

Jouets de la mondialisation

Dans le monde désenchanté de Walt Disney

Carole Crabbé et Isabelle Delforge

Nous dédions ce livre à deux organisations non gouvernementales basées à Hong Kong, *Asia Monitor Resource Centre* et *Hong Kong Christian Industrial Committee*, qui nous ont entraînés dans cette aventure.

Nous le dédions aussi aux ouvrières d'Indonésie, de Chine et de Thaïlande qui ont pris le temps de raconter leur vie et leur lutte. Malgré l'exploitation et la répression, elles gardent cette improbable énergie qui les fait rire, et changer le monde.

Introduction

Le 11 septembre 2001, une heure à peine après l'attentat contre le World Trade Center et le Pentagone, les sociétés multinationales américaines les plus en vue prirent des mesures d'urgence. Coca-Cola évacuait son siège à Atlanta, en Géorgie, et Procter & Gamble, le premier lessivier de la planète, fermait ses bureaux sur toute la côte Est. General Electric, Pfizer, Unilever et quelques autres suivaient le mouvement. The Walt Disney Company fut également l'une des premières à réagir en fermant immédiatement ses parcs d'attraction en Californie et en Floride.¹

Pour ceux qui ont gardé de Disney l'image innocente des petits Mickey de leur enfance, une telle réaction peut sembler étrange. Pourquoi Blanche-Neige, Pluto, le Roi Lion et tous leurs amis sont-ils parmi les tout premiers à trembler quand les intérêts américains sont menacés? Pourquoi un faiseur de contes de fées ferme-t-il ses portes de toute urgence quand un vent de panique souffle sur l'édifice économique et militaire de l'Oncle Sam?

La réponse à cette énigme, ce n'est pas dans le grimoire secret d'un quelconque monde enchanté que nous l'avons trouvée, mais plus prosaïquement, dans le rapport annuel de cet empire titanesque qu'est devenue la société Disney. En 2001, son chiffre d'affaires de 25 milliards de dollars dépassait le produit intérieur brut de dizaines de pays comme la Tunisie, la Bolivie, le Sri Lanka, la Slovaquie ou le Luxembourg². L'empire Disney compte quelque 117.000 employés de par le monde et des implantations sur tous les continents.

En débutant avec la production de dessins animés pour bambins, l'entreprise a progressivement constitué un immense empire économique. Aujourd'hui, à côté de Bambi, on retrouve des dizaines de chaînes de télévision, des studios de cinéma, des magasins, des parcs de loisirs, des maisons d'édition, des activités de téléphonie cellulaire, des sites internet en 19 langues et la vente de toute une série d'objets de consommation dans des réseaux commerciaux les plus divers.

Disney est devenu un géant de l'industrie des médias et du divertissement. Désormais, l'entreprise compte parmi les plus grandes sociétés transnationales qui font la pluie et le beau temps sur l'économie mondiale. Chevilles ouvrières du modèle néolibéral, jour après jour, ces firmes étendent leur emprise sur des secteurs de plus en plus vastes de la vie des citoyens, au Nord comme au Sud : de la culture à la politique, de l'éducation aux loisirs. Entités non élues et échappant à la plupart des contrôles, les multinationales imposent massivement les lois du business, s'emparant systématiquement des espaces de participation démocratique, bafouant la justice sociale.

Le monde enchanté de Disney

Nous avons choisi The Walt Disney Company pour illustrer ce livre sur l'exploitation des travailleurs dans le secteur du jouet et sur des mouvements qui réclament l'établissement d'un modèle plus juste. Disney a beau ne pas être le numéro un du marché mondial du jeu et du jouet, il n'en occupe pas moins une place symbolique incontestée dans l'univers de l'enfance. Depuis plus d'un demi-siècle, ses dessins animés font rêver des millions de bambins, aux quatre coins du globe, et peu de personnages sont à ce point entrés dans l'imaginaire collectif que ceux de cette grande machine à rêves.

Dans cet ouvrage, nous avons avant tout cherché à décrire le fonctionnement de ce secteur et à en démonter les mécanismes. Si nous avons patiemment ouvert les pages de l'histoire de Disney, ce n'est pas parce que les pratiques de cette entreprise se distinguent particulièrement de celles de ses concurrents. En effet, la logique que nous dénonçons dans ces pages se retrouve, à quelques nuances près, chez les autres grands du jouet, tout comme dans d'autres secteurs tels que ceux du vêtement ou des articles de sport.

Le choix de Disney comme principal fil conducteur n'est cependant pas le fruit du hasard. Pour ceux qui cherchent à comprendre le fonctionnement de la grande consommation et des filières de production à l'ère de la mondialisation, cette entreprise représente un véritable monde enchanté. Dans un palmarès dominé par Coca-Cola et McDonald's, Disney compte parmi les plus puissantes marques du monde, ces grands noms qui ont réussi à s'immiscer jusqu'aux moindres recoins de la planète.

En imposant ses personnages et sa signature sur une gamme toujours plus étendue de produits et d'activités, Disney a augmenté son chiffre d'affaires de manière spectaculaire, tout en devenant omniprésent dans la vie de centaines de millions d'enfants et d'adultes. Aujourd'hui, avant de vendre des films ou des produits, l'entreprise commercialise une certaine idée du rêve. Ensuite, une fois associée au bonheur, au loisir et à la fantaisie, la marque Disney vend ce qu'elle veut : des savonnettes, des croisières, des émissions de télévision ou même, le droit de vivre dans une ville 100% Disney. A côté des parcs d'attractions, la multinationale a créé une ville entièrement privée, Celebration, en Floride. Ce faisant, elle atteint un sommet commercial que lui jalouent de nombreux grands noms. Elle a tellement englobé les aspirations et les valeurs de ses consommateurs, qu'elle a créé une marque où des gens veulent vivre.

Pour arriver à une telle renommée, l'entreprise a tout misé sur son image en investissant des sommes faramineuses dans le marketing et dans l'extension de son empire. Mais à mesure que la firme peaufinait son look, elle délaissait les processus productifs. Les briques, le mortier et surtout la responsabilité d'employeur vis-à-vis de centaines de milliers d'ouvriers sont devenus des charges superflues pour les grands marchands de rêves. Disney est l'un des champions mondiaux de la vente d'images au moyen de licences octroyées à d'autres entreprises. Cela lui a permis d'accroître ses profits tout en ne produisant presque plus rien. De plus, la firme a également réduit les coûts de production à l'extrême en sous-traitant la fabrication de ses marchandises dans les pays à bas salaires. Au bout du compte, les économies réalisées à tous les échelons de la production, y compris par l'exploitation scandaleuse des ouvriers, ont alimenté sa formidable machine de marketing qui lui permet aujourd'hui d'envahir tous les marchés du monde.

