

**Le label « Fairtrade International »
pourrait-il résoudre les problèmes sociaux
relatifs à la chaîne d'approvisionnement de
l'industrie du textile ?**

Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Caroline DUBATH

Conseiller au travail de Bachelor :

Eric MAEDER, chargé d'enseignement

Genève, 19 août 2016

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière Economie d'entreprise

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre de Bachelor of Science en économie d'entreprise .

L'étudiant a envoyé ce document par email à l'adresse d'analyse remise par son conseiller au travail de Bachelor pour analyse par le logiciel de détection de plagiat URKUND. <http://www.orkund.com/fr/student/392-orkund-faq>

L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seule le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève, le 19 août 2016

Caroline Dubath

Remerciements

Je souhaite remercier toutes les personnes qui ont apporté leur contribution dans l'élaboration de ce travail.

Tout d'abord, je tiens à remercier mon conseiller, Monsieur Eric MAEDER, qui m'a guidé et apporté de précieux conseils dans la réalisation de cette étude et qui s'est montré, du début jusqu'à la fin du travail, d'une grande disponibilité.

Deuxièmement, mes remerciements s'adressent à Madame Géraldine VIRET, Monsieur Yvan MAILLARD et Monsieur Gilles DANA, pour le temps qu'ils m'ont accordé et les informations capitales à la compréhension et à la réalisation de mon travail qu'ils m'ont délivré. J'ai été ravie de m'entretenir avec ces personnes qui ont été une grande source d'inspiration.

De plus, je désire remercier Madame Séverine ISCHI pour sa relecture et ses recommandations judicieuses.

Enfin, j'adresse mes chaleureux remerciements à mon entourage pour son soutien tout au long de ce travail.

Résumé

La mondialisation, au cœur de nombreux débats depuis une trentaine d'années, est porteuse de nouveaux enjeux éthiques, par sa création d'un espace mondial interdépendant. Entraînées par la course vers les prix les plus bas, les entreprises ont profité du contexte économique globalisé pour modifier leur mode de production, faisant désormais appel à la sous-traitance.

Le présent travail porte sur l'industrie du textile-habillement qui est particulièrement touchée par les multiples délocalisations de la production des grandes marques, par le fait que celle-ci ne requiert pas de compétences spécifiques. Ces dernières ont alors bénéficié de la main-d'œuvre bon marché des pays en voie de développement et sont parvenues à imposer un modèle d'affaires, considéré comme profondément inégalitaire.

Cette étude vise, dans un premier temps, à comprendre les caractéristiques du modèle d'affaires inhérent à cette industrie ainsi qu'à en identifier les enjeux sociaux et éthiques qui sont apparus à la suite du changement de configuration du mode de production des entreprises de l'habillement. De cette analyse découle la responsabilité incombée aux parties prenantes impliquées dans le secteur et leur pouvoir d'action pour que la situation actuelle évolue. L'analyse met également en évidence les différentes mesures qui ont déjà été mises en place par les divers acteurs présents dans cette industrie. Elle se termine par la mise en évidence des points positifs et négatifs des exigences du label textile, élaboré par le labellisateur Fairtrade International, concernant les enjeux sociaux préalablement identifiés.

La dernière partie du travail propose six recommandations concrètes pour les entreprises de l'habillement ainsi que deux moyens d'action pour les différentes parties prenantes qui soutiennent la stratégie énoncée dans les recommandations. La conclusion de ce travail clôt cette partie.

Table des matières

Déclaration.....	i
Remerciements	ii
Résumé	iii
Liste des tableaux	vi
Liste des figures.....	vi
1. Contexte	1
1.1 La mondialisation.....	1
1.1.1 Renforcement des inégalités	1
1.1.2 Un outil de développement.....	2
1.1.3 La solidarité internationale.....	3
1.1.4 Le cadre légal international	3
1.1.5 La responsabilité sociétale des entreprises.....	4
1.1.5.1 Les Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits humains.....	4
1.2 La société de consommation à travers les âges.....	5
1.2.1 Phase I : la démocratisation du désir	5
1.2.2 Phase II : la société d'abondance.....	5
1.2.3 Phase III : la société d'hyperconsommation	6
1.3 L'industrie du textile - habillement.....	7
1.3.1 Les étapes de production d'un produit textile	7
1.3.2 L'évolution de cette industrie	7
1.3.3 La répartition de la production	8
1.3.4 La distribution	9
1.3.5 La consommation	9
2. Problématique traitée et objectifs	10
2.1 Méthodologie	10
2.1.1 Collecte d'informations	10
2.1.2 Conduite des interviews	10
2.1.3 Utilisation des données	11
3. Analyse	12
3.1 Identification des parties prenantes.....	12
3.2 Le modèle d'affaires inhérent à l'industrie du textile	12
3.2.1 Des entreprises « Fabless »	13
3.2.2 Le phénomène de la « Fast Fashion »	13
3.2.3 Les conséquences de ce modèle d'affaires	14
3.3 Les enjeux sociaux	15
3.3.1 Les conditions des travailleurs	15
3.3.1.1 Les salaires	16
3.3.1.2 Les heures supplémentaires	18

3.3.1.3	La liberté syndicale.....	19
3.3.1.4	La sécurité des bâtiments	19
3.3.1.5	L'interconnexion des problèmes.....	20
3.4	Les enjeux éthiques	20
3.4.1	Le refus de la responsabilité.....	20
3.4.2	Le « white washing »	20
3.4.3	Le manque de transparence.....	21
3.5	Synthèse des responsabilités des parties prenantes.....	23
3.5.1	L'influence des parties prenantes	28
3.6	Les mesures mises en place.....	29
3.6.1	La Business Social Compliance Initiative	29
3.6.2	La Fair Wear Foundation	29
3.6.3	L'Asia Floor Wage Alliance.....	30
3.6.4	Respect code.....	31
3.6.5	L'Accord sur la protection contre les incendies et la sécurité des bâtiments au Bangladesh	31
3.6.6	L'initiative « pour des multinationales responsables »	31
3.7	Le label Fairtrade.....	32
3.7.1	Ses exigences	33
3.7.1.1	Les salaires	34
3.7.1.2	Les heures supplémentaires	34
3.7.1.3	La liberté syndicale.....	35
3.7.1.4	La sécurité des bâtiments	35
3.7.2	Synthèse des points forts et des points faibles	36
4.	Les recommandations	37
4.1	Les limites du label Fairtrade.....	37
4.2	Changer les stratégies commerciales.....	38
4.2.1	Les mesures concrètes.....	39
4.2.1.1	Elaborer un code de conduite	39
4.2.1.2	Instaurer un référentiel crédible.....	40
4.2.1.3	Définir un plan d'action.....	40
4.2.1.4	Adhérer à des initiatives multipartites.....	42
4.2.1.5	Raccourcir la distance avec les fournisseurs	42
4.2.1.6	Offrir une traçabilité des produits	43
4.2.1.7	La faisabilité et l'impact des mesures.....	44
4.2.2	Les autres sources pour amener ce changement	45
4.2.2.1	Des réglementations contraignantes.....	45
4.2.2.2	Lobbysme auprès des pays producteurs	45
4.2.2.3	Les campagnes de sensibilisation.....	46
5.	Conclusion	47
5.1	Appréciation critique	47
	Bibliographie	48
	Annexe 1 : Questionnaire	52

Liste des tableaux

Tableau 1 : Synthèse des responsabilités des parties prenantes	23
Tableau 2 : Points forts et points faibles des exigences	36

Liste des figures

Figure 1 : Evolution de l'indice de Gini	2
Figure 2 : Les étapes de production	7
Figure 3 : Les pays exportateurs de vêtements	9
Figure 4 : Descriptif des parties prenantes	12
Figure 5 : Salaire minimum vs salaire vital	17
Figure 6 : La décomposition du prix d'un t-shirt	18
Figure 7 : L'influence des parties prenantes	28
Figure 8 : La vision Fairtrade	33
Figure 9 : Les résultats de l'enquête sur l'engagement des firmes	41
Figure 10 : La faisabilité et l'impact des mesures	44

1. Contexte

1.1 La mondialisation

Au cours des années 80, l'économie globale s'est fortement modifiée : la mondialisation s'instaure à travers le monde. Ce processus multidimensionnel est caractérisé par l'intensification des échanges mondiaux des biens et services, des capitaux, des hommes et de la culture.

Trois axes, sur lesquels repose la mondialisation, sont distingués : commercial, productif et financier. Le premier détermine les échanges commerciaux, représentés par l'accroissement des échanges internationaux. Le second se caractérise par l'internationalisation des investissements ainsi que par l'extension des activités de production des multinationales et des délocalisations. Finalement, le dernier se traduit par la création d'un marché financier planétaire. Ces trois axes sont interdépendants.

Si ce phénomène a déjà été observé durant d'autres périodes de l'histoire avec des caractéristiques similaires, telles que la révolution industrielle et ses innovations technologiques, la dérèglementation des marchés ou encore les politiques de libéralisation, il a pris une ampleur sans précédent. Regroupant les aspects sociaux, politiques et économiques, la mondialisation a créé une interdépendance entre les nations.

Cette thématique a longtemps été très largement débattue, au sein des différents groupes de pensées. Certains la jugent coupable de renforcer les inégalités entre les riches et les pauvres, de la destruction de l'environnement ainsi que de la dominance du capitalisme dans la sociétés. D'autres la perçoivent comme une possibilité d'épanouissement des idées, de développement de l'économie du monde ou de rapprochement des cultures.

1.1.1 Renforcement des inégalités

La mondialisation est caractérisée par la diffusion internationale du capitalisme libéral qui consiste à baser les intérêts commerciaux sur la finalité du profit.

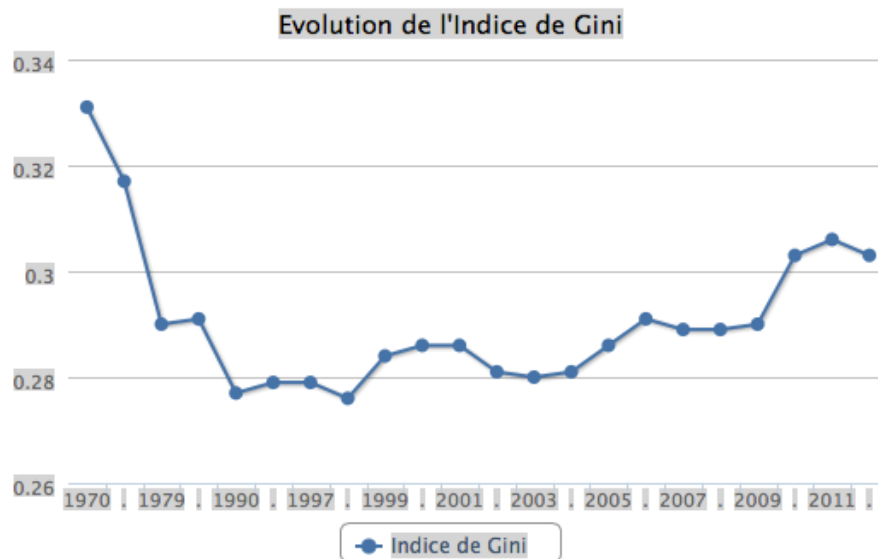
Si la croissance économique globale des pays en voie de développement a été forte, les relations commerciales internationales ne bénéficient pas également à tous les pays, ce qui a provoqué l'augmentation des inégalités sociales et économiques entre

les pays riches¹ et les pays pauvres². Selon Oxfam, « (p)rès de la moitié des richesses mondiales sont maintenant détenues par seulement 1 % de la population. ».

Cet écart s'est creusé, depuis les années 80. Selon Alternatives Economiques, « (...) on peut mettre en évidence une corrélation entre mondialisation et inégalités internationales et mondiales ». Il ne faut toutefois pas confondre corrélation et causalité.

De plus, cette corrélation se confirme avec la courbe de l'évolution de l'Indice de Gini mondial. Cet indicateur est un outil qui permet de mesurer les inégalités entre les pays³. Entre les années 90 et aujourd'hui, l'indice est passé de 0,277 à 0,303⁴.

Figure 1: L'évolution de l'indice de Gini



(Observatoire des inégalités 2015)

1.1.2 Un outil de développement

Toutefois, la mondialisation a été un acteur important dans la réduction de la pauvreté autour du globe. Selon l'Organisation des Nations Unies (ONU), « (e)n 1990, près de la moitié de la population des pays en développement vivait avec moins de 1,25 dollar par jour. Cette proportion est tombée à 14 % en 2015. ».

De plus, d'autres indicateurs plus complexes existent, pour déterminer le développement d'un pays. L'indice de développement humain (IDH) est un outil de statistique plurifactoriel, élaboré par le Programme des Nations Unies pour le

¹ PIB par tête supérieur à USD 10'000 en 2000

² PIB par tête inférieur à USD 2'000 en 2000

³ Echelle : 0 = parfaitement égalitaire, 1 = parfaitement inégalitaire

⁴ Source URL : <http://www.inegalites.fr/spip.php?article632>

Développement (PNUD), qui permet de mesurer le développement d'un pays. Il prend en considération l'espérance de vie, le niveau d'instruction ainsi que le PIB réel par habitant. Selon l'Observatoire des inégalités, « (l')Indice de développement humain a augmenté dans le monde au cours de ces trois dernières décennies, passant de 0,561 en 1980 à 0,694 en 2012. »⁵.

1.1.3 La solidarité internationale

Ce qui est certain, c'est que la mondialisation a apporté l'obligation d'une vision globale de la société et a ainsi amené une ouverture d'esprit et des cultures à l'échelle du monde.

*« Tout ce qui peut se passer quelque part affecte la vie et l'avenir des gens partout ailleurs. Lorsque les mesures à adopter ont évolué dans un endroit donné, il faut prendre en compte les réactions dans le reste du monde. »
(BAUMAN Zygmunt)*

Des idées telles que les droits de l'Homme, la protection de la planète ou encore le développement se sont renforcées et guident les individus vers une représentation solidaire de la société internationale.

C'est aussi sous le phénomène de la mondialisation qu'émerge la solidarité régionale, qui vise à encourager la croissance et le développement, sous la forme de zones de libre-échange, comme L'Union Européenne (UE) ou bien encore l'Association des nations d'Asie du Sud-Est (ASEAN).

Marquant donc la fin du protectionnisme des nations et de l'autarcie de l'économie, les États du monde se réunissent, afin de créer les grandes associations internationales endossant un rôle de régulateur : l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), l'Organisation de Coopération et Développement Economique (OCDE) ou encore le Fond Monétaire International (FMI).

1.1.4 Le cadre légal international

Le commerce international a amené un nouveau fonctionnement de l'économie globale. L'émergence des exportations et des importations ainsi que les nouveaux modes de production ont engendré de nouvelles dimensions sociales et écologiques.

Afin d'harmoniser les législations des Etats et de protéger les êtres humains des potentiels risques liés à la globalisation de l'économie, les Etats se sont réunis pour former les Organisations Internationales. Ces dernières ont mis en place un cadre légal international qui repose sur des normes et des conventions. Parmi elles, figure

⁵ Échelle : 0 = pas développé, 1 = complètement développé

l'Organisation Internationale du Travail (OIT) qui établit des politiques et des programmes qui visent à encourager le travail décent pour tous les citoyens du monde.

