



MADE IN CAMBODGE : LE SALAIRE DE LA FAIM

Exigeons un salaire vital dans l'industrie textile

Dossier de presse

Communiqué de presse

Présentation de la SSI et des partenaires du WIC

Témoignages de travailleuses

Questions fréquentes

Quelques données sur le Cambodge

Les 10 excuses le plus avancées par les marques pour ne pas payer un salaire vital

Films, images et autres documents disponibles

Présentation du collectif Ethique sur l'étiquette et de la Clean Clothes Campaign

Photos



COMMUNIQUE DE PRESSE – Vendredi 16 novembre 2012

INVITATION PRESSE

Dans le cadre de la *Semaine de la solidarité internationale*, et à l'occasion du lancement local de sa campagne "Made in Cambodge : le salaire de la faim" le collectif Ethique sur l'étiquette reçoit deux partenaires cambodgiennes pour une tournée de témoignage sur les conditions de travail et les luttes des ouvrier-e-s de l'industrie textile

Rencontre presse

**> Preab Marat, ancienne ouvrière textile
> Ros Sokunthy, conseillère juridique
représentantes du Workers' Information Center de Phnom Penh**

**le mercredi 21 novembre 2012 à 9h30
à la CFDT : 4 bvd de la Villette – 75019 Paris**

Les représentantes du WIC participeront, du 19 au 24 novembre, à des événements organisés par les collectifs locaux du Collectif ESE à **Rouen, Brive la Gaillarde, Toulouse et St Etienne**.

Contact presse

Nayla Ajaltouni : n.ajaltouni@ethique-sur-etiquette.org – 01 42 03 82 25 / 06 62 53 34 56

> Dossier de presse, programme de la tournée, supports de campagne disponibles sur demande

Éléments de contexte

Au Cambodge, le salaire minimum de 61\$ par mois représente moins de la moitié du salaire nécessaire pour couvrir les besoins de base d'un-e ouvrier-e et de sa famille. Evanouissements de masse, épuisement au travail, carences alimentaires sont le résultat des salaires de misère et de conditions de travail désastreuses dans l'industrie.

Le Collectif ESE appelle les citoyen-ne-s à participer massivement à son action de signature en ligne d'un courrier adressé aux marques Gap, Zara, H&M et Levi's, qui se fournissent massivement au Cambodge, afin qu'elles assument leur responsabilité sociale en soutenant une augmentation immédiate des salaires dans la confection et en adoptant un plan d'action pour la mise en œuvre d'un salaire vital.

Le Collectif Ethique sur l'étiquette regroupe une vingtaine d'associations de solidarité internationale, de syndicats, de mouvements de consommateurs et d'éducation populaire. Il œuvre à la promotion du respect des droits de l'Homme au travail dans le monde. Il est la branche française de la Clean Clothes Campaign.

www.ethique-sur-etiquette.org



La Semaine de la Solidarité internationale

Depuis 15 ans, la Semaine de la solidarité internationale (SSI) pose la question des droits humains, qu'ils soient civils et politiques, économiques, sociaux et culturels, individuels ou collectifs. La Semaine est l'occasion de prendre en compte la réalité des inégalités, d'en comprendre les causes et d'agir pour les combattre. Elle est aussi un temps de sensibilisation, de rencontres et de solidarités en faveur d'un monde plus juste et plus humain.

A l'occasion de la quinzième édition de la SSI et dans le cadre de la campagne « Made in Cambodge : le salaire de la faim », le collectif Ethique sur l'étiquette reçoit Preab Marat, ancienne ouvrière textile, et Ros Sokunthy, conseillère juridique au Workers Information Center (WIC).

Présentation des partenaires

Preab Marat a travaillé pendant 11 ans en tant qu'ouvrière textile dans une usine au Cambodge. Depuis juin 2011, elle travaille au Centre d'information des travailleurs, le *Workers information center* (WIC) où elle met en place des actions de sensibilisation. Toujours à l'écoute, elle joue un rôle de facilitateur dans les groupes de discussion et lors des consultations, afin de répondre au mieux aux besoins des travailleuses.

Son expérience à l'usine lui permet de comprendre à quel point les ouvrières ont besoin de connaître leurs droits, pour mieux les défendre et faire valoir ainsi leur dignité en tant que femmes. Pour elle, des travailleuses qui connaissent leurs droits peuvent empêcher leurs employeurs de les exploiter.

Ros Sokunthy est conseillère juridique au sein du WIC et directrice du Centre de service juridique, le *Center for Legal Service* (CLS). Elle assiste le WIC dans son rôle de plaidoyer, dans son approche des droits des travailleur-euse-s et dans le renforcement des capacités du personnel. Elle participe également aux discussions de stratégie de campagne.

Dans le passé, elle a été chargée de programme et consultante à la *Womyn's Agenda for Change* (WAC). Dans ce cadre-là, elle a animé des ateliers avec des ouvrier-e-s, des sessions d'information sur les droits des travailleur-euse-s. Elle a participé à des actions de sensibilisation et notamment à la mise en place du *Drop-In-Center*, lieu où les travailleur-euse-s se retrouvent pour échanger sur les problèmes qu'ils/elles rencontrent à l'usine. Ros Sokunthy a également travaillé pour le *Social Action for Change* (SAC), qui vise à construire et renforcer le mouvement des femmes travailleuses en fournissant une assistance technique aux organisations de base qui visent des changements sociaux, économiques et politiques.

