



## **Campagne Vêtements Propres**

### **Rapport d'activités 2004 de la coordination**

# Sommaire

– Edito	– p.3
– Une ASBL au service d'une plate-forme	– p.4
– La Campagne Play Fair at the Olympics	– p.6
– Appel Urgent Haïti	– p.7
– Non merci Saint Nicolas – 2004	– p.8
– Consultation pour une initiative de vérification indépendante	– p.10
– Rencontre européenne élargie des campagnes Vêtements Propres	– p.11
– Les Réunions de la plate-forme Vêtements Propres	– p.12
– Le Groupe entreprise	– p.12
– Recherche action sur les pratiques d'achats	– p.12
– Atelier créatif de conception du site internet	– p.12
– Les réunions de concertation pour la campagne Olympique	– p.13
– Interventions – formations – Conférences	– p.14
– Revue de presse globale de la Campagne Olympique	– p.15
– Présentation de la Campagne et des organisations membres de la plate-forme	– p.16

couverture : Action de remise des pétitions à Fila Belgique, septembre 2004  
photo : Tineke d'Haese - copyright Oxfam Solidarité

# CAMPAGNE VÊTEMENTS PROPRES

## RAPPORT D'ACTIVITÉS DE LA COORDINATION - 2004 -

### **Edito**

2004 a marqué un tournant pour la Campagne Vêtements Propres. Comme le mur qui, brique après brique, sort progressivement de l'eau, l'impact de notre action devient visible : nous remportons des succès ! Des mobilisations de travailleurs soutenues à leur demande par la Campagne portent des fruits. Des entreprises (en particulier de grandes marques de vêtements et de chaussures de sport) s'investissent dans des démarches sérieuses de mise en œuvre de leurs codes de conduite aboutissant à de meilleures conditions de travail. Cela reste encore insuffisant mais c'est déjà un fameux chemin parcouru depuis 1996 et le démarrage de la campagne Vêtements Propres en Belgique francophone. Les 48 organisations membres de la plate-forme, et en particulier la quinzaine d'organisations qui y sont réellement actives sont en droit de s'en féliciter. Notre action a contribué à éveiller la critique des consommateurs en matière de conditions sociales de production, à faire avancer la dimension mondiale dans les revendications des travailleurs et à construire sur le terrain un mouvement de citoyens altermondialistes qui exige que l'économie soit au service de l'humain et pas l'inverse.

La Campagne doit aujourd'hui relever le défi de communiquer ces avancées tout en en faisant une source de mobilisation accrue. C'est l'enjeu que nous voulons rencontrer ces prochaines années en intensifiant le relai d'appels urgents à l'action en provenance de travailleurs mobilisés pour la défense de leurs droits et l'amélioration de leurs conditions de travail, et en mettant en place un système d'information sur les avancées - ou les reculs - réalisés par les entreprises, via la site internet [www.vetementspropres.be](http://www.vetementspropres.be).

Cela nécessite aussi de maintenir une vigilance critique et une approche constructive par rapport aux évolutions en cours en restant fidèles et concentrés sur nos objectifs de départ : des résultats concrets pour les travailleurs, en terme de respect de leurs droits, le renforcement des organisations de travailleurs et l'amélioration durable des conditions de travail. C'est dans ce contexte que doit se discuter l'éventuelle participation d'organisations membres de la plate-forme à une initiative européenne de vérification indépendante, multipartite.

Les acquis engrangés demandent aussi d'orienter la campagne en conséquence, ciblant en priorité les goulots d'étranglement ; les marques secondaires dont l'immobilisme freine des avancées sectorielles, la grande distribution qui par ses pratiques d'approvisionnement et son quasi monopole du marché exerce une pression de plus en plus forte sur les secteurs industriels et par conséquent sur le respect des droits des travailleurs.

### **2004 – Une coordination au service des membres de la plate-forme**

Enfin, le développement de la Campagne passe par une redéfinition des rôles de chacun. Nous nous y sommes attelés en 2004. L'autonomisation institutionnelle de la coordination et son positionnement au service des membres de la plate-forme ont permis dès 2004, une plus grande participation et prise d'initiatives et de responsabilité de membres de la plate-forme. Elle ouvre la voie à une diversification des actions. Le plan stratégique dont nous nous sommes dotés montre les directions, jusqu'en 2008, permettant à chaque membre de la plate-forme de planifier ses engagements à moyen terme.

Si la machine est en ordre de marche, reste un défi de taille à relever : financer sa coordination. Nous nous y travaillons !

Carole Crabbé  
coordinatrice de la campagne, secrétaire générale de l'asbl

### **Les grands moments 2004**

La Campagne Play Fair at the Olympics et le Forum International à Bruxelles

- La troisième phase de la campagne Non merci Saint Nicolas dont la mise en route de la Recherche Action et la sensibilisation du consommateur moyen
- L'appel urgent Haïti (et le succès de la lutte des travailleurs engrangé début 2005)
- La consultation pour une initiative de vérification indépendante
- L'évolution institutionnelle de la coordination

## UNE ASBL AU SERVICE D'UNE PLATE-FORME

En 2004, les organisations membres de la plate-forme *Vêtements Propres* ont décidé de doter la Campagne d'une coordination autonome structurée sous forme d'association sans but lucratif. L'esprit qui préside à la création de cette entité est illustré par le schéma de la page suivante. Conformément à cet esprit, les organisations qui participent aux instances de l'asbl sont issues de la plate-forme et s'investissent dans l'asbl dans un souci de soutien à la coordination et de durabilité de la campagne *Vêtements Propres*.

