



Un salaire vital dans l'industrie textile mondiale

Évaluation des entreprises 2019

RÉSUMÉ 3

Le salaire vital : une clé pour des conditions de travail dignes 3

Simple déclaration d'intention ou progrès concrets ? 4

Urgence pour les travailleuses 4

1 POURQUOI LE SALAIRE VITAL RESTE UNE PROBLÉMATIQUE CENTRALE 5

Les entreprises doivent garantir et promouvoir le salaire vital 6

Qu'est-ce qu'un salaire vital ? 6

Le salaire minimum ne suffit pas pour vivre 8

2 LE CONTEXTE ACTUEL DU DÉBAT SUR LES SALAIRES 9

Outils permettant de combler les écarts de salaires – et leurs limites 10

Fixation du salaire minimum 10

Conventions collectives 10

Les partenaires les plus importants sont absents de la table des négociations 10

Les initiatives multipartites volontaires 13

Initiatives volontaires d'entreprises et de normalisation 16

3 RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE ET ÉVALUATION 17

Évaluation axée sur les résultats 18

Évaluation des mesures intermédiaires (mesures spécifiques par thématique) 19

Méthode 19

4 CONCLUSIONS 29

Les mesures volontaires sont insuffisantes 30

Des valeurs de référence du salaire vital sont essentielles 30

La transparence est primordiale 30

Recommandations 30

ANNEXE 1 – Évaluation des mesures intermédiaires (vue d'ensemble) 32

ANNEXE 2 – Profil des entreprises 34

ANNEXE 3 – Méthodologie 79

NOTES 80

MENTIONS LÉGALES Un salaire vital dans l'industrie textile mondiale - Évaluation des entreprises 2019 - Septembre 2019
Éditeur Public Eye (organisation de coordination de la Campagne Clean Clothes en Suisse), Clean Clothes Kampagne Österreich
et Kampagne für Saubere Kleidung (Allemagne) | **Rédaction** David Hachfeld, Rebekka Koeppel, Bettina Musiolek, Elisabeth
Schenk | **Mise en page** Anna Sarcletti | **Crédit photos** Kristof Vadino/CCC

Le présent rapport est une version complétée du rapport international de la Campagne Clean Clothes
« Tailored Wages 2019 », traduite de l'allemand. En cas de divergence entre les différentes versions,
la version en allemand fait foi. | **Auteure** Anna Bryher | **Collaboration** Anne Bienias, Theresa Haas,
David Hachfeld, Elisabeth Schenk | **Traduction** (de l'allemand) Maxime Ferréol.

La Campagne Clean Clothes est un réseau international qui s'engage pour l'amélioration des conditions de
travail et le renforcement des travailleurs et travailleuses de l'industrie mondiale des vêtements et des articles
de sport. Public Eye et la Campagne Clean Clothes travaillent en toute indépendance des entreprises pré-
sentées dans le présent rapport. Les logos représentés sont soumis au droit d'auteur de leur propriétaire respectif.

PUBLIC EYE Avenue Charles-Dickens 4, CH-1006 Lausanne
tél. +41 (0)21 620 03 03 | contact@publiceye.ch
www.publiceye.ch | CP 10-10813-5



Résumé

Bien que de plus en plus d'enseignes de la mode promettent sur le papier le versement d'un salaire vital, rares sont encore les travailleurs et travailleuses des chaînes d'approvisionnement des entreprises étudiées qui perçoivent un salaire suffisant pour pouvoir vivre dans la dignité. Tel est, en deux mots, le bilan sans appel de la présente enquête effectuée auprès de 45 enseignes internationales de la mode. Cette étude montre la situation actuelle de l'industrie de la mode et de certaines de ses entreprises vis-à-vis du salaire vital, et présente les progrès concrets qui doivent enfin être réalisés dans le secteur.

Depuis le début du siècle, un nombre sans cesse croissant d'enseignes de la mode ont reconnu sur le papier que les salaires des travailleurs et travailleuses – la vaste majorité des personnes employées dans l'industrie textile sont des femmes¹ – doivent leur suffire pour vivre. Selon la Campagne Clean Clothes (CCC), un salaire vital doit couvrir les besoins d'une travailleuse et de sa famille, tout en leur laissant une part de revenu discrétionnaire. Mais après deux décennies, les travailleuses et leur famille vivent toujours dans une situation de grande pauvreté. L'industrie textile fait produire ses articles dans des pays à bas salaires pour générer d'importants profits qu'elle maximise sur le dos des travailleuses. Les engagements autoproclamés du secteur, tape-à-l'œil mais volontaires, n'ont entraîné que très peu de progrès concrets en faveur du salaire vital, voire aucun.

LE SALAIRE VITAL : UNE CLÉ POUR DES CONDITIONS DE TRAVAIL DIGNES

Les grandes marques enregistrent chaque année des millions de chiffre d'affaires et exercent un contrôle sur les chaînes de valeur. Elles peuvent rapidement relocaliser leurs lieux de production et choisir entre plusieurs pays à bas salaires. Elles dictent

les prix, les volumes et les exigences de qualité, sans devoir se soucier des conséquences de leurs stratégies d'achat sur les fournisseurs et sur les conditions de travail du personnel. Le modèle d'affaires dominant entraîne un nivellement par le bas (*race to the bottom*) qui met en concurrence les pays et les fournisseurs. En raison de l'énorme pression sur les prix et les salaires, presque toutes les initiatives de lutte contre les salaires de misère ont échoué. Le modèle d'affaires des entreprises et le déséquilibre des pouvoirs qui l'accompagne sont la véritable raison pour laquelle les employées continuent de vivre dans la pauvreté.

Les salaires de misère sont une caractéristique déterminante de l'exploitation systématique dans l'industrie textile mondiale. À l'inverse, un salaire vital pourrait être la clé d'un changement mondial. Les salaires insuffisants pour vivre sont étroitement liés à d'autres problèmes du secteur, tels que le temps de travail excessif, les mauvaises conditions de logement des travailleuses, la dénutrition et malnutrition, les problèmes de santé et le risque de travail des enfants. Le niveau des salaires est donc aussi un indicateur significatif des mesures prises par les entreprises pour permettre aux personnes qui fabriquent nos vêtements de vivre dans la dignité.

SIMPLE DÉCLARATION D'INTENTION OU PROGRÈS CONCRÈTS ?

Cette étude analyse comment des entreprises abordent la question des salaires sur leur chaîne d'approvisionnement. Elle fait suite à l'Évaluation des entreprises 2014² de la CCC et se base sur une enquête réalisée auprès de 45 entreprises de vêtements³. Déjà en 2014, certaines entreprises avaient promis de déployer des efforts pour assurer le versement d'un salaire vital. Cinq ans plus tard, nous étudions ce que valaient ces promesses et analysons si les programmes que nous avons alors identifiés ont permis des améliorations concrètes.

L'étude s'intéresse aux résultats concrets, et non aux déclarations d'intention ou aux mesures annoncées pour l'avenir : quel impact les mesures des entreprises pour le versement d'un salaire vital ont-elles effectivement aujourd'hui ? Notre conclusion : certaines entreprises en font certes plus que d'autres pour améliorer les pratiques salariales, mais nous n'avons pu trouver des indices indiquant qu'au moins une partie des employées chargées de la production perçoivent un salaire vital que pour 2 des 45 sociétés analysées. Et cela s'applique pour seulement l'une de ces deux entreprises aux employées travaillant hors du pays où son siège est domicilié (cf. chapitre 4).

URGENCE POUR LES TRAVAILLEUSES

Cinq ans après l'Évaluation des entreprises 2014, nous espérons pouvoir constater plus de progrès. Notre message aux enseignes de la mode est le suivant : les travailleuses ne peuvent plus attendre. Il est urgent et important pour leur (sur)vie que leur droit humain à un revenu vital soit mis en œuvre sans plus tarder.

« Il est urgent que le droit humain
à un revenu vital soit mis en œuvre
sans plus tarder. »

LES RÉSULTATS EN CHIFFRES

- Enseignes qui se sont pleinement ou partiellement engagées en faveur du versement d'un salaire vital : 27 (60 %).
- Enseignes qui publient les noms de certains ou de tous leurs fournisseurs : 23 (51 %).
- Enseignes qui publient certaines informations sur les salaires versés par leurs fournisseurs : 6 (13 %).
- Enseignes disposant d'un calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital dans leur réseau de fournisseurs : 2 (4,5 %).
- Enseignes pour lesquelles nous avons pu trouver des indices indiquant qu'au moins une partie des employées chargées de la production perçoivent un salaire vital : 2 (4,5 %).
- Nombre d'enseignes qui mesurent à l'aide de valeurs de référence reconnues (*benchmarks*) si un salaire vital est versé : 18 (40 %).
- Nombre d'enseignes qui calculent si les prix payés aux fournisseurs sont suffisants pour permettre le versement d'un salaire vital aux travailleuses : 5 (11 %).
- En matière de promotion active de la liberté d'association, les mesures de la plupart des enseignes sont insuffisantes.

Figure 1 – LES RÉSULTATS EN CHIFFRES

Entreprises analysées : 45



1 Pourquoi le salaire vital reste une problématique centrale



Un salaire vital est reconnu et entériné comme un droit humain : « Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine » (art. 23 de la Déclaration universelle des droits de l'homme)⁴. Mais ce droit est systématique-

« Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine. »

ment bafoué. La majeure partie des travailleuses de l'industrie des vêtements et des articles de sport ne perçoivent pas de salaire vital et sont contraintes de vivre dans une situation de grande pauvreté.

LES ENTREPRISES DOIVENT GARANTIR ET PROMOUVOIR LE SALAIRE VITAL

Les Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme (UNGP) soulignent que les États ne sont pas les seuls tenus de protéger les droits humains, mais que les entreprises sont également responsables du respect de ces droits. Cette responsabilité des entreprises existe « indépendamment des capacités et/ou de la détermination des États de remplir leurs propres obligations en matière de droits de l'homme et ne restreint pas ces dernières. Elle prévaut en outre

sur le respect des lois et règlements nationaux qui protègent les droits de l'homme. »⁵ En matière de droit à une rémunération décente, la responsabilité des entreprises ne se limite donc pas au respect des droits salariaux du pays où elles s'approvisionnent, mais elles doivent s'assurer que les salaires versés suffisent également pour permettre aux travailleuses et à leur famille de vivre dans la dignité.

QU'EST-CE QU'UN SALAIRE VITAL ?

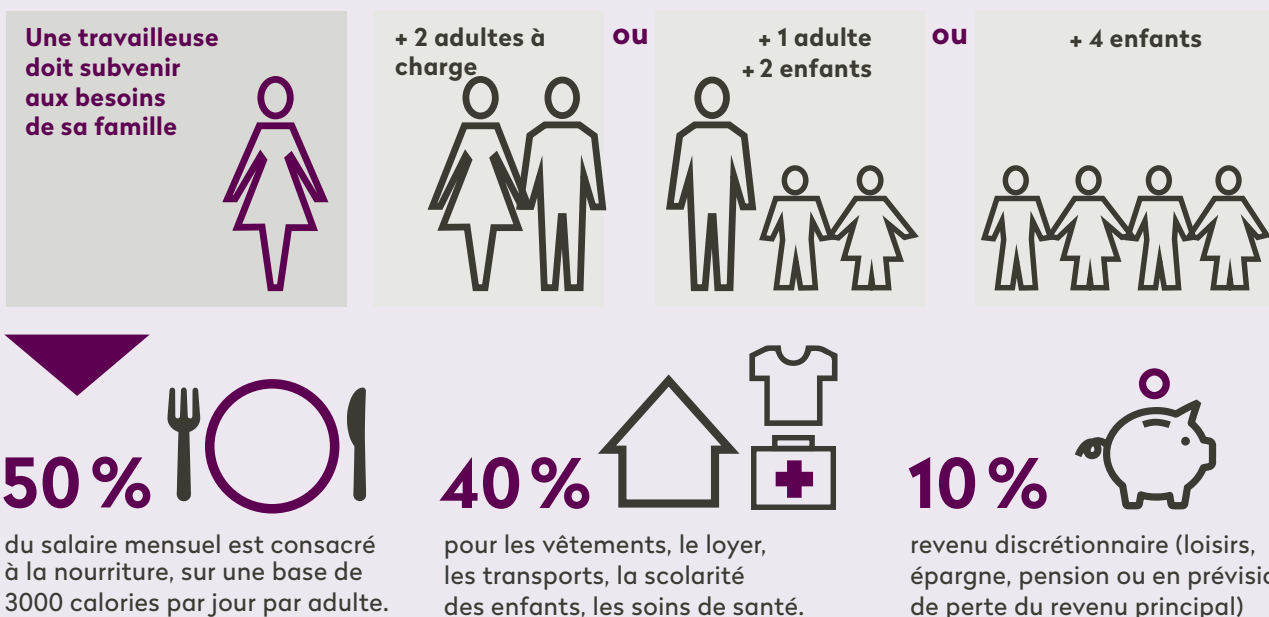
Un salaire est qualifié de vital quand il permet la satisfaction des besoins fondamentaux d'une travailleuse et de sa famille, tout en laissant une part de revenu discrétionnaire. Concrètement, il doit :

- couvrir les besoins fondamentaux d'une famille constituée de deux adultes et de deux enfants⁶ ;
- laisser une part de revenu discrétionnaire pour les imprévus, le montant de ce revenu représentant au moins 10 % du montant nécessaire aux besoins fondamentaux ;
- s'appliquer à toutes les personnes employées, c'est-à-dire qu'aucun salaire ne peut y être inférieur ;
- être versé pour une semaine de travail standard, qui ne peut en aucun cas dépasser 48 heures⁷ ;
- être le salaire de base net, après impôts et avant tout éventuel bonus, prime ou paiement d'heures supplémentaires.

Les enseignes de la mode n'ont cessé d'affirmer qu'il n'existe pas de valeurs de référence faisant l'unanimité pour le salaire vital, et qu'il serait donc impossible d'en assurer le versement. Mais cet

Figure 2 – QU'EST-CE QU'UN SALAIRE VITAL ?

Les bases de calcul de l'Asia Floor Wage (AFW) sont les suivantes :

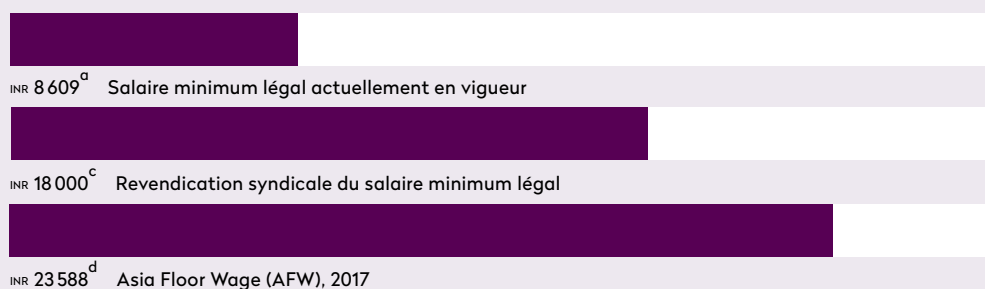


argument est peu convaincant. Il existe dans les principaux pays producteurs plusieurs calculs reconnus du salaire vital qui s'appuient sur différentes méthodes. La Campagne Clean Clothes est favorable à la méthode de « l'Asia Floor Wage » car celle-ci tient compte des travailleuses dans son calcul et adopte une approche régionale qui dépasse les frontières nationales.⁸ Autre méthode de calcul, la « méthode Anker », de Richard et Martha Anker, présente des analyses approfondies du coût minimum de la vie et permet le calcul de valeurs de référence pour chaque région de production.⁹

Les « échelles salariales » sont également de bons indicateurs. Celles-ci donnent une vue d'ensemble en rassemblant diverses évaluations du coût de la vie, des calculs du salaire vital disponibles, du salaire minimum et éventuellement d'autres valeurs de comparaison des salaires. Même sans devoir choisir une valeur de référence spécifique, il est possible avec les échelles salariales de comparer facilement les salaires versés avec le salaire minimum et avec les valeurs de référence des salaires, et de savoir s'ils permettent aux travailleuses de vivre dans la dignité.

Figure 3 – ÉCHELLES SALARIALES

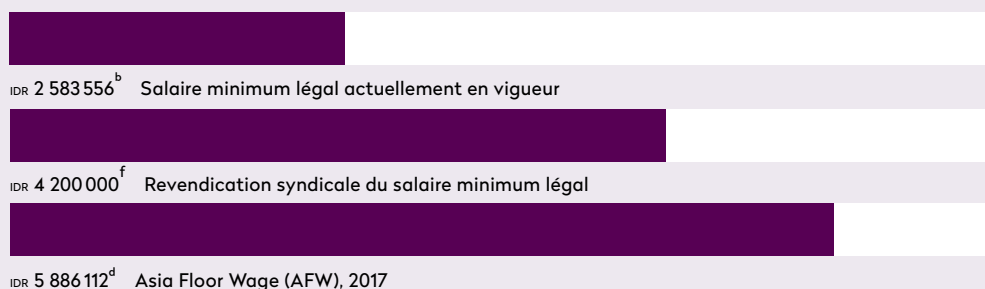
INDE



36 %

Salaire minimum actuellement en vigueur en pourcentage du salaire vital (dernière estimation disponible du salaire vital par l'AFW).

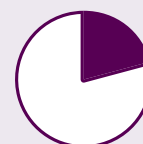
INDONÉSIE^e



43 %

Salaire minimum actuellement en vigueur en pourcentage du salaire vital (dernière estimation disponible du salaire vital par l'AFW).

BANGLADESH



21 %

Salaire minimum actuellement en vigueur en pourcentage du salaire vital (dernière estimation disponible du salaire vital par l'AFW).

^a Le salaire de base spécifique au secteur révisé en 2014 pour Tiruppur s'élève à 5256 INR. L'indemnité de cherté (*dearness allowance*) s'élève à 3353 INR, ce qui fait un salaire minimum total de 8609 INR par mois. Celui-ci est applicable au personnel temporaire et aux travailleuses non qualifiées. Certaines fabriques utilisent toutefois la grille salariale de la bonneterie, dont le minimum légal est beaucoup plus bas. Dans de nombreuses fabriques, les produits tricotés sont aujourd'hui considérés comme de la bonneterie – 1848 INR (salaire de base) + 3353 INR (indemnité de cherté) = 5201 INR pour une employée temporaire ou une technicienne de surface. Pour de plus amples informations, cf. Sowmya Sivakumar, 2017, *Towards A Living Wage* (consulté le 20.07.2019).

^b Salaires minimums extraits du WageIndicator, *Minimum wages around the world* (consulté le 11.03.2019).

^c *Business Today*, 01.01.2019, *Trade unions finalise 20-points charter, demand Rs 18,000 minimum wage* (consulté le 20.07.2019).

^d AFW depuis 2017. Calcul de l'Asia Floor Wage (consulté le 20.07.2019).

^e Données salariales pour la province de Java occidentale

^f *Detik Finance*, 19.10.2018, « Pro Kontra Tuntutan Upah Buruh Naik 25 % » (consulté le 20.7.2019).

^g IndustriALL, 02.10.2018, *Bangladeshi unions call for new minimum wage to be doubled* (consulté le 20.07.2019).

Figure 3 – ÉCHELLES SALARIALES

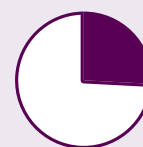
CAMBODGE

USD 182^b Salaire minimum légal actuellement en vigueurUSD 189^h Revendication syndicale du salaire minimum légalUSD 504^d Asia Floor Wage (AFW), 2017

36 %

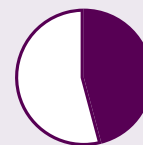
Salaire minimum actuellement en vigueur en pourcentage du salaire vital (dernière estimation disponible du salaire vital par l'AFW).

TURQUIE

TRY 1603ⁱ Salaire minimum légal actuellement en vigueurTRY 1893^j Revendication syndicale du salaire minimum légalTRY 6130^k Estimation CCC du salaire vital de base, 2018

26 %

Salaire minimum actuellement en vigueur en pourcentage du salaire vital (dernière estimation disponible du salaire vital par la CCC).

CHINE^lRMB 2200^m Salaire minimum légal actuellement en vigueurRMB 4 547^d Asia Floor Wage (AFW), 2017

46 %

Salaire minimum actuellement en vigueur en pourcentage du salaire vital (dernière estimation disponible du salaire vital par l'AFW).

^h Reuters, 05.20.2018, *Cambodia hikes textile workers' minimum wage, falls short of union demands* (consulté le 03.04.2019).

ⁱ Le gouvernement turc a augmenté le salaire minimum à 2030 TRY le 01.01.2019, *Daily Sabah Economy*, 25.12.2018, *Minimum wage in Turkey rises to TL 2,020 with 26 percent increase* (consulté le 20.07.2019). Pour toutefois assurer que les données soient comparables à l'estimation du salaire vital (début 2018), compte tenu de la forte inflation de 20 % enregistrée en Turquie en 2018, nous citons ici le salaire minimum et la revendication des syndicats en 2018.

^j NTV, 29.12.2017, *TÜRK-İŞ'TEN 1893 TL TALEBİ* 2018 (consulté le 20.07.2019).

^k Sur la base d'entretiens avec des employées dans le cadre de l'enquête « Turn Around H&M », septembre 2018, *H&M : fair living wages were promised, poverty wages are the reality* (consulté le 20.05.2019).

^l Données salariales pour la province de Guangdong.

^m Salaire minimum de Shenzhen, WageIndicator, 2019, « *China Minimum Wage by Region 2018* » (consulté le 29.7.2019).

LE SALAIRE MINIMUM NE SUFFIT PAS POUR VIVRE

Les données montrent que la vaste majorité des employées de l'industrie textile mondiale perçoivent seulement le salaire minimum légal, et que certaines d'entre elles perçoivent encore moins. La comparaison montre que les salaires minimums sont trop bas pour permettre aux travailleuses de s'extraire de la pauvreté. Ils devraient être deux à cinq fois plus élevés pour atteindre le niveau du salaire vital. En Inde par exemple, le salaire minimum ne s'élève qu'à la moitié des revendications syndicales. Pour atteindre le niveau de l'Asia Floor Wage (AFW), il devrait être multiplié par trois.

Un salaire vital est reconnu comme un droit humain et il ne doit pas être assimilé au salaire minimum légal. Selon les Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, les entreprises ont la responsabilité de garantir un salaire vital. Elles ne peuvent pas se référer au salaire minimum national et rejeter la responsabilité sur l'État concerné, ni s'en sortir en affirmant qu'il n'existe pas de base de calcul reconnue pour le salaire vital.

2

Le contexte actuel du débat sur les salaires



OUTILS PERMETTANT DE COMBLER LES ÉCARTS DE SALAIRES – ET LEURS LIMITES

Les salaires des travailleuses de l'industrie textile ne sont déjà pas assez élevés pour vivre alors que le coût de la vie continue d'augmenter. Le modèle d'affaires dominant dans le secteur s'appuyant sur de bas salaires, ceux-ci sont constamment soumis à une forte pression. Comme nous le montrons ci-après, les mécanismes actuels de fixation des salaires – fixation du salaire minimum et négociations salariales collectives (conventions collectives) –, tout comme les initiatives volontaires d'entreprises et de normalisation, atteignent leurs limites quand il s'agit de garantir un salaire vital.

FIXATION DU SALAIRE MINIMUM

Bien que les gouvernements soient tenus, en vertu des conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT), de fixer un salaire minimum qui permette de subvenir à ses besoins, le salaire minimum est trop bas pour pouvoir en vivre dans la plupart des pays producteurs. Cela est principalement dû à la concurrence entre les lieux de production : l'industrie textile est extrêmement mobile et les enseignes de la mode peuvent choisir entre les pays à plus bas salaires. Les gouvernements sont donc en concurrence pour attirer des entreprises internationales et beaucoup d'entre eux maintiennent donc leurs salaires aussi bas que possible. Les associations locales d'entreprises font pression sur les gouvernements en menaçant de fermer des usines et de licencier.

Les instances chargées de la fixation du salaire minimum sont la plupart du temps trop faibles pour résister à cette pression. Par exemple, pour empêcher l'augmentation du salaire minimum, certains gouvernements retardent tellement la mise en place de telles instances que les augmentations antérieures sont déjà nettement dépassées par l'inflation. Par ailleurs, la plupart des travailleuses ne bénéficient pas d'une représentation équitable. Au Bangladesh, par exemple, la représentation des travailleuses est désignée par l'association patronale et, au Cambodge, la majorité des déléguées syndicales viennent de syndicats favorables au gouvernement. Même les enseignes de la mode – qui sont de fait le patron économique du secteur – ne participent pas à ces négociations. Cela permet d'une part aux enseignes de se dédouaner de toute responsabilité, et d'autre part aux propriétaires des fabriques d'affirmer qu'une augmentation des salaires – même infime – serait intenable sans une augmentation correspondante des prix payés par les entreprises. Peu de preuves de cette affirmation ont été présentées jusqu'à présent.