Toutefois, cette réglementation internationale ressort du « droit mou », ce qui signifie qu'il est de la responsabilité des Etats de la mettre en œuvre dans sa propre législation. Elles correspondent donc à des normes théoriques qui fixent des principes à suivre.

1.1.5 La responsabilité sociétale des entreprises

L'apparition d'entreprises transnationales a également apporté de nouveaux enjeux concernant la responsabilité des entreprises. Effectivement, ces entreprises multinationales, principalement présentes dans les pays du Nord, ont profité de déplacer certaines de leurs activités dans les pays du Sud, exposant ces derniers à différentes problématiques environnementales et sociales. C'est ainsi qu'est apparu le concept de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), partant du principe que, dans une économie globalisée, la responsabilité se doit d'être, elle aussi, globale.

Ce concept, qui repose sur une intervention volontaire des entreprises, veut que, pour entrer dans un mouvement de développement durable et adopter une gouvernance éthique, les entreprises doivent prendre en compte toutes les parties prenantes reliées à leurs activités. En effet, dans une approche d'éthique conséquentialiste, il s'agit de considérer les impacts négatifs et positifs que leurs activités génèrent sur l'environnement et sur la société, afin de limiter les risques liés à leur chaîne d'approvisionnement. Cette responsabilité repose sur le principe de non-nuisance qui consiste à ne pas causer de préjudices, physiques ou mentaux, à tous les échelons de la production.

1.1.5.1 Les Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits humains

En 2011, l'ONU a adopté les « Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme ». Directement en lien avec la RSE, ces derniers posent les bases consensuelles concernant la réglementation des activités des entreprises, par rapport aux droits de l'Homme.

S'il met en évidence le devoir des Etats de protéger leurs citoyens, il est également stipulé que, sous la défaillance d'un Etat à assurer la protection, il est de la responsabilité des entreprises de respecter ces derniers et d'offrir des conditions de travail à leurs employés qui leur permettent de vivre décemment. De plus, en cas de violation, elles doivent être en mesure d'apporter des solutions adéquates et de réparer leurs torts.

1.2 La société de consommation à travers les âges

En parallèle à l'évolution économique globale, il est important de s'intéresser aux comportements de consommation de la société et son évolution au cours des âges, afin de mieux saisir le fonctionnement du commerce actuel.

Dans son ouvrage, « Le bonheur paradoxal », le sociologue Gilles Lipovetsky offre une vision intéressante de la naissance de l'« hyperconsommation », déclinée en trois phases distinctes, décrites ci-dessous.

1.2.1 Phase I : la démocratisation du désir

Cette analyse de la société débute autour des années 1880, avec une première phase, caractérisée par la production et le marketing de masse. C'est avec l'apparition des nouveaux moyens de communication et de transport que l'expansion des marchés à l'échelle nationale devient alors possible. D'une part, les avancées industrielles ont permis d'augmenter la productivité à des coûts plus faibles, amenant ainsi à la standardisation des marchandises et, de l'autre, l'introduction du modèle fordien⁶ dans les usines a permis de raccourcir les temps de production unitaires. Ces deux éléments ont immiscé dans les systèmes industriels la « production de masse » qui implique cette nouvelle philosophie commerciale : « la recherche du profit par le volume et la pratique des bas prix » (LIPOVESTKY Gilles 2006, p. 26). Une autre caractéristique de la phase I est l'apparition des marques et de leur reconnaissance sociale qui transforment le consommateur en « consommateur moderne ». A cela s'ajoute l'arrivée de grands magasins, tel que Macy's, qui affichent une stratégie commerciale de distribution de masse. Proposant des lieux toujours plus attractifs et séducteurs, ces derniers ont mis en place la « démocratisation du désir » (LIPOVESTKY Gilles 2006, p. 28).

1.2.2 Phase II : la société d'abondance

La deuxième phase débute dans le courant des trois décennies de l'Après-Guerre. En vue de la croissance économique, de l'augmentation de la productivité et de l'expansion du modèle fordien, la phase II est caractérisée par l'augmentation du pouvoir d'achat de toutes les classes de la société et donc par la naissance de la « société de la consommation de masse ». Ce processus, désigné comme la « société d'abondance », a rendu les biens durables accessibles à tous, ayant pour emblème les télévisions ou encore les appareils électroménagers, qui étaient auparavant réservés aux élites sociales. De ce fait, la structure du panier de consommation des foyers s'est modifiée, avec une augmentation de la consommation annuelle des biens durables de

⁶ Organisation du travail basée sur 3 principes : standardisation, travail à la chaîne et augmentation du pouvoir d'achat des employés.

10,3%, entre 1959 et 1973 (LIPOVESTKY Gilles 2006, p. 30). De plus, la « logique de quantité » s'installe, grâce à l'automatisation des processus de production, ce qui engendre une augmentation de la productivité du travail. Une restructuration est également observée dans les modes de distribution, car la logique de recherche des prix les plus bas s'accroît : désormais « casser les prix » est le mot d'ordre, afin d'être le plus compétitif possible. Une réelle « révolution commerciale » a donc lieu, qui propulse les grands distributeurs, en accroissant leur chiffre d'affaires. Par ailleurs, c'est au cours de cette phase que les politiques de diversification des produits s'installent dans la société. Prenant dorénavant les facteurs socioculturels dans ses stratégies marketing, le « complot de la mode » voit le jour, imposant des principes de séduction et éphémères. Ainsi, durant cette période, les valeurs matérialistes s'encrent dans la société. Désormais, le bonheur est synonyme de confort matériel, laissant s'installer : « (...) l'ambiance de stimulation des désirs, l'euphorie publicitaire, l'image luxuriante de vacances, la sexualisation des signes et des corps. » (LIPOVESTKY Gilles 2006, p. 32).

1.2.3 Phase III : la société d'hyperconsommation

La troisième phase commence dans les années 80 et se caractérise par le développement de la société d'hyperconsommation. La consommation n'est alors plus utilisée comme moyen ostentatoire ; le phénomène de consommation émotionnelle prend place. Les individus cherchent à affirmer leur personnalité, à travers leur consommation : leurs achats expriment qui ils sont. Progressivement, l'éphémère s'installe dans la société. Afin de répondre aux besoins individualistes de celle-ci, le modèle fordien s'estompe gentiment pour laisser place à une déclinaison de variétés de produits et à une multiplication des références utilisant une segmentation de marché plus fragmentée. Le marketing de masse a été remplacé par des stratégies de segmentation proposant, de ce fait, une plus large gamme de choix aux consommateurs. Par ailleurs, la phase III est également caractérisée par la naissance du « turbo consommateur ». A l'emblème de la restauration rapide, le facteur temps rentre désormais en jeu, dans une mesure sans précédent. L'apparition des nouvelles technologies de l'information et de la communication fait de l'immédiateté la nouvelle exigence temporelle. Le plaisir réside alors dans l'instantanéité. C'est aussi pendant cette phase qu'apparaît le « consommateur entrepreneur », qui souhaite allier consommation et responsabilité, ce qui marque l'entrée dans un paradoxe entre la durabilité et les phénomènes d'achats compulsifs, le surendettement des ménages ou encore les addictions en tout genre.

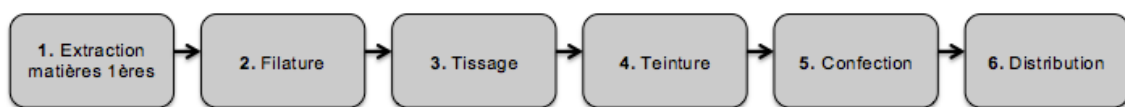
1.3 L'industrie du textile - habillement

1.3.1 Les étapes de production d'un produit textile

Perçue comme l'industrie la plus internationalisée, car elle part de l'agriculture et s'étend jusqu'à l'industrie, cette dernière est dotée d'une chaîne d'approvisionnement très complexe. En effet, un simple t-shirt parcourt, depuis l'extraction des matières premières le composant jusqu'à sa distribution en magasin, plusieurs milliers de kilomètres.

Voici les différentes étapes qui découlent de la production d'un produit textile:

Figure 2 : Les étapes de production



(DUBATH Caroline 2016)

1. La toute première étape réside dans l'extraction des matières premières. Il faut savoir que le t-shirt peut être composé de deux matières différentes : synthétique (polyester fait à partir de pétrole) ou naturelle (coton).
2. Une fois la fibre cultivée, la seconde étape est la filature. Ce procédé, qui a été industrialisé depuis la révolution industrielle du 18^e siècle, consiste, tout d'abord, à nettoyer la matière première récoltée, afin d'en extraire toute trace de salissures, puis à lui donner la forme de fils.
3. Les fils seront ensuite tissés, afin de composer des morceaux de tissu. Le « métier à tisser », machine requise lors de ce procédé, a été mécanisée depuis 1786, grâce à l'invention des machines à vapeur.
4. Les tissus seront alors teints.
5. La confection regroupe les activités de patronage, d'assemblage et d'étiquetage qui requièrent beaucoup de mains-d'œuvre peu qualifiées.
6. La distribution correspond à la vente des produits.

1.3.2 L'évolution de cette industrie

L'industrie du textile, qui a joué un rôle crucial dans la révolution industrielle et, en conséquence, dans le développement des pays industrialisés, a subi un changement drastique au cours des années 80. En effet, cette industrie, très sensible à la mondialisation, a vu une évolution s'opérer dans son mode de fonctionnement : cette industrie traditionnelle n'a pas connu de changements techniques, ce sont des facteurs externes, reliés à l'évolution du contexte économique global, qui ont profondément transformé son modèle d'affaires.

Le marché de l'industrie du textile, ne requérant pas beaucoup de capital, ni de formation, ne possède que de faibles barrières à l'entrée. Comme elle a recours à une forte intensité de mains-d'œuvre peu qualifiées, la production peut être très facilement déplacée.

De ce fait, cette industrie est très sensible à la concurrence des pays asiatiques qui offrent une main-d'œuvre à très bas coût. Pour atténuer ce phénomène et limiter les importations, des quotas ont été mis en place, au cours des années 70. C'est en 1995, par la signature des accords de Marrakech, qu'un retour progressif à l'ouverture des échanges est annoncé pour le secteur textile-habillement, d'ici 2005.

1.3.3 La répartition de la production

Cette opportunité de marché a engendré un changement dans la répartition de la production de l'industrie du textile. Ce phénomène a permis aux entreprises, notamment aux grandes enseignes, de délocaliser leurs activités de production dans des pays en voie de développement qui possèdent une abondance de mains-d'œuvre bon marché. Ainsi, si au début des années 80 la production était centralisée dans les pays industrialisés, un mouvement global de cette dernière a été constaté :

« Au cours des vingt dernières années, la production textile de l'Asie a progressé à un taux moyen de 3,6% par an. En comparaison, les pays industriels, eux, n'ont accru leur production que de 0,2% par an en moyenne au cours de la même période. » (OIT 1996)

De ce fait, d'une part, la proportion des personnes travaillant dans les pays en voie de développement a augmenté, par exemple, une augmentation de 385% du nombre de travailleurs au Bangladesh a été constatée, entre 1970 et 1990, et, d'autre part, une diminution des emplois du secteur a eu lieu dans les pays industrialisés. L'Allemagne, par exemple, qui était dans les années 90 le premier exportateur mondial de textile (12% des exportations), a vu son pourcentage de travailleurs du domaine du textile diminuer de 55%, dans ce même laps de temps⁷.

En 2011, 58% des exportations universelles de vêtements proviennent des pays en voie de développement dont 52% des pays asiatiques. Certains pays sont dépendants de cette industrie : au Bangladesh celle-ci représente 79% de son économie⁸.

Ce changement de configuration a permis aux pays les moins avancés de se développer économiquement et de réduire la pauvreté dans les zones rurales :

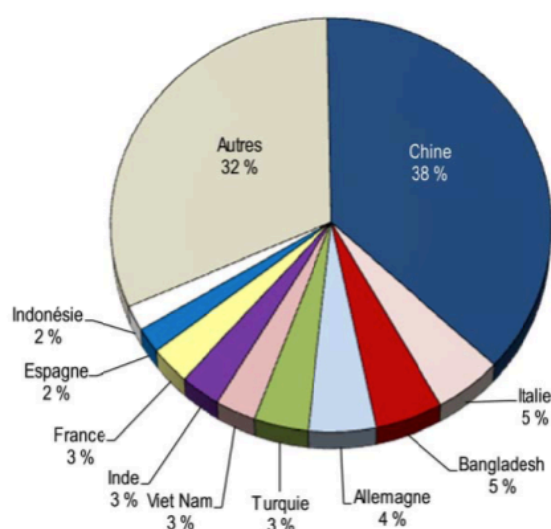
⁷ Source URL : http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_071335/lang--fr/index.htm

⁸ Source URL : https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/global_review13prog_e/textiles_and_apparel_28june_sum_f.pdf

« Souvent, l'industrie vestimentaire est l'une des premières industries à se développer dans des sociétés majoritairement rurales. » (La Déclaration de Berne).

Figure 3 : Les pays exportateurs de vêtements

Quinze principaux exportateurs mondiaux de vêtements:
part du total des exportations mondiales de vêtements, 2012



(OIT 2014, p.8)

1.3.4 La distribution

La distribution est principalement concentrée dans les pays développés : 37% en Europe, 25% en Amérique du Nord, 13% au Japon et en Corée du Sud, et le pourcentage restant concerne les autres pays du monde⁹.

De plus, cette dernière est principalement assurée, d'une part, par les grands groupes, tels qu'Inditex, H&M ou C&A, et, d'autre part, par de grandes surfaces comme Auchan ou Walmart. Le reste est assuré par des plus petites structures.

1.3.5 La consommation

Les délocalisations vers les pays à faible coût de main-d'œuvre ont permis de diminuer le coût unitaire des vêtements. Ainsi, le pouvoir d'achat des citoyens concernant l'habillement s'est accru : la part accordée par les ménages à l'habillement a, d'une part, augmenté en termes de volume et, d'autre part, diminué en valeur monétaire. En plus du fait que se vêtir soit un besoin élémentaire, la mode occupe une place si centrale dans la société qu'elle permet de définir l'identité sociale des individus.

⁹ Source URL : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_300642.pdf

2. Problématique traitée et objectifs

Bien qu'il existe de nombreux défis écologiques inhérents à l'industrie du textile, notamment concernant la culture du coton, mais aussi dans les différents procédés de la transformation de la fibre, ce sont les enjeux sociaux présents dans l'étape de la conception qui seront analysés dans ce travail.

Par le biais d'une analyse du fonctionnement de cette industrie, entre autres de son modèle d'affaires et de l'identification des divers problèmes s'y référant, ce travail consiste à mettre en évidence l'implication des parties prenantes et le pouvoir d'action qu'elles possèdent, afin d'élaborer des pistes d'amélioration des conditions de travail des ouvriers qui fabriquent les vêtements à travers le monde. Le potentiel du label Fairtrade International, relatif au textile, à apporter des progrès dans les problématiques sociales relatives à cette industrie, sera également examiné, afin d'en déterminer sa légitimité.

A la suite de cette analyse, des recommandations seront énoncées aux entreprises de cette industrie, en proposant des mesures concrètes qu'elles pourraient intégrer à leur stratégie commerciale.

