

**LES
CHAMÉL**

www.stop-au-sablage.org



DOSSIER DE PRESSE

CAMPAGNE « IL EST MORTEL CE JEAN »

Pour mettre fin aux dangers que le sablage des jeans engendre pour la santé des travailleurs qui l'opèrent, Ethique sur l'étiquette lance une campagne visant l'arrêt total de cette pratique dans les usines de confection. Après avoir interpellé les marques et les distributeurs de jeans, le Collectif demande aux citoyens de relayer massivement son appel auprès des marques concernées à travers un appel urgent en ligne à partir du 2 mars sur le site www.stop-au-sablage.org

Pour lancer cette opération, le Collectif Ethique sur l'étiquette vous donne rendez-vous :

**Le mercredi 2 mars 2011,
de 10h à 11h,
Au niveau du 63 rue Caumartin, Paris 9^e**

**Pour assister à l'ensablement symbolique d'un ouvrier sableur de jean
et connaître les réponses des marques et enseignes aux sollicitations du Collectif.**

Contact pour l'événement:

Cathy Mounier / La face B
06 17 35 97 47 – 09 52 58 60 98
cmounier@lafaceb.com

Contact pour la campagne

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

- > Interviews possibles sur place et en amont
 - > Disponibles sur demande :
- Images vidéo d'usines de confection - sablage de jean en Turquie - au format MPEG 2 et MPEG 4
 - Visuels de la campagne
- > Disponible le 3 mars :
 - vidéo teaser de l'opération
 - module flash de signature de l'appel urgent

L'ensemble des éléments (appel urgent, outils rédactionnels et iconographiques) seront disponibles en ligne le 2 mars sur <http://www.stop-au-sablage.org>



Le sablage des jeans : une technique rentable... mais mortelle

Les jeans *vintage* dominant le podium de la mode depuis près de 20 ans. Pourtant, on sait désormais que certaines techniques utilisées pour donner au denim un aspect usé sont dangereuses pour les travailleurs. Avec le sablage, ces derniers risquent de contracter la silicose, une affection pulmonaire mortelle.

Près de 5 milliards de jeans sont produits dans le monde chaque année. Populaire dès les années 50, incontournable dans les *seventies*, le jean a retrouvé une nouvelle jeunesse dans les années 90 en devenant la star de la mode *vintage*. Aujourd'hui, le succès de ces jeans qui ont l'air déjà portés est tel que les méthodes de production doivent répondre à une demande massive.

Différentes techniques existent pour vieillir la toile denim : le sablage manuel ou mécanique, le broissage, le délavage à l'aide de pierre ou de papier de verre, les traitements chimiques ou le laser. Aucune n'est sans risques pour la santé des travailleurs, d'autant que les ouvriers ne disposent généralement pas d'équipement de protection (masque facial, bouchons d'oreille, vêtements, etc.).

Le sablage : une technique irresponsable, cause de l'apparition de la silicose dans l'industrie du jeans.

Parmi ces techniques, le sablage reste encore trop souvent pratiqué par l'industrie du jean. Il permet de traiter des zones précises comme les cuisses ou les genoux. Et s'il est pratiqué manuellement (ce qui n'est pas rare dans les pays du Sud), il se révèle particulièrement rentable : le sable est l'abrasif le moins onéreux, la technique est réalisée par une main d'œuvre bon marché et l'impasse est faite sur les équipements de protection indispensables pour préserver la santé des travailleurs. Au final, le produit est revendu au détail jusqu'à 300 €. Jackpot.