Workers' Information Center (WIC):

Le Centre d'information pour les travailleur-euse-s (WIC) est avant tout un centre social pour les femmes ouvrières où elles s'impliquent, s'informent et gagnent en confiance. C'est un lieu d'échange et de discussion qui permet aux travailleuses de s'organiser, mettre en place des actions collectives et renforcer leurs capacités. Elles s'intègrent ainsi à la société et font entendre leur voix au niveau national, régional et international. Le but du WIC étant de les encourager à jouer un rôle de premier plan pour améliorer leurs conditions de vie.

Le WIC propose aux ouvrier-e-s des activités régulières autour de sujets liés à l'emploi et au droit du travail. Les groupes de discussion et les ateliers sont animés par des ouvrier-e-s ou anciens ouvrier-e-s, qui jouent un rôle de facilitateurs. La stratégie du WIC consiste à construire et renforcer le mouvement des ouvrier-e-s de la confection, en s'assurant d'avoir des représentants légitimes et responsables qui répondent aux besoins des travailleur-euse-s.

Témoignages de travailleuses

Srieng Mouykim, employée de l'usine Goldfame Manufacturing Knitters

Srieng Mouykim travaille à l'usine de Goldfame, un fournisseur d'Inditex qui a fait la une des journaux après la grève générale de 2010. En représailles à cette manifestation, la direction a licencié 160 dirigeants et adhérents syndicaux. Grâce aux efforts des syndicats et à la pression internationale exercée sur les marques, les employés ont été réintégrés. Mais la situation reste délicate pour Mouykim et ses collègues...

« Je travaille chez Goldfame depuis 2004. J'ai décidé de postuler ici parce qu'on m'avait dit que les conditions de travail étaient meilleures que chez Fortune, l'usine chinoise où je travaillais avant d'arriver ici. Mais j'ai été déçue. Même ici, je ne touche que le salaire minimum et c'est impossible de nourrir ma famille avec si peu d'argent. »

Avec un salaire mensuel de 85 dollars, primes comprises, Mouykim éprouve des difficultés quotidiennes à couvrir ses besoins vitaux de base. *« J'ai trois enfants à nourrir et à scolariser. L'argent que je gagne à Goldfame est à peine suffisant pour couvrir ces dépenses. Nous sommes contraints de vivre chez ma mère pour ne pas avoir à payer de loyer. Nous vivons là avec ma mère, ma sœur et ses deux fils. Ma sœur travaille aussi chez Goldfame, ce qui nous permet de partager certaines dépenses pour nous sept. Pourtant, je manque d'argent pour acheter des médicaments pour mes enfants et ma mère. De plus, la maison est si vieille que nous devons régulièrement payer des réparations. La toiture prend l'eau et il faut trouver de l'argent pour colmater les fuites. »*



Du lundi au samedi, Mouykim et sa sœur se réveillent à 5 h 30 pour prendre la navette des employés de l'usine, et rentrent vers six heures du soir. Elles voient à peine leurs enfants, mais elles peuvent compter sur leur mère âgée pour s'en occuper. *« Bien sûr, j'aimerais les voir plus souvent, mais je dois travailler tous les jours pour toucher la prime d'assiduité de sept dollars. Si je le pouvais, je travaillerais encore plus pour toucher plus d'argent. Avec 120 dollars, je pourrais faire face aux besoins de base et mieux nourrir la famille. Malheureusement, l'usine ne permet pas les heures supplémentaires. Ils préfèrent faire appel à des sous-traitants. Ça leur coûte moins cher. Pour joindre les deux bouts, je suis obligée d'emprunter de l'argent. Tout le monde à Goldfame est endetté. Je dois de l'argent à tous mes voisins du village... »*

Economiser est une fin en soi quand on doit vivre avec moins de cent dollars par mois. Acheter de nouveaux vêtements pour ses enfants est tout simplement inconcevable. La famille ne peut s'offrir que des vêtements d'occasion deux fois par an et le budget quotidien pour la nourriture n'est que de 3000 riels par personne, soit moins d'un dollar.

« La nourriture que je peux me permettre est très pauvre. Juste un peu de riz et de légumes. Ça n'est pas assez pour les enfants, mais nous n'avons pas le choix. La nourriture est devenue vraiment chère. Il y a un an, une petite soupe coûtait 300 riels. Aujourd'hui, elle en coûte 500. Simplement pour une soupe faite avec la pire viande et les pires légumes possibles. C'est vraiment dur de travailler quand on ne mange que des repas aussi peu nutritifs. J'ai 44 ans et il m'est de plus en plus difficile de continuer à travailler ici. Si je pouvais quitter l'usine et devenir vendeuse, je n'hésiterais pas. Mais je me bats pour mes enfants. Je veux qu'ils aillent à l'école, qu'ils étudient pour trouver un meilleur travail que le mien. N'importe lequel plutôt que dans le textile, pourvu qu'ils aient un meilleur salaire. »

Un meilleur salaire et de meilleures conditions de vie, deux revendications légitimes que les employés réclament en vain depuis des années au Cambodge. Une impasse qui a mené à la grève générale de septembre 2010 et au brusque licenciement de 19 dirigeants syndicaux et 142 syndicalistes par les dirigeants de Goldfame.