2.1 Méthodologie

Dans cette partie, la méthodologie adoptée pour la récolte d'informations essentielles à l'élaboration de ce travail sera expliquée.

2.1.1 Collecte d'informations

En premier lieu, je me suis rendue sur divers sites internet, afin de mieux comprendre l'industrie du textile et son fonctionnement.

Les dénonciations des conditions des travailleurs de cette industrie étant un sujet d'actualité, de nombreux articles de la société civile et de divers médias ont été trouvés, exposant des comptes rendus détaillés sur le sujet.

2.1.2 Conduite des interviews

Une fois une meilleure connaissance de la situation actuelle du secteur acquise, les différents acteurs impliqués ont pu être identifiés. Trois d'entre eux, qui constituent des sources d'information intéressantes pour cette analyse, ont été sélectionnés : les entreprises de textile, les ONG et l'OIT.

Suite à l'identification des acteurs à interviewer, un questionnaire, qui visait à améliorer mes connaissances et à obtenir différents points de vue sur le sujet, a été élaboré. Le

questionnaire en main, mes recherches ont été approfondies, afin de trouver des personnes précises à contacter.

Cependant, malgré plusieurs tentatives, les enseignes de textile sélectionnées (H&M et Heidi) n'ont pas répondu favorablement à ma demande, ne me présentant pas de raisons valables à leur refus. Je dois toutefois admettre que ce refus ne m'a pas étonnée, en raison des enquêtes des ONG militantes sur le manque de coopération des firmes à dévoiler des informations relatives à leurs activités.

Par ailleurs, la personne de contact dont le nom m'a été transmis par la centrale téléphonique de l'OIT n'a, elle non plus, jamais répondu à ma demande.

De ce fait, les entretiens se sont limités aux représentants de la société civile qui ont répondu avec enthousiasme à ma demande. Au courant du mois de juillet, trois différents interviews ont donc été effectués avec les personnes suivantes :

- Géraldine Viret, responsable médias et communication à la Déclaration de Berne,
- Yvan Maillard, program officer business and human rights, au sein de la fondation Pain pour le prochain,
- Gilles Dana, manager traçabilité pour Product DNA SA et précédemment responsable du développement durable chez Switcher SA.

2.1.3 Utilisation des données

Ces trois personnes qui possèdent une très vaste connaissance du sujet m'ont permis d'élargir le questionnement et, de ce fait, de développer une approche plus pragmatique des pistes d'amélioration que je souhaitais aborder.

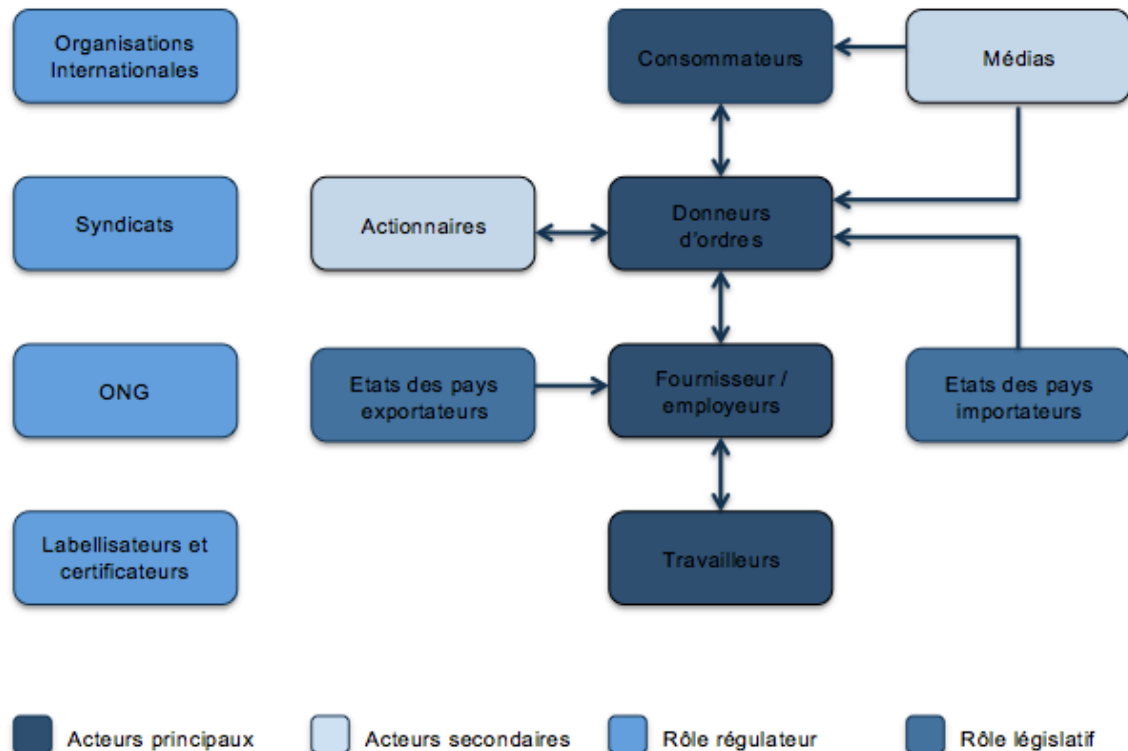
Les entretiens menés m'ont donc apporté des informations intéressantes pour l'analyse de la situation, mais également des pistes de réflexion utiles pour la formulation des recommandations.

3. Analyse

3.1 Identification des parties prenantes

Le schéma ci-dessous offre une perspective du fonctionnement du marché, en mettant en évidence les parties prenantes et leurs interactions :

Figure 4 : Descriptif des parties prenantes



(DUBATH Caroline 2016)

Ce schéma ne prend pas en compte les étapes de récolte et de transformation de la fibre, mais offre une vision des relations entre les parties prenantes qui vont être analysées par la suite.

3.2 Le modèle d'affaires inhérent à l'industrie du textile

Tout d'abord, pour mieux comprendre les enjeux sociaux et éthiques de l'industrie du textile, il faut aborder le modèle d'affaires dans lequel cette dernière évolue.

En vue de la réorganisation internationale de l'industrie du textile ainsi que de la recherche constante de profits des multinationales de la branche, le modèle d'affaires de ce secteur s'est modifié.

En effet, ce marché, qui pesait déjà près 500 milliards de dollars au seuil des années 2010¹⁰, repose sur deux concepts : la sous-traitance et l'augmentation de la production.

3.2.1 Des entreprises « Fabless »

Il faut savoir que la plupart des sociétés de l'industrie du textile sont des entreprises « Fabless ». Ce concept signifie qu'elles sous-traitent leurs activités liées à la production, afin de se concentrer sur celles qui ont une plus forte valeur ajoutée, telles que le design et la création, le marketing et la distribution.

Les grandes marques, qui génèrent la plus grande plus-value, ne possèdent donc plus d'usine et ont une relation clients-fournisseurs avec les fabricants d'habits, elles sont alors considérées comme donneuses d'ordres.

Elles n'investissent donc pas dans les équipements ni dans les infrastructures des usines et n'en supporte pas les risques, ce qui implique que leurs intérêts, reposent sur une vision à court terme. Afin de décrocher des contrats au meilleur prix, les entreprises n'hésitent pas à changer régulièrement de fournisseurs, passant d'un pays à un autre.

De plus, les grandes multinationales du textile coopèrent avec un grand nombre de fournisseurs qui, eux-mêmes, fabriquent des vêtements pour différentes enseignes en même temps. Par exemple, H&M travaille avec près de 700 usines de fabrication différentes, réparties en Europe et en Asie¹¹. Cette configuration impose une distance entre l'enseigne et ses fournisseurs, ce qui ne permet pas de créer une réelle relation de partenariat à long terme.

3.2.2 Le phénomène de la « Fast Fashion »

Par ailleurs, au cours des dernières décennies, un modèle d'affaires s'est installé qui cherche à raccourcir le cycle de vie des collections, tout en accélérant le rythme de production. Ce phénomène est dénommé par l'expression anglo-saxonne « Fast Fashion ».

En effet, par analogie avec le « Fast Food », la « Fast Fashion » consiste à produire toujours en plus grande quantité, dans des délais plus courts et à des prix toujours plus bas. Ce modèle, poussé à l'extrême par les grandes enseignes (H&M, Inditex, etc.) qui reçoivent de nouvelles pièces deux fois par semaine, a transformé les modes de

¹⁰ SOURCE URL : <http://corporate.europages.fr/actualites/qui-ou-textile/>

¹¹ SOURCE URL : https://career.hm.com/content/hmcareer/fr_ch/workingathm/what-can-you-do-here/corporate/production.html

consommation ainsi que les rapports des consommateurs avec les vêtements. Ceux-ci ne sont plus perçus comme des biens durables, mais comme des biens de consommation éphémères que l'on renouvelle en fonction des tendances du moment ; l'expression « vêtement jetable » est née.

3.2.3 Les conséquences de ce modèle d'affaires

Avec cette stratégie commerciale, les pays producteurs sont livrés à une forte concurrence. De ce fait, ils cherchent à posséder un avantage comparatif, afin d'accroître leur richesse nationale.

Cette pression exercée sur les pays exportateurs ainsi que le cadre légal international qui repose sur des normes et des conventions, appelé droit mou, ont poussé les gouvernements des pays de production à établir leur propre législation concernant le droit du travail, de façon à être le plus attractif possible aux yeux des multinationales du textile.

La sphère d'influence au sein des parlements joue un rôle très important également. En effet, par exemple, au Bangladesh, une grande partie du gouvernement est composée d'entrepreneurs du textile, qui ont des contrats avec l'industrie du textile globalisée. Ce conflit d'intérêts amplifie ce phénomène.

A cela s'ajoute le fait que ces entreprises multinationales disposent d'un grand pouvoir économique et politique. En effet, les bénéfices générés par ces dernières dépassent parfois le PIB des pays producteurs : en 2013, le géant de la distribution Walmart affichait un chiffre d'affaires de 459,6 milliards de dollars¹², alors que le PIB du Bangladesh s'élevait à 150 milliards de dollars¹³.

Ce modèle a également engendré l'externalisation des risques et de la responsabilité des entreprises donneuses d'ordres. En effet, les multinationales, ne possédant pas de personnalité juridique internationale, ne reconnaissent pas leur responsabilité relative à l'ensemble de leur chaîne d'approvisionnement. Les risques sont alors transférés sur les échelons les plus bas de la production, alors que les bénéfices sont récoltés par les entreprises donneuses d'ordres.

¹² Source URL : <http://www.lefigaro.fr/societes/2014/07/07/20005-20140707ARTFIG00359-le-distributeur-wal-mart-premiere-entreprise-du-monde.php>

¹³ Source URL : <http://donnees.banquemondiale.org/pays/bangladesh>

De plus, cette configuration de l'industrie a généré une perte de repères des consommateurs quant aux prix. La distance physique et psychologique entre les fabricants et les consommateurs leur fait oublier le travail nécessaire à la confection des vêtements qu'ils portent. De ce fait, le travail est dévalorisé et les modes de consommation ne sont pas durables.

3.3 Les enjeux sociaux

Ce modèle d'affaires implique une répartition très inégale de la chaîne de valeur. En effet, il n'est pas rare d'entendre parler de l'industrie du textile comme d'un symbole des injustices sociales ou de l'« esclavagisme moderne ».

Nous qualifions de victimes de la mode, les personnes qui sont à l'affût des nouvelles tendances et qui sont prêtes à tout pour s'offrir les tout derniers modèles à la pointe. Mais, aujourd'hui, environ 60 millions d'ouvriers travaillent dans les usines de textile¹⁴ dans des conditions qui ne sont pas conformes aux droits de l'Homme. Ne seraient-ce pas eux les vraies victimes ?

3.3.1 Les conditions des travailleurs

Pendant les années 90, le problème du travail des enfants a été dévoilé, notamment grâce aux dénonciations de Nike qui ont fait un scandale médiatique. Aujourd'hui, même si le travail des enfants reste un problème, ce sont les conditions des travailleurs dans leur ensemble qui sont pointées du doigt.

Les quatre aspects ci-dessous ne sont pas en concordance avec les droits de l'Homme :

- Les salaires,
- Les heures supplémentaires,
- La liberté syndicale,
- La sécurité des bâtiments.

En effet, bien que travaillant parfois jusqu'à 100 heures par semaine, les ouvriers ne gagnent même pas un salaire vital qui leur permette de subvenir à leurs besoins. De plus, lorsqu'ils essaient de revendiquer leurs droits, ils sont confrontés à de terribles violences, à des licenciements et même parfois à l'emprisonnement. Par ailleurs, ils travaillent dans des bâtiments qui ne sont pas adaptés et qui ne répondent pas aux normes de sécurité minimales. Pendant ce temps, les multinationales dans le domaine du textile et les grands distributeurs cumulent les bénéfices par milliards.

¹⁴ Source URL : <https://www.ladb.ch/themes-et-contexte/consommation/vetements/salaire-vital/>

3.3.1.1 Les salaires

Pour comprendre la problématique des salaires, il faut d'abord définir ce à quoi correspond un salaire vital, appelé aussi salaire de subsistance. Il existe différentes définitions de cette notion ; Celle qui a été retenue pour cette étude est énoncée par la Clean Clothes Campaign (CCC), une ONG qui lutte pour les droits des travailleurs dans l'industrie du textile :

«Tout salaire ou toute allocation versé 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.»

Le terme de salaire de subsistance est caractérisé par la justice sociale et le droit de tous de vivre décemment. Sa première apparition remonte à 1919, lors de la constitution de l'OIT et il revient fréquemment dans divers documents et normes internationales cités ci-dessous¹⁵ :

- La constitution de l'OIT (Préambule), 1919,
- La déclaration de Philadelphie, Conférence Internationale du travail, 1944,
- La déclaration universelle des droits de l'Homme, 1948,
- Le pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels des Nations Unies, 1966
- La déclaration de l'OIT sur la justice sociale pour une mondialisation équitable, 2008,
- Les conventions 131 et 156 et les recommandations 131 et 156 (indirectement).

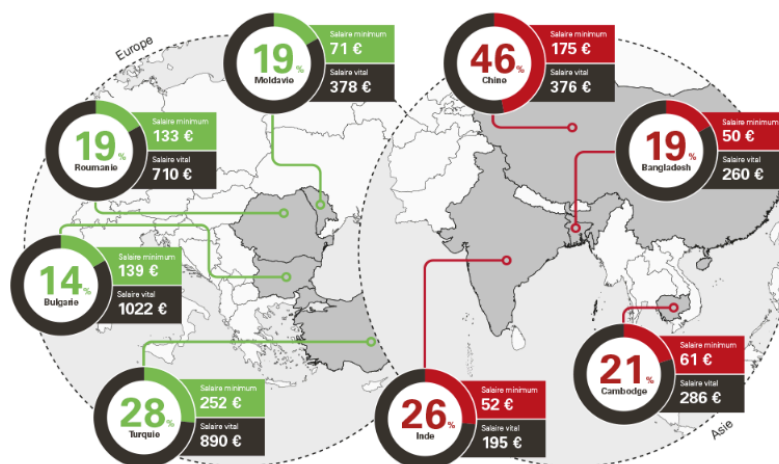
Il faudra toutefois attendre 2010 pour qu'une prise de conscience s'opère et que le salaire vital s'impose dans les débats internationaux.