CONVENTIONS COLLECTIVES

Dans l'économie mondialisée, la concurrence impitoyable entre les lieux de production exerce une forte pression sur les gouvernements qui peuvent ainsi difficilement fixer le salaire minimum à un niveau qui soit suffisamment élevé pour subvenir aux besoins des travailleuses. Pourquoi alors les négociations salariales collectives (conventions collectives) entre employeurs et personnel sont-elles inefficaces ? Les négociations salariales

Étude de cas 1

COMMENT LE GOUVERNEMENT DU BANGLADESH A ABANDONNÉ LES SYNDICATS

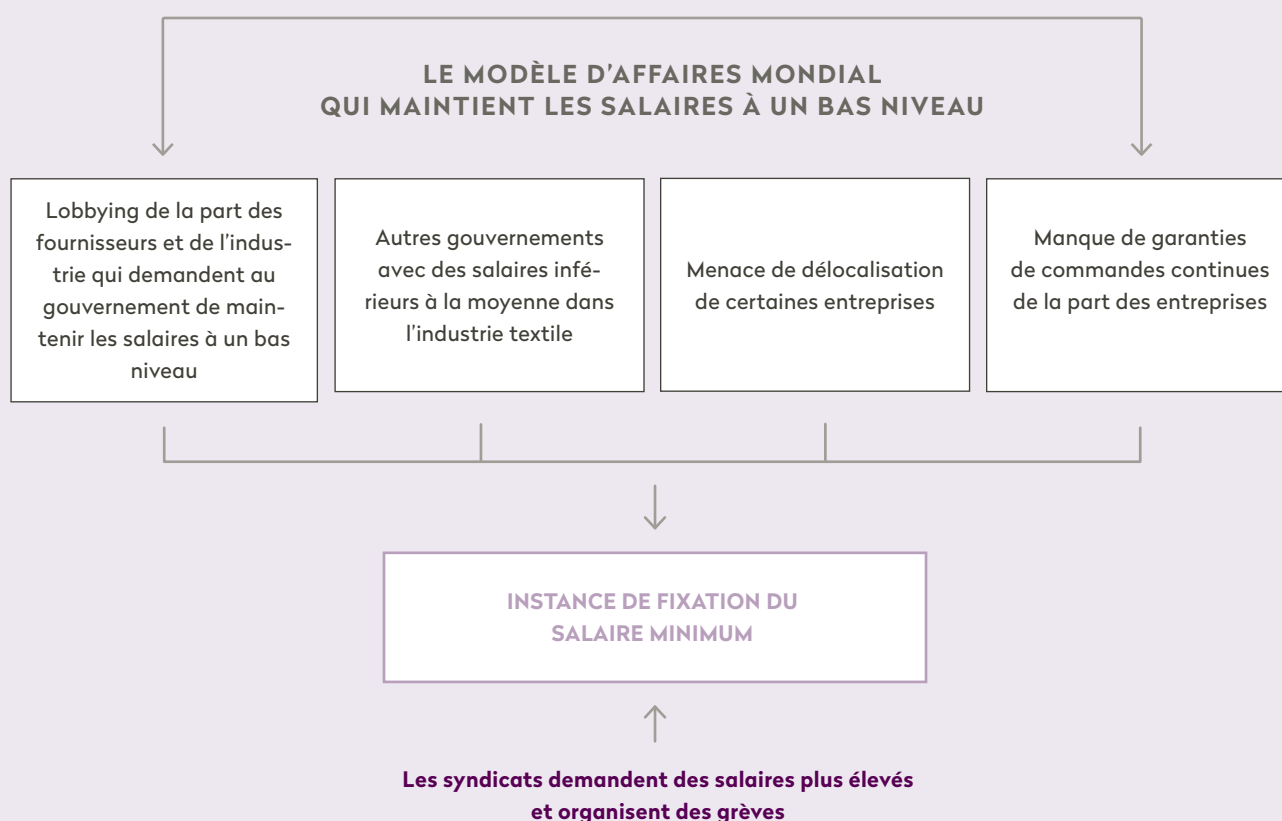
En 2018, le gouvernement bangladais a revu le salaire minimum pour la première fois depuis 2013. L'augmentation, de 5 300 takas à seulement 8 000 takas, a beaucoup déçu les syndicats car l'augmentation parallèle du coût de la vie depuis 2013 annihilait l'augmentation du salaire. Le contexte était plutôt bon pour les négociations, et les syndicats s'étaient pour la première fois mis d'accord sur une revendication salariale à hauteur de 16 000 takas – un salaire toujours nettement inférieur au niveau vital, mais qui aurait déjà apporté une amélioration significative. Que s'est-il alors passé ? L'association professionnelle des exportateurs de textile, BGMEA, a clairement fait comprendre au gouvernement que toute augmentation des salaires entraînerait des fermetures d'usines, et appelé les marques à augmenter leurs prix d'achat. La plupart des entreprises ont ignoré cet appel et n'ont pas officiellement soutenu l'augmentation des salaires¹⁰, ce qui a contribué au résultat insatisfaisant des négociations. Selon des rumeurs, le salaire minimum en vigueur au Myanmar, encore plus bas, aurait été utilisé comme argument.

permettent au personnel de lutter collectivement pour l'augmentation des salaires et d'entraîner des changements dans le secteur. Dans l'industrie textile mondiale, les négociations salariales collectives portent toutefois rarement leurs fruits. Quelques conventions collectives ont certes été signées entre syndicats et employeurs pour diverses branches du secteur, mais elles concernaient majoritairement des entreprises spécifiques, et portaient sur des questions particulières telles que le paiement des heures supplémentaires, les horaires de travail, les allocations de maternité ou les congés-maladie. Les conventions collectives que nous avons analysées n'ont permis que de maigres augmentations de salaires, de 5 à 33 %. Il n'y a qu'au Vietnam et en Inde que nous avons vu des conventions collectives applicables à des régions entières. La convention vietnamienne couvrait 100 entreprises en 2014 et a permis une augmentation de 21 % du salaire de base des travailleuses qualifiées¹¹.

LES PARTENAIRES LES PLUS IMPORTANTS SONT ABSENTS DE LA TABLE DES NÉGOCIATIONS

Parmi les obstacles aux conventions collectives figure notamment le fait que les employeurs ne sont pas assez disposés à négocier, et le niveau d'organisation syndicale est trop faible pour les convaincre de s'asseoir à la table des négociations. Dans certains pays (tels que la Roumanie¹²), les conventions collectives sont également confrontées à des obstacles juridiques.

Figure 4 – PRESSION SUR LA FIXATION DU SALAIRE MINIMUM



Étude de cas 2

COMMENT LA PRESSION SUR LES PRIX FAIT OBSTACLE AUX NÉGOCIATIONS SALARIALES COLLECTIVES EN INDE

En 2016, les syndicats de Tiruppur et du Tamil Nadu ont réussi à négocier et signer une convention collective avec l'association des exportateurs de textile. Celle-ci garantissait aux travailleuses une augmentation de salaire de 33 % sur quatre ans, 18 % la première année puis 5 % chaque année suivante. Le salaire standard est ainsi monté à 9 553 roupies pour les employées chargées de la découpe, de la couture, du repassage et du conditionnement¹³. La réussite de ces négociations doit toutefois être nuancée par le fait que le salaire minimum à Tiruppur n'avait pas évolué depuis 2004.

Pour les travailleuses, il était impossible de vivre avec le salaire minimum en raison de l'inflation. Les fabricants ont en outre fait pression pour compliquer et limiter les négociations salariales collectives : ils se sont farouchement opposés à ces augmentations de salaires¹⁴ et affirmé que la moindre augmentation salariale les pousserait à la faillite. Les grandes marques, qui sont de fait les principaux employeurs de l'industrie textile, se sont tenues à l'écart des négociations et ne se sont pas exprimées publiquement au sujet des négociations.



Quand des négociations ont toutefois lieu, la marge de manœuvre est souvent insuffisante pour obtenir des augmentations salariales significatives, les entreprises étant sous pression car elles ne reçoivent souvent que des commandes irrégulières d'acheteurs internationaux changeants, et des variations de prix minimales pouvant déjà s'avérer décisives. Enfin, l'ampleur des écarts de salaires rend quasiment impossible d'atteindre le niveau du salaire vital en se reposant uniquement sur des conventions collectives : le niveau des salaires est deux à cinq fois inférieur au montant dont une famille aurait besoin pour pouvoir vivre dans la dignité. Cela signifie qu'il faudrait plusieurs tours de négociations réussies avant d'atteindre le niveau du salaire vital, ce qui pourrait durer des décennies même dans le meilleur des cas.

« Les négociations collectives doivent impliquer les grandes marques pour qu'elles s'engagent à garantir le versement d'un salaire vital. »

Mais un autre obstacle est encore plus décisif : jusqu'à présent, les grandes marques ne sont pas contraintes juridiquement de participer aux négociations salariales collectives, alors qu'elles sont de fait les principaux employeurs de l'industrie textile. Les négociations collectives entre le personnel et son employeur direct sont importantes, mais dans l'actuelle économie mondialisée, les négociations d'accords juridiquement contraignants doivent impliquer les grandes marques pour qu'elles s'engagent à garantir le versement d'un salaire vital et adaptent leurs prix d'achat et leurs pratiques de passation de marchés afin de ménager une marge de manœuvre pour des augmentations de salaires correspondantes au niveau des fabriques.

Étude de cas 3

COMMENT LA CONVENTION COLLECTIVE SECTORIELLE ITALIENNE A ÉTÉ ENTRAVÉE

Les syndicats italiens ont réussi à négocier une convention collective nationale – Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) – garantissant un salaire acceptable aux employés de l'industrie textile du pays (et même un salaire vital dans certains cas, selon les groupes de travailleuses, la taille de leur famille et leur région). Mais la difficulté réside dans la mise en œuvre de l'accord. L'industrie textile italienne compte de nombreux petits ateliers, opérant parfois à la limite de la légalité, dont les employés ne disposent d'aucune protection. En outre, il existe dans ce secteur, dans lequel le recours à des sous-traitants est déjà très répandu, une tendance croissante à signer des accords locaux entre employeurs et syndicats de travailleuses temporaires, dont les exigences sont inférieures à celles de l'accord CCNL signé par les syndicats nationaux. Ces accords locaux font réduire les prestations sociales et autres mesures de protection des travailleuses et font baisser le niveau des salaires, parfois même nettement en dessous du seuil national de pauvreté. Plus une travailleuse se situe en bas de la chaîne d'approvisionnement, plus sa situation est mauvaise et plus les risques de violations du droit du travail sont grands. Sur ces chaînes d'approvisionnement complexes, la transparence permettrait de détecter les pratiques illégales. Mais même les marques de luxe qui font produire en Italie refusent de publier la liste de leurs fournisseurs et se réfugient derrière des arguments économiques et de droit de la concurrence.

LES INITIATIVES MULTIPARTITES VOLONTAIRES

Comme nous l'avons montré dans le chapitre 2, les enseignes de la mode ont la responsabilité de garantir le versement d'un salaire vital sur l'ensemble de leur chaîne d'approvisionnement. Nous avons démontré que les entreprises font souvent partie du problème plutôt que de la solution, puisqu'elles jouent de la concurrence entre les fabriques et pays de production, ne s'engagent pas clairement et publiquement pour une augmentation des salaires dans le cadre des négociations salariales, et ne donnent aucune garantie de paiement de prix d'achat équitables. Mais les entreprises auraient le pouvoir d'initier de véritables changements pour les travailleuses qui fabriquent leurs vêtements. Toutefois, les initiatives volontaires à travers lesquelles elles ont promis d'aborder la question des salaires n'ont jusqu'à présent eu que des résultats très modestes.

La fixation d'un salaire minimum et la négociation de conventions collectives ne suffisent pas à combler le fossé salarial – du moins tant que les grandes marques continueront de faire pression sur les gouvernements en nivelant par le bas, qu'elles ne prendront pas place à la table des négociations salariales et/ou que, dans le cadre de leurs stratégies d'achat, elles ne paieront pas à leurs fournisseurs des prix qui leur permettent de verser un salaire vital. Les initiatives d'entreprises et multipartites volontaires existantes n'ont jusqu'à présent donné aucun résultat probant en termes d'augmentation des salaires, et elles devraient obliger leurs membres à prendre des mesures plus efficaces pour garantir le versement d'un salaire vital.

La liste suivante (non exhaustive) présente des initiatives que les entreprises interrogées ont mentionnées dans leurs réponses.



ACT (ACTION, COLLABORATION, TRANSFORMATION)

Le programme ACT est un accord volontaire conclu en 2014 entre de grandes marques et la fédération syndicale internationale IndustriALL. Il vise à mettre en place des conventions collectives sectorielles nationales (accords salariaux collectifs) dans l'industrie de la chaussure, des vêtements et du textile. Les syndicats et fournisseurs doivent négocier le salaire au niveau national pour tout le secteur. Les marques qui y participent promettent de leur côté de tenir compte des salaires négociés dans leurs prix d'achat. Le Cambodge et la Turquie sont les principaux pays concernés. Les négociations n'ont pour l'instant encore rien apporté.

Entreprises participantes : C&A, Esprit, H&M, Inditex, Tchibo, Primark, PVH, Zalando

Résultats : aucune augmentation des salaires

Notre avis : le programme ACT veut faire augmenter les salaires dans tout le secteur. Mais nous craignons qu'il n'oblige pas les marques participantes – de façon contraignante et applicable – à augmenter nettement les prix d'achat qu'elles versent à leurs fournisseurs. Cette approche ne tient pas non plus compte du fait que les salaires doivent être augmentés au niveau régional, par-delà les frontières, pour remédier aux délocalisations. Par ailleurs, le programme n'a pas défini de valeurs de référence pour le salaire vital, et affirme que chaque salaire négocié collectivement et fixé dans une convention serait un salaire vital, ce qui est discutable. Les conventions collectives sectorielles peuvent faire augmenter les salaires, mais compte tenu de l'actuel modèle économique mondialisé, il n'est pas certain qu'il puisse combler le fossé entre le niveau effectif des salaires et celui du salaire vital.



LES ALLIANCES ALLEMANDE ET NÉERLANDAISE POUR UN TEXTILE DURABLE

Ces deux programmes bénéficient d'un soutien étatique et prévoient pour les entreprises participantes des outils leur permettant d'analyser leurs pratiques d'achat et de montrer ce qu'elles peuvent faire pour progresser sur la voie du salaire vital. L'alliance allemande encourage également ses membres à se joindre à l'ACT (cf. ci-dessus) et promeut son outil d'adaptation des prix d'achat lors d'augmentations des salaires.



Entreprises participantes : Adidas, ALDI, C&A, Esprit, H&M, Hugo Boss, KiK, Lidl, Otto Group, Primark, Puma, Tchibo

Résultats : uniquement collaboration et suivi ; aucune augmentation des salaires

Notre avis : aucune de ces deux initiatives n'apporte quoi que ce soit de nouveau dans le débat sur le salaire vital. Bien que le salaire vital soit au cœur des préoccupations de l'alliance allemande pour un textile durable, aucun résultat n'a encore été obtenu en ce sens. L'alliance estime que la responsabilité pour les salaires de misère repose sur les fournisseurs. La collaboration avec le programme ACT et la Fair Wear Foundation (FWF) n'a pour l'instant apporté aucun résultat concret, ni aucune augmentation des salaires. Il manque un plan d'action avec des étapes et objectifs globaux clairs et mesurables, le tout assorti d'un calendrier. Sans une telle stratégie, l'engagement de l'alliance en faveur d'un salaire vital manque de substance.



PROGRAMME « FAIR COMPENSATION » DE LA FLA

L'association des États-Unis Fair Labor Association (FLA) a développé un programme intitulé « Fair Compensation » (rémunération juste). Celui-ci vise à aider les entreprises participantes à s'engager dans cette thématique en leur fournissant des outils, des stratégies et des données. Les mesures prises jusqu'à présent se concentrent sur la standardisation des codes de conduite et sur le développement d'un « Fair Compensation Tool » : un tableau permettant aux entreprises, en collaboration avec les fournisseurs, d'obtenir une vue d'ensemble des salaires dans un pays donné, et de comparer leurs données salariales avec plusieurs valeurs de référence. Les données peuvent être utilisées pour discuter d'augmentations de salaires avec les fournisseurs, mais des mesures d'adaptation spécifiques ne doivent pas nécessairement être fixées.

Entreprises participantes : Adidas, Fruit of the Loom, Nike, PVH, Under Armour, UNIQLO

Résultats : aucune augmentation des salaires

Notre avis : la comparaison des salaires sur la base de valeurs de référence, comme par exemple dans le cas de l'Asia Floor Wage, confirme ce que nous savons déjà : le niveau actuel des salaires est nettement inférieur à celui du salaire vital. Bien que cela puisse permettre aux marques de mieux se représenter le problème, l'heure est plutôt aux mesures concrètes. La FLA devrait demander aux entreprises, comme condition préalable pour devenir membre, qu'elles s'engagent à verser un salaire vital.

LA MÉTHODE « FAIR WAGE »

La méthode « Fair Wage », qui a entre autres été élaborée par des spécialistes des questions salariales de l'Organisation internationale du travail (OIT), offre des outils et systèmes permettant de surveiller toute une série de questions salariales dans les usines, dont les systèmes de rémunération par rapport au temps de travail, aux prestations et aux qualifications, le respect des minima salariaux, etc. Le salaire vital n'est toutefois présenté que comme l'une des « 12 dimensions d'un salaire équitable ».

Entreprises participantes : H&M, Puma, G-Star RAW

Résultats : certains projets du programme ont permis de petites augmentations des salaires, mais toutefois pas jusqu'au niveau du salaire vital.

Notre avis : un soutien si pratique devrait être utile pour les marques, mais comme le niveau des salaires n'est qu'une dimension parmi douze, nous craignons que cette initiative ne fasse oublier à quel point il est urgent qu'un salaire vital soit enfin versé.



FAIR WEAR FOUNDATION (FWF)

La FWF est une initiative multipartite volontaire visant à améliorer les conditions de travail chez les fournisseurs. L'engagement à verser un salaire vital fait partie du code de conduite de la FWF. Être membre de la FWF ne signifie toutefois pas automatiquement que les employés de la chaîne d'approvisionnement perçoivent déjà un salaire vital. Au lieu de cela, la FWF attend de ses membres des efforts constants et des avancées progressives vers le salaire vital. La FWF propose à cette fin des informations et outils, et présente une fois par an un rapport des performances de chaque entreprise membre.

Entreprises participantes : ALBIRO, Mammut, Odlo, Workfashion

Résultats : collaboration, vérification, comptes rendus des activités des entreprises, divers outils permettant notamment de comparer les salaires et de fixer les prix d'achat pour permettre le versement d'un salaire vital. Aucune donnée publique documentant les augmentations salariales généralisées au-delà des solutions isolées spécifiques à une entreprise.

Notre avis : la FWF présente l'approche la plus complète en faveur de l'amélioration des conditions de travail dans les fabriques. Elle demande en principe le versement d'un salaire vital, mesure les progrès des entreprises membres en ce sens, et réalise aussi des entretiens auprès des employés hors des usines. La mise en œuvre systématique d'un salaire vital dans la production des entreprises membres manque toutefois encore à l'appel. La FWF devrait communiquer plus ouvertement sur la situation salariale actuelle sur les chaînes d'approvisionnement de ses membres, et s'assurer, à l'aide d'un calendrier transparent, que le salaire vital devienne la norme aussi vite que possible.

INITIATIVES VOLONTAIRES D'ENTREPRISES ET DE NORMALISATION



NORME SA 8000

La norme SA 8000 est un système de certification volontaire pour les fournisseurs qui a été développé par Social Accountability International (SAI). Le processus de certification comprend le contrôle du respect des normes fondamentales du travail de l'OIT et d'autres normes applicables, et le versement d'un salaire vital est également un critère de contrôle. À ce jour, le processus de contrôle de la norme SA 8000 n'impose toutefois pas l'utilisation de valeurs de référence publiques du salaire vital, mais de simples estimations du salaire vital spécifiques à chaque usine sont réalisées dans le cadre des audits, et celles-ci ne sont pas publiées, et donc invérifiables. L'utilisation future pour la certification SA 8000 des valeurs de référence du salaire vital de la Global Living Wage Coalition (GLWC) – qui s'appuient sur la méthode Anker – est actuellement à l'étude.

Entreprises participantes : Coop et Remei SA ont notamment fait référence à la norme SA 8000 dans leurs réponses ; Gucci, Otto Group, PVH et Tchibo sont partenaires de SAI.

Résultats : aucune information sur les augmentations de salaires

Notre avis : la certification SA 8000 porte sur des usines spécifiques. Ainsi, l'usine qui fournit les produits assume seule la responsabilité (et les coûts) du respect des normes sociales. La politique d'achat des grandes marques, par exemple pour ce qui est de la structure des prix ou des délais de livraison, peut avoir des répercussions négatives sur les salaires et les horaires de travail. Les mauvaises conditions de travail constituent un problème fondamental et sont directement liées au comportement des grandes marques : un certificat SA 8000 ne résout pas les causes profondes des problèmes.



AMFORI BSCI

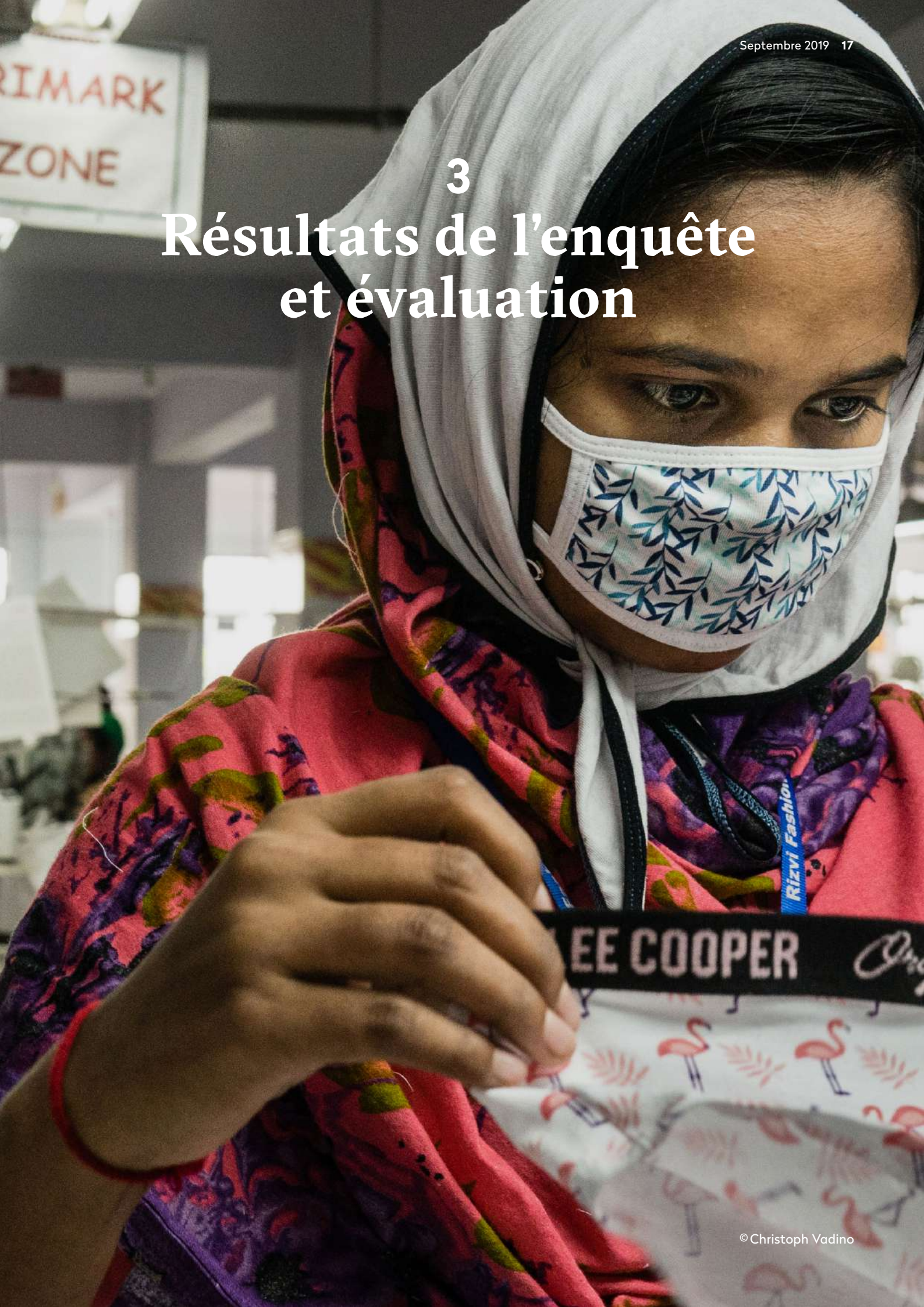
amfori BSCI (Business Social Compliance Initiative) est une initiative d'entreprises axée sur une certification volontaire. Dans le cadre d'amfori BSCI, le salaire vital est considéré comme un « objectif souhaitable » et non comme une obligation immédiatement applicable. Si les audits d'amfori BSCI prennent certes en compte des valeurs de référence du salaire vital, celles-ci ne sont pas transparentes et donc invérifiables. Bien que ces données soient collectées, amfori BSCI n'impose pas aux entreprises de prendre des mesures pour augmenter les salaires jusqu'aux valeurs de référence du salaire vital. En outre, des éléments importants, comme les dépenses de santé, ne sont pas pris en compte dans le calcul, et c'est pourquoi la valeur de référence du salaire vital est plus faible que d'autres.

Entreprises participantes : Adidas, Albiro, ALDI, Amazon, C&A, CALIDA Group, Coop, Decathlon, Esprit, Fruit of the Loom, HOLY FASHION Group, Hugo Boss, Inditex, Intersport, Lidl, Manor, Migros, Nile, Otto Group, Peek & Cloppenburg, PKZ, Triumph, Workfashion ; Chicorée et Tally Weijl mentionnent des audits d'amfori BSCI chez leurs fournisseurs.

Résultats : aucune information sur les augmentations de salaires

Notre avis : à la différence de la plupart des initiatives multipartites, les syndicats, les ONG et les organisations locales ne participent pas sur un pied d'égalité à l'initiative amfori BSCI. Pour amfori BSCI, la responsabilité de la mise en œuvre de normes fondamentales repose principalement sur les fournisseurs. L'initiative ne demande de ses membres aucun engagement en faveur du versement d'un salaire vital, pas plus qu'elle n'exige qu'ils adaptent leur politique et leurs pratiques d'achat afin qu'un salaire vital puisse être versé aux employés des fabriques. Ainsi, aucun effort suffisant n'est visible de la part d'amfori BSCI pour faire effectivement avancer l'introduction du salaire vital sur les chaînes d'approvisionnement de ses membres.

3 Résultats de l'enquête et évaluation



Cette étude se base sur un questionnaire que nous avons envoyé à 45 entreprises et qui porte sur neuf domaines. Ces domaines sont ceux de la « Roadmap to a Living Wage »¹⁵ de la CCC, un plan d'action pour réussir la mise en œuvre d'un salaire vital.

Les résultats de cette enquête mettent en évidence les différences entre les mesures prises par les entreprises, et montrent quelles enseignes déploient plus ou moins d'efforts. Le rapport porte toutefois avant tout sur les résultats concrets, à savoir : quelles travailleuses perçoivent actuellement un salaire suffisant pour vivre.

Encadré 1

POURQUOI CHOISIR UNE APPROCHE AXÉE SUR LES RÉSULTATS CONCRETS

Il existe toute une série de mesures intermédiaires que les entreprises peuvent prendre pour améliorer le système actuel – nous les énumérerons dans le présent chapitre – et certaines marques sont déjà bien plus avancées que d'autres sur ces points. L'objectif final est que les travailleuses perçoivent enfin un salaire vital. La vaste majorité des entreprises que nous avons interrogées ont fait le choix de ne pas produire elles-mêmes leurs vêtements, mais de les faire fabriquer par des fournisseurs en Asie, en Afrique et en Europe de l'Est et du Sud. Sachant que le droit du travail n'est parfois pas respecté dans ces régions, et que le salaire minimum y est deux à cinq fois inférieur au niveau du salaire vital, les marques se déresponsabilisent en partie de leur devoir de protection du droit du travail. De plus, de nombreuses entreprises prennent consciemment la décision d'axer leur modèle d'affaires sur des prix les plus bas possibles, et exercent une pression sur les fournisseurs pour qu'ils réduisent le plus possible leurs coûts. Cela contraint de fait les fabriques à verser des salaires de misère à leur personnel.