### Les instances de l'asbl

L'assemblée générale constitutive de l'association sans but lucratif *Campagne Vêtements Propres* s'est tenue le 18 mars 2004 réunissant les membres fondateurs (tous membres de l'assemblée générale), à savoir :

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

Lors de cette assemblée ont été élus les administrateurs de l'asbl, à savoir :

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

### Le Conseil d'administration s'est réuni à trois reprises en 2004

#### - Le 18 mars 2004,

**objets** : répartition des mandats

- Présidence : Oxfam Magasins du monde,
  - Trésorier : CNCD,
  - Secrétaire : GRESEA,
  - Administrateur : Action Chrétienne Rurale des Femmes)
- et nomination de Carole Crabbé, secrétaire générale de l'asbl.

#### - Le 19 mai 2004

**objets** : budget 2004, convention de financement, convention de mise à disposition de locaux, d'équipements et de consommables, contrat de travail de la secrétaire générale, dossier de reconnaissance éducation permanente, procédure visant à doter l'asbl d'un règlement d'ordre intérieur

#### - Le 9 septembre 2004

**objets** : suivi financier, demande de subvention Région Wallonne pour le développement du site internet autonome, examen d'une demande de partenariat financier avec Misereor pour la campagne Jouets (refusé par le CA), dossier de reconnaissance éducation permanente, initiation méthodologique d'un plan stratégique

## LES COLLABORATEURS DE LA COORDINATION EN 2004

- **Carole Crabbé** : coordinatrice - salariée

Nos très chaleureux remerciements s'adressent à

- **Emeline Danthine** : atelier créatif internet et archivage photos - bénévole de septembre à décembre 2004

- **Martin Hearson** : internet, base de données, recherche - bénévole de septembre à décembre 2004

- **Anne Céline Kairis** : préparation logistique du Forum International - bénévole mars-avril 2004

- **Constant Piscart** : préparation du compte-rendu analytique du Forum International - assimilé bénévole mai-juin 2004

- **L'équipe de permanents** d'Oxfam Magasins du monde qui a soutenu la préparation et la tenue du forum international

## Plate-forme Vêtements Propres

### Membres :

Toutes les organisations actuellement signataires de la campagne Vêtements Propres :

- ONG
- Syndicats,
- Organisations socio-culturelles
- Organisations de consommateurs
- Organismes de recherche

### Rôle de la plate-forme

Définir les options et orientations à suivre dans le cadre de la campagne VP, et donc, les axes et balises des actions menées par l'asbl selon les 4 missions suivantes :

- Sensibilisation et information du public et production de services, d'analyses et d'études
- Interpellation des entreprises
- Interpellation des pouvoirs publics
- Solidarités avec des travailleurs e.a. sur le plan international

### Fonctionnement de la plate-forme

La plate-forme joue le rôle de chambre de réflexion, d'échanges et de propositions. Le mode de fonctionnement de la plate-forme et les prises de décisions se font dans une volonté de recherche du consensus. Elles doivent cependant être plus formalisées au'actuellement..

### L'asbl

- produit des études et analyses, d'initiative ou à la demande de la plate-forme (dans le cadre des 4 missions définies)
- produit des services et mène des actions de sensibilisation et d'information pour le compte de la plate-forme et dans le cadre des 4 missions définies.

### La plate-forme

- décide avec force obligatoire en ce qui concerne l'action de coordination réalisée par l'asbl
- initie ou incite des actions menées par les membres eux-mêmes.
- détient le nom « Vêtements Propres »
- délègue la représentation nationale et internationale de la campagne au (à la) secrétaire général (e) de l'asbl qui en rend compte à la plate-forme.

### Assemblée générale de l'asbl :

- définit les orientations générales de l'association
- se réunit au moins une fois par an.

### Conseil d'administration de l'asbl :

- est composé de minimum 4 administrateurs.
- Est ouvert à la participation de personnes invitées
- met en œuvre la politique générale de l'association
- se réunit au moins 3 fois par an.

### Le (la) secrétaire général(e) de l'asbl:

- coordonne la campagne
- en est le porte-parole
- coordonne le personnel exécutif
- assure la gestion exécutive
- met en œuvre le budget
- assure les représentations extérieures
- dispose d'une autonomie en matière de gestion de l'asbl et en matière d'organisation et de mise en œuvre des actions menées par l'asbl.

## ASBL Campagne Vêtements Propres

### Membres :

Les organisations qui désirent s'y investir, issues de la plate-forme.

## LA CAMPAGNE PLAY FAIR AT THE OLYMPICS

### **Plus de 90.000 pétitions signées en Belgique ! Pour la première fois, des organisations de travailleurs s'approprient la campagne dans les pays de production...**

*En Belgique, la Campagne Olympique menée de mars à septembre a interpellé Adidas (principal sponsors de l'équipe olympique nationale) et Fila. Le Comité olympique et interfédéral belge était aussi en point de mire. Nous demandions l'intégration du respect des droits fondamentaux des travailleurs dans leurs pratiques d'achats.*

*La Campagne Vêtements Propres s'est particulièrement investie dans l'organisation du Forum international de Bruxelles, en avril 2004. Cette rencontre enrichie par les multiples témoignages d'acteurs de terrain d'Europe, d'Asie, d'Amérique du Nord et du Sud, fut l'occasion d'un état des lieux après 10 ans de mobilisation internationale visant l'industrie des vêtements et des chaussures de sport. Adidas, la Fédération mondiale de l'industrie du sport et le COIB ont répondu présents. Fila n'a pas donné suite à notre invitation ! C'est à l'image de l'attitude respective de ces deux sociétés vis-à-vis de la Campagne. Alors que Fila n'exprime qu'une très superficielle prise en considération de nos demandes, Adidas fait preuve d'une attitude globalement plus constructive. Dans le cas précis d'un conflit social chez un de ces principaux fournisseurs indonésiens, Panarub, dont un des travailleurs licenciés était présent au Forum, Adidas accepte pour la première fois de payer plus par paire de chaussures produites pour rendre possible des améliorations sociales.*