Enfin, parmi les grands du jouet, pouvait-on imaginer pire contraste, entre les valeurs prônées par l'entreprise et la réalité de son fonctionnement. Un maître du divertissement et du loisir familial qui bâtit son empire sur l'exploitation sans borne de jeunes travailleuses privées de famille et de repos. Un champion de la pureté et de l'innocence qui fait fortune grâce à l'utilisation cynique des rêves de l'enfance à des fins de consommation de masse. *L'inventeur des endroits sur terre où l'on est le plus heureux, qui se révèle être une entreprise titanesque aux pratiques prédatrices, privilégiant sa réputation à ses responsabilités sociales et érigeant le profit comme valeur capitale.*

En bref, pour citer l'une des organisations les plus engagées pour la défense des travailleurs du jouet en Asie, le Hong Kong Christian Industrial Committee : « Disney est

un excellent exemple pour illustrer le processus et les effets de la globalisation et l'impact de cette dernière sur la vie des travailleurs ».

Une visite inhabituelle

Ce livre est une visite inhabituelle du monde enchanté de Disney et de l'industrie du jouet. Il ne dénonce pas seulement l'exploitation, il raconte aussi la résistance. Comment des travailleurs, des consommateurs, des petits producteurs, des actionnaires et des citoyens partout dans le monde s'organisent pour changer les règles du jeu.

Ce parcours débute au fin fond des zones industrielles de Chine, d'Indonésie, de Thaïlande et d'autres pays dont la main-d'œuvre constitue l'une des plus importantes ressources naturelles. Là, des ouvrières de vingt ans s'épuisent jour et nuit à produire des jouets destinés principalement à l'exportation vers les pays riches. Elles survivent plus qu'elles ne vivent, soumises à des cadences de production intenable, une insécurité permanente, des conditions de vie sordides et surtout, des salaires qui ne leur permettent pas de nouer les deux bouts. (Chapitre 1)

Nous poursuivrons en remontant la filière de production du jouet. Alors, nous découvrons une structure pyramidale contrôlée au sommet par une poignée de géants situés dans les pays développés tels que Mattel, Hasbro, Bandai, Disney, McDonald's ainsi qu'une poignée de grands distributeurs comme Wal-Mart et Carrefour. Ceux-ci procèdent à une vaste division du travail à l'échelle mondiale, conservant les activités à haute valeur ajoutée (la création, la distribution,...) et déléguant les étapes moins rentables, de la logistique à la production, à une cascade de sous-traitants et d'intermédiaires dans les nouveaux pays industrialisés ou dans les pays en développement. Tout au bout de la chaîne, on retrouve le maillon le plus exploitable de la grande économie mondiale : des millions de jeunes femmes d'origine rurale, doublement marginalisées, comme travailleuse et comme femme. Au sommet, les salaires sont mirobolants. Le PDG de Disney gagne quelque 738 millions de dollars par an alors que pour atteindre une telle somme, une ouvrière indonésienne produisant des Roi Lion en peluche devrait travailler quelque 120 mille ans, un chiffre digne d'un « compte » de fées si la situation n'était si tragique.

Dans leur course aux moindres coûts, à la rapidité et à la flexibilité, les multinationales entraînent les entreprises du Sud dans une concurrence sauvage. La logique du libre marché qui sous-tend la délocalisation de la production manufacturée dans les pays à bas salaires dresse continent contre continent, pays contre pays, ouvrier contre ouvrier, sans pour autant permettre aux pays du Sud d'amorcer leur développement économique. (Chapitre 2)

Ensuite, nous entrerons dans les coulisses de Disney, l'un des grands du jouet, mais surtout, un géant des médias et du divertissement. Aujourd'hui, dans l'économie globalisée, la constitution de conglomerats tentaculaires brouille à ce point les frontières entre les secteurs d'activités que, pour illustrer un livre sur le jouet, nous présenterons l'un des titans des médias. Et quand on lève un coin du voile sur les coulisses des faiseurs de rêves, c'est avant tout un puissant business que l'on découvre. Nous observerons que c'est la même mécanique, celle qui donne la priorité absolue au profit, qui soumet les ouvrières à de nouvelles formes d'esclavage et qui transforme les enfants du monde en consommateurs passifs. (Chapitre 3)

~~Encadré~~

Les petites sœurs de Mulan

Mulan est une ancienne légende chinoise. C'est l'histoire d'une jeune femme qui prend la place de son père quand celui-ci est appelé à s'engager dans l'armée. Afin de protéger son père, elle se déguise en homme, se bat valeureusement, et remporte une grande victoire pour la Chine.

Durant l'été 1998, The Walt Disney Company sortait le dessin animé Mulan, la première production de l'entreprise se déroulant en Chine. Cette production constituait un élément capital dans la stratégie de Disney pour pénétrer le marché du film chinois. Une population de 1,2 milliard d'habitants est un marché tentant pour n'importe quelle compagnie transnationale. Il est vrai qu'aujourd'hui, le marché occidental ne satisfait plus l'appétit de Disney sans cesse à la recherche de nouveaux consommateurs. Mulan constitue une nouvelle étape dans le développement de ce formidable potentiel commercial que représente l'Asie.

Mulan a d'abord été interdit en Chine car le gouvernement chinois n'avait pas apprécié que Disney s'associe au film « Sept ans au Tibet ». Mais les autorités chinoises se ravisèrent et la première de Mulan eut lieu le 23 février 1999. Bien que beaucoup de monde en Chine continentale ne puisse jamais voir ce dessin animé, ils voient et vivent cette histoire tous les jours. Des millions de travailleuses chinoises font exactement ce que fit Mulan. Plus de 90% d'entre elles ont moins de 28 ans. Elles quittent leur maison pour travailler dans des villes lointaines afin de gagner de l'argent pour leurs parents et leurs jeunes frères et sœurs, et plus particulièrement pour que leurs petits frères puissent aller à l'école. Mais au-delà du sacrifice pour la famille, quelque chose sépare les ouvrières chinoises de Mulan : elles ne peuvent rêver au « happy end » du dessin animé de Disney.

