



**« MADE IN  
EUROPE »**

**au-delà des apparences :  
salaire vital, où es-tu ?**

**Fiche pédagogique  
Décembre 2023**

# Introduction

## « Made in Europe », quels enjeux ?

Les mauvaises conditions de travail dans les usines asiatiques de confection de vêtements sont régulièrement documentées et relativement connues du *grand public*. On parle cependant beaucoup moins des conditions de production de vêtements dans les usines européennes. Le « Made in Europe » est même généralement perçu comme synonyme de meilleures conditions de travail. La réalité est pourtant beaucoup moins reluisante. Les conditions de travail des plus de 2,3 millions de travailleur-euses des usines de production européennes, principalement des femmes, sont semblables à celles décriées ailleurs dans le monde.

L'idée préconçue d'un « Made in Europe » nécessairement vertueux ressort de l'a priori selon lequel les mauvaises conditions de travail dans les filières mondialisées de production de vêtements seraient propres aux pays dans lesquels elles ont cours plutôt qu'au *business model* de l'industrie de la *fast fashion*. C'est pourquoi achACT et son réseau international, la Clean Clothes Campaign, tentent de déconstruire cette idée en rappelant les dimensions systémiques et globales des mécanismes d'exploitation présents dans les usines de confection. De même, la responsabilité des marques et enseignes qui s'y approvisionnent est régulièrement pointée du doigt.

Parmi les conséquences d'un modèle économique qui exploite: les salaires de misère, pratique courante dans les filières de l'industrie de la mode et résultat direct des pratiques d'achat agressives des marques et enseignes. Elles exercent une pression exacerbée sur les prix des commandes et sur leurs fournisseurs, où qu'ils se situent, y compris en Europe.

En effet, en Europe aussi, la menace de délocalisation est un obstacle majeur à la négociation des salaires et constitue également un frein à l'organisation collective des travailleuses et travailleurs. Les gouvernements des régions productrices, comme l'Europe centrale, orientale et du Sud-Est, maintiennent les salaires minimums aussi bas que possible – en moyenne à un quart du niveau du salaire vital – en comparant constamment les taux de salaire avec ceux des pays concurrents et en gardant à l'esprit le risque de délocalisation des commandes par les marques.

De leur côté, si les marques et enseignes de mode reconnaissent en principe le droit à un salaire vital dans leurs codes de conduite volontaires, dans la pratique, elles se contentent souvent de contrôler le respect par les fournisseurs du salaire minimum légal dans un contexte local donné. Presque aucune d'entre elles ne garantit réellement le paiement d'un salaire vital dans ses filières.

Fort de la présence d'organisations syndicales et de défense des droits humains dans les pays de production européens, leur expérience et leur expertise des conditions de travail dans les usines de la région ont permis à notre réseau, la Clean Clothes Campaign, de développer l'**Europe Floor Wage**, un outil de référence pour un salaire vital européen.

Pour faciliter l'accès à ces données et permettre leur réemploi dans une large diversité de contextes, nous proposons l'infographie: « **Made in Europe** », **au-delà des apparences: salaire vital, où es-tu ?**

Ce travail s'inscrit dans une visée plus générale d'amélioration de ces conditions de travail dans les filières de production de vêtements, où qu'elles se situent.

## Public cible

Cette infographie s'adresse à toute personne et personne «relai»: enseignant·es, professeur·es, animateur·trices, journalistes, étudiant·es, etc.

Pour travailler les enjeux et le support avec un groupe, nous proposons un déroulé d'animation dans cette fiche pédagogique.

## En pratique

L'infographie **«Made in Europe», au-delà des apparences: salaire vital, où es-tu?** est disponible en libre accès.

Toutes les données peuvent être utilisées en veillant à faire mention de leurs sources.

L'animation et le matériel nécessaire peuvent être téléchargés directement et utilisés en toute autonomie.

