



© Tim Dirven _ Schone Kleren Campagne

[\[Photos de l'action\]](#)

Bruxelles | Une boule de vêtements géante déambule Rue Neuve, 10 ans après l'effondrement de l'usine Rana Plaza

Ce 24 avril, une boule de vêtements géante a déambulé Rue Neuve. Cette boule symbolise le caractère destructeur de la *fast fashion*, un modèle qui n'en finit pas de faire des victimes et d'inonder le monde de ses montagnes de déchets. La performance et la commémoration qui a suivi ont eu lieu dix ans après l'effondrement de l'immeuble Rana Plaza au Bangladesh, qui a coûté la vie à 1138 travailleuses et travailleurs de l'habillement.

Avec cette action, les activistes veulent à la fois commémorer les victimes et appeler à une action politique urgente. Dix ans après la catastrophe la plus meurtrière dans le secteur de l'habillement, les avancées sont trop faibles. Si la sécurité dans les usines de confection du Bangladesh s'est grandement améliorée, le modèle de la *fast fashion* reste basé sur la production à des prix défiant toute concurrence, avec des collections déversées sur le marché toutes les semaines. Les salaires restent largement en deçà du salaire vital. Au Bangladesh, les couturières travaillent pour un salaire mensuel minimum de 69 euros par mois. L'Union européenne travaille à l'élaboration d'une directive visant à mettre fin aux violations quotidiennes des droits humains, sociaux et environnementaux, dans tous les secteurs.. Deux votes importants sur cette "Directive sur le devoir de diligence" sont à l'ordre du jour du Parlement européen demain et à la fin du mois de mai. ONG, syndicats, organisations de consommateurs, artistes et jeunes demandent à la Belgique de plaider auprès de l'UE en faveur d'une directive forte et ambitieuse.

Le pouvoir destructeur de la *fast fashion*

La boule géante est une performance de l'artiste marionnettiste Natacha Belova et du danseur Dorian Chavez. Avec [Sisypholia](#), ils entendent questionner de manière poétique la surconsommation de vêtements. Sur son chemin, la boule passe devant les magasins de *fast fashion* et écrase tout sur son passage pour illustrer l'impact destructeur de la *fast fashion*. La boule de vêtements a terminé sa trajectoire Place de la Monnaie, attendue par près de 200 militantes et militants.

Vote crucial au Parlement européen

Les militants appellent les décideurs politiques en Europe et en Belgique à adopter une législation ambitieuse qui pourrait prévenir des catastrophes comme celle du Rana Plaza. Le projet de directive de l'UE est aujourd'hui trop faible pour garantir le respect des droits humains, sociaux et environnementaux dans les chaînes de valeur internationales. Il faut donc une directive qui s'applique à toutes les entreprises, quels que soient leur taille, leur secteur et leur chaîne de valeur, et qui permette aux victimes de saisir la justice. 32 entreprises, dont Benetton, Inditex, Primark, Mango et Auchan, ont fait fabriquer des vêtements dans le complexe du Rana Plaza, mais aucune d'entre elles n'a été tenue légalement responsable de la tragédie.

La commission des affaires juridiques du Parlement européen prendra position demain, mardi 25 avril, le vote en plénière ayant lieu à la fin du mois de mai. Les organisations présentes, réunies autour de la campagne nationale #MadeWithRespect, ont récemment lancé la campagne d'interpellation "Vote of the year" auprès des eurodéputés belges.

Contacts presse et interviews :

- FR Sanna Abdessalem pour achACT, +32483374088, sanna@achact.be
- NL Sara Ceustermans pour la Schone Kleren Campagne, +32494354750, sara.ceustermans@wsm.be
- [Photos de l'action de l'action](#)



Lancée en mars 2022, la campagne nationale « [Made with respect](#) » est coordonnée par les coupoles des organisations belges de solidarité internationale : le [CNCD-11.11.11](#) et son homologue néerlandophone 11.11.11. Avec cette campagne, les organisations impliquées visent à convaincre les décideurs politiques d'adopter une loi ambitieuse sur le devoir de diligence. Liste des signataires : <https://www.devoirdevigilance.be/-a-propos-nous->



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 soutien aux luttes de travailleuses et travailleurs de l'industrie mondialisée de l'habillement. achACT travaille en étroite collaboration avec son homologue néerlandophone, la [Schone Kleren Campagne](#).

Pour aller plus loin :

- [FR] Analyse : [Rana Plaza, plus jamais ça ? Où en est l'impunité des entreprises de mode, 10 années après la catastrophe la plus meurtrière de cette industrie](#)
- [FR&NL] Court-métrage (FR & NL) : "[Bangladesh revisited](#)", produit et réalisé par Visie, l'ACV-CSC et WSM
- Appel à l'[Interpellation des eurodéputés belges](#)
- [Pétition](#) pour que les marques et enseignes s'engagent pour la sécurité des travailleurs
- [EN] Rétrospective sur les mobilisations pour une meilleure sécurité des bâtiments au Bangladesh, les drames et les avancées: <https://ranaplazaneveragain.org/timeline/>



© Tim Dirven _ Schone Kleren Campagne

[\[Foto actie\]](#)

Brussel | Gigantische bal gemaakt van kleren rolt door de Nieuwstraat, 10 jaar na instorting kledingfabriek Rana Plaza, Bangladesh

Vanmiddag rolde een reusachtige bal gemaakt van kleren door de Nieuwstraat, dé winkelstraat in Brussel. De bal staat symbool voor de fast fashion, een model dat steeds verder dendert, onderweg vele slachtoffers maakt en de wereld opzadelt met bergen afval. Na de performance was er een herdenking van de slachtoffers van de instorting van het Rana Plaza complex in Bangladesh op 24 april 2013, waarbij 1138 kledingwerkers omkwamen.

