

## DU NORD AU SUD, NOS SUPERMARCHES PRECIPITENT LES FEMMES DANS LA PRECARITE

### Les consommatrices que nous sommes peuvent-elles y faire quelque chose ?

*Lorsqu'un employeur exerce sur son personnel des pressions continuelles en matière de délais et de coûts, cela implique toujours, au minimum, un salaire de misère, des conditions de travail précaires et une insécurité d'emploi. Dans la grande distribution où ces pressions sont la règle, ce sont majoritairement des femmes qui en subissent les contraintes. Le vécu des travailleuses de la confection dans les pays producteurs et celui du personnel de la distribution en Belgique sont illustratifs. D'un bout à l'autre de la chaîne, les femmes – qui constituent la majeure partie du salariat – sont les victimes de ces géants et de leur politique commerciale. Faisons contre mauvaise fortune bon cœur : ce sont aussi les femmes qui remplissent le caddie. Notre pouvoir d'achat, tant convoité par les supermarchés, peut-il être mis à profit pour lutter contre la pauvreté de centaines de millions de travailleuses ?*

Les supermarchés sont parmi les entreprises les plus puissantes du monde. Cette position de force découle de nos comportements d'achat. Puisque l'on peut tout trouver dans une grande surface (de la nourriture à l'électronique en passant par les jouets et même l'offre de téléphonie), pourquoi aller ailleurs ? Depuis quelques années, on observe une nouvelle tendance : on y achète aussi de plus en plus de vêtements. Une étude marketing<sup>1</sup> démontre que pour améliorer leurs chiffres dans le « food », les hard-discounters tels que Aldi ou Lidl développent une offre « non food » majoritairement composée de vêtements.

Résultat : les grands distributeurs mangent les petits et un nombre réduit de mastodontes tirent aujourd'hui les ficelles du marché mondial des biens de consommation.

### **Toujours moins cher » : pour qui ?**

La politique des prix bas menée par ces acteurs de la distribution expliquent en grande partie l'attrait qu'ils exercent sur les consommateurs, surtout en période de crise. Quoi de plus normal pour le commun des mortels que de rechercher les prix « écrasés »<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> [http://www.marketresearchworld.net/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=607](http://www.marketresearchworld.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=607)

<sup>2</sup> Nous sommes aussi surinformés par les publicités omniprésentes et continuelles. Difficiles donc d'échapper aux offres « super avantageuses ».

Mais qui dit prix bas, dit évidemment compressions des coûts à tous les étages<sup>3</sup>. Ensuite, viennent les pressions voire les menaces sur les travailleurs et les producteurs pour qu'ils acceptent de devenir, par leur travail, les outils humains d'un système conçu pour faire du profit.

Dans la confection textile plus particulièrement, délais irréalistes, commandes saisonnières, modifications de dernière minute et jeu de la concurrence entre fournisseurs figurent parmi les pratiques courantes des grands distributeurs pour dégager des coûts planchers. Avec des conséquences catastrophiques sur les conditions de travail dans toute la filière : surcharges de travail périodiques, salaires dérisoires ne permettant pas de vivre décemment, harcèlements, non respect des droits fondamentaux, etc. Un prix qui n'est pas payé par le consommateur est payé par le travailleur. Nous le savons tous, c'est forcément le cas ! Mais lorsque les temps sont difficiles et que le pouvoir de choisir est réduit, que faire ? Nous sommes coincés.

## **La triple charge des femmes**

L'immense majorité des travailleurs du secteur de la confection textile sont des femmes : environ 80%<sup>4</sup>. Cela n'est pas le fruit du hasard mais bien le résultat d'une série de discriminations de « genre<sup>5</sup> » subies à tous les moments de leur existence.

Le rapport « Cash ! » sur les conditions de travail dans l'industrie de l'habillement publié par la *Campagne Vêtements Propres*<sup>6</sup> en février 2009 nous le démontre. En Inde, au Bangladesh, au Sri Lanka, en Thaïlande, qui sont les quatre pays étudiés par l'enquête, les femmes sont obligées de travailler dans ce secteur en raison des besoins et des contraintes qui leur sont imposées par leur triple charge. Quelle est-elle ?

