

1<sup>er</sup> Septembre 2015



## Production de thon et respect des droits humains : encore des efforts à faire pour *E.Leclerc et Casino*

### Présentation

Le 2 juin 2015, l'ONG Finnwatch a publié un nouveau rapport<sup>1</sup> sur les conditions de travail dans les usines thaïlandaises de conditionnement de produits à base de thon des producteurs « Thai Union Manufacturing (TUM) » et « Unicord ». Ces usines fournissent plusieurs marques de distributeurs européens.

Ce rapport revient sur les enjeux de la responsabilité sociale des distributeurs européens le long des chaînes d'approvisionnement des produits de leurs marques.

La publication de Finnwatch s'inscrit dans le cadre de la campagne européenne Caddi[E]thique<sup>2</sup> dont Peuples Solidaires - ActionAid est le membre français. Cette campagne réunit un consortium d'organisations issues de la société civile européenne et des pays du Sud. Elle vise à rendre les marques de distributeurs (MDD) plus responsables et respectueuses du développement durable.

La présente note synthétise les conclusions du rapport de Finnwatch, contextualise ses éléments d'informations à partir des deux précédents rapports de Finnwatch et présente les résultats d'enquête de Peuples Solidaires - Action-Aid France sur les produits à base de thon de marques de distributeurs français conditionnées chez TUM et Unicord.



### 2015 Année européenne pour le développement

Ce document a été produit avec l'appui financier de l'Union européenne. Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité de Peuples Solidaires – ActionAid France et ne reflète, en aucun cas, la position de l'Union européenne.

Ce rapport a été rédigé en août 2015 par Ingrid Aymes, Chargée de mission pour Peuples Solidaires – ActionAid, avec l'appui de Katia Roux, Responsable des campagnes de Peuples Solidaires – ActionAid.

<sup>1</sup> Follow-up Study: Improvements at Tuna Fish Factories in Thailand, disponible sur <http://www.finnwatch.org/en/>

<sup>2</sup> En anglais : Supply Chainge, <http://supplychainge.org/>

## SOMMAIRE

1. Le marché français de la distribution.....	4
2. Enquête auprès des fournisseurs thaïlandais du thon européen.....	6
3. Casino et Leclerc parmi les acheteurs .....	12
4. Nos demandes.....	14

## Introduction

Les supermarchés européens disposent d'une énorme influence : les consommateurs et consommatrices y font leurs achats, les agriculteurs-agricultrices et les fournisseurs y vendent leurs produits, les travailleurs-ses et les petit-e-s exploitant-e-s en dépendent pour gagner leur vie et les gouvernements les écoutent.

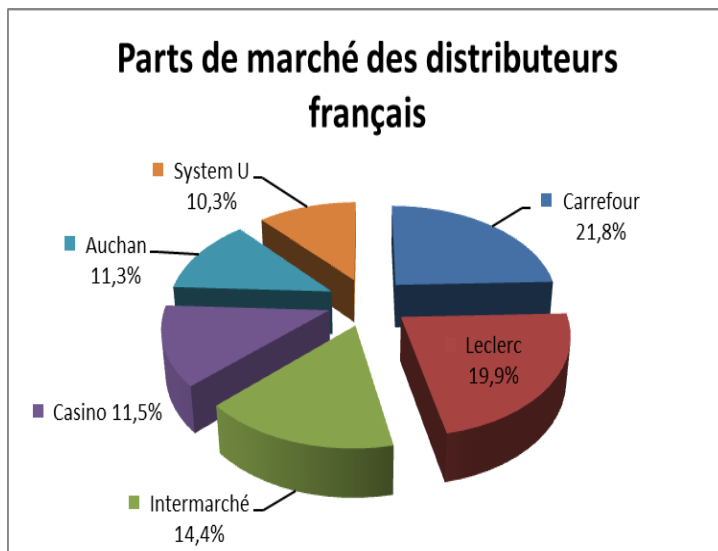
**Leur domination sur les marchés alimentaires et leur double rôle en tant qu'acheteurs et vendeurs leur donnent un pouvoir méconnu et incontestable qui affecte littéralement la vie de chacun-e.**

Avec la concentration des marchés, la dépendance des producteurs-productrices vis-à-vis des distributeurs ne cesse de grandir.

Tandis que les distributeurs cherchent à maximiser leurs profits, les conditions de production se détériorent le long de la chaîne d'approvisionnement : d'une part, les petit-e-s agriculteurs-trices sont écarté-e-s des circuits de distribution et, d'autre part, l'exploitation des travailleurs-ses et la pollution augmentent dans la majorité des pays du Sud.