Mulan est née en pleine époque troublée, alors que son pays était maintenu sous le joug d'invasisseurs étrangers. Dans la Chine d'aujourd'hui, les travailleurs font face à une situation semblable. En raison de la crise financière asiatique, dans la région, tout le monde souffre. Les affaires vont mal pour les employeurs et les ouvriers ont encore plus de mal à survivre. La vie des travailleurs dans les usines est pénible. Les travailleurs constituent le premier groupe à souffrir des crises financières.

(Texte publié par HKCIC et CAFOD à Hong Kong en février 1999)

~~Fin de l'encadré~~

La seconde partie de ce livre découvre les fils qui relient les citoyens du Nord et du Sud, les travailleurs et les consommateurs. Car si les marques étendent leur hégémonie sur l'ensemble des continents, les produits marqués portent en eux les semences de la résistance : ils constituent un lien concret entre producteurs et consommateurs, où qu'ils se trouvent sur la planète. Ces dernières années, des syndicats, des associations de consommateurs, des organisations gouvernementales et divers mouvements sociaux se sont mobilisés pour dénoncer l'inacceptable et forcer les entreprises et les gouvernements à réagir. Le chapitre 4 raconte l'émergence d'une campagne de mobilisation mondiale pour la défense des travailleurs du jouet. Née en 1993 en Asie, suite à deux incendies meurtriers dans des usines en Thaïlande et en Chine, elle a progressivement constitué un réseau de solidarité sur tous les continents. C'est dans ce cadre que s'inscrit la publication de ce livre. Aujourd'hui, cette campagne exige surtout des entreprises qu'elles modifient leurs

pratiques d'achat et qu'elles favorisent la formation des travailleurs aux conditions de sécurité et d'hygiène. Elle envisage aussi d'explorer des voies légales de recours. (Chapitre 4)

Attaquées de front en raison de l'exploitation des travailleurs dans les usines du Sud, les entreprises transnationales ont réagi de diverses manières. Nombre d'entre elles ont adopté des codes de conduite par lesquels elles s'engagent à respecter certaines normes autant sociales qu'environnementales. Disney ne fait pas exception. De leur côté, des organisations de défense des travailleurs ont également mis au point des codes de conduite pour pallier au vide juridique dans lequel évoluent ces entreprises globales. Le chapitre 5 décrit ces initiatives, leur potentiel et leurs limites. (Chapitre 5)

Dans le débat sur le respect des travailleurs, il est clair que les syndicats constituent un acteur incontournable. Aucun changement en profondeur ne verra le jour sans la participation active des travailleurs, sans la liberté d'association et le renforcement de leurs organisations. Dans le chapitre 6, nous raconterons comment les syndicats indonésiens affrontent la répression politique et les défis d'un modèle économique qui réduit sans cesse leur marge de manœuvre. Un petit détour par l'histoire des syndicats dans l'empire Disney nous permet aussi de dresser d'étranges parallèles, entre la criminalisation des dirigeants syndicaux dans l'Amérique d'avant-guerre et en Indonésie sous la dictature, entre les emplois précaires dans les parcs de loisirs et le mépris des travailleurs à la chaîne en Asie. (Chapitre 6)

Plusieurs types d'acteurs convergent vers l'objectif du respect des droits des travailleurs dans les filières de production des entreprises transnationales. Le rôle des syndicats doit y être primordial. Emergeant aussi sur le terrain de la responsabilité sociale, des actionnaires actifs réalisent un travail précieux au sein même des structures de décision des entreprises. Aujourd'hui, individus, ONG, organisations syndicales ou de consommateurs ne peuvent compter que sur de rares et faibles instruments juridiques permettant de juger et de sanctionner les entreprises transnationales. Par manque de volonté mais aussi du fait de l'absence de cadres légaux adéquats, les Etats, pris individuellement, n'ont pas la capacité de contrôler les impacts sociaux et environnementaux des entreprises qui ont étendu leurs terrains d'opération à l'extérieur des frontières nationales. Mais le droit n'est pas figé. Les lois évoluent et des procès alimentent la jurisprudence. (Chapitre 7).

Finalement, notre parcours dans l'univers des jouets s'achèvera par une projection sur écran géant. Le chapitre 8 décrira comment l'ensemble de ces initiatives pour améliorer le sort des travailleurs dans les pays du Sud s'inscrit dans un mouvement beaucoup plus global. Ce dernier dénonce le modèle économique actuel dans son ensemble et propose des alternatives qui remettent les droits humains au cœur des débats. A la place d'un système global qui transforme tout ce qu'il touche en marchandise, le mouvement altermondialiste esquisse une multitude de voies, dans le respect de la diversité, de la culture et de la dignité des habitants de la planète. (Chapitre 8)

Ce livre ne lance pas une campagne de boycott des jouets Disney, Mattel ou Hasbro. C'est un appel aux responsabilités de tous : des citoyens, pour qu'ils réagissent contre l'invasion de leur vie quotidienne par de grandes sociétés transnationales, des syndicats pour qu'ils défendent effectivement les intérêts des travailleurs tant au Nord qu'au Sud, des gouvernements, pour qu'ils refusent de démissionner devant les intérêts d'entreprises

privées et qu'ils mettent en œuvre des politiques au service de tous, et finalement, des multinationales pour qu'elles assument la responsabilité de l'entièreté de leurs activités et qu'elles se soumettent aux lois nationales et aux conventions internationales qui régissent le droit des travailleurs là où elles opèrent.

Les auteurs ont usé de noms d'emprunt pour désigner les usines et les travailleurs. Ils veulent ainsi éviter toute représaille vis-à-vis de personnes et toute rupture de relations commerciales avec les unités de production citées comme exemples.

¹ *Le Monde*, 14 septembre 2001.

² *Forbes*, 13 mars 2002.

Première Partie

Des ouvrières du jouet aux marchands de rêves

I. Exploitation, mode d'emploi

Elles ont entre 17 et 22 ans, six jolies jeunes filles indonésiennes souriantes dans leurs jeans et t-shirts fraîchement enfilés. Visiblement, elles s'apprêtent à se détendre, attendant encore l'une d'entre elles qui achève sa prière à l'abri d'un large voile. Rien ne les distingue de toutes les jeunes filles de leur âge. Rêves similaires, intérêts semblables, elles parlent dans un rire timide prévenant la moquerie, du garçon qu'elles aimeraient rencontrer...