## Animation

L'infographie **«Made in Europe», au-delà des apparences: salaire vital, où es-tu?** peut faire l'objet d'une animation selon le déroulé suivant :



50 minutes  
à 1h



Ados à partir de  
15 ans et adultes



Une vingtaine  
de personnes

## Objectifs pédagogiques

À la suite de l'animation, les participant·es pourront :

- Déconstruite l'idée reçue d'un «Made in Europe» nécessairement vertueux
- Utiliser des données concrètes pour illustrer la déconstruction de cet a priori
- Les diffuser à leur tour

## Déroulé

L'animation se déroule en deux temps :

1. Un jeu et son débriefing pour rentrer dans le sujet de manière très concrète et ludique et en tirer des ressentis.
2. La lecture collective de l'infographie pour comprendre un mécanisme et ancrer les messages clés.



**1 paire de ciseaux par participant·e**

*Si pas possible, a minima 1 paire de ciseaux par sous-groupe mais veiller à adapter les consignes.*

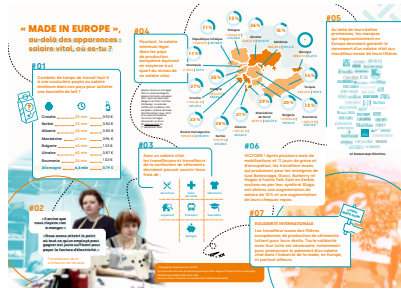


**Un chrono**



**Un espace**

*À aménager de manière à répartir les participant·es en 5 à 8 groupes selon leur nombre.*



**L'infographie**

*À imprimer (A3/couleur idéalement pour plus de lisibilité) ou à projeter.*



Des documents [à télécharger ICI](#) et à imprimer en amont :



**Le canevas des t-shirts à découper par les participant·es :**

*Prévoir un A4 à distribuer par sous-groupe en dessous de 4 personnes, 2 A4 par sous-groupe de 5 personnes et plus.*



**Les bouteilles de lait :**

*Prévoir une bouteille de lait par personne, à pré-découper par l'animateur·trice.*



**Les noms de chaque pays à imprimer et répartir auprès des sous-groupes.**



# 1. Le jeu

- 5 minutes d'explications
- 6 minutes de jeu
- 10 minutes de débriefing

Ce petit exercice consiste en une mise en situation « symbolique » en partant :

- d'une tâche à faire → découper des petits t-shirts en papier
- d'un temps de réalisation inégal entre les sous-groupes → entre 1 minute 3 secondes et 6 minutes.
- pour obtenir un même résultat → pouvoir se payer une bouteille de lait !

Répartis en plusieurs groupes représentant chacun un pays européen de production de vêtements, chaque participant·e représente un·e travailleur·euse de la confection, payé au salaire minimum en vigueur dans son pays, et va travailler à la découpe de t-shirts dans un temps qui, pour les besoins du jeu, équivaut à 10x moins de temps que ce qu'une travailleuse réelle de la confection devrait travailler pour réellement parvenir à se payer une bouteille d'1 litre de lait dans son pays.

Chaque sous-groupe reçoit des t-shirts à découper : une page A4 par sous-groupe de 3/4 personnes.

Dès qu'un sous-groupe atteint son temps de travail de découpage, chaque participant·e du groupe reçoit un litre de lait. Et ainsi de suite, jusqu'à ce que le sous-groupe dont le plus gros temps de travail est nécessaire – l'Ukraine avec 6 minutes – ait terminé et reçu les bouteilles de lait.

Quand tout le monde est prêt à découper, le chrono est lancé.

Le tableau ci-dessous vous donne les indications de timing octroyé à chaque sous-groupe selon son pays de production.