Les recherches menées par les partenaires locaux de la Clean Clothes Campaign et le Comité turc de solidarité avec les sableurs montrent que le sablage du jean est notamment pratiqué en Turquie¹, au Bangladesh, au Mexique, au Cambodge, en Chine et au Pakistan, mais aussi en Inde et en Indonésie². Dans les ateliers de confection de ces pays, les ouvriers pulvérisent du sable à haute pression à l'aide de canons. Sans le savoir, ils libèrent alors de la silice cristalline alvéolaire, des particules invisibles à l'œil nu qui envahissent leur environnement sous forme de poussière. Inhalées, elles se logent définitivement dans les poumons et provoquent une maladie incurable : la silicose. Cette maladie pulmonaire continue de progresser alors que l'exposition a cessé. Elle entraîne des affections telles que la fibrose pulmonaire et l'emphysème. Une fois atteints, les travailleurs ne respirent plus correctement. A un stade avancé, l'affection devient invalidante, voire mortelle. Jusqu'à

¹ La Turquie a officiellement aboli la technique en 2009 mais elle serait encore pratiquée dans quelques ateliers clandestins.

² C. Riddselius, « Fashion victims - A report on sandblasted denim » nov. 2010, Clean Clothes Campaign et Fair Trade Center.

http://www.fairtradecenter.se/sites/default/files/JEANSRAPPORT_ENG_low_1.pdf



présent, la silicose était associée au travail dans les mines et les carrières, sur les chantiers de construction ou à la fabrication de verre et de céramique. Elle touche désormais les travailleurs de l'industrie textile.

Au Nord et au Sud, une législation inégale

Pour lutter contre la silicose au niveau mondial, un plan de lutte mené par l'OMS et l'OIT existe depuis 1995, mais il n'associe pas l'industrie textile.

De son côté, l'Union Européenne n'a toujours pas réglementé la question de l'exposition professionnelle à la poussière de silice. En 2006, un accord européen d'observation des bonnes pratiques a bien diffusé des recommandations, mais qui ne se substituent pas aux réglementations nationales. A défaut, celles-ci sont donc définies individuellement par chaque Etat membre.

En France, la silicose est classée comme maladie professionnelle depuis 1945. Des mesures ont été prises dès 1950 pour limiter l'exposition des travailleurs à la silice libre³. Depuis 1969, le sablage est autorisé à condition que les matériaux abrasifs contiennent moins de 5% de silice libre et que les équipements de protection soient fournis⁴. Le taux d'exposition des travailleurs à la silice cristalline libre a été réglementé en 1997 dans les secteurs industriels⁵.

Dans ce contexte, l'industrie textile a eu tendance à délocaliser cette partie de la production dans des pays moins regardants ou dépourvus d'une réglementation effective. En l'absence de normes internationales visant à protéger les travailleurs des filiales et les sous-traitants des multinationales européennes, il revient donc aux marques et aux détaillants d'adopter des mesures afin de garantir la santé de leurs travailleurs, au Nord comme au Sud.

À ce jour, seule la Turquie a adopté une législation interdisant officiellement le recours à cette technique, suite à une mobilisation de la société civile (voir la page sur la situation en Turquie).

³ Décret n° 50-1289 du 16 octobre 1950 relatif à la prévention de la silicose professionnelle.

⁴ Décret du 6 juin 1969.

⁵ Le seuil d'exposition autorisé est fixé à 0,1 mg/m³ pour le quartz et à 0,05 mg/m³ pour la cristobalite et la tridymite.



La situation en Turquie

C'est en Turquie, il y a 6 ans à peine, que des médecins démontrent pour la première fois le lien entre la silicose et l'industrie du vêtement. Les travailleurs du jean y pratiquent le sablage depuis le début des années 2000. Plus de 1 200 ouvriers ont ainsi contracté la silicose et 47 en sont morts. Après une campagne menée par la société civile, le gouvernement a interdit cette technique en mars 2009. Mais le combat continue.