*Des avancées, encore timides certes, sont aussi enregistrées en matière d'approche sectorielle et d'étude de l'impact des pratiques d'achats sur les conditions de travail (cherchant la collaboration de l'Organisation Internationale du Travail). Mais un plan de travail est dressé. Il devrait nous conduire au moins jusqu'aux Jeux Olympiques d'Athènes en 2008*

### **Tout un programme d'ici aux JO de Pékin en 2008 !**

*Ce plan de travail concerté entre ONG et syndicats est sur la table de toutes les entreprises du secteur, de la fédération internationale sectorielle (WFSGI), et du Comité international olympique (CIO). Il trace les lignes fortes de nos prochaines campagnes « sportives ». Il porte sur :*

- *Le droit des travailleurs de s'organiser et de négocier des accords globaux.*
- *L'harmonisation des codes de conduite et le recours à une vérification indépendante en collaboration avec des organisations locales qui ont la confiance des travailleurs.*
- *Le rôle à prendre par l'Organisation Internationale du Travail en matière de mise en oeuvre des codes et en matière de vérification.*
- *La cohérence entre les engagements éthiques et les pratiques d'achats des entreprises.*

### **Activités 2004**

Au niveau international, la Campagne Play Fair at the Olympics a vu le jour à l'initiative de trois alliés : le réseau de la Clean Clothes Campaign, les membres d'Oxfam International et la Fédération syndicale internationale Global Unions. En Belgique, les membres de ces deux dernières fédérations sont également parties prenantes de la plate-forme Vêtements Propres (FGTB, Oxfam Solidarité, Oxfam Magasins du monde). C'est donc tout naturellement que la Campagne Vêtements Propres a pris en Belgique francophone et germanophone un rôle de coordination générale de la Campagne Olympique.

– La Campagne Vêtements Propres a invité d'autres **membres de la plate-forme** à se joindre à la Campagne Olympique de manière générale ou ponctuelle (Solidarité mondiale, CSC, ACRF, GRESEA, les organisations germanophones membres de la plate-forme)

– La Campagne Vêtements Propres a veillé à l'organisation des **réunions de concertation** (7 réunions détaillées p.9), et y a relayé nationalement les informations et demandes émanant de la campagne internationale dont la version française du rapport de recherche sur lequel se fonde l'argumentation de la Campagne Olympique, les avancées en terme de lobby et le programme de travail vers les J.O. de Pékin en 2008.

– La Campagne Vêtements Propres a rédigé les **communiqués de presse communs** (lors du lancement de la campagne, du passage de la flamme olympique à Bruxelles, de l'accueil à Arlon des cyclistes en route pour Athènes et de la remise des pétitions),

– La Campagne Vêtements Propres a organisé les **contacts avec les entreprises** (et le COIB),

– La Campagne Vêtements Propres a développé des actions propres telles que **l'action vis-à-vis de Fila Belgique**,

– La Campagne Vêtements Propres a organisé un **Forum international** qui, les 21 et 22 avril 2004, a réuni au sein de la Maison Internationale des Syndicats, à Bruxelles, 115 participants, sympathisants de la campagne et représentants d'organisations de travailleurs et d'ong de Belgique, d'Europe, des Etats-Unis et d'Asie, des représentants de l'industrie (Adidas et la Fédération Mondiale de l'Industrie du Sport) et du COIB. Elle a publié le rapport de ce forum en français et en anglais.

# APPEL URGENT HAÏTI

## Conflit social chez un fournisseur de Levi's, en Haïti

Le 12 juillet 2004, à l'appel de la Campagne Vêtements Propres, plusieurs organisations membres de la plate-forme dont la FGTB, le SETCA, la CSC, la CNE, Solidarité mondiale, Oxfam-Magasins du monde, Oxfam Solidarité, le GRESEA, le CRIOC et Peuples Solidaires, ont lancé un appel urgent à Levi's. Elles relaient un appel international dénonçant de graves violations des droits des travailleurs chez un fournisseur de Levi Strauss en Haïti. Ces organisations exigent de la part de Levi's des démarches concrètes pour mettre fin aux pratiques sociales inacceptables de son fournisseur et respecter ainsi son propre code de conduite.

La représentante du syndicat Batay Ouvriyé était de passage en Belgique le 12 juillet. Ce fut l'occasion de faire le point devant la presse et d'interpeller Levi's Europe dont le siège est à Bruxelles. Car l'affaire n'est pas mince. Il s'agit du licenciement massif de 300 travailleurs, de répression anti-syndicale, de pratiques sociales et sanitaires douteuses et d'intervention d'hommes armés dans l'enceinte de l'usine haïtienne de Grupo M, le plus gros fournisseur de Levi's dans les Caraïbes.

### Levi's doit faire respecter les droits des travailleurs

Le code de conduite de Levi's garantit e.a. que ses fournisseurs n'entraveront pas le droit des travailleurs à s'associer librement en syndicat. La campagne Vêtements Propres constate que Levi's ne fait pas respecter son code de conduite dans l'usine de son fournisseur Grupo M à Ouanaminthe. La campagne Vêtements Propres dénonce cette situation. Elle demande à Levi's d'exiger de son fournisseur Grupo M de réintégrer tous les travailleurs licenciés, y compris les dirigeants du syndicat et d'engager un dialogue sérieux avec le SOKOWA et la fédération ESPM-Batay Ouvriye. Levi's doit faire savoir à Grupo M que ces démarches sont essentielles pour résoudre le conflit social au sein de l'usine et qu'il est prêt à rompre toute relation commerciale avec Grupo M si ces démarches ne sont pas réalisées.