1. Les femmes sont souvent le principal soutien de famille : elles doivent se procurer un revenu pour elles-mêmes, leurs enfants, leurs parents, leurs frères. Les filles sont toujours les premières à être retirées de l'école lorsque les temps sont durs et qu'il faut compléter les revenus de la famille.
2. Les femmes sont également responsables des tâches ménagères : la lessive, le nettoyage, la cuisine qu'elles effectuent après leurs pénibles journées à l'usine ou après l'école. Ce qui les prive des heures de « loisirs » - pourtant laissées aux hommes - pour se cultiver, se distraire, s'aérer, etc.
3. Enfin, les femmes assument la responsabilité de la reproduction. Elles portent et élèvent les enfants : une lourde charge qui s'ajoute aux deux précédentes (ménage et travail à l'extérieur).

De manière générale, les femmes sont :

- contraintes de travailler ;
- malheureusement, vu leur faible niveau d'éducation, elles ont moins d'opportunités d'emploi ;

---

<sup>3</sup> Récemment, la crise du lait a fait état des prix auxquels les grands distributeurs achètent le lait producteurs : un prix qui ne leur permet même plus de rentrer dans leurs frais.

<sup>4</sup> Pourcentage global qui reflète également la situation en Afrique, selon la Première conférence mondiale des femmes de la Confédération syndicale internationale qui s'est tenue à Bruxelles le 21 octobre 2009. <http://www.ituc-csi.org/spip.php?article4553>

<sup>5</sup> Liées au sexe.

<sup>6</sup> « Cash ! Pratiques d'approvisionnement de la grande distribution et conditions de travail dans l'industrie de l'habillement », Campagne Vêtement Propres, 2009, 79p. Une enquête menée auprès de 440 travailleurs issus de 30 usines réparties dans quatre pays : Sri Lanka, Bangladesh, Inde, Thaïlande.

- leurs multiples responsabilités familiales limitent leur capacité à améliorer leurs conditions de travail ou à s'exprimer – et encore moins à militer - sur les difficultés qu'elles rencontrent.

Cela en fait des employées, ou des victimes, idéales aux yeux des employeurs. Cette situation est-elle l'unique fait des pays pauvres ?

Le rapport de l'OIT, « Tendances mondiales de l'emploi des femmes en 2009<sup>7</sup> » n'est pas moins clair. Il indique : « les femmes se trouvent souvent défavorisées par rapport aux hommes sur les marchés du travail de l'ensemble de la planète [et] dans la plupart des régions, on s'attend à ce que l'impact de la crise économique selon le sexe en termes de taux de chômage soit plus préjudiciable aux femmes qu'aux hommes ».

En octobre 2009 s'est tenue à Bruxelles, la première conférence mondiale des femmes de la Confédération Syndicale Internationale<sup>8</sup>. Ses travaux définissent comme une « question prioritaire pour les femmes au travail, pour la société et la politique : la hausse du nombre de femmes dans le travail précaire au cours des dernières années, contraignant nombre d'entre elles à occuper des emplois à court terme et à bas salaire, avec une protection minimale voire inexistante contre l'exploitation, et sans le moindre droit à la sécurité sociale ou à une pension ».

## **Un emploi « par défaut »**

Lorsqu'une entreprise de confection emploie des travailleurs des deux sexes, il y règne rarement une égalité de chances entre hommes et femmes. Souvent, les femmes restent cantonnées dans des fonctions de production et seuls les hommes accèdent aux fonctions supérieures (supervisions, ...) mieux rémunérées. Dans la majorité des usines du Bangladesh visitées par les auteurs du rapport Cash, un fossé strict est maintenu entre les hommes et les femmes : les femmes sont chargées de la couture, tandis que les hommes occupent les fonctions mieux rémunérées dans la découpe des tissus.

En conséquence, plutôt que de représenter une opportunité d'épanouissement professionnel pour les femmes, l'emploi dans la confection constitue un pis aller, un dernier recours auquel on se résigne. Une jeune femme sri lankaise tenait les propos suivants aux enquêteurs de la Campagne Vêtements propres internationale :

« Lorsque j'étais adolescente, j'ai arrêté mes études car je devais m'occuper de mes frères et sœurs. Lorsque ma mère partait travailler, je devais cuisiner et m'occuper des plus jeunes... Aujourd'hui, ma mère ne travaille plus. C'est moi qui perçois un salaire et qui envoie de l'argent à la maison... La somme que j'envoie n'est pas suffisante mais je dois me nourrir également... Je me console en me disant que c'est mon destin ».<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Rapport évaluant l'incidence de la crise financière mondiale sur les femmes dans le monde du travail. Voir : [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms\\_105176.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_105176.pdf)