En effet, l'aspect non contraignant de ces documents ainsi que la concurrence féroce des pays producteurs ont poussé les Etats à fixer le salaire minimum légal bien en dessous du salaire de subsistance, pouvant parfois même être inférieur au seuil de pauvreté défini par ces derniers.

¹⁵ SOURCE URL : http://ethique-sur-etiquette.org/IMG/pdf/de_ubat_sur_le_salaire_vital.partie2.pdf

« Les salaires minimums légaux versés aux ouvrières textiles en Asie, en Amérique latine, en Afrique et en Europe de l'Est se situent en règle générale bien en dessous du niveau du salaire vital et ne couvrent la plupart du temps que 15 à 60 % des dépenses quotidiennes d'une famille de quatre personnes. » (La Déclaration de Berne)

Figure 5 : Salaire minimum vs salaire vital



(La Déclaration de Berne 2014)

De plus, dictée par le phénomène de la « Fast Fashion », les salaires des travailleurs ne sont pas intégrés aux négociations des prix des contrats.

A cela s'ajoute le fait que l'inflation n'est pas prise en compte dans l'établissement du salaire minimum légal. La hausse du prix des biens, tels que le pétrole ou le riz, a des répercussions directes pour les travailleurs dont le salaire réel diminue.

Ces salaires de misère ont des conséquences dramatiques pour les travailleurs, qui sont alors enfermés dans le cercle vicieux de la pauvreté. Ces conditions ne causent pas uniquement des problèmes financiers, mais contribuent aussi à la malnutrition, aux problèmes de santé, à l'exclusion sociale et politique ainsi qu'au manque d'éducation. En effet, en plus de recevoir des salaires dérisoires, les travailleurs ne perçoivent aucune sécurité sociale : une maladie ou une grossesse implique souvent un licenciement.

Le salaire des travailleurs n'étant pas pris en compte dans la négociation sur le prix des contrats, il est possible de se rendre compte, en regardant la décomposition du prix d'un t-shirt, que ces ouvriers ne perçoivent qu'un très faible pourcentage de son prix effectif :

Figure 6 : La décomposition du prix d'un t-shirt



(le collectif Ethique sur l'étiquette)

Cette décomposition démontre clairement que le fait de doubler, voire même de tripler, la part qui revient aux travailleurs n'impliquerait pas une augmentation excessive du prix de vente du t-shirt, ni de diminution des marges perçues par les grandes enseignes. De plus, elle démontre la profonde inégalité qui réside dans la chaîne de valeur.

3.3.1.2 Les heures supplémentaires

Par ailleurs, les heures supplémentaires excessives sont une pratique courante dans l'industrie du textile. En effet, ces dernières sont bien loin du nombre d'heures maximum hebdomadaire prévu dans les droits de l'Homme qui s'élève à 48.

Deux facteurs constituent la source de ce problème : d'une part, les travailleurs qui ne peuvent pas subvenir à leurs besoins, en raison des salaires horaires perçus, cumulent les heures supplémentaires et, d'autre part, afin de respecter les délais des commandes en cours, les employeurs n'hésitent pas à forcer les travailleurs à rester pendant de longues heures.

La volatilité des commandes rentre également en compte. En effet, les employeurs n'étant pas certains d'avoir des contrats sur une période à long terme, ils acceptent toutes les offres qui leur sont proposées et, de ce fait, surchargent les travailleurs.

Ces horaires insoutenables mettent en danger la santé des ouvriers. Epuisés et souffrant de malnutrition, les travailleurs sont de plus en plus sujets à des accidents sur leur lieu de travail, par exemple, un grand nombre d'évanouissements a été constaté.

3.3.1.3 La liberté syndicale

La liberté syndicale désigne le droit « de toute personne salariée de fonder des syndicats et de s'affilier au syndicat de son choix ou de ne pas s'affilier à un syndicat » (Humanrights 2014), dans l'intérêt de défendre les droits des travailleurs.

Ce principe, qui demeure au cœur des valeurs de l'OIT, apparaît dans plusieurs documents officiels :

- La Constitution de l'OIT, 1919,
- La déclaration de Philadelphie, 1944,
- La déclaration universelle des droits de l'homme, 1948,
- La déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail de l'OIT, 1998.

Malheureusement, dans certains pays, ce droit est régulièrement bafoué, car les employeurs s'opposent formellement à ce que les travailleurs intègrent ou forment des syndicats.

De plus, les travailleurs sont victimes de répressions s'ils ont l'intention de se syndiquer. Voici le témoignage d'Ashok Kumar, ouvrière en Haryana, une région pauvre de l'Inde : « Nous avons essayé de constituer un syndicat secrètement et ce, à deux reprises, mais nous avons reçu des menaces de mort et nos meneurs ont été licenciés. » (Terre des Hommes France).

3.3.1.4 La sécurité des bâtiments

Les entreprises « Fabless » ont transféré les coûts des infrastructures à la charge des fournisseurs. Ces derniers n'ayant pas toujours les moyens d'investir dans des établissements ; les ouvriers travaillent souvent dans des bâtiments d'habitation aménagés en usine qui ne correspondent pas aux règles de sécurité minimales.

Par ailleurs, pour que les travailleurs n'aient pas la possibilité de prendre de pauses, les employeurs n'hésitent pas à boucher les sorties de secours. Ce manque de vigilance est la cause de différents accidents industriels dramatiques : « Depuis 1990, la Campagne Clean Clothes (CCC) a dénombré plus de 2'200 morts et 4'000 blessés, uniquement dans l'industrie du textile bangladaise. » (La Déclaration de Berne).

Le Bangladesh est un exemple extrême de la situation. En effet, en 2013, l'effondrement de l'immeuble du Rana Plaza qui a causé la mort de 1'138 ouvriers et blessé 2'000 autres personnes¹⁶, s'inscrit comme l'accident industriel le plus meurtrier.

De plus, dans ce cas, les travailleurs avaient signalé à la direction l'apparition de fissures sur les murs, mais cette dernière les avait obligés à se rendre sur leur place de travail. Cette information prouve le laxisme des employeurs concernant la sécurité de leurs employés.

3.3.1.5 L'interconnexion des problèmes

Les problèmes décrits ci-dessus sont interconnectés. En effet, les salaires de misère ont un impact sur les heures supplémentaires excessives pratiquées dans ces usines de fabrication. La liberté syndicale, quant à elle, est la voie par laquelle les travailleurs peuvent revendiquer leurs droits ; si celle-ci n'est pas appliquée, c'est que les employeurs sont bien conscients que les conditions dans lesquelles évoluent les travailleurs ne sont pas conformes à la législation en vigueur.

3.4 Les enjeux éthiques

Le niveau éthique de ces enjeux sociaux est macro et relève de la responsabilité des entreprises concernant leur chaîne d'approvisionnement.

Cependant, le modèle d'affaires imposé, par les entreprises « Fabless », implique que celles-ci n'assument plus la responsabilité de l'ensemble de leurs activités.

3.4.1 Le refus de la responsabilité

Comme cela a été expliqué, la sous-traitance de la production a permis aux grandes enseignes de ne pas être juridiquement responsables de leur chaîne d'approvisionnement. De ce fait, les donneurs d'ordres transfèrent cette responsabilité sur leurs fournisseurs, se qualifiant de « victimes des dissimulations » de ces derniers ou accusant les Etats producteurs de ne pas appliquer les réglementations internationales sur le droit du travail dans leur législation.

3.4.2 Le « white washing »

Toutefois, avec la pression médiatique grandissante et les événements dramatiques survenus, tels que l'effondrement du Rana Plaza, les firmes ont modifié leurs discours et cherchent à se responsabiliser aux yeux de leurs consommateurs.

¹⁶ Source URL : <https://www.ladb.ch/campagnes-et-actions/appels-urgents-de-la-campagne-clean-clothes/bangladesh-effondrement-du-rana-plaza/>

L'éloignement géographique entre les sites de production et de distribution a créé une distance entre les compétences : pour les entreprises donneuses d'ordres, les problématiques liées à la fabrication ne sont plus leur priorité. De ce fait, les stratégies RSE sont abordées sous un angle marketing et le développement durable est alors perçu comme un outil de communication.

La prise de conscience des entreprises concernant la demande croissante de la population d'une consommation éthique, n'a donc pas permis d'améliorer les conditions des travailleurs dans la chaîne de valeur.

Par exemple, H&M a lancé, en 2011, une gamme nommée « conscient » et indique que les produits issus de cette dernière sont « fabriqué(s) dans le respect des êtres humains et de l'environnement » (PERSSON Karl-Johan, PDG H&M 2013). Or, Tobias Meier, directeur du département du commerce équitable chez Helvetas et expert en matière de développement durable, affirme :

«H&M a des milliers de producteurs. C'est un ensemble difficile à contrôler. Sur un tel processus, il est dur de prétendre pouvoir être conscient de A à Z. On ne peut pas prétendre être conscient juste parce qu'il y a des produits recyclés à un endroit donné.» (MEIER Tobias 2013)

Bien que le géant suédois montre son engagement en étant leader mondial dans l'utilisation du coton bio¹⁷, le manque de transparence sur l'ensemble de son processus de production se dresse comme une barrière à l'information aux consommateurs ; cette opacité ne leur permet pas de détenir des informations complètes et concrètes sur la fabrication dite « consciente » de la firme.

La complexité de la chaîne d'approvisionnement ne peut pas être considérée comme une excuse à l'opacité de l'information. La transparence est donc un aspect crucial à la responsabilité sociétale de l'entreprise, car elle prouve la bonne foi de ces dernières.

3.4.3 Le manque de transparence

Si la transparence est la clé d'une bonne information aux consommateurs, elle n'est, cependant, pas une pratique courante des entreprises donneuses d'ordres.

En effet, les grandes marques sont, aujourd'hui, plus disposées à dévoiler les informations concernant les noms de leurs fournisseurs, ces dernières n'apportent toutefois pas de réponse chiffrée concrète relative aux salaires perçus au sein des usines des fournisseurs.

¹⁷Source URL : <http://www.lematin.ch/societe/La-collection-HM-consciente-l-estelle-vraiment/story/22455953>

L'enquête menée par la RTS, dans le cadre de l'émission « A bon entendeur »¹⁸, qui a sélectionné douze pièces textiles issues de différentes enseignes européennes, a révélé la grande difficulté pour les consommateurs d'obtenir des informations concernant les salaires qui ont été versés aux travailleurs pour la confection de ces produits.

Sur les douze entreprises sélectionnées, seules trois d'entre elles ont accepté de communiquer une estimation sur le niveau des salaires chez leurs fournisseurs. Les autres ont refusé, en justifiant un « souci de compétitivité ».

De plus, C&A, dont le produit sélectionné est un t-shirt commercialisé au prix de CHF 3,50, renvoyait alors les enquêteurs à son code de conduite qui stipule que « (...) les travailleurs sont traités avec respect et dignité ». La marque ajoute qu'elle « (...) mène régulièrement des évaluations chez ses fournisseurs ». En vue de la décomposition du prix d'un t-shirt, il est difficile d'imaginer une production éthique pour ce prix-là.

En effet, les codes de conduite élaborés ainsi que les vérifications effectuées à l'interne par les marques n'ont, à l'heure actuelle, pas suscité les améliorations dont l'industrie du textile a besoin.

¹⁸ Source URL : <http://www.rts.ch/emissions/abe/6095582-vetements-des-salaires-de-misere.html>, 7 octobre 2014

3.5 Synthèse des responsabilités des parties prenantes

Le tableau présenté ci-dessous offre une synthèse de la responsabilité des parties prenantes dans ces problèmes sociaux. Il démontre quelles sont leur connaissance du problème, leur responsabilité quant à l'apparition des mauvaises conditions des travailleurs et quel est le pouvoir dont elles disposent pour faire évoluer les choses.

L'échelle va du plus petit au plus grand impact, de zéro à quatre « * ».

Tableau 1 : Synthèse des responsabilités des parties prenantes

Parties Prenantes	Connaissance	Responsabilité Cause	Responsabilité Pouvoir
Donneurs d'ordres	****	****	****
Actionnaires	**	**	*
Consommateurs B2B	**	**	**
Consommateurs B2C	**	**	*
Etats des pays importateurs	***	*	*
Etats des pays exportateurs	***	***	***
Fournisseurs / employeurs	***	***	**
Travailleurs	***	*	*
OI	****	-	-
Syndicats	****	-	**
ONG	****	-	**
Labellisateurs et certificateurs	****	-	**
Les médias	****	-	*

(DUBATH Caroline 2016)

Les donneurs d'ordres

Connaissance : pointés du doigt par la société civile, les donneurs d'ordres ont connaissance de ces problèmes.

Cause : la recherche de profits ainsi que les politiques d'achats que les donneurs d'ordres imposent, sont la cause directe des problèmes sociaux dans la chaîne d'approvisionnement. De ce fait, leur responsabilité est immense, car ce sont eux qui génèrent la demande de prix bas auprès des usines de fabrication, tout en imposant des délais intenable.

Pouvoir : disposant d'un grand pouvoir économique et d'une grande influence sur les fournisseurs et les Etats des pays producteurs, leur pouvoir d'action est très important. C'est donc par le changement de leurs stratégies commerciales que les donneurs d'ordres peuvent faire évoluer la situation actuelle.

Les actionnaires

Connaissance : la connaissance des problèmes de la part des actionnaires est moins certaine, car leurs intérêts sont principalement d'ordre financier.

Cause : ils possèdent, toutefois, le droit de vote lors des assemblées générales des donneurs d'ordres, ce qui implique qu'ils ont une responsabilité dans la stratégie de l'entreprise.

Pouvoir : ce droit de vote leur donne donc un pouvoir de changer la stratégie des donneurs d'ordres.

Les consommateurs

Connaissance : les dénonciations des conditions dramatiques de l'industrie du textile se sont multipliées, depuis l'effondrement du Rana Plaza. Toutefois, les consommateurs, qui ont tendance à oublier le travail que représente la confection d'un vêtement, ne prennent pas conscience des enjeux qui y sont liés.

Cause : les consommateurs sont la raison d'être des entreprises donneuses d'ordres. En effet, ce sont eux qui génèrent la demande, mais également les profits de ces grandes structures. Par cette demande des prix toujours plus bas, ils ont une responsabilité indirecte dans ces problèmes sociaux.

Pouvoir : générateurs de la demande, les consommateurs ont un pouvoir de pression sur les donneurs d'ordres, en demandant des informations concrètes sur les conditions dans lesquelles les vêtements sont produits.

Il faut toutefois distinguer les deux relations possibles : Business to Business (B2B) et Business to Customers (B2C). Les consommateurs du « type » B2B sont représentés par les institutions publiques et les grandes entreprises nationales, comme la Poste ou les CFF. Par le volume de leurs commandes (exemple : l'équipement de tout un secteur), ils ont un pouvoir d'influence plus grand que celui des consommateurs du « type » B2C qui achètent des habits à des fins personnelles.

Les Etats des pays importateurs

Connaissance : les Etats de ces pays, par la connaissance des Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme, connaissent les problématiques liées aux délocalisations des entreprises transnationales.

