

Les grandes marques de mode laissent une fois de plus la vie des travailleur-euses de la confection de vêtements en suspens



© Kristof Vadino

À quelques semaines de l'expiration de [l'Accord Bangladesh](#), prolongé in extremis fin mai dernier jusqu'au 31 août, et face à l'urgence d'obtenir un engagement clair des marques et enseignes de mode pour la sécurité des travailleur-euses de la confection de vêtements, achACT et son réseau international, la Clean Clothes Campaign, publient un « [brand tracker](#) » en ligne. D'une part sont recensées les marques de vêtements qui se positionnent en faveur d'un nouvel accord contraignant ambitieux sur la sécurité dans les usines et, d'autre part, celles

qui font obstacle aux avancées en matière de sécurité des travailleur-euses.

Le [brand tracker](#) dénonce les grandes entreprises telles que H&M et Bestseller (Vero Moda) qui n'utilisent pas le pouvoir considérable qu'elles détiennent pour garantir et maintenir les avancées en matière de sécurité dans les usines de leurs filières d'approvisionnement.

L'Accord sur les incendies et la sécurité des bâtiments au Bangladesh est une initiative historique. Depuis 2013, ce sont près de 200 entreprises qui se sont engagées à travers l'Accord Bangladesh. Cet accord a permis de réelles avancées pour la sécurité de près de 2 millions de travailleuses et travailleurs au Bangladesh. Le programme a rendu les usines plus sûres grâce à sa forte applicabilité juridique, sa transparence et son mécanisme de surveillance indépendant. Huit ans après le début du programme, le contrat contraignant entre les marques et les syndicats qui consacre la responsabilité juridique des marques est de nouveau sur le point d'expirer. Les négociations entre les représentants des syndicats et des marques signataires de l'accord n'ont pas abouti avant la fin de l'accord juridique, au 31 mai dernier. Une prolongation de trois mois a été accordée à la dernière minute offrant un délai supplémentaire aux négociations en cours, mais quatre semaines avant la nouvelle échéance du 31 août, aucun nouvel accord n'est encore en vue.

Amin Amirul Haque, président de la Fédération nationale des travailleurs de l'habillement du Bangladesh, a déclaré : "L'Accord du Bangladesh a montré qu'il possède les éléments nécessaires pour apporter un réel changement dans les usines de confection au Bangladesh. Pourquoi faut-il tant de temps aux marques pour se mettre d'accord sur un nouvel accord sur la sécurité qui préserve un système ayant permis d'éviter de nombreux décès et blessures de travailleurs au cours des huit dernières années ? Un accord juridiquement contraignant est nécessaire pour garantir le respect des droits des travailleurs."

Sollicitées par les organisations du réseau Clean Clothes Campaign, onze entreprises de l'habillement, dont ASOS, UNIQLO et Esprit, ont répondu qu'elles étaient impatientes de signer un nouvel accord individuellement juridiquement contraignant pour les entreprises, doté d'un mécanisme de surveillance indépendant et pouvant être étendu à d'autres pays.

Dans leurs réponses, de nombreuses marques sont devenues plus franches sur la nécessité d'une responsabilité individuelle des marques et d'une surveillance, et le réseau Clean Clothes Campaign accueille favorablement ces positions.

En revanche, les marques et enseignes n'ont pas réussi à se prononcer sur le caractère international d'un nouvel accord. Le réseau Clean Clothes Campaign estime que l'extension de ce modèle à d'autres pays est un élément indispensable pour un nouvel accord : "Il est crucial que le nouvel accord sur la sécurité ait une portée mondiale. Huit ans après l'effondrement du Rana Plaza, la situation relative à la sécurité dans de nombreuses usines au-delà du Bangladesh n'est toujours pas réglée. Il est temps que les travailleurs des usines des fournisseurs d'autres pays aient accès aux mêmes inspections, formations et mécanismes de plainte qui ont fait la différence pour les travailleurs du Bangladesh", a déclaré Nasir Mansoor, président de la Fédération nationale des syndicats du Pakistan, qui plaide depuis de nombreuses années en faveur d'un mécanisme de sécurité contraignant au Pakistan.

Toutes ces entreprises ont un pouvoir considérable dans le processus, car elles possèdent plus de 75 fournisseurs au Bangladesh, qu'elles représentent directement d'autres marques à la table des négociations ou sont membres du comité directeur de l'Accord Bangladesh. Seules les marques qui ont accepté tous les éléments cruciaux pour un nouvel accord et qui ne sont pas en position directe de changer le cours des événements, sont identifiées du côté positif du tracker. Toutes les marques qui ont un pouvoir décisif et qui ne l'ont pas utilisé au cours des derniers mois pour s'assurer qu'un nouvel accord soit prêt à être signé, sont identifiées du côté négatif.

Sanna Abdessalem, coordinatrice d'achACT conclut : "Toute marque de vêtements qui s'approvisionne au Bangladesh et qui ne s'exprime pas activement en faveur d'un accord contraignant et solide sur la sécurité en usine fait preuve de mépris pour la vie des travailleuse et travailleurs."

Notes à la rédaction :

Brand tracker : <https://cleanclothes.org/campaigns/protect-progress/brand-tracker>

- Les marques de vêtements qui ont répondu positivement à l'appel de Clean Clothes Campaign pour soutenir la responsabilité individuelle des marques, un mécanisme de surveillance indépendant et l'expansion de l'Accord à d'autres pays sont : [ASOS](#), Topshop, Topman, Miss Selfridge (UK), Esprit (DE), [G-Star](#) (NL), Hunkemöller (NL), [Kik](#) (DE), Schijvens (NL), [Tchibo](#) (DE), Tesco (UK), UNIQLO (Fast retailing) (JP), Wibra (NL), [Zeeman](#) (NL)

- Les marques de vêtements qui, selon le réseau Clean Clothes Campaign, ont jusqu'à présent fait obstacle à un nouvel accord ou n'ont pas utilisé leur pouvoir considérable pour faire la différence sont : [ALDI North](#), Trader Joe's (DE), [Aldi South](#) (DE), [C&A](#) (BE), [H&M](#), COS, & other stories, Monki (SE), Lidl (DE), Marks & Spencer (UK), Matalan (UK), Next (UK), Otto (DE) Primark (UK), Reserved (LPP) (PL), s.Oliver (DE), Takko (DE), Vero Moda, Jack & Jones, Only ([Bestseller](#)) (DK), [WE Fashion](#) (NL)

Pour interpeller les marques directement : www.ranaplazaneveragain.org

Pour aller plus loin :

Carte Blanche publiée le 15 mai 2021 : https://www.achact.be/content/uploads/2021/05/15-mai-2021_Carte-Blanche_Accord-Bangladesh.pdf

Communiqué de presse du 25 mai 2021 : https://www.achact.be/content/uploads/2021/05/25-mai-2021_-_Communiquede-_-Accord-Bangladesh-J-7.pdf
www.achact.be

Contacts presse (FR) : Sanna Abdessalem, Coordinatrice achACT, +32 483 374 088

Crédit photo : © Kristof Vadino

À propos : En Belgique francophone, achACT représente le réseau international de la Clean Clothes Campaign et coordonne une plateforme de 20 organisations membres : syndicats, ONG et associations de consommateur·rices. achACT agit aux côtés de celles et ceux qui fabriquent nos vêtements. Nous travaillons à l'amélioration des conditions de travail et au renforcement des travailleuses et travailleurs de l'industrie mondialisée de l'habillement.