



Salaire minimum au Bangladesh : Primark, Zara, H&M et C&A vont-elles prendre leurs responsabilités ou continuer à profiter des salaires de misère ?

Une délégation de militant·es a interpellé les enseignes Primark, Zara, H&M et C&A de la rue Neuve à Bruxelles. Lettres ouvertes et boîtes vides, la délégation a rappelé aux marques de vêtements l'échec de leurs promesses et exprimé son soutien aux travailleuses et travailleurs de l'habillement du Bangladesh qui manifestent depuis des semaines pour un salaire décent. Au cours de ces manifestations, quatre travailleurs ont déjà été tués, des dizaines d'autres blessés et de nombreuses arrestations ont eu lieu.

La semaine dernière, le gouvernement du Bangladesh a annoncé une augmentation du salaire minimum des travailleur·euse de l'habillement à 12 500 takas (105 euros). Un nouveau salaire de misère sous le seuil de pauvreté, qui condamne les 4 millions de travailleur·euses du Bangladesh à des mesures extrêmes pour survivre au cours des cinq prochaines années : heures supplémentaires massives, emprunts, repas sautés, mise au travail des enfants. Depuis des mois, les syndicats indépendants du pays réclament une augmentation d'au moins 23 000 taka (190 euros), le strict minimum pour vivre dignement au Bangladesh [selon plusieurs études](#).

Les promesses des marques sont-elles vides ?

De nombreuses marques telles que H&M, Zara, Primark et C&A ont inclus dans leur code de conduite des dispositions relatives au versement d'un salaire vital dans leurs filières d'approvisionnement. C'est ce que révèlent les données du [Fashion Checker](#), une base de données qui compare les engagements des marques de vêtements à la réalité des usines de production. Les politiques d'achat des marques de vêtements sont directement liées aux salaires des travailleur·euses de l'habillement : si elles paient un prix dérisoire à leurs fournisseurs, il n'y a pas de place pour un salaire vital !

Les syndicats du Bangladesh se sont donc adressés à plus de 60 grandes marques qui s'approvisionnent au Bangladesh : *"Nous demandons aux marques de s'exprimer publiquement à ce sujet, car elles ont le pouvoir de prendre des décisions qui ont une incidence directe sur les salaires des travailleurs. Nous savons que les décisions relatives aux augmentations de salaires sont étroitement liées aux prix que les acheteurs sont prêts à payer"*, déclarait Amirul Haque Amin, président de la Fédération nationale des travailleurs de l'habillement, en octobre dernier.

Presque toutes les marques ont manqué l'occasion de tenir leurs promesses. Leur soutien à la liberté syndicale dans les pays producteurs s'est également avéré être une promesse vide de sens, puisqu'à ce jour, aucune marque n'a condamné les violences commises à l'encontre des manifestants.

Contacts presse :

[FR] Sanna Abdessalem, Coordinatrice d'achACT : +32 483 37 40 88 sanna@achact.be

[NL] Sara Ceustermans, Coördinator van de Schone Kleren Campagne : +32 494 354 750

sara.ceustermans@wsm.be

Lien de téléchargement des images HR : <https://we.tl/t-iqWtc72dLq> © Tim Dirven

Pour plus d'info :

- Analyse [Salaire minimum légal : une augmentation au cœur de la lutte syndicale au Bangladesh](#)
- [Déclaration de soutien](#) des organisations belges aux travailleur·euses et syndicats du Bangladesh pour l'augmentation du salaire minimum à hauteur de 23.000 BDT en 2023.

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](#).

[PB Schone Kleren Campagne] Actie Nieuwstraat : de loze beloftes van Primark, Zara, H&M en C&A



Minimumloon Bangladesh: Nemen Primark, Zara, H&M en C&A hun verantwoordelijkheid of blijven ze profiteren van hongerlonen?

Een delegatie van activisten bezocht vanmiddag de winkels van Primark, Zara, H&M en C&A in de Nieuwstraat in Brussel. Met een open brief en lege dozen herinnerden ze de merken aan hun beloften rond leefbare lonen en betuigden ze hun steun aan de kledingarbeid(st)ers in Bangladesh die al weken demonstreren voor een fatsoenlijk loon. Tijdens confrontaties met de politie werden er al 4 arbeiders gedood en raakten tientallen mensen gewond, velen anderen werden gearresteerd.

Vorige week kondigde de regering van Bangladesh een verhoging aan van het minimumloon voor kledingarbeiders naar Taka 12.500 (105 euro). Opnieuw een hongerloon onder de armoedegrens, waardoor de 4 miljoen arbeiders in Bangladesh de komende 5 jaar veroordeeld zijn tot extreme maatregelen om te overleven: massaal overwerken, leningen, maaltijden overslaan en hun kinderen aan het werk zetten. Al maanden eisen de onafhankelijke vakbonden van het land een verhoging tot ten minste 23.000 taka (190 euro), [volgens verschillende onderzoeken](#) het absolute minimum dat nodig is in Bangladesh.

Zijn beloftes een lege doos?

Veel merken zoals H&M, Zara, Primark en C&A hebben in hun gedragscodes bepalingen opgenomen over het betalen van een leefbaar loon in hun toeleveringsketens. Dat blijkt uit gegevens van de [Fashion Checker](#), een website die de engagements van kledingmerken vergelijkt met de realiteit in de fabrieken. Het aankoopbeleid van kledingmerken is rechtstreeks gelinkt aan de lonen van kledingarbeiders: betalen zij een bodemprijs aan hun leveranciers, dan is er geen ruimte voor deftige lonen.

Vakbonden in Bangladesh richtten zich daarom tot meer dan 60 grote merken die in Bangladesh inkopen: *"We roepen merken op om zich publiek hierover uit te spreken, omdat merken de macht hebben om beslissingen te nemen die een directe invloed hebben op de lonen van arbeiders. We weten dat beslissingen over loonsverhogingen sterk samenhangen met de prijzen die inkopers bereid zijn te betalen,"* zei Amirul Haque Amin, voorzitter van de National Garment Workers Federation in oktober.

[Zo goed als alle merken](#) lieten de kans liggen om hun beloftes waar te maken. Ook hun steun voor vakbondsvrijheid in de productielanden blijkt een loze belofte, want tot op vandaag veroordeelde geen enkel merk het geweld tegen de betogers.

Perscontacten :

[NL] Sara Ceustermans, Coördinator van de Schone Kleren Campagne :

+32 494 354 750 sara.ceustermans@wsm.be

[FR] Sanna Abdessalem, Coordinatrice d'achACT : +32 483 37 40 88 sanna@achact.be

Meer info :

- [Analyse](#) Clean Clothes Campaign
- [Statement](#) Belgische organisaties ter ondersteuning van de werknemers en vakbonden in Bangladesh voor een verhoging van het minimumloon tot 23.000 Tk

Over ons: 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 netwerk Clean Clothes Campaign, met 17 coalities in Europa en meer dan 200 partners wereldwijd.