		<i>D'après l'infographie</i>		<b>Indication pour l'animateur·trice du jeu</b>
		<i>Temps de travail pour obtenir le litre de lait</i>	<i>Prix du litre de lait</i>	<b>Temps de découpe à chronométrer pour chaque sous-groupe/pays (soit 10x moins de temps qu'en temps réel)</b>
#01	<b>Allemagne</b>	<i>6,6 min</i>	<i>0.79 €</i>	<b>1 min. 3 sec.</b>
#02	<b>Croatie</b>	<i>20 min</i>	<i>0.92 €</i>	<b>2 min.</b>
#03	<b>Roumanie</b>	<i>36 min</i>	<i>1.02 €</i>	<b>3 min 36 sec.</b>
#04	<b>Bulgarie</b>	<i>40 min</i>	<i>1.02 €</i>	<b>4 min.</b>
#05	<b>Ukraine</b>	<i>60 min</i>	<i>0.87 €</i>	<b>6 min.</b>
	<b>Serbie</b>	<i>33 min</i>	<i>0.82 €</i>	<b>3 min. 18 sec.</b>
	<b>Albanie</b>	<i>40 min</i>	<i>0.80 €</i>	<b>4 min.</b>
	<b>Macédoine</b>	<i>41 min</i>	<i>0.96 €</i>	<b>4 min. 6 sec.</b>

→ Selon la taille du groupe, ajoutez ces 3 pays

## Consignes à donner au groupe par l'animateur·trice

Vous êtes réparti·es en différents groupes qui représentent, chacun, un pays européen où des vêtements sont produits. Vous êtes des couturièr·es de la fast fashion dans ces différents pays.

Voici des t-shirts. Vous devez découper chaque t-shirt individuellement, le plus précisément possible pour que ce soit bien fait, mais à une cadence rapide pour en découper le plus possible.

Le but est de travailler le temps qu'il faudra dans votre pays pour obtenir suffisamment d'argent pour pouvoir vous acheter 1 litre de lait au prix qu'il coûte dans votre pays.

Chaque groupe travaille jusqu'à ce que « je » (l'animateur·trice) vous dise d'arrêter.

### Debriefing du jeu

À la fin du jeu, voici deux questions permettant de faire émerger les ressentis des participant·es :

- Qu'est-ce que vous avez ressenti à « *produire* » ces t-shirts ?
- Qu'avez-vous ressenti quand les travailleur·euses du premier pays ont pu arrêter et puis les suivants, alors que vous deviez continuer à découper des t-shirts ?

## 2. Échanges autour de l'infographie

- **30 minutes**
- **Distribuer 1 infographie par sous-groupe ou la projeter à l'écran**

**Nous vous proposons quelques questions pour animer l'échange et des éléments de réponse à disséminer :**

### Que nous disent les chiffres autour de la bouteille de lait ?

Dans certains pays d'Europe, le temps de travail nécessaire pour pouvoir acheter un produit aussi basique que du lait est considérable.

Ici, l'écart entre le temps de travail d'une couturière en Allemagne et en Ukraine pour obtenir un même bien ou service au prix local, est énorme.

### Que nous apprennent les témoignages ?

Derrière ces chiffres, il y a des femmes et des hommes qui travaillent et pourtant, ne parviennent pas à couvrir leurs besoins de base ainsi que ceux de leurs familles. Les témoignages nous montrent qu'ils et elles sont confronté·es à un risque élevé de pauvreté.

## Quels besoins fondamentaux le salaire devrait-il permettre de couvrir ?

Un salaire vital doit permettre de couvrir des frais de nourriture, de soins de santé, d'éducation, de logement, de vêtements, de transport et de constituer une épargne.

## Que nous dit la carte des écarts entre le salaire minimum légal et le salaire minimum vital dans les différents pays ?

La carte montre que, dans ces pays, le salaire minimum légal est 3 à 5 fois moins élevé que le salaire vital.

Le salaire minimum légal est défini par les gouvernements de chaque pays. Comme son nom l'indique, il représente le minimum légal pour rétribuer des travailleur·euses. Dans les faits, il représente souvent un salaire plafond plutôt que plancher...

Le salaire vital est un outil de référence, un calcul, qui permet d'indiquer aux entreprises et aux gouvernements vers quel salaire tendre pour permettre aux travailleurs·euses de subvenir à leurs besoins fondamentaux et ceux de leur famille.

## Pourquoi dans des pays européens les salaires sont-ils si bas ?

Les gouvernements savent que les bas salaires représentent un avantage comparatif et une condition pour attirer l'industrie de l'habillement. La seule menace de délocalisation évoquée par les marques et enseignes qui achètent leurs vêtements à leurs fournisseurs suffit à inciter les gouvernements des pays producteurs à aligner leurs politiques sur les attentes et exigences de ces entreprises donneuses d'ordre.

Se joue donc, entre les pays, un climat de concurrence dont les travailleur·euses subissent les conséquences, ici en Europe mais plus largement, partout dans le monde.

## Connaissez-vous les marques présentées dans l'infographie ?

Beaucoup d'enseignes de mode font produire une partie de leurs vêtements dans des pays européens. Cette proximité avec les lieux de distribution leur permet de mettre leurs productions plus rapidement sur le marché.

La pression qu'elles exercent sur les coûts de production ne permet pas aux travailleurs et travailleuses d'être rémunéré·es dignement.

Toutes sortes de marques usent de cette stratégie, les enseignes de fast fashion traditionnelles comme des marques de luxe. Le problème est systémique, toute l'industrie est concernée.

## Que raconte la victoire de l'usine Falc East en Serbie ?

En s'organisant collectivement et en menant des actions de grèves et d'occupation, ces travailleuses qui produisent pour les marques de luxe Balenciaga, Gucci, Burberry et Hogan ont obtenu une augmentation de salaire.

Pour plus de victoires, la solidarité internationale est de mise. Tout soutien aux luttes de travailleuses et travailleurs est bienvenu !

## Pour aller plus loin

- Toutes les données sources relatives au salaire vital dans les pays de production européens proviennent des travaux de l'[Europe Floor Wage de la Clean Clothes Campaign](#) (EN)
- Pour mieux comprendre les mécanismes d'exploitation dans les filières mondialisées de confection de vêtements: voir notre [Expo Fast fashion](#) (FR)
- Pour en savoir plus sur la victoire des travailleur·euses de l'usine Falc East qui produit pour des enseignes de luxe en Serbie: lire l'article [Long live international solidarity de la Clean Clothes Campaign](#) (EN)
- Pour un exemple «made in Europe» lié à une entreprise belge, (re)lire notre analyse [«L'Europe \(aussi\) produit des vêtements «made in exploitation», 2020](#)

achACT agit aux côtés de celles et ceux qui fabriquent nos vêtements. Nous travaillons à l'amélioration des conditions de travail et au soutien des luttes des travailleuses et travailleurs de l'industrie mondialisée de l'habillement. Nous représentons le réseau international Clean Clothes Campaign en Belgique francophone. Nous coordonnons une plateforme d'organisations membres.

achACT est une organisation reconnue en éducation permanente par la Fédération Wallonie Bruxelles, sur les axes 3 (service, outils, recherche) et 4 (sensibilisation, information, campagne). Nous proposons d'alimenter une prise de conscience et une connaissance critique des réalités de la société visant la participation active à la vie sociale, économique, culturelle et politique à travers la production d'analyses et d'outils pédagogiques en partant des enjeux humains de l'industrie de l'habillement.

**Tous nos outils sont disponibles sur : [www.achact.be/ressources/](http://www.achact.be/ressources/)**



Fiche pédagogique proposée par achACT asbl

Éditrice responsable: Sanna Abdessalem, 2023

Production: Média Animation

Cet outil est réalisé sur base des données produites par

Avec le soutien financier de la Fédération Wallonie Bruxelles et la Province du Brabant Wallon