Cause : le manque de réglementation concernant le devoir de vigilance des multinationales permet aux donneurs d'ordres de ne pas suivre les normes et conventions imposées par le cadre légal internationale. Cependant, ce cadre légal stipule également qu'il est de la responsabilité des entreprises de respecter ce devoir.

Pouvoir : les Etats des pays importateurs peuvent, donc, instaurer une réglementation plus stricte de la responsabilité des multinationales qui sont installées sur leur territoire.

Les Etats des pays exportateurs

Connaissance : les Etats des pays exportateurs sont conscients des mauvaises conditions de travail présentes dans l'industrie du textile.

Cause : les Etats établissent leur propre législation concernant le travail. Le gouvernement décide du salaire minimum, du nombre d'heures hebdomadaires maximum ainsi que de la liberté du droit syndical à appliquer. Les problèmes sociaux découlent, entre autres, de la défaillance des Etats au devoir de protection contre les violations possibles, commises par les acteurs économiques. En effet, la dépendance à cette industrie, la recherche de développement économique et la concurrence entre les pays producteurs freinent la volonté des Etats à imposer une réglementation qui serait en concordance avec les droits de l'Homme.

Pouvoir : leur pouvoir réside dans l'adaptation de leur législation aux normes et conventions internationales, dont ils ont souvent ratifié.

Les fournisseurs / employeurs

Connaissance : les fournisseurs sont au courant que leurs employés ne travaillent pas dans des conditions favorables.

Cause : cherchant à assouvir leurs intérêts personnels et à répondre à la demande des donneurs d'ordres, ils ne prennent pas en considération la santé et la sécurité de leurs employés. En effet, ils subissent une pression des grandes marques sur les délais et les prix qui les pousse à négliger leurs travailleurs.

Pouvoir : si les donneurs d'ordres n'adaptent pas leurs stratégies commerciales en payant un prix plus juste et en imposant des délais plus raisonnables, et que les Etats producteurs ne revoient pas leur législation concernant le travail, les employeurs ne possèdent pas vraiment les moyens de changer les conditions des travailleurs. Toutefois, ils pourraient déjà s'ouvrir au dialogue avec leurs employés.

Les travailleurs

Connaissance : les travailleurs sont le noyau de ces problèmes sociaux. Cependant, bien qu'ils connaissent parfaitement les traitements dont ils sont victimes, ils n'ont pas toujours la connaissance des droits qui devraient leur être accordés.

Cause : ils n'ont pas de responsabilité dans ces problèmes, car ils ont besoin de travailler pour survivre.

Pouvoir : leurs moyens de pression sont très limités, car ils sont victimes de violences lorsqu'ils essaient de revendiquer leurs droits et ils ne sont pas écoutés par leurs employeurs.

Les Organisations internationales

Connaissance : les Organisations Internationales, notamment l'OIT, émettrice des normes et des conventions qui se rapportent aux droits de l'Homme et au travail, ont parfaitement conscience des enjeux sociaux présents dans cette industrie.

Cause : ayant le rôle de régulateur, elles n'ont pas de responsabilité dans ces problèmes.

Pouvoir : du fait que les normes et les conventions de ces organisations ne sont pas contraignantes, ces dernières ne possèdent pas un grand pouvoir d'action pour remédier à ces problèmes. Elles ne peuvent qu'encourager au dialogue et pousser les gouvernements à aligner leur législation.

Les syndicats

Connaissance : les syndicats portent la voix des travailleurs auprès des gouvernements pour dénoncer les conditions de travail qui ne sont pas conformes aux droits de l'Homme. Ils ont donc une grande connaissance des problèmes existants.

Cause : endossant le rôle de médiateur dans le dialogue social entre les différentes parties prenantes, les syndicats n'ont pas de responsabilité concernant les mauvaises conditions des travailleurs.

Pouvoir : leur pouvoir d'action repose sur les négociations qu'ils peuvent entreprendre avec les gouvernements pour qu'ils adaptent les législations.

Les Organisations Non Gouvernementales (ONG)

Connaissance : le but d'une ONG est de défendre l'intérêt public et, dans ce cas, le droit des travailleurs ; les ONG ont donc une très bonne connaissance du sujet.

Cause : elles ne sont donc nullement responsables de ces problèmes éthiques.

Pouvoir : les ONG peuvent agir par différents moyens. Leur pouvoir réside dans l'influence de l'opinion publique, par la sensibilisation et l'information. Elles peuvent également exercer une pression sur les gouvernements des pays importateurs, afin qu'ils s'engagent à imposer des relations plus justes avec les pays exportateurs.

Les Certificateurs et labellisateurs

Connaissance : ces organismes indépendants assurent la conformité d'un produit à une norme. Dans cette problématique, les certificateurs et labellisateurs vérifient la conformité des usines à une norme définie. Ces derniers sont donc conscients des problèmes demeurant dans la chaîne d'approvisionnement.

Cause : aucune responsabilité, dans l'apparition de ces dimensions, ne découle de cet acteur.

Pouvoir : leur pouvoir reste limité, car ce sont les entreprises qui doivent prendre l'initiative de recourir à une certification ou à un label. Toutefois, ils permettent d'apporter des améliorations pour les travailleurs des entreprises certifiées ou labellisées. Auprès des acheteurs, ils sont également perçus comme des communicateurs des bonnes conduites pratiquées dans les usines.

Les médias

Connaissance : les médias ont révélé au grand jour les conditions des travailleurs dans les usines de fabrication, ils ont donc une bonne connaissance de la situation actuelle.

Cause : ils n'ont aucune responsabilité dans ces problèmes.

Pouvoir : les médias ont, d'une part, un statut d'informateur auprès des consommateurs, et, d'autre part, ils endossent un rôle crucial dans la réputation des entreprises. De ce fait, ils n'ont pas un pouvoir direct sur l'amélioration des conditions des travailleurs, mais ils apportent aux consommateurs les informations nécessaires pour qu'une prise de conscience s'opère.

3.5.1 L'influence des parties prenantes

La synthèse des responsabilités des parties prenantes offre une meilleure vision de l'implication de celles-ci dans les problèmes précédemment expliqués.

Afin de déterminer quels acteurs détiennent la plus grande influence à voire évoluer l'industrie du textile, les responsabilités des causes ainsi que leur pouvoir sont confrontés, mettant en évidence, ainsi, les parties prenantes qui doivent impérativement adapter leur rôle dans le secteur.

Figure 7 : L'influence des parties prenantes

Pouvoir	Élevé		Etats des pays exportateurs	Donneurs d'ordres
	Moyen		Consommateurs	Fournisseurs / employeurs
	Faible			
		Faible	Moyenne	Élevée
		Cause		

(DUBATH Caroline 2016)

3.6 Les mesures mises en place

Conscientes des problèmes demeurant dans cette industrie, la société internationale, nationale et civile, ont mis en place un certain nombre de mesures qui abordent ces problèmes sous différents angles.

Toutefois, pour cette analyse, certaines d'entre elles, qui sont ressorties lors des entretiens effectués avec les ONG actives dans le domaine, ont dû être sélectionnées.

3.6.1 La Business Social Compliance Initiative

Le Business Social Compliance Initiative (BSCI) est une initiative patronale qui vise l'amélioration des conditions sociales des travailleurs chez les fournisseurs.

Cette association privée, non-gouvernementale, rassemble, aujourd'hui, plus de 1'600 entreprises¹⁹ qui commercialisent des produits de consommation. Ces dernières, possédant chacune leur propre code de conduite, se sont associées dans la volonté d'harmoniser et de promouvoir ces initiatives et ont ainsi créé le code de conduite du BSCI. Ce dernier se base sur les conventions de l'OIT, mais il ne fournit pas de certification. Le BSCI procède à des audits de vérification qui seront ensuite accessibles, sous forme de rapports et notes.

Ce code de conduite a été conceptualisé en partenariat avec le Social Accountability International (SAI), une organisation non-gouvernementale qui certifie les usines de la norme SA 8000, y assurant ainsi un travail décent. Le BSCI représente donc un premier pas vers l'obtention de cette certification.

Le BSCI présente, toutefois, certaines conditions à son adhésion : l'entreprise doit générer un chiffre d'affaires supérieur à EUR 500'000.- et elle doit travailler avec des fournisseurs actifs dans des pays en développement, préalablement cités dans la liste du BSCI. Actuellement, la majorité des audits réalisés par ce dernier ont lieu en Asie (78% en Chine, 6% au Bangladesh et 4% en Inde²⁰).

3.6.2 La Fair Wear Foundation

La Fair Wear Foundation (FWF) est une initiative multipartite dont le but est d'améliorer les conditions des travailleurs dans l'industrie du textile, se concentrant sur l'étape de la confection. Son conseil d'administration est représenté par différents représentants de fédérations d'employeurs, des ONG ainsi que des syndicats.

¹⁹Source URL : <http://www.bsci-ch.org/fr/propos-de-nous/la-bsci-en-bref/la-bsci-en-bref>.

²⁰Source URL : <http://unblogsurlaterre.com/developpement-durable-en-entreprise/bsci-business-social-compliance-initiative-solution-ameliorer-conditions-sociales-fournisseurs-pays-voie-developpement-009/>.

Créée en 1999, elle compte aujourd'hui 80 membres, représentant 120 marques différentes qui sont basées dans sept pays du continent européen et qui commercialisent leurs produits dans plus de 80 pays à travers le monde²¹. De plus, la fondation est active dans onze pays de production en Europe, en Asie et en Afrique.

La FWF a donc développé un « Code of Labour Practise » qui a été élaboré sur les bases des négociations entre les différentes parties prenantes de l'initiative ainsi que sur le travail de recherche, accompli par la CCC et la Coupole Internationale de Syndicats (CSI). Ce dernier s'appuie sur les normes de l'OIT ainsi que sur la Déclaration universelle des droits de l'Homme de l'ONU.

Ne s'affichant pas comme un label, l'initiative est plus perçue, par les membres, comme une garantie des bonnes pratiques et de la volonté d'amélioration des conditions des travailleurs. Par l'adhésion à la FWF, les marques s'engagent à respecter le « Code of Labour Practise », au travers d'une démarche progressive, transparente et vérifiée. D'une part, les entreprises doivent procéder à un contrôle interne et, d'autre part, la FWF effectue des audits de vérification qui seront ensuite tous deux publiés, sous forme de rapport.

Visant une démarche de progrès, la non-conformité aux critères imposés par la FWF n'implique pas forcément une exclusion de l'organisation. Si ces derniers ne sont pas respectés, l'entreprise doit alors élaborer un plan de travail qui consiste à apporter des mesures d'amélioration. C'est seulement le manque d'engagement à mettre en place des mesures correctives qui impliquera l'exclusion des entreprises de cette initiative.

3.6.3 L'Asia Floor Wage Alliance

Fondée en 2005, l'Asia Floor Wages Alliance (AFWA) est un regroupement de syndicats internationaux et d'organisations qui réalise du lobbying pour l'instauration du versement d'un salaire vital pour les travailleurs en Asie, auprès des marques textiles.

L'AFWA a élaboré un modèle pour le calcul du salaire vital, qui prend en compte les différentes dépenses nécessaires à une vie digne ainsi que le niveau de vie de chaque pays. Le but est d'augmenter les salaires dans toute l'industrie en Asie, mais également de rendre ce modèle accessible aux autres pays producteurs, afin d'éviter que la production ne se déplace vers des pays meilleur marché, ce qui ne ferait qu'augmenter la concurrence et la pression sur les prix.

²¹ Source URL : <http://www.fairwear.org/>

3.6.4 Respect code

Respect code est une plateforme indépendante qui propose un outil très performant de traçabilité des produits. Elle a été créée en 2005 par la compagnie suisse Product DNA.

Les produits certifiés « Respect-code » possèdent un numéro de référence sur leur étiquette. Ce numéro permet de suivre le produit, à travers les différentes étapes de production qu'il parcourt, prenant en compte les impacts sociaux et environnementaux.

En 2014, cette référence est présente sur plus de 40'000'000 étiquettes, représentant une variété de 3'100 produits et plus de 14'900 commandes auprès des fournisseurs²².

3.6.5 L'Accord sur la protection contre les incendies et la sécurité des bâtiments au Bangladesh

C'est malheureusement aussi par les catastrophes survenues que des mesures, visant à protéger les travailleurs et à obliger les entreprises à assumer leur responsabilité, sont apparues.

Cet accord, qui a été conclu entre plusieurs syndicats internationaux, des syndicats locaux (IndustriALL global union et uni Global Union) et plus de 200 firmes, est innovant par son aspect juridiquement contraignant. En effet, des inspections des usines sont réalisées par des organes externes et indépendants, afin d'en identifier les failles. Les entreprises ont, ensuite, le devoir de trouver des solutions aux dysfonctionnements des usines de leurs fournisseurs. Aujourd'hui, 1'600 usines (sur 3'000) de fabrication sont dénombrées, représentant 2 millions de travailleurs (sur 4 millions) qui sont protégés par cet accord²³.

De plus, les entreprises signataires s'engagent à publier leur liste de fournisseurs sur le territoire bangladais. Cet accord représente donc un outil intéressant, concernant la transparence des donneurs d'ordres.

3.6.6 L'initiative « pour des multinationales responsables »

Comme énoncé précédemment dans ce travail, le cadre légal international repose sur des mesures volontaires des états membres.

Une coalition de 77 organisations souhaite mettre en place une initiative « pour des multinationales responsables » qui vise à instaurer, dans la législation suisse, des réglementations plus contraignantes pour les entreprises qui opèrent sur le territoire.

²² Source URL : <http://www.respect-code.org>

²³ Source URL : <http://www.achact.be/Accord.htm>

En effet, c'est par le constat de l'inefficacité des mesures volontaires, qui n'ont aujourd'hui pas fait preuve d'une amélioration concernant les violations des droits humains, que cette coalition a décidé de lancer cette initiative populaire.

C'est donc, grâce à son inscription dans la Constitution fédérale, que cette loi sur le devoir de diligence des entreprises pourrait exiger de ces dernières qu'elles prennent leur responsabilité quant à leur chaîne d'approvisionnement. Chaque entreprise devrait alors faire une analyse de sa chaîne d'approvisionnement et de ses activités à l'étranger, afin d'identifier les risques de violation des droits humains et du droit du travail. Par la suite, elle devrait en faire un rapport qui serait publié, pour expliquer les mesures qu'elle a décidé de mettre en œuvre afin de pallier à ces risques. De ce fait, cette loi permettrait d'accroître la transparence des firmes, concernant leurs activités de sous-traitance. En cas de violation, les victimes à l'étranger auraient la possibilité de déposer une plainte civile en Suisse. L'entreprise devrait alors se défendre devant un tribunal. Si elle prouve qu'elle a mis en œuvre toutes les mesures qui étaient en son pouvoir, elle ne risque rien ; dans le cas contraire, elle devra alors réparer ses torts, sous forme d'indemnisations.

Si d'autres pays ont aussi des discussions dans ce sens, cette initiative reste la plus exhaustive. En effet, elle prend en compte les multinationales, mais aussi les plus petites entreprises : une PME qui travaille dans les diamants, par exemple, serait tout aussi concernée.