« Lorsque je suis arrivé à Istanbul à la fin des années 90, j'ai travaillé pour Leke Jeans [une marque turque]. Au début, je dormais dans l'atelier de sablage. Puis l'employeur m'a dit que pour dormir sur place, je devais sabler les jeans. L'année suivante, je suis devenu "maître sableur" chez un sous-traitant de Tommy Hilfiger. Là encore, je travaillais et dormais dans l'atelier. Je pense que c'est à cette époque que je suis tombé malade ». Adulhalim Demir, ancien sableur, a découvert qu'il avait contracté la silicose au cours d'une visite médicale lors de son service militaire : « Si j'avais su les dangers, je n'aurais jamais accepté ce travail », conclut-il. Comme lui, près de 1 200 ouvriers du jean ont été diagnostiqués atteints de silicose en cinq ans. Et 47 personnes y ont laissé la vie. Néanmoins, il est difficile de recenser ces ouvriers qui travaillent majoritairement dans le secteur informel et ne sont pas conscients des risques encourus. Ils pourraient donc être beaucoup plus nombreux.

Un sableur sur deux serait atteint de silicose.

Pour alerter de l'urgence de la situation, le Comité de solidarité avec les sableurs (Solidarity Committee), composé de travailleurs atteints de silicose, de médecins, de syndicats et d'avocats, s'est constitué en 2008¹. Pour Yesim Yasin, membre de ce comité *« Les experts estiment que 8 000 à 10 000 personnes auraient travaillé dans cette branche du prêt-à-porter depuis le milieu des années 90. Ce qui nous effraie le plus, c'est que 4 000 à 5 000 d'entre elles pourraient désormais souffrir de silicose légère, moyenne ou aiguë »*. Le Comité a permis de révéler que les malades sont généralement de jeunes hommes : 23 ans en moyenne. Ce sont souvent des immigrés en provenance de Roumanie, Bulgarie, Moldavie, Géorgie ou Azerbaïdjan.

Les deux premiers cas diagnostiqués en 2005 concernaient de jeunes hommes de 18 et 19 ans. Ils travaillaient depuis cinq ans dans des ateliers clandestins, 11 heures par jour, dans une salle sans fenêtres ni ventilation, avec un masque facial en papier pour seule protection. Ils sont décédés peu de temps après que le diagnostic ait été établi. Jusqu'alors ces travailleurs étaient diagnostiqués tuberculeux. Cette découverte a permis à des chercheurs et à des médecins de l'université Atatürk d'Erzurum de lier la fabrication de jeans à la silicose.

Un scandale sanitaire et social

Depuis, les rapports médicaux montrent que les ouvriers du jean développent une forme particulièrement aiguë de la silicose, qui se déclenche après seulement 3 à 24 mois de travail. À titre de comparaison, dans l'industrie minière, cette maladie se déclare généralement après dix à trente ans d'exposition. Une différence qui s'explique par les conditions de travail de l'industrie textile : le sable utilisé contient plus de 80 % de silice, le

¹ Voir la page sur les acteurs de la campagne.



temps d'exposition peut excéder le nombre d'heures travaillées (par exemple pour les ouvriers qui dorment sur leur lieu de travail), les heures de travail excèdent largement le cadre prévu par les normes internationales et les équipements de protection, essentiels, sont quasi-inexistants.

En mars 2009, sous la pression du Comité de solidarité, le gouvernement a interdit le sablage et a annoncé vouloir fermer 60 ateliers clandestins. Mais la silicose fait chaque année de nouvelles victimes, d'autant qu'elle se propage même après l'exposition.

En outre, pour les travailleurs du secteur informel, à l'injustice sanitaire s'ajoute l'inégalité sociale puisque ces derniers ne peuvent faire valoir leurs droits auprès de la sécurité sociale.

En janvier 2010, une loi a été votée afin que chaque patient atteint de silicose soit traité gratuitement, y compris les travailleurs du secteur informel. Néanmoins, ces derniers n'ont toujours pas le droit de percevoir de pension d'invalidité. Fin septembre 2010, Yilmaz Dimbir, 32 ans, est le premier travailleur illégal du secteur textile à avoir gagné son procès : il bénéficie désormais de la sécurité sociale comme un travailleur déclaré.