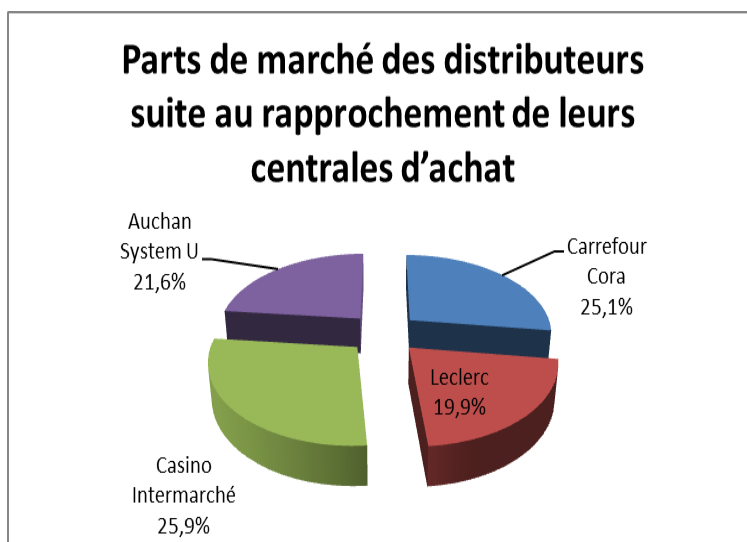
## 1. Le marché français de la distribution

**En France, le marché de la distribution alimentaire se concentre dans les mains de quelques acteurs.** En juillet 2014, 90% du marché étaient contrôlés par seulement six acteurs : Carrefour, Leclerc, Système U, Auchan, Casino et Intermarché.



Source : « Parts de marché : une prime aux gros bras », Magazine Linéaires, 28 août 2014<sup>3</sup>

**En mars 2015, cette concentration s'est encore renforcée avec le rapprochement des centrales d'achat de ces grands groupes.** Les fournisseurs doivent donc traiter avec un nombre toujours plus réduit d'acheteurs : quatre centrales d'achats contrôlent désormais 90% du secteur de la distribution pour de nombreux produits d'épicerie.



Source : Avis n° 15-A-06 du 31 mars 2015 relatif au rapprochement des centrales d'achat et de référencement dans le secteur de la grande distribution<sup>4</sup>

<sup>3</sup> <http://www.lineaires.com/LA-DISTRIBUTION/Les-actus/Parts-de-marche-une-prime-aux-gros-bras-44206>

<sup>4</sup> <http://www.autoritedelaconurrence.fr/pdf/avis/15a06.pdf>

Dans le contexte actuel de crise économique, les ménages français ont tendance à réduire leur niveau de consommation<sup>5</sup>. Afin de ne pas assister à une baisse drastique de leurs volumes de vente, les distributeurs se livrent une véritable guerre des prix<sup>6</sup>. Or, cette baisse des prix n'est, le plus souvent, pas répercutée sur les marges des distributeurs mais sur celles de leurs fournisseurs<sup>7</sup>.

**Cette stratégie de baisse des prix est déclinée à la fois sur les produits de marques de fournisseurs mais également sur les produits de marques de distributeurs (MDD).** En effet, le développement des MDD est un élément clé dans la compétition que se livrent les chaînes de supermarchés : la différence de prix entre ces deux types de marques est d'environ 30%<sup>8</sup>. Ces marques correspondent à des produits majoritairement fabriqués dans des unités de production appartenant à une autre entreprise mais qui sont vendues sous les marques du distributeur. Les produits de marque de distributeurs permettent également aux supermarchés de renforcer la fidélité des client-e-s, de se distinguer de leurs concurrents, de renforcer leur indépendance vis-à-vis de leurs fournisseurs<sup>9</sup>, d'améliorer leur position sur les marchés et d'augmenter leur chiffre d'affaire<sup>10</sup>.

En Europe, la part de marché des marques de distributeurs pour toutes les gammes de produits est d'environ 39%<sup>11</sup>. Cette tendance est similaire en France avec un taux de pénétration de 29%<sup>12</sup>.

Cette baisse des prix, notamment à travers leurs produits de MDD, a des impacts dramatiques sur les acteurs en amont de la chaîne d'approvisionnement. Le pouvoir de négociation des fournisseurs se réduit drastiquement, en particulier dans les pays en voie de développement. Plusieurs problèmes relatifs à cette asymétrie des pouvoirs incluent des pratiques commerciales déloyales telles que des transferts abusifs de risque commercial, des cessations injustifiées des relations commerciales ou encore des changements rétroactifs dans les contrats. Ce nivellement des prix vers le bas conduit également à des modes de production ni durables, ni respectueux des droits humains.