« Ils ont été réintégrés cinq mois plus tard, mais ils n'ont pas encore reçu leurs arriérés. Je suis inquiète de ce qui s'est passé après la grève. Le syndicat C.CAWDU est très important pour nous. Il existe cinq autres syndicats dans l'usine, mais seul le C.CAWDU a ma confiance. Avant leur arrivée je n'avais que des contrats de deux ou trois mois. Maintenant, j'ai un contrat d'un an, et l'indemnité de licenciement, au cas où on ne me renouvellerait pas mon contrat, a été augmentée. Je peux aussi prendre un jour de congé en cas de maladie sans perdre la totalité de ma prime d'assiduité, et mes managers ne me crient plus dessus si je demande un congé maladie. »



Les relations entre le C.CAWDU et la direction de Goldfame sont tendues depuis le début, et de nombreux conflits ont éclaté au fil des ans. Mais depuis la grève de 2010 et la réintégration forcée des 160 syndicalistes, le dialogue est tout simplement rompu. Une nouvelle grève risque fort d'éclater très prochainement car Goldfame a récemment décidé de diminuer le prix à la pièce et de maintenir 85 % de ses employés en contrats à durée déterminée. « La vie est dure pour un employé de la confection. Je suis sûre que les gens qui travaillent au siège ne savent rien de nos conditions de vie. Ils ne sont même pas au courant des problèmes que nous rencontrons dans l'usine.

Seuls les dirigeants locaux connaissent nos difficultés, mais ils s'en moquent et exercent une mainmise sur de nombreux faux syndicats pour maintenir les salaires à un bas niveau. Nous avons besoin d'aide de l'étranger pour expliquer aux acheteurs que les salaires sont trop bas et que la pression sur notre syndicat est insupportable. »

Témoignage : Rom Sokha, employée de Yung Wah Industrial Co.

Rom Sokha travaille comme emballeuse chez Yung Wah Industrial, une usine de Singapour produisant des chemises, des vestes, des t-shirts et des pantalons pour les marques GAP, Old Navy et Banana Republic. Située à 30 minutes au sud de Phnom Penh, dans la province de Kandal, l'usine affirme « répondre aux besoins de ses employés par un système complet d'avantages et de protection sociale ». Un engagement que ne confirme pas le témoignage qui suit.

« Je travaille chez Yung Wah depuis six ans. Ce travail est épuisant mais je m'efforce de bien le faire et d'emballer tous les vêtements avant qu'ils ne quittent le site. A ce jour, je gagne toujours le salaire minimum [61 dollars], comme tout le monde à Yung Wah. Grace à ma prime d'ancienneté et à l'allocation de subsistance, je touche en tout 73 dollars. Quand ma santé me permettait de faire des heures supplémentaires pour toucher la prime d'assiduité, je pouvais même gagner jusqu'à cent dollars. Mais je ne peux plus le faire. »



Sokha n'a que 33 ans, mais elle souffre déjà de sévères pathologies de l'estomac et du côlon, en plus de problèmes cardiaques. Jusqu'à récemment, elle avait l'habitude d'aller travailler même lorsqu'elle était malade. Mais son état s'étant aggravé le mois dernier, elle a dû arrêter de travailler et se retrouve en congé maladie pour quelques semaines.

« C'est une période très difficile pour moi. L'année dernière, je n'ai pas touché plus de 50 ou 60 dollars parce que j'ai été malade. J'ai perdu connaissance plusieurs fois, à l'usine et à la maison. Comme je ne pouvais payer ni le médecin ni des médicaments modernes, j'ai essayé de trouver des traitements traditionnels pour

soulager la douleur, ce qui m'a coûté environ cinq dollars par mois. Mais, il y a trois semaines, j'ai dû payer cent dollars pour acheter des médicaments à la pharmacie. L'usine ne couvre pas ces dépenses. Ils ne nous fournissent des médicaments que pour des problèmes bénins tels que les maux de tête ou les diarrhées, et uniquement lorsqu'on travaille. Aujourd'hui c'est le fond de solidarité des employés qui finance mon traitement. Mais malgré cette aide, je dois emprunter de l'argent pour les médicaments. »

Sokha vit près de l'usine, dans une minuscule pièce au rez-de-chaussée, avec son fils de dix ans. Quatre murs, un lit et un minuscule coin cuisine : c'est tout ce qu'elle a pu trouver pour 40 dollars par mois, eau et électricité incluses. Son mari vit également là de temps en temps, mais la plupart du temps, il reste à la campagne où il cultive des légumes sur un petit lopin de terre qu'il loue pour 15 dollars par récolte.

« Mon mari gagne peu, peut-être 50 dollars par récolte, quand les conditions sont bonnes. Mais avec les sécheresses, les inondations et les insectes, on ne sait jamais d'avance combien on va gagner. Mon emploi à l'usine de Yung Wah est donc vital pour nourrir la famille et payer le loyer. Le loyer de la chambre est très cher. Je n'ai rien pu trouver de moins cher près de l'usine. Nous devons donc économiser sur tout. Nous essayons de dépenser 3 dollars par jour pour la nourriture, 1,50 dollar lorsque je suis seule avec mon fils. Du petit-déjeuner au souper, nous ne mangeons que du riz avec un peu de viande. Ce n'est pas suffisant, surtout pour mon fils. Il est trop maigre et continue de perdre du poids. Il est souvent malade et il rate régulièrement l'école. Je suis vraiment inquiète. Si j'avais plus de moyens, je pourrais lui acheter des fruits pour qu'il s'alimente mieux, mais je ne peux pas, particulièrement en ce moment... »

Payer l'école est également problématique, avec un tel salaire. Même si son fils est scolarisé dans une école publique, officiellement gratuite, Sokha doit donner 200 à 300 riels par jour au professeur. Cela fonctionne ainsi, aujourd'hui, au Cambodge. Chaque année, elle doit aussi payer les livres ainsi que deux uniformes.