L'instauration de cette initiative permettrait donc de montrer l'exemple, mais aussi de démontrer la cohérence de la Suisse quant aux principes directeurs des Nations Unies.

3.7 Le label Fairtrade

Jusqu'à aujourd'hui, les labels existants concernent une étape précise de la chaîne d'approvisionnement d'un produit textile. Le 22 mars 2016, le labellisateur Fairtrade International a lancé le premier label textile qui ambitionne de certifier un produit, en s'intéressant à toutes les étapes de sa chaîne de production. Le but de ce label est d'améliorer les conditions des travailleurs, en diminuant la pauvreté, ce qui leur permettrait une vie décente.

La vision du labellisateur repose sur trois objectifs :

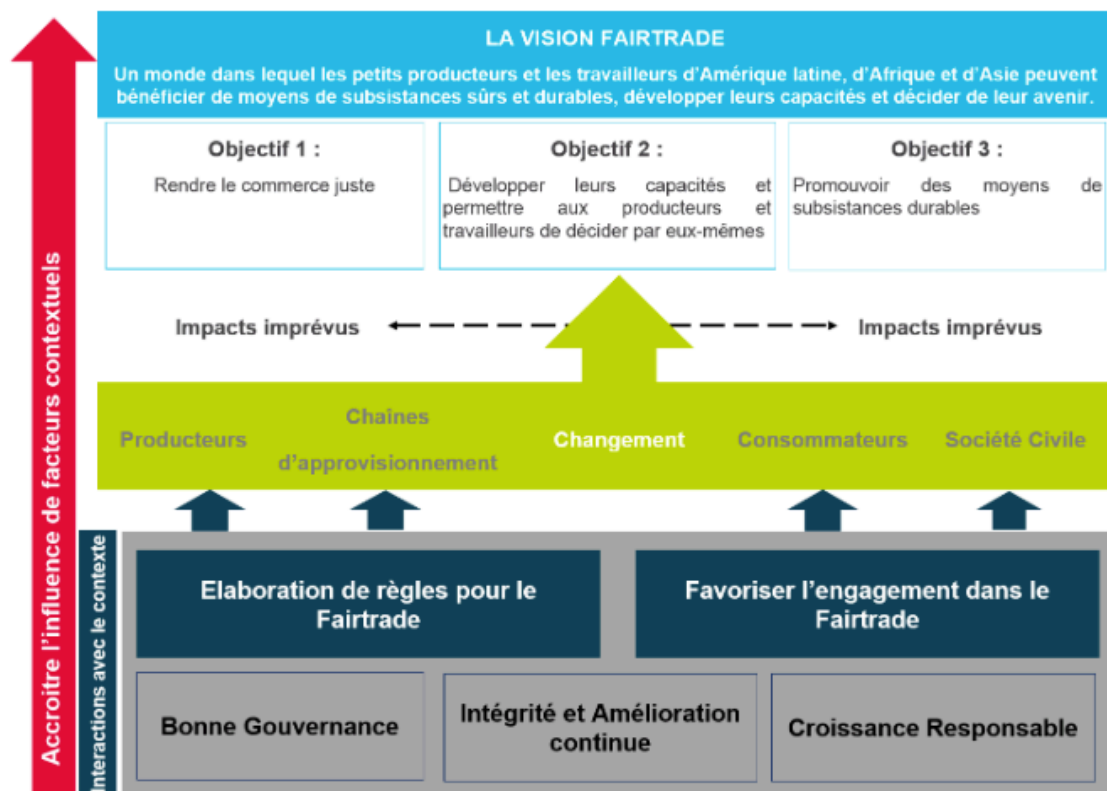
- « Rendre le commerce équitable
- Autonomiser les petits producteurs et les travailleurs
- Promouvoir les moyens d'existence durables. » (Fairtrade International 2016, p. 3).

Afin d'atteindre ces objectifs, Fairtrade se concentre sur quatre sphères :

- « Les organisations de petits producteurs et de travailleurs
- Les pratiques commerciales de la chaîne d'approvisionnement
- Le comportement des consommateurs
- L'action de la société civile » (Fairtrade International 2016, p.3)

Voici la représentation graphique de la vision du labellisateur Fairtrade International :

Figure 8 : La vision Fairtrade



(Fairtrade International 2016, p.5)

L'approche du label est donc multidimensionnelle et propose un concept intéressant.

3.7.1 Ses exigences

Fairtrade International s'est appuyé sur les normes et les conventions internationales en vigueur, en se concentrant principalement sur celles de l'OIT, pour élaborer le Standard Fairtrade pour le secteur du textile.

Ci-dessous, sont décrites les conditions requises pour l'obtention de la certification qui rejoignent les quatre enjeux éthiques identifiés précédemment.

3.7.1.1 Les salaires

Si le salaire perçu par les travailleurs est inférieur aux exigences approuvées par les références Fairtrade International, l'entreprise doit garantir qu'elle effectuera une augmentation annuelle des salaires réels, afin de réduire l'écart entre ces derniers.

Une fois que le salaire est considéré comme décent par les références Fairtrade, il devra continuer à être augmenté, en fonction de l'inflation.

L'entreprise aura alors 6 années, pour augmenter progressivement les salaires, afin d'atteindre le salaire vital. Par ailleurs, au cours de la troisième année, l'entreprise devra prendre part à des initiatives qui visent à répandre la rémunération de salaires vitaux sur l'ensemble du secteur. Les salaires devront aussi être équitables pour tous les travailleurs, ne comprenant aucune forme de discrimination relative au genre, à la religion ou à d'autres composantes.

Finalement, l'entreprise devra assurer une transparence sur l'ensemble des salaires versés, afin de prouver leur équité, en spécifiant les rémunérations perçues, relatives à la fonction des employés.

Ces salaires devront être contractualisés et payés à intervalles programmés et réguliers.

En outre, les travailleurs doivent percevoir des prestations sociales légales, telles que la prévoyance, le congé maternité et la garantie d'un emploi en cas d'accident ou de maladie.

3.7.1.2 Les heures supplémentaires

Concernant les heures supplémentaires, elles doivent être conformes à la législation nationale et aux standards de l'industrie. Elles ne doivent toutefois pas dépasser régulièrement les 48 heures par semaine.

Elles sont toutefois autorisées, à condition qu'elles soient volontaires de la part des travailleurs, qu'elles ne soient pas régulières et qu'elles n'excèdent pas une période supérieure à trois mois. De plus, elles doivent être limitées à 12 heures par semaine et à trois mois par année.

Afin de respecter ces conditions, les heures supplémentaires doivent être évitées, en temps de production considérée normale, afin d'anticiper les périodes de pics de production qui sont plus sujettes à des heures additionnelles.

Par ailleurs, les heures supplémentaires doivent être rémunérées à un taux supplémentaire, correspondant à un coefficient de 1,5.

Les pauses pendant le temps de travail doivent également être respectées.

3.7.1.3 La liberté syndicale

Les entreprises doivent garantir aux travailleurs le droit d'adhérer ou de créer un syndicat. Les syndicats doivent être indépendants et élus démocratiquement, ce qui implique que la direction ne doit pas interférer dans les élections, qui sont alors anonymes. L'affiliation présente ou passée à un syndicat ne doit pas être cause de violences, de menaces, d'intimidation ni de harcèlement.

De plus, l'entreprise doit communiquer à l'ensemble des employés leur droit de liberté syndicale, en s'assurant que les personnes analphabètes le comprennent. La communication doit être traduite dans les langues appropriées et exposée publiquement sur les lieux de travail.

Elle doit également mentionner une personne de contact, si aucun syndicat est actuellement formé, afin qu'en cas de besoin, les travailleurs sachent à qui s'adresser.

Pour assurer que les entreprises acceptent ces conditions, ces dernières doivent signer un protocole, élaboré par Fairtrade International.

3.7.1.4 La sécurité des bâtiments

L'entreprise doit instaurer des mesures de sécurité sur les lieux de travail suffisantes ; des systèmes d'identification des risques, des procédures de sécurité, des équipements de sécurité et des avertissements pour les zones dangereuses sont alors mis en place.

Un agent de sécurité doit être nommé, afin d'analyser les potentiels risques, de suggérer des pistes d'amélioration et de planifier la mise en œuvre de ces mesures, pour, finalement, en faire un rapport qu'il transmettra à la direction. Il est également chargé de communiquer avec les travailleurs et de les sensibiliser sur ces problématiques.

Par ailleurs, l'entreprise doit être équipée de sorties de secours, de voies d'évacuation et d'alarmes incendie sur chaque lieu de travail. Les sorties de secours doivent être accessibles aux travailleurs (pas de verrouillages des portes), pour permettre une facilité d'évacuation en cas d'incendie ou autres urgences. Les travailleurs doivent aussi être formés préalablement sur les procédures d'évacuation.

3.7.2 Synthèse des points forts et des points faibles

Suite à l'examen des exigences du label Fairtrade International, voici les points forts et les points faibles de ces dernières :

Tableau 2 : Points forts et points faibles des exigences

	Points forts	Points faibles
Salaires	<ul style="list-style-type: none">• Démarche qui vise le progrès• Transparence exigée	<ul style="list-style-type: none">• 6 années avant un salaire vital• pas de référentiel
Heures supplémentaires	<ul style="list-style-type: none">• concordance aux réglementations en vigueur	<ul style="list-style-type: none">• Pas de mesures pour les délais imposés
Liberté syndicale	<ul style="list-style-type: none">• Bonne représentation du droit syndicale	<ul style="list-style-type: none">• Responsabilité du respect des règles à la charge du fournisseur
Sécurité des bâtiments	<ul style="list-style-type: none">• Description claire de la sécurité minimale	<ul style="list-style-type: none">• Frais à la charge du fournisseur

(DUBATH Caroline 2016)

Ce qui ressort nettement de cette synthèse est le manque de partage dans la responsabilité d'apporter des mesures. Les conditions exigées sont très précises, néanmoins, elle doivent venir des fournisseurs eux-mêmes.

4. Les recommandations

4.1 Les limites du label Fairtrade

Si ce label prône des conditions très précises, concernant les droits des travailleurs ainsi que le devoir des entreprises de mettre en place des mesures visant à garantir les bonnes conditions de travail tout au long de la chaîne d'approvisionnement, après cette étude, je pense toutefois qu'il présente certaines limites pour apporter une réelle amélioration dans le secteur et pour assurer une communication fiable aux consommateurs.

En effet, si la labellisation fonctionne bien pour des produits non-manufacturés, tels que les bananes, la complexité de la chaîne d'approvisionnement d'un produit textile comprenant de nombreuses étapes de transformation et impliquant donc de nombreux intermédiaires semble être une barrière à une labellisation performante de ce dernier.

En effet, le label ne prévoit pas que les entreprises donneuses d'ordres revoient leur politique d'achat qui est à la source du problème. La responsabilité du respect du droit de l'homme revient donc aux fournisseurs qui doivent en assumer les coûts et elle ne sera pas partagée avec les entreprises.

Ce label octroie un temps d'instauration du salaire vital, tout au long de la chaîne, d'une durée de 6 ans. Or, entre temps, le produit aura déjà été qualifié de « fairtrade » et vendu à son prix relatif. Les entreprises seront dès lors perçues comme responsables, pourtant, peut-on vraiment parler d'éthique sans un salaire vital ? En outre, ce label ne possède pas de définition claire concernant le salaire vital.

De plus, il y a un danger de « whitewashing ». En effet, un seul produit labellisé pourrait permettre à toute la gamme de l'entreprise de bénéficier d'une bonne publicité. Cependant, le label se concentra sur une certaine chaîne d'approvisionnement et ne prendra pas en compte l'ensemble des activités de l'entreprise. Cette distorsion dans la communication pourrait tromper le consommateur dans ses choix d'achat. Le gain que ce label va générer pour l'entreprise, en termes d'image et de ventes, ne sera alors pas proportionnel à l'effort que cette dernière aura fourni. Il serait donc plus cohérent d'imposer aux enseignes un volume minimum de produits à labelliser.

Par ailleurs, les audits de vérification, prévus par Fairtrade, seront effectués par l'organisme de certification de commerce équitable Flocert. Or, il a été prouvé que des audits isolés, dans une chaîne d'approvisionnement aussi complexe que celle d'un produit textile, ne suffisent pas à dénoncer les violations du droit de l'homme et du

travail. Des mesures supplémentaires doivent donc être mises en œuvre, comme des accords avec les syndicats locaux qui seraient alors transparents, vérifiables et contraignants, qui viseraient à apporter des solutions pour l'ensemble de l'industrie du textile.

L'approche actuelle semble donc insuffisante pour apporter de réelles améliorations dans le domaine du respect du droit de l'homme et des droits du travail, dans l'ensemble du secteur du textile. En effet, la complexité du problème, demeurant dans l'interconnexion des défaillances gouvernementales, de la recherche de développement, ainsi que des modes de production, de distribution et de consommation, qui ne sont pas durables, implique qu'il ne puisse pas être résolu par la labellisation d'uniquement certains produits sélectionnés par les donneurs d'ordres.

4.2 Changer les stratégies commerciales

C'est le modèle d'affaires, imposé dans l'ensemble du secteur, qui est source de ces enjeux. Afin de rentrer dans un schéma gagnant/gagnant, il est impératif de revoir les stratégies commerciales des entreprises donneuses d'ordres, en y impliquant une vision à long terme. Pour cela, il est également nécessaire que les entreprises prennent conscience de leur responsabilité dans leur chaîne d'approvisionnement.

Ainsi, pour répondre au devoir de diligence qui est inscrit dans les « Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme », élaborés par l'ONU, les entreprises doivent encrer la RSE dans leurs valeurs ainsi que dans la gouvernance de leurs affaires. Actuellement, les entreprises utilisent la RSE à des fins de communication, ne prenant pas en compte les réels enjeux que représente leur chaîne d'approvisionnement.

En effet, l'abondance des collections a entraîné la course vers les prix les plus bas, dans cette industrie, ce qui a amené à la dégradation des conditions des travailleurs ainsi qu'à la forte concurrence entre les pays producteurs.

En outre, la répartition de la chaîne de valeur est très inégale dans l'industrie du textile. En effet, dans le modèle actuel, les travailleurs perçoivent entre 0,5 et 3% du prix du produit final. Ce qui signifie que les travailleurs touchent entre 15 et 90 centimes, pour un vêtement qui coûte CHF 30.-. Comme cité précédemment dans l'analyse, le fait de doubler cette part n'aurait qu'un faible impact sur les revenus des donneurs d'ordres, qui se comptent en milliards, tout en apportant une nette augmentation de salaire pour les travailleurs.

C'est donc grâce au ralentissement du modèle de la « Fast Fashion » et à une répartition de la chaîne de valeur plus équitable, que les modes de production pourront être plus durables et que les fournisseurs auront les capacités de payer des salaires décents à leurs travailleurs.

Par ailleurs, si le mouvement est global, la rémunération d'un salaire vital de la part des entreprises du secteur du textile permettrait de faire passer ce message aux gouvernements des pays producteurs : l'élévation des salaires ne fait pas systématiquement fuir les entreprises.