Met de actie willen de actievoerders de slachtoffers herdenken én oproepen tot dringende politieke actie. Een decennium na de dodelijkste ramp in de kledingsector is de vooruitgang in de kledingsector heel mager. De veiligheid in de kledingfabrieken in Bangladesh is dan wel sterk verbeterd, het model van de fast fashion blijft gebaseerd op productie aan bodemprijzen, met collecties die wekelijks op de markt uitgestort worden. De lonen blijven ver onder het bestaansminimum: in Bangladesh werken naaisters voor een minimumloon van 69 euro per maand. De EU werkt aan een richtlijn die een einde moet maken aan de dagelijkse schendingen van mensenrechten en sociale- en milieurechten, in alle sectoren. Morgen en eind mei staan er twee belangrijke stemmingen over deze 'zorgplicht richtlijn' op de agenda van het Europese Parlement. Ngo's, vakbonden, consumentenorganisaties, kunstenaars en jongeren roepen België op om bij de EU te pleiten voor een sterke en ambitieuze richtlijn.

Destructieve kracht van fast fashion

De reusachtige bal is een performance van poppenspeelster Natacha Belova en danser Dorian Chavez. Met hun "[Sisypholia](#)" willen ze op een poëtische manier de overconsumptie van kleding in vraag stellen. Op zijn tocht zwerft de bal langs fast fashion winkels en verplettert alles op z'n pad en illustreert zo de destructieve impact van de fast fashion. De bal eindigde z'n tocht op het Muntplein, opgewacht door bijna 200 actievoerders.

Cruciale stemming in het Europees Parlement

De actievoerders roepen beleidsmakers in Europa en België op om ambitieuze wetgeving aan te nemen die rampen als Rana Plaza zou kunnen voorkomen. De ontwerprichtlijn van de EU is momenteel te zwak om het respect voor mensenrechten, sociale- en milieurechten in internationale waardeketens te kunnen garanderen. Daarvoor is er een richtlijn nodig die van toepassing is op alle bedrijven, ongeacht hun omvang, sector en waardeketen, en die slachtoffers de mogelijkheid geeft om naar de rechtbank te stappen. 32 bedrijven, waaronder Benetton, Inditex, Primark, Mango en Auchan, lieten kleding maken in het Rana Plaza complex, maar geen van hen werd juridisch aansprakelijk gesteld voor de tragedie.

De Commissie juridische zaken van het Europees Parlement neemt op 25 april een standpunt in, de plenaire stemming gebeurt eind mei. De aanwezige organisaties, verzameld in de nationale campagne #MadeWithRespect, lanceerden pas de sociale mediacampagne "Vote of the Year" naar de Belgische Europarlementsleden.

PERSCONTACTEN EN INTERVIEWS

- NL Sara Ceustermans voor de Schone Kleren Campagne, +32494354750, sara.ceustermans@wsm.be
- FR Sanna Abdessalem voor achACT, +32483374088, sanna@achact.be
- [Foto's en video van de actie](#)



De nationale campagne "[MadeWithRespect](#)", wordt gecoördineerd door 11.11.11 en haar Franstalige tegenhanger CNCD-11.11.11. Met deze campagne willen de betrokken organisaties beleidsmakers overtuigen om een ambitieuze zorgplichtwet goed te keuren. Overzicht van de deelnemende organisaties: [Zorgplicht | 11.11.11](#)



De [Schone Kleren Campagne](#) is een coalitie van vakbonden, ngo's en consumentenorganisaties: WSM, ABVV, ACV, FOS, ACV Puls, BBTK, ACV Metea, ABVV Algemene Centrale, Test Aankoop en De Transformisten. De Schone Kleren Campagne maakt deel uit van het internationale Schone Kleren Campagne-netwerk, dat 17 coalities in Europa en meer dan 200 partners wereldwijd telt. De Schone Kleren Campagne werkt nauw samen met haar Franstalige tegenhanger [achACT](#).

Meer informatie

- Beeldmateriaal: [Documentaire "Bangladesh revisited"](#). Een productie van Visie, ACV en WSM.
- Oproep aan de [Belgische europarlementsleden](#)
- Analyse [FR]: [Rana Plaza, plus jamais ça ? Où en est l'impunité des entreprises de mode. 10 années après la catastrophe la plus meurtrière de cette industrie](#)
- [Petitie](#) om er bij kleding- en textielbedrijven op aan te dringen om zich te engageren voor de veiligheid van kledingarbeiders.
- Tijdslijn van de inspanningen voor veilige kledingfabrieken in Bangladesh [EN]: <https://ranaplazaneveragain.org/timeline/>