<sup>8</sup> ibidem

<sup>9</sup> Cash, ibidem, p. 58

## **Les femmes, prisonnières du système**

Sur leur lieu de travail, les femmes endurent davantage que leurs homologues masculins. Officiellement, la discrimination et les abus sur base du sexe sont interdits mais dans les faits ils ont lieu. Le rapport Cash rapporte des exemples fréquents d'abus à l'encontre des femmes, surtout au Bangladesh : salaire moindre pour travail identique, moins d'opportunités de promotion, tabassages, insultes verbales, commentaires et attouchements déplacés de la part de superviseurs.

Le harcèlement en usine serait un moyen efficace d'effrayer et de dominer les travailleuses, toujours selon le rapport Cash. Comme on l'a vu, ces dernières, liées à des contraintes culturelles, économiques et familiales (la nécessité de nourrir leurs enfants) se défendent peu face à leurs supérieurs toujours masculins et s'expriment rarement sur ce qu'elles subissent à l'extérieur, par peur de représailles. Elles sont la plupart du temps ignorantes de l'existence du droit d'association.

La discrimination salariale a de sérieuses implications sur la capacité des femmes à se nourrir, se loger, se soigner, à avoir accès aux services. Leurs conditions de travail les rendent pourtant extrêmement fragiles moralement et physiquement...

Et les femmes enceintes ? Dans la majorité des dix usines visitées au Bangladesh par les enquêteurs de Vêtements propres, des femmes près d'accoucher étaient contraintes d'effectuer le même travail que les autres. Une fois les enfants mis au monde, certaines travailleuses doivent les envoyer dans le village d'origine pour pouvoir se rendre à l'usine, de sorte qu'elles ne les voient que quelques fois par an... L'impact des conditions de travail déplorables s'étend donc aux enfants, aux parents âgés et à tous ceux que les femmes ont à leur charge.

## **Les femmes à la vente**

Jetons à présent un coup d'œil à l'autre bout de la chaîne. En Belgique, la distribution est un secteur majoritairement féminin : 63,6% en 1999. Pour des raisons comparables à celles qui motivent les travailleuses du sud, les femmes occidentales doivent travailler. Elles acceptent donc des conditions de travail parfois difficiles. Dans la grande distribution, les femmes sont la plupart du temps

- employées involontairement à temps partiel
- avec horaires variables : ce qui les met dans l'impossibilité de compléter leur horaire auprès d'un autre employeur et rend compliquée l'organisation de la vie familiale ;
- et salaires bas, parmi les plus bas du secteur privé. « Le salaire perçu par les travailleurs de la distribution ne permet pas de disposer d'un pouvoir d'achat digne de ce nom, alors que le secteur dégage énormément de profits » indique le mémorandum<sup>10</sup> de la CNE-Commerce publié en janvier 2008.

Autres contraintes liées à ces emplois : les femmes doivent faire montre de flexibilité et de polyvalence: prester des heures complémentaires imprévisibles, avoir une journée de roulement, pouvoir aussi bien nettoyer les vitres que travailler en caisse. Et cela sans faire la fine bouche, sous peine de perdre son emploi. Des témoignages allant en ce sens abondent dans les permanences syndicales de notre pays.

---

<sup>10</sup> « Parce que nous ne sommes pas des marchandises ! Mémorandum de la CNE-Commerce. Pour une distribution au service de l'être humain », Congrès du secteur commerce de la CNE, Spa, Janvier 2008.

## **Un modèle non durable**

Que faire ? Faut-il accepter ces conditions de travail comme une fatalité ? Boycotter certaines enseignes ne constituerait certainement pas un soutien pour leurs travailleuses...

Faut-il alors se résigner à participer (par notre travail, par nos achats) aux énormes gains des grands distributeurs, gains majoritairement réalisés sur les dos des travailleurs ? Sommes-nous – consommateurs et travailleurs – les otages d'une spirale ? Tout nous porte à le croire.

Ce sont aussi les femmes qui, la plupart du temps, remplissent les caddies des grands magasins. Elles sont nombreuses qui, chaque semaine ou chaque jour, se rendent auprès de leur enseigne préférée pour faire leurs emplettes. Leur pouvoir d'achat respectif représente une « part de marché » convoitée par les sociétés commerciales.

C'est pourquoi, il existe actuellement une idée répandue, selon laquelle, en consommant, l'individu pose un acte ou une expression politique. Ainsi en achetant un vêtement fabriqué dans des conditions indignes, nous donnerions une sorte de visa à son fabricant pour continuer à produire les vêtements suivants... Cette vision des choses est un peu étroite<sup>11</sup>. Tout d'abord, si les individus détiennent du pouvoir par leur consommation, ce pouvoir dépend de la capacité de consommer et se trouve donc très inégalement réparti, voire non-démocratique. Beaucoup de consommatrices sont elles-mêmes contraintes de se serrer la ceinture si, comme on l'a vu, leur travail est précaire. Elles vont donc se rendre au supermarché qui offre des prix bas.

Ensuite, cette conception d'une « consommation politique » présuppose une grande liberté du consommateur, alors que ce dernier doit composer avec la société telle qu'elle est organisée. La disparition des petits commerces, la création des zonings commerciaux ne sont pas les faits du citoyen...

Autrement dit, une ménagère au faible pouvoir d'achat, ne disposant que peu de moyens de déplacement pour véritablement s'offrir un large choix d'enseignes ne peut mettre dans ses actes d'achats de sens politique.

Enfin, le consommateur isolé est incapable d'infléchir le comportement des entreprises. Il doit entrer dans un mouvement collectif pour avoir un impact. Mais à l'heure de l'effritement du lien social, du repli sur soi, comment mobiliser massivement ?

## **Rompre le silence**

Cela se présente un peu comme la quadrature du cercle. Malgré tout, accepter ce modèle dominant non durable et profondément injuste socialement reviendrait quelque part à un suicide.

Le mouvement d'éducation permanente que constitue l'ACRF demeure persuadé que l'information, la formation, la sensibilisation et l'interpellation du plus grand nombre à ces injustices rendues possibles grâce à notre pouvoir d'achat sont essentielles. Plus les citoyens seront au courant de ces pratiques aujourd'hui entourées du plus grand silence, voire de la plus grande indifférence, plus la pression morale sur les grands distributeurs sera forte.

---

<sup>11</sup> Lire l'article « Place à la politique » in La Revue durable n°13, novembre 2004.

Souvent, une fois informé, le public demande : « que pouvons-nous faire ? » Le meilleur réflexe à acquérir est alors de soi-même relayer les messages, de diffuser des outils d'information, de faire savoir massivement dans quelles conditions sont fabriqués et vendus nos vêtements. Bref, de faire passer le bâton de parole et former la plus grande chaîne de solidarité possible.

Notre mouvement féminin est extrêmement concerné par l'ampleur des injustices faites aux femmes dans la filière textile. L'ACRF participe et collabore à la sensibilisation réalisée en Belgique francophone par la Campagne Vêtements propres<sup>1</sup>, qui elle-même s'adresse directement aux distributeurs pour réclamer plus de transparence et des codes de conduite ambitieux. Il faut que les grandes enseignes mondiales arrêtent de fermer les yeux sur des conditions de travail qui découlent logiquement de leurs exigences dans les pays du Sud. Il faut que les grands distributeurs réajustent notamment leurs pratiques salariales dans les pays du Nord. Il le faut ! C'est possible si nous l'exigeons fermement en nous exprimant au maximum.

*Quelques chiffres :*

Les grands distributeurs :

Carrefour : le plus grand distributeur d'Europe, compte 25 000 000 de clients par jour dans le monde entier

Aldi : 80% des Allemands y font leurs courses

Walmart : distributeur américain -la plus grande entreprise du monde – qui engrange 8.035 € de ventes à chaque seconde.

Tesco : le géant britannique. Une livre sur 7 dépensées dans les magasins au Royaume-Uni lui revient.

Les travailleurs :

Au Bangladesh : le salaire minimum légal est de 17€/mois alors que le salaire nécessaire pour vivre est de 48€/mois.

Muriel Lescure  
Chargée de sensibilisation à l'ACRF

**L'ACRF souhaite que les informations qu'elle publie  
soient diffusées et reproduites ;  
n'oubliez pas dans ce cas de mentionner la source.**

Avec le soutien de



<sup>1</sup> L'ACRF est membre active de la plate-forme Vêtements propres qui a mis sur pied une campagne de sensibilisation pour un Meilleur marché en 2009 et 2010. Voir le site : [www.meilleurmarche.be](http://www.meilleurmarche.be)