Il a également été prouvé que le fait de payer un salaire décent avait un impact direct sur le moral des travailleurs et, par voie de conséquence, sur l'augmentation de la productivité, sur la réduction du taux d'absentéisme ainsi que sur le taux de rotation du personnel. Ces facteurs permettraient donc à l'entreprise de rester compétitif.

4.2.1 Les mesures concrètes

Pour que les stratégies commerciales changent, l'effort doit venir des entreprises donneuses d'ordres. Ci-dessous figurent quelques recommandations issues de cette étude.

4.2.1.1 Elaborer un code de conduite

Tout d'abord, grâce à l'élaboration d'un code de conduite, l'entreprise définit ses valeurs et les principes qu'elle souhaite respecter, dans le cadre de ses activités, ce qui lui permet de définir sa mission et sa raison d'être.

Ce code de conduite doit contenir des politiques sociales et durables, notamment concernant les relations entretenues avec les diverses parties prenantes de l'activité de l'entreprise, sans se limiter aux parties prenantes internes. Ce code va donc permettre de formaliser les engagements de la firme et d'identifier les différents enjeux auxquels elle va faire face. La société doit également y stipuler son intégrité et son intention de respecter les réglementations en vigueur, notamment celles de l'OIT concernant les normes sociales des travailleurs.

Le code de conduite est donc un instrument intéressant, dans la mesure où il définit la culture de conformité et d'intégrité de l'entreprise, la stratégie de durabilité ainsi que la gestion des risques éthiques associés à ses activités.

Afin d'être efficace, il ne doit pas se restreindre à la déclaration d'intention de l'entreprise, mais il doit être dynamique et faire partie intégrante de la stratégie commerciale de celle-ci. Il doit, par ailleurs, être parfaitement transparent et, de ce fait,

accessible non seulement à toutes les parties prenantes des activités de l'entreprise, mais également au grand public.

4.2.1.2 Instaurer un référentiel crédible

Cependant, la bonne volonté d'entretenir des relations commerciales équitables, en payant des salaires décents par le biais du code de conduite, ne suffit pas. En effet, des référentiels crédibles doivent également être définis, qui impliquent des objectifs chiffrés, basés sur des négociations avec les syndicats locaux, et qui sont régulièrement révisés, afin de prendre en compte l'inflation du pays.

Pour définir un référentiel crédible, les entreprises doivent donc prendre en compte les besoins des travailleurs, en fonction du pays dans lequel ils vivent, afin de mettre en place un système qui leur permette de définir le montant que cela représente.

L'AFWA a élaboré une méthode de calcul du salaire vital, pour les pays du continent asiatique, qui devrait être pris en exemple : le travailleur doit être capable de se loger, de s'habiller, de posséder un moyen de locomotion, d'avoir accès aux soins médicaux et de pouvoir se nourrir (3'000 calories par jour). De plus, il doit pouvoir supporter la charge d'une famille de quatre personnes. Finalement, comme les niveaux de vie diffèrent d'un pays à un autre, l'AFWA s'appuie sur la méthode introduite par la banque nationale mondiale, Power Purchasing Parity (PPP), afin de calculer ce salaire, en fonction des pays. Cette monnaie virtuelle a été inventée, afin de calculer les biens des produits en dehors des Etats-Unis. Le montant est recalculé chaque année, pour prendre en considération l'inflation.

Il n'existe, aujourd'hui, pas de modèle aussi précis pour les autres régions du monde. En effet, la structure du panier de consommation diffère selon le pays d'habitation, de ce fait, le modèle n'est donc pas applicable tel quel partout. Il faut donc s'en inspirer pour le transposer dans les autres parties du monde, où le salaire vital n'a pas encore été instauré.

4.2.1.3 Définir un plan d'action

Si l'élaboration d'un code de conduite représente le premier pas vers la responsabilisation des entreprises, ce dernier n'est pas toujours suffisant. En effet, de nombreuses grandes entreprises de l'habillement en possèdent déjà un, mais les mesures, mises à disposition par ces dernières pour le respecter, restent encore insuffisantes.

En 2014, le collectif Ethique sur l'étiquette et la CCC ont mené une enquête, nommée « Salaires sur mesures », auprès de 50 multinationales de l'habillement, concernant les mesures et l'engagement de ses dernières, dans le but de faire respecter les droits humains dans leur chaîne d'approvisionnement. Le résultat est frappant :

Figure 9 : Les résultats de l'enquête sur l'engagement des firmes



(Le collectif Ethique sur l'étiquette 2014, p.5)

Ce résultat montre clairement le manque d'implication des multinationales de l'habillement à proposer une stratégie qui améliorerait les conditions des travailleurs. Un plan d'action doit donc être défini, afin que les valeurs évoquées dans le code de conduite soient respectées.

Pour élaborer un plan d'action efficace, les risques que représente la chaîne d'approvisionnement doivent être identifiés, en passant par une cartographie complète de cette dernière, afin d'en comprendre la structure et d'en clarifier les risques sociaux et environnementaux associés. Cette cartographie va donc permettre aux entreprises de saisir les interactions entre les différentes parties prenantes ainsi que l'importance de ces dernières dans l'ensemble de la chaîne. Ainsi, les entreprises seront plus à mêmes de comprendre le rôle qui leur est attribué et le secteur dans lequel elles évoluent.

Une fois que les potentiels risques sont décelés, un système de gestion de ces derniers doit être établi. Concernant les risques sociaux, relatifs aux conditions des travailleurs, il s'agit de vérifier que les normes en vigueur soient respectées. Le moyen le plus couramment utilisé est l'audit de vérification des usines de fabrication.

Toutefois, pour être efficace, celui-ci doit être effectué par des organes externes, ces derniers étant indépendants politiquement et financièrement, ils seront plus impartiaux dans leur vérification, car ils ne présentent pas de conflit d'intérêt.

En effet, les audits isolés, annoncés et effectués par les enseignes elles-mêmes, n'ont pas apporté de preuve jusqu'à aujourd'hui. Ces derniers sont, en effet, figés dans le temps et ne montrent qu'un moment de la situation sociale précis des usines de fabrication, ils peuvent parfois aller jusqu'au renforcement de la précarité des travailleurs. Par exemple, l'initiative patronale BSCI avait audité l'immeuble accueillant différentes usines du textile du Rana Plaza, mais elle n'y avait pas trouvé de défaillance dans la sécurité.

4.2.1.4 Adhérer à des initiatives multipartites

Pour pallier à ces risques, l'adhésion à des initiatives multipartites semble être une solution efficace. En effet, ces dernières, constituées du regroupement de la société civile, des syndicats locaux et des firmes du secteur, procèdent à des audits de vérification du respect des normes sectorielles. L'adhésion à ces initiatives est donc une opportunité pour les firmes de prouver leur engagement à voir le secteur évoluer dans son ensemble.

La FWF est, aujourd'hui, l'initiative qui offre les instruments les plus complets, en matière de droit social. A travers l'adhésion à cette dernière, les membres sont sollicités à continuellement améliorer les conditions de travail chez leurs fournisseurs et, de ce fait, à remplir les objectifs de commerce équitable. Les membres doivent garantir une gestion durable de 90% de leur chaîne d'approvisionnement, ce qui représente une approche plus complète que la labellisation de certains produits.

L'adhésion à cette initiative représente, toutefois, quelques frais raisonnables, calculés en fonction du chiffre d'affaires de l'entreprise. Ceux-ci comprennent le coût des audits de vérification effectués par la FWF ainsi que divers services, tel que l'accès aux différents outils sociaux que l'initiative a mis en place.

4.2.1.5 Raccourcir la distance avec les fournisseurs

Par ailleurs, pour limiter les risques sociaux, il est primordial que les entreprises instaurent une relation de confiance avec leurs fournisseurs. La configuration actuelle, qui implique une volatilité des commandes et, de ce fait, des changements fréquents de fournisseurs ne permet pas de vision à long terme. De plus, afin d'avoir davantage de commandes, les fournisseurs n'hésitent pas à faire appel à des sous-traitants, ce

qui multiplie les intermédiaires et rend la chaîne d'approvisionnement encore plus complexe.

Plutôt que de multiplier les fournisseurs, les entreprises donneuses d'ordres devraient donc collaborer avec quelques fournisseurs privilégiés et ainsi développer une relation de confiance avec eux, ce qui leur permettrait d'apporter de réelles améliorations pour les travailleurs.

De plus, lorsqu'une violation est constatée chez un fournisseur de la marque, il ne faut pas simplement que l'enseigne arrête la collaboration pour protéger son image, mais plutôt qu'elle dialogue avec le fournisseur, afin de trouver des solutions durables.

Pour instaurer ce climat de confiance, les entreprises doivent donc s'intéresser aux capacités de production maximales de leur fournisseur et prendre en considération la faisabilité de leurs commandes en termes de délai.

Ainsi, les fournisseurs ne seraient plus obligés de surpasser leur capacité de production, en enfreignant les normes et les règles fixées, et ils auraient la garantie d'une pérennité d'emploi.

4.2.1.6 Offrir une traçabilité des produits

La transparence, qui représente un aspect crucial de la responsabilité d'entreprise, doit activement faire partie des stratégies commerciales des donneurs d'ordres. L'entreprise se doit donc de communiquer la liste de ses fournisseurs ainsi que les conditions de travail perçues dans leurs usines. Or, actuellement, il est difficile d'obtenir des informations concernant les conditions de travail dans les usines qui confectionnent les vêtements.

Pour atteindre un niveau de transparence maximum, les entreprises donneuses d'ordres doivent avoir recours à des systèmes de traçabilité de produits performants.

L'outil « Respect-code » représente une solution adéquate qui permet aux entreprises de se poser les bonnes questions, concernant leur chaîne d'approvisionnement. En effet, le fait de calculer les impacts sociaux et environnementaux, générés par la production de leurs produits, leur permet de développer une meilleure vision des risques.

Il est difficilement envisageable que toutes les grandes enseignes aient accès à cet outil, toutefois, il faut qu'elles s'inspirent de ce concept pour créer leur propre outil de traçabilité. La cartographie de leur chaîne d'approvisionnement leur permet de détenir les informations nécessaires pour l'élaboration d'un outil de ce genre.

Toujours en s'inspirant de l'outil de traçabilité « Respect-code », pour donner un sens au développement d'un tel système, les étiquettes des vêtements devraient être estampillées d'un code, afin d'apporter les informations nécessaires aux consommateurs.

4.2.1.7 La faisabilité et l'impact des mesures

A titre récapitulatif, voici les six recommandations énoncées :

- **1** : Elaborer un code de conduite
- **2** : Instaurer un référentiel crédible
- **3** : Définir un plan d'action
- **4** : Adhérer à des initiatives multipartites
- **5** : Raccourcir la distance avec les fournisseurs
- **6** : Offrir une traçabilité des produits

Afin d'orienter les entreprises dans leur prise de décisions, la faisabilité et l'impact des mesures décrites précédemment ont été rapprochés.

Figure 10 : La faisabilité et l'impact des mesures

Impact	Elevé	6	5	4
	Moyen		3	
	Faible			1 ; 2
		Faible	Moyenne	Elevée
		Faisabilité		

(DUBATH Caroline 2016)

4.2.2 Les autres sources pour amener ce changement

Il est évident que ce changement de stratégie doit venir des entreprises donneuses d'ordres, toutefois, il existe différentes mesures concrètes qui peuvent être mises en place pour forcer et accélérer ce changement.

En effet, d'après cette analyse, les parties prenantes possèdent des moyens de pression qui permettraient de faire évoluer le modèle d'affaires de cette industrie et donc d'améliorer les conditions des travailleurs.

4.2.2.1 Des réglementations contraignantes

En raison de la faible volonté des entreprises donneuses d'ordres de présenter une gestion de la chaîne d'approvisionnement responsable, une réglementation contraignante, dans les pays importateurs, semble être une solution légitime pour les y obliger.

En effet, par exemple, l'initiative populaire qui est actuellement en circulation sur le territoire suisse permettrait non seulement d'accroître la visibilité de la chaîne d'approvisionnement des entreprises suisses, mais également d'inscrire dans la législation leur devoir de diligence dans leurs activités.

Il faudrait donc que cette initiative passe lors des votations, afin de montrer l'exemple et pour que le mouvement se généralise dans les pays importateurs.

4.2.2.2 Lobbysme auprès des pays producteurs

Les pays producteurs doivent saisir que l'instauration d'un salaire vital pour leur population représente un avantage économique. En effet, cela leur permettrait d'aligner les salaires de tous les secteurs, notamment dans le secteur public (infirmiers, enseignants, etc.). Si cela peut représenter un déficit, en premier lieu, ce dernier sera vite absorbé par la plus grande quantité d'argent qui circulera dans le pays. Un salaire vital pourrait donc permettre l'émergence des pays en voie de développement et relancer leur économie locale.

De plus, un salaire vital permettrait également d'éradiquer le travail des enfants, car les parents gagneraient suffisamment pour subvenir aux besoins de la famille.

Les ONG activistes dans la lutte des droits des travailleurs doivent donc faire du lobbysme auprès des Etats des pays producteurs pour les pousser à adapter leur législation au cadre légal international.

4.2.2.3 Les campagnes de sensibilisation

A défaut de mesures volontaires de la part des entreprises, le consommateur a un rôle à jouer, pour imposer un changement à l'industrie du textile. En effet, les consommateurs peuvent exercer une pression sur les entreprises et leur demander de verser un prix juste aux travailleurs qui confectionnent leurs habits. C'est par la génération d'une demande durable et éthique que le changement peut s'opérer.

Le collectif Ethique sur l'étiquette, filière française de la CCC, a lancé, en 2014, une campagne nommée « #soldées » qui a pour but de mobiliser les consommateurs, afin qu'ils exigent des marques qu'elles s'engagent à respecter le droit des travailleurs, en mettant en place des processus pragmatiques et transparents. Cette campagne choc détourne la communication des marques sur leur prix bas, en dénonçant le cynisme de ces dernières dans leur politique de recherche du coût le plus bas.

Pourtant, cette campagne n'est pas la première à voir le jour. En effet, suite au drame de l'effondrement du Rana Plaza, la population s'est mobilisée, notamment grâce au mouvement « Fashion Revolution » qui a lancé une campagne, à travers les réseaux sociaux et leur site internet avec cette question : « #whomademyclothes ».

De telles campagnes peuvent permettre, d'une part, de faire comprendre aux marques, qu'une production éthique peut aussi contribuer à la croissance de leur entreprise et, d'autre part, de sensibiliser les consommateurs sur les conditions de travail dans lesquelles sont fabriqués leurs vêtements ou tout simplement leur rappeler que derrière les vêtements qu'ils portent, ce ne sont pas des machines, mais des personnes qui travaillent durement pour gagner leur vie.

5. Conclusion

L'industrie du textile-habillement a été un acteur majeur dans le développement économique des pays les moins avancés. En effet, source importante de travail pour ces derniers, elle leur a permis de réduire la pauvreté, notamment pour la population des zones rurales.