« C'est impossible de faire face à toutes ces dépenses avec mon salaire actuel. Pour vivre correctement, il me faudrait au moins 120 dollars de salaire minimum, sans les primes. Même lorsque je pouvais faire des heures supplémentaires, ce n'était pas suffisant. Il fallait que j'emprunte 30 ou 50 dollars par mois à l'usurier local. A cette époque, je pouvais envoyer 10 ou 20 dollars par mois à ma famille. Douze personnes comptent sur moi dans ma ville natale. Mais maintenant que je suis malade, je ne peux plus rien leur envoyer. »

Comme tant d'employés de la confection au Cambodge, l'endettement de Sokha s'aggrave mois après mois. Les intérêts des usuriers sont élevés et le coût de la vie augmente énormément dans le pays. A ce jour, les dettes de Sokha s'élèvent à cent dollars.



« Je ne comprends pas pourquoi les salaires sont si bas. Mon responsable syndical dit que c'est à cause de la corruption et de l'exploitation de la part des propriétaires de l'usine. Tout ce que je sais, c'est que nous travaillons dur, même lorsque nous sommes fatigués ou malades. Si je pouvais rencontrer le grand patron de GAP, je lui dirais que nous avons cruellement besoin de plus d'argent pour survivre. Avec ce salaire, il est impossible de vivre correctement et de prendre soin de notre famille. L'allocation de subsistance de cinq dollars par mois et la prime d'un demi-dollar par jour pour les

heures supplémentaires sont bien trop basses. Nombreux sont ceux qui, comme moi, sont épuisés. Ça ne peut plus continuer comme ça. »

« Si je pouvais, je quitterais l'usine. Mais je ne peux pas, parce que je n'ai pas de terre à cultiver et je dois prendre soin de mon fils. Cette année, je ne vais pas pouvoir travailler pendant deux mois. Je me demande vraiment comment nous allons faire... »

Les 10 excuses les plus avancées par les marques pour ne pas payer un salaire vital

N° 1 : Fixer un salaire minimum juste est le rôle des gouvernements, pas des entreprises

S'il est vrai que dans un monde idéal, les salaires minimum fixés par les gouvernements (souvent négociés avec les entreprises et les syndicats) devraient être justes, il y a une explication claire au fait que ce ne soit pas le cas. Les gouvernements prennent en compte leur compétitivité au niveau international et savent parfaitement que les acheteurs des multinationales de la mode se fourniront ailleurs si le coût du travail est trop élevé. Dans cette situation, le pouvoir est entre les mains de ces acheteurs, pas des gouvernements. C'est aux multinationales qui dominent les chaînes d'approvisionnement de la confection de montrer qu'elles sont prêtes à absorber d'éventuelles légères augmentations des coûts de production, afin de mettre les gouvernements en confiance pour qu'ils augmentent les salaires minimum. Pour résoudre le problème des salaires, les marques doivent considérer l'ensemble de leur chaîne d'approvisionnement dans tous les pays et travailler en concertation avec les autres marques se fournissant dans chacun de ces pays.



N° 2 : Il est impossible de payer un salaire vital car il n'existe pas de consensus sur la façon de le calculer



Cet argument n'est pas recevable du point de vue des travailleur-euse-s. Le problème des bas salaires est évident pour ces derniers et pour de nombreuses entreprises et pourtant, parce qu'elles ne parviennent pas à s'accorder sur un nombre, beaucoup d'entre elles refusent d'essayer d'augmenter les salaires. Bien que ce dilemme dure depuis des années, les entreprises n'ont guère cherché à atteindre un consensus, et lorsque les initiatives multipartites s'y sont attaquées, les négociations ont échoué. Le consensus n'est pas impossible, mais les entreprises ne souhaitent pas le trouver.

De plus, l'Alliance pour un salaire minimum en Asie - *Asia Floor Wage Alliance* : www.asiafloorwage.org, qui regroupe plus de 80 syndicats d'ouvrier-e-s de la confection, des représentants des travailleur-euse-s et des ONG issues de 6 pays d'Asie producteurs de vêtements, a réalisé en 2009 le plus gros du travail en définissant un indicateur permettant de calculer un salaire vital pour les ouvrier-e-s de la confection en Asie. Ce salaire se base sur les moyens nécessaires à l'achat d'un panier de nourriture pour un-e travailleur-euse et les membres de sa famille. Il prend également en compte les autres dépenses nécessaires à la survie. Cet indicateur et le pouvoir d'achat qu'il représente ont été soumis aux entreprises comme réponse au dilemme des salaires. De nombreuses entreprises ont trouvé l'idée intéressante mais à ce jour, aucune d'entre elles n'a commencé à utiliser officiellement cet indicateur comme référence pour un salaire vital.

N° 3 : Les pays à bas salaires risqueraient de perdre leur avantage compétitif si les salaires devaient augmenter

Sur ce point, l'essentiel est de rappeler que le coût de la main-d'œuvre représente une part si faible du coût total d'un vêtement que même en le doublant, la différence serait minime. Le coût de

main-d'œuvre d'un vêtement ne représente en général que 1 % à 3 % de son prix de vente. En outre, la main-d'œuvre bon marché n'est pas le seul élément qui explique la délocalisation de la production vers d'autres pays. Le succès de la Chine s'explique en partie par sa main-d'œuvre bon marché, mais aussi par le fait que son industrie est très efficace et productive, et peut offrir l'organisation de l'intégralité de la filière industrielle, de la production du coton jusqu'au vêtement fini, ce que ne peuvent pas offrir la plupart



des autres pays. Il a été prouvé que l'augmentation des salaires améliorerait le moral et la productivité des employés tout en réduisant l'absentéisme et le taux de renouvellement du personnel. Dans ces conditions, le fait de payer un salaire vital améliorerait même la qualité et l'adaptabilité, permettant aux fournisseurs éclairés de rester compétitifs.