Une technique qui s'étend dans le monde

Depuis l'interdiction légale en Turquie en mars 2009, les producteurs de jeans n'ont fait que déplacer leurs ordres en matière de sablage vers l'Egypte, la Jordanie ou la Syrie². Le Comité de solidarité estime pour sa part que la pratique du sablage a été exportée également en Inde, en Indonésie et au Mexique.

Repères

- En Turquie, le textile est le 1^{er} secteur en termes d'exportations et d'emploi.
- Le secteur textile emploie près de 3 millions de personnes, dont 10% dans l'industrie du jeans.
- La Turquie est le 3^e exportateur de jeans (soit des ventes avoisinant 1,6 milliard d'euros).
- 47 travailleurs du jean sont décédés de la silicose et 1 200 malades ont été déclarés en 5 ans.
- Plus de 5 000 sableurs pourraient être affectés par la silicose, soit 1 sur 2.
- Mars 2009 : interdiction officielle de la technique de sablage en Turquie, à la suite d'une campagne de la société civile. En janvier 2010, les patients atteints de silicose obtiennent le droit d'être soignés gratuitement, y compris pour les travailleurs du secteur informel.

² C. Riddselius, « Fashion victims - A report on sandblasted denim » nov. 2010, Clean Clothes Campaign et Fair Trade Center.

http://www.fairtradecenter.se/sites/default/files/JEANSRAPPORT_ENG_low_1.pdf



La réponse des marques et enseignes de l'industrie du jean

En utilisant des techniques dangereuses de sablage, les marques et les détaillants exposent les travailleurs à des risques mortels. À défaut d'une réglementation internationale et d'un contrôle infaillible, il est de leur responsabilité de supprimer le sablage de leur chaîne d'approvisionnement. Où en sont-ils ? La Clean Clothes Campaign (CCC) et Ethique sur l'étiquette (ESE) dressent un état des lieux.

Les études menées par la Clean Clothes Campaign et ses partenaires ont révélé la complexité de la question du sablage¹ : technique utilisée, type de sable utilisé, étape de la chaîne de production ou pays concernés... D'octobre 2010 à février 2011, le Collectif Ethique sur l'étiquette et ses homologues de la Clean Clothes Campaign ont demandé aux principaux marques et distributeurs du secteur de fournir des informations sur leurs pratiques de blanchissement des jeans. Leur niveau de connaissance est, sur la question, inégal. Quant à prendre la mesure de leur responsabilité face aux risques associés au sablage, si beaucoup ont réagi rapidement à l'interpellation des associations en faisant cesser cette pratique, certaines se justifient encore en expliquant que le sablage ne concerne qu'une part mineure de leur production ou en invoquant les délais nécessaires à la mise en œuvre de mesures d'interdiction. Certaines encore n'ont pas estimé qu'il y avait urgence. Force est de constater que le respect de ces mesures reste à vérifier.

Face à l'urgence sanitaire, une responsabilité avérée.

Et pour cause. L'organisation actuelle de la production de vêtements, avec des chaînes internationales de sous-traitance complexes et ramifiées, rend ardu le contrôle des intermédiaires. Le sablage est pratiqué soit par les fournisseurs des marques, soit par les sous-traitants de ces mêmes fournisseurs, dans des pays où les normes en santé et en sécurité au travail sont ignorées, ou bien dans des ateliers difficiles d'accès, souvent dans le secteur informel. Les fournisseurs d'H&M pratiquaient ainsi le sablage en Turquie, au Bangladesh, en Chine et au Pakistan, alors que les sous-traitants d'Inditex étaient localisés au Bangladesh et en Chine. Dans ce contexte, il revient aux marques et distributeurs de garantir le respect des normes internationales du travail dans ces usines, reprises dans leurs propres chartes éthiques : d'une part en adoptant des pratiques responsables ; d'autre part en mettant en place les systèmes de contrôle et de vérification adéquats.