En bref, la campagne Vêtements Propres demande à Levi's de respecter son code de conduite en exigeant de son fournisseur

- la réintégration de tous les travailleurs licenciés
- le retour vers l'usine de Ouanaminthe de la production transférée en République Dominicaine
- la remise en route des 10 modules de production actuellement à l'arrêt
- le retour à la table de négociation avec SOKOWA et la fédération ESPM-Batay Ouvriye

Début 2005, nous apprenons qu'un processus de médiation est mis en place, qu'il aboutit rapidement à la réintégration des travailleurs licenciés et à la mise en place d'une commission paritaire. C'est une victoire pour les travailleurs. D'autant plus importante qu'elle conclut favorablement le premier conflit social dans une zone franche haïtienne. (suivi d'info sur [www.vetementspropres.be](http://www.vetementspropres.be))

### Activités 2004

La Campagne Vêtements désire relayer plus systématiquement des appels urgents émanant de travailleurs mobilisés et organisés pour défendre leurs droits. Il s'agit en effet d'un moyen efficace et concret de soutenir, souvent avec succès, les initiatives de travailleurs. Il s'agit aussi d'offrir au public (via les quelques milliers d'adresses email enregistrées dans la base de données et via les médias) une possibilité réelle d'information et d'action.

- La Campagne Vêtements Propres a organisé le 12 juillet 2004 une **conférence de presse** en présence de Yannick Etienne représentante de la fédération syndicale haïtienne Batay Ouvriyé. Levi's a alors refusé de nous recevoir

- La Campagne Vêtements Propres a diffusé sur son site en juillet 2004 l'information de base, une **lettre-type à adresser à Levi's**, puis, en décembre, une actualisation de la situation. (Nouvelle **actualisation** cf [www.vetementspropres.be](http://www.vetementspropres.be))

- La Campagne Vêtements Propres a rencontré le **directeur international de Levi's** ainsi que le directeur européen de Levi's en charge des codes de conduite le 15 décembre 2004

- La Campagne Vêtements Propres met actuellement au point un **système d'Appel Urgents** intégré à son site internet (prêt en 2005)

## NON MERCI SAINT NICOLAS - 2004

**225 euros, c'est le budget moyen consacré chaque année à l'achat de jouets neufs pour chaque enfant en Belgique. Cela correspond à 4,5 mois de salaire d'une travailleuse du jouet en Chine. Des situations de travailleurs en poste de production jusqu'à minuit, sans droit au repos, sans sécurité en cas de maladie, sans congé de maternité, épuisés après 4 à 5 mois de travail et renvoyés dès la fin de la haute saison ont toujours cours aujourd'hui, notamment en Chine (où sont produits 70% des jouets vendus dans le monde).**

L'action " Non merci Saint Nicolas !" lancée en 2002 dénonce les pratiques d'achats des grands marchands de jouets. Depuis, des milliers de consommateurs ont adressé une carte de campagne aux quatre principaux distributeurs de jouets belges, Carrefour Belgique, Cora, Maxi Toys et Colruyt/Dreamland. La guerre des prix qu'ils mènent se traduit par une surconsommation de jouets et par l'exploitation de ceux et de celles qui les fabriquent.

En 2003 et 2004, la Campagne Vêtements Propres et son principal partenaire chinois, le Hong Kong Christian Industrial Committee ont mené des recherches à Hong Kong, en Chine continentale et en Belgique pour comprendre l'impact des pratiques d'achats des principaux distributeurs et des marques de jouets sur les conditions de travail dans les usines chinoises.

Ces enquêtes montrent que le recours des distributeurs et des marques à des pratiques de gestion privilégiant la plus grande rentabilité financière à court terme, comme le fameux just in time par exemple, a un impact en terme de précarité d'emploi, de surcharge d'heures supplémentaires, de pression salariale, etc. On est très loin des engagements éthiques pris par certains distributeurs.

La Campagne Vêtements Propres ne promeut pas le boycott. Mais

- Le droit de savoir : Exiger de l'information sur les conditions de fabrication, le respect des droits des travailleurs et les pratiques d'achats des distributeurs et marques de jouets.
- Le droit de s'organiser : Renforcer l'organisation des travailleurs pour qu'ils défendent leurs droits. Promouvoir la liberté syndicale.
- Le droit de négocier : Des critères sociaux clairs, basés sur les Conventions de l'Organisation Internationale du Travail et une régulation internationale contraignante pour les entreprises multinationales.

La Campagne Vêtements Propres veut

### **Replacer le travailleur au coeur du progrès social**

En matière de codes de conduite, la campagne demande aux distributeurs belges d'être attentifs aux points suivants :

- La nécessaire harmonisation des codes de conduite et la prise en compte de l'ensemble des droits fondamentaux des travailleurs.
- La mise en place de systèmes permettant la participation des travailleurs au monitoring (procédures de plaintes, etc.)
- L'information et l'éducation des travailleurs des unités de production en collaboration avec les organisations qui les représentent.
- Le partage des efforts entre toutes les entreprises parties prenantes, entre autres en modifiant des pratiques d'achats qui iraient à l'encontre des objectifs assignés à la responsabilité sociale.
- La transparence vis-à-vis de toutes les parties prenantes, y compris les consommateurs sur base d'une vérification indépendante.

.../...