En ce moment, elles sont toutes assises à même le sol dans une pièce carrée de 2,5 mètres de large qui sert de logement à deux d'entre elles. Les nattes sont repliées, une armoire sépare les deux espaces de couchage d'une propreté nickel malgré le sol de ciment. Dehors, les points d'eau et les toilettes sont communs à la quinzaine de logements regroupés dans ce bloc bordé d'un étroit trottoir défoncé. Il ne pleut pas aujourd'hui. La verte Bogor est pourtant connue pour ses orages quotidiens.

Ce qui les réunit n'est pas seulement leur situation d'ouvrière. Toutes sont originaires de villages du centre ou de l'est de l'île de Java, voire même de Sumatra. Bogor, cette banlieue de Jakarta où elles ont posé leur sac, représentait pour elles non seulement l'espoir d'un bon travail. C'était aussi pour ces filles de petits agriculteurs, la découverte d'une autre vie, les lumières de la ville, la connexion au monde global.

Et sans réseau internet ni téléphone mobile, elles sont devenues les actrices quotidiennes de ce monde, ce grand marché global. Depuis déjà 6 ans pour une d'entre elles, 2 ou 3 ans pour d'autres, elles cousent, contrôlent la qualité ou emballent des jouets en peluche de marques renommées qui aboutiront dans les bras des bébés d'Europe, serrés contre le cœur des bambins japonais ou consolant de petits enfants nord-américains. Elles ne le savent vraisemblablement pas, mais l'usine pour laquelle elles travaillent est directement connectée à l'un des premiers groupes internationaux de production de jouets, propriété de Coréens, qui dispose de plusieurs usines, d'un bureau à Hong Kong et d'un show room aux Etats-Unis. L'un de ces principaux clients n'est autre que la fameuse Walt Disney Company.

Disney, elles connaissent, bien sûr, et pas seulement à force de coudre les étiquettes de la marque. Mais, à l'usine, Disney ne les fait plus rêver. Elles ont entamé leur journée de travail à 7 heures ce matin et ont quitté l'usine vers 15 heures. Une journée cool somme toute : elles ont atteint sans grande difficulté les quotas de production qui leur étaient assignés. Pas d'heures supplémentaires aujourd'hui. Mais pas non plus de « beurre dans les épinards »... Elles devront se contenter du salaire minimum légal qui, même s'il a augmenté à plusieurs reprises depuis la fin de la dictature, reste insuffisant pour nouer les deux bouts : vivre avec 570.000 roupies par mois (quelque 72 €) alors que la location de la chambre coûte déjà à chacune 110.000 Rp et la nourriture un minimum de 10.000 Rp par jour, c'est trop juste. S'habiller ? Se soigner ? Se déplacer ? Visiter leur famille ? Ce n'est possible que si elles accumulent les heures supplémentaires et les primes qui y sont liées.

Loin de plaindre Yeni qui ne rentrera pas de l'usine avant 21 heures ce soir, elles la considèrent plutôt comme une grande sœur exemplaire. Yeni habite seule un logement comparable près d'ici. Nous ne sommes encore qu'en mai, mais déjà d'importantes commandes des gros clients étrangers affluent pour la ligne de production où elle travaille.

Exigeant des délais de livraison très courts et des prix de revient toujours plus bas, ces commandes conditionneront un très haut pic de production de juin à septembre, en prévision des ventes de jouets qui se concentrent en Europe et aux Etats-Unis sur la fin de l'année. Les travailleurs n'ont alors pas le choix : les heures supplémentaires obligatoires s'accumulent jour après jour, semaine après semaine, menant parfois à des états ultimes de fatigue et de stress.

Paradoxe ? Des jeunes filles prises en tenaille entre leur rêve d'émancipation sociale et leur réalité quotidienne d'exploitation économique qui les mène au bord de la survie, on en trouve en Indonésie, en Chine, au Vietnam, aux Philippines, en Bulgarie, en Roumanie, au Guatemala, ... chez nous aussi.

Leur « mondialisation » à elles est aveuglément balisée par ces belles enseignes lumineuses : les marques, les entreprises transnationales et les finances. Leurs droits de femmes, de travailleuses, elles ne les connaissent pas, n'ayant que trop rarement l'occasion d'en soupçonner l'existence. Elles n'identifient pas les autorités publiques comme gardiennes de la loi et protectrices de leurs droits. Les syndicats, elles en ont à peine entendu parler. Et si elles perçoivent leur action, c'est souvent sans aucune relation avec leur quotidien de travailleuse. Les inspecteurs envoyés par les clients de l'usine et sensés contrôler les conditions de travail, elles en rient, racontant les consignes données par le contremaître pour tromper les résultats de la visite. Quant aux consommateurs qui veulent acheter des produits fabriqués dans le respect des travailleurs... elles en restent sidérées.

1. Les ouvrières du jouet

Filles des campagnes

Les femmes représentent la quasi-totalité des travailleurs qui produisent des jouets pour l'exportation dans les usines des pays en développement. La main-d'œuvre féminine est plus précise, plus adroite, affirment souvent les employeurs. Mais les syndicats ajoutent aussi qu'elle est plus soumise et moins encline à la révolte. D'autre part, dans plusieurs pays asiatiques, les familles préfèrent envoyer leurs filles au turbin et garder leurs fils à la maison, leur permettant ainsi de poursuivre des études. Dans les pages qui suivent, en raison de cette massive présence féminine, nous parlerons délibérément des "ouvrières" pour désigner l'ensemble de la force de travail dans le secteur du jouet.

La plupart des ouvrières ont entre quinze et vingt-cinq ans. Au-delà de trente ans, considérées comme "vieilles", il leur devient très difficile de trouver un emploi dans l'industrie d'exportation. Les patrons apprécient l'agilité féminine, mais préfèrent ne pas s'encombrer des coûts supplémentaires liés aux charges familiales, tels que les congés de maternité.