En tant que donneuses d'ordres, les entreprises du vêtement ont une responsabilité envers les travailleurs qui interviennent tout au long de leur chaîne de production. Elles doivent pouvoir prouver aux consommateurs que leurs jeans ne mettent pas ces travailleurs en danger. C'est d'autant plus important dans le cas du sablage de jeans que les consommateurs n'ont pas les moyens d'identifier aujourd'hui les jeans usés par le recours à cette technique.

¹ C. Riddselius, « Fashion victims - A report on sandblasted denim » nov. 2010, Clean Clothes Campaign et Fair Trade Center.
http://www.fairtradecenter.se/sites/default/files/JEANSRAPPORT_ENG_low_1.pdf



Les réponses des marques

Plusieurs dizaines de marques ont été interpellées par Ethique sur l'étiquette et une dizaine de ses homologues de la Clean Clothes Campaign (CCC).

À ce jour, voici l'état de leurs réponses :

Elles n'ont jamais autorisé la technique du sablage ou cessé le recours à cette technique le long de leur chaîne de production	Elles ont refusé le dialogue avec les membres nationaux de la CCC sur cette question	Elles refusent de s'engager publiquement contre le sablage ou elles ont annoncé vouloir cesser le recours à cette technique mais dans des délais inacceptables
Adolfo Dominguez Axstores (Ahléns, Kicks, Lagerhaus) Bestseller (Jack&Jones, Only, Vero Moda) C&A Carrefour Carrera CoolCat El Corte Inglés Esprit Fabric Skandinavier (Weekday/MTWTFSS, Cheap Monday and Monki) G-Star Gina Tricot S. Oliver Gucci H&M IC Companys (Companys, InWear) Inditex (Zara, Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home and Uterqüe) Kuyichi Levi-Strauss & Co. (Levi's, Dockers, Signature, Denizen) Lee Promod RnB Retail (Brothers & Sisters, JC and Polarn O. Pyret) S. Oliver Scotch & Soda Tiger of Sweden WE Whyred, Varnergruppen (Cubus, Dressman, Carlings, BikBok, Wow, Warehouse, Volt, Solo, Levi's Store, Vivikes, Urban) Wrangler	Armani Diesel Pepe Jeans Replay Roberto Cavalli	Benetton Dolce & Gabbana New Yorker Orsay Versace

ATTENTION CE TABLEAU EST EVOLUTIF : D'ores et déjà certaines avancées ont été obtenues depuis le lancement de la campagne la semaine dernière en Italie.

En France, le dialogue avec les 7 marques et distributeurs interpellés et le classement de leurs réponses est encore en cours : Promod, Kookaï, Pimkie, Casino, Leclerc, Auchan et Carrefour. Publication de leurs réponses le 2 mars.



« Il est mortel ce jean » Présentation de la campagne

Pour mettre fin aux dangers du sablage dans les pays du Sud, le collectif Ethique sur l'étiquette lance la campagne « Il est mortel ce jean ». Après avoir interpellé les marques et les distributeurs pour qu'ils cessent le recours à cette pratique, il demande aux consommateurs citoyens de relayer massivement son appel.

L'action du collectif Ethique sur l'étiquette s'inscrit dans le cadre d'une campagne internationale¹ d'action massive des consommateurs, menée par son réseau européen la Clean Clothes Campaign. Afin que cesse le recours à cette technique dans la fabrication de jeans à l'aspect usé, qui peut se révéler mortelle pour les ouvriers, l'association demande aux marques et aux distributeurs² :

- **de cesser immédiatement l'utilisation du sablage** le long de leur chaîne d'approvisionnement et de publier leur position contre le recours à cette pratique ;
- **d'assurer le respect de cette interdiction par un système de monitoring adéquat**, en collaboration avec les syndicats des usines et les ONG locales ;
- **de garantir l'indemnisation et la prise en charge médicale des travailleurs** atteints de silicose, tout au long de leur chaîne d'approvisionnement ;
- **de réaliser une évaluation des risques** de manière préventive, lorsque de nouvelles méthodes de production sont introduites ;