Les grandes marques sont libres de choisir le pays de production de leurs vêtements comme bon leur semble. Leur responsabilité envers le respect des droits humains s'applique toutefois aussi quand elles font produire dans des pays aux pratiques salariales assimilables à de l'exploitation et où le respect des droits humains n'est pas garanti. Cette responsabilité reste applicable indépendamment du contexte national du lieu de production (lire chapitre 2, p. 9). C'est pourquoi nous n'évaluons pas principalement les entreprises en fonction des mesures qu'elles ont prises pour mitiger les problèmes qu'elles ont en partie elles-mêmes créés, mais analysons plutôt si et dans quelle mesure les efforts déployés permettent effectivement le paiement d'un salaire vital pour les personnes qui fabriquent les vêtements. Pour que des mesures soient plus qu'une opération de communication, elles doivent avoir un impact concret et mesurable.

Et les réponses sont choquantes : nous avons pu trouver des indices indiquant qu'au moins une partie des employées chargées de la production perçoivent un salaire vital pour seulement 2 des 45 sociétés analysées. Et cela s'applique pour seulement l'une de ces deux entreprises aux employées travaillant hors du pays où son siège est domicilié.

« Nous avons pu trouver des indices indiquant qu'au moins une partie des employées chargées de la production perçoivent un salaire vital pour seulement 2 des 45 sociétés analysées. »

ÉVALUATION AXÉE SUR LES RÉSULTATS

Nous avons demandé aux enseignes de la mode si elles s'engageaient à garantir que les personnes qui fabriquent leurs produits perçoivent un salaire vital (60 % ont répondu par la positive), quelles valeurs de référence elles prenaient dans leur définition du salaire vital, et quelle proportion des travailleuses qui fabriquent leurs vêtements percevaient effectivement un tel salaire. Sur la base de ces informations, nous avons réparti les marques en catégories : cf. figure 5.

- 100 % des employées sur la chaîne d'approvisionnement perçoivent un salaire vital.
- 50 % ou plus des employées sur la chaîne d'approvisionnement perçoivent un salaire vital.
- 25 % ou plus des employées sur la chaîne d'approvisionnement perçoivent un salaire vital.
- L'entreprise a commencé à contribuer au versement d'un salaire vital en appliquant des coûts salariaux nettement plus élevés dans le calcul de ses prix d'achat pour tous ses fournisseurs – sur la base de valeurs de référence concrètes du salaire vital.
- L'entreprise ne peut présenter aucune preuve du versement d'un salaire vital aux employées.

**Figure 5 – ÉVALUATION AXÉE SUR LES RÉSULTATS –
LES TRAVAILLEUSES PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?**



ÉVALUATION DES MESURES INTERMÉDIAIRES (MESURES SPÉCIFIQUES PAR THÉMATIQUE)

Outre les résultats concrets décevants, l'enquête a également mis en évidence de nettes différences entre les mesures intermédiaires. Nous les avons réparties en trois catégories :

- Engagement à garantir un salaire vital** – Les entreprises reconnaissent-elles publiquement le concept de salaire vital ? Utilisent-elles des valeurs de référence pour le salaire vital ? Ont-elles une stratégie pour atteindre cet objectif ? Ont-elles initié des mesures pour la mise en œuvre de cette stratégie sur l'ensemble de leur chaîne d'approvisionnement ?
- Mesures de soutien indispensables à la mise en œuvre du salaire vital** – Les entreprises ont-elles adapté leurs pratiques d'achat afin que leur engagement en faveur du salaire vital puisse être mis en œuvre ? Se sont-elles engagées en faveur d'une augmentation du salaire minimum légal ? Communiquent-elles de façon transparente au sujet de leur réseau de fournisseurs et des salaires versés ?
- Soutien à la liberté d'association** – Quelles mesures les entreprises prennent-elles proactivement pour soutenir la liberté d'association et le droit aux négociations salariales autour du salaire vital ? Dans quelle mesure leur travail inclut-il le dialogue et les négociations avec des organisations de défense du droit du travail, notamment avec des syndicats ?

Dans la partie suivante, nous vous présentons sommairement où en sont les entreprises au regard de chaque domaine clé.

MÉTHODE

L'analyse se base sur les déclarations et documents des entreprises, qui ont été évalués selon des critères définis dans le plan d'action. Certaines entreprises n'ont pas répondu à notre questionnaire. Il s'agit de ALBIRO, Amazon, Fruit of the Loom, Gap, Levi's, Lidl, Mammuth, Maus Frères SA, Odlo, Otto Group, Peek & Cloppenburg, Sherpa Outdoor, Triumph, Workfashion et Zalando. Dans certains cas, des entreprises nous ont envoyé des documents ou des liens vers des informations publiques que nous avons intégrées à notre analyse aux côtés d'autres informations publiquement disponibles. Des informations supplémentaires sur la méthode utilisée sont présentées dans l'Annexe 3 – Méthodologie.

CATÉGORIE A – ENGAGEMENT ET MISE EN ŒUVRE DE MESURES VISANT À ATTEINDRE LE SALAIRE VITAL

A.1. ENGAGEMENT À GARANTIR UN SALAIRE VITAL

Indicateur 1.1. – L'entreprise s'engage-t-elle publiquement à ce qu'un salaire vital soit versé dans son réseau de fournisseurs ?



18 non/aucune information ○ 9 en partie ◐ 0 oui ●

Ce que nous avons cherché et pourquoi : un salaire vital est un droit humain et doit faire partie intégrante des pratiques commerciales et des stratégies d'une entreprise. Les entreprises doivent veiller à ce que les salaires versés permettent de couvrir les besoins fondamentaux d'une travailleuse et de sa famille, ou prendre des mesures pour y remédier dans le cas contraire. C'est là la condition sine qua non pour remédier au problème des salaires de misère.

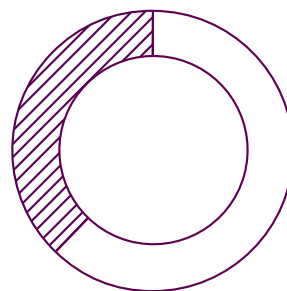
Ce que nous avons constaté : de très nombreuses entreprises se déclarent aujourd'hui en faveur du salaire vital dans leur marketing et leur communication promotionnelle. Mais nous avons explicitement analysé si elles avaient intégré cet engagement dans leur code de conduite et leurs documents pour les fournisseurs. Nous voulions par ailleurs savoir si ces documents comportaient une définition du salaire vital qui couvre les besoins fondamentaux d'une famille et qui soit perçu pour une durée de travail standard, sans bonus, primes ou rémunération d'heures supplémentaires (cf. définition p.6).

Neuf entreprises – ALBIRO, C&A, H&M, Inditex, Mammuto, Nile, Odlo, Tchibo et Workfashion – se sont clairement engagées en faveur du salaire vital et font expressément référence à la couverture des besoins d'une famille, dans leur communication d'entreprise comme dans leur code pour les fournisseurs. Certaines entreprises n'ont pas de code de conduite propre à cet égard, mais se réfèrent à un code de conduite externe, tel que le Code of Labour Practices de la FWF. Plusieurs entreprises s'engagent certes en faveur du salaire vital dans leur code de conduite, et mentionnent expressément la couverture des besoins fondamentaux des employées, mais elles ne font pas clairement référence à leur famille. Par ailleurs, certaines enseignes comme Zalando sont membres d'initiatives volontaires en faveur du versement d'un salaire vital, mais ne mentionnent aucun engagement en ce sens dans leurs documents pour les fournisseurs. Nous avons considéré comme insuffisant le simple fait d'être

membre d'une initiative sans aucune preuve de la mise en œuvre de mesures pour atteindre les objectifs. Plusieurs entreprises font référence au code de conduite d'amfori BSCI, dont CALIDA Group, Chicorée, Coop, HOLY FASHION Group, Intersport, Manor, Migros, PKZ et Tally Weijl. Mais amfori BSCI considère le versement d'un salaire vital comme un « objectif souhaitable » uniquement, et non comme une obligation immédiatement applicable. Des entreprises comme Amazon, Levi's, Maus Frères SA, Peek & Cloppenburg, Sherpa Outdoor ou Triumph n'ont pas répondu ou ne reconnaissent pas publiquement que les travailleuses sur leur chaîne d'approvisionnement devraient percevoir un salaire vital. Remei SA indique se référer aux exigences de la certification SA 8000 sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement, de la filature à la confection ; cette certification comprenant le salaire vital comme critère contraignant. Certaines autres entreprises font référence à la norme SA 8000 pour une partie de leur production.

Nous avons ensuite demandé aux entreprises si elles contrôlent systématiquement le versement d'un salaire vital dans leurs audits sociaux, ou si elles prennent des mesures pour y remédier lorsqu'elles constatent qu'il n'est pas versé. Dans ses audits sociaux, la marque suisse Nile analyse la différence entre l'engagement à verser un salaire vital et les salaires effectivement versés. Des membres de la FWF, comme ALBIRO, Mammuto, Odlo et Workfashion, contrôlent aussi régulièrement cette différence dans le cadre des audits sociaux réalisés par la FWF, et discutent d'augmentations de salaires avec les fournisseurs. Fruit of the Loom, Under Armour et UNIQLO font référence au programme « Fair Compensation » de la FLA, qui audite chaque année 5 % des fournisseurs d'une marque. Ce programme prévoit certes des plans d'actions correctives (*corrective action plans*) pour les systèmes de versement des salaires, mais il contrôle seulement le respect du salaire minimum légal. Nike emploie la formulation « *progressive realisation of a fair wage* » (réalisation progressive d'un salaire juste) dans son guide pour les fournisseurs. Celui-ci présente des mesures que les fournisseurs peuvent prendre pour faire des progrès sur la voie d'un « salaire juste », dont la rémunération des performances et de l'expérience, des stratégies d'égalité homme-femme, la fixation des prix de détail et l'adaptation des salaires réels. L'entreprise n'ayant toutefois pas de valeur de référence pour le salaire vital, on ne peut savoir si le versement d'un salaire vital est effectivement contrôlé. La vaste majorité des

Indicateur 1.2. – L'entreprise supervise-t-elle la mise en œuvre et le respect de cet engagement sur l'ensemble de son réseau de fournisseurs ?

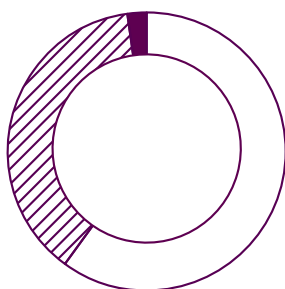


28 non/aucune information ○ 17 en partie ◐ 0 oui ●

entreprises qui s'engagent en faveur d'un salaire vital dans leur code de conduite ne contrôlent pas cet aspect, ou ne le comparent pas à des valeurs de référence transparentes, se contentant surtout de vérifier si un salaire minimum est versé.

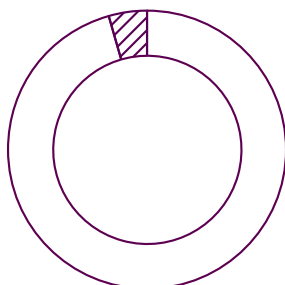
A.2. VALEURS DE RÉFÉRENCE DU SALAIRE VITAL

Indicateur 2.1. – L'entreprise utilise-t-elle des valeurs de référence concrètes pour le salaire vital ?



27 non/aucune information ○ 17 en partie ⊗ 1 oui ●

Indicateur 2.2. – Les employées de la chaîne d'approvisionnement perçoivent-elles un salaire vital ?



43 non/aucune information ○ 2 en partie ⊗ 0 oui ●

Ce que nous avons cherché et pourquoi : pour atteindre un objectif, il est essentiel de le mesurer. Les valeurs de référence permettent de définir un objectif atteignable et mesurable à partir du concept abstrait du salaire vital. Les entreprises devraient donc chercher à atteindre de telles valeurs de référence concrètes, et mesurer les progrès réalisés vis-à-vis de celles-ci. Les valeurs de référence doivent être calculées à l'aide de méthodes transparentes et adéquates permettant de déterminer le coût de la vie dans le pays ou la région concernés.

Ce que nous avons constaté : de nombreuses marques participant au programme ACT – dont C&A, H&M, Inditex, Primark et Zalando – rejettent la nécessité de valeurs de référence concrètes, car elles estiment qu'un salaire négocié entre syndicats et employeurs peut être considéré comme un salaire vital. Cette approche ignore les inégalités dans les rapports de force et les

conditions en vigueur dans le modèle d'affaires dominant aux niveaux mondial et national : dans la pratique, les négociations salariales ne garantissent pas le versement d'un salaire adéquat pour les travailleuses de l'industrie textile, puisque celles-ci n'ont quasiment aucun pouvoir de négociation. Par ailleurs, une confusion est faite ici entre un mécanisme de mise en œuvre et une simple définition du salaire vital : la façon dont le salaire vital peut être atteint est une autre question – pour mesurer si celui-ci est effectivement atteint, il est nécessaire d'avoir des valeurs de référence. Les entreprises dont les fournisseurs sont audités par amfori BSCI – telles que CALIDA Group, Chicorée, Manor, PKZ et Tally Weijl – ont aussi concédé qu'elles n'utilisent pas de valeurs de référence du salaire vital. Certains membres d'amfori BSCI – Coop, Esprit, Intersport, Migros – ont fait référence à la méthode de calcul d'amfori BSCI pour définir des valeurs de référence du salaire vital. Celle-ci omet toutefois des éléments importants pour le salaire vital, tels que les dépenses de santé et de culture. Les méthodes de calcul du salaire vital d'amfori BSCI et de la norme SA 8000 ne sont pas transparentes et donc pas vérifiables.

Certaines marques – PVH, Under Armour, Fruit of the Loom et UNIQLO – ont affirmé utiliser un outil de la FLA pour recueillir des données salariales afin d'analyser les salaires moyens des fournisseurs et de les comparer à l'échelle salariale de la FLA, qui comprend des valeurs de référence du salaire vital déterminées par les employées. Tchibo utilise ses propres échelles salariales qui comprennent les valeurs de référence de l'Asia Floor Wage afin de représenter l'écart entre les salaires versés et le salaire vital. G-Star RAW définit elle-même des catégories de salaire avec un partenaire externe, et collabore en partie avec le réseau « Fair Wage Network ». Bien que cette cartographie soit clairement structurée, l'analyse ne présente pas clairement quelles mesures devraient être prises pour combler effectivement l'écart avec le salaire vital. Les entreprises auditées par la FWF (ALBIRO, Mammut, Odlo et Workfashion) se basent sur l'échelle salariale de la FWF, qui comprend diverses valeurs de référence du salaire vital. Il est toutefois impossible de savoir quelles valeurs de référence sont utilisées pour quels pays, et on ne peut donc pas déterminer précisément l'écart entre le salaire versé et la valeur de référence. Seule l'entreprise Nile a indiqué qu'elle utilise la valeur de référence du salaire vital de l'Asia Floor Wage spécifiquement pour la Chine. Des marques telles que Adidas, Nike, Puma et GAP n'ont fait état d'aucune méthode d'évaluation de leur engagement en faveur du salaire vital. Elles rejettent ainsi leur responsabilité sur les fournisseurs. Le fait que ces entreprises n'utilisent pas de valeurs de référence montre que le salaire vital n'est pour elles qu'un concept abstrait. Nous avons demandé aux enseignes si leurs fournisseurs versaient actuellement un salaire vital. L'entreprise suisse Nile a présenté à la CCC des informations indiquant qu'un salaire vital est versé par deux fournisseurs chinois qui totalisent 51 % du volume de production de la marque. Hormis celle-ci, aucune marque n'a pu prouver que des fournisseurs basés hors du pays où elles sont domiciliées versent un salaire vital. Inditex a certes affirmé que, selon une nouvelle méthode d'audit, un salaire vital est versé dans 3532 fabriques. Mais bien que nous ayons posé plusieurs fois la question, l'entreprise ne nous a présenté aucune valeur de référence du salaire vital ni aucune preuve nous permettant de vérifier cette affirmation.

Nous ne pouvons donc pas savoir sur quoi elle repose. CALIDA Group nous a fait part des niveaux moyens de salaires sur les sites de production de la marque CALIDA : sur l'un d'entre eux, le niveau des salaires serait conforme aux valeurs de référence du salaire vital, mais cela n'a pas pu être vérifié par manque d'informations détaillées. Autre point intéressant, Gucci affirme que 95 % de ses produits sont fabriqués en Italie par des fournisseurs qui respectent tous la convention collective nationale (CCNL) négociée avec des syndicats. Gucci considère comme justes les salaires prévus par la CCNL. Comme il n'y a pas de salaire minimum légal en Italie, le salaire négocié dans la CCNL est la seule valeur de référence. Nous avons comparé la catégorie salariale la plus basse de la CCNL avec le seuil de pauvreté défini pour une famille par l'Institut national des statistiques italien (ISTAT), ainsi qu'avec les valeurs de référence du salaire vital de la WageIndicator Foundation¹⁷. Le salaire net de la CCNL est inférieur au seuil de pauvreté de l'ISTAT dans le nord et le centre de l'Italie, et il y est supérieur dans le sud du pays. Dans toutes les régions, il est inférieur de quelques centaines d'euros à la valeur de référence du salaire vital de la WageIndicator Foundation pour une famille en Italie. Comme Gucci ne publie pas la liste de ses fournisseurs, l'emplacement des sites de production est tenu secret. Il est donc difficile d'estimer le nombre de fournisseurs de Gucci qui versent un salaire vital. En outre, le contrôle et la mise en œuvre de la CCNL présentent toujours des difficultés considérables car des salaires inférieurs peuvent être proposés par d'autres conventions collectives (également appelées conventions pirates, cf. étude de cas p. 11). Gucci fait ainsi face à des défis. Dans ce contexte, nous estimons qu'il est possible qu'un salaire vital soit versé par des fournisseurs de Gucci en Italie, mais assurément pas par tous, et cela ne peut s'appliquer qu'au sud et aux zones rurales du pays.

A.3. STRATÉGIE DE MISE EN ŒUVRE D'UN SALAIRE VITAL

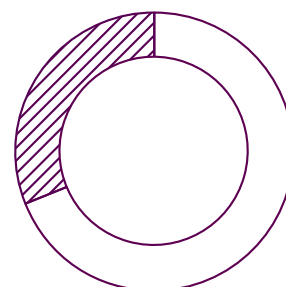
Ce que nous avons cherché et pourquoi : il ne suffit pas pour une entreprise de s'engager en faveur d'un salaire vital si elle n'est pas en mesure de prouver qu'elle a un plan clair pour sa mise en œuvre. Nous avons également cherché des stratégies réalisables, transparentes et composées d'étapes et d'objectifs généraux mesurables et assortis d'un calendrier. Sans une telle stratégie, l'engagement d'une marque en faveur d'un salaire vital manque de substance.

Ce que nous avons constaté : aucune marque n'a pu attester d'une stratégie mesurable, transparente et crédible assortie d'un plan d'action permettant de parvenir au versement d'un salaire vital. Les membres de la FWF ALBIRO, Mammut, Odlo et Workfashion ne présentent certes pas de plan d'action mesurable – avec échéances, lieux et valeurs de référence du salaire vital – pour assurer le versement d'un salaire vital chez tous leurs fournisseurs, mais elles prennent certaines mesures telles que le contrôle des niveaux de salaires, des discussions et formations continues de fournisseurs, et des projets pilotes. Des échanges ont en outre régulièrement lieu entre ces entreprises et d'autres membres de la FWF au sujet des expériences réalisées. À propos des stratégies concrètes, nous avons jugé positive l'approche de l'initiative ACT car les conventions collectives nationales peuvent potentielle-

ment faire augmenter les salaires dans certains pays producteurs. Cela ne constitue toutefois pas une stratégie complète de mise en œuvre d'un salaire vital. ACT peut certes contribuer à une augmentation des salaires, mais sur la base des informations disponibles sur les conventions collectives sectorielles¹⁸ (cinq ans après le lancement du programme ACT, rien n'a encore été conclu), les augmentations escomptées semblent toujours extrêmement faibles et insuffisantes pour combler le large fossé entre le salaire minimum et le salaire vital.

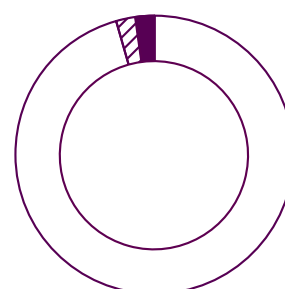
Il est en outre décevant que quasiment aucune marque n'ait été en mesure d'indiquer une date à laquelle elle estime que certaines travailleuses – sans parler de l'ensemble du personnel – percevraient un salaire vital. H&M a certes annoncé il y a quelques années que 850 000 travailleuses percevraient un salaire vital d'ici à 2018, mais une fois ce délai écoulé, cette promesse s'est révélée vaine¹⁹. Workfashion est le seul membre de la FWF à avoir annoncé une date (2021) à laquelle la majorité de ses fournisseurs devraient verser un salaire vital. Nile est la seule marque qui s'engage à garantir le versement d'un salaire vital pour l'ensemble des travailleuses selon un calendrier déterminé. La marque a indiqué qu'un salaire vital est versé par deux de ses fournisseurs, et a en outre affirmé que, d'ici à 2020, tous ses fournisseurs devront verser un salaire vital conformément aux valeurs de référence recommandées par la FWF.

Indicateur 5.1. – L'entreprise a-t-elle publié une stratégie pour permettre le versement d'un salaire vital à toutes les travailleuses sur sa chaîne d'approvisionnement ?



31 non/aucune information ○ 14 en partie ◐ 0 oui ●

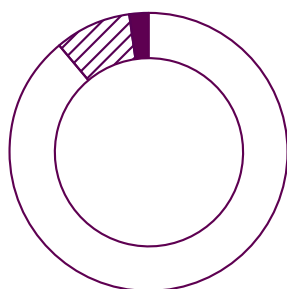
Indicateur 5.2. – À quelle échéance l'entreprise veut-elle garantir un salaire vital pour toutes les employées de ses fournisseurs ?



43 aucune échéance/pas d'information ○
1 à une certaine échéance ◐
1 échéance appropriée (max. 10 ans) ●

A.4. PROJETS QUI POURRAIENT MENER AU VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL

Indicateur 6.1. – L'entreprise participe-t-elle à des projets de salaire vital ayant le potentiel de faire augmenter les salaires jusqu'au niveau vital ?



40 non/aucune information ○ 4 en partie ◐ 1 oui ●

Ce que nous avons cherché et pourquoi : à propos des engagements d'ordre général, nous espérions pouvoir constater que les entreprises avaient progressivement fait augmenter les salaires chez leurs fournisseurs, et qu'elles avaient testé des méthodes de mise en œuvre du salaire vital pour pouvoir les appliquer ensuite à l'ensemble de leur chaîne d'approvisionnement. Nous voulions en outre savoir si de tels projets avaient permis des augmentations de salaires significatives sur les cinq dernières années.

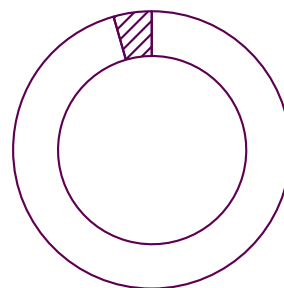
Ce que nous avons constaté : pour la plupart des marques, nous n'avons trouvé aucune mesure qui permette concrètement de faire augmenter les salaires pour atteindre un niveau vital et qui puisse être mise en œuvre sur l'ensemble de leur réseau de fournisseurs. Plusieurs entreprises ont mentionné le programme ACT, qui serait effectivement applicable dans plusieurs pays et pourrait faire augmenter les salaires. Mais comme nous l'avons déjà indiqué, ACT n'a encore obtenu aucun résultat et nous ne sommes pas convaincus que le programme permette de garantir le versement d'un salaire vital sur tout un réseau de fournisseurs. Nile indique vouloir atteindre la valeur de référence du salaire vital de la FWF chez tous ses fournisseurs d'ici à 2020. ALBIRO, Odlo et Workfashion suivent de petits projets dans le cadre de la FWF, mais il est impossible de savoir si ceux-ci peuvent entraîner une augmentation considérable des salaires minimums.

H&M et Inditex peuvent attester d'augmentations de salaires chez leurs fournisseurs en conséquence de tels projets. Les augmentations salariales chez les fournisseurs de H&M (25 % en Turquie, 18 % au Cambodge et 15 % en Chine) sont survenues grâce à un ensemble de mesures : formations, amélioration de la productivité et de la production, travail sur les pratiques d'achat et soutien du dialogue social. Des augmentations ont été obtenues sur le salaire net²⁰. Inditex a également mentionné des projets de soutien au dialogue social en collaboration avec IndustriALL, un projet d'amélioration des systèmes de gestion en collaboration avec l'OIT en Chine et en Turquie, et des projets de « *lean manufacturing* » (production sans gaspillage) en Chine, au Portugal et en Inde. En Turquie, des augmentations de salaires allant jusqu'à 90 % ont été enregistrées, mais au cours de la même

période, le salaire minimum légal a été augmenté de 60 %, et la forte inflation que connaît le pays relativise grandement les augmentations réelles. Pour H&M comme pour Inditex, l'écart entre les salaires versés et le niveau du salaire vital est toujours considérable.

D'autres projets mentionnés ont permis d'enregistrer de plus faibles augmentations salariales. Grâce à un projet de « *lean manufacturing* », Nike a obtenu en 2017 une augmentation de 11 % chez un fournisseur thaïlandais, mais la méthode consistait manifestement en des objectifs de production plus élevés, et il s'agissait donc de suppléments de salaire – une approche qui occasionne un surcroît de travail et de stress dans les fabriques. Puma et G-Star RAW ont mentionné des projets avec le Fair Wage Network, respectivement au Bangladesh et en Chine. Mais aucune augmentation significative des salaires n'a été énoncée. En comparant les résultats à ceux de l'Évaluation des entreprises 2014 de la CCC, on constate malheureusement que de nombreuses enseignes n'ont pas mis en œuvre les projets d'introduction d'un salaire vital qu'elles avaient alors promis. Chicorée avait mentionné des mesures pour la mise en œuvre du salaire vital, mais nous ne pouvons pas savoir si celles-ci se sont concrétisées au cours des cinq dernières années. Lidl n'a pas pu prouver l'impact de projets annoncés en 2014. Primark avait indiqué vouloir mener des projets au Bangladesh et en Chine pour faire augmenter les salaires et renforcer le personnel. Mais l'entreprise semble entre-temps avoir abandonné ces intentions. Adidas avait fait état d'une collaboration avec le Fair Wage Network pour améliorer les salaires mais, là encore, le projet semble avoir été abandonné. Tchibo continue de travailler sur un projet intitulé « WE », qui vise à chercher des solutions pour améliorer le mécanisme salarial dans les fabriques, mais l'entreprise n'a pu rendre compte d'aucune augmentation des salaires à travers ce programme.

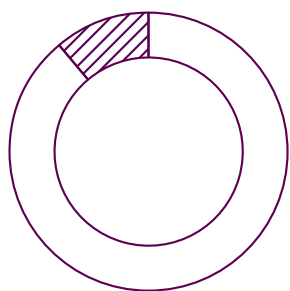
Indicateur 6.2 – Dans quelle mesure les salaires versés sur la chaîne d'approvisionnement ont-ils augmenté au cours des cinq dernières années grâce à des projets de salaire vital ?



43 aucune augmentation significative/pas d'information ○ 2 un peu ◐ 0 de façon significative (de plus de 50 %) ●

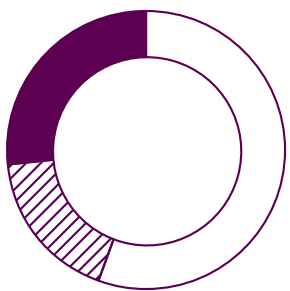
CATÉGORIE B – MESURES DE SOUTIEN INDISPENSABLES À L'OBTENTION DU SALAIRE VITAL

Indicateur 3.1 – L'entreprise calcule-t-elle si le prix par article payé aux fournisseurs lui permettrait d'honorer son propre engagement en faveur du salaire vital ?



40 non/aucune information ○ 5 en partie ⊗ 0 oui ●

Indicateur 3.2 – L'entreprise s'engage-t-elle auprès de ses fournisseurs à passer des commandes à long terme pour des volumes déterminés ?



25 non/aucune information ○ 8 en partie ⊗ 12 oui ●

B.1. STRATÉGIES D'ACHAT PERMETTANT LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL

Ce que nous avons cherché à savoir : le versement d'un salaire vital est incompatible avec la course que mènent les enseignes de la mode pour obtenir les prix les plus bas. C'est pourquoi le droit à un salaire vital doit être systématiquement garanti par les marques dès leur passation de commande ou achat. À cette fin, un montant suffisant par article doit être déterminé dans la valeur de la commande et être exclu de toute négociation sur les prix afin de permettre le versement d'un salaire vital (*ring-fencing labour costs*). La fixation des prix et les stratégies de passation de commandes des enseignes de la mode peuvent promouvoir ou empêcher le respect des droits humains. Il est également important d'assurer des relations à long terme avec un nombre de fournisseurs raisonnable et stable, et de fournir des garanties de volumes d'achat déterminés, grâce auxquelles les fournisseurs peuvent planifier leur production et leurs besoins en personnel. Nous avons étudié si les marques présentaient des chaînes d'approvisionnement consolidées, si le nombre de leurs fournisseurs diminuait et si elles entretenaient des relations à long terme avec leurs fournisseurs.

Ce que nous avons constaté : actuellement, quasiment aucune entreprise ne détermine systématiquement les coûts salariaux par article nécessaires pour garantir le versement d'un salaire vital, afin de les utiliser comme base de négociation des prix avec les fournisseurs. Nile a indiqué que la part des coûts salariaux par article est utilisée comme base de négociation des prix avec certains de ses fournisseurs, sur la base de la valeur de référence choisie pour le salaire vital. Certaines entreprises ont pris des mesures intermédiaires. H&M nous a affirmé que les coûts de main-d'œuvre (toutefois sans faire référence au salaire vital) sont exclus des négociations de prix et que son personnel chargé des achats est formé en conséquence ; cela n'est toutefois confirmé par aucune source indépendante. Inditex et C&A ont indiqué que leurs fournisseurs doivent communiquer le calcul de leurs coûts, en présentant séparément les coûts de main-d'œuvre, mais ceux-ci semblent uniquement tenir compte du salaire minimum légal, et non du salaire vital. Tchibo dit avoir vérifié si le prix FOB (prix d'achat) est suffisant, et avoir ainsi constaté une importante lacune. Mais l'entreprise n'a encore pris aucune mesure pour modifier sa stratégie d'achat. Les entreprises participant au programme ACT affirment unanimement qu'elles s'engagent à intégrer les coûts d'un salaire fixé dans une convention collective dans le calcul de leurs coûts et de leurs prix ; l'ACT serait en train de développer les outils correspondants. Mais comme aucune convention collective sectorielle n'a été conclue, et qu'aucun prix d'achat n'a été adapté en conséquence, nous ne pouvons pas prendre ce point en compte dans notre évaluation. Nous encourageons le programme ACT à communiquer clairement sur les stratégies que ses membres mettent en place pour intégrer les salaires fixés par convention collective dans le calcul de leurs prix d'achat, et sur les progrès réalisés à cet égard. Les comptes rendus transparents et les engagements publics facilitent l'implication d'acteurs externes, tels que les syndicats et les ONG, et peuvent rendre les processus plus solides et effectifs.

Au sujet de la durée des relations avec les fournisseurs, certaines marques semblent avoir mis en place un système stable. Ainsi, ALBIRO, CALIDA Group, Coop, Mammüt, Manor, Nile, Odlo, Remei SA, Tally Weijl et Workfashion entretiennent des relations à long terme avec la majorité de leurs fournisseurs. Adidas a indiqué que 84 % de ses 109 fournisseurs stratégiques (qui représentent 83 % de son volume de production) approvisionnent la marque depuis plus de 5 ans, et plus de la moitié depuis même plus de 10 ans. L'engagement à commander un certain volume dépend cependant des prestations et n'est pas convenu à l'avance. CALIDA Group entretient des relations depuis plus de 10 ans avec plus de 80 % de ses fournisseurs. G-Star RAW a déclaré que plus de 50 % de ses articles sont fabriqués par des fournisseurs avec lesquels elle collabore depuis plus de 10 ans, et qu'elle accorde une garantie de trois ans à des fournisseurs stratégiques afin de couvrir d'importants programmes de production. Certaines entreprises membres du programme ACT, dont PVH et Inditex, ont indiqué qu'elles donnent des garanties de commandes à long terme dès que des conventions collectives sont en vigueur. Mais Inditex a ajouté : « Notre modèle d'affaires ne permet aucune garantie d'achat. » C'est là précisément l'un des problèmes systémiques du modèle d'affaires de la mode éphémère.

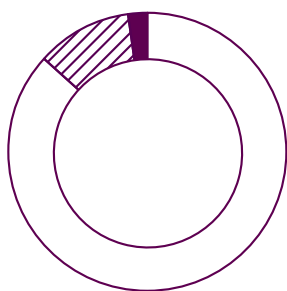
Depuis l'Évaluation des entreprises 2014 de la CCC, C&A, Esprit, H&M, Nike et Remei SA ont réduit le nombre de

leurs sous-traitants. Même le discounter ALDI, qui travaille selon un modèle d'achat indirect, a réduit de façon significative le nombre de ses partenaires commerciaux. Certaines entreprises, dont CALIDA Group, Coop, Decathlon, Mammuto, Manor, Nile, Odlo, Tchibo et Tally Weijl, consolident leur chaîne d'approvisionnement en ne passant des commandes qu'auprès de fournisseurs autorisés spécifiques, choisis selon leur respect des normes.

Adidas et H&M ont élaboré des directives claires pour limiter les contrats de travail à courte durée. Nike va jusqu'à limiter à 15 % la proportion de contrats de ce type – une proportion vérifiée également à l'aide d'audits. Selon les rapports de performances de la FWF, Odlo, Mammuto et Workfashion n'ont pas recouru à des agences de travail temporaire. Nile et Tally Weijl affirment contrôler le recours à des agences de travail temporaire, et Remei SA et CALIDA Group ne collaboreraient jamais avec ce type d'agences. Pour les autres entreprises étudiées, nous n'avons pas pu trouver de preuves convaincantes que le recours à des agences de travail temporaire ait été abandonné ou réduit de façon significative, ou que le recours à des contrats à courte durée ait été limité.

B.2. INTERVENTIONS POUR UNE AUGMENTATION DU SALAIRE MINIMUM LÉGAL

Indicateur 7.1 – L'entreprise a-t-elle publiquement exprimé des revendications concrètes en faveur d'une augmentation du salaire minimum auprès de gouvernements et d'employeurs locaux, et s'est-elle assurée que les commandes ne soient pas passées dans un autre pays en raison de l'augmentation du salaire minimum ?



39 non/aucune information ○ 5 en partie ▨ 1 oui ●

Ce que nous avons cherché à savoir : une stratégie d'augmentation des salaires demande que les gouvernements fixent le salaire minimum légal sur la base du coût réel de la vie (à ce jour, le salaire minimum est jusqu'à cinq fois inférieur au montant nécessaire pour vivre). Afin que cela soit possible dans le contexte de concurrence mondiale entre les pays de production, les grandes marques doivent publiquement garantir leur soutien aux initiatives gouvernementales et s'engager à ne pas délocaliser leur production en cas d'augmentation du salaire minimum. Nous avons cherché des déclarations publiques en ce sens, plutôt que des discussions en coulisses. Nous avons aussi évalué positivement les déclarations de soutien aux revendications salariales des syndicats.

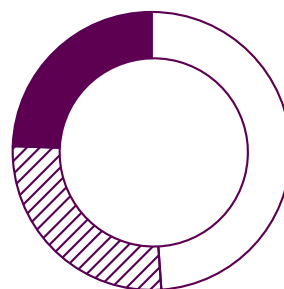
Ce que nous avons constaté : nous constatons chez les enseignes de la mode une tendance à s'associer à des initiatives multipartites afin de faire pression sur les gouvernements pour qu'ils augmentent le salaire minimum. Ces activités de lobbying sont souvent tenues secrètes, et il est donc impossible de savoir si les marques soutiennent des augmentations de salaires et, le cas échéant, lesquelles.

Nous avons concrètement demandé aux entreprises si elles avaient publiquement soutenu les revendications d'augmentation du salaire minimum au Bangladesh en 2018. La FWF néerlandaise et les alliances allemande et néerlandaise pour un textile durable ont envoyé des lettres utiles à cette fin – avec le soutien des entreprises membres correspondantes. La lettre de l'alliance allemande pour un textile durable comprenait un engagement à ne pas délocaliser la production et un soutien aux revendications syndicales d'augmentation du salaire minimum. Amfori BSCI a également fait une déclaration publique²¹ en 2018 au sujet du débat sur le salaire minimum au Bangladesh, mais celle-ci ne comprenait aucune demande explicite d'augmentation concrète du salaire minimum.

Seule l'entreprise Inditex a publié sur son site web une déclaration encourageant le gouvernement bangladais à satisfaire les revendications des travailleuses. Gucci a fait état de son travail de lobbying auprès du gouvernement italien, mais celui-ci a eu lieu à huis clos et ne peut donc pas être vérifié. Tchibo nous a indiqué n'avoir mené aucun travail de lobbying auprès du gouvernement bangladais en 2018 car on lui aurait dit que le coût de la vie aurait augmenté autant que le salaire minimum, et que l'augmentation de ce dernier serait donc annihilée. Selon nous, cet argument est erroné en termes économiques. Il est intéressant de constater que des marques comme H&M et Adidas, qui affirmaient avoir prévu de faire pression sur des gouvernements pour qu'ils augmentent leur salaire minimum, n'ont pas soutenu publiquement les négociations autour du salaire minimum au Bangladesh en 2018.

B.3. TRANSPARENCE

Indicateur 4.1 – L'entreprise publie-t-elle une liste de ses fournisseurs directs (1^{re} catégorie), avec adresse, structure de propriété, produits et effectifs, ainsi que de son réseau étendu de fournisseurs ?



22 non/aucune information ○ 12 en partie ▨ 11 oui ●

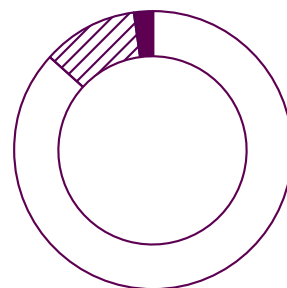
Ce que nous avons cherché à savoir : une grande transparence dans la surveillance et les comptes rendus est essentielle pour trouver des solutions aux questions complexes des droits humains dans la production mondiale. Les entreprises devraient, comme première étape, publier la liste de leurs fournisseurs, leur emplacement géographique, leurs effectifs et leur structure de propriété. Elles devraient ensuite publier les salaires versés, afin que les consommateurs et consommatrices, et les organisations de défense du personnel puissent suivre les évolutions vers un salaire vital et les évaluer.

Ce que nous avons constaté : parmi les marques que nous avons interrogées, 51 % ont entre-temps publié la liste de leurs fournisseurs, sous une forme ou une autre. Nous avons constaté ici un important changement au cours des dernières années. La qualité des informations publiées reste toutefois très inégale. Remei SA va particulièrement loin en matière de transparence. L'entreprise publie la liste complète des sites de production par lesquels passe un article, jusqu'aux filatures et aux sites de production de coton. Nike présente également de bons résultats sur ce point : l'entreprise publie, outre la carte de ses fournisseurs, des données sur le genre du personnel, le nombre de migrantes employées, l'adresse des fournisseurs, le nombre de sous-traitants et autres. Les membres de la FWF Mammüt, Odlo et Workfashion publient une liste de leurs fournisseurs et Coop publie la liste de ses fournisseurs de textile sans toutefois présenter de détails sur les sites de production.

Inditex ne publie pas la liste de ses fournisseurs, mais la met exclusivement à la disposition d'IndustriALL et de l'OIT. Inditex mène un projet pilote intitulé « Fabricado no Brasil » (fabriqué au Brésil) qui permet aux clients et clientes de scanner un article pour savoir précisément où il a été fabriqué. KiK s'engage également, à travers l'alliance pour un textile durable, à présenter la liste de ses fournisseurs et à la soumettre, sur demande, au contrôle des auditeurs de l'initiative multipartite dans le cadre de l'initiative d'amélioration de la transparence. Dans l'ensemble, nous constatons ici de nettes améliorations, mais toutes les entreprises ne se sont pas ralliées à cette tendance vers plus de transparence. Certaines grandes entreprises internationales comme Amazon, Decathlon, Esprit, Gucci, Inditex et Zalando sont en retard sur ce point, tout comme de nombreuses entreprises suisses étudiées : ALBIRO, CALIDA Group, Chicorée, Manor, Migros, Tally Weijl, Triumph et Zebra Fashion SA. Seul un nombre très réduit d'enseignes publient des informations sur les salaires effectivement versés, et ce uniquement sous forme agrégée ou pour une partie seulement de leur chaîne d'approvisionnement. Par exemple, H&M publie des informations sur les salaires moyens dans ses principaux pays de production et les compare au salaire minimum correspondant. Dans son rapport d'activité, Inditex a communiqué des données salariales fortement agrégées issues d'audits, et GAP a publié des informations supplémentaires spécifiques par pays sur les violations salariales constatées lors d'audits. Puma publie des informations sur le nombre de ses fournisseurs qui versent des salaires supérieurs au salaire minimum ou pour qui des conventions collectives sont en vigueur. Dans son rapport de durabilité 2018, Odlo a publié le niveau des salaires sur ses propres sites de production en Roumanie, qui totalisent 35 % de son volume de production. Mammüt a publié à titre d'exemple

les données salariales d'un fournisseur, mais celui-ci ne représente que 1 % de la production totale. La plupart des données étaient trop agrégées et générales pour attester de progrès concrets sur la voie du salaire vital. Mais il y a toutefois des mesures qui vont dans la bonne direction.

Indicateur 4.2 – L'entreprise publie-t-elle des informations sur les salaires actuellement versés aux employées de ses fournisseurs ?



39 non/aucune information ○ 5 en partie ◌ 1 oui ●

CATÉGORIE C – SOUTIEN À LA LIBERTÉ D'ASSOCIATION

C.1. SOUTIEN ACTIF À LA LIBERTÉ D'ASSOCIATION

Ce que nous avons cherché à savoir : il est difficile d'évaluer le soutien actif à la liberté d'association, mais celui-ci est une condition importante pour permettre d'atteindre le salaire vital. Nous avons posé huit questions sur diverses mesures que les enseignes de la mode peuvent prendre avec leurs fournisseurs pour encourager activement la liberté d'association et le droit à des négociations collectives : mise à disposition de locaux et dispense de travail pour le travail syndical, promotion et accompagnement des négociations collectives entre fournisseurs et syndicats, commandes passées en priorité auprès de fournisseurs dotés d'une organisation syndicale, mécanismes efficaces contre les atteintes à la liberté d'association, et choix de fournisseurs qui respectent ces droits et libertés fondamentaux.

Ce que nous avons constaté : des syndicats indépendants ne sont actifs que dans quelques usines de vêtements. L'impact effectif des mesures prises par les marques pour encourager la liberté d'association est donc difficile à estimer. Dans les codes de conduite et les normes sociales de l'industrie textile, le respect de la liberté d'association est souvent mis en avant, mais il n'est pas possible de savoir si cela permet effectivement une meilleure collaboration avec les syndicats et plus de marge de manœuvre pour ces derniers. Dans ce contexte, il est possible que l'évaluation des indicateurs individuels dans cette section ne reflète pas toujours la réalité dans les usines.

La plupart des marques internationales ont pu faire état de mesures prises pour promouvoir le droit à la liberté d'association et aux négociations collectives, telles que des affiches ou des formations. Amazon, Decathlon, PVH et Zalando, ainsi que la ma-

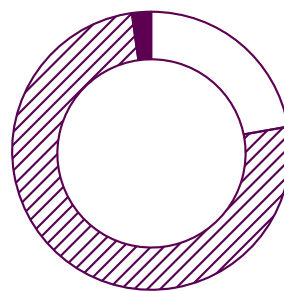
majorité des entreprises suisses, n'ont rien pu présenter de concret dans ce domaine. Dans le cadre de la FWF, ALBIRO, Mammut, Odlo et Workfashion organisent chez une partie de leurs fournisseurs des formations continues pour les travailleuses et la direction. C&A et Inditex proposent également des programmes de formation en collaboration avec IndustriALL. Aucune enseigne n'a toutefois fait état d'accords garantissant aux syndicats un accès aux fabriques (*access agreements*).

Parmi les meilleures pratiques en matière de promotion de la liberté d'association figureraient également l'octroi de temps libre rémunéré pour le travail syndical ou la mise à disposition de locaux dans l'usine. Des enseignes comme Puma et C&A ont tout de même indiqué que des audits des fabriques vérifiaient si les activités syndicales étaient autorisées pendant les heures de travail, et si des locaux pouvaient être utilisés dans l'usine à des fins de travail syndical. Intersport, Manor, Migros, Nle et Tally Weijl ont également affirmé que les absences rémunérées pour le travail syndical étaient contrôlées dans le cadre des audits d'amfori BSCI. Puma, Adidas et Nike ont signé le « Indonesia Protocol » sur la liberté d'association²², qui prévoit aussi l'accès aux fabriques et le droit de mener des activités syndicales.

La promotion et l'accompagnement des négociations collectives entre fournisseurs et syndicats constitue un autre facteur important. Adidas, Inditex, G-Star RAW, Puma, H&M et C&A ont indiqué que l'engagement à négocier avec des syndicats dûment constitués est contrôlé par audit. Pour C&A, les audits comprennent des entretiens menés avec des militantes syndicales, des représentantes de comités d'entreprise et un membre de syndicat choisi au hasard afin de contrôler si des négociations ont bel et bien lieu (dans les cas de syndicats officiellement reconnus). Des entretiens ont également lieu avec des représentantes syndicales lors des audits d'autres entreprises. KiK a indiqué que, dans le cadre de l'Accord sur la sécurité des bâtiments au Bangladesh (*Bangladesh Accord on Fire and Building Safety*), un comité de santé, un comité de sécurité et un comité de participation des travailleuses ont été mis sur pied chez tous ses fournisseurs au Bangladesh. Dans le cadre du programme ACT, les fournisseurs de Primark négocient avec les syndicats une convention collective sectorielle nationale. Certaines marques, dont G-Star RAW, H&M, Inditex et Primark, travaillent avec un système de points pour les fournisseurs. Or celui-ci n'accorde pas la priorité aux fabriques qui disposent d'une représentation syndicale, mais limite les commandes passées auprès des fournisseurs qui ne répondent pas aux critères de l'audit. ALDI affirme faire l'inverse et favoriser les partenaires commerciaux ayant reçu une bonne évaluation de responsabilité sociale. Si un tel système de points considère la représentation syndicale comme un élément distinct, il pourrait encourager l'attribution de marchés à des fournisseurs dotés d'une représentation syndicale ; mais seule H&M a fait état d'un tel mécanisme. Aucune enseigne n'a pu clairement démontrer comment elle contrôle la légitimité des représentations syndicales et comment elle favorise celles-ci par rapport à des comités du personnel ou des « syndicats fantômes » (syndicats « jaunes »). Certaines marques ont mis en place des lignes d'assistance téléphonique pour recevoir et traiter les réclamations. Certaines d'entre elles bénéficient d'une vaste promotion tandis que d'autres sont quasiment impossibles à trouver sur le site web de l'entreprise. Adidas propose dans chaque pays des applications permet-

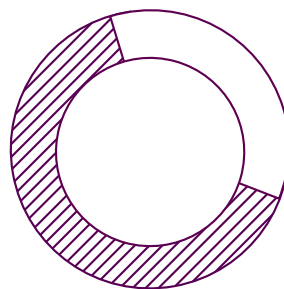
tant de déposer des réclamations et des lignes d'assistance téléphonique pour le personnel qui sont gérées par des employées locales de la marque et parfois par des ONG externes, avec des mécanismes nationaux de réaction aux réclamations. Inditex a mis en place une commission d'éthique et un mécanisme de protection des informatrices (*whistleblower protection*) qui a été utilisé à 181 reprises au cours de l'année dernière – une preuve de son utilisation²³. Mais il ne s'agit ici que d'un mécanisme interne, et l'indépendance et l'anonymat ne peuvent donc pas être garantis. La FWF entretient pour tous ses membres un mécanisme de réclamation doté d'une structure et de procédures claires. Intersport, Manor et Migros font référence au mécanisme de réclamation d'amfori BSCI, mais celui-ci manque de clarté dans son mode de fonctionnement et le nombre de réclamations déposées – tout comme le mécanisme de Remei SA –, et il est donc impossible de vérifier dans quelle mesure il est effectivement utilisé. La plupart des marques n'ont pas été en mesure de présenter des preuves de l'utilisation de mécanismes de réclamation ou de lignes d'assistance téléphonique, ni de la résolution effective de problèmes. Nous avons également demandé aux marques si elles mettaient un terme à leurs relations commerciales avec des fournisseurs quand ceux-ci ne s'engagent pas activement en faveur de la liberté d'association. Aucune des 45 entreprises interrogées n'a apporté de preuves d'une telle politique.

Indicateur 8.1 – Le droit à la liberté d'association et à des négociations collectives des fournisseurs et sous-traitants est-il clairement communiqué ?



10 non/aucune information ○ 34 en partie ⊗ 1 oui ●

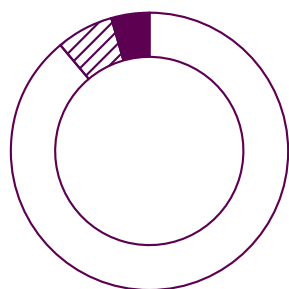
Indicateur 8.7 – Y a-t-il un mécanisme accessible, indépendant et fiable permettant aux employées de déposer des réclamations en cas d'atteinte à la liberté d'association et au droit à des négociations collectives, et d'en assurer le suivi ?



16 non/aucune information ○ 29 en partie ⊗ 0 oui ●

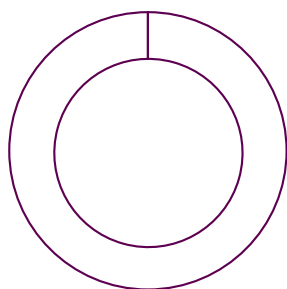
C.2. DIALOGUE ET NÉGOCIATIONS AVEC LES SYNDICATS ET ORGANISATIONS DE DÉFENSE DU DROIT DU TRAVAIL

Indicateur 9.1. – L'entreprise peut-elle prouver que ses fournisseurs ont des conventions collectives qui ont été négociées avec des syndicats indépendants et prévoient le versement de salaires supérieurs au minimum légal ?



40 non/aucune information ○ 3 en partie ▨ 2 oui ●

Indicateur 9.2 – L'entreprise a-t-elle signé avec les travailleuses des pays producteurs des accords contraignants qui régissent les prix d'achat, des salaires supérieurs au minimum légal ou d'autres conditions de travail ?



45 non/aucune information ○ 0 en partie ▨ 0 oui ●

Ce que nous avons cherché à savoir : les conventions collectives sont l'outil le plus important dont disposent les travailleuses pour faire augmenter les salaires. Nous avons voulu savoir si les enseignes de la mode avaient connaissance de telles conventions chez leurs fournisseurs. Nous avons en outre cherché à savoir si les marques avaient signé des accords contraignants pour l'augmentation des salaires dans les pays exportateurs.

Ce que nous avons constaté : Gucci dit respecter la Convention collective nationale (CCNL) en Italie d'où provient, selon ses propres déclarations, 95 % de sa production. Cette convention couvre de nombreuses prestations dans les domaines des soins de santé, des congés parentaux payés et autres, et comprend des rémunérations qui peuvent permettre à certaines familles de

dépasser le seuil de pauvreté, toutefois uniquement dans le sud de l'Italie et sur les îles. Au nord, où de nombreuses fabriques sont implantées, le salaire ne suffit pour vivre que dans les zones rurales et pour les petites familles. La CCNL est néanmoins une convention importante pour les travailleuses – malgré ses nombreux problèmes de mise en œuvre (lire étude de cas p.12). Inditex affirme vérifier si des conventions collectives sont en vigueur chez ses fournisseurs, et que 1 339 conventions de ce type sont en vigueur sur sa chaîne d'approvisionnement – dont 1 194 en Europe et 91 en Asie du Sud et de l'Est. C&A déclare que 36 % de sa production est soumise à une convention collective prévoyant des salaires supérieurs au minimum légal et d'autres avantages. Aucune entreprise n'a toutefois pu affirmer si ces conventions collectives ont été conclues avec des syndicats indépendants ni indiquer ce qu'elles contiennent. D'autres entreprises ont indiqué ne pas encore avoir de résultats à présenter car elles n'ont commencé que récemment à analyser si des conventions collectives sont en vigueur chez leurs fournisseurs.

Certaines enseignes, dont Esprit, Inditex, H&M et Tchibo, ont fait référence à des accords-cadres internationaux avec IndustriALL. Ces coopérations semblent améliorer les formations et l'accès à la liberté d'association, et garantir, dans une certaine mesure, le traitement des réclamations.

Aucune entreprise n'a jusqu'à présent signé d'accord contraignant avec les travailleuses des pays exportateurs de vêtements au sujet d'augmentations de salaires chez les fournisseurs.

4 Conclusions



Nous avons pu trouver des indices indiquant qu'au moins une partie des employées chargées de la production perçoivent un salaire vital pour seulement 2 des 45 sociétés interrogées. Et cela s'applique pour seulement l'une de ces deux entreprises aux employées travaillant hors du pays où son siège est domicilié. Deux décennies de mesures volontaires et d'engagements à fort retentissement auprès du public n'ont eu quasiment aucun résultat.

La garantie d'un salaire vital doit être considérée comme une priorité et un engagement direct des enseignes de la mode, et non comme un objectif lointain souhaitable ou simplement facultatif. Les entreprises sont tenues d'assumer enfin leurs responsabilités : avec une plus grande transparence, des valeurs de référence du salaire vital et des plans d'action concrets, des accords contraignants et des stratégies d'achat adaptées en conséquence.

LES MESURES VOLONTAIRES SONT INSUFFISANTES

De nombreuses marques étudiées dans le présent rapport s'engagent depuis longtemps en faveur du salaire vital, certaines depuis plus de dix ans. Mais pour quels résultats ? Comme le présente ce rapport, quasiment aucun progrès significatif ne s'est encore concrétisé, et aucune entreprise ne peut prouver qu'un salaire vital est versé pour toutes les travailleuses de sa chaîne d'approvisionnement.

Une décennie d'initiatives volontaires n'a donc apporté, dans un délai raisonnable, aucune solution globale pour combler le fossé entre le niveau des salaires versés et celui du salaire vital. Par ailleurs, il existe dans l'industrie textile des exemples pionniers d'accords contraignants entre syndicats et enseignes de la mode, tels que l'Accord sur la sécurité des bâtiments au Bangladesh. Cette institution révolutionnaire a permis de nombreuses améliorations concrètes pour les travailleuses en un temps record. Des accords juridiquement contraignants, qui ne fonctionnent pas seulement sur une base volontaire, mais contraignent les entreprises à garantir le versement d'un salaire vital à travers leurs pratiques d'achat et leurs processus de négociations, pourraient aussi apporter les améliorations que la problématique des salaires demande de toute urgence. Les enseignes de la mode doivent œuvrer à la recherche de ces solutions.

DES VALEURS DE RÉFÉRENCE DU SALAIRE VITAL SONT ESSENTIELLES

Les grandes marques internationales n'ont pas tendance à évaluer le succès de leurs mesures par rapport à des valeurs de référence concrètes du salaire vital, mais plutôt à considérer les salaires issus de négociations collectives comme étant un salaire vital – alors que, dans l'industrie textile mondialisée, avec ses rapports de force inégalitaires et sa concurrence entre les lieux de production, des conventions collectives ne suffisent pas à assurer le versement d'un salaire vital (cf. étude de cas p. 11). Cette tactique permet aux enseignes de la mode de se targuer de succès apparents sur la voie du salaire vital avant que le niveau des salaires ne soit suffisant pour subvenir aux besoins d'une travailleuse et de sa famille. Un salaire vital est clairement

quantifiable, mais est soumis à des changements constants, tels que l'augmentation du coût de la vie. Il est nécessaire d'avoir comme objectifs clairs des valeurs de référence par rapport auxquelles les salaires effectivement versés peuvent être comparés, et permettant de contrôler régulièrement si les stratégies et mesures prises ont un réel impact ou doivent être adaptées. Les conventions collectives peuvent permettre d'avancer dans cette direction, mais elles ne doivent pas être considérées comme un objectif en soi.

LA TRANSPARENCE EST PRIMORDIALE

Il est urgent de renforcer la transparence afin que les déclarations des entreprises sur le salaire vital puissent être contrôlées dans les faits. Seuls des objectifs mesurables et des données concrètes peuvent permettre une supervision indépendante et donner aux travailleuses et aux consommateurs et consommatrices la possibilité de demander des comptes aux entreprises. Les marques doivent non seulement publier la liste de leurs fournisseurs, mais aussi communiquer des informations probantes permettant de comparer les salaires les plus faibles et les salaires moyens au minimum légal et au niveau du salaire vital. C'est là le seul moyen de connaître clairement la situation effective de l'industrie et de ses entreprises au regard de cette importante problématique. La population veut savoir si des progrès ont été réalisés, si des étapes ont été atteintes, et combien de travailleuses perçoivent un salaire vital grâce aux efforts déployés par les enseignes de la mode.

RECOMMANDATIONS

1. Les grandes marques et enseignes de la mode doivent prendre des mesures concrètes et mesurables tout au long de leur chaîne d'approvisionnement afin de s'assurer que les travailleuses perçoivent un salaire vital dans un délai raisonnable. Elles doivent en outre rendre des comptes en toute transparence sur les mesures et les progrès réalisés. La « *Roadmap to a Living Wage* »²⁴ présente les principaux domaines dans lesquels des actions sont requises.
2. Les grandes marques et enseignes de la mode devraient négocier et signer avec des instances de représentation du personnel des accords juridiquement contraignants comprenant notamment le paiement aux fournisseurs de prix d'achat nettement plus élevés. Faute de quoi les fournisseurs ne sont pas financièrement en mesure de verser des salaires qui permettent aux travailleuses et à leur famille de subvenir à leurs besoins fondamentaux.



Annexe 1 Évaluation des mesures intermédiaires (vue d'ensemble)

	Adidas	ALBIRO	ALDI	Amazon	CALIDA Group	Chicorée	Coop	C&A
1. Engagement à garantir un salaire vital								
1.1. L'entreprise s'engage-t-elle publiquement à ce qu'un salaire vital soit versé dans son réseau de fournisseurs ?	●	●	●	○	○	○	○	●
1.2. L'entreprise supervise-t-elle la mise en œuvre et le respect de cet engagement sur l'ensemble de son réseau de fournisseurs ?	○	●	○	○	○	○	○	●
2. Valeurs de référence du salaire vital								
2.1. L'entreprise utilise-t-elle des valeurs de référence concrètes pour le salaire vital ?	○	●	○	○	○	○	●	○
2.2. Les employées de la chaîne d'approvisionnement perçoivent-elles un salaire vital ?	○	○	○	○	○	○	○	○
3. Stratégie d'achat								
3.1. L'entreprise calcule-t-elle si le prix par article payé aux fournisseurs lui permettrait d'honorer son propre engagement en faveur du salaire vital ?	○	○	○	○	○	○	○	●
3.2. L'entreprise s'engage-t-elle auprès de ses fournisseurs à passer des commandes à long terme pour des volumes déterminés ?	●	●	○	○	●	○	●	●
3.3. L'entreprise s'efforce-t-elle de réduire le nombre de ses sous-traitants et de consolider sa propre chaîne d'approvisionnement ?	○	●	○	○	○	○	●	○
3.4. L'entreprise s'efforce-t-elle de limiter le recours à des agences de travail temporaire et à des contrats de travail à courte durée ?	○	○	○	○	○	○	○	○
4. Transparence								
4.1. L'entreprise publie-t-elle une liste de ses fournisseurs directs (1 ^{re} catégorie), avec adresse, structure de propriété, produits et effectifs, ainsi que de son réseau étendu de fournisseurs ?	●	○	○	○	○	○	○	○
4.2. L'entreprise publie-t-elle des informations sur les salaires actuellement versés aux employées de ses fournisseurs ?	○	○	○	○	○	○	○	○
5. Plan d'action (roadmap) pour la mise en œuvre d'un salaire vital								
5.1. L'entreprise a-t-elle publié une stratégie pour permettre le versement d'un salaire vital à toutes les travailleuses sur sa chaîne d'approvisionnement ?	○	○	○	○	○	○	○	○
5.2. À quelle échéance l'entreprise veut-elle garantir un salaire vital pour toutes les employées de ses fournisseurs ?*	○	○	○	○	○	○	○	○
6. Projets qui pourraient mener au versement d'un salaire vital								
6.1. L'entreprise participe-t-elle à des projets de salaire vital ayant le potentiel de faire augmenter les salaires jusqu'au niveau vital ?	○	○	○	○	○	○	○	○
6.2. Dans quelle mesure les salaires versés sur la chaîne d'approvisionnement ont-ils augmenté au cours des cinq dernières années grâce à des projets de salaire vital ?**	○	○	○	○	○	○	○	○
7. Interventions pour une augmentation du salaire minimum légal								
7.1. L'entreprise a-t-elle publiquement exprimé des revendications concrètes en faveur d'une augmentation du salaire minimum auprès de gouvernements et d'employeurs locaux, et s'est-elle assurée que les commandes ne soient pas passées dans un autre pays en raison de l'augmentation du salaire minimum ?	○	○	○	○	○	○	○	○
8. Liberté d'association								
8.1. Le droit à la liberté d'association et à des négociations collectives des fournisseurs et sous-traitants est-il clairement communiqué ?	○	○	○	○	○	○	○	○
8.2. L'entreprise exige-t-elle de ses fournisseurs des accords garantissant aux syndicats un accès aux fabriques (access agreements) ?	○	○	○	○	○	○	○	○
8.3. Les fournisseurs de l'entreprise accordent-ils à leurs employées le droit à des absences rémunérées pour des activités syndicales ?	○	○	○	○	○	○	○	○
8.4. Les fournisseurs de l'entreprise mettent-ils des locaux à disposition du personnel pour des activités syndicales ?	○	○	○	○	○	○	○	○
8.5. L'entreprise exige-t-elle de ses fournisseurs qu'ils rencontrent et négocient avec des syndicats indépendants ?	○	○	○	○	○	○	○	○
8.6. L'entreprise favorise-t-elle les fournisseurs qui soutiennent la création et le fonctionnement de syndicats indépendants ?	○	○	○	○	○	○	○	○
8.7. Y a-t-il un mécanisme accessible, indépendant et fiable permettant aux employées de déposer des réclamations en cas d'atteinte à la liberté d'association et au droit à des négociations collectives, puis d'en assurer le suivi ?	○	○	○	○	○	○	○	○
8.8. L'entreprise a-t-elle une procédure pour mettre un terme à ses relations avec un fournisseur si celui-ci ne soutient pas proactivement la liberté d'association ?	○	○	○	○	○	○	○	○
9. Dialogue et négociations avec les syndicats et organisations de défense du droit du travail								
9.1. L'entreprise peut-elle prouver que ses fournisseurs ont des conventions collectives qui ont été négociées avec des syndicats indépendants et prévoient le versement de salaires supérieurs au minimum légal ?	○	○	○	○	○	○	○	○
9.2. L'entreprise a-t-elle signé avec les travailleuses des pays producteurs des accords contraignants qui régissent les prix d'achat, des salaires supérieurs au minimum légal ou d'autres conditions de travail ?	○	○	○	○	○	○	○	○

	Decathlon	Esprit	Fruit of the Loom	GAP	Gucci	G-Star	Holy Fashion SA (Strellson SA)	Hugo Boss	H&M	Inditex	Intersport	KiK	Levi Strauss	Lidl	Mammut	Manor	Maus Frères SA	Groupe Migros	Nike	Nile	Odlo	Otto Group	Peek & Cloppenburg	PKZ	Primark	Puma	PVH	Remei SA	Sherpa Outdoor (OTTO'S SA)	Tally Weijl	Tchibo	Triumph International	Under Armour	UNIQLO (Fast Retailing)	Workfashion	Zalando	Zebra Fashion SA			
	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	○	⊗	●	●	○	⊗	○	⊗	●	○	○	○	⊗	●	●	○	○	○	⊗	⊗	⊗	⊗	○	○	○	●	○	○	⊗	⊗	○	○	1.	
	⊗	○	⊗	○	⊗	○	○	○	⊗	⊗	○	○	○	○	⊗	○	○	○	⊗	⊗	⊗	○	○	○	⊗	⊗	⊗	⊗	○	○	○	⊗	○	○	⊗	⊗	⊗	○	○	1.1.
	⊗	○	⊗	○	⊗	○	○	○	⊗	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	⊗	⊗	⊗	○	○	○	⊗	⊗	⊗	⊗	○	○	○	⊗	○	○	⊗	⊗	⊗	○	○	1.2.
	○	○	⊗	○	⊗	⊗	○	⊗	○	○	⊗	⊗	○	○	○	○	○	⊗	○	●	⊗	○	○	○	○	○	○	⊗	⊗	○	○	○	⊗	○	○	⊗	⊗	○	○	2.
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	⊗	○	●	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2.1.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	⊗	⊗	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2.2.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	⊗	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	⊗	○	○	○	○	○	3.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	⊗	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	⊗	○	○	○	○	○	3.1.	
	○	○	○	○	○	●	○	⊗	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	3.2.	
	⊗	●	○	○	○	⊗	○	○	●	○	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	⊗	⊗	⊗	○	○	○	○	⊗	⊗	○	○	○	○	○	3.3.		
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	3.4.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	4.	
	○	●	⊗	⊗	○	○	○	⊗	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	4.1.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	4.2.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	5.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	5.1.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	5.2.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	6.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	6.1.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	6.2.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	7.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	7.1.	
	○	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	○	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	○	⊗	○	○	⊗	○	⊗	⊗	○	○	○	8.		
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	8.1.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	8.2.	
	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	8.3.	
	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	8.4.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	8.5.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	8.6.	
	○	⊗	○	⊗	⊗	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	8.7.	
	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○</											

* 5.2. Signification différente de la légende : aucune échéance/aucune information, une certaine échéance, échéance appropriée (max. 10 ans)

**6.2. Signification différente de la légende : aucune augmentation significative/pas d'information, un peu, de façon significative (de plus de 50 %)

Annexe 2 Profil des entreprises

ADIDAS

Marques : Adidas, Reebok

Principaux pays de production : vêtements : Chine (19 %), Cambodge (24 %), Vietnam (18 %) ; chaussures : Vietnam (42 %), Indonésie (28 %), Chine (18 %)

Nombre de fournisseurs directs / sites de production :
750 fournisseurs

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Adidas a déclaré que son approche en faveur de « salaires justes » consiste à s'assurer que les prix payés aux fournisseurs permettent de couvrir le salaire minimum et les prestations minimales prévues par la loi, ou des salaires négociés dans le cadre de conventions collectives. L'entreprise s'engage auprès des gouvernements en faveur de la fixation d'un salaire minimum qui tienne compte du coût de la vie des travailleuses. Elle entretient des relations stables et à long terme avec ses fournisseurs, réalise des audits et prend des mesures pour le paiement des salaires et la promotion de la liberté d'association. Elle demande aux fournisseurs d'améliorer le dialogue social et de prendre part à des négociations collectives.

COMMENTAIRE :

Il est décevant qu'une entreprise aussi influente qu'Adidas n'ait toujours pas développé de plan d'action clair en faveur de l'augmentation des salaires versés par ses fournisseurs. Nous n'avons trouvé aucune preuve d'initiatives visant à combler le fossé entre le salaire minimum et le salaire vital. Adidas affirme que sa stratégie renforce le bon fonctionnement du dialogue social, mais n'a pas pu attester de l'existence de conventions collectives sur sa chaîne d'approvisionnement. Adidas a également affirmé soutenir l'augmentation du salaire minimum, mais lors des négociations sur le salaire minimum au Bangladesh en 2018, l'entreprise n'a publié aucune déclaration de soutien. Nous encourageons Adidas à revoir son engagement à ce sujet, à se référer à des valeurs de référence du salaire vital pour sa politique d'achat et à présenter un plan d'action. Adidas devrait en outre collaborer avec d'autres marques pour négocier et signer avec des instances de représentation du personnel des accords salariaux juridiquement contraignants afin de mettre en pratique son engagement en faveur du salaire vital.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)



Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)



Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)



Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)



Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)



○ non/aucune information ◐ en partie ● oui

ALBIRO SA

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : ALBIRO, marsum, Wikland et solida

Principaux pays de production : Macédoine et Maroc

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
26 fournisseurs et sous-fournisseurs

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

ALBIRO s'engage en faveur du versement d'un salaire vital qui permette de subvenir aux besoins d'une famille, couvre ses besoins humains fondamentaux et doit être perçu sans heures supplémentaires. En tant que membre de la Fair Wear Foundation (FWF), ALBIRO se base sur l'échelle salariale de la FWF avec différentes valeurs de référence du salaire vital, et contrôle également, à l'aide d'audits de la FWF, la différence entre ces valeurs et les salaires effectivement versés.

COMMENTAIRE :

ALBIRO a de la réticence à communiquer au sujet des défis rencontrés dans l'introduction d'un salaire vital et ne publie aucune information sur les salaires versés par ses fournisseurs. Depuis 2018, ALBIRO mène un projet pilote visant à augmenter les salaires chez l'un de ses fournisseurs en Macédoine. La contribution de ce projet à une augmentation significative des salaires jusqu'au niveau vital n'est toutefois pas évidente ; l'entreprise affirme néanmoins qu'elle le poursuivra. ALBIRO entretient des relations durables avec la majorité de ses fournisseurs, mais il ressort du rapport de performances des marques de la FWF que l'entreprise se repose en partie sur des agences de travail temporaire et a des difficultés à mettre en œuvre les normes de la FWF chez ses fournisseurs. ALBIRO affirme vouloir réduire à 0 % sa collaboration avec des agences de travail temporaire d'ici à 2021. Nous recommandons à ALBIRO de continuer à consolider sa chaîne d'approvisionnement et de s'assurer en particulier que le code de conduite de la FWF soit appliqué par tous ses fournisseurs. ALBIRO devrait développer et publier un plan d'action qui permette une stratégie claire d'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau du salaire vital sous un délai donné. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input checked="" type="radio"/> oui	

ALDI (NORD ET SÜD)²⁵

Marques : ALDI

Principaux pays de production : Bangladesh, Chine, Turquie, Pakistan

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
171 principaux sites de production

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

ALDI affirme : « Dans le cadre de cette initiative [initiative de partenariat de l'alliance pour un textile durable, n.d.l.r.], des entreprises comme ALDI a) analyseront et adapteront leurs pratiques d'achat pour améliorer les conditions de travail sur les sites de production à travers monde et b) travailleront à l'introduction d'un salaire vital au Cambodge. »

COMMENTAIRE :

Dans l'évaluation de 2014, nous avons estimé que le projet « Factory Advancement » d'ALDI était une méthode intéressante pour la mise en œuvre d'approches de type « *beyond audit* » (au-delà de l'audit). Bien que des progrès semblent avoir eu lieu dans le système de rémunération des fabriques concernées, il manque encore des chiffres concrets pour connaître le succès du projet en matière d'augmentation des salaires. Comme le programme ACT, l'initiative de partenariat « Living Wages » de l'alliance pour un textile durable promet certes une augmentation des salaires dans certains pays producteurs (dans ce cas, le Cambodge), mais ne prévoit aucune stratégie globale assortie d'un calendrier concret et transparent. ALDI Nord et ALDI Süd devraient élaborer des directives pour le salaire vital à partir de la méthodologie du coût de la vie afin de mesurer et de pouvoir prouver si et comment les projets menés ont concrètement permis des augmentations salariales. Les entreprises devraient en outre collaborer avec d'autres marques pour négocier et signer avec des instances de représentation du personnel des accords salariaux juridiquement contraignants afin d'honorer leur engagement en faveur du salaire vital.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
non/aucune information en partie oui	

AMAZON (PROPRES MARQUES)

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : plus de 70 marques de vêtements et chaussures, dont Amazon Essentials

Principaux pays de production : pas de réponse

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Aucune déclaration

COMMENTAIRE :

Nous n'avons pu identifier chez Amazon aucune politique en faveur du salaire vital et son code de conduite pour les fournisseurs ne mentionne nulle part que les salaires versés doivent être suffisants pour couvrir les besoins fondamentaux des travailleuses. Il est choquant de constater qu'un acteur si puissant sur le marché et au poids économique si important assume si peu de responsabilité pour le respect des droits humains de la part de ses fournisseurs et ne donne aucune priorité à une problématique si importante. Amazon doit enfin assumer ses responsabilités, s'assurer que son modèle d'affaires tienne compte des coûts de main-d'œuvre et du coût de la vie des travailleuses qui produisent ses articles, et déployer des efforts en faveur de mesures juridiquement contraignantes pour qu'un salaire vital soit versé sur sa chaîne d'approvisionnement.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

CALIDA Group

Marques : CALIDA, AUBADE, MILLET, EIDER, LAFUMA Outdoor, LAFUMA MOBILIER et OXBOW

Principaux pays de production : Hongrie, Bulgarie et Roumanie (total : 83 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 30 à 36

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

CALIDA Group fait référence à amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. CALIDA Group ne s'engage pas à garantir un salaire vital. Dans ses réponses, le groupe n'indique aucunement avoir une stratégie globale et un calendrier clair pour qu'un salaire vital soit versé chez tous ses fournisseurs. Parmi les produits de la marque CALIDA, 70 % sont certifiés « Made in Green », mais cela ne prévoit aucune approche systématique pour l'augmentation des salaires jusqu'au niveau vital.

COMMENTAIRE :

Comme nous l'avons constaté dans l'Évaluation des entreprises de 2014, rien ne prouve que CALIDA Group s'engage suffisamment pour l'amélioration de la situation salariale sur sa propre chaîne d'approvisionnement et pour l'augmentation des salaires jusqu'au niveau vital. Nous constatons une différence entre la marque CALIDA et les autres marques du groupe. La marque CALIDA semble répondre à des standards plus élevés. CALIDA Group ne publie aucune information sur les salaires, mais nous a fait part d'un niveau de salaire moyen sur les sites de production de la marque CALIDA qui est nettement supérieur au sa-

laire minimum du pays concerné. Cependant, le groupe n'a pas répondu à notre demande de précisions sur les heures supplémentaires, les salaires les plus bas dans les usines et la part des salaires, ce qui nous empêche d'évaluer les informations fournies. Nous encourageons CALIDA Group à communiquer de façon transparente sur les salaires versés sur les sites de production de ses articles.

Avec une grande proportion de production dans ses propres ateliers, des relations durables avec ses fournisseurs (dix ans pour 80 % d'entre eux) et une structure de fournisseurs consolidée, CALIDA Group réunirait de bonnes conditions pour s'engager en faveur de l'amélioration de la situation salariale et de l'augmentation des salaires jusqu'au niveau vital. CALIDA Group ne peut pas rejeter sur amfori BSCI sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, mais doit être plus actif à cet égard : pour ce faire, le groupe doit déjà s'engager à garantir le versement d'un salaire vital. De plus, il doit analyser ses propres pratiques d'achat et adapter ses structures de prix et ses chaînes d'approvisionnement pour permettre l'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une première étape importante en ce sens.

CALIDA GROUP

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

CHICORÉE

Marques : Chicorée

Principaux pays de production : Chine (40 %), Europe (sans précision, 20 %), Bangladesh (20 %), Inde (10 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
Chine (10 à 20), Europe (10 à 15), Bangladesh (5 à 10), Inde (3 à 5)

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Chicorée fait référence aux audits d'amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. Chicorée ne s'engage pas à garantir un salaire vital, ce qui est insuffisant. Dans ses réponses, Chicorée n'indique aucunement avoir une stratégie globale et un calendrier clair pour qu'un salaire vital soit versé chez tous ses fournisseurs.

COMMENTAIRE :

En réponse au questionnaire de l'Évaluation des entreprises de 2014, Chicorée a fait part de mesures de mise en œuvre du salaire vital. Cette affirmation semble toutefois n'avoir été suivie d'aucune mesure concrète au cours des cinq dernières années. Jusqu'à présent, Chicorée ne s'est jamais engagée en faveur du salaire vital. Plutôt que de se référer uniquement à des initiatives d'entreprises volontaires comme amfori BSCI, Chicorée doit enfin s'engager en faveur d'une augmentation des salaires jusqu'au niveau vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

COOP

Marques : Naturaline, Nulu, Sergio. Remarque : les produits de la marque Naturaline sont en partie produits par Remei SA (cf. profil de Remei SA p. 70)

Principaux pays de production : Chine (40 %), Inde (10 %), Europe (sans précision, 10 à 15 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Pour la production de sa propre marque, Coop fait référence aux deux certifications SA 8000 et amfori BSCI. Parmi les produits Naturaline, 60 % sont fabriqués dans des usines certifiées SA 8000. Lors des audits SA 8000, les salaires versés ne sont pas comparés aux estimations du salaire vital spécifiques aux usines. Pour les autres marques propres à l'entreprise, les fournisseurs sont pour la plupart audités par amfori BSCI. En choisissant les normes BSCI, Coop ne s'engage aucunement à garantir un salaire vital. L'entreprise indique par ailleurs se baser sur les valeurs de référence du salaire vital selon la méthode Anker (lire p. 7) en Inde et en Chine, et se fixer comme première étape de se pencher sur l'écart avec le salaire vital.

COMMENTAIRE :

La comparaison entre les salaires versés et des valeurs de référence concrètes du salaire vital pour une partie des pays producteurs – à savoir la Chine et l'Inde – constitue un point de départ pour l'engagement en faveur du salaire vital. Selon les déclarations de Coop, ces données servent de base au dialogue

avec les fournisseurs sur l'augmentation des salaires. Toutefois, l'entreprise ne publie ni les informations issues des audits, ni l'évolution des salaires chez ses fournisseurs. Elle doit faire preuve de plus de transparence pour permettre de comprendre où elle en est, et quelles mesures concrètes elle prend.

Comme nous le constatons déjà dans l'Évaluation des entreprises de 2014, il y a des disparités entre les différentes marques de Coop. Naturaline répond – du moins en partie – à des standards relativement plus élevés. Selon ses propres dires, Coop s'engage auprès d'amfori BSCI pour un renforcement de la question du salaire vital. Mais l'entreprise ne peut pas rejeter sur des entités externes sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, mais doit être plus active à cet égard. Elle doit notamment s'engager à garantir un salaire vital sur l'ensemble de ses produits, et non sur certaines lignes uniquement. Au-delà de l'analyse des écarts salariaux, qui est en partie déjà réalisée, Coop devrait publier une stratégie pour le salaire vital assortie d'objectifs concrets et mesurables, ainsi que d'un calendrier. Elle devrait également analyser ses propres pratiques d'achat et adapter ses structures de prix et ses chaînes d'approvisionnement afin de permettre une augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

C&A

Marques : Angelo Litrico, C&A, Clockhouse, Here+There, Palomino, Rodeo, Westbury, Yessica et Your Sixth Sense

Principaux pays de production : Bangladesh (31,9 %), Chine (16,2 %), Brésil (14,2 %), Inde (7,2 %), Cambodge (7,8 %), Turquie (5,8 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
722 fournisseurs avec plus de 1600 sites de production

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune preuve de valeurs de référence salariales n'a été présentée. Selon C&A, 36 % des employées sont soumises à une convention collective qui calculerait le niveau du salaire vital.

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

C&A participe au programme ACT et collabore avec un groupe d'enseignes pour établir des conventions collectives sectorielles dans certains pays producteurs.

COMMENTAIRE :

Comme nous l'indiquons dans le présent rapport (p.13), le programme ACT n'est pas une stratégie globale assortie d'un calendrier concret et transparent pour la mise en œuvre d'un salaire vital. Compte tenu du modèle économique mondial et des inégalités dans les rapports de force entre les partenaires sociaux, les négociations salariales nationales peuvent durer longtemps et des doutes subsistent sur leur aptitude à atteindre le niveau du salaire vital. C&A devrait se référer à des valeurs de référence du salaire vital sur la base du coût de la vie et les comparer aux salaires versés. Ce n'est qu'ainsi que le succès du programme ACT pourrait être vérifié. C&A devrait fixer ses prix en calculant les coûts sur la base de valeurs de référence du salaire vital (*ring-fencing labour costs*) et s'engager en faveur de mesures juridiquement contraignantes pour qu'un salaire vital soit versé sur sa chaîne d'approvisionnement.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	●
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	●
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	○
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	◐
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	○
○ non/aucune information ◐ en partie ● oui	

DECATHLON

Marques : Aptonia, Artengo, B'Twin, Caperlan, Domyos, Fouganza, Geologic, Geonaute, Inesis, Kalenji, Kipsta, Nabaiji, Newfeel, Orao, Outshoc, Oxelo, Quechua, Simond, Solognac, Subea, Tribord, Wed'ze

Principaux pays de production : Asie du Nord (49,8 %), Asie du Sud-Est (16,9 %), Europe (16,2 %), Asie du Sud-Ouest (14,3 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 1090 fournisseurs (1^{re} catégorie) et 314 sous-fournisseurs

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :









Decathlon a un programme de contrôle qui surveille le versement d'un salaire minimum ou conforme aux conventions collectives. Selon Decathlon : « Les fournisseurs de Decathlon doivent verser aux travailleuses un salaire et des prestations justes qui couvrent leurs besoins fondamentaux et ne soient pas inférieurs au minimum national, sectoriel ou fixé par convention collective. »

COMMENTAIRE :

Decathlon n'a mentionné aucune initiative qui ait fait nettement augmenter les salaires des travailleuses, et n'a présenté aucun plan clair pour garantir un salaire vital, ce qui est décevant. Son approche est basée sur des audits et des formations visant à améliorer les qualifications et la productivité des travailleuses. Cela a permis une augmentation salariale d'un maximum de 10 % chez un fournisseur clé. Decathlon ne devrait plus rejeter sur les fournisseurs sa responsabilité en matière de garantie d'un salaire vital, et assumer les responsabilités que ses propres pratiques d'achat ont sur la fixation des salaires. Decathlon devrait en outre collaborer avec d'autres marques pour négocier et signer avec des instances de représentation du personnel des accords salariaux juridiquement contraignants afin d'honorer son engagement en faveur du salaire vital.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
 non/aucune information  en partie  oui	

ESPRIT

Marques : Esprit, edc

Principaux pays de production : Chine (35 %),
Bangladesh (28 %), Turquie (8 %), Inde (5 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
188 « master suppliers » ; 444 sites de confection (1^{re} catégorie) ;
env. 750 sous-fournisseurs

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :









Esprit garantit dans son *Supplier code of conduct* (code de conduite pour fournisseurs) une rémunération suffisante pour couvrir les besoins fondamentaux d'une famille. L'enseigne est affiliée au programme ACT et a conclu un accord-cadre international avec la fédération syndicale internationale IndustriALL. « Esprit collecte les données salariales de ses régions de production afin de comprendre combien le personnel perçoit effectivement et quels sont les coûts des besoins fondamentaux. » Esprit utilise pour ce faire des outils tels que des échelles salariales et le *Fair Remuneration Scan* d'amfori BSCI pour le calcul du « salaire vital ».

COMMENTAIRE :

Selon l'approche d'amfori BSCI, le salaire vital n'est pas considéré comme une obligation contraignante, mais seulement comme un objectif souhaitable, ce qui n'est pas suffisant. L'entreprise ne présente aucune indication ni preuve concrète, comme par exemple une convention collective en vigueur chez les fournisseurs, des valeurs de référence du salaire vital ou des déclarations publiques adressées aux gouvernements revendiquant une augmentation significative des salaires, et surtout aucune preuve d'augmentations concrètes des salaires. Comme nous l'avons déjà indiqué, les initiatives volontaires mentionnées par Esprit ne permettent pas des progrès significatifs vers une augmentation des salaires, mais mènent seulement à des solutions isolées et limitées. Nous recommandons à Esprit de publier un plan de mesures et d'actions concrètes et un engagement en faveur d'un accord juridiquement contraignant pour un salaire vital.

ESPRIT

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
 non/aucune information  en partie  oui	

FAST RETAILING (UNIQLO)

Marques : UNIQLO, J Brand, Theory, Helmut Lang et Comptoir des Cotonniers

Principaux pays de production : Chine, Vietnam, Bangladesh, Indonésie

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : au moins 576 fabriques (1^{re} catégorie)

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Fast Retailing collabore avec le programme « Fair Compensation » de la FLA : « Fast Retailing collecte actuellement des données salariales à l'aide des outils et des valeurs de référence de la FLA dans un ensemble de fabriques en Chine, au Bangladesh, au Vietnam et au Cambodge. Une analyse est en cours pour identifier les lacunes dans la garantie d'un salaire vital [...]. Sur la base de cette analyse, Fast Retailing va étendre et développer son programme en faveur d'une juste rémunération des travailleuses. »

COMMENTAIRE :

Nous n'avons trouvé aucune preuve d'initiatives en faveur d'une augmentation des salaires des travailleuses. UNIQLO utilise des outils de la FLA pour analyser les différences entre les salaires versés et le niveau du salaire vital, et déclare utiliser ces données pour développer un programme visant à atteindre un niveau de rémunération juste pour les travailleuses. Nous nous réjouissons de la mise en œuvre d'un tel programme et encourageons UNIQLO à mettre ses propres pratiques d'achat au cœur de son travail. UNIQLO devrait négocier et signer des accords salariaux juridiquement contraignants avec des instances de représentation du personnel pour honorer son engagement en faveur du salaire vital. Nous n'avons constaté aucun progrès jusqu'à présent, et des mesures doivent être prises.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

FRUIT OF THE LOOM

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Brooks, Spalding, Fruit of the Loom, Funpals, Russell Athletic, Screen Stars et Underoos

Principaux pays de production : Bangladesh, Chine, Salvador, Inde, Indonésie, Mexique, Pakistan

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : env. 400

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Fruit of the Loom indique sur son site web qu'elle collabore avec le programme « Fair Compensation » de la FLA : « Lorsque la rémunération ne permet pas de couvrir les besoins fondamentaux des travailleuses tout en laissant un certain montant disponible, les fournisseurs collaboreront avec la Fair Labor Association pour prendre des mesures adéquates afin d'atteindre un niveau de rémunération permettant de subvenir aux besoins des travailleuses. »

COMMENTAIRE :

Fruit of the Loom s'est engagée à faire en sorte que les salaires des travailleuses soient suffisants pour couvrir leurs besoins fondamentaux. Mais rien ne prouve que l'entreprise ait une stratégie pour mettre cet engagement en pratique. Il semble jusqu'à présent que cette responsabilité soit rejetée sur les fournisseurs. Le programme de la FLA pour une juste rémunération peut certes donner à Fruit of the Loom des outils pour se faire une meilleure idée de l'écart entre les salaires versés et le niveau du salaire vital, mais un plan est toutefois nécessaire pour combler cet écart, en commençant par une adaptation des pratiques d'achat. Fruit of the Loom devrait garder à l'esprit que les initiatives volontaires n'apportent qu'une aide limitée et non une solution pour atteindre le niveau du salaire vital. L'entreprise devrait mettre en œuvre des accords juridiquement contraignants pouvant être signés avec des instances de représentation du personnel pour atteindre un salaire vital. Aucun progrès n'a été encore été réalisé dans ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

GAP

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Athleta, Banana Republic, GAP, Hill City, Intermix et Old Navy

Principaux pays de production : Bangladesh, Chine, Cambodge, Inde, Indonésie, Sri Lanka, Vietnam

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
env. 800 sites de production autorisés

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :









GAP n'a pas de programme clair concernant la question des salaires. L'entreprise affirme : « Nous demandons des fournisseurs qu'ils versent au moins le salaire minimum légal ou le salaire sectoriel, en fonction de celui qui est le plus élevé [...]. Nous reconnaissons que la responsabilité pour cette question importante ne peut être assumée que de façon collective, et que nos pratiques d'achat peuvent avoir une influence sur les salaires du personnel de notre chaîne d'approvisionnement. »

COMMENTAIRE :

Compte tenu du fait que GAP affirme depuis plus de 15 ans s'assurer que les salaires soient suffisants pour couvrir les besoins fondamentaux des travailleuses, il est choquant que l'entreprise n'ait fait aucun progrès dans la mise en œuvre concrète de cet engagement. GAP contrôle si le salaire minimum est versé, mais l'entreprise ne semble pas reconnaître la différence entre le salaire minimum légal et un salaire suffisant pour vivre et subvenir aux besoins d'une famille. Comme première étape, GAP devrait publiquement rendre compte de la différence entre les salaires versés et le niveau du salaire vital, afin de publier ensuite un plan d'action pour combler cet écart. Comme les mesures volontaires n'ont pour l'instant donné aucun résultat, nous recommandons à GAP de signer un accord salarial juridiquement contraignant avec des instances de représentation du personnel afin d'honorer son engagement en faveur du salaire vital. Le code de conduite des fournisseurs de GAP comprend également un engagement à payer des prix nettement plus élevés aux fournisseurs afin qu'ils disposent des moyens financiers pour verser un salaire vital. Nous n'avons constaté aucun progrès jusqu'à présent, et des mesures doivent être prises.

GAP

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
 non/aucune information  en partie  oui	

GUCCI

Marque : Gucci

Principal pays de production : Italie (environ 95 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 3438

(ce chiffre est celui de l'ensemble du groupe Kering, dont fait partie Gucci aux côtés, notamment, de Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga et Brioni)

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

En partie seulement. Gucci indique que 95 % de ses fournisseurs sont basés en Italie et qu'ils versent tous un salaire négocié dans le cadre d'une convention collective nationale. Mais ce montant ne correspond à un salaire vital que dans un nombre limité de cas (cf. note de bas de page n° 17, p. 80).

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :










Outre des audits internes, Gucci est membre de Social Accountability International (SAI) et nous a indiqué avoir contribué à la définition de valeurs de référence du salaire vital en collaboration avec la coalition Global Living Wage. L'entreprise affirme par ailleurs : « Avec le soutien de BSR (Business for Social Responsibility, n.d.l.r.) et du Fair Wage Network, nous travaillons à l'élaboration d'une base de données solide pour des salaires vitaux qui s'appuie sur une approche locale et inclut des données de gouvernements et d'ONG. »

COMMENTAIRE :

En Italie, où Gucci affirme faire produire une grande partie de ses articles, la question du salaire vital est toujours d'une grande actualité. Dans les industries à bas salaire du pays, les « travailleurs pauvres » sont un véritable problème. Notre comparaison des salaires versés en vertu de la convention collective CCNL avec le seuil de pauvreté montre que Gucci devrait vérifier si les salaires

versés par ses fournisseurs sont suffisants sur tous les sites pour couvrir les besoins fondamentaux des travailleuses et de leur famille. Veiller au respect de la CCNL à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement en Italie, en particulier à partir du 2^e niveau, où l'économie informelle est la plus répandue, constitue assurément un grand défi. Gucci n'a pas été en mesure de nous informer de mesures prises dans ce sens. Gucci a par ailleurs donné peu d'informations sur sa production en Europe de l'Est et du Sud et dans d'autres pays où les conditions et les salaires sont encore pires – voir le rapport de la CCC *Europe's Sweatshops*²⁶, qui traite notamment de la production de Gucci en Serbie et en Hongrie. Gucci n'a fait état d'aucune valeur de référence ou de stratégie pour le salaire vital dans ces pays, et nous supposons que l'entreprise minimise le volume de sa production qui y est fabriqué.

Nous encourageons Gucci à ne pas seulement déterminer le salaire vital dans son projet de base de données, mais à aller plus loin pour intégrer des salaires nettement plus élevés dans la fixation de ses prix. Ce n'est qu'ainsi qu'elle s'assurera que les fournisseurs soient en mesure de verser des salaires d'un bon niveau dans tous les pays producteurs et à tous les niveaux de la sous-traitance. Dans la plupart des régions de production, les mesures volontaires n'ont pas tenu leurs promesses de versement d'un salaire vital. C'est pourquoi Gucci devrait envisager de négocier et de signer des accords juridiquement contraignants avec des instances de représentation du personnel afin de garantir un salaire vital – en particulier pour la production de ses articles hors d'Italie. Cela est directement lié à la promesse de payer aux fournisseurs des prix nettement plus élevés afin de couvrir le niveau du salaire vital.

<div>  </div>	
Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).	
Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
<div>  non/aucune information  en partie  oui </div>	

G-STAR RAW

Marques : G-Star RAW

Principaux pays de production : Chine (37 %),
Bangladesh (28 %), Vietnam (16 %), Inde (15 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
24 fournisseurs, 32 fabriques

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

G-Star RAW n'a pas réalisé d'étude des salaires sur sa chaîne d'approvisionnement afin de mettre en évidence les lacunes et de développer une stratégie pour les combler. G-Star RAW déclare : « La responsabilité de l'évolution des salaires repose en premier lieu sur le gouvernement, mais nous sommes convaincus que nous pouvons avoir une incidence positive [...]. Le développement d'une approche à long terme pour la mise en œuvre d'un salaire vital – et la recherche de partenaires appropriés pour son introduction généralisée – est l'une de nos principales priorités pour l'année 2019. »

COMMENTAIRE :

Il est positif que G-Star RAW compare les salaires versés chez ses fournisseurs avec les valeurs de référence du salaire vital et envisage des mesures pour améliorer la situation, mais cela n'est pas suffisant. G-Star RAW devrait prendre ses propres pratiques d'achat comme point de départ et inclure les coûts de main-d'œuvre basés sur le coût de la vie dans le calcul de ses prix (*ring-fencing labour costs*). Aucune marque ne semble avoir fait de grands progrès sur les salaires avec des mesures volontaires. Si une entreprise souhaite vraiment apporter une contribution positive, elle devrait négocier et signer des accords salariaux juridiquement contraignants avec des instances de représentation du personnel afin d'atteindre le niveau du salaire vital, tout en s'engageant à payer des prix nettement plus élevés à ses fournisseurs.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)



Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)



Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)



Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)



Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)



○ non/aucune information ◌ en partie ● oui

HOLY FASHION GROUP

(STRELLSON SA)

Marques : Strellson, JOOPI, Windsor

Principaux pays de production : Europe, Extrême-Orient
(sans précision)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 83

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

HOLY FASHION GROUP fait référence à amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. HOLY FASHION GROUP ne s'engage pas à garantir un salaire vital et rien n'indique dans ses réponses que l'entreprise ait une stratégie globale pour atteindre un salaire vital chez tous ses fournisseurs sous un certain délai.

COMMENTAIRE :

Comme pour l'Évaluation des entreprises de 2014, nous n'avons pu constater aucun véritable engagement de la part de HOLY FASHION GROUP pour l'amélioration de la situation salariale sur sa propre chaîne d'approvisionnement. HOLY FASHION GROUP doit s'engager à garantir un salaire vital, analyser ses propres pratiques d'achat et adapter ses structures de prix et sa chaîne d'approvisionnement pour permettre une augmentation progressive en direction du salaire vital. HOLY FASHION GROUP ne peut pas rejeter sur amfori BSCI sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains. L'entreprise doit mener un travail cohérent et systématique pour s'assurer, au-delà de son statut de membre d'amfori BSCI, que les droits de toutes les travailleuses soient respectés sur sa chaîne d'approvisionnement, y compris le droit à un salaire vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des syndicats peuvent constituer une première étape importante en ce sens.

HOLY **strellson**
FASHION GROUP

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

HUGO BOSS

N.B. : la marque n'a pas répondu à notre questionnaire sous le délai qui lui était imparti. Nous avons inclus dans cette version complétée les réponses reçues tardivement. C'est pourquoi la présente évaluation diffère légèrement de celle publiée dans la version anglaise, TAILORED WAGES 2019, pour laquelle les informations n'étaient pas encore disponibles.

Marques : Boss, Hugo

Principaux pays de production : Turquie (25 %), Chine (20 %), Italie (7 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 111 ; propres usines 17 %, fournisseurs directs 83 %

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :









Hugo Boss se targue d'être membre de l'alliance pour un textile durable et de son initiative pour un salaire vital. L'enseigne mentionne un projet pilote mené chez un fournisseur bulgare pour faire augmenter les salaires ; le résultat serait qu'une « approche unilatérale de la marque ne serait pas bénéfique ».

COMMENTAIRE :

Hugo Boss ne donne aucune information sur les mesures concrètes – et leurs effets sur les salaires – qui ont été prises dans le cadre de l'alliance pour un textile durable ou de projets pilotes. Cela est décevant et inacceptable pour une marque si renommée, d'autant qu'elle serait en bonne position compte tenu du fait qu'elle produit une grande partie de ses articles dans ses propres usines et qu'elle évite les agents de production. Hugo Boss doit mettre en œuvre sa promesse et ses engagements en faveur du salaire vital, de la liberté d'association et du droit aux négociations collectives. Pour ce faire, elle devrait négocier et signer avec des instances de représentation du personnel des accords juridiquement contraignants pour le respect du salaire vital, en prévoyant des conditions d'achat permettant le versement d'un salaire vital. Nous n'avons constaté aucun progrès jusqu'à présent, et des mesures doivent être prises.

BOSS
HUGO BOSS

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
 non/aucune information  en partie  oui	

H&M

Marques : H&M, COS, Monki, Weekday, & Other Stories, Cheap Monday, ARKET et Afound

Principaux pays de production : Bangladesh, Cambodge, Chine, Inde, Indonésie, Myanmar, Turquie

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 751 fournisseurs (1^{re} catégorie)

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

H&M présente publiquement des informations sur les salaires moyens versés et les compare au salaire minimum en vigueur, mais aucun de ces salaires n'est d'un niveau vital.

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

L'approche de H&M se base sur la méthodologie du Fair Wage Network : amélioration des systèmes de gestion des salaires chez des fournisseurs stratégiques, renforcement des travailleuses et amélioration des stratégies d'achat. La marque participe également au programme ACT pour des conventions collectives dans certains pays producteurs.

COMMENTAIRE :

Malgré ses nombreuses prises de position publiques en faveur de la garantie d'un salaire vital pour le personnel de sa chaîne d'approvisionnement, H&M est encore loin d'avoir atteint cet objectif. Par rapport à d'autres marques, H&M a bien avancé à travers son engagement et ses comptes rendus publics sur ses prestations. Mais les rapports ne comparent pas les salaires versés à des valeurs de référence du salaire vital, mais seulement au salaire minimum en vigueur. Il y a toujours une différence significative entre les salaires versés et le niveau du salaire vital. Nous ne serions pas aussi critiques si H&M n'avait pas publiquement affirmé avoir atteint l'objectif de façon si démonstrative. Certains petits progrès ont certes été réalisés, mais l'entreprise n'a toujours pas présenté de plan qui rende réaliste l'atteinte d'un salaire vital. H&M participe à l'initiative ACT avec IndustriALL et d'autres enseignes, ce qui peut permettre des augmentations de salaires, mais on ne sait pas encore dans quelle mesure, et il semble improbable qu'elles permettent d'atteindre le niveau vital. H&M devrait déterminer des valeurs de référence du salaire vital et les utiliser pour les contrôles de suivi du programme ACT, pour la fixation de ses prix et pour sa communication publique. Compte tenu des résultats décevants des initiatives volontaires, H&M devrait en tout premier lieu négocier et signer des accords salariaux juridiquement contraignants avec des instances de représentation du personnel afin d'honorer son engagement en faveur du salaire vital.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	●
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	●
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	●
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	◐
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	○
○ non/aucune information ◐ en partie ● oui	

INDITEX (ZARA)

Marques : Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho et Uterqüe

Principaux pays de production : Turquie, Portugal, Espagne, Maroc (qui totalisent 57 %), ainsi que Inde, Bangladesh, Vietnam, Cambodge, Chine, Pakistan, Argentine, Brésil

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 1824 fournisseurs (1^{re} catégorie) et 7210 sites de production

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication. Inditex affirme que, selon sa nouvelle méthode d'audit, 3532 sites de production versent un salaire vital. Mais l'entreprise ne présente aucune valeur de référence du salaire vital qui confirme cette déclaration. La façon dont ce chiffre a été calculé n'est pas claire non plus.

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Selon Inditex : « La stratégie d'Inditex pour un salaire vital se base sur cinq piliers qui encouragent et soutiennent les négociations pour des salaires justes : promotion des conventions collectives ; pratiques d'achat responsables ; amélioration des méthodes et systèmes de production ; collaboration avec d'autres parties prenantes et soutien de campagnes. » Inditex participe également au programme ACT.

COMMENTAIRE :

L'affirmation d'Inditex selon laquelle 3532 fabriques versent déjà un salaire vital est intéressante, mais l'entreprise n'a pas pu présenter de valeurs de référence du salaire vital pour la corroborer (elle a affirmé en fin de compte qu'elle n'a pas de valeur de référence). Aucune information n'a en outre été donnée sur la méthode de calcul – et ce bien que nous en ayons demandé à

plusieurs reprises. Nous ne voyons pas vraiment comment l'entreprise peut mesurer un salaire vital sans le définir. Faute de preuves, compte tenu du fait que la plupart des autres enseignes de la mode ont indiqué que 0 % de leurs fournisseurs versaient un salaire vital, et sachant que de nombreuses fabriques travaillent pour plusieurs marques, nous ne pouvons que remettre en question l'affirmation d'Inditex. Nous invitons l'entreprise à publier les valeurs de référence du salaire vital sur lesquelles se basent ses audits, à en expliquer la méthode de calcul, et à apporter les preuves de son affirmation en présentant les salaires effectivement versés. En outre, Inditex a mentionné de nombreux programmes menés en collaboration avec diverses parties prenantes, dont l'accord-cadre international avec IndustriALL et la collaboration avec l'OIT. Le programme ACT a été mentionné à plusieurs reprises comme outil principal visant à garantir un salaire vital. Comme nous l'avons déjà indiqué, nous estimons que le processus ACT peut certes faire augmenter les salaires dans certains pays, mais nous ne sommes pas convaincus qu'il puisse combler l'écart considérable entre les salaires actuellement versés et le niveau du salaire vital. Le programme ACT ne présente par ailleurs aucune stratégie permettant d'atteindre le salaire vital pour tout le personnel, ni aucun calendrier. Inditex devrait négocier et signer des accords salariaux juridiquement contraignants avec des instances de représentation du personnel afin d'honorer son engagement en faveur du salaire vital, et payer à ses fournisseurs des prix d'achat correspondants.

INDITEX ZARA

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	●
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	○
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	◐
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	◐
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	○
○ non/aucune information ◐ en partie ● oui	

INTERSPORT

Marques : McKinley, Pro Touch, Energetics, FireFly, etirel, tecnopro, genesis

Principaux pays de production : Chine (80 %), Bangladesh (12 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 431

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Intersport fait référence à amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. Intersport ne s'engage pas à garantir un salaire vital. L'entreprise affirme calculer les valeurs de référence du salaire vital selon la méthode Anker (cf. p. 7) pour toutes les régions de ses fournisseurs et analyser la différence entre les salaires versés et la référence du salaire vital calculée.

COMMENTAIRE :

Il est positif qu'Intersport assigne des valeurs de référence du salaire vital à toutes les régions de production et les compare aux salaires réels. Intersport ne peut pas rejeter sur amfori BSCI sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, mais doit être plus active à cet égard : pour ce faire, l'entreprise doit déjà s'engager à garantir le versement d'un salaire vital. De plus, elle doit analyser ses propres pratiques d'achat, et adapter ses structures de prix et ses chaînes d'approvisionnement pour permettre l'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

KiK

Marques : KiK, Janina, identic, YFK, Ergee, Kiki & Koko, xmail, Baby

Principaux pays de production : Bangladesh, Chine, Pakistan, Turquie

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : env. 500 fournisseurs principaux

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

KiK a adhéré à l'initiative Living Wages de l'alliance pour un textile durable qui est étroitement liée aux plans d'ACT pour le Cambodge – avec le soutien du ministère allemand de la Coopération et du Développement économiques. Dans le cadre de cet engagement volontaire, KiK participe à une auto-évaluation du module de base existant et à un module pratique planifié au Cambodge. L'entreprise a élaboré des formations sur le salaire vital sur le modèle de la Fair Wear Foundation, qu'elle mène actuellement au Pakistan, et qui utilisent également les valeurs de référence de l'Asia Floor Wage. KiK déclare utiliser des valeurs de référence internes du salaire vital.

COMMENTAIRE :

KiK n'a pas pu attester d'augmentations concrètes des salaires à ce stade des projets. Nous saluons en principe le fait que KiK s'engage activement dans l'alliance pour un textile durable en plus de soutenir la loi prévue sur les chaînes d'approvisionnement, et s'exprime en faveur d'initiatives multipartites telles que l'initiative Living Wages de l'alliance. En raison de l'absence d'étapes et de valeurs de référence, nous estimons toutefois que l'engagement exclusif dans de telles initiatives volontaires ne peut contribuer à l'introduction du salaire vital que de façon limitée. Pour progresser vers un salaire vital, KiK doit développer ses propres mesures et son propre calendrier. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des syndicats peuvent constituer une étape importante en ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
non/aucune information en partie oui	

LEVI STRAUSS & CO.

(LEVI'S)

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Levi's, Dockers, Signature, Denizen

Principaux pays de production : Bangladesh, Chine, Cambodge, Inde, Indonésie, Sri Lanka, Vietnam

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
env. 500 sites de production

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Aucune déclaration

COMMENTAIRE :

La stratégie de Levi's n'indique jamais que les salaires devraient être suffisants pour couvrir les besoins fondamentaux des travailleuses, ce qui est choquant. Selon des rapports, l'entreprise s'est retirée de l'Ethical Trading Initiative (ETI) en 2007, car elle refusait d'intégrer cette formulation dans son code de conduite, au motif que cela n'était pas réalisable. Les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme obligent toutefois Levi's à garantir que les personnes qui fabriquent ses vêtements perçoivent un salaire suffisant pour vivre dans la dignité. Sur ce point, Levi's a raison : les mesures volontaires visant à atteindre le salaire vital à travers des audits et des codes de conduite ne donnent pas de résultat. Par contre, une approche juridiquement contraignante en ce sens est possible et réalisable, si Levi's est prête à négocier et signer des accords salariaux avec des instances de représentation du personnel et à s'engager à payer des prix d'achat plus élevés pour garantir le versement d'un salaire vital. Il est grand temps que Levi's s'engage plus fermement dans la lutte contre les salaires de misère sur sa chaîne d'approvisionnement.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

LIDL

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Lidl détient de nombreuses marques propres dans les domaines alimentaire et non alimentaire

Principaux pays de production : Bangladesh, Chine, Cambodge

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
171 principaux sites de production

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Selon Lidl : « Les salaires et autres prestations doivent au moins correspondre à la législation et/ou aux normes sectorielles locales. (...) L'objectif est le versement de salaires et autres prestations qui couvrent le coût de la vie si le salaire minimum légal est trop bas pour ce faire. Des déductions pour prestations en nature ne sont permises que dans une moindre mesure et de façon proportionnée par rapport à la valeur de la prestation en nature. »

COMMENTAIRE :

À la différence de 2014, Lidl n'a pas réagi à notre sollicitation cette année. Il est donc impossible d'évaluer concrètement son projet d'augmentation des salaires au Bangladesh mené en collaboration avec l'Agence allemande de coopération internationale (GIZ). Nous n'avons pas pu accéder aux études indépendantes sur les résultats du projet mentionnées par Lidl, ni à d'autres informations sur l'incidence concrète sur les salaires. Dans la section « Chaîne d'approvisionnement et fabrication » de l'actuel rapport de durabilité de l'entreprise, le salaire vital n'est pas mentionné comme objectif. Il est décevant de constater que ce géant du commerce de détail honore si peu sa responsabilité en matière de salaire vital sur sa chaîne d'approvisionnement.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

MAMMUT SPORTS GROUP

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marque : Mammüt

Principaux pays de production : Vietnam (35 %), Chine (32 %), Lettonie (12 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 66

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Mammüt s'engage en faveur du versement d'un salaire vital qui permette de subvenir aux besoins d'une famille, couvre les besoins humains fondamentaux et doive être perçu sans heures supplémentaires. En tant que membre de la Fair Wear Foundation (FWF), Mammüt se base sur l'échelle salariale de la FWF avec différentes valeurs de référence du salaire vital, et contrôle également, à l'aide d'audits de la FWF, la différence entre ces valeurs et les salaires effectivement versés.

COMMENTAIRE :

Dans son rapport social, Mammüt indique qu'il y a encore des problèmes sur sa chaîne d'approvisionnement en matière de versement d'un salaire vital et même parfois du salaire minimum. Concernant la surveillance régulière des lacunes en matière de salaire vital et la communication à ce sujet, Mammüt a déjà une longueur d'avance sur la plupart des enseignes évaluées. Mammüt publie des données salariales à titre d'exemples uniquement (à propos d'un fournisseur au Myanmar qui fabrique 1 % de son volume de production), et on ne peut donc pas savoir comment les salaires ont évolué sur tous les sites de production au cours des dernières années.

Mammüt devrait élaborer et publier un plan d'action qui permette une stratégie claire d'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau du salaire vital sous un délai donné. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	●
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	◐
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	◐
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	◐
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	○
○ non/aucune information ◐ en partie ● oui	

MANOR SA

Marques : Manor Man et Manor Woman,
Avant Première by Manor, Yes or No by Manor

Principaux pays de production : Chine (65 %), Inde (15 %),
Turquie (10 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Manor fait référence à amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. Manor ne s'engage pas à garantir un salaire vital et rien n'indique dans ses réponses que l'entreprise ait une stratégie globale pour atteindre un salaire vital chez tous ses fournisseurs sous un certain délai.

COMMENTAIRE :

En 2014, Manor faisait référence à un salaire vital dans son code de conduite. Depuis janvier 2018, Manor est membre d'amfori BSCI et a donc également adopté le code de conduite d'amfori BSCI qui ne comprend aucun engagement à garantir un salaire vital. Cela constitue un net recul par rapport à l'Évaluation des entreprises de 2014. Considérer le salaire vital comme un objectif uniquement souhaitable est insuffisant. Un salaire vital est un droit humain et Manor doit clairement s'engager à le garantir.

Manor doit aller au-delà de ce que prévoit amfori BSCI et œuvrer à l'introduction d'un salaire vital sur sa chaîne d'approvisionnement de façon cohérente et systématique. Nous recommandons à Manor d'analyser ses pratiques d'achat, d'adapter ses calculs de coûts d'achat et de consolider sa chaîne d'approvisionnement afin de permettre une augmentation progressive des salaires jusqu'au salaire vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.

MANOR

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)



Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)



Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)



Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)



Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)



☐ non/aucune information ☒ en partie ☐ oui

MAUS FRÈRES SA

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Aigle, Gant, Lacoste, Manor
(Manor a répondu séparément, cf. p.58)

Principaux pays de production : pas de réponse

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Nous n'avons trouvé aucune information publiquement disponible à ce sujet et l'entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

COMMENTAIRE :

Maus Frères SA n'a pas répondu au questionnaire de la CCC et nous n'avons trouvé aucune information publiquement disponible sur l'approche de l'entreprise envers le salaire vital. Nous estimons que ce manque de transparence est choquant. Maus Frères SA doit assumer sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, et garantir le versement d'un salaire vital sur sa chaîne d'approvisionnement. Une communication transparente sur la façon dont l'entreprise entend honorer sa responsabilité à garantir un salaire vital serait déjà une première étape qu'elle aurait dû réaliser depuis longtemps.

MAUS
FRÈRES S.A.

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

GROUPE MIGROS

Marques : les entreprises suivantes, qui vendent des vêtements et/ou des textiles d'intérieur, appartiennent au groupe Migros :

Migros, Digitec Galaxus SA, Globus, Interio, Navyboot, SportXX

Principaux pays de production : Chine, Inde et Turquie (aucune information sur les parts de production)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Migros fait référence à amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. Migros ne s'engage pas à garantir un salaire vital. L'entreprise affirme calculer une valeur de référence du salaire vital dans le cadre des audits d'amfori BSCI et analyse la différence entre les salaires versés et la valeur de référence du salaire vital qu'elle a calculée.

COMMENTAIRE :

Il est positif que Migros assigne des valeurs de référence du salaire vital dans le cadre des audits d'amfori BSCI et les compare aux salaires réels. Mais nous ne pouvons pas savoir à combien celles-ci s'élèvent et comment elles sont calculées. Les chiffres de la Turquie présentés à titre d'exemples sont nettement inférieurs aux estimations de la valeur de référence du salaire vital de la CCC. Migros devrait déjà présenter de façon transparente le niveau actuel des salaires et les valeurs de référence que l'entreprise utilise pour chaque pays, puis présenter une stratégie pour que ces valeurs de référence puissent effectivement être atteintes.

Migros ne peut pas rejeter sur amfori BSCI sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, mais doit être plus active à cet égard : pour ce faire, l'entreprise doit déjà s'engager à garantir le versement d'un salaire vital. Migros devrait publier une stratégie pour le salaire vital assortie d'objectifs concrets et mesurables, ainsi que d'un calendrier. Elle devrait également analyser ses propres pratiques d'achat et adapter les structures de prix et les chaînes d'approvisionnement afin de permettre une augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.

MIGROS

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)



Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)



Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)



Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)



Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)



☐ non/aucune information ☒ en partie ☐ oui

NIKE

Marques : Nike, Jordan, Cole Haan, Converse, Hurley, Umbro

Principaux pays de production : vêtements : Chine (26 %), Vietnam (18 %), Thaïlande (10 %) ; chaussures : Vietnam (47 %), Chine (26 %), Indonésie (21 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 527

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Selon Nike : « Le code de conduite et les Code Leadership Standards de Nike exigent la mise en œuvre progressive d'un salaire juste, les fournisseurs s'engageant à développer et mettre en œuvre un processus qui fasse progressivement augmenter la rémunération (salaire et prestations sociales) jusqu'à un niveau permettant de couvrir les besoins fondamentaux des travailleurs en leur laissant un certain montant disponible. »

COMMENTAIRE :

Les activités de Nike pour l'amélioration des salaires chez ses fournisseurs sont certes intéressantes, mais ce travail ne s'appuie sur aucune valeur de référence du salaire vital. En outre, l'engagement susmentionné n'est aucunement lié aux pratiques d'achat de l'entreprise. Rejeter sur les fournisseurs toute la responsabilité de l'amélioration des systèmes salariaux ne peut pas fonctionner compte tenu de la domination du géant de la mode dans le modèle d'affaires des chaînes d'approvisionnement. Nike doit revoir ses propres pratiques d'achat et y intégrer les coûts des augmentations de salaires. Une augmentation salariale de 11 % dans ses propres usines en aidant la direction à améliorer la productivité n'entraîne pas un changement suffisant pour permettre aux travailleuses de s'extraire de la pauvreté. Jusqu'à présent, des initiatives volontaires n'ont jamais permis la mise en œuvre d'un salaire vital. Nike devrait envisager de signer des accords juridiquement contraignants avec des instances de représentation du personnel pour atteindre un salaire vital. Des accords juridiquement contraignants doivent étayer les engagements pour permettre les changements nécessaires.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
non/aucune information en partie oui	

NILE

Marque : NILE

Principal pays de production : Chine (97 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 15

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Nile a présenté à la CCC des informations indiquant qu'un salaire vital est versé par deux fournisseurs chinois qui totalisent 51 % du volume de production de la marque.²⁷

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Nile s'engage en faveur du versement d'un salaire vital qui couvre les besoins fondamentaux des travailleuses et de leur famille. Nile affirme déjà qu'un salaire vital est versé par deux de ses fournisseurs, et affirme en outre qu'un salaire vital conforme à une valeur de référence recommandée par la Fair Wear Foundation sera versé par tous ses fournisseurs d'ici à 2020.

COMMENTAIRE :

Nile communique de façon ouverte et transparente à quelle échéance et quel pourcentage de ses fournisseurs introduiront un salaire vital selon une méthode de calcul spécifique. Nile va ainsi plus loin que d'autres entreprises et a réalisé des progrès considérables depuis l'Évaluation des entreprises de 2014. La structure claire du réseau de fournisseurs de Nile en est un élément déterminant. En outre, Nile a présenté à la CCC des informations détaillées sur les salaires (y compris les plus bas) de deux de ses fournisseurs qui correspondent au niveau vital.

Nous recommandons à Nile de continuer à mener ces efforts afin que le salaire vital soit introduit chez tous ses fournisseurs, et de publier en outre des données salariales et un plan d'action qui rendent transparente et vérifiable l'augmentation progressive des salaires chez chaque fournisseur.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	●
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	○
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	○
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	◐
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	●
○ non/aucune information ◐ en partie ● oui	

ODLO INTERNATIONAL SA

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Odlo

Principaux pays de production : Roumanie (35,7 %), Vietnam (17,8 %), Portugal (14 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 34

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

En tant que membre de la Fair Wear Foundation (FWF), Odlo s'engage en faveur du versement d'un salaire vital qui permette de subvenir aux besoins d'une famille, couvrir les besoins humains fondamentaux et doit être perçu sans heures supplémentaires. Odlo surveille régulièrement lors des audits de la FWF la différence entre le salaire vital souhaité et les salaires versés, et discute d'augmentations salariales avec ses fournisseurs. Sur ses propres sites de production (35,7 % du volume de production) en Roumanie, Odlo a lancé en 2017 un projet d'introduction du salaire vital.

COMMENTAIRE :

Odlo communique ouvertement qu'il y a encore des problèmes sur sa chaîne d'approvisionnement en matière de versement d'un salaire vital et d'heures supplémentaires excessives. Dans son rapport de durabilité, l'entreprise présente de façon exemplaire la différence entre les salaires moyens et le salaire vital. Concernant la surveillance régulière des lacunes en matière de salaire vital et la communication à ce sujet, Odlo a ainsi une longueur d'avance sur la plupart des entreprises évaluées. Mais Odlo ne publie jusqu'à présent que de façon sporadique le niveau des salaires versés par ses fournisseurs, et il est donc impossible de savoir comment les salaires évoluent concrètement.

Odlo a une chaîne d'approvisionnement relativement consolidée, avec ses propres sites de production en Roumanie (35,7 % du volume de production) et au Portugal (14 %). Odlo est ainsi en bonne position pour mettre en œuvre le salaire vital. Mais ce qui manque encore dans sa stratégie – et également dans le projet mené en Roumanie –, ce sont des objectifs transparents, mesurables et assortis d'un calendrier afin de pouvoir constater les progrès concrètement réalisés. Odlo devrait développer et publier un plan d'action permettant l'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau vital, avec une stratégie claire et un calendrier. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	●
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	⊗
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	⊗
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	⊗
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	○
○ non/aucune information ⊗ en partie ● oui	

GROUPE OTTO

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Otto, Bon Prix, Baur Versand, Schwab, SportScheck, Witt Weiden, Heine, entre autres

Principaux pays de production : pas de réponse

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

La section Durabilité du rapport d'activité du groupe Otto ne présente aucune déclaration sur le salaire vital. Seule l'affiliation à amfori BSCI et à l'alliance pour un textile durable est mentionnée. Le groupe participe au module de base de l'initiative salaire vital de l'alliance et s'engage ainsi à analyser ses pratiques d'achat.

COMMENTAIRE :

L'approche d'amfori BSCI ne présente aucun engagement contraignant en faveur du salaire vital, mais le considère seulement comme un objectif souhaitable. Cela est insuffisant. Des doutes subsistent quant à la façon dont le groupe Otto entend honorer sa promesse faite dans le cadre de l'alliance pour un textile durable : soutenir des initiatives et mesures communes en faveur du salaire vital. Analyser ses pratiques d'achat constituerait déjà un premier pas. Le groupe Otto devrait publier des mesures et un calendrier clair pour atteindre un salaire vital, et signer des accords juridiquement contraignants avec des instances de représentation du personnel pour le versement d'un salaire vital.

otto group

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

PEEK & CLOPPENBURG KG (P&C)

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Aygills, Christian Berg, McEarl, McNeal, Review, Van Graaf

Principaux pays de production : pas de réponse

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Peek & Cloppenburg ne s'engage pas publiquement en faveur du versement d'un salaire vital, mais affirme assumer sa responsabilité et contribuer à garantir de bonnes conditions de travail en tant que membre de la Business Social Compliance Initiative (BSCI). Sur la question des salaires, l'entreprise mentionne seulement qu'il est demandé aux fournisseurs de verser au moins le salaire minimum légal assorti de quelques versements complémentaires.

COMMENTAIRE :

Verser le salaire minimum devrait être une évidence en soi et ne pas faire l'objet d'une mention spéciale. Cela est toutefois loin d'être suffisant puisqu'il est reconnu à l'international que les salaires minimums légaux sont nettement insuffisants pour vivre. Nous ne pouvons donc constater aucun effort en faveur du salaire vital de la part de P&C – l'entreprise rejette même la première étape sur la voie du salaire vital : un engagement public. Un tel déni de responsabilité est choquant.

Peek & Cloppenburg

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

PKZ BURGER-KEHL & CO. SA

Marques : PKZ Men, PKZ Women, Paul Kehl, PKZ.CH

Principaux pays de production : Europe (sans précision), Chine, Inde (aucune information sur les parts de production)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

PKZ fait référence à amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. PKZ ne s'engage pas à garantir un salaire vital et rien n'indique dans ses réponses que l'entreprise ait une stratégie globale pour atteindre un salaire vital chez tous ses fournisseurs sous un certain délai.

COMMENTAIRE :

Comme nous l'avions constaté dans l'Évaluation des entreprises de 2014, rien ne prouve que PKZ s'engage véritablement pour l'amélioration de la situation salariale sur sa propre chaîne d'approvisionnement et pour l'augmentation des salaires à un niveau vital.

PKZ ne peut pas rejeter sur amfori BSCI sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, mais l'entreprise doit être plus active à cet égard : pour ce faire, elle doit déjà s'engager à garantir le versement d'un salaire vital. De plus, elle doit analyser ses propres pratiques d'achat, et adapter ses structures de prix et ses chaînes d'approvisionnement pour permettre l'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.

PKZ

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

PRIMARK

Marques : Atmosphere, Cedar Wood State, Denim Co., Earlydays, Love to lounge, No Secret, Ocean Club, Opia, Primark, Rebel, Secret Possessions, Young Dimension

Principaux pays de production : Chine (505 sites de production), Inde (158), Bangladesh (94), Turquie (78)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 999

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :









Primark a adhéré à l'initiative ACT et travaille avec d'autres enseignes de la mode sur des conventions collectives dans les pays où sont produits ses articles. L'entreprise affirme : « Primark s'engage pour que les travailleurs sur nos chaînes d'approvisionnement perçoivent un salaire vital [...]. Nous reconnaissons les défis que présentent la définition et le calcul d'un salaire vital, et nous nous assurons que des mécanismes efficaces soient en place pour sa mise en œuvre. Et c'est pourquoi nous soutenons une approche axée sur la négociation en tant que méthode la plus pratique et la plus durable pour atteindre un salaire vital. »

COMMENTAIRE :

En tant que marque internationale qui se base essentiellement sur une mode éphémère et bon marché, Primark doit prouver si ce modèle n'occasionne pas une exploitation des travailleuses. Malheureusement, l'entreprise ne peut pas prouver que la moindre de ces travailleuses perçoive un salaire vital. Primark indique qu'elle rejette l'utilisation de valeurs de référence et préfère mettre en œuvre le salaire vital de façon progressive à travers les négociations entre syndicats et employeurs. Il ne fait certes aucun doute que les conventions collectives sont un outil important pour faire augmenter les salaires, mais un salaire vital reste néanmoins un montant concret : une somme d'argent suffisante pour vivre. Ce montant est indépendant du moyen choisi pour l'atteindre. Les tentatives de Primark de s'acquitter de sa responsabilité envers la dignité des travailleuses ne passent pas inaperçues. Primark devrait revoir ses stratégies, déterminer des valeurs de référence sur la base du coût de la vie, et commencer à en tenir compte dans ses pratiques d'achat. Comme nous l'avons déjà indiqué, le programme ACT peut contribuer à faire augmenter les salaires dans certains pays, mais il ne constitue pas une stratégie permettant la mise en œuvre du salaire vital sous un certain délai. Primark devrait signer avec des instances de représentation du personnel des accords juridiquement contraignants pour le versement d'un salaire vital, par lequel l'entreprise s'engage à payer aux fournisseurs des prix qui tiennent compte du coût de la vie.

PRIMARK®

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
 non/aucune information  en partie  oui	

PUMA

Marque : Puma

Principaux pays de production : Vietnam, Chine, Bangladesh, Cambodge, Indonésie

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 536

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Puma affirme : « Comme nous l'indiquons dans notre code de conduite, tous nos fournisseurs sont déjà contractuellement tenus de verser un salaire juste. En outre, nous venons de mener un projet Fair Wage au Bangladesh en collaboration avec le Fair Wage Network. »

COMMENTAIRE :

Puma s'est engagée à faire en sorte que ses fournisseurs versent un salaire vital, mais il n'existe aucune preuve que l'entreprise ait une stratégie claire pour concrétiser cet engagement. Il n'y a pas non plus de preuves que les travailleuses perçoivent un salaire suffisant pour vivre. Le projet avec le Fair Wage Network au Bangladesh n'a donné aucun résultat tangible. La marque affirme que de nombreuses conventions collectives ont été conclues chez ses fournisseurs – 33 % des fournisseurs au Cambodge auraient une convention collective prévoyant des salaires supérieurs au minimum légal, 50 % en Indonésie et 91 % au Vietnam. Mais nous n'avons pas pu vérifier ces affirmations de façon indépendante, et compte tenu des restrictions légales pour les syndicats indépendants au Vietnam, il est pratiquement impossible qu'un syndicat réellement indépendant puisse y être actif chez un fournisseur de Puma. Puma doit développer et mettre en œuvre un plan pour combler l'écart entre les salaires effectivement versés et le niveau du salaire vital, plutôt que d'en rejeter la responsabilité sur ses fournisseurs. La marque pourrait commencer par se pencher concrètement sur ses propres pratiques d'achat en négociant et en signant un accord juridiquement contraignant pour le versement d'un salaire vital avec des instances indépendantes de représentation du personnel. Aucun progrès n'est à signaler jusqu'à présent.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
non/aucune information en partie oui	

PVH

Marques : Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Van Heusen, IZOD, ARROW, Speedo et Warner's

Principaux pays de production : Bangladesh, Brésil, Chine, Inde, Portugal, Sri Lanka, Tunisie, Turquie, Vietnam

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 712 (1^{re} catégorie)

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

PVH affirme : « PVH suit le plan d'action Fair Compensation Work Plan de la FLA et travaille à l'introduction d'une rémunération juste [...]. Dans le cadre de ce travail, PVH évalue l'impact du versement de salaires inférieurs au niveau vital à l'aide de l'évaluation de la FLA du pouvoir d'achat de la rémunération moyenne dans les pays dans lesquels nos fournisseurs sont concentrés [...]. En tant que membre d'ACT, PVH s'efforce en outre, avec d'autres enseignes internationales de la mode et IndustriALL, de soutenir des conventions collectives sectorielles nationales pour mettre en œuvre le salaire vital. »

COMMENTAIRE :

PVH ne nous a donné aucun exemple précis d'augmentation des salaires de ses travailleuses, ce qui est décevant. L'entreprise collabore avec un groupe de marques qui cherchent à établir des conventions collectives nationales dans certains pays – le programme ACT. Comme nous l'avons déjà mentionné, nous espérons que ce programme pourra permettre des augmentations de salaires dans certains cas, mais nous ne pensons pas qu'il puisse permettre de combler l'écart entre les salaires versés et le niveau du salaire vital. En outre, le programme ACT ne prévoit pas de stratégie permettant de garantir sous un certain délai que toutes les travailleuses perçoivent un salaire vital. Au-delà de ses initiatives actuelles, PVH doit aller plus loin que la simple surveillance des salaires versés par ses fournisseurs et prendre des mesures concrètes dans le cadre de ses propres achats pour intégrer le salaire vital dans la fixation de ses prix (*ring-fencing labour costs*). Signer un accord juridiquement contraignant avec des instances de représentation du personnel pour le versement d'un salaire vital serait un bon moyen de s'assurer que la marque prenne les bonnes mesures pour honorer son engagement en faveur du salaire vital.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
non/aucune information en partie oui	

REMEI SA

Marques : bioRe®. Remarque : Remei SA fournit également une partie des produits Coop Naturaline (cf. profil de Coop dans le présent rapport).

Principaux pays de production : Lituanie (57 %), Inde (43 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 34

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Remei SA accorde une importance particulière à la garantie de revenus plus élevés et fiables pour les cultivateurs et cultivatrices de coton. Sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement, de la filature à la confection, Remei SA indique se référer essentiellement aux exigences de la certification SA 8000, pour laquelle le salaire vital doit couvrir les besoins fondamentaux des travailleuses et de leur famille et doit être perçu sans heures supplémentaires.

COMMENTAIRE :

Remei SA a une bonne vue d'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement, et communique de façon transparente et détaillée où ses articles sont produits. À la différence de la plupart des entreprises interrogées, Remei SA travaille directement avec les producteurs et productrices de coton. Parmi les grandes priorités de l'entreprise figurent : de meilleurs prix pour les producteurs et productrices, des garanties d'achat à long terme, le développement de semences et d'autres formes de soutien.

La certification SA 8000, appliquée à la fabrication et à la confection, est un système aux normes relativement élevées. Les rapports d'audit et les plans d'action ne sont toutefois pas publics, ce qui empêche de savoir où l'entreprise se situe actuellement et quelles mesures elle prend pour s'améliorer. En outre, la certification SA 8000 rejette le travail de mise en œuvre sur les fournisseurs. Concernant la mise en œuvre du salaire vital, nous n'avons pu constater chez Remei SA aucun changement significatif par rapport aux informations données en 2014. Dans les domaines de la filature, du tissage et de la confection, Remei SA a encore des efforts à faire pour que les salaires augmentent en direction du salaire vital.

La publication des données salariales et d'une stratégie en faveur du salaire vital sur toute la chaîne d'approvisionnement avec des étapes et un calendrier serait un pas important pour Remei SA, afin que l'entreprise puisse aussi mieux honorer ses propres exigences de salaires justes et de transparence totale. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel pourraient constituer une étape importante en ce sens.



SUSTAINABLE
COTTON &
TEXTILES

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	
non/aucune information en partie oui	

SHERPA OUTDOOR

(OTTO'S SA)

Marque : Sherpa Outdoor

Principaux pays de production : pas de réponse

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
pas de réponse

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Nous n'avons trouvé aucune information publiquement disponible à ce sujet et l'entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

COMMENTAIRE :

Sherpa Outdoor a été rachetée par OTTO'S SA, qui a refusé de répondre à notre questionnaire en ces termes : « Ne pas répondre à des questionnaires fait partie de la philosophie d'OTTO'S SA. » Nous estimons que ce manque de transparence est choquant. L'entreprise doit assumer sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, et garantir le versement d'un salaire vital sur sa chaîne d'approvisionnement.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

TALLY WEIJL

Marque : Tally Weijl

Principaux pays de production : Chine (32 %), Bangladesh (20 %), Pakistan (13 %), Maroc (10 %), Cambodge (10 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 209

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Tally Weijl fait référence aux audits d'amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. Tally Weijl ne s'engage pas à garantir un salaire vital et rien n'indique dans ses réponses que l'entreprise ait une stratégie globale pour atteindre un salaire vital chez tous ses fournisseurs sous un certain délai.

COMMENTAIRE :

À la différence de l'Évaluation des entreprises de 2014, Tally Weijl a répondu à notre questionnaire de façon approfondie et en fournissant divers documents, tels que le modèle des exemples de données salariales, un tableau des horaires de travail et son formulaire d'évaluation des usines. Le fait que Tally Weijl n'ait toutefois fait aucun progrès notable sur la voie du salaire vital au cours des cinq dernières années indique qu'être membre de l'initiative volontaire amfori BSCI ne suffit pas pour faire augmenter les salaires. Tally Weijl ne peut pas rejeter sur amfori BSCI sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, mais doit être plus active à cet égard : pour ce faire, l'entreprise doit déjà s'engager à garantir le versement d'un salaire vital. Nous recommandons en outre à Tally Weijl de profiter de ses relations durables avec ses fournisseurs pour adapter ses pratiques d'achat et ses calculs de coûts d'achat afin de permettre l'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau du salaire vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.

