

# TRIUMPH



Naam bedrijf/winkel	Triumph International, Sloggi, HOM, Valisère en Bee Dees
Soort bedrijf	Producent, merk, distributeur
Locatie hoofdzetel	Bad Zurzach, Zwitserland
Start	1886
Eigenaar	Families Spiesshofer & Braun
Beursnotering	Nee
Omzet (2006)	5 miljard €
Nettowinst (2006)	
Verkooppunten	1620 verkooppunten
Soort verkooppunten	Winkels in eigen beheer, franchisewinkels en zelfstandige distributeurs
Landen waar producten verkocht worden	120 landen
Vragenlijst beantwoord	Ja
Omschrijving producten	Lingerie en ondergoed voor dames en heren

## 1. TOELEVERINGSKETEN

Triumph heeft 98 filialen in 46 landen. Het gaat om confectiebedrijven, verkoopsbureaus of depots. 12 confectiebedrijven zijn 100% eigendom. Ze bevinden zich in Brazilië, China, Filipijnen, Maleisië, Taiwan, Thailand, Vietnam, Duitsland, Marokko, Oostenrijk, Portugal en Hongarije. Deze bedrijven vertegenwoordigen 60% van de productie-eenheden waar Triumph mee werkt en 70% van het totale productievolume.

De toeleveringsketen van Triumph is redelijk kort. De leveranciers van grondstoffen die meestal al lange relaties hebben met Triumph leveren aan een netwerk van confectiebedrijven. Op die manier beweert Triumph een goede controle te kunnen uitoefenen op de kwaliteit, en meer bepaald kwaliteit op sociaal niveau en engageert Triumph zich m.b.t. arbeidsomstandigheden.

Triumph publiceert noch de namen, noch de adressen van de leveranciers waar ze geen eigenaar van zijn en evenmin de namen en locaties van onderaannemers.

## 2. GEDRAGSCODE

### Inhoud

Triumph heeft een gedragscode. In de gedragscode verklaren ze zich verantwoordelijk voor de naleving van de normen in de hele productieketen. Algemeen wordt verwezen naar de IAO-normen en Global Compact. Het recht op organisatie en collectief onderhandelen is opgenomen in de code, met referentie naar de specifieke IAO-conventies. Voor landen waar deze rechten wettelijk beperkt zijn, bevat de code geen bepalingen. Lonen moeten minstens het wettelijke minimumloon zijn of het gangbare sectorloon en voldoende zijn voor basisbehoeften en wat extra inkomen. Dit beantwoordt aan de vereisten van een leefbaar loon.

### Toepassing

Triumph heeft de gedragscode vertaald in verschillende talen.

De gedragscode wordt niet opgenomen in de commerciële contracten.

Triumph heeft geen berekening gemaakt voor het bepalen van een leefbaar loon

afhankelijk van de productielocatie.

Triumph geeft geen informatie over vorming georganiseerd voor werknemers over het recht op organisatie.

Triumph heeft maatregelen genomen om de aankooppraktijken in overeenstemming te brengen met de toepassing van de gedragscode.

Triumph is bereid om te betalen voor monitoring maar heeft hiervoor geen apart budget voorzien.

Triumph is niet betrokken bij een monitoringproject.

Triumph geeft geen informatie over het aantal audits uitgevoerd bij leveranciers.

Die audits werden uitgevoerd door eigen medewerkers en leden van de Europese ondernemingsraad.

De resultaten van de audits werden niet gepubliceerd.

### Onafhankelijke controle

Triumph is geen deelnemer van een multi-stakeholder controle-initiatief.

## Verbetering en klachtenprocedure

Triumph is bereid om te betalen voor verbeteringsacties.

Triumph gaf geen antwoord op de vragen wie verantwoordelijk is voor de behandeling van klachten m.b.t. schendingen van fundamentele arbeidsrechten en op welke wijze de klachtenbehandeling verloopt

## 3. COMMUNICATIE

De gedragscode van Triumph is beschikbaar via internet maar niet in de winkel.

Triumph publiceert geen sociaal rapport.

Op de etiketten in de kleding staat het productieland soms vermeld.

## 4. BETROKKENHEID VAN ACTOREN

In België valt Triumph onder het paritair comité 218, dat ondernemingen groepeert die niet tot een specifiek paritair comité behoren.

Triumph International en de Europese ondernemingsraad van Triumph hebben in 2001 een akkoord gesloten. Het bevat de fundamentele IAO-normen en omvat alle werknemers die Triumphproducten maken.

Er werd een toezichtsc comité opgericht met vertegenwoordigers van Triumph, van de Europese ondernemingsraad en van ETUF/TCL (European Trade Union Federation for Textiles, Clothing, Leather)

Triumph was betrokken bij een solidariteitsoproep van de Schone Kleren Campagne i.v.m. het Thaise bedrijf Body Fashion. De vakbondsvoorzitster werd, in strijd met het recht op vrije meningsuiting, ontslagen omdat ze de reputatie van het bedrijf schade toegebracht zou hebben. Na acties van de werknemers en oproepen van de Schone Kleren Campagne werd een deelovereenkomst bereikt tussen Triumph en de Thaise vakbond. Begin november 2008 werd de vakbondsvoorzitster niet opnieuw tewerkgesteld.

## 5. AANKOOPBELEID

### Risicolanden

Triumph legt zichzelf geen beperkingen op qua landen waar het laat produceren. Triumph heeft evenwel 2 fabrieken gesloten in Birma na een publiekscampagne van de Schone Kleren Campagne in 2001.

## Duur van de relaties met leveranciers

Triumph laat een belangrijk deel produceren in eigen fabrieken. Vandaar dat 2/3de van de inkoop gebeuren in productie-eenheden waar Triumph al langer dan 5 jaar relaties mee heeft.

## Controle van de productiecapaciteit

Triumph beweert dat ze de productiecapaciteit controleren vooraleer een bestelling te plaatsen.