### **Activités 2004**

En deux années d'action (2002-2003), la campagne Non merci Saint Nicolas avait atteint un bon niveau de sensibilisation du public et d'interpellation des entreprises du secteur en Belgique. Après un démarrage en 2002, la publication du livre *Jouets de la mondialisation* et l'envoi massif de cartes postales vers les 4 principaux distributeurs de jouets en Belgique, l'action Non merci Saint Nicolas 2003 s'était singularisée par la qualité de la sensibilisation du public (dépliant-jeu) de l'enquête auprès des entreprises de production et de distribution et l'excellente diffusion du matériel.

Cependant cette campagne ne se traduit pas encore en engagements sérieux de la part des entreprises ni à fortiori en un meilleur respect des droits des travailleurs.

La Campagne Vêtements Propres a donc veillé en 2004 à

- Lancer la **Recherche Action** sur les pratiques d'achats des distributeurs visant l'élaboration d'un outil de formation et d'interpellation en entreprise sur l'impact des pratiques d'achats sur les conditions de travail. En 2004, trois séances de travail ont été réalisées (voir p.10).

- Publier une **nouvelle affiche** afin d'appuyer le travail de sensibilisation des organisations. Conçue en collaboration avec des membres volontaires (Le Monde selon les Femmes, le MCP, le GRESEA, le CRIOC, Solidarité mondiale), l'affiche a été diffusée par la FUCID, Solidarité mondiale, Etudiants FGTB, Oxfam Magasins du monde, ACRF. Un mailing a été réalisé auprès de 1000 contacts enseignants de Communauté française. L'affiche et son verso ont été imprimés sur deux pages dans Le Ligueur du 10 novembre.

- Diffuser sur **internet** l'information et le fruit de nouvelles recherches en Chine [www.vetementspropres.be](http://www.vetementspropres.be)

- Lancer un **Communiqué de presse** (au même moment et en complément de celui de Test Achats annonçant son test de jouets en matière éthique) qui a

.../...



## **Connaître le salaire du travailleur dans le prix du nounours en magasin**

*En matière de pratiques d'achats, la campagne Vêtements Propres demande aux distributeurs belges de tenir compte globalement des implications du respect des engagements éthiques dans les pratiques d'achats (délais de livraison et prix) :*

- *En dégageant lors des audits, des informations susceptibles d'évaluer l'adéquation des pratiques d'achats et d'éventuellement dégager un plan correctif les concernant en matière de délais de livraison, de prix, d'externalisation des coûts, etc.).*
- *En arrêtant de recourir à des pratiques d'achats telles que les enchères inversées sur internet qui privilégient des relations commerciales de très courte durée et exacerbent la pression sur les prix et les délais de livraison.*
- *En mettant un frein volontairement ou à travers une éventuelle régulation publique à la guerre des prix entre distributeurs qui est à la source d'une pression déraisonnable sur les prix aux producteurs*

*suscité une dépêche Belga, des articles dans La Libre Belgique (27-28/11), Le Soir (30/11), Alter Business News (30/11), La Libre Entreprise (la page 3 du 04/12/04) et dans la presse associative, des interviews diffusés sur La Première et Vivacité*

- Réagir à la communication de **Colruyt / Dreamland** à propos du contrôle de sa charte sur le travail des enfants et les conditions de travail.

- **Préparer l'intégration de l'action dans une stratégie de campagne internationale** à plus long terme sur les acteurs de la grande distribution qui conduisent l'ensemble du secteur dans une logique de prix bas, à l'encontre d'une durabilité économique et sociale.

## CONSULTATION POUR UNE INITIATIVE DE VÉRIFICATION INDÉPENDANTE

*Si, aujourd'hui, les droits fondamentaux des travailleurs sont régulièrement bafoués, ce n'est pas tant par manque de normes reconnues internationalement que par défaut d'application et de contrôle. L'action des syndicats au sein des entreprises et en tant que parties prenantes de concertations tripartites est centrale en cette matière. La nécessité de rassembler des coalitions étendues pour mener un travail sur le plan politique s'avère de plus en plus incontournable. Mais, au vu de la tendance actuelle à déréguler, il ne pourra porter de fruits qu'à long terme.*

*Au sein de la Campagne Vêtements Propres, dans une optique de mobilisation d'acteurs et de proposition, des organisations de développement, des organisations de consommateurs et des syndicats s'adressent ensemble à des entreprises et à des fédérations d'entreprises, à travers des actions de solidarité avec les travailleurs, des actions de consommateurs et d'interpellation des pouvoirs publics. Ils désirent stimuler et contribuer à une action politique par des actions portant de premiers résultats à plus court terme.*

*Au milieu des années 90, après une première période de campagne au niveau international principalement centrée sur des dénonciations de cas concrets de violations des droits des travailleurs dans les chaînes d'approvisionnement des distributeurs européens, une approche structurelle s'est progressivement imposée. Il s'agissait de contrer le développement par les entreprises de chartes et autres codes fantaisistes et de les contraindre à respecter les droits des travailleurs en se dotant de lignes de conduite faisant référence à des droits internationalement reconnus, mises en oeuvre et vérifiées de manière crédible, en renforçant durablement la position des travailleurs. C'est ainsi qu'en 1998, après deux ans de discussions internationales intensives avec, entre autres, les principales fédérations syndicales internationales, la Campagne Vêtements Propres a publié son code de conduite de référence.*

*Ce code exige que les distributeurs et les marques respectent les droits fondamentaux des travailleurs et les fassent respecter dans toutes leurs filières d'approvisionnement en vêtements.*

*Les entreprises doivent également accepter un contrôle de la part d'instances indépendantes, spécifiquement créées à cette fin et dans lesquelles sont représentés les ONG et les syndicats. Le code ne peut en aucun cas se substituer aux processus de négociation collective ni aux lois ou services d'inspection du travail nationaux.*

