

<https://www.ameSSI.org/S-informer-avant-d-acheter-Pour-de-l-ethique-sur-l-etiquette>



# S'informer avant d'acheter : Pour de l'éthique sur l'étiquette

- VETEMENTS TOXIQUES



Date de mise en ligne : dimanche 20 juin 2010

---

Copyright © AMESSI.Org® Alternatives Médecines Évolutives Santé et

Sciences Innovantes ® - Tous droits réservés

---

**Salaires de misère, heures supplémentaires obligatoires et non rémunérées, règles de sécurité non respectées, répression vis-à-vis de syndicalistes dont le seul tort est de demander des conditions de travail et une rémunération décentes...**

**Tel est le sort de nombre d'ouvrières et d'ouvriers du jouet, de l'habillement ou de la chaussure, notamment en Asie. Il s'agit de violations graves des droits de l'Homme définis par l'Organisation Internationale du Travail, un organisme spécialisé des Nations Unies**

## Sommaire

- [Pour de l'éthique sur l'étiquette](#)
- [S'informer avant d'acheter](#)

>

## Pour de l'éthique sur l'étiquette

>

## S'informer avant d'acheter

Et si les produits que vous achetez étaient fabriqués dans des conditions aussi scandaleuses ? Aujourd'hui, les consommateurs ne savent rien de la qualité sociale de leurs achats ! Pour beaucoup, cette situation est inacceptable  
Créé en 1995, le collectif

>De l'Ethique sur l'Etiquette regroupe 50

associations et syndicats\* et fait partie du réseau européen *Clean Clothes Campaign* (CCC), présent dans 12 pays. Il travaille en relation avec des associations et des syndicats dans le monde entier.

Le collectif mène des campagnes de sensibilisation des consommateurs et de pression sur la grande distribution. Il demande aux enseignes de s'assurer de la bonne qualité sociale qu'elles commercialisent, de promouvoir le progrès social chez leurs fournisseurs et à, moyen terme, d'offrir des garanties à leurs clients, basées sur des vérifications indépendantes. Dans ce but, le collectif souhaite la création d'un label social. Pour atteindre ces objectifs, il insiste auprès des entreprises sur l'importance de travailler avec les mouvements qui

agissent en faveur d'une consommation éthique, ainsi qu'avec les associations et les syndicats concernés dans les pays producteurs.>Les consommateurs sont de plus en plus nombreux à soutenir le collectif. Les résultats obtenus par les 4 pétitions qu'il a lancées le montrent : 20 000 signatures en 1996, 80 000 en 1997, 140 000 en 1998 et plus de 180 000 lors de notre dernière campagne qui s'est achevée en janvier 2002. La citoyenneté ne s'arrête pas aux portes des magasins !>En 1995, lors de la création du collectif, aucune enseigne de la grande distribution n'avait réellement pris d'initiative en matière de qualité sociale. Aujourd'hui, grâce à la pression des consommateurs, toutes reconnaissent leur responsabilité (adoption de codes de conduite...). Elles commencent également à mettre en oeuvre leurs engagements, mais de manière inégales (audits sociaux...).

Cependant, à de très rares exceptions près, la grande distribution n'a pas établi de vraie concertation avec les acteurs reconnus en matière de consommation éthique et de défense des droits de l'Homme au travail. Sans concertation, comment parler de véritable démarche "*qualité sociale*" de la part des enseignes ? Comment, par exemple, évaluer et faire progresser les conditions de travail chez un fournisseur sans associer véritablement les travailleurs et leurs représentants ? Le social est une affaire trop sérieuse pour être laissées aux seules entreprises !

### Début

mars 2004, le collectif *De l'éthique sur l'étiquette* lancera une nouvelle campagne sur le thème des conditions de production de vêtements et des chaussures de sport, à l'occasion des Jeux Olympiques d'Athènes en août 2004. Cette campagne sensibilisera et mobilisera les consommateurs contre l'exploitation des travailleurs dans ces industries. Elle ciblera non seulement des marques et distributeurs de sport, mais aussi le Comité International Olympique (CIO) afin que ce dernier intègre une clause sociale dans les contrats de licence et de sponsoring qu'il conclut avec des entreprises. Il s'agit du volet français d'une campagne internationale menée conjointement par notre réseau CCC, Oxfam International et la Confédération Internationale des Syndicats Libres (CISL). Dans ce cadre, nous lancerons une pétition internationale. Alors mobilisons-nous pour qu'à l'occasion des Jeux Olympiques, les entreprises du sport jouent le jeu et fassent gagner les Droits de l'Homme. Dans sa charte, le Comité International Olympique fonde ses valeurs sur "le respect des principes éthiques fondamentaux universels", mais n'étend pas ces principes aux ouvriers de l'industrie du sport. Pourtant, il est responsable des conditions de fabrication des produits portant le logo olympique. Notre campagne "Jouez le jeu pour les JO" a donc pour premier objectif d'inciter le CIO à reconnaître sa responsabilité quant aux conditions de travail dans ses filières d'approvisionnement. Ainsi, le Collectif lance le défi de réunir 200 000 signatures en France pour contribuer à la pétition internationale qui demandera au CIO de prendre des mesures concrètes, afin de favoriser la démarche qualité sociale des entreprises du sport.>Quand j'achète des vêtements de sport, je veux être sûr que personne n'a été exploité pour leur fabrication.

Aussi, je suis choqué et déçu d'apprendre l'existence de violations massives des droits des ouvriers dans l'industrie des vêtements de sport, et que le CIO n'a pris aucune mesure pour empêcher de tels abus parmi ceux qui fabriquent des produits portant l'emblème olympique.

Dans sa charte, le CIO déclare que l'olympisme se fonde sur « le respect des principes éthiques fondamentaux universels », mais vous n'étendez pas ces principes aux ouvriers de l'industrie du sport. Pourtant, il est responsable des conditions de fabrication des produits portant le logo olympique.

Dans sa charte comme dans les actes, le CIO doit s'assurer que les droits des ouvriers sont respectés, et doit collaborer dans ce but avec des ONG et des syndicats. Merci de me faire savoir ce que vous comptez faire pour cela. Signez la pétition > Dont la Fédération Artisans du Monde, le CCFD (Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement), la CFDT, la CLCV (Confédération Consommation, Logement et Cadre de Vie , Léo Lagrange-consommation et Peuples Solidaires. Sources\_liste">

[Magazine Biocontact de Janvier 2004](http://www.onpeutlefaire.com/open.php?id=242) [http://www.onpeutlefaire.com/open.php?id=242]

Auteur

**Pascal Erard, coordinateur du collectif De l'éthique sur l'étiquette**

**Contact**

**Collectif De l'éthique sur l'étiquette  
53, boulevard de Strasbourg  
75010 Paris  
mél :**

[info chez ethique-sur-etiquette.org](http://ethique-sur-etiquette.org)