Toutefois, bien qu'il soit légitime de la part des entreprises donneuses d'ordres d'être à la recherche du profit, cette quête ne peut se faire au détriment des êtres humains. Les entreprises de l'habillement se doivent de revoir leurs stratégies commerciales, afin de rentrer dans un processus qui soit en concordance avec les droits humains et, ainsi, de permettre à tout individu d'avoir une vie décente. La responsabilité de leurs activités ne peut pas représenter uniquement un outil de communication, elle se doit d'être inscrite dans les gènes de l'entreprise, afin qu'elle pratique un commerce qui soit équitable et, ainsi, qu'elle contribue au développement durable de la société internationale. Les entreprises doivent se rendre compte que l'implémentation du développement durable dans leur stratégie et, de ce fait, la pratique d'une gouvernance des affaires éthiques, peut représenter un facteur de croissance.

C'est pourquoi, suite à ce travail, je ne peux qu'encourager les entreprises donneuses d'ordres à revoir leurs stratégies commerciales ainsi que leur politique d'achats, en prenant en considération les actions décrites dans le présent travail.

5.1 Appréciation critique

Dans le cadre du cours d'éthique des affaires, j'ai effectué une étude de cas sur le drame de l'effondrement du Rana Plaza. Ce travail m'a ouvert les yeux sur les conditions des travailleurs de l'industrie du textile. Etant une personne très sensible aux inégalités présentes autour du globe et aux problèmes sociaux qui en découlent, j'ai pensé que cette problématique constituerait un excellent sujet pour ce travail de Bachelor. En effet, l'idée d'apporter des pistes d'amélioration pour cette industrie, qui subit une répartition très inégalitaire de la chaîne de valeur, m'a paru être une concrétisation très intéressante de ces trois années d'études au sein de la Haute école de Gestion.

Le fait d'avoir effectué ce travail m'a apporté la profonde conviction que cette industrie possède un potentiel d'amélioration et, qu'au travers de stratégies socialement innovantes et de dialogues entre les différents acteurs du secteur, l'habillement pourrait représenter un levier intéressant de développement.

Bibliographie

Contexte

FUENTES-NIEVA, Ricardo & GALASSO, Nicholas, 2014. En finir avec les inégalités extrêmes. *Oxfam International*. [en ligne]. [Consulté le 18 juin 2016]. 20 janvier 2014 Disponible à l'adresse : <https://www.oxfam.org/fr/rapports/en-finir-avec-les-inegalites-extremes>

ALTERNATIVES ECONOMIQUES. Mondialisation et inégalités : parcours guidé. *alternatives-economiques.fr* [en ligne]. n° 001 [Consulté le 18 juin 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.alternatives-economiques.fr/mondialisation-et-inegalites---parc_fr_art_1_26796.html

ONU. Objectifs du Millénaire pour le développement. *un.org* [en ligne]. [Consulté le 22 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.un.org/fr/millenniumgoals/poverty.shtml>

OBSERVATOIRES DES INEGALITES, 2013. Depuis 15 ans, les inégalités de revenus augmentent. *inégalités.fr* [en ligne] 24 avril 2013. 22 avril 2015. [Consulté le 22 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.inegalites.fr/spip.php?article632>

OBSERVATOIRES DES INEGALITES, 2013. Monde : un développement inégal. *inégalités.fr* [en ligne]. 13 juin 2013. [Consulté le 29 juin 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.inegalites.fr/spip.php?page=article&id_article=514&id_groupe=20&id_mot=128

BERTELMANN Stiftung 2014. La Globalisation: les faits, les chiffres et la critique constructive de Bertelsmann Stiftung. *e-tech.blo.com*, [sans date]. [en ligne]. [Consulté le 30 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.e-tech-blog.com/la-globalisation-les-faits-les-chiffres-et-la-critique-constructive-de-bertelsmann-stiftung>

LIPOVESTKY, Gilles, 2006. *Le bonheur paradoxal : essai sur la société d'hyperconsommation*. Mesnil-sur-l'Estrée : Gallimard, 4 mai 2006. ISBN 2-07-077737-5

OIT, 1996. La mondialisation des industries du textile, de l'habillement et de la chaussure, 1996. *ilo.org* [en ligne]. 28 octobre 1996. [Consulté le 2 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_071335/lang--fr/index.htm

OIT, 2014. Salaires et temps de travail dans les industries du textile, des vêtements, du cuir et de la chaussure. *ilo.org* [en ligne]. 23-25 septembre 2014. [Consulté le 26 juin 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_300642.pdf

OMC. L'aide pour le commerce et les chaînes de valeur dans le secteur des industries des textiles et des vêtements. *Wto.org*. [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/global_review13prog_e/textiles_and_apparel_28june_sum_f.pdf

LA DECLARATION DE BERNE. Vêtements et chaussures. *ladb.ch* [en ligne]. [Consulté le 21 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <https://www.ladb.ch/themes-et-contexte/consommation/vetements/introduction/>

MORGAN, Andrew, [réalisateur], 2015. *The True Cost* [film]. Etats-Unis : Life Is My Movie Entertainment, 15 mai 2015.

Analyse

MEIER Olivier et PACITTO Jean-Claude, 2003. L'entreprise sans usines : un dogme. *lesechos.fr*. [en ligne]. le 24 octobre 2003. [Consulté le 13 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.lesechos.fr/24/10/2003/LesEchos/19017-079-ECH_l-entreprise-sans-usines---un-dogme.htm

TEAMEUROPAGES, 2012. Le secteur Textile-Habillement : une des industries les plus anciennes au monde, aujourd'hui presque totalement «mondialisée», 2012. *Europages* [en ligne]. 13 février 2012. [Consulté le 18 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <http://corporate.europages.fr/actualites/qui-ou-textile/>

H&M. Production. *career.hm.com* [en ligne]. [Consulté le 19 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : https://career.hm.com/content/hmcareer/fr_ch/workingathm/what-can-you-do-here/corporate/production.html

LA BANQUE MONDIALE. Bangladesh. *donnees.banquemondiale.org* [en ligne]. [Consulté le 19 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <http://donnees.banquemondiale.org/pays/bangladesh>

EMARKETING. Définition Fast fashion. *e-marketing* [en ligne]. [Consulté le 26 juin 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Fast-fashion-241796.htm#&utm_source=social_share&utm_medium=share_button&utm_campaign=share_button

LA DECLARATION DE BERNE. Salaire vital. *ladb.ch* [en ligne]. [Consulté le 29 juin 2016]. Disponible à l'adresse : <https://www.ladb.ch/themes-et-contexte/consommation/vetements/salaire-vital/>

LE COLLECTIF ETHIQUE SUR L'ETIQUETTE 2014, Débat sur le salaire vital : contexte actuel. *ethique-sur-etiquette.org* [en ligne]. [Consulté le 19 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : http://ethique-sur-etiquette.org/IMG/pdf/de_ubat_sur_le_salaire_vital.partie2.pdf

LA DECLARATION DE BERNE 2014, Campagne pour un salaire vital 2014. *ladb.ch*. [en ligne]. [Consulté le 19 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <https://www.ladb.ch/campagnes-et-actions/campagne-pour-un-salaire-vital-2014/>

LE COLLECTIF ETHIQUE SUR L'ETIQUETTE, L'Asia Floor Wage Alliance. *ethique-sur-etiquette.org* [en ligne]. [Consulté le 18 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.ethique-sur-etiquette.org/L-Asia-Floor-Wage-Alliance>

HUMANRIGHTS, 2014. Liberté syndical. *humanrights.ch* [en ligne]. 13 mars 2014. [Consulté le 27 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.humanrights.ch/fr/service/droits-humains/liberte-syndicale/>

LA DECLARATION DE BERNE. La sécurité des bâtiments au Bangladesh. *ladb.ch* [en ligne]. [Consulté le 27 juillet 2016 d]. Disponible à l'adresse : <https://www.ladb.ch/themes-et-contexte/consommation/vetements/la-securite-des-batiments-au-bangladesh/?page=2&cHash=ac636ccec556eb66dff46c5a9ee9a24c>

OBSERVATOIRE DES MULTINATIONALES. Industrie textile. *multinationales.org*. [en ligne]. [Consulté le 27 juillet 2016]. Disponible à l'adresse : <http://multinationales.org/Industrie-textile>

MOUSSADEK, Marion, 2013. La collection H&M «consciente» l'est-elle vraiment ?. *Bilan* [en ligne]. 26 mars 2013. [Consulté le 3 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.bilan.ch/entreprises/la-collection-hm-consciente-lest-elle-vraiment>

LA DECLARATION DE BERNE. Bangladesh: effondrement du Rana Plaza. *ladb.ch* [en ligne]. [Consulté le 3 août 2016 a]. Disponible à l'adresse : <https://www.ladb.ch/campagnes-et-actions/appels-urgents-de-la-campagne-clean-clothes/bangladesh-effondrement-du-rana-plaza/>

Vêtements : des salaires de misère, [émission TV]. A bon entendeur [en ligne]. 7 octobre 2014 [Consulté le 12 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.rts.ch/emissions/abe/6095582-vetements-des-salaires-de-misere.html>

BSCI, La BSCI en bref. *bsci-ch.org* [en ligne]. [Consulté le 18 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.bsci-ch.org/fr/propos-de-nous/la-bsci-en-bref/la-bsci-en-bref>

UN BLOG SUR LA TERRE, 2012. Le BSCI : une solution pour améliorer les conditions sociales chez ses fournisseurs des pays en voie de développement. *unblogsurlaterre.com* [en ligne]. 27 avril 2012. [Consulté le 5 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://unblogsurlaterre.com/developpement-durable-en-entreprise/bsci-business-social-compliance-initiative-solution-ameliorer-conditions-sociales-fournisseurs-pays-voie-developpement-009/>

FAIR WEAR FOUNDATION, Home. *fairwear.org* [en ligne]. [Consulté le 5 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.fairwear.org/>

CLEAN CLOTHES CAMPAIGN. Improving working conditions in the global garment industry. *cleanclothes.org* [en ligne]. [Consulté le 5 août 2016]. Disponible à l'adresse : <https://cleanclothes.org/welcome>

ASIA FLOOR WAGE. Asia Floor Wage : What is it and why do we need one ?. *asia.floorwage.org* [en ligne]. [Consulté le 7 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://asia.floorwage.org/home>

PRODUCT DNA SA, 2014. Traceability, Transparency and Trust. *respect-code.org* [sans date]. [en ligne]. [Consulté le 10 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.respect-code.org/>

ACHACT- ACTIONS CONSOMMATEURS TRAVAILLEURS 2015, Un accord historique sur la sécurité des bâtiments au Bangladesh. *achact.be* [en ligne]. 30 juillet 2015. [Consulté le 3 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.achact.be/Accord.htm>

SWISS COALITION FOR CORPORATE JUSTICE, 2015. L'initiative pour des multinationales responsables : protégeons les droits humains et l'environnement. *konzern-initiative.ch* [sans date]. [en ligne]. [Consulté le 7 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://konzern-initiative.ch/?lang=fr>

PARMAR, Arnaud, 2016. Standard Fairtrade pour le textile. *fairtrade.net* [en ligne]. 22 mars 2016. [Consulté le 2 août 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/gen-eric-standards/TextileStandard_FR.pdf

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL. Fairtrade Textile Standard. *fairtrade.net* [en ligne]. [Consulté le 2 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.fairtrade.net/standards/our-standards/textile-standard.html>

Recommandations

LUGINBÜHL, Christa, 2016. Un label « Fairtrade » pour le textile ?. *altermondes.org* [en ligne]. 21 janvier 2016. [Consulté le 2 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.altermondes.org/un-label-fairtrade-pour-le-textile/>

LE COLLECTIF ETHIQUE SUR L'ETIQUETTES, 2014. #soldées. *etique-sur-etiquette.org* [en ligne]. 7 octobre 2014 [Consulté le 18 août 2016]. Disponible à l'adresse : http://ethique-sur-etiquette.org/IMG/pdf/dossier_presse_ese_soldees5.pdf

FASHION REVOLUTION. Who made my clothes ?. *fashionrevolution.org* [en ligne]. [Consulté le 14 août 2016]. Disponible à l'adresse : <http://fashionrevolution.org/>

LA DECLARATION DE BERNE, 2016. Textile: le nouveau standard Fairtrade n'améliorera pas les conditions de travail dans les usines. *ladb.ch* [en ligne]. 21 mars 2016. [Consulté le 2 août 2016 f]. Disponible à l'adresse : https://www.ladb.ch/medias/communique-de-presse/press/textile_le_nouveau_standard_fairtrade_nameliorera_pas_les_conditions_de_travail_dans_les_usines/

BRAMMER, Stephen, HOEJMOSE, Stefan, MILLINGTON, Andrew et le REDD. Gestion des chaînes d'approvisionnement dubales à l'échelle mondiale. *nbs.net* [sans date]. [en ligne]. [Consulté le 14 août 2016]. Disponible à l'adresse : http://nbs.net/wp-content/uploads/ExecReport_ChaineApprov.pdf

Annexe 1 : Questionnaire

Nom, Prénom
Email

Entreprise
Tel

1. Quelle est votre position dans cette entreprise/association ?
2. Depuis combien de temps travaillez-vous dans cette entreprise/association ?
3. Quels sont pour vous les plus gros problèmes/enjeux dans l'industrie du textile au jour actuel ?
4. Quels sont les acteurs qui ont le plus d'influence, et quels sont leurs moyens d'action ?
5. Avec le mode de fonctionnement « Fabless » des grandes enseignes, nous parlons aujourd'hui de l'industrie du textile comme un modèle d'affaires profondément inégalitaire, comment pensez-vous l'améliorer ?
6. Cette industrie est composée d'une chaîne d'approvisionnement très complexe, en effet, un simple t-shirt peut parcourir jusqu'à plusieurs milliers de kilomètres du début de sa création jusqu'à sa distribution. Quels seraient pour vous les outils les plus efficaces pour assurer une transparence à ce sujet ?
7. De plus, le manque de statut juridique international des multinationales leur permet d'externaliser les risques liés à leur chaîne d'approvisionnement. Quelles mesures pourraient être mises en place afin de pallier à ce problème et comment pouvons-nous obliger ces entreprises à assumer leur responsabilité ?
8. Les pays producteurs qui sont dépendants de l'industrie du textile subissent une pression importante de la part des grandes enseignes concernant les délais et les prix des commandes. Comment pourrions-nous changer ce phénomène ?
9. Le cadre légal international concernant les droits de l'Homme ainsi que les conditions de travail repose sur des normes et des conventions s'appuyant sur des mesures volontaires des membres. Pensez-vous que des réglementations plus contraignantes pourraient être efficaces ? Si oui, comment faudrait-il procéder pour implémenter ces dernières ?
10. Par ailleurs, la législation concernant le travail est propre à chaque pays. La gouvernance de ces derniers va définir, notamment, le droit syndical, le nombre d'heures par semaines maximum ainsi que le salaire minimum de ces citoyens. Quels sont les moyens d'actions, selon vous, qui permettraient aux pays en voie de développement d'être en concordance avec les principes directeurs des droits de l'Homme ?
11. Comment pourrait-on s'assurer qu'un salaire vital soit versé aux travailleurs dans les usines des pays en voie de développement ?
12. Le salaire vital diffère d'un pays à un autre, quelles sont les méthodes pour le définir ?
13. Selon vous, les audits dans les usines de fabrication sont-ils efficaces ? Si non, quelles mesures seraient plus adéquates ?
14. Pensez-vous qu'un label Fairtrade pour le textile pourrait améliorer la situation et les conditions des travailleuses dans les usines ?