« Il est mortel ce jean »

La campagne rappelle que chaque citoyen qui achète un jean devrait être assuré que sa fabrication n'engendre ni la maladie ni le décès des travailleurs. Or, il est impossible de différencier à l'œil nu les jeans ayant fait l'objet d'un sablage de ceux blanchis par d'autres techniques moins nocives. Les finitions sont presque les mêmes quelle que soit la technique utilisée, même si les zones à blanchir sont plus précises après avoir fait l'objet d'un sablage manuel. Afin de témoigner de son refus de porter des jeans sablés, le consommateur peut exiger des marques l'arrêt de la production et de la vente de ces « jeans trop mortels ». Pour se faire entendre le collectif Ethique sur l'étiquette a prévu deux moments forts :

> Le 2 mars, un happening au cœur de Paris : pour dénoncer les dangers de la pratique du sablage pour les ouvriers et la nécessité de mettre urgemment fin à cette pratique, le collectif a choisi d'ensabler un ouvrier sableur, au cœur du quartier des grands magasins de Paris, au niveau du 63 rue Caumartin dans le IXe arrondissement. Enfermé dans un caisson transparent, il se verra déversé sur la tête l'équivalent d'une tonne de sable (en réalité du polystyrène), au rythme d'un compteur qui fera défiler les chiffres des 5 000 victimes potentielles de la silicose pour la seule Turquie. Cette mise en scène, volontairement dramatique, a pour objectif d'inciter les consommateurs à solliciter une prise de responsabilité des marques et enseignes, à travers leur participation à l'appel urgent.

¹ Italie, Suisse, Allemagne, Grande-Bretagne, France, Espagne, Norvège, Danemark, Pays-Bas, Belgique francophone et Belgique néerlandophone.

² Pimkie, Promod, Kookaï, Carrefour, Auchan, Leclerc et Casino.



> **Du 2 mars à fin juin, un appel urgent en ligne** propose aux citoyens d'adresser directement aux marques et distributeurs un mail les appelant à cesser la production et la vente de jeans sablés. Les marques et distributeurs français seront ciblés en fonction des réponses obtenues par le collectif suite à ses sollicitations. Cet appel urgent sera accessible sur le site www.stop-au-sablage.org

- Le site www.stop-au-sablage.org proposera, à partir du 2 mars, l'appel urgent, son formulaire d'envoi de mail aux marques et distributeurs, le tableau de synthèse des réponses des marques et enseignes, une vidéo teaser ainsi que des informations, au format texte ou vidéo, pour en savoir plus sur le sablage. Les visuels de la campagne seront également téléchargeables en ligne afin que quiconque puisse s'en emparer et relayer la campagne.

- Pour promouvoir l'appel urgent sur le web, **une vidéo**, résultat d'une captation du happening, aura pour fonction d'interpeller les internautes sur la problématique du sablage. Diffusée à partir du 3 mars, au lendemain de l'événement de lancement, par Ethique sur l'étiquette, ses membres et ses partenaires, ainsi que sur les réseaux sociaux et via des blogueurs référents en matière de mode, elle invitera chacun à signer l'appel et à mobiliser son entourage.

- Ce dispositif sera renforcé par la mise à disposition, pour les blogueurs, les médias et les partenaires de la campagne, **d'un module flash** qui permettra de signer l'appel urgent en remplissant un court formulaire directement sur la page que l'internaute est en train de consulter, sans avoir à passer par le site www.stop-au-sablage.org. Ce petit outil vise à réduire le nombre de clics nécessaires à l'internaute pour souscrire à la campagne, et ce au regard du temps très court que la majorité d'entre nous accordent sur le web à ce type d'action.