TALLY WEIJL

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

TCHIBO

Marques : Tchibo Certified Merchandising (TCM)

Principaux pays de production : Chine (43 %), Bangladesh (16 %), Turquie (12 %), Myanmar (8 %), Inde (5 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
213 (1^{re} catégorie)

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Tchibo affirme : « Notre approche principale est celle de l'initiative ACT pour un salaire vital. Celle-ci vise à imposer à tout le secteur un niveau de salaire qui sera atteint à travers des négociations collectives successives entre syndicats locaux/nationaux et associations patronales. » « Le programme WE est [...] l'initiative principale de Tchibo pour garantir l'application de normes du travail internationales sur la chaîne d'approvisionnement non alimentaire de Tchibo [...]. Les formateurs se concentrent sur le dialogue entre la direction et les travailleuses au sujet des salaires [...]. Ils travaillent sur des thématiques telles que la définition d'un salaire vital, la façon dont celui-ci est calculé à l'international, l'avancement des discussions sur le salaire vital à travers le monde, comme par exemple ACT et les valeurs de référence. Les méthodes sont participatives afin d'encourager l'acquisition de connaissances et l'appropriation. »

COMMENTAIRE :

Tchibo s'est publiquement engagée à garantir un salaire vital, comme l'a confirmé son PDG dans ses déclarations publiques. L'entreprise surveille les salaires versés par ses fournisseurs en les comparant à des valeurs de référence du salaire vital. Tchibo avait déjà affirmé ces mêmes points en réponse au questionnaire que nous lui avons envoyé il y a cinq ans. Comme c'était déjà le cas, l'entreprise ne peut toujours pas faire état de progrès dans le versement d'un salaire vital aux travailleuses de sa chaîne d'approvisionnement. Nous espérons qu'elle déploiera plus d'efforts en ce sens. L'initiative ACT promet certes une augmentation des salaires dans certains pays producteurs, mais ce programme ne constitue pas une solution adéquate pour atteindre un salaire vital car les augmentations négociées sont souvent maigres, le programme n'est pas applicable à tous les pays producteurs, et il ne dispose d'aucun calendrier ni de valeurs de référence pour atteindre ses objectifs. Nous encourageons Tchibo à négocier et signer avec des instances de représentation du personnel des accords juridiquement contraignants qui engagent la marque à payer des prix nettement plus élevés à ses fournisseurs afin de couvrir le coût d'un salaire vital pour les travailleuses et leur famille.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	●
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	◐
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	○
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	◐
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	○
○ non/aucune information ◐ en partie ● oui	

TRIUMPH INTERNATIONAL

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Triumph, sloggi, mamabel, triaction

Principaux pays de production : pas de réponse

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Triumph fait référence à amfori BSCI. L'approche d'amfori BSCI est toutefois insuffisante car elle considère le salaire vital comme un objectif souhaitable et non contraignant. Triumph ne s'engage donc pas à garantir un salaire vital. Nous n'avons trouvé aucune indication d'une stratégie de l'entreprise visant à atteindre le salaire vital sous un certain délai.

COMMENTAIRE :

À la différence de 2014, Triumph n'a pas répondu à notre questionnaire cette année. Déjà en 2014, au vu des documents publiquement disponibles sur le site web de l'entreprise, nous n'avons pu trouver aucun véritable engagement de la part de Triumph en faveur de l'amélioration de la situation salariale sur sa chaîne d'approvisionnement. Triumph ne peut pas rejeter sur amfori BSCI sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, mais l'entreprise doit être plus active à cet égard : pour ce faire, elle doit déjà s'engager à garantir le versement d'un salaire vital. De plus, elle doit analyser ses propres pratiques d'achat, et adapter ses structures de prix et ses chaînes d'approvisionnement pour permettre l'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

UNDER ARMOUR

Marque : Under Armour

Principaux pays de production : vêtements : Jordanie, Vietnam, Chine, Malaisie (total : 58 %) ; chaussures : Chine, Vietnam, Indonésie (total : 87 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :

44 fournisseurs principaux pour les vêtements et 5 pour les chaussures (1^{re} catégorie)

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Le travail d'Under Armour à ce sujet est réalisé à travers la FLA. « Under Armour travaille avec la FLA pour faire avancer la stratégie Fair Compensation de cette organisation. Nous avons testé la dernière version des outils de rémunération de la FLA dans deux usines au Salvador et travaillons actuellement au développement de ce programme pilote pour 2019 en Chine, au Bangladesh, au Cambodge, en Indonésie, au Vietnam, au Honduras, au Salvador, en République dominicaine et au Mexique. »

COMMENTAIRE :

Under Armour n'a fait état d'aucun programme qui fasse augmenter le salaire des travailleuses. Il est certes très bien de surveiller les salaires à travers la FLA et de comparer les salaires versés au niveau du salaire vital, mais Under Armour doit désormais revoir ses propres pratiques d'achat et prendre les mesures qui s'imposent pour que le salaire des travailleuses qui fabriquent ses articles leur permette de vivre dans la dignité. Si Under Armour prend au sérieux son engagement en faveur du salaire vital, elle devrait négocier et signer avec des instances de représentation du personnel des accords juridiquement contraignants pour un salaire vital, et payer à ses fournisseurs des prix nettement plus élevés afin qu'ils couvrent les coûts d'un salaire vital pour les travailleuses et leur famille.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

WORKFASHION

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marque : workfashion

Principal pays de production : Macédoine (91,3 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : 14

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Workfashion s'engage en faveur du versement d'un salaire vital qui permette de subvenir aux besoins d'une famille, couvre les besoins humains fondamentaux et doive être perçu sans heures supplémentaires. En tant que membre de la Fair Wear Foundation (FWF), Workfashion se base sur l'échelle salariale de la FWF avec différentes valeurs de référence du salaire vital, et contrôle également, à l'aide d'audits de la FWF, la différence entre ces valeurs et les salaires effectivement versés. Depuis 2016, Workfashion mène un projet de salaire vital en collaboration avec un fournisseur en Macédoine. Workfashion indique dans son rapport de durabilité 2018 que tout le personnel de ses fournisseurs en Macédoine doit percevoir un salaire vital d'ici à 2021.

COMMENTAIRE :

Dans son rapport de durabilité 2017, Workfashion indique qu'il y a encore des problèmes sur sa chaîne d'approvisionnement en matière de versement d'un salaire vital. Concernant la surveillance régulière des lacunes en matière de salaire vital et la communication à ce sujet, Workfashion a ainsi une longueur d'avance sur la plupart des entreprises évaluées. Jusqu'à présent, Workfashion n'a toutefois publié aucune information sur les salaires, et il est donc impossible de savoir comment ils ont évolué.

Workfashion entretient des relations durables avec la plupart de ses fournisseurs et présente une chaîne d'approvisionnement relativement consolidée composée de 14 fournisseurs. Workfashion est ainsi en bonne position pour introduire le salaire vital. Workfashion s'est donné une échéance claire (2021) pour que les travailleuses de la majorité de ses fournisseurs perçoivent un salaire vital. Mais ce qui manque encore dans les mesures prises jusqu'à présent, ce sont des objectifs transparents et mesurables afin de pouvoir constater les progrès concrètement réalisés. Workfashion devrait développer et publier un plan d'action qui permette une stratégie claire d'augmentation progressive des salaires jusqu'à une valeur de référence du salaire vital. Il est en outre important de montrer comment les résultats et progrès obtenus du projet pilote en Macédoine pourront être appliqués à l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.

workfashion.

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	●
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	●
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	○
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	◐
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	◐
○ non/aucune information ◐ en partie ● oui	

ZALANDO

(PROPRES MARQUES)

N.B. : cette entreprise n'a pas répondu à notre questionnaire.

Marques : Anna Field, Even & Odd, Friboo, Fullstop, Kiomi, Mint & Berry, Pier One, Twintip, Yourturn, Zalando Essentials et Zign, ainsi que la vente au détail de plus de 1900 autres marques

Principaux pays de production : pas de réponse

Nombre de fournisseurs directs/sites de production : pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Zalando affirme : « Nous avons signé le protocole d'accord de la fédération syndicale internationale IndustriALL et de l'initiative ACT (Action Collaboration Transformation) avec zLabels en tant que fabricant de nos propres marques. À travers cette collaboration, nous renforçons nos efforts en faveur de conditions de travail justes pour les collaboratrices de Zalando et les personnes qui travaillent sur notre chaîne d'approvisionnement. »

COMMENTAIRE :

Bien que Zalando ait adhéré à l'initiative ACT à travers sa marque zLabels, Zalando ne s'engage pas dans son code de conduite pour fournisseurs à ce que les salaires soient suffisants pour couvrir les besoins fondamentaux des travailleuses. Zalando doit clairement spécifier que les salaires versés aux travailleuses doivent couvrir le coût de la vie, et élaborer un plan de mise en œuvre correspondant. L'initiative ACT peut certes faire augmenter les salaires dans certains pays, mais compte tenu de l'ampleur du problème, nous ne sommes pas convaincus que ce processus puisse effectivement combler l'écart entre les salaires versés et le niveau du salaire vital. Zalando doit prendre des mesures plus concrètes plutôt que de se contenter de participer à des initiatives. Pour trouver des solutions plus concrètes, nous encourageons Zalando à négocier et signer avec des instances de représentation du personnel des accords juridiquement contraignants, et à payer des prix nettement plus élevés à ses fournisseurs afin de couvrir le coût d'un salaire vital pour les travailleuses et leur famille.

Début 2019, Zalando a annoncé mettre un terme à zLabels et rassembler les activités de ses propres marques sous l'égide de l'entreprise principale²⁸. Des doutes subsistent quant à l'avenir du partenariat avec ACT, mais cette évolution fait qu'il est encore plus important pour Zalando de jeter les bases nécessaires et d'élaborer un plan pour s'assurer qu'un salaire vital soit versé sur ses chaînes d'approvisionnement.



Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input checked="" type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

ZEBRA FASHION SA

Marque : Zebra

Principaux pays de production : Chine (70 %),
Bangladesh (20 %), Italie (10 %)

Nombre de fournisseurs directs/sites de production :
pas de réponse

LES EMPLOYÉES DES FOURNISSEURS PERÇOIVENT-ELLES UN SALAIRE VITAL ?

Aucune indication

APPROCHE DE L'ENTREPRISE POUR LE VERSEMENT D'UN SALAIRE VITAL :

Zebra Fashion SA ne s'engage pas à garantir un salaire vital et rien n'indique dans ses réponses que l'entreprise ait une stratégie globale pour atteindre un salaire vital chez tous ses fournisseurs sous un certain délai.

COMMENTAIRE :

À la différence de l'Évaluation des entreprises de 2014, les réponses de Zebra Fashion SA ont été très succinctes cette année. En 2014, Zebra Fashion SA affirmait vouloir accorder une grande importance à sa responsabilité sociale et y consacrer également des ressources humaines. Cinq ans plus tard, on ne retrouve plus rien de cette volonté d'amélioration et de changement.

Zebra Fashion SA doit assumer sa responsabilité envers le respect du droit du travail et des droits humains, et être plus active à cet égard : pour ce faire, elle doit déjà s'engager à garantir le versement d'un salaire vital. De plus, elle doit analyser ses propres pratiques d'achat, et adapter ses structures de prix et ses chaînes d'approvisionnement pour permettre l'augmentation progressive des salaires jusqu'au niveau vital. Des accords juridiquement contraignants conclus avec des instances de représentation du personnel peuvent constituer une étape importante en ce sens.

zebra

Extrait de l'Évaluation des entreprises 2019. Toutes les réponses des entreprises sont présentées dans l'annexe 1 (pp. 32 – 33).

Engagement en faveur du salaire vital (Indicateur 1.1.)	<input type="radio"/>
Publication de la liste de fournisseurs (Indicateur 4.1.)	<input type="radio"/>
Publication des données salariales (Indicateur 4.2.)	<input type="radio"/>
Stratégie concrète pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.1.)	<input type="radio"/>
Calendrier clair pour la mise en œuvre d'un salaire vital (Indicateur 5.2.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> non/aucune information <input checked="" type="radio"/> en partie <input type="radio"/> oui	

Annexe 3 Méthodologie

L'objectif de la présente étude était de déterminer quelles mesures sont prises par une série d'enseignes internationales de la mode pour honorer leur engagement à garantir un salaire vital pour les personnes qui fabriquent leurs produits. La garantie d'un salaire vital est centrale et décisive pour l'amélioration des conditions de travail des travailleuses du secteur.

GROUPE CIBLE

L'étude s'adresse au monde politique, aux entreprises, aux investisseurs, aux associations professionnelles, au monde économique, aux médias et aux citoyens et citoyennes. Elle devrait pouvoir donner une image plus claire de la situation actuelle de l'industrie textile en matière de salaire vital, des mesures prises par les entreprises et des résultats que celles-ci ont présentés jusqu'à présent. Le questionnaire présente un instantané de l'industrie textile actuelle et devrait faire la lumière sur les résultats que les différentes initiatives ont obtenus jusqu'à présent. Nous espérons que des personnes exprimeront à travers le monde leur solidarité avec les travailleuses sur la base des conclusions de cette étude, et qu'elles réclameront des améliorations effectives pour toutes celles qui fabriquent nos vêtements.

ACCENT SUR LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Bien que l'étude ait interrogé les enseignes sur tout leur réseau de fournisseurs, l'évaluation a principalement porté sur les fournisseurs de première et deuxième catégories. Le questionnaire²⁹ et la méthode d'évaluation suivent une structure composée de neuf domaines que la CCC, ses syndicats membres et des organisations de défense du droit du travail considèrent comme essentiels pour l'amélioration des salaires dans le secteur. Ces critères constituaient déjà la base d'études antérieures sur l'évaluation d'entreprises, dont l'Évaluation des entreprises 2014 de la CCC. Une vue d'ensemble des critères d'évaluation est présentée dans l'annexe 1.

LIEN AVEC L'ÉVALUATION DES ENTREPRISES DE 2014

Pour cette étude, nous avons opté pour une procédure différente mais néanmoins complémentaire à l'Évaluation des entreprises 2014 de la CCC. Nous avons conservé les domaines d'évaluation mais avons mis un accent plus marqué sur les résultats. Le bilan du résultat des mesures, à savoir si les travailleuses perçoivent finalement un salaire vital, est donc nouveau et différent du précédent modèle d'évaluation. Le rapport est structuré de façon à ce que chaque domaine thématique soit également mis en lumière indépendamment, et en fait ressortir de bons et mauvais exemples, à la différence de l'évaluation de 2014 qui présentait une évaluation entreprise par entreprise. Cela donne une meilleure vue d'ensemble des possibilités d'action dans chaque do-

maine clé, et permet de faire une comparaison des entreprises sur chaque thématique.

CHOIX DES ENTREPRISES ÉTUDIÉES

Nous avons tout d'abord choisi 20 entreprises sur la base de leur influence sur les marchés de la production et de la vente au détail. Celles-ci constituent une sélection représentative des domaines des vêtements de sport, de la mode éphémère, des marques premium et du commerce en ligne. Pour la présente version complétée du rapport, nous avons interrogé 25 entreprises supplémentaires en Allemagne et en Suisse, et les avons intégrées à l'analyse.

COLLECTE ET VÉRIFICATION DES DONNÉES

Les entreprises ont été contactées entre décembre 2018 et mars 2019, et ont été priées de répondre à un questionnaire sur leur stratégie en matière de salaire vital, et surtout sur les résultats de leurs efforts d'amélioration des salaires au sein de leur réseau de fournisseurs.

L'analyse se base sur les déclarations et documents des entreprises, qui ont été évalués selon des critères définis dans le plan d'action³⁰. Certaines entreprises n'ont pas répondu à notre questionnaire. Il s'agit de ALBIRO, Amazon, Fruit of the Loom, Gap, Levi's, Lidl, Mammüt, Maus Frères SA, Odlo, Otto, Peek & Cloppenburg, Sherpa Outdoor, Triumph, Workfashion et Zalando. Dans certains cas, des entreprises nous ont envoyé des documents ou des liens vers des informations publiques que nous avons intégrées à notre analyse aux côtés d'autres informations publiquement disponibles (par ex. : rapports sociaux, rapports de performances des marques de la FWF, rapports d'activité, codes de conduite). Toutes les réponses des entreprises ont été analysées au regard des critères de la « *Road map to a living wage* » pour obtenir une vue d'ensemble. Nous avons ensuite posé des questions supplémentaires plus précises lorsque cela était nécessaire. Les informations sur les marques, les principaux pays de production et le nombre de fournisseurs et de sites de production proviennent des réponses des entreprises ou d'informations publiques à leur sujet (telles que leur site web, leur rapport d'activité, la liste de leurs fournisseurs). En dépit de la minutie apportée à ce travail, nous ne pouvons exclure d'éventuelles erreurs. Avant la publication du présent rapport, les entreprises en ont reçu une copie préliminaire, et plus précisément leur profil avec les passages où elles sont mentionnées, à des fins de contrôle et pour vérifier que leur présentation ne comporte pas d'erreur factuelle.

Notes

- 1 La vaste majorité des personnes employées dans l'industrie textile étant des femmes, nous utilisons dans la présente étude la forme féminine, mais les travailleurs et autres hommes sont inclus.
- 2 Campagne Clean Clothes, 2014, « Évaluation des entreprises 2014. Qui s'engage pour un salaire vital ? »
- 3 Certaines entreprises n'ont pas répondu à notre questionnaire. Il s'agit de ALBIRO, Amazon, Fruit of the Loom, Gap, Levi's, Lidl, Mammüt, Maus Frères SA, Odlo, Otto, Peek & Cloppenburg, Sherpa Outdoor, Triumph, Workfashion et Zalando.
- 4 Cf. définitions similaires de l'Organisation internationale du travail (OIT).
- 5 Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, p. 15 (consulté le 23.07.2019).
- 6 Composition de famille pour l'Asie. Selon chaque pays et contexte, il convient d'adapter la formule de calcul afin de tenir compte des différences dans la taille des familles et le modèle de dépenses.
- 7 La durée de travail hebdomadaire standard est de 48 heures selon la Convention sur la durée du travail de l'OIT (n° 1, 1919). La Convention des quarante heures (n° 47, 1934, art. 1a) impose toutefois aux États de réduire la durée de travail hebdomadaire à 40 heures. La Campagne Clean Clothes estime qu'un salaire vital doit en principe pouvoir être perçu pour une semaine de 40 heures, et que « l'introduction de la semaine de 40 heures ne doit [toutefois] pas entraîner une péjoration du niveau de vie des personnes employées », comme l'affirme également l'OIT.
- 8 Informations supplémentaires sur la méthode de l'Asia Floor Wage : Asia Floor Wage. What is it and why do we need one? (consulté le 19.07.2019).
- 9 Une vue d'ensemble des valeurs de référence de la méthode Anker est disponible sur le site de Global living wage : Resource library (consulté le 19.07.2019).
- 10 Inditex est la seule marque qui s'est publiquement exprimée sur la question. Inditex.com, Wage negotiations in Bangladesh (consulté le 20.07.2019).
- 11 La convention collective concerne 136 000 employées, soit 7 % du personnel du secteur. WageIndicator Foundation, 2016, Wages in Context in the Garment Industry in Asia (consulté le 20.07.2019).
- 12 Campagne Clean Clothes, 2019, Romania country profile 2018, p. 9 (consulté le 20.07.2019).
- 13 The Global Living Wage Coalition, 2016, Living Wage Report. Tiruppur City Tamil Nadu, India (consulté le 20.07.2019).
- 14 *The Indian Express*, 25.07.2016, Wage hike after 12 years, but Tamil Nadu garment unit owners protest (consulté le 20.07.2019).
- 15 Campagne Clean Clothes, 2013, Road map to a living wage (consulté le 19.03.2019).
- 16 Au moins au niveau de la confection.
- 17 Le montant net du salaire minimum prévu dans la CCNL varie selon les régions, la charge fiscale et la situation familiale. Pour une famille de trois personnes composée d'une personne active, d'une autre personne adulte et d'un enfant, le salaire mensuel net de la catégorie la plus basse de la CCNL (versé selon Gucci par ses fournisseurs italiens) s'élève à 1244 EUR. Pour une famille de quatre personnes, ce salaire net s'élève à 1293 EUR. L'ISTAT calcule le seuil de pauvreté mensuel pour divers types de foyer, et en fonction de leur situation géographique et de leur type de commune. ISTAT, 2017, Poverty in Italy, tableau 8 (consulté le 20.07.2019). Par conséquent, la convention collective CCNL couvre un salaire vital pour une famille de trois personnes dans le sud du pays et sur les îles, tandis que, dans le reste du pays, c'est seulement le cas dans les campagnes mais pas dans les villes. Le salaire de la CCNL est suffisant pour une famille de quatre personnes dans le sud et sur les îles seulement. La WageIndicator Foundation estime que le salaire vital en Italie pour une famille de deux adultes et deux enfants est de 1540 à 2210 EUR. Pour une famille de deux adultes et 1,4 enfant, le salaire vital est estimé à 1444 à 2160 EUR. Dans les deux cas, le montant prévu par la CCNL serait inférieur au niveau du salaire vital. WageIndicator Foundation, Living Wage Series – Italy – January 2018. Conclusion : le salaire net prévu par la CCNL peut dans certains cas permettre à une famille de dépasser le seuil de pauvreté, pour autant que l'usine concernée soit située dans le sud ou sur une île. Au nord, où de nombreuses fabriques sont implantées, un tel salaire minimum n'est suffisant que pour une petite famille dans une zone rurale. La CCNL n'est en aucun cas supérieure aux estimations d'un salaire vital selon la WageIndicator Foundation. Comme nous ne savons pas où sont basés les fournisseurs de Gucci, il ne nous est pas possible de réaliser une évaluation plus approfondie. Il est vraisemblable que certaines employées perçoivent un salaire vital sur la chaîne d'approvisionnement de Gucci, mais toutefois pas 95 % d'entre elles.
- 18 Cf. étude de cas 2 : « Comment la pression sur les prix fait obstacle aux négociations salariales collectives en Inde ».
- 19 Campagne Clean Clothes, 25.09.2018, H&M : Vom Versprechen existenzsichernder Löhne und der Realität der Armutslöhne (consulté le 20.07.2019).
- 20 H&M parle de salaires nets plutôt que de l'indemnité de base avant bonus et heures supplémentaires. Cela signifie que les augmentations indiquées peuvent également être la conséquence d'un plus grand nombre d'heures supplémentaires ou d'objectifs de production plus élevés. Faire augmenter les salaires de cette manière peut signifier plus de pression et de stress pour les travailleuses. Et si les informations se réfèrent aux salaires moyens sans heures supplémentaires, cette représentation ne permet toujours pas de connaître clairement le niveau des salaires les plus bas, qui devraient donc être inclus dans les données présentées.
- 21 Amfori, 23.08.2018, Letter to the Prime Minister of Bangladesh (consulté le 19.06.2019).
- 22 Campagne Clean Clothes, 19.01.2019, Freedom of Association protocol – Indonesia (consulté le 11.03.2019).
- 23 Le mécanisme de dénonciation d'Inditex permet de dénoncer des violations de l'ensemble des standards et règles éthiques, et seule une partie des 181 réclamations déposées concerne donc des problèmes sur la chaîne d'approvisionnement.
- 24 Campagne Clean Clothes, 2013, Road map to a living wage (consulté le 06.06.2019).
- 25 ALDI Nord et ALDI Süd ont répondu séparément au questionnaire. Comme leurs réponses sont quasiment identiques et que les deux entreprises ont indiqué avoir collaboré pour remplir le questionnaire, nous évaluons ALDI dans son ensemble.
- 26 Campagne Clean Clothes, 2017, Europa's Sweatshops (consulté le 20.07.2019).
- 27 Nous ne pouvons pas vérifier cette affirmation sur place, mais les informations et réponses reçues par la suite à ce sujet nous semblent plausibles et crédibles.
- 28 Zalando, communiqué de presse du 14.03.2019, Zalando Bundles Its Private Labels and Its Partner Brand Assortment Under One Roof (consulté le 20.07.2019).
- 29 Cf. questionnaire original dans le rapport de la Campagne Clean Clothes en anglais Tailored Wages 2019, pp. 69 et suivantes (consulté le 20.07.2019).
- 30 Campagne Clean Clothes, 2013, Road map to a living wage (consulté le 06.06.2019).



PUBLIC EYE Par son travail d'enquête et de campagne, Public Eye dénonce les violations des droits humains qui trouvent leur origine en Suisse et s'engage pour un monde plus juste. Public Eye coordonne la Campagne Clean Clothes en Suisse. www.publiceye.ch

Avenue Charles-Dickens 4
CH-1006 Lausanne
Tél. +41 (0)21 620 03 03
Fax +41 (0)21 620 03 00
contact@publiceye.ch

Dienerstrasse 12
Postfach | CH-8021 Zürich
Tél. +41 (0)44 2 777 999
Fax +41 (0)44 2 777 991
kontakt@publiceye.ch



CCK/CLEAN CLOTHES KAMPAGNE ÖSTERREICH est membre de la Campagne Clean Clothes internationale qui s'engage pour de meilleures conditions de travail dans l'industrie mondiale du vêtement, de la chaussure et du textile. En Autriche, la Campagne Clean Clothes est portée par 12 organisations membres et partenaires qui collaborent au sein d'une coalition apolitique et aconfessionnelle pour des objectifs communs. www.cleanclothes.at

Clean Clothes Kampagne
Österreich
c/o Südwind
Laudongasse 40
1080 Wien

Österreich
Tél. +43 1 40 555 15 331
office@cleanclothes.at



KAMPAGNE FÜR SAUBERE KLEIDUNG est un réseau qui s'engage pour les droits des travailleuses sur les chaînes d'approvisionnement de l'industrie de la mode et pour l'amélioration de leurs conditions de travail et de vie : en soutenant des actions collectives, en faisant pression sur les entreprises et les organisations professionnelles, en menant des campagnes politiques et en sensibilisant et mobilisant les consommateurs et consommatrices. www.sauberekleidung.de

Kampagne für Saubere Kleidung
c/o Vereinte Evangelische Mission
Rudolfstr. 135
42285 Wuppertal

Deutschland
Tél. +49 (0)202 89004 316
koordination@saubere-kleidung.de

Le salaire vital est reconnu comme un droit humain, et les entreprises de l'industrie textile ont la responsabilité de le garantir sur toute leur chaîne d'approvisionnement. Bien que les enseignes de la mode promettent sur le papier le versement d'un salaire vital, rares sont encore les travailleuses de l'industrie textile qui perçoivent un salaire suffisant pour pouvoir vivre dans la dignité.

Cette étude analyse pourquoi la situation évolue si lentement autour de la question des salaires et pourquoi la plupart des approches volontaires que les entreprises choisissent actuellement pour l'aborder dans leur chaîne d'approvisionnement sont insuffisantes. Elle montre quelles entreprises ont une longueur d'avance sur les autres et pourquoi il faut plus de mesures contraignantes pour garantir le droit à un salaire vital.

Ce rapport est une enquête de suivi de l'Évaluation des entreprises réalisée en 2014 par la Campagne Clean Clothes. Il se base sur un questionnaire envoyé à 45 enseignes de la mode.