

énéo FOCUS

DÉCEMBRE 2017

Victimes de la mode

THÈMES

Economie

Société

Marchandisation

À DÉCOUVRIR DANS CETTE ANALYSE

Les marques de vêtements ont aussi bien des fournisseurs que des magasins à travers le monde. La concurrence globale entre les marques de vêtements et la recherche du profit maximal mène à la violation des droits fondamentaux des travailleurs dans les pays de production et le non-respect des normes environnementales et de sécurité.

Devons-nous, au nom du profit, nous résigner et laisser faire les multinationales ? Pouvons-nous accepter que des Êtres humains soient exploités juste pour satisfaire notre besoin de plaire ?

QUESTIONS POUR LANCER ET/OU PROLONGER LA RÉFLEXION

Sommes-nous responsables des dérives de la mondialisation ?

Quel est l'impact de mon mode de consommation ? Comment puis-je agir ?

Dans un modèle ultra-libéral, le profit peut-il tout excuser ?

VICTIMES DE LA MODE

« Si tu trembles d'indignation à chaque injustice, alors tu es un de mes camarades. » (Che Guevara).

Nos vêtements sont bien plus que des matières et des fibres, naturelles ou synthétiques, qui servent à nous couvrir. Ils sont une projection de ce que nous souhaitons être ou paraître, consciemment ou non, dans la société. Nous nous exprimons au travers de nos choix afin d'exister, d'être reconnu et l'habillement est un des secteurs qui nous permet d'agir facilement sur notre « look » en fonction de nos désirs afin de nous donner l'impression d'appartenir à la « tribu » tant convoitée. Se conformer à la norme en suivant la mode ou tenter de s'affirmer en la rejetant, notre besoin de plaire finira tôt ou tard par nous confronter à cette industrie de l'habillement qui est un modèle de l'économie globalisée. En effet, nos vêtements sont vraiment des produits globaux : fabriqués d'un côté de la planète et vendus de l'autre.

Le libre-échange solution à la misère ?

Selon les partisans de la « révolution » libérale lancée dans les années 80 par le président Reagan aux États-Unis suivi par Margaret Thatcher au Royaume-Uni, l'essor du libre-échange et la mondialisation des marchés devaient déboucher sur un progrès social et économique.

Malheureusement, ce modèle défendu par l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) n'a engendré que l'accroissement des inégalités dans le monde où les pauvres deviennent de plus en plus pauvres et les riches voient leur fortune s'accroître de manière indécente.

Le marché du textile ne fait pas exception à la règle. Selon un principe présenté comme étant gagnant-gagnant, les pays émergents spécialisés dans la production textile permettent aux populations des pays du Nord de s'habiller à des prix défiant toute concurrence tout en offrant aux populations du Sud de s'extraire de la pauvreté en décrochant des emplois générés dans le secteur de la l'habillement.

Cette utopie économique qui est le rêve de ceux dont elle fait la fortune est malheureusement le cauchemar de ceux qui la subissent.

Le profit à tout « prix » !

Les marques de vêtements H&M, Nike, Zara sont les entreprises du secteur qui ont eu le taux de croissance le plus important en 2017. Elles ont aussi bien des fournisseurs que des magasins à travers le monde. La concurrence globale entre les marques de vêtements et la recherche du profit maximal mène à la violation des droits fondamentaux des travailleurs dans les pays de production et le non-respect des normes environnementales et de sécurités qui engendrent de véritables catastrophes écologiques et humaines.

Même si des ONG luttent en faveur des travailleurs du secteur depuis plus de 20 ans, il aura fallu deux nouvelles catastrophes pour véritablement *toucher l'opinion publique* : l'incendie de l'usine Tazreen Fashion en novembre 2012 et l'effondrement du Rana Plaza en avril 2013 à Dacca, au Bangladesh.

Tazreen Fashion était, à l'époque de l'accident ayant coûté la vie à 113 ouvriers et en blessant plus de 170, un des fournisseurs de Carrefour, Pimkie, Go Sport, Casino, Auchan et C&A. Les ouvriers ont été brûlés vifs, pris au piège par des issues de secours verrouillées, tandis que d'autres ont sauté par les fenêtres au péril de leur vie.

Le Rana Plaza, c'était un bâtiment de 8 étages abritant cinq ateliers de confection textile. L'effondrement de la structure a provoqué la mort de 1138 personnes et plus de 2000 autres ont été blessées dans ce drame qui, à ce jour, reste le plus meurtrier dans l'industrie du textile. L'accident aurait pu être évité car les ouvriers avaient signalé que des fissures apparaissaient sur les murs mais la direction leur a ordonné de continuer à travailler dans le bâtiment.



Dans les décombres, les étiquettes et bons de commande retrouvés ont permis d'identifier les marques qui faisaient affaire avec les ateliers du Rana Plaza.