Le collectif invite également chaque consommateur à :

- **se renseigner**, dans les points de vente, auprès des vendeurs en magasin, sur la technique de fabrication utilisée et leur demander la garantie que ce jean n'a pas mis en danger la vie des travailleurs qui l'ont fabriqué.
- **vérifier** cette information auprès des marques, en contactant ces dernières sur leur site web, ou en se rendant sur le site de la CCC et d'ESE où figurent les appels à destination de marques et de distributeurs spécifiques ;
- **cesser d'acheter** des jeans à l'aspect usé, alors que le doute subsiste sur la technique utilisée... ou faire preuve de créativité en l'usant soi-même !

Un événement – Rendez-vous mercredi 2 mars, de 10h à 11h, au niveau du 63 rue Caumartin, 75009 Paris. Pour assister à l'ensablement symbolique d'un ouvrier sableur de jean et connaître les réponses des marques et enseignes aux sollicitations du Collectif.

Les outils de la campagne - www.stop-au-sablage.org

- Un appel urgent à cesser le sablage des jeans, sous forme de courrier à adresser aux marques.
- Un module flash pour signer l'appel.
- Une vidéo de lancement de la campagne.
- Un flyer « Il est mortel ce jean ».
- Un manifeste contre le sablage.



Les acteurs de la campagne

Le collectif Éthique sur l'étiquette (ESE) agit en faveur du respect des droits de l'homme au travail et du droit à l'information des consommateurs sur la qualité sociale de leurs achats. Il demande aux entreprises et grandes marques françaises et internationales de veiller aux conditions de production des marchandises qu'elles commercialisent, de garantir que leurs 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. Le collectif concentre son action sur les secteurs à forte intensité de main d'œuvre comme le textile, les jouets ou les articles de sport. Membre français du réseau européen Clean Clothes Campaign (CCC), il regroupe une vingtaine d'associations de solidarité internationale, de collectivités territoriales, de syndicats, de mouvements de consommateurs et d'éducation populaire*.

www.ethique-sur-etiquette.org

La Clean Clothes Campaign est un réseau européen de syndicats et d'ONG. Présent dans 16 pays, lié à 250 organisations dans les pays de production, il a pour objectif l'amélioration des conditions de travail et le renforcement des organisations de travailleurs dans le secteur de l'industrie du vêtement.

www.cleanclothes.org

Le Comité turc de solidarité (*Turkish Solidarity Committee of sandblasting Workers*) a été créé en juin 2008 afin de lutter contre la pratique du sablage des jeans en Turquie et dans le monde. Il réunit des travailleurs affectés par la de silicose, des médecins, des avocats, des journalistes, des syndicalistes, etc. Il mène des campagnes de sensibilisation et cherche à favoriser l'organisation des travailleurs du sablage. Il a obtenu un premier succès avec l'interdiction du sablage des jeans en Turquie et continue de soutenir les travailleurs malades pour qu'ils puissent légalement bénéficier de compensations financières et de pensions d'invalidité.

* AFVP (Association française des volontaires du progrès), Asseco CFTD (Association études et consommation), Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs, CCFD-Terre Solidaire (Comité catholique contre la faim et pour le développement), CFTD (Confédération française démocratique du travail), 8 fédérations et 2 Unions régionales, CMR (Chrétiens dans le monde rural), CFIE (Centre français d'information sur les entreprises), CUF (Cités unies France), 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). Soutiens : CRID (Centre de recherche et d'information sur le développement), La Ligue de l'Enseignement, Solidarité Laïque.

Cette campagne est réalisée avec la complicité de deux agences de communication :



La face B www.lafaceb.com



Zee Agency www.zeeagency.com

Avec la participation bénévole de Maximilien VEYSSIERE, comédien.

Avec le concours de MENTEFACT, pour la construction, GASP!, pour la vidéo, et MASK, artiste graffeur pour les touches déco.