*Suite à la publication de ce code, la Campagne Vêtements propres internationale s'est investie dans la définition d'un système de vérification assurant la participation des travailleurs et la transparence vis-à-vis des consommateurs. Des projets-pilotes ont été réalisés avec plusieurs entreprises. C'est du projet-pilote néerlandais qu'est issue la Fair Wear Foundation, système de vérification indépendante actuellement le plus abouti. Une quinzaine d'entreprises en sont actuellement membres. Elles adhèrent au code de conduite de la Campagne et s'investissent dans un processus contractualisé de mise en conformité progressive de leurs filières d'approvisionnement en se pliant au contrôle organisé par la FWF avec des partenaires locaux.*

*La FWF est actuellement active aux Pays-Bas. Un processus de consultation est en cours en Belgique et au sein des plates-formes européennes pour étudier la mise en place d'un système similaire au niveau européen.*

### Activités 2004

Les organisations membres de la plate-forme sont-elles en faveur de la création d'une initiative européenne de vérification basée sur le modèle développé par la Fair Wear Foundation ? Si oui, dans quelles conditions ? C'est la question soumise à consultation dans le cadre d'un processus lent et rythmé.

– La Campagne Vêtements Propres a publié le **dossier documentaire *Tout est sous contrôle*** en vue de la séance de travail du 13/02/04. Ce dossier replace la démarche de vérification dans son contexte et compare plusieurs systèmes de vérification existants. Il a été diffusé auprès des organisations membres de la plate-forme Vêtements propres

– La Campagne Vêtements Propres a organisé un **séminaire** le 13/02/04 à Bruxelles, en présence de Frans Papma, directeur de la FWF néerlandaise. 16 représentants d'organisations y ont participé y trouvant matière à alimenter les débats internes au sein de leurs organisations respectives.

– La Campagne Vêtements Propres a publié en juillet 2004, la **note de travail *Création d'une initiative de vérification active en Belgique du type de la FWF***. Afin de proposer un canevas renouvelé de consultation. Ce dossier a été diffusé auprès de toutes les organisations membres de la plate-forme

– La consultation se poursuit en 2005



## RENCONTRE EUROPÉENNE ÉLARGIE DES CAMPAGNES VÊTEMENTS PROPRES

*Les coordinateurs nationaux des campagnes Vêtements Propres européennes se réunissent au moins 3 fois par an et ont l'occasion de participer à des séminaires de formation ou d'approfondissement en relation avec des thématiques développées par les campagnes. Une fois tous les deux ans, se tient une rencontre européenne, élargie cette fois à des représentants d'organisations membres des plates-formes nationales. Une fois sur deux (tous les 4 ans, donc) la réunion s'élargit aux partenaires internationaux : représentants d'organisations de travailleurs et d'ONG des pays de production et de campagne similaires d'Amérique du Nord et d'Océanie.*

*Il s'agit de moments privilégiés de formation, d'échanges de points de vue et d'expériences, d'évaluation du travail accompli et de réflexion sur les perspectives stratégiques.*

*Ces rencontres élargies constituent de bonnes occasions d'intégrer des représentants des organisations membres des plates-formes nationales qui, de cette façon découvrent la dimension internationale de la campagne, s'intègrent aux processus de décision, développent des contacts bilatéraux et participent directement à la construction du réseau et de ces lignes de travail.*

*C'est en juin 2004, à Sofia (Bulgarie), qu'a eu lieu la rencontre européenne élargie des campagnes Vêtements Propres. Outre les thèmes abordés et les objectifs inhérents à ce type de rencontre, cette réunion a bien-sûr permis une prise de contact et l'élaboration de collaborations avec des organisations partenaires des pays du Centre et de l'Est de l'Europe (Bulgarie, Roumanie, Macédoine, Tchéquie, Pologne, Croatie) qui constituent à la fois des lieux de production de vêtements et des pays où émergent des associations actives sur des terrains similaires aux nôtres.*

### Sofia, du 23 au 25 juin 2004

Participant·es issues de la plate-forme Vêtements Propres :

- Antoinette Brouyaux du CRIOC,
- Laurence Dooms d'Oxfam Magasins du monde,
- Mieke De Raedemanecker de la FGTB
- Carole Crabbé, coordinatrice de la campagne

Thématiques discutées (tantôt en terme de formation, tantôt en terme d'évaluation, d'état des lieux, tantôt en terme de perspectives, toujours tourné vers l'action) :

- Structure des coalitions nationales
- Appels urgents
- Pratiques d'achats
- Démantèlement de l'Accord Multi Fibre
- Montée en puissance des multinationales de production et de commercialisation
- Code de conduite et vérification
- Idées de prochaines campagnes communes
- Programme de travail pour l'industrie du sport

Cette rencontre a fait l'objet d'un rapport d'une soixantaine de pages (en anglais), résumé en français par la Campagne Vêtements Propres sous forme de 3 pages d'enjeux et de perspectives discutés en réunion de plate-forme nationale.