N° 4 : Notre entreprise aide à améliorer l'emploi dans ces pays en développement. En nous fournissant ici, nous donnons du travail à des gens qui n'en auraient pas sans notre présence.



Il est vrai que pour de nombreux ouvrier-e-s, trouver du travail dans une usine de confection ou de vêtements de sport est mieux que les autres alternatives à leur portée, c'est pourquoi autant en dépendent. Mais le fait que des personnes soient dans le besoin n'est pas une excuse pour les exploiter. Les ouvrier-e-s ne touchent pas une rétribution juste au regard des bénéfices qu'ils contribuent à générer pour les grandes entreprises.

Nous nous réjouissons du fait que des millions de personnes gagnent un salaire. Cependant, cet élément ne peut à lui seul suffire à les extraire de la pauvreté si les patrons peuvent embaucher et licencier à volonté, priver les travailleur-euse-s de leurs droits syndicaux et leur verser des salaires de misère qui les contraignent à travailler un nombre d'heures inhumain pour survivre, éviter de payer les congés maladie ou maternité. Pour de nombreux-ses ouvrier-e-s, ces emplois ont un impact caché dévastateur : ils tombent malades, s'épuisent, et les familles s'étiolent. Tout ceci est inacceptable et évitable. Chacun veut et a droit à un emploi de qualité, « à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine » (Déclaration universelle des droits de l'Homme, article 23.(3)).

N° 5 : Le coût de la vie est plus faible dans les pays producteurs de vêtements. Il est donc normal que les salaires soient faibles.

Il est bien entendu exact que le coût de la vie est bien plus bas dans de nombreux pays qu'en Europe, c'est pourquoi nous ne comparons pas notre niveau de salaire avec les niveaux des travailleur-euse-s ailleurs dans le monde. Nous savons grâce à nos partenaires dans les pays de production textile que le salaire minimum dans ces pays n'est jamais suffisant pour constituer un *salaire vital* et que de nombreux employés de la confection ne touchent même pas le salaire minimum. Un *salaire vital* permet aux ouvrier-e-s de s'alimenter correctement et d'accéder à une eau saine, de se loger, de



s'habiller, d'accéder à l'éducation, aux soins de santé et aux transports, tout en leur laissant une part de revenu discrétionnaire. Il devrait suffire à couvrir les besoins de base des ouvrier-e-s et de leur famille, et leur permettre de participer pleinement à la société et de vivre dignement. Il devrait prendre en compte le coût de la vie, comporter des prestations de sécurité sociale, et prendre en compte le niveau de vie d'autres pans de la population. C'est selon nous ce que chaque travailleur-euse devrait pouvoir toucher pour une semaine normale de travail. Or ce n'est pas le cas actuellement.

N° 6 : Les consommateurs ne veulent pas payer leurs chemises plus chères



Il est vrai que les consommateurs se sont habitués à ce que leurs vêtements soient peu chers. Cependant, la part du salaire d'un ouvrier-e de la confection ne représente qu'entre 1 et 3 % du coût total de la plupart des vêtements. Lorsqu'un consommateur paye une chemise 8 euros, l'ouvrier-e qui l'a confectionnée ne touche pas plus de 24 centimes. Doubler son salaire reviendrait à ajouter 24 centimes. Le consommateur remarquera à peine cette augmentation, et si ça ne fait pas grande différence pour le consommateur, ce devrait probablement être le cas pour une entreprise. Les marges bénéficiaires de millions d'euros par an réalisées par les multinationales de l'habillement devraient permettre d'absorber cette augmentation.

N° 7 : D'après notre code de conduite, nos salaires sont justes

Mettre en ligne un code de conduite sur un site web ne garantit pas un salaire juste. Cela ne signifie pas pour autant qu'il est inutile de le faire figurer dans un code de conduite, car cela permet de mettre les entreprises face à leurs engagements. En outre, si les travailleur-euse-s connaissent l'existence de ce code et de son contenu, ils/elles peuvent s'en saisir pour exiger de meilleurs salaires. Le problème des codes de conduite réside dans le fait qu'ils ne sont utiles que si des procédures de contrôle sont en place pour en vérifier la mise en œuvre. Les entreprises doivent vérifier la mise en œuvre effective de leur code de conduite et s'assurer de l'amélioration de la situation dans les usines de leurs fournisseurs. De plus, déclarer verser des « salaires justes » ne suffit pas. Les entreprises doivent déclarer publiquement ce qu'elles entendent par « salaire juste » sur la base de nombres concrets et une méthodologie, et en publiant un plan détaillant comment elles comptent atteindre ce montant.

N° 8 : La crise économique ne nous permet pas d'acheter nos produits à un prix plus élevé

Il est certain que la crise économique a un impact sur les bénéfices des entreprises, mais cela est entièrement indépendant du droit à un salaire vital. Le salaire vital n'est pas une option que les entreprises choisissent ou non de verser, ou une sorte de nouvelle mesure de responsabilité sociale prise lorsque le contexte économique le permet. Le salaire vital n'est pas une faveur pour les travailleur-euse-s, c'est une nécessité, quel que soit le contexte économique. Le salaire vital n'est pas seulement un privilège de riche.



N° 9 : Une augmentation des salaires dans le secteur de la confection incitera les infirmier-e-s et les enseignant-e-s, moins bien payé-e-s, à quitter leur emploi pour venir travailler dans les usines de textile, ce qui nuira aux systèmes éducatif et de santé du pays.

Bien que cela semble être le cas à première vue, cet argument sous-estime l'impact positif de salaires plus élevés dans l'industrie sur les emplois du secteur public (et privé). Si les salaires augmentent dans le secteur de l'industrie, les gouvernements locaux seront peut-être contraints d'offrir des salaires plus attrayants aux enseignant(e)s et aux infirmier(e)s ; mais avec une quantité plus grande d'argent circulant dans le pays, le Trésor public devrait compenser ce déficit à terme. Un salaire vital pourrait favoriser la relance des économies locales et l'émergence des pays en développement. Actuellement, le secteur de la confection, bien qu'il prétende bénéficier à l'économie de ces pays, entrave en fait leur développement, puisque les bénéfices liés au travail mal rémunéré sont absorbés par les actionnaires des pays occidentaux.



N° 10 : Nos actionnaires ne sont pas favorables au paiement d'un salaire vital aux travailleur-euse-s.

Il est triste de constater que les entreprises ne prennent pas leurs décisions à la lumière des droits humains mais à celle du profit. Même si cela n'est pas prêt de changer, cela ne veut pas dire qu'il est impossible de convaincre les actionnaires de la nécessité d'agir. Suite à une série d'événements relayés dans les médias, les actionnaires de Primark (ABF) ont accepté, en hiver 2009, de nommer un directeur de la Responsabilité Sociale d'Entreprise au conseil d'administration, et d'employer une équipe RSE chargée d'aborder la question des droits humains au travail. Des entreprises comme Marks & Spencer font des « pratiques éthiques » l'un de leurs arguments de vente et ont réalisé des bénéfices en investissant dans des initiatives de RSE. Par ailleurs, au niveau de l'usine, des études ont démontré que des travailleurs bien nourris, bien payés et qui travaillent un nombre d'heures raisonnable sont plus productifs et fabriquent des produits de meilleure qualité. L'argument en faveur d'un salaire vital peut s'appuyer sur une multitude de raisons commerciales. En discutant intelligemment avec les actionnaires, il n'y a pas de raison pour qu'ils n'y apportent pas leur soutien.

Questions fréquentes

Pourquoi avoir choisi le secteur de la confection au Cambodge ?

Au cours des derniers mois, le secteur de la confection au Cambodge a beaucoup fait parler de lui dans les médias. Les vagues massives de pertes de connaissance dues à la malnutrition ont fait la une en 2011, tout comme les grèves, où plus de 200 000 travailleur(euse)s sont descendu(e)s dans la rue pour protester contre les mauvaises conditions de travail et les salaires insuffisants. Les produits de la confection représentent plus de 85 % des exportations totales de marchandises du Cambodge et pourtant, malgré l'essor de ce secteur, une pauvreté abjecte règne encore dans ce pays. Le salaire minimum de 61 \$ (US dollars) par mois, assorti de primes pouvant s'élever à 17 \$ par mois, est loin de suffire à couvrir les frais d'alimentation, de logement, de santé et de transport.

Le Cambodge, contrairement à beaucoup d'autres pays producteurs de vêtements, dispose pourtant de tous les éléments pour que la situation change. Malgré des employeurs généralement opposés aux syndicats et l'absence de conventions collectives, environ 60 % des travailleur(euse)s sont syndiqué(e)s : cette participation est propice à la négociation et au maintien d'un salaire vital. Les acheteurs internationaux sont également présents, et le programme « Better Factories Cambodia » (Programme d'amélioration des usines au Cambodge) de l'Organisation internationale du travail (OIT) contribue à améliorer les conditions de travail.

Les marques H&M, Gap, Levi's et Zara sont-elles pires que les autres ? Pourquoi cibler ces marques en particulier ?

La campagne n'a pas choisi de cibler les marques H&M, Gap, Levi's et Zara parce qu'elles sont pires ou meilleures que les autres, mais parce que, parmi les principales marques acheteuses au Cambodge, ce sont les plus connues des consommateurs européens. Le considérable pouvoir d'achat collectif de ces marques internationales leur donne la capacité d'améliorer concrètement la vie des travailleur(euse)s. Pour que la situation évolue, il est essentiel que les consommateurs se sentent proches des ouvrier(e)s qui fabriquent les vêtements qu'ils portent. Ces marques rendent cela possible.

Qu'est-ce qu'un salaire vital ?

Un salaire vital devrait permettre à tout travailleur-euse de subvenir à ses besoins élémentaires et à ceux de sa famille. Dans le secteur de la confection au Cambodge, plus de 80 % des ouvriers sont des femmes âgées de 18 à 35 ans. Beaucoup d'entre elles ont des enfants et une famille à nourrir. Le coût de la vie ne cessant d'augmenter dans tous les domaines, le salaire minimum ne suffit simplement pas à se loger, se nourrir, se vêtir, s'instruire, se déplacer et se soigner. En fait, d'après les calculs de l'Asia Floor Wage Alliance (Alliance pour un salaire minimum en Asie), le salaire minimum au Cambodge devrait s'élever à 283 \$ par mois, soit plus de quatre fois le salaire minimum actuel.

- **Définition (conformément aux Conventions 95 et 131 de l'OIT, aux Recommandations 131 et 135 de l'OIT et à l'Article 23 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme) :** *Tout salaire ou toute allocation versé(e) en contrepartie d'un travail standard doit au minimum correspondre au salaire minimum légal ou pratiqué dans un secteur donné, et doit toujours suffire au travailleur à subvenir à ses besoins élémentaires et à ceux de sa famille, tout en lui laissant une part de revenu discrétionnaire.*

Plus précisément, le salaire vital :

- s'applique à tous les travailleurs ; aucun salaire ne peut lui être inférieur ;
- est versé dans le cadre d'une semaine de travail standard, qui ne peut en aucun cas dépasser 48 heures ;
- est composé d'un salaire de base, avant le paiement d'allocations, de primes ou d'heures supplémentaires ;
- couvre les besoins élémentaires du travailleur et de sa famille, en supposant qu'une famille soit constituée de deux adultes et de deux enfants ;

- laisse au travailleur une part de revenu discrétionnaire, le montant de ce revenu représentant au moins 10 % du montant nécessaire à ses besoins élémentaires.