En Indonésie par exemple, dans une usine produisant pour Disney et d'autres grandes marques, la direction n'octroie que trois jours de congé aux ouvrières qui veulent se marier : "Nous venons du centre de Java", explique l'une d'elles, "il nous faut déjà au moins une journée de bus pour atteindre notre village. La cérémonie traditionnelle dure environ une semaine. Donc, si nous voulons nous marier, nous devons démissionner. Et nous ne pouvons pas revenir, sauf parfois dans des usines sous-traitantes, où les conditions sont plus mauvaises"¹. Pour Xio Wang, ouvrière dans une usine qui fabrique des jouets pour

Hasbro dans la province de Guangdong, en Chine, “Seuls les cadres ont droit à un congé de maternité. Nous, les travailleuses à la chaîne, nous nous rendons au travail comme d'habitude, même si nous sommes enceintes. Et, comme tout le monde, nous devons quitter notre emploi quand nous sommes sur le point d'accoucher. La direction donne vite son accord.”¹ En Thaïlande, certaines fabriques de jouets exigent de leurs nouvelles recrues qu'elles n'attendent pas d'enfant durant la première année de leur contrat. Celles qui faillissent à la règle sont licenciées sans indemnité.

Dans le secteur du jouet comme, plus généralement, dans l'industrie à haute intensité de main-d'œuvre non qualifiée, la majorité des ouvrières provient des campagnes. En Chine, on estime à 100 millions (parfois même à 200 millions)², le nombre de travailleurs ayant quitté les régions rurales moins développées des provinces intérieures du Sichuan ou du Henan pour rejoindre les provinces prospères : les zones économiques spéciales et les villes côtières. De plus en plus, ils entrent en compétition avec les millions de travailleurs des entreprises publiques, licenciés en raison de l'ouverture du pays au libre marché. Les travailleurs migrants, considérés comme des citoyens de seconde zone, “constituent la main-d'œuvre bon marché et flexible du libre marché de l'emploi, souvent considéré comme la pierre angulaire du succès économique chinois”³.

Encadré

Enfants travailleurs : Le diamant vert

Nous avons rencontré un journaliste allemand désespéré dans le bureau d'une ONG à Jakarta, en Indonésie. Il était à la poursuite du diamant vert médiatique, mais sa quête était longue et il voyait l'échec poindre à l'horizon.

Une lueur d'espoir s'allume au fond de ses yeux quand il apprend que nous réalisons des interviews d'ouvrières. Une seule question lui brûle les lèvres: “Avez vous déjà trouvé un enfant au travail dans une des usines que vous avez visitées?”

Nous répondons évasivement. D'abord, il y a un problème de définition. L'enfance finit-elle à 18 ans, comme pour la convention 138 du Bureau international du travail, ou à 15 ans, comme pour le droit indonésien? “Je cherche un enfant de moins de 15 ans, employé dans une usine qui produit pour des grandes marques”, précise-t-il.

Il est désespéré, car il n'en trouve pas. Non qu'il n'y en ait pas, mais simplement, que personne n'a vraiment intérêt à lui révéler l'âge exact des ouvrières : ni la direction de l'usine, qui ne veut pas perdre les commandes de ses clients en Europe ou aux Etats-Unis si la vérité s'affiche dans la presse, ni les ouvrières qui redoutent de perdre leur emploi.

Le travail des enfants fait partie des scandales qui révoltent l'opinion publique occidentale. Et bien sûr, il y a de quoi. Le spectacle de ces enfances volées et lancées sur la chaîne de production est intolérable. Mais la course au scoop participe rarement à la recherche de solutions durables. L'émotion suscitée dans les pays riches par la publication de telles scènes provoque régulièrement des licenciements collectifs et des ruptures de contrats, suivis de belles promesses sur l'honneur, de la part des distributeurs et des grandes marques, que plus jamais on ne les y reprendra.

En août 2000, la presse chinoise révélait que l'usine City Toys employait des mineurs d'âge pour la fabrication de jouets McDonald's. A ces accusations, s'ajoutèrent celles d'un rapport

¹ *How Hasbro, McDonald's, Mattel and Disney manufacture their toys*, Hong Kong Christian Industrial Committee, décembre 2001.

accablant du Hong Kong Christian Industrial Committee sur les conditions de travail chez les sous-traitants de McDonald's. En novembre 2000, McDonald's mettait fin à son contrat avec City Toys, entraînant le licenciement immédiat et sans indemnisation de dizaines de milliers d'ouvriers. L'honneur était sauf, le géant du hamburger lavait sa réputation à grandes eaux. Il pouvait continuer à exploiter la main-d'œuvre dans une usine voisine.

Pourtant, dans la plupart des pays du Sud, empêcher les enfants de travailler n'est pas une option réaliste. Les représentants de Kompak, une organisation spécialisée dans cette problématique en Indonésie, expliquent que même quand ils rencontrent des enfants travailleurs à 10 ans, ils ne cherchent pas à les sortir des usines, "car, s'ils perdent leur travail, la plupart d'entre eux n'auront absolument rien à manger. C'est aussi simple que ça", explique une animatrice de ce programme. "Ce que nous faisons, c'est nous assurer qu'ils aient des conditions de travail acceptables, qu'ils reçoivent le salaire minimum, et nous organisons une école alternative pour leur donner accès à l'éducation".

Contrairement à ce qui se passe dans d'autres secteurs économiques, le travail des enfants dans l'industrie du jouet ne constitue pas le problème central (en tout cas pour la Chine et l'Asie du Sud-Est). Il arrive cependant que des ouvrières mentent sur leur âge afin de se faire embaucher. Tant que la main-d'œuvre fait tourner les machines, les employeurs sont généralement peu regardants. Ils ne vérifient pas les papiers d'identité. En Chine, par exemple, la loi n'autorise pas les jeunes à travailler à l'usine avant l'âge de 16 ans. Régulièrement cependant, des enquêteurs rencontrent des ouvrières de 15 ans, et parfois moins, sur la chaîne de production.

Les enfants travailleurs sont les derniers maillons d'une longue chaîne d'exploitation et d'injustice qui remonte jusqu'à l'impunité d'une poignée d'entreprises planétaires. L'élimination des formes les plus abjectes du travail des enfants, comme le prévoit une nouvelle convention du Bureau international du travail⁴, doit évidemment compter parmi les priorités absolues. Par contre, sortir systématiquement les adolescents des usines de jouets, de chaussures ou de vêtements ne changera pas la donne. Tant que leurs parents gagneront des salaires de misère, ils prendront le chemin des ateliers. Mais aider les travailleurs à défendre leurs droits, qu'ils aient 13, 19 ou 40 ans, permettra de renverser le rapport de force.