Au total, 32 marques ont pu être reliées aux ateliers du Rana Plaza: Adler Modemärkte (Allemagne), Ascena Retail (USA), Auchan (France), Benetton (Italie), Bon Marche (Angleterre), C&A (Belgique), Camaïeu (France), Carrefour (France), Cato Fashions (USA), El Corte Ingles (Espagne), Grabalok (Store 21, Angleterre), Gueldenpfennig (Allemagne), Iconix (Lee Cooper, USA), Inditex (Zara, Espagne), JC Penney (USA), Kanz (Kids Fashion Group, Allemagne), Kappa (Italie), Kik (Allemagne), L.C. Waikiki (Turquie), Loblaws (Canada), LPP (Pologne), Mango (Espagne), Manifattura Corona (Italie), Mascot (Danemark), Matalan (Angleterre), NKD (Allemagne), Premier Clothing (Angleterre), Primark (Angleterre/Irlande), PWT (Texman, Danemark), The Children's Place (USA), Walmart (USA) et YesZee (Italie). Seules 12 d'entre-elles ont confirmé faire produire au Rana Plaza, les autres contestant leur implication.

Les problèmes de sécurité des usines d'habillement au Bangladesh sont dénoncés depuis de nombreuses années par ONG et syndicats. Des centaines de travailleurs bangladais ont péri dans des incendies ou des effondrements d'usines depuis 2005.

Qui est responsable ? Les marques commanditaires, les responsables des usines de production, les gouvernements du Nord et du Sud, les clients achetant ces textiles ? Même si tout le monde se rejette la faute, c'est l'ensemble du système qui porte la responsabilité de ces catastrophes.

Les syndicats doivent agir !

En effet mais la situation est complexe.

Le Bangladesh reconnaît la liberté d'association et a ratifié les diverses conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Les travailleurs peuvent donc théoriquement organiser leur représentation, créer ou rejoindre un syndicat mais pour qu'il soit reconnu par le Ministère du travail, ce dernier doit fournir la liste de ses leaders et de ses affiliés. Liste qui est ensuite envoyée à l'entreprise pour contrôle ce qui permet à l'entreprise concernée de se débarrasser des travailleurs « récalcitrants ».

Être syndiqué au Bangladesh est quelque chose que l'on cache souvent afin de préserver son emploi. Le travailleur syndiqué réalise un véritable travail d'infiltration permettant au syndicat d'être informé de ce qui se passe à l'intérieur des usines de textile. C'est également un travail très risqué puisque certains employeurs peu scrupuleux peuvent faire littéralement disparaître un porte-parole un peu trop encombrant.

La National Garment Workers Federation (NGWF) est le syndicat le plus important du secteur au Bangladesh, ses affiliés sont passés de 37000 membres en 2013 à plus de 65000 en 2017. Vu son importance, elle est à même de (tenter de) négocier avec la Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA). Mais les avancées sociales (respect du salaire minimum, implémentation du salaire vital, normes de sécurité et incendie,...) n'auraient pu voir le jour sans le soutien des ONG, de certains États dont l'Union Européenne, l'OIT, l'Organisation des Nations Unies et la mobilisation de simples citoyens indignés par ces crises à répétition.



Un « réveil » difficile, des avancées « spectaculaires »

Il est dommage de constater que sans des catastrophes, rien ne bouge réellement aux niveaux politique, économique et social. Et ce constat est malheureusement comparable partout dans le monde.

Dans le cas du secteur de l'habillement, la médiatisation de ces catastrophes et des marques associées ont provoqué une telle indignation à travers le monde que les autorités et la société civile, tant au Sud, qu'au Nord, n'ont eu d'autres choix que d'agir.

Accord sur la sécurité des bâtiments et la prévention des incendies

Les marques se sont finalement engagées à agir pour éviter de tels drames à l'avenir. Aujourd'hui, 260 marques et enseignes ont signé l'« Accord » sur la sécurité des bâtiments et la prévention des incendies. Cet Accord juridiquement contraignant est historique. Sa mise en œuvre permettra de sauver des vies.

Malheureusement, 27 multinationales majoritairement nord-américaines ont refusé de signer l'Accord, qu'elles jugeaient trop contraignant. Elles ont créé un dispositif alternatif intitulé « Alliance » qui est piloté par les entreprises elles-mêmes, non transparent et non contraignant.

Plan d'indemnisation des victimes

Mise en place d'un modèle d'indemnisation approprié pour les victimes d'accident du travail au Bangladesh, les organisations syndicales locales et internationales et la Clean Clothes Campaign ont, avec certaines enseignes et l'Organisation internationale du travail, mis en place un fonds d'indemnisation, financé par les contributions des enseignes qui s'approvisionnent au Bangladesh. La méthode de calcul de l'indemnisation est basée sur les principes édictés dans la Convention 121 de l'Organisation Internationale du Travail sur les prestations en cas d'accident du travail et prend en compte les dommages subis et la perte de revenu des travailleurs blessés et des familles des travailleurs tués.

Responsabilité des marques et enseignes : le devoir de diligence raisonnable

Selon les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme, les entreprises sont tenues de faire preuve de diligence raisonnable pour s'assurer de ne pas porter atteinte aux droits de l'Homme. Elles doivent également parer aux incidences négatives dans lesquelles elles ont une part.

Elles doivent donc démontrer que leurs politiques et leurs pratiques permettent effectivement le respect des droits humains et notamment le droit à un salaire vital. Ces principes directeurs donnent également un rôle aux gouvernements. Ils doivent protéger toutes populations, même à l'étranger, des atteintes aux droits humains de la part d'entreprise présentes sur leur territoire.

Le combat n'est pas fini !

Un travail décent, un salaire décent voire un salaire vital, il y a encore du chemin à faire dans ce domaine. Partout en Asie, les gouvernements établissent des niveaux de salaire minimum que les entreprises sont tenues de respecter. Cependant, dans tous les pays producteurs de vêtements, ces niveaux de salaire minimum sont loin d'être suffisants. Ils ne permettent pas aux travailleurs de vivre et de se nourrir correctement.

Ces rémunérations sont pourtant celles fixées par les gouvernements, suite à des négociations tripartites, au titre de salaire minimum légal pour les travailleurs de l'habillement. Elles correspondent donc aux salaires de base de millions de travailleurs fabriquant les vêtements que nous portons, qu'ils proviennent d'Asie et d'Europe orientale. La pression concurrentielle entre marques, usines ou entre pays de production fait que ces minimaux déjà sous-évalués deviennent en réalité des plafonds infranchissables sauf en accumulant d'innombrables heures supplémentaires.

Pour atteindre un salaire qui lui permet de vivre et de faire vivre décemment sa famille, une travailleuse du Bangladesh devrait par exemple travailler plus de 22 heures par jour ! 6 jours sur 7 ! Tout simplement impossible.

Un salaire vital correspond à une rémunération gagnée en une durée normale de travail qui couvre les besoins essentiels du travailleur et de sa famille : se loger, se nourrir, se vêtir, se soigner, accéder à l'éducation et lui procure un revenu discrétionnaire qu'il peut éventuellement épargner.

Savez-vous que sur une chemise vendue 29 € en Europe, seuls 0,18 € vont dans la poche de la couturière ? Vous comprendrez donc assez facilement qu'il serait possible d'augmenter le salaire des ouvriers du textile sans que cela ait un impact sur notre portefeuille.

DÉCOMPOSITION DU PRIX D'UN T-SHIRT



Source: Fair Wear Foundation
© Atomo Design

Que pouvons-nous faire concrètement ?

L'idée n'est pas de culpabiliser le public mais plutôt de le conscientiser.

La prochaine fois que vous devrez faire des achats, renseignez-vous d'abord sur les marques et posez-vous les questions suivantes :

- Dans quel pays leur vêtements sont-ils produits ?
- Les conditions de travail dans les pays producteurs sont-elles respectées ?
- Les travailleurs reçoivent-ils un salaire vital ou simplement le salaire minimum légal ?
- Réalisent-ils des contrôles indépendants dans les usines de production ?
- Sont-ils membre de la Fair Wear Foundation ?

Où trouver facilement ces informations ?

- Sur www.fairwear.org, vous trouverez toutes les marques qui en sont membres et qui peuvent donc offrir des garanties de bonnes pratiques.
- Achact (www.achact.be) vous donnera également de nombreuses informations et vous propose même des fiches « profils » présentant les engagements et pratiques des marques en matière de salaire vital.
- www.vetementsclean.be
- www.cleanclothes.org

Pour conclure

Cette analyse a été inspirée par des faits s'étant déroulés au Bangladesh mais la situation est similaire dans tous les pays producteurs dans le secteur du textile, de l'habillement et de la chaussure. Secteurs bafouant encore aujourd'hui les droits des travailleurs (même en Europe), ne respectant pas les règles minimum de sécurité et d'hygiène sans oublier que ces secteurs sont également responsables de catastrophes écologiques.

Le combat n'est donc pas terminé et nous pouvons, chacun à notre mesure, faire bouger les choses tant ici, au Nord, que là-bas, au Sud.

Franck Moinil

POUR ALLER PLUS LOIN...

www.achact.be

www.solmond.be

www.vetementsclean.be

www.ethique-sur-etiquette.org

www.ilo.org

www.ccf-d-terresolidaire.org

www.aftenposten.no/webtv/#!/kategori/10514/sweatshop-deadly-fashion, 2016

truecostmovie.com, 2015

www.ngwfbd.com

www.bgmea.com.bd

Pour citer cette analyse

Moinil F., (2017), « Victimes de la mode », *Énéo Focus*, 2017/ 30.

***Avertissement** : Les analyses Énéo ont pour objectif d'enrichir une réflexion et/ou un débat à propos d'un thème donné. Elles ne proposent pas de positions avalisées par l'asbl et n'engagent que leur(s) auteur(e)(s).*

Énéo, mouvement social des aînés asbl
Chaussée de Haecht 579 BP 40 – 1031 Schaerbeek - Belgique
e-mail : info@eneo.be – tél. : 00 32 2 246 46 73

En partenariat avec



Avec le soutien de