## LES RÉUNIONS DE LA PLATE-FORME VÊTEMENTS PROPRES

*Les réunions de la plate-forme Vêtements Propres constituent le lieu central de consultation et de programmation de la Campagne. Y participent des représentants d'organisations membres de la plate-forme.*

*Les organisations suivantes y ont contribué de manière régulière en 2004 : ACRF, CNCD, CNE, CRIOC, CSC, Etudiants FGTB, GRESEA, Oxfam Magasins du monde, Oxfam Solidarité, RCR, Solidarité mondiale.*

*La plate-forme s'est réunie à 5 reprises en 2004. Elle se réunit habituellement plus souvent. Mais 2004 a été marqué par de nombreuses réunions de concertation autour de la Campagne Olympique réunissant une large partie des organisations ordinairement investies dans les réunions de plate-forme.*

– **Le 28 janvier 2004**  
Evolution institutionnelle de la coordination – Les enjeux

– **Le 4 mars 2004**  
Evolution institutionnelle de la coordination – Implications financières, schéma institutionnel et statuts

– **Le 18 mai 2004**  
Evaluation du Forum international  
Suite Campagne Olympique  
Campagne Non merci Saint Nicolas 2004  
Suivi consultation Fair Wear Foundation  
Suivi évolution institutionnelle  
Orientations 2005

– **Le 9 septembre 2004**  
Campagne Jouets  
Suivi Campagne Olympique  
Suivi Appel Urgent Levi's-Haïti  
Point forts de la rencontre européenne élargie de Sofia

– **Le 22 novembre 2004**  
Plan stratégique 2005-2008 (I)  
Suivi campagne Non merci Saint Nicolas  
Suivi consultation FWF

## LE GROUPE ENTREPRISE

*Il s'agit d'un groupe fédéral ad'hoc composé de représentants d'organisations membres de la plate-forme Vêtements Propres, chargé des relations avec les entreprises désireuses d'entrer en discussion avec la campagne en matière de responsabilité sociale dans leurs chaînes d'approvisionnement.*

*Ce groupe ad'hoc est composé de représentants d'organisations syndicales (CNE et SETCA), dont parfois des délégués concernés par l'entreprise qui fait l'objet de la réunion, d'organisations de consommateurs (CRIOC et RCR) et des coordinatrices des campagnes francophone et néerlandophone*

*Ce groupe s'est réuni à trois reprises en 2004*

– **Le 6 janvier 2004**  
Examen de la demande d'Oxfam Magasins du monde

– **Le 2 mars 2004**  
Préparation et Participation au Comité d'entreprise d'E5 Mode

– **Le 15 décembre 2004**  
Rencontre du directeur international et du directeur européen de Levi's en charge du code de conduite de l'entreprise, dans le cadre de l'appel urgent Haïti

## RECHERCHE ACTION SUR LES PRATIQUES D'ACHATS

*Ce groupe de travail vise l'élaboration d'un outil de formation et d'interpellation des entreprises en matière d'impact des pratiques d'achats sur les conditions de travail. Il a été mis en place dans le cadre de l'évolution de l'action Non merci Saint Nicolas.*

*Ont participé au groupe de travail des représentants CNE, Etudiants FGTB, GRESEA, La Ligue des Familles, Oxfam Magasins du monde, SETCA, Solidarité mondiale et CRIOC.*

*Ce groupe s'est réuni trois fois en 2004*

– **Le 2 juillet 2004**  
Démarrage de la recherche-action sur base de l'expérience développée dans le cadre de la campagne Jouets

– **Le 11 octobre 2004**  
Vers un outil de formation et un outil d'interpellation des entreprises

– **Le 26 novembre 2004**  
Jeu de rôle à partir d'un cas concret de communication entreprise (Colruyt/Dreamland)

## ATELIER CRÉATIF DE CONCEPTION DU SITE INTERNET

*Cet atelier a permis de consulter de manière dynamique un des publics cibles du futur site internet Vêtements Propres. Il a rassemblé une dizaine de jeunes adultes, utilisateurs potentiels du site.*

– **18 et 27 novembre 2004**  
La Fonderie  
Bruxelles

## LES RÉUNIONS DE CONCERTATION POUR LA CAMPAGNE OLYMPIQUE

Réunion d'un groupe fédéral auquel participent les organisations suivantes, membres de la plate-forme Vêtements Propres : CSC, FGTB, Oxfam Solidarité, Oxfam Magasins du monde, Solidarité Mondiale

Ces réunions de concertation ont eu comme objet la programmation des actions communes, la définition des messages, de la communication et du matériel, l'apport d'informations.

Ce groupe s'est réuni à 7 reprises en 2004 :

### – Le 27 janvier 2004

Lancement de la campagne  
Actions communes  
Lobby  
Matériel  
Communication et média

### Matériel

Activités récentes  
Planning d'action des organisations  
Suivi entreprises et COIB  
Torche olympique

### – Le 11 février 2004

Lobby et stratégie internationale  
Communication  
Matériel  
Pétition

### – Le 4 juin 2004

Nouvelles de la campagne internationale  
Action lors du passage de la torche olympique en Belgique  
Lettre à Justine et autres interpellations d'athlètes  
Arrêt et remise des pétitions

### – Le 19 février 2004

Matériel  
Stratégie vis-à-vis d'Adidas  
Stratégie vis-à-vis du Président du CIO  
Conférence de presse

### – Le 7 septembre 2004

Activités récentes  
Suivi Fila  
Remise des pétitions  
Programme de travail jusqu'à Pékin 2008  
Programmation évaluation