~~Fin de l'encadré~~

Rêves fracassés

C'est généralement la misère de la vie rurale qui pousse les jeunes villageois sur le chemin des usines, à des centaines, des milliers de kilomètres de chez eux. Et même si les conditions de vie que leur offrent les zones industrielles sont à peine supportables, elles constituent parfois une amélioration par rapport à la pauvreté rurale. "A l'usine, ce n'est pas trop mal. Nous avons trois repas par jour et nous travaillons douze heures par jour", écrivait Xinfeng, ouvrière chinoise, dans une lettre adressée à sa tante. Mais elle ajoutait ensuite: "Je suis si gênée! J'ai quitté la maison et je travaille depuis six mois, et je n'arrive même pas à gagner assez pour vivre."⁵ (Cette lettre, ainsi que bien d'autres bribes de vies, a été retrouvée dans les décombres de l'usine Zhili, à Shenzhen, détruite par le feu en 1993, causant la mort de 87 ouvrières⁶.)

Souvent, les rêves d'émancipation des migrants se fracassent sur la réalité d'un travail harassant, avilissant et mal rémunéré. Chunzhi, autre ouvrière du jouet, l'exprime comme ceci : “Je déteste être ici, et je ne pourrais pas supporter un jour de plus. Quand on était à la maison, on rêvait de cet endroit magnifique. Mais quand on est arrivé ici, on a vu ce que c'était. Je regrette vraiment d'être venue.”⁷ “ Cette même désillusion, on la retrouve dans une lettre publiée par le journal officiel des syndicats chinois, *The Workers' Daily*, signée par vingt ouvriers d'une usine de chaussures : “Nous, les gens des provinces, nous n'avons réalisé qu'on nous avait trompés qu'après notre arrivée ici. La réalité est complètement différente de ce que nous avait dit la personne qui nous a recrutés”⁸.

~~Encadré~~

Le piège

Dans de nombreux témoignages, les travailleuses racontent comment l'usine se referme sur elles comme un piège. Il leur est très difficile de quitter leur emploi de leur propre initiative, sans perdre d'importantes sommes d'argent. Une pratique courante dans les zones industrielles, en Chine comme en Indonésie, consiste à payer les salaires avec au moins un mois de retard. En démissionnant, l'ouvrier perd le fruit de centaines d'heures de travail.

A cela, de nombreux patrons, notamment en Thaïlande, ajoutent le paiement d'une caution qui sera confisquée si l'ouvrière démissionne ou si elle est renvoyée avant la fin de son contrat.

En perpétuel déséquilibre financier, les ouvrières sont souvent contraintes d'emprunter de l'argent. Il leur devient ensuite impossible de quitter la région où elles travaillent sans avoir honorer leurs dettes. Mansour, employé depuis 6 ans par un sous-traitant de Disney en Indonésie affirmait : “Bien que nous ayons deux salaires, le mien et celui de ma femme qui travaille dans une usine de chaussures de sport, nous n'arrivons pas à acheter les médicaments dont notre bébé a besoin. En fait, je préférerais rentrer au village. Je n'y ai pas de terre, mais même comme ouvrier agricole, notre vie serait moins rude. Mais nous ne pouvons pas partir car tout ce que nous possédons a été acheté à crédit. Il nous faudra encore des années pour tout rembourser”. Et il balaye de la main l'ensemble des biens de la famille : une TV, une table, un matelas, un ventilateur, une armoire, et le luxe dérisoire d'un poisson rouge, le tout dans la petite pièce de 3 mètres carrés qu'il loue au pied des usines.

~~Fin de l'encadré~~

Scandale au quotidien

Les témoignages qui émanent des fabriques de jouets évoquent parfois de terribles tragédies humaines : ouvrières handicapées à vie suite à des mauvais traitements, travailleuses mortes d'épuisement, accidents emportant des dizaines de vies,... De tels événements ne se produisent pas tous les jours et bien sûr, les conditions de vie des ouvrières varient avec les usines, les zones et les pays. Ces drames constituent pourtant la pointe d'un iceberg immonde : l'exploitation, cette fois quotidienne, du maillon le plus faible de la grande machine économique planétaire. Salaires de misère, cadences de travail intenable, sécurité et hygiène lamentables, conditions de vie sordides, humiliation et répression : de nombreuses enquêtes réalisées dans les zones industrielles dénoncent de

constantes violations des conventions internationales, des lois nationales et des codes de conduite des grands producteurs et distributeurs de jouets.

2. Les conditions de travail

Des enquêtes systématiques réalisées par deux organisations basées à Hong Kong, initiatrices de la Toy Coalition, un grand réseau de solidarité, révèlent le quotidien des travailleuses du jouet. L'Asia Monitor Research Center (AMRC) a enquêté dans de nombreuses usines en Thaïlande⁹, en Indonésie¹⁰ et en Chine, tandis que le Hong Kong Christian Industrial Committee (CIC)¹¹ se concentre sur la Chine. Au cours de centaines d'interviews, réalisées à la sauvette lors de rares temps de pause, des ouvrières racontent leur existence.

A quelques nuances près, leurs témoignages rejoignent ceux de travailleuses d'autres secteurs qui, aux quatre coins du monde, font tourner l'industrie d'exportation à haute intensité de main-d'œuvre peu qualifiée. Actrices sans nom, elles décrivent le spectacle effarant qui se déroule en arrière plan des échanges économiques mondiaux.

La très grande majorité des ouvrières du jouet travaillent dans des fabriques à capitaux étrangers produisant pour les marchés d'Europe, des Etats-Unis ou du Japon. En ce qui concerne la Chine, ces usines se situent principalement à Guangdong, une province du Sud du pays devenue en une décennie le centre mondial de la production de jouets. Première province de Chine continentale à avoir connu l'ouverture à l'économie de marché, en 1979, Guangdong compte le plus grand nombre d'usines à investissements étrangers établies dans la région. Celles-ci se répartissent dans diverses zones, dont celle de Shenzhen, où se déroulent de nombreuses histoires racontées ci-dessous. Sur une population totale de 2,6 millions d'habitants, Shenzhen compte plus de 1,8 millions de travailleurs migrants¹². En raison des grandes quantités d'emplois générés par les réformes économiques, beaucoup d'habitants des campagnes parlent de Guangdong comme du "paradis des travailleurs" ou des "racines de la fortune".

