


campagne travail décent

| nord-sud |



En visite en Indonésie, Daniel Wauthier explique qu'un des temps forts pour lui, a été la rencontre avec les travailleuses de l'industrie textile qui fournit nos grands magasins. «Lors d'une présentation, j'ai ressenti une grande gêne de la part d'une des travailleuses à l'énoncé de ma fonction: acheteur chez Trafic.»

Travailleurs du Nord et du Sud Le choc d'une rencontre

Par la pression qu'elle exerce sur les prix, la grande distribution a une responsabilité importante dans la tendance mondiale au nivellement par le bas des conditions de travail. Daniel Wauthier, acheteur chez Trafic et délégué CNE, a pu s'en rendre compte lors d'un voyage en Indonésie organisé par la campagne Vêtements propres. Les échanges qu'il a eus avec des travailleurs ont chamboulé sa perception des choses.

En février dernier, la campagne Vêtements propres a organisé une mission de délégués syndicaux belges de la grande distribution en Indonésie. Durant une semaine, plusieurs représentants syndicaux de chez Inno, Trafic et Aldi, ainsi que des journalistes et des coordinateurs de la campagne, ont rencontré des travailleurs d'usines textiles et des syndicalistes indonésiens. Objectif: mettre un coup de projecteur sur les conditions de travail dans les filières de production de vêtements où s'approvisionnent les grandes enseignes présentes chez nous.

Daniel Wauthier, délégué CNE, et par ailleurs lui-même acheteur chez Trafic, a participé à cette mission. «Un temps fort pour moi, a été la rencontre avec les travailleuses de PT Elok, fournisseur d'Aldi pour les sous-vêtements. Lors de la présentation, j'ai ressenti une grande gêne de la part d'une des travailleuses à l'énoncé de ma fonction: acheteur chez Trafic. J'étais loin de me douter que cette fonction que j'exerce depuis près de 20 ans représente une telle menace pour ces travailleuses. En effet, les conditions de travail précaires, les importantes heures supplémentaires à prester, mais aussi la pression sur les salaires sont vécues comme étant le fait de l'«acheteur», c'est-à-dire de la grande

distribution. Ce fut pour moi un choc émotionnel important, mais aussi une prise de conscience».

Même lorsqu'ils se rendent sur place (ce qui n'est pas le cas de Daniel Wauthier...), les acheteurs ne font guère que visiter des show-rooms de produits finis. Ici, le contact avec les travailleurs, surtout des femmes, a rendu les choses bien plus vivantes et interpellantes. La description que ces travailleuses ont fait de leurs conditions de travail, les images qu'ils ont vues de ces usines, les rencontres riches en émotions qu'ils ont faites, accompagneront sans doute très longtemps les participants.

«Ces femmes nous ont par exemple beaucoup parlé des nombreuses heures supplémentaires qu'elles sont obligées de prester pour faire face aux commandes et qui compliquent très fort leurs vies, ou encore des contrats de travail précaires: trois mois maximum, et puis on recommence dans l'usine voisine. Nous avons aussi rencontré des femmes licenciées car elles avaient utilisé leur droit à un congé syndical pour une formation. Elles nous ont raconté la répression violente dont elles ont fait l'objet, le coût important qu'a représenté le fait d'aller en justice et au final, bien que l'employeur ait été condamné à leur

verser des indemnités de licenciement, elles n'ont toujours rien reçu...».

De la prise de conscience à la révolte devant le sort fait à ces travailleurs exploités, il n'y a qu'un pas, qui mène logiquement à l'action. Mais comment agir? «Boycotter ces produits n'est pas la solution. Il vaut mieux amener pas à pas les entreprises du Nord à définir des règles pour que les conditions de travail et les droits des travailleurs puissent s'élever progressivement», affirme Daniel Wauthier.

C'est l'objectif de la campagne Meilleur marché (lire l'article p. 10-11), une campagne menée par la plate-forme Vêtements propres et qui vise à la fois à sensibiliser le public et à faire pression sur les distributeurs pour qu'ils s'intéressent aux conditions de travail dans leurs filières d'approvisionnement. Cette campagne, avec distribution de tracts dans les magasins, ne plaît évidemment que modérément aux enseignes visées: Cora, Lidl, Aldi, Trafic et Carrefour. Chez Trafic, par exemple, la firme affirme assumer sa responsabilité sociale à travers un système d'audit réalisé chez ses fournisseurs. Au CE, Daniel Wauthier a toutefois interpellé récemment la direction sur ses politiques d'achat, même s'il avoue un certain sentiment d'impuissance: «Je ressens changé de ce voyage en Indonésie, avec d'autres priorités et la volonté de changer un tant soit peu les choses même si je dois bien admettre que c'est un autre monde qu'il faudrait que nous bâtissions si nous voulons que les choses changent», conclut-il.

| Danielle Ernotte |



Aujourd'hui, Caterpillar tourne avec 200 personnes (par pause) au lieu de 3.4000 habituellement. Dans ce contexte, le délégué principal CSC-Métal de l'entreprise, Roger Lenoble, affirme: «Le travail décent, c'est notre affaire et nous comptons bien continuer à le défendre».

© Belpress

7 | SYNDICALISTE 702 | 25 MAI 2009 |

Le travail décent sur fond de crise

En cette période de crises et face à toutes les incertitudes que connaissent les travailleurs, la campagne sur le travail décent a-t-elle un sens? Tous les secteurs reconnaissent l'importance de mobiliser les travailleurs dans les entreprises, surtout celles touchées de plein fouet.

En Belgique, les travailleurs paient, les premiers, un lourd tribut à la crise financière et aujourd'hui, économique et sociale qui secoue le monde. Fermetures d'entreprises et licenciements, non-reconduction de contrats à durée indéterminée, chômage économique... Depuis des mois, l'insécurité règne dans le monde du travail. Qui peut encore dire aujourd'hui qu'il est à l'abri?

Face à toutes ces incertitudes, mener en Belgique une campagne pour le travail décent dans le monde est-elle encore pertinente? Quelques réactions déjà, extraites des interviews à découvrir plus loin dans ce numéro: «Oui et plus que jamais!», répond François Laurent, secrétaire national de la CSC Énergie-Chimie. «Assurément oui, le sort de l'ensemble des travailleurs est lié», nous affirme Fabienne Dufour, déléguée CNE aux Facultés universitaires de Namur. «Oui, et nous continuons», répondent les groupes locaux interprofessionnels, les fédérations régionales, les Jeunes CSC...

Le métal, secteur particulièrement touché

Autre exemple, le secteur du Métal. Un secteur que l'on sait particulièrement

touché par des fermetures d'entreprises, des licenciements ou encore un recours plus qu'élevé au chômage économique. Roger Lenoble, délégué principal CSC-Métal chez Caterpillar, l'explique: «C'est vrai que c'est très difficile pour les travailleurs en ce moment. Chez Caterpillar, par exemple, les ouvriers n'ont pas le choix: c'est le chômage économique pendant quatre semaines, puis une semaine de travail, puis retour au chômage économique. À l'heure actuelle, l'entreprise tourne avec 200 personnes par pause (régime de trois pauses). En temps normal, nous sommes 3.400. Mener une action aujourd'hui revient à dire qu'elle touchera 6% du personnel. Or, sur des enjeux importants, il faut pouvoir mobiliser un maximum de travailleurs. Ce qui ne va pas nous empêcher de discuter de la campagne en équipe syndicale dans les prochains jours, parce que la question du travail décent n'est pas nouvelle pour nous.

Du CPPT et du CE au Conseil d'entreprise européen (CEE)

«Au niveau de l'entreprise, ici en Belgique, nous avons mené la campagne «Vêtements propres au travail» et obtenu, au CPPT, de travailler avec des fournisseurs de vêtements de travail qui peuvent présenter des certifications, poursuit Roger Lenoble. Au CE, nous avons mené tout un travail de réflexion sur la sous-traitance et les conditions de travail chez les sous-traitants: nous sommes très vigilants sur la question du

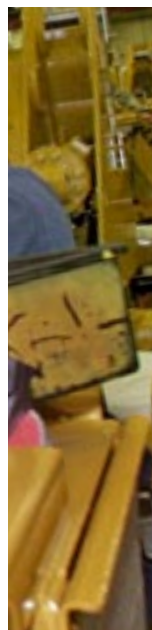
travail au noir, par exemple. Il n'est pas question de travailler avec des entreprises qui fonctionnent sur cette base.

Nous avons déjà également porté la question du travail décent au niveau du Conseil d'entreprise européen (CEE) du groupe dont nous faisons partie. Et, en tant que président du CEE, je peux vous dire que nous sommes intervenus sur plusieurs dossiers: la question des droits syndicaux en matière de concertation dans une filiale du groupe en Irlande, par exemple, ou encore un «code des affaires» que la tête américaine du groupe a tenté de nous imposer. Il s'agissait plutôt d'un «code des plus gros profits au moindre coût», et il n'était pas question pour nous d'accepter cela. Le travail décent, c'est notre affaire, autant en Belgique qu'ailleurs. Ce n'est pas nouveau pour nous et nous comptons bien continuer à le défendre.»

Dans une majorité de secteurs, la campagne de sensibilisation se poursuit. Citons encore, entre autres, Lutosa (entreprise de frites surgelées) et Hot-cuisine (entreprise de plats préparés) suivies par la CSC Alimentation et Services du Hainaut occidental.

En temps de crise, manifestement, les délégués et responsables syndicaux nous envoient un message clair: «C'est le moment, justement, de démontrer notre solidarité envers tous les travailleurs».

| Laurence Prignon |



Au travail et dans la vie Portons des vêtements propres

Les travailleurs de votre entreprise portent-ils des vêtements de travail propres? Les t-shirts que vous imprimez lors d'un événement, d'une journée d'action ou pour faire de la promo ont-ils été fabriqués dans des conditions décentes? Deux campagnes peuvent vous aider à entreprendre une réflexion et à passer à l'action dans votre entreprise.

Souvenez-vous. Il y a deux ans, l'artiste Jean-Luc Fonck prêtait son visage et son humour à la CSC pour la campagne Vêtements propres au travail, une campagne portée par les syndicats belges dans les entreprises. En Belgique, de nombreux travailleurs portent des vêtements de travail spécifiques, tant dans le secteur privé que dans le secteur public: les ouvriers dans les usines, le personnel d'entretien, les caissières, le personnel médical, les pompiers, les annonceurs, etc... Ce sont souvent les entreprises elles-mêmes qui achètent ces vêtements, parfois pour des montants considérables. À quoi faut-il faire attention? Si les vêtements protègent suffisamment le travailleur, s'ils conviennent à l'entreprise, s'ils sont de bonne qualité, s'ils sont faciles à entretenir... Mais on se demande rarement si ces vêtements sont fabriqués dans des «conditions de travail propres». Pensez-vous aussi que les travailleurs qui fabriquent des vêtements de travail doivent avoir la garantie que leurs droits de base sont

respectés? Pensez-vous qu'il est important que vos vêtements de travail soient fabriqués sans avoir recours au travail des enfants, au travail forcé ou encore sans discrimination? Pensez-vous que les travailleurs qui ont fabriqué vos vêtements de travail doivent avoir le droit de s'organiser dans un syndicat et de pouvoir négocier afin d'améliorer leurs conditions de travail?

Alors, encouragez votre entreprise à acheter des vêtements de travail «propres».

Vous trouverez toutes les informations utiles à ce sujet, ainsi qu'un dossier de formation et d'information sur le site www.csc-en-ligne.be (rubrique actualité/campagnes/vêtements propres).

Des t-shirts propres

La question se pose de manière identique si vous décidez, avec votre entreprise ou votre organisation, de faire imprimer des t-shirts.

En Belgique, une dizaine de grossistes vendent des t-shirts blancs à des détaillants. Ils se procurent à leur tour les t-shirts auprès de fabricants. La production de t-shirts blancs est contrôlée par quelques multinationales dont certaines ont leur siège en Belgique: The Cotton Group (à Marbais) et Van Laere International. Leurs t-shirts sont essentiellement fabriqués en Extrême-Orient, par des producteurs sous-traitants. Les importations de t-shirts de Chine ont connu une croissance explosive depuis 2005.

Sur le marché conventionnel, aucun label ne vous garantit des conditions de travail décentes. Mais certains fabricants développent des démar-

ches plus ou moins sérieuses, par exemple, en adhérant à des systèmes de vérification multipartites qui permettent de révéler les éventuelles violations et de les corriger en collaboration avec leurs fournisseurs et avec la participation des organisations de travailleurs concernés. C'est un bon début qu'il convient d'encourager.

Fair Wear Foundation

Un certain nombre de fabricants de t-shirts sont affiliés à la Fair Wear Foundation. La FWF est un organisme de contrôle indépendant, non commercial, pour l'industrie de l'habillement. Les entreprises participantes s'engagent à respecter les normes internationales du travail. Et la FWF contrôle si c'est bien le cas dans la pratique.

Si vous avez un fournisseur attiré ou si le fournisseur que vous avez contacté n'a jamais entendu parler de contrôle indépendant, vous pouvez bien sûr l'encourager à s'affilier à une initiative de contrôle comme la FWF. Une première étape dans la bonne direction consiste à lui demander de signer une déclaration sur l'honneur, par laquelle il s'engage à respecter les normes du travail et à collaborer à un contrôle indépendant. Vous trouverez un modèle de déclaration sur le site de la campagne Vêtements propres. Celle-ci vous demande de lui envoyer les copies des déclarations sur l'honneur signées par vos fournisseurs et de les tenir au courant de vos achats de vêtements. Au plus nous rassemblerons des informations sur les fournisseurs et sur les consommateurs qui s'engagent, au plus nous pourrons en encourager d'autres à franchir le pas!

Plus d'infos: campagne Vêtements propres, place de l'Université 16, 1348 Louvain-la-Neuve. Tél: 010.45.75.27 – e-mail: info@vetementspropres.be – www.vetementspropres.be www.fairwear.nl