---

<sup>5</sup> <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-economie/la-consommation-des-menages-francais-en-baisse-en-2014-30-01-2015-4492247.php>

<sup>6</sup> <http://www.europe1.fr/economie/grande-distribution-jusqu-ou-ira-la-guerre-des-prix-2262729>

<sup>7</sup> [http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/09/25/grande-distribution-guerre-des-prix-ou-guerre-des-marges\\_4494569\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/09/25/grande-distribution-guerre-des-prix-ou-guerre-des-marges_4494569_3232.html)

<sup>8</sup>

[http://www.iriworldwide.eu/Portals/0/articlepdfs/PrivateLabel/PrivateLabel\\_2012\\_Executive\\_Summary\\_Final](http://www.iriworldwide.eu/Portals/0/articlepdfs/PrivateLabel/PrivateLabel_2012_Executive_Summary_Final)

<sup>9</sup> Linéaires, « L'empire industriel des distributeurs », n°288, février 2013

<sup>10</sup> [http://www.pty.fi/fileadmin/pty\\_tiedostot/Julkaisut/PTY\\_Vuosijulkaisu\\_2012\\_web.pdf](http://www.pty.fi/fileadmin/pty_tiedostot/Julkaisut/PTY_Vuosijulkaisu_2012_web.pdf)

<sup>11</sup> IRI, Tim Eales, Private labels in Western economies, Closing the price gap, losing share, December 2014, p.4

<sup>12</sup> IRI, Tim Eales, Private labels in Western economies, Closing the price gap, losing share, December 2014, p.7

## 2. Enquête auprès des fournisseurs thaïlandais du thon européen

**Les usines thaïlandaises de conditionnement de produits à base de thon des producteurs « Thai Union Manufacturing » (TUM) et « Unicord » fournissent plusieurs marques de distributeurs européens.** Depuis trois ans, l'ONG Finnwatch enquête dans ces usines. Les conclusions de ce nouveau rapport sont en demi-teinte : bien que les conditions de travail chez ces deux producteurs thaïlandais se soient améliorées, des problèmes persistent<sup>13</sup> et posent la question de la responsabilité des différents acteurs impliqués (gouvernements, fournisseurs, distributeurs).

En tant que membre de l'OIT, la Thaïlande doit respecter les principes et les droits fondamentaux au travail<sup>14</sup>. Toutefois, elle n'a signé que cinq des huit conventions internationales fondamentales de l'OIT<sup>15</sup>. Elle n'a ni ratifié les conventions 87 et 98 sur la liberté d'association et le droit à la liberté syndicale, ni la convention 111 sur la discrimination à l'emploi. De plus, les travailleurs-ses agricoles ne bénéficient pas des dispositions nationales sur le salaire minimum et le temps de travail<sup>16</sup>. La Thaïlande n'a également pas ratifié les conventions internationales des Nations Unies sur la protection des droits des travailleurs-ses migrants-es et des membres de leurs familles<sup>17</sup>.

Les usines thaïlandaises concernées par cette enquête dépendent fortement de l'exploitation d'une main d'œuvre immigrée et vulnérable. A cet effet, le gouvernement thaïlandais et du Myanmar ont signé un protocole d'entente sur les procédures d'emploi et de protection des travailleurs-ses du Myanmar en Thaïlande. Actuellement, il existe entre deux et trois millions de travailleurs-ses migrant-e-s en Thaïlande. La plupart viennent du Laos, du Myanmar et du Cambodge<sup>18</sup>. Environ un à deux millions d'entre eux-elles sont autorisé-e-s à travailler en Thaïlande ou dans l'attente de leurs documents officiels<sup>19</sup>. Les travailleurs-ses migrant-e-s sont considéré-e-s comme des travailleurs-ses temporaires : un permis de travail leur est délivré pour quelques années. Les migrant-e-s en situation irrégulière sont alors puni-e-s de différentes manières<sup>20</sup>.