~~Encadré~~

Nouveaux esclavages

En Chine, le contrôle administratif des mouvements de population, à l'intérieur du pays, donne aux employeurs des moyens supplémentaires pour retenir la main-d'œuvre et pour l'assujettir.

Les paysans chinois qui ont migré vers le Sud n'ont pas le même statut que les citoyens de ces villes. Bien que chinois, ils sont considérés comme des étrangers. Ils n'ont accès ni à l'éducation, ni à la sécurité sociale ; ils n'ont pas le droit de posséder une propriété ou de faire venir leur famille. Quand leur travail n'est plus requis, ils sont censés retourner chez eux. Ils doivent disposer d'un permis de résidence temporaire et d'un permis de travail. Il arrive régulièrement que l'employeur conserve ces documents en permanence, soit parce qu'il a avancé l'argent pour les formalités, soit simplement parce qu'il les exige au moment de l'embauche. Les ouvriers sont alors à sa merci. Sans ces permis, ils n'ont même pas le droit de se promener en rue sans risquer de se faire arrêter par la police. Ils ne peuvent quitter l'usine. Cette pratique illégale évite une rotation trop rapide de la main-d'œuvre.

Pour Anita Chan, sociologue spécialisée dans les relations au sein du monde du travail en Chine, ce régime s'apparente à celui de l'apartheid : la discrimination ne se fait pas entre les races, mais bien entre les populations d'origine urbaine et rurale. Elle constate que le libre marché de l'emploi entraîne des millions de travailleurs vers de nouvelles formes de travail forcé, où l'asservissement au travail se double d'une privation de liberté.¹³

~~Fin de l'encadré~~

Salaires de misère

Les salaires constituent la préoccupation première des ouvrières du jouet. Elles se disent prêtes à travailler de nombreuses heures, dans des conditions exécrables, pour peu que cela leur permette d'envoyer un peu d'argent à leurs familles et de faire quelques économies. Mais dans la plupart des cas, elles arrivent à peine à joindre les deux bouts.

Mlle Xiao Wei (Disney) - Chine¹⁴

« Je travaille depuis plus d'un an, maintenant. Mon salaire le plus élevé a été de 700 yuan (84,3 US\$¹⁵). En moyenne, je gagne de 500 à 600 yuan (de 60,2 à 72,29 US\$) par mois quand nous avons plein de commandes, et 200 yuan (36,1 US\$) à la saison creuse. Mon mari travaille aussi à Shenzhen. Il est chauffeur et gagne 1500 yuan (180,72 US\$) par mois. Mes enfants sont avec mes parents. Mon mari et moi venons d'un village pauvre où rien ne pousse dans les champs. Nous vivons séparément car nous n'avons pas assez d'argent pour louer un appartement. Nous nous retrouvons tous les samedis. Mon salaire est très bas et je ne peux pas économiser grand chose. Dans les fabriques de jouets, vous ne pouvez gagner un meilleur salaire que durant la saison haute. A la saison basse, vous ne pouvez même pas survivre avec ce que vous touchez, alors, inutile de penser à faire des économies... »

En Chine, les ouvrières du jouet gagnent en moyenne de 300 à 500 yuan par mois (de 37 à 61 US\$), heures supplémentaires et primes comprises. De cela, la direction déduit généralement les frais de logements et de nourriture. Dans une usine produisant pour Disney, par exemple, ces retenues automatiques sur salaire s'élevaient à 30 yuan (3,8 US\$) par mois pour le logement dans un dortoir de 16 personnes, et à 90 yuan (11,3 US\$) pour les repas. A cela, il faut encore ajouter le montant des amendes, le remboursement des dettes (contractées à la saison creuse, pour des dépenses administratives, de santé,...), des compléments de nourriture et quelques menues dépenses. Au bout du mois, il ne reste généralement plus rien au fond des poches des travailleuses.

La plupart des ouvrières sont payées à la pièce, mais avec l'obligation de terminer un certain nombre de pièces par jour, selon le système des quotas quotidiens. Si elles ne l'atteignent pas en huit heures, elles doivent continuer leur besogne, mais leurs heures supplémentaires ne seront pas comptabilisées.

Mlle Daeng (Tomy) – Thaïlande

« Dès que j'ai commencé à travailler dans cette usine, je me suis sentie angoissée, car les superviseurs comptaient les pièces toutes les heures. Si je faisais moins de pièces que l'heure précédente, je me faisais punir. Si j'allais aux toilettes, je devais compenser en travaillant plus vite, pour éviter de me faire engueuler. C'était un problème pour les ouvrières et je n'aimais pas ça. Mais j'étais nouvelle et j'avais peur de me faire licencier, alors, j'obéissais aux ordres. »

(Mlle Daeng a été licenciée en 1998 en raison de ses activités syndicales.)

En Indonésie comme en Chine, certaines ouvrières sont payées en groupe. L'employeur forme une équipe d'une dizaine de personnes et calcule le nombre de pièces réalisées par le groupe à la fin de la journée. Tous les membres reçoivent alors le même salaire, en fonction de leur production collective. Ce système pousse les travailleuses elles-mêmes, en plus des contremaîtres, à faire pression sur leurs compagnes plus lentes pour qu'elles augmentent la cadence.

Les témoignages des ouvrières révèlent l'existence d'un arsenal impressionnant de pratiques qui rognent leurs revenus : amendes, heures supplémentaires sous-payées ou non payées, abus du statut d'apprenti, contrats de courte durée reconduits régulièrement pour éviter les augmentations salariales,... Par exemple, certaines usines thaïlandaises licencient leurs employées temporaires après 120 jours de travail et les réembauchent par la suite, pour éviter de leur octroyer le statut plus intéressant d'employée permanente.

L'absence de règles claires pour le calcul des salaires est une source de mécontentement importante. "Il n'y a rien d'écrit sur ma feuille de paye", se plaint Xiao Chen, à Guangdong. "Je travaille ici depuis si longtemps et je ne sais toujours pas comment ils calculent les salaires!"

Le salaire minimum légal dans les pays exportateurs de produits manufacturés à forte intensité de main-d'œuvre non qualifiée est tellement bas qu'il ne permet pas à une travailleuse de couvrir ses frais les plus élémentaires. Cependant, malgré le caractère minimaliste de cette norme, de nombreuses usines ne la respectent pas. Dès lors, ce n'est qu'en accomplissant de longues heures supplémentaires que les ouvrières atteignent le barème légal.

