

CAMPAGNE #SOLDÉES

Les réponses des marques

Janvier 2016

www.quiestlamoinschere.org



Les marques et enseignes françaises



Suite à notre interpellation, Carrefour indique enfin prendre en compte la question du salaire vital, sans pour autant définir un indicateur ou un référentiel qui précise ce qu'il entend par cette notion.

Carrefour annonce des mesures de partenariat et de contractualisation avec ses fournisseurs, essentiellement autour de l'organisation de la production. Cela va dans le sens d'une lutte contre la sous-traitance dissimulée et d'une relation plus stable avec les fournisseurs.

Un travail de décomposition du coût de fabrication de ses vêtements a été réalisé dans ses pays fournisseurs, suite à notre interpellation, pour identifier les marges de manœuvre possibles en matière de progression des salaires. Connaître la décomposition du prix chez ses fournisseurs est une mesure essentielle, que nous demandons depuis des années. Le Collectif regrette qu'une telle mesure, qui fait partie d'une politique de vigilance raisonnable d'un donneur d'ordre, et qui doit faire partie des éléments à identifier en amont de la contractualisation, arrive si tardivement pour une enseigne de cette envergure, dont le poids économique est considérable sur ses fournisseurs. Carrefour indique, à la lumière de cette étude, que le salaire des ouvriers demeure incompressible dans ses négociations avec ses fournisseurs, sans pour autant fournir de données sur le niveau des salaires.

Ces mesures ne sont pas inintéressantes. Mais elles ne traduisent en aucun cas de prise en compte par le distributeur de son rôle de donneur d'ordre, à travers la définition de pratiques d'achats, et de fixation de coûts qui permettent le versement d'un salaire décent aux ouvriers qui fabriquent ses produits.

[Voir la fiche du rapport " Salaires sur mesure " Carrefour-Tex](#)



L'enseigne s'est engagée dans un dialogue suivi avec le Collectif Éthique sur l'Étiquette, et une transmission d'informations, dans une relativement bonne transparence. Pimkie a audité l'ensemble de ses usines. C'est une avancée mais le Collectif déplore qu'elle arrive si tardivement pour une enseigne engagée depuis plusieurs années dans une activité économique à l'international. L'enseigne évoque la nécessité d'un travail concerté avec plusieurs donneurs d'ordres pour mettre en œuvre des mesures efficaces visant à élever les salaires.

L'enseigne cherche à réaliser un état des lieux sur la situation des salaires dans les pays auprès desquels elle se fournit. Elle s'est engagée dans un projet pilote visant à renforcer la productivité chez deux de ses fournisseurs. Les résultats de ce projet pilote ne sont pas connus. Les mesures visant concrètement l'élévation des salaires des ouvriers chez ses fournisseurs sont peu palpables. Pimkie doit considérer sa responsabilité de donneur d'ordre pour atteindre cet objectif.

[Voir la fiche du rapport " Salaires sur mesure " Pimkie](#)



L'enseigne s'est engagée dans un dialogue suivi avec le Collectif Ethique sur l'étiquette, et une transmission d'information, dans une bonne transparence.

L'enseigne évoque la nécessité d'un travail concerté avec plusieurs donneurs d'ordres pour mettre en œuvre des mesures efficaces visant à élever les salaires. Promod a réalisé une étude au Maroc et au Bangladesh visant à connaître la structure des salaires dans deux usines de ses fournisseurs. C'est une initiative nécessaire, mais qui demeure à ce jour trop limitée.

Les mesures visant concrètement l'élévation des salaires des ouvriers chez ses fournisseurs par la modification de ses pratiques d'achat et la fixation des prix aux fournisseurs ne sont pas palpables.

Promod doit considérer sa responsabilité de donneur d'ordre pour atteindre cet objectif.

[Voir la fiche du rapport " Salaires sur mesure " Promod](#)

Suite à notre interpellation, l'enseigne s'est engagée dans un dialogue suivi avec le Collectif Ethique sur l'étiquette, et un échange intéressant d'informations.



Déathlon a conduit une étude avec l'organisme Impactt, visant à connaître la décomposition des salaires pour envisager les marges de progression salariale. Un projet pilote a été lancé au Bangladesh, visant à renforcer la productivité au sein des usines afin d'élever les salaires.