### 2.1 Thai Union Manufacturing

Thai Union Manufacturing (TUM) est une filiale de la plus grande entreprise thaïlandaise de conditionnement de produits à base de poisson, Thai Union Frozen Products PCL. TUM conditionne de la bonite, du thon tongol et du thon albacore. Finnwatch a interviewé des travailleurs-ses actifs-ves dans deux usines « Thai Union Manufacturing » de la province de Samut Sakhon. Le site industriel de

<sup>13</sup> Ce chapitre est issu des rapports de l'ONG Finnwatch : « Cheap Has a High Price » (2013) et « Improvements at Tuna Fish Factories in Thailand » (2015)

<sup>14</sup> <http://www.ilo.org/declaration/lang--fr/index.htm>

<sup>15</sup> [http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:11200:0::NO::P11200\\_COUNTRY\\_ID:102843](http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:11200:0::NO::P11200_COUNTRY_ID:102843)

<sup>16</sup> [http://www.ilo.org/dyn/travail/travmain.sectionReport1?p\\_lang=en&p\\_structure=1&p\\_sc\\_id=23&p\\_countries=TH](http://www.ilo.org/dyn/travail/travmain.sectionReport1?p_lang=en&p_structure=1&p_sc_id=23&p_countries=TH)

<sup>17</sup> [https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg\\_no=IV13&chapter=4&lang=fr&clang=\\_fr](https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=IV13&chapter=4&lang=fr&clang=_fr)

<sup>18</sup> <http://www.economist.com/news/asia/21604585-rumours-drive-hundreds-thousands-cambodians-back-home-exodus>

<sup>19</sup> Huguet, J. W., Chamrathirong, A., ja Richter, K. (2011). Thailand Migration Profile in Thailand Migration Report 2011, s. 9-11; U.S. Department of State, 2011 Human Rights report: Thailand, s. 54

<sup>20</sup> Archavanitkul, K. ja Hall, A. (2011). Migrant Workers and Human Rights in a Thai Context teoksessa Thailand Migration Report 2011, s. 68.

cette province est la plus grande unité de conditionnement de produits à base de thon en Asie, il transforme 400 tonnes de thon chaque jour et emploie plus de 8 700 travailleurs-ses.

Environ la moitié des employé-e-s sont des citoyen-ne-s thaïlandais-es et le reste est des travailleurs-ses migrants-es du Myanmar et du Cambodge. Ils-elles travaillent six jours par semaine et huit heures par jour. En plus de leur temps de travail, ils-elles ont besoin de travailler deux heures supplémentaires chaque jour. Leur salaire journalier s'élève à environ 300 Baht (8 euros) et la rémunération des heures supplémentaires se fait sur la base de 56,25 baht (1,5 euro) par heure. Le salaire est conforme au minimum social établi par la législation thaïlandaise. Ils-elles reçoivent également des bonus, par exemple pour l'utilisation de couteaux (environ 10 bahts – 0,3 euros) ou pour le travail de nuit (environ 30 bahts – environ 0,8 euro).

### **2.1.1. Les irrégularités relatives aux documents administratifs ont diminué**

Depuis le premier rapport de Finnwatch en 2013, tous-tes les travailleurs-ses interviewé-e-s disposent de leurs documents administratifs, tels que leur passeport ou leur permis de travail. Ils-elles ont également signé leur contrat de travail dans leur langue natale. Ils-elles n'ont d'ailleurs plus à prendre en charge les frais administratifs pour obtenir leurs documents : lors de ses enquêtes précédentes, Finnwatch avait découvert que les travailleurs-ses devaient payer des frais additionnels à cause de l'agence de recrutement utilisée par TUM, Thai Golden Service. La situation s'est donc améliorée.

Toutefois, la situation n'a pas changé pour les travailleurs-ses actifs-ves chez TUM depuis une longue période : ils-elles rapportent n'avoir jamais reçu de copie écrite de leurs contrats.

### **2.1.2. Des heures supplémentaires pour les travailleurs-ses responsables du nettoyage des chaînes de production**

La plupart des travailleurs-ses affirment réaliser environ deux heures de travail supplémentaire chaque jour, réalisées sur une base volontaire. Toutefois, une des personnes interviewées affirme que des heures supplémentaires lui ont été imposées. Ce problème concerne les travailleurs-ses des équipes responsables du nettoyage des chaînes de production. Celles-ci doivent systématiquement être nettoyées après leur fonctionnement.

### **2.1.3. Les travailleurs-ses bénéficient d'une couverture médicale**

Tous-tes les travailleurs-ses interviewé-e-s par Finnwatch bénéficient dorénavant d'une couverture médicale et d'une carte de sécurité sociale comme l'impose la législation thaïlandaise. Seule une personne travaillant à l'usine depuis environ un an n'en a toujours pas.

