 avec répartition des compétences et tâches
- Note de campagne Grande Distribution - présentation et discussion
- Divers

## SOURCES DE FINANCEMENT EN 2008



## LES COLLABORATEURS DE L'ASBL EN 2008

**Carole Crabbé**, secrétaire générale assume les fonctions de

- secrétaire générale de l'asbl
- coordinatrice de la plate-forme Vêtements Propres
- porte parole de la Campagne Vêtements Propres
- chargée des relations avec les entreprises et les pouvoirs publics
- responsable administrative et comptable

Elle participe et représente la Campagne Vêtements Propres

- dans les lieux et instances identifiés selon sa fonction
- coordination européenne de la Clean Clothes Campaign
- groupe de pilotage international de la campagne Grande distribution
- groupe de pilotage de l'Asia Flour Wage campaign
- groupe entreprise fédéral
- ça passe par ma commune

**Jean-Marc Caudron**, animateur (depuis septembre 2008)

assume les fonctions de

- chargé de l'animation de la plate-forme Vêtements Propres
- chargé de la communication, du relais des appels urgents et des campagnes de sensibilisation

Il participe et représente la Campagne Vêtements Propres

- dans les groupes ad'hoc conformément à ses fonctions et thématiques de travail
- à la coalition Travail décent.
- au groupe « campagne » international de la campagne Grande Distribution



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

**Des dizaines de milliers de citoyens, des centaines d'organisations ont adhéré à la démarche de la campagne " Vêtements Propres ", dans 12 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 mettre en œuvre 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'europanisation.

**La campagne " Vêtements Propres " n'est pas une campagne de boycott ni une campagne protectionniste à l'égard des pays du Sud. Notre 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 inter-pelle aussi les autorités publiques sur leur rôle d'exemple pour promouvoir des achats socialement responsables.

Partout dans le monde, des hommes et des femmes 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**, 32 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.

**Campagne Vêtements Propres**  
**Place de l'Université, 16**  
**B - 1348 Louvain-La-Neuve**  
**Belgique**  
**Tél 010 45 75 27**  
**info@vetementspropres.be**  
**www.vetementspropres.be**



## Campagne VÊTEMENTS PROPRES

### LA PLATE-FORME VÊTEMENTS PROPRES en 2008

En communauté française de Belgique

- ACRF – Femmes en milieu rural
- CRIOC - Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs
- CNCD - Centre National de Coopération au Développement
- CNE – Centrale Nationale des Employés
- CSC – Confédération des Syndicats Chrétiens
- CSC–Textura
- Comité Syndical Européen du Textile, de l'Habillement et du Cuir
- Empreintes asbl
- Etudiants FG TB
- Fédération Nationale des Patros
- FG TB – ABVV
- FG TB Textile, Vêtement et Diamant
- GRESEA - Groupe de Recherche et d'Etude pour une Stratégie Economique Alternative
- Jeunes CSC
- Jeunesses syndicales FG TB
- La Ligue des familles
- Le Monde selon les Femmes
- Mouvement Ouvrier Chrétien
- Oxfam Magasins du monde
- Oxfam Solidarité
- Peuples Solidaires
- Réseau des Consommateurs Responsables
- Réseau Eco-consommation
- Réso J
- SETCA – Syndicat des Employés, Techniciens et Cadres
- Solidarité Socialiste
- Solidarité Mondiale

En Communauté germanophone

- Frauenliga
- Landfrauenverband
- Miteinander Teilen
- Verbraucherschutzzentrale Oostbelgien
- Wetlanden St Vith