Ce projet s'est traduit, selon l'enseigne, par une amélioration de l'organisation au sein de l'usine, une meilleure implication des ouvriers qui de fait ont vu leurs salaires augmenter par le fait de primes.

Si le Collectif reconnaît une réaction de l'enseigne pour prendre en compte la question cruciale du salaire des ouvriers qui fabriquent ses produits, et un effort de transparence quant aux mesures prises, il remet en question l'approche unique choisie par l'enseigne, et par Impactt, fondée sur l'optimisation de l'unité de production. Le Collectif rappelle que l'élévation des salaires vers des niveaux décents ne peut reposer sur la « motivation » du salarié ni l'objectif intermédiaire de dégager davantage de bénéfices pour l'usine. L'augmentation de rémunération qui résulte des efforts de productivité demeure loin du niveau vital des salaires. Surtout, cette méthode occulte la responsabilité du donneur d'ordre de mettre en œuvre des pratiques d'achats qui prennent en compte un niveau décent de salaire de l'ouvrier en bout de chaîne. Cela nécessite une évolution du modèle économique.

[Voir la fiche du rapport " Salaires sur mesure " Décathlon](#)

Les marques et enseignes de mode internationales



Soumis à une pression croissante l'incitant à agir pour payer des salaires vitaux, H&M a décidé de créer sa propre feuille de route vers un "salaire juste" d'ici 2018 qui concernera environ 850 000 travailleurs du textile. Sa stratégie vise à adapter ses propres pratiques d'achat mais aussi à former les travailleurs pour les encourager à organiser une représentation sur le lieu de travail, à demander aux gouvernements d'adopter de meilleurs mécanismes de fixation d'un salaire vital juste et à travailler avec les fournisseurs afin de mettre sur pied des systèmes de rémunération améliorés. Pour autant, une grande lacune demeure dans la mesure où H&M n'a pas défini de "salaire vital juste". Or un objectif chiffré est essentiel pour permettre un changement rapide et mesurable

L'enseigne fait également parti du groupement de marques "ACT" (Action Collaboration Transformation) qui ont signé l'accord MoU (Memorandum of Understanding ou Mémoire d'entente) avec le syndicat mondial des travailleurs de l'habillement [IndustriALL](#), dans lequel elles s'engagent à collaborer à l'amélioration des salaires dans leurs filières d'approvisionnement. L'accord convient de mettre au point des mesures pour établir une convention collective dans les pays d'approvisionnement clés du textile et de l'habillement. Ceci s'appuie également sur le travail des fournisseurs au niveau des ressources humaines et des systèmes salariaux et sur des pratiques d'achat responsables. Pour le Collectif, si cet accord est né d'une collaboration intéressante avec les syndicats internationaux, il reste trop généraliste. Pour être effectif il doit se traduire concrètement par l'implication des syndicats de travailleurs locaux dans les négociations.

[Voir la fiche du rapport « Salaires sur mesure » H&M](#)

INDITEX



Comme H&M, Inditex a rejoint le groupement ACT des marques signataires de l'accord MoU avec le syndicat IndustriALL. En dehors de ce processus, que le Collectif juge encore trop généraliste, la marque n'a pas pris de nouvel engagement en termes de salaire vital.

[Voir la fiche du rapport " Salaires sur mesure " Inditex](#)

HUGO
HUGO BOSS

Il est à ce jour impossible de faire état du moindre progrès en ce qui concerne les demandes adressées à Hugo Boss quant au respect des droits humains des travailleurs et au paiement d'un salaire vital.

Les contacts initiaux avec cette marque se sont avérés stériles. La marque a même refusé au départ de répondre au questionnaire en amont du rapport " Salaires sur mesure ".

[Voir la fiche du rapport " Salaires sur mesure " Hugo Boss](#)



Après deux rencontres en 2014 et 2015 avec un représentant d'Adidas et des représentants de syndicats du travail au Cambodge et en Indonésie, la marque a laissé entendre à plusieurs reprises que des discussions pour négocier de meilleurs salaires seraient à l'ordre du jour. Depuis cette nouvelle promesse, le salaire des travailleurs n'a pas augmenté.

[Voir la fiche du rapport " Salaires sur mesure " Adidas](#)