### **2.1.4. Des discriminations toujours présentes**

Tous-tes les travailleurs-es interviewé-e-s affirment qu'ils-elles subissent de nombreuses discriminations : les erreurs commises par les travailleurs-ses migrant-e-s du Myanmar sont traitées avec beaucoup moins de tolérance que celles des travailleurs-ses thaïlandais-ses. Par exemple, la hiérarchie ne pénalise pas les travailleurs-ses thaïlandais-ses qui arrivent en retard au travail mais sanctionne immédiatement les travailleurs-ses birman-e-s par un avertissement. D'une manière générale, les travailleurs-ses migrants-es sont plus facilement licencié-e-s que les travailleurs-ses thaïlandais-ses.

### **2.1.5. Politique en matière de congés annuels**

En 2013 et 2014, Finnwatch a mis en lumière des problèmes relatifs à la politique des congés annuels. Les travailleurs-ses affirmaient qu'ils-elles ne bénéficiaient que de quatre jours de congé par an au lieu de six comme le prévoit la législation thaïlandaise. L'usine niait ces affirmations en expliquant qu'elle offrait même plus que le minimum requis par la loi.

Dans les interviews conduites pour le rapport de juin 2015, certain-e-s travailleurs-ses expliquent qu'ils-elles bénéficient de quatre jours de congé annuels et de deux jours de congé offerts par l'usine pour les fêtes du Nouvel An. Les travailleurs-ses insistent sur le fait que les congés ne sont pas accordés conformément à la législation.

Ce problème relatif aux congés annuels pourrait résulter d'une incompréhension. La procédure en vigueur n'a probablement pas été expliquée aux travailleurs-ses dans leur langue natale.

## **2.2. Unicord Public Company Limited : de nouveaux problèmes ont émergé**

**L'entreprise Unicord Public Company Limited appartient au groupe « Sea Value » et produit des produits congelés et en conserve à base de poisson pour l'exportation.** Dans la zone industrielle de Samut Sakhon au centre de la Thaïlande, il existe deux usines Unicord (Unicord 1 et Unicord 2). Finnwatch a enquêté sur les conditions de travail dans l'usine Unicord 2, sur la base des informations imprimées sur les boîtes de thon vendues dans les supermarchés européens. En 2012, il y avait 2100 travailleurs-ses dans l'usine Unicord 2 : 100 étaient d'origine thaïlandaise et occupaient des postes de management tandis que 2000 étaient des travailleurs-ses migrant-e-s du Myanmar et du Cambodge. Le rythme et l'organisation globale du travail sont similaires à celles en vigueur chez Thai Union Manufacturing.

### **2.2.1. Des contrats écrits dans la langue natale des travailleurs-ses mais pas pour tous-tes**

Les travailleurs-ses n'ayant pas bénéficié du protocole d'entente ont obtenu des contrats de travail écrits dans leur langue natale. Toutefois, celles et ceux travaillant à l'usine depuis une longue période et les nouveaux-elles travailleurs-ses ayant bénéficié du protocole d'entente n'ont reçu aucune version de leur contrat de travail. Les travailleurs-ses rapportent avoir signé des contrats mais ces derniers sont conservés par Unicord et par son agence de recrutement, Today Top Star (TTS).

### **2.2.2. Organisation du travail et heures supplémentaires**

Comme chez TUM, la plupart des travailleurs-ses affirment réaliser environ deux heures de travail supplémentaire chaque jour, de manière volontaire. Toutefois, quelques travailleurs-ses rapportent également que celles et ceux qui ne souhaitent pas réaliser d'heures supplémentaires doivent négocier avec leur hiérarchie. Ce problème concerne toujours les travailleurs-ses des équipes responsables du nettoyage des chaînes de production.

### **2.2.3. Retenue sur les salaires**

Les travailleurs-ses affirment que les sanctions disciplinaires ne donnent lieu à aucune retenue sur les salaires. Pourtant, les erreurs graves pénalisent les travailleurs-ses d'une interdiction de se rendre à l'usine pendant trois jours. Durant cette période, les travailleurs-ses ne sont pas rémunéré-e-s. Par



exemple, l'accès à l'usine a été interdit pour une des personnes interviewées pendant trois jours car cette dernière a porté des boucles d'oreilles.