### – Le 29 avril 2004

Stand au Parlement européen

### – Le 22 octobre 2004

Evaluation

## INTERVENTIONS – FORMATIONS – CONFÉRENCES

- 16/01 Bombay (Inde) – Présentation de la Campagne Vêtements Propres lors du Forum syndical mondial sur invitation conjointe CISL - CMT (+/- 250 permanents et délégués syndicaux du monde entier)
- 17/01 Bombay (Inde) – Présentation de la Campagne Vêtements Propres lors du Forum Social Mondial, en collaboration avec le Secrétariat International de la Campagne Vêtements Propres et des organisations partenaires asiatiques (85 représentants d'associations et d'organisations de travailleurs)
- 20/01 Bombay (Inde) – Présentation de la campagne Play Fair at the Olympics, en collaboration avec *Oxfam International*, *CISL* et *Thai Labour Campaign* (90 personnes)
- 10/03 La Marlagne - Formation des nouveaux animateurs et intermouvements : Les enjeux sociaux de la mondialisation : « les jouets de la mondialisation », *CIEP* (15 personnes)
- 17/03 Louvain la Neuve - Panéliste d'une conférence sur la Responsabilité sociale des entreprises organisée par *SAW* dans le cadre de la semaine de l'économie sociale (50 personnes)
- 04/04 Bruxelles – Présentation de la Campagne Vêtements Propres dans le cadre d'une journée sport-débat organisée par les *Jeunes Socialistes de Bruxelles* (30 personnes)
- 24/04 Bruxelles – Présentation des conclusions du Forum International lors de la fête des *Oxfam en Belgique* (200 personnes)
- 27/04 Arlon – Introduction à la Campagne Olympique, *Solidarité mondiale-CIEP* (15 personnes)
- 20/09 Ostende – Présentation des résultats de la campagne Play Fair at the Olympics dans le cadre d'une formation des permanents d'*Oxfam Solidarité* (60 personnes)
- 21/09 et 12/10 Namur – Atelier de préparation d'un cahier de revendication s/ sous-traitance et solidarités, *Centrale Générale FGTB*, (12 personnes)
- 13/10 Mont-Godinne - « Quand la production est en cause », formation communautaire des animateurs locaux et régionaux des *Equipes Populaires* (50 personnes)
- 22/10 Oedeghien - Conférence « Non merci Saint Nicolas », *Ligue des Familles*, (40 personnes)
- 05/11 Morlanwelz – « Jouets de la mondialisation », *Haute Ecole Normale Mons Borinage Centre* (40 étudiants)
- 02/12 Namur – Midi de la FUCID « Jouets de la mondialisation », org. *FUCID* en collaboration avec Kap Sud, groupe Amnesty, groupe Oxfam, Service social du personnel des FUNDP, Radio Universitaire (20 participants)
- 13/12 Bruxelles - Intervention dans le cadre de l'après-midi d'étude « De l'Europe aux acteurs : penser la responsabilité sociale des entreprises, *CEDAC*, *Ecole de Commerce Solvay*, *Cellule Economie Sociale*, *In society* (80 personnes)
- 22/12 Namur – Cours sur les normes sociales internationales, *Haute Ecole Sociale de Namur* (80 personnes)

## REVUE DE PRESSE GLOBALE DE LA CAMPAGNE OLYMPIQUE EN BELGIQUE FRANCOPHONE

- La Meuse, La Gazette des Sports	04.03.04
- La Libre Belgique	05.03.04
- Le Soir	05.03.04
- Nord Eclair, éd. Mons Borinage	12.03.04
- Vers l'Avenir, pages nationales	13.03.04
- Le Soir Magazine	17.03.04
- En Marche (Luxembourg)	18.03.04
- Vers l'Avenir, pages nationales	20.03.04
- Passe-Partout, éd. Arlon	24.03.04
- Arlon Carrefour	24.03.04
- La Meuse, éd. Luxembourg	25.03.04
- Vers l'Avenir, éd. Namur	25.03.04
- Le Vif, l'Express	26.03.04
- La Meuse, éd. Luxembourg	29.03.04
- Vers l'Avenir, éd. Nationale	29.03.04
- Belga	29.03.04
- La Nouvelle Gazette, éd. Charleroi	31.03.04
- La Meuse, pages nationales	31.03.04
- L'entreprise et l'homme	mars/ avril 04
- Vers l'Avenir, pages nationales	01.04.04
- Vers l'Avenir, éd. Huy Waremme	02.04.04
- Vers l'Avenir, pages nationales	03.04.04
- La Meuse, éd. Verviers	03.04.04
- La Meuse, pages nationales	05.04.04
- La Meuse, éd. Liège	06.04.04
- Vers l'Avenir, éd. Namur	06.04.04
- Bruxelles en Mouvement	13.04.04
- Axelle	13.04.04
- Le Ligueur	14.04.04
- La Meuse, éd. Luxembourg	15.04.04
- Métro	19.04.04
- Le Soir Junior	20.04.04
- Vers l'Avenir, pages nationales	21.04.04
- LaLibre.be	22.04.04
- La libre Belgique	23.04.04
- L'Echo	23.04.04
- Le Soir	23.04.04
- Métro	23.04.04
- La Dernière Heure, éd. Ath, Tournai	23.04.04
- RTBF, La Première - Journal Parlé	23.04.04
- Nord Eclair	24.04.04
- La Libre Belgique	24.04.04
- RTBF, La Une - Journal Télévisé	04.04.04
- Belga	24.04.04
- La Dernière Heure, pages nationales	25.04.04
- Vers l'Avenir, pages nationales	26.04.04
- Canal Z	26.04.04
- Alter Business News	04.05.04
- Métro	11.05.04
- Grenz Echo	17.05.04
- Test Achats n° 478	juillet-août 2004
- Vers l'Avenir, pages nationales	03.08.04
- Alter Business News	15.11.04



# 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 11 pays européens. Ils relaient le combat de travailleurs - surtout des femmes - partout dans le monde.**

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

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

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

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

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

Partout dans le monde, des hommes, des femmes, parfois des enfants, mènent des combats face à la violation de leurs droits. La campagne relaye 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, 45 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.

### ORGANISATIONS MEMBRES DE LA PLATE-FORME VÊTEMENTS PROPRES

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