Qu'est-ce que l'Asia Floor Wage ?

L'AFW (Salaire minimum en Asie) est une revendication salariale établissant le montant d'un « salaire minimum vital » pour les ouvriers du secteur de la confection en Asie. Ce montant a été calculé par une alliance regroupant plus de 80 syndicats d'ouvriers de la confection, des représentants de travailleurs et des ONG issus de six pays asiatiques producteurs de vêtements, à partir d'études menées sur le panier alimentaire et le coût de la vie dans ces six pays. Il s'appuie sur une méthodologie de calcul du salaire minimum vital recourant à la Parité de Pouvoir d'Achat en dollars US. Ces données peuvent servir de référence pour la mise en place d'un salaire vital.

Pour plus d'informations, voir :

<http://www.asiafloorwage.org/documents/Reports/Stitching%20a%20Decent%20Wage%20Across%20Borders.pdf> (en anglais).

Que demandez-vous aux entreprises de faire, spécifiquement ?

Les entreprises doivent prendre des mesures à court terme pour remédier aux problèmes actuels de pauvreté causés par les bas salaires au Cambodge, mais aussi des mesures à long terme en vue d'établir un véritable salaire vital pour les ouvriers de la confection dans ce pays.

A court terme

1. Soutenir l'objectif des syndicats cambodgiens visant à établir le salaire minimum à 131 \$. Pour ce faire :
 - diffuser un communiqué de soutien public ;
 - engager un dialogue avec les fournisseurs sur les moyens d'atteindre l'objectif de 131 \$;
2. Augmenter les indemnités/les aides complémentaires :
 - augmenter les indemnités de transport ou de location (7 \$, actuellement) à 15 \$;
 - augmenter la prime d'assiduité (10 \$, actuellement) à 12 \$;
 - verser une indemnité de petit-déjeuner, de déjeuner et de dîner de 1,5 \$ par jour.
3. Améliorer la procédure de négociation des salaires :
 - établir un échéancier de négociations : des réunions régulières de négociation des conditions de travail représenteraient une amélioration considérable ;
 - accompagner la conception et la mise en place d'une méthodologie pour l'augmentation des salaires.

A long terme

Pour mettre en place un véritable salaire vital bénéficiant à tou(te)s les travailleur(euse)s, les entreprises doivent se doter d'un plan d'action concret comportant un échéancier, des indicateurs et une procédure de suivi.

Les entreprises doivent s'engager à soutenir l'AFW en adoptant une « feuille de route » garantissant ce salaire et consistant à :

- soutenir une norme de salaire vital ;
- promouvoir le respect de la liberté d'organisation, préalable essentiel à la mise en place d'un salaire vital ;
- dialoguer avec l'Asia Floor Wage Alliance (Alliance pour un salaire minimum en Asie) ;
- soutenir publiquement l'AFW en tant qu'indicateur de référence pour la mise en place d'un salaire vital ;
- modifier les pratiques d'achat pour faire de l'AFW une réalité ;
- mener des « projets pilote AFW » impliquant à la fois les fournisseurs et les partenaires de l'AFW ;
- exercer un plaidoyer en faveur de l'AFW auprès des gouvernements des pays d'approvisionnement ;
- agir en toute transparence ;
- coopérer avec les autres entreprises, les fournisseurs, les syndicats, et les ONG, notamment.

Quelques données sur le Cambodge

Avec une population de plus de 14,8 millions d'habitants, le Cambodge est le 68^e pays le plus peuplé au monde : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Cambodia>

- D'après le ministère cambodgien du Commerce, le secteur de la confection au Cambodge constitue environ 75% du secteur industriel du pays : http://www.fibre2fashion.com/news/apparel-news/newsdetails.aspx?news_id=114673
- La production de vêtements et de chaussures représente une part essentielle de l'économie cambodgienne. En novembre 2011, le secrétaire d'Etat au ministère du Travail a affirmé que le pays comptait 552 usines de confection employant plus de 300 000 ouvrier(e)s. D'après le ministère du Commerce, le Cambodge a exporté au cours des neuf premiers mois de l'année 2011 l'équivalent de 3 132 millions de dollars US de marchandises issues du secteur de la confection : <http://www.cambodiaun.org/news/26-november-11/216-cambodia-has-552-garment-factories.html>
- 90 % des travailleurs du secteur de la confection au Cambodge sont des femmes, âgées en moyenne de 24 ans : <http://www.betterfactories.org/newsdet.aspx?z=4&IdNews=803&c=1>
- GAP et H&M sont les plus gros acheteurs de produits exportés par le Cambodge : <http://cambodia-business.blogspot.co.uk/2011/11/cambodia-enjoying-chinas-long-shadow.html>
- Le secteur de la confection connaît un essor rapide : en 2011, les exportations de vêtements et de chaussures ont augmenté de 25 %, pour atteindre 4,24 milliards de dollars US, représentant 85 % des exportations totales : <http://www.guardian.co.uk/world/2012/feb/02/cambodian-workers-peoples-tribunal-factory>
- Les chiffres du ministère du Commerce indiquent que la valeur des exportations de vêtements en provenance du Cambodge a augmenté de 15 % au cours du premier trimestre 2012, atteignant plus d'un milliard de dollars US au cours du trimestre : <http://www.betterfactories.org/newsdet.aspx?z=4&IdNews=803&c=1>
- En 2011, environ 50 nouvelles usines ont ouvert au Cambodge. Une seule a suspendu ses opérations : <http://www.asean-cn.org/Item/4424.aspx>
- En raison de l'inflation massive, les ouvriers de la confection au Cambodge ont essuyé une perte de salaire réelle de plus de 14 % durant les douze dernières années : http://www.just-style.com/analysis/cambodias-garment-sector-faces-continued-challenges_id113445.aspx
- Ces deux dernières années, les protestations de travailleurs ont pris de plus en plus d'ampleur. Les autorités les ont fermement réprimées : 1 000 dirigeants syndicaux ont été licenciés suite à des grèves pour l'amélioration des salaires et des conditions de travail qui ont rassemblé 200 000 travailleur(euse)s en 2011 : <http://www.guardian.co.uk/world/2012/feb/02/cambodian-workers-peoples-tribunal-factory>
- De novembre 2011 à avril 2012, 27 grèves ont eu lieu dans le secteur de la confection au Cambodge, soit deux fois plus que l'année précédente à la même période : <http://www.betterfactories.org/newsdet.aspx?z=4&IdNews=803&c=1>