#### **2.2.4. Couverture médicale**

Comme chez TUM, tous-tes les travailleurs-ses interviewé-e-s par Finnwatch bénéficient d'une couverture médicale et d'une carte de sécurité sociale. Cependant, les travailleurs-ses ne bénéficient d'aucune alternative en attendant la mise en place de leur couverture médicale. L'usine n'a pas établi de politique sociale afin de prendre en charge les coûts relatifs à la survenue d'un accident ou d'une maladie pendant cette période.

#### **2.2.5. Les candidat-e-s au comité des travailleurs-ses sont choisi-e-s par la hiérarchie**

Selon les salarié-e-s, il existe un comité des travailleurs-ses au sein de l'usine, dont les membres sont élus par vote. Toutefois, les travailleurs-ses affirment que les candidat-e-s aux élections sont choisi-e-s par la hiérarchie. Bien que les candidatures soient ouvertes à tous-tes, les travailleurs-ses estiment que leur candidature serait trop risquée s'ils-elles ne sont pas coopté-e-s par la hiérarchie. Ils-elles auraient peur d'être menacé-e-s ou licencié-e-s s'ils-elles présentaient des plaintes ou des inquiétudes auprès de leur hiérarchie.

#### **2.2.6. Discrimination et autres comportements inappropriés**

Selon les personnes interviewées, il existe de nombreux cas de discrimination entre les travailleurs-ses thaïlandais-es et les travailleurs-ses migrant-e-s :

- le droit d'apporter des bouteilles d'eau sur le lieu de travail est accordé aux travailleurs-ses thaïlandais-es et ne l'est pas aux travailleurs-ses migrants-es
- les travailleurs-ses birmans-es n'ont pas le droit d'utiliser du maquillage bien que cela soit autorisé pour les travailleurs-ses thaïlandais-es
- les travailleurs-ses migrants-e-s subissent des abus verbaux et physiques
- la fête pour le Nouvel An est uniquement réservée aux travailleurs-ses thaïlandais-es

Les travailleurs-ses disposent de « boîtes à idées » mais estiment qu'aucune action n'est entreprise par l'usine à la suite des remarques déposées à l'intérieur. Ils-elles suspectent que leurs demandes ne sont pas délivrées aux responsables. Pourtant, la hiérarchie n'hésite pas à entreprendre des actions si les travailleurs-ses font des erreurs.

#### **2.2.7. Les travailleurs-ses ayant bénéficié du protocole d'entente font face à des frais de recrutement élevés**

Depuis 4 ans, Unicord recrute ses travailleurs-ses migrant-e-s par une agence de recrutement, Today Top Star (TTS). D'après les documents fournis à Finnwatch, Unicord ne semble payer aucun frais d'agence à TTS. Au contraire, ces frais sont directement pris en charge par les travailleurs-ses migrant-e-s.

Les travailleurs-ses interviewé-e-s par Finnwatch et recruté-e-s en mai 2015 ont détaillé les frais de recrutement et toutes les autres dépenses qu'ils-elles ont à prendre en charge, d'une part à la frontière birmane et, de l'autre, à la frontière thaïlandaise.

Du côté birman, le montant total s'échelonne de 150 000 Kyat (125 euros) à 250 000 Kyat (209 euros) et son calcul est expliqué.

TTS training fee	50,000 Kyat	42 €
Passport costs	30,000 Kyat	25 €
Food during 15-21 day training course	18,000 Kyat	15 €
Photo for travel documents	3,000 Kyat	2.5 €
Myanmar labour card	4,000 Kyat	3.5 €
Electricity and water costs during training course	15,000 Kyat	12.5 €
Transport from home to TTS, TTS to home, TTS to border	65,000 Kyat	54 €
Costs for food, electricity and water in Myawaddy <sup>13</sup>	5,000 Kyat	4 €
Health check	5,000 Kyat	4 €

**Du côté thaïlandais, le montant total de ces coûts est non seulement différencié entre les hommes et les femmes mais, de plus, son calcul n'est pas expliqué.** Il correspond à 5 000 Baht (136 euros) pour les hommes et à 10 000 Baht (272 euros) pour les femmes.

Men	5,000 Baht	136 €
Women	10,000 Baht <sup>14</sup>	272 €

A la demande de Finnwatch, un document détaillant la liste des coûts pris en charge par les travailleurs-ses migrant-e-s a été fourni à l'organisation (ci-après). Selon Unicord 2, l'entreprise n'est pas en faveur d'une prise en charge directe des frais de recrutement par les travailleurs-ses migrant-e-s. Lorsqu'elle recrute directement les travailleurs-ses thaïlandais-es, elle affirme ne pas imposer de frais de recrutement. Toutefois, l'entreprise ne contrôle pas les frais de recrutement que l'agence semble imposer aux travailleurs-ses migrant-e-s.

TTS's recruitment fee <sup>15</sup>	5,200 Baht	141 €
Visa application fee	700 Baht (receipt is given only for 500 baht <sup>16</sup> and according to Unicord 200 baht is processing fee)	19 €
Work permit cost	1,900 Baht	52 €
Postal costs	10 Baht	0.3 €
Work contract fee	11 Baht	0.3 €
Health check up fee	500 Baht	1.4 €
Embassy charge	150 Baht	4 €
Transportation fee and luggage fee	40 Baht	1 €
Drinking water	16 Baht	0.4 €
Food costs (3 meals)	80 Baht	2 €
Bus fee to Samut Sakhon	400 Baht <sup>17</sup>	11 €
Snacks during transportation	7 Baht	0.2 €
Room accessories on arrival (mattress, pillow, blanket, rice cooker etc) together	782 Baht	21 €
<b>All costs together</b>	<b>9,796 Baht</b>	<b>266 €</b>

Enfin, au terme de quatre années, la politique thaïlandaise impose aux travailleurs-ses de retourner en Birmanie et de déposer une nouvelle demande de passeport et de visa.

Pendant ce processus de renouvellement, TTS et UNICORD imposent de nouveaux coûts aux travailleurs-ses. Mais ce processus n'est pas transparent : le montant total des coûts et leur calcul n'ont pas été communiqués.

### 3. Casino et Leclerc parmi les acheteurs

Les usines « Thai Union Manufacturing » (TUM) et « Unicord » conditionnent des boîtes de thon de marques de distributeurs européens.

**En France, l'entreprise Unicord 1 fournit le groupe Casino en produits à base de thon de la marque « Le Prix Gagnant » et une des usines du complexe de Thai Union Manufacturing conditionne des boîtes de thon de la marque « Repère » du groupe E. Leclerc.**



Le lien entre les produits de marques de distributeurs a été établi en utilisant la liste de la Commission Européenne des codes des établissements alimentaires approuvés. Le code de l'usine Unicord 1 fournissant le groupe Casino est 2027 et le code de l'usine TUM fournissant E. Leclerc est 2077.

#### 3.1 Le groupe Casino



Troisième distributeur français avec un chiffre d'affaire de 48,5 milliards d'euros, le groupe Casino génère 58% de son chiffre d'affaire à l'international (Brésil, Colombie, Vietnam, Thaïlande, etc.)<sup>21</sup>. Il compte plus de 336 000 collaborateurs-trices à travers le monde. En France, la répartition de son activité se fait essentiellement sur les moyens et petits formats (supermarchés, surfaces de proximité, etc.)<sup>22</sup>.

Le groupe Casino se présente comme « un employeur engagé et un partenaire de confiance »<sup>23</sup>. Il est membre de nombreuses initiatives pour le commerce éthique : Pacte Mondial des Nations Unies, Initiative Clause Sociale (ICS), Global Social Compliance Program (GSCP), etc<sup>24</sup>.

Depuis le début des années 2000, le groupe communique également sur ses engagements à travers une charte éthique<sup>25</sup>. Elle met notamment en avant huit critères d'exigence fondés sur la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (1948), la Convention relative aux droits de l'enfant (1989) et la Déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail (1998). Or certains de ces critères sont en totale contradiction avec les résultats de l'enquête de Finnwatch :

<sup>21</sup> <http://www.groupe-casino.fr/fr/le-groupe/positionnement-et-modele-economique/>

<sup>22</sup> Linéaires « Distribibook, « Tous les chiffres 2015 de la distribution alimentaire »

<sup>23</sup> <http://www.groupe-casino.fr/fr/le-groupe/acteur-engage/>

<sup>24</sup> [Rapport annuel 2014 du groupe Casino](#)

<sup>25</sup> [Charte d'éthique du groupe Casino](#)

- L'interdiction de mesures disciplinaires réprouvées (abus verbaux et physiques, forme de coercition physique ou mentale, etc.).
- L'interdiction de toute forme de discrimination (race, couleur, sexe, religion, ascendance nationale, etc.).
- La reconnaissance de la liberté d'association et du droit de négociation collective (le droit de constituer des organisations de manière libre et indépendante).
- Le caractère volontaire des heures supplémentaires réalisées.

**Le décalage entre les engagements éthiques affichés du groupe Casino et les pratiques sociales de ses fournisseurs pour la fabrication de ses produits à base de thon de sa marque « Le Prix Gagnant » questionne sur les réels efforts déployés par le groupe pour leur mise en œuvre effective.**

### 3.2 Le mouvement E. Leclerc



Contrairement à Casino, E. Leclerc n'est pas un groupe mais une coopérative de distributeurs indépendants. Il n'existe pas de liens capitalistiques entre les supermarchés et les différents organes de gestion. Les exploitants des magasins sont actionnaires de leur propre structure et sont nommés « adhérents » au mouvement.

Quatrième distributeur français avec un chiffre d'affaire de 47 milliards d'euros, E. Leclerc ne réalise toutefois que 7% de son chiffre d'affaire à l'international<sup>26</sup>. En France, le mouvement regroupe 640 centres E. Leclerc et environ 105 000 salarié-e-s<sup>27</sup>. Il est presque exclusivement implanté sur le format de l'hypermarché.

En tant que mouvement d'indépendants, le groupe n'est soumis à aucune obligation de communication financière ou de développement durable au niveau groupe. A ce jour, aucune charte éthique commune à tous ses magasins n'a été développée. Ses relations avec ses parties prenantes s'organisent essentiellement au niveau local autour des magasins.

Les recherches de Peuples Solidaires-ActionAid France ont établi que l'enseigne E. Leclerc conditionne certains produits à base de thon de sa « Marque Repère » dans une des usines thaïlandaises concernées par cette enquête. Le mouvement a-t-il connaissance des impacts sociaux de ses activités au niveau international ?

---

<sup>26</sup> Linéaires « Distribibook, « Tous les chiffres 2015 de la distribution alimentaire »

<sup>27</sup> <https://www.mouvement-leclerc.com/page/devenir-leader-pour-mieux-servir-le-consommateur-la-preuve-par-les-chiffres>

## 4. Nos demandes

### Aux usines de conditionnement thaïlandaises :

- De mettre fin à toute forme de discriminations sur le lieu de travail, notamment par le biais de sessions de formation sur les droits des travailleurs-ses des chaînes de production.
- De mettre en place un système de représentation et un mécanisme de négociation démocratique pour les travailleurs-ses. Les usines TUM et Unicord 2 doivent avoir des comités de représentation des travailleurs-ses véritablement élus.
- De mettre en place un mécanisme de plainte efficace, tel qu'une hotline en Myanmar.
- De ne pas imposer des heures supplémentaires et de ne pas abusivement prélever les salaires aux travailleurs-ses.
- De fournir à chaque travailleur-se une version écrite de son contrat.
- De coopérer avec toutes les parties prenantes pour le calcul d'un salaire minimum vital assurant un niveau de vie décent dans la région de Samut Sakhon et d'aboutir à une politique permettant d'augmenter graduellement les salaires à un niveau adéquat.
- De s'assurer que les agences de recrutement n'imposent pas de frais de recrutement aux travailleurs-ses.

### Nos demandes aux distributeurs français :

Les distributeurs français doivent s'engager à respecter les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des multinationales, les « principes directeurs sur les Entreprise et les droits de l'Homme » du Conseil des droits de l'Homme des Nations Unies et les huit conventions fondamentales de l'OIT.

Plus spécifiquement, les distributeurs français doivent :

- S'assurer que les droits humains sont respectés tout au long de leur chaîne d'approvisionnement à travers notamment des audits sociaux indépendants incluant les syndicats de travailleurs-ses. Les résultats d'audit doivent être rendus publics et des mesures doivent être prises en cas de violations avérées des droits humains.
- Publier les informations relatives à leurs fournisseurs et sous-traitants (identité, localisation et volumes produits).
- S'engager dans des relations de long terme avec leurs fournisseurs et ne pas niveler le niveau des prix vers le bas.

### Nos demandes aux pouvoirs publics français

Dans le cadre de l'adoption de la loi instaurant un devoir de vigilance pour les multinationales françaises et du plan d'action national d'application des principes directeurs des Nations Unies pour les droits de l'homme et les entreprises, les pouvoirs publics français doivent notamment :

- Affirmer la primauté des actions régulatrices contraignantes sur les mesures volontaires pour garantir l'effectivité du premier pilier des principes directeurs : « Le devoir de l'Etat de protéger »
- Imposer aux entreprises l'obligation d'adopter un plan de vigilance pour prévenir les atteintes aux droits humains et à l'environnement.
- Renverser la charge de la preuve et engager la responsabilité des entreprises devant le juge en cas de manquement à cette obligation de vigilance.