Par exemple, une ouvrière fabriquant des jouets Disney à Shenzhen a gagné 560 yuan (67,47 US\$) en juillet 2001, avant déductions pour le logement et la nourriture. Ce mois-là, elle a accompli plus de 60 heures supplémentaires. D'après les législations en vigueur, elle aurait dû gagner 734 yuan (88,42 US\$), ce qui comprend le salaire minimum de 440 yuan (53,01 US\$) et les heures supplémentaires payées à 150%. Dans ce cas, l'entreprise a réalisé une économie de 20,95 US\$ sur le salaire de cette travailleuse, soit plus du quart de ce qu'elle a reçu! Ce vol sur les salaires n'est pas une pratique isolée, dans les usines à capitaux étrangers. Il constitue plutôt la norme.

En Indonésie, le salaire minimum est déterminé en fonction des régions et des secteurs d'activité. En 1999, dans une usine fabriquant des robes de poupées, des enquêteurs ont rencontré un directeur qui refusait de payer le salaire minimum car ce dernier ne s'appliquait qu'aux vêtements pour humains, pas pour poupées. Il pouvait donc s'en passer. La loi indonésienne prévoit également une augmentation automatique des salaires après un an d'activité. L'enquête de l'AMRC révèle cependant que dans de nombreux cas, les ouvrières n'ont pas bénéficié de cette mesure.

~~Encadré~~

Le salaire minimum : un maximum!

Dans la plupart des pays du Sud, le salaire minimum fixé par les gouvernements ne permet pas à une ouvrière de vivre dignement, même seule, pour une durée de travail

hebdomadaire raisonnable. Quand on parle de ce fameux “salaire minimum”, que de nombreuses associations de travailleurs réclament à cor et à cri, il ne s'agit pas encore d'un “salaire minimum vital”, qui lui permettrait de couvrir les besoins de base d'une famille.

“Il est clair que dans les pays asiatiques ayant opté pour une stratégie de développement basée sur une industrie d'exportation à haute intensité de main-d'œuvre, comme la Chine, le Vietnam ou l'Indonésie, le salaire minimum légal constitue le prix le plus bas auquel un gouvernement peut vendre le travail de sa population sur le marché international, tout en maintenant la survie des ouvriers. Ce salaire devient souvent le prix maximum que les investisseurs étrangers sont prêts à payer, ou à ne pas payer, s'ils parviennent à contourner la loi.”¹⁶

~~Fin de l'encadré~~

Heures supplémentaires et “vacances” obligatoires

Comme le salaire minimum légal ne permet pas aux ouvrières de s'en sortir, les heures supplémentaires constituent leur seule chance d'améliorer leurs revenus.

Quand les commandes affluent, en préparation des fêtes de fin d'année en Europe et aux Etats-Unis, les ouvrières chinoises travaillent 6 jours et demi ou 7 jours par semaine, durant 14 voire 18 heures par jour. Il leur arrive même de devoir passer toute la nuit à l'atelier, après une journée de travail éreintante. Alors, “les journées passent comme des années”, soupire un producteur de jouets pour Disney, en Chine. Les ouvrières n'ont pas la liberté de refuser ces rythmes infernaux.

M. Tam (Tomy) - Thaïlande

« Ceux qui travaillent la nuit doivent apporter leur nourriture et manger à l'atelier. Quand ils ont faim, ils doivent manger en travaillant. Ils ne font pas de pause. S'ils doivent aller aux toilettes, ils doivent en aviser le superviseur, pour que celui-ci surveille la machine, sinon, ils commettent une faute. Si le superviseur leur impose une seconde période de travail, ils doivent travailler pendant 16 heures, sans repos. Pas question de négocier, ça créerait des problèmes. Mais dans un sens, les travailleurs aiment ça, car cela leur permet de gagner plus. Pourtant, si on leur demande de travailler comme ça tous les jours, ils peuvent détruire leur santé. »

En Chine, d'après les associations de défense des travailleurs, les lois sur le temps de travail et les compensations des heures supplémentaires sont assez favorables aux ouvrières. Cependant, elles sont rarement appliquées. Bien qu'il soit difficile de comparer avec précision la situation dans les différents pays exportateurs, il semble que ce soit en Chine que les ouvriers soient soumis au nombre le plus hallucinant d'heures supplémentaires.

Selon des représentants des producteurs de jouets de Hong Kong¹⁷, 72 heures par semaine est une durée de travail *raisonnable* durant les 5 mois de la période de pointe. Pourtant, la loi fixe à 40 heures l'horaire normal de travail hebdomadaire et interdit des semaines de plus de 58 heures¹⁸. Le congé hebdomadaire légal est également sacrifié pendant le rush. En 2001, chez un fabricant de jouets Mattel et Hasbro, des ouvrières ont travaillé durant 100 jours consécutifs, sans un seul jour de repos, pour terminer la commande de Noël. Durant ces périodes, les ouvrières peuvent gagner jusqu'à 120 US\$/150 US\$ par mois.

Près de la moitié des commandes de jouets sont passées entre juillet et septembre. Mais ensuite, vient la saison creuse. Les commandes chutent, ainsi que les salaires. Ceux-ci tournent alors aux alentours de 30 dollars par mois, quand les travailleuses conservent leur emploi. Car bien souvent, l'entreprise licencie ses ouvrières ou les prie de prendre des "vacances", sans leur octroyer de compensation. Elles se retrouvent alors sans revenu, alors qu'elles doivent continuer à assumer leur survie (loyer, nourriture...).

A la saison creuse, en Chine, il arrive que les entreprises se débarrassent de deux tiers de leur main-d'œuvre. Le caractère saisonnier de l'industrie du jouet prive les travailleurs d'un emploi régulier et les plonge dans une insécurité continue. De surcroît, il les prive des bénéfices accumulés avec l'ancienneté, tels que les pensions.

M. Xiao Wang (Mattel et Hasbro) - Chine

« Les salaires à l'usine sont très bas. (...) Nous n'avons pas pris un seul jour de congé depuis des mois. Dans le pire des cas, nous devons travailler toute la nuit. Mais malgré tout cela, je ne touche qu'entre 600 et 700 yuan (75-85,7 US\$) à la fin du mois. Ça comprend tout, les heures supplémentaires et les primes. Nous "prenons des vacances" quand il n'y a pas de commande. (...). Nous devons économiser de l'argent pