

28.04.2004 - 09:35 Uhr

Un plan d'action est nécessaire dans l'industrie des vêtements de sport

Berne (ots) -

Dans l'industrie des vêtements de sport, les conditions de travail équitables sont aussi rares que les records du monde en saut en longueur. Un plan d'action, emmené par le mouvement olympique et le CIO, le Comité International Olympique, pourrait indiquer la voie vers plus de respect des droits des travailleurs et travailleuses. C'est en tout cas ce qu'on demande aujourd'hui la campagne Clean Clothes, la Déclaration de Berne et l'Union syndicale suisse à l'occasion d'une conférence de presse commune qui se tient à Berne.

Pour amener les producteurs à fabriquer des vêtements de sport dans des conditions équitables, la route est longue et fatigante, comme le marathon olympique. Contrairement à ce que nous promet la publicité des chaussures qui nous feront parcourir les 42,195 kilomètres du marathon comme sur un nuage, l'industrie des vêtements de sport n'est toujours pas sortie de l'arbitraire et continue généralement de violer les droits fondamentaux. Le rapport «Play Fair at the Olympics», présenté par la campagne Clean Clothes, Oxfam International et le réseau de syndicats Global Unions à l'occasion du coup d'envoi de la présente campagne, en apporte la démonstration. «Le quotidien dans les usines est fait de salaires de misère, d'heures supplémentaires effectuées sous la contrainte, d'amendes infligées pour des défauts de fabrication et de licenciements de syndicalistes», a rappelé aujourd'hui Jean-Claude Prince, de l'USS, citant le rapport en question devant les journalistes.

Rien n'évoluera si ce n'est sous la pression de l'opinion publique! Les multinationales les plus vivement critiquées ces dernières années ont pris quelques premières mesures pour améliorer les conditions de travail dans leurs fabriques. En janvier 2004, après une campagne de dénonciation de plusieurs années, Puma a fini par accepter de s'attaquer au problème dans le cadre de Fair Labour Organisation (FLA), comme l'avaient fait auparavant le trio qui domine le marché, Nike, Adidas et Reebok. Mais Puma n'en est encore qu'au 1er kilomètre de son marathon. D'autres marques moins connues - Mizuno, Asics, Fila, Kappa ou Lotto - n'ont encore rien ou presque rien entrepris. À coups de campagnes de marketing agressives, ces fabricants d'équipements durcissent la compétition pour les parts de marché. «Les prix des vêtements de sport n'ont cessé de baisser ces dernières années dans les magasins, bien que les coûts de production augmentent. Cette concurrence féroce se fait sur le dos du personnel», relève Stefan Indermühle, de la Déclaration de Berne. Le dumping social pratiqué par une entreprise annihile par ailleurs les bonnes résolutions prises par les autres.

Un plan d'action pour tout le secteur, d'Athènes à Pékin! C'est pourquoi le mouvement olympique et le CIO au premier chef doivent prendre des initiatives sérieuses pour faire produire les vêtements de sport dans des conditions équitables. La tâche semble très facile, puisqu'il leur suffirait de modifier les contrats de

licence et de sponsoring. À ce jour, les fédérations olympiques ont ignoré ce scandale de manière inacceptable. Le fair-play na jamais été considéré comme un préalable à la signature de contrats, ni pour les sponsors des Jeux Olympiques d'Athènes en 2004 (par ex. Adidas), ni pour les fabricants des tenues officielles (Mizuno), ni pour les innombrables producteurs d'articles olympiques bénéficiaires d'une licence. Si le CIO montre la voie, les comités nationaux et les marques suivront. Les articles de marketing pour les J.O. d'Athènes sont pour ainsi dire dorénavant produits. En prévision des Jeux de Pékin en 2008, un plan d'action à l'échelle de la branche devrait être mis au point. La campagne "Jouez le jeu pour les JO" a été discutée aussi au Parlement européen à Strasbourg. Selon la résolution adoptée le 22 avril 2004 il invite la Commission à collaborer avec l'OIT pour s'assurer que le CIO inclut le respect des droits du travail internationalement acceptés dans ses principes fondamentaux, dans la Charte olympique. Il demande instamment aux acteurs (WFSGI, CIO, industrie) qu'ils doivent présenter des mesures concrètes et identifiables visant à une solution sectorielle qui respecte entièrement les normes de travail établies par l'OIT. Les organisations représentatives de la politique de développement, de la protection des consommateurs et consommatrices, du commerce équitable, ainsi que les syndicats et les associations de jeunesse, qui soutiennent tous la campagne lancée à l'occasion des Jeux Olympiques, sont convaincus que, si le CIO, les marques et l'OIT, l'Organisation internationale du travail, réussissent à coopérer, les problèmes peuvent être surmontés. Ensemble, ils nous engagent à signer l'Appel olympique suisse au nom d'un groupe ou en notre nom personnel (voir sous: www.ladb.ch).

Autres informations générales pour les médias: www.ladb.ch

Renseignements:

Stefan Indermühle, EvB/db, tél. 01 277 70 00, e-mail:

ccc@evb.ch

Jean-Claude Prince, USS, tél. 031 377 01 12 ou 079 689 45 84,

e-mail: jean-claude.prince@sgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100003695/100474202> abgerufen werden.