Films, images et autres supports disponibles

Images

> Des images haute définition sont disponibles sur demande auprès du Collectif Ethique sur l'étiquette

Films

Un court documentaire intitulé *Cambodge le salaire de la Faim* peut être visualisé ici : <https://vimeo.com/49592343>. Des images de ce film peuvent être obtenues sur demande.

Rapports

Un rapport réalisé par la Clean clothes campaign et le Community Legal Education Center sur les activités du programme « Better Factories Cambodia » de l'OIT est disponible sur le lien suivant : <http://www.cleanclothes.org/resources/ccc/working-conditions/10-years-better-factories-report>

Les Organisations

Le Collectif Ethique sur l'étiquette

Créé en 1995, le collectif Ethique sur l'étiquette regroupe des associations de solidarité internationale, des syndicats, des mouvements de consommateurs et des associations d'éducation populaire.



Le Collectif Ethique sur l'étiquette agit en faveur du respect des droits de l'Homme au travail dans le monde et de la reconnaissance du droit à l'information des consommateurs citoyens sur la qualité sociale de leurs achats. Il concentre son action sur les secteurs à forte intensité de main d'oeuvre comme le textile, les jouets ou les articles de sport. Depuis sa création, il interpelle les entreprises présentes en France et les grandes marques internationales afin qu'elles veillent à ce que les conditions de production des marchandises qu'elles commercialisent respectent les normes internationales du travail. Il demande aux administrations et aux entreprises de garantir que les pratiques d'achat favorisent le progrès social chez leurs fournisseurs et sous-traitants en y associant les syndicats, les ONG, les mouvements de consommateurs, les représentants des pouvoirs publics etc.



Pour progresser vers ces objectifs, le Collectif **mobilise l'opinion pour faire pression sur les décideurs économiques et politiques**, notamment par le biais de campagnes. Pour atteindre un public le plus large possible, il s'appuie sur un réseau de **nombreux collectifs locaux répartis sur toute la France**. Ces collectifs relayent localement les campagnes et organisent des débats, des expositions, des interventions en milieu scolaire, etc., pour informer et mobiliser les consommateurs et tous les acteurs concernés par les achats éthiques : citoyens, élus, sportifs, commerçants...



Le Collectif inscrit son action dans une dimension internationale. Il est notamment membre du réseau international **Clean Clothes Campaign**, dont il représente la branche française, et fonde son action sur les relations de ses membres avec des syndicats et associations de défense des droits des travailleurs dans les zones de production à travers le monde.

Les membres du Collectif : *AFVP (Association française des volontaires du progrès) - Asseco CFDT (Association études et consommation) - Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs - CCFD Terre Solidaire (Comité catholique contre la faim et pour le développement) - CFDT (Confédération française démocratique du travail) et 10 fédérations, 2 unions régionales - Fédération Artisans du Monde - FSGT (Fédération sportive et gymnique du travail) - FSU (Fédération syndicale unitaire) - Indecosa CGT - JOC (Jeunesse ouvrière chrétienne) - Oxfam France - Agir ici - Peuples Solidaires - Ritimo (Réseau d'information Tiers-monde) - Ufolep (Union française des œuvres laïques d'éducation physique).*

Les soutiens : *CRID (Centre de recherche et d'information sur le développement) - Ligue de l'Enseignement - Solidarité Laïque.*

La Clean Clothes Campaign

La Clean Clothes Campaign est une alliance d'organisations présentes dans 16 pays d'Europe, représenté en France par **le Collectif Ethique sur l'étiquette**. Ses membres incluent des syndicats et des ONG couvrant un vaste spectre de perspectives et d'intérêts, tels que les droits des femmes, la défense des consommateurs et la réduction de la pauvreté. Il s'appuie sur un réseau de plus de 200 organisations et syndicats dans les pays producteurs de vêtements pour identifier les problèmes et élaborer des stratégies de campagne visant à soutenir les travailleur(euse)s. Il coopère étroitement avec des campagnes similaires, axées sur les droits des travailleurs aux Etats-Unis, au Canada et en Australie.

Depuis 1989, les plates-formes membres de la CCC s'appliquent à faire respecter les droits fondamentaux des travailleurs. Le réseau sensibilise et mobilise les consommateurs, réalise un lobbying sur les entreprises et les gouvernements, et offre un soutien direct aux travailleur(euse)s qui se battent pour leurs droits et exigent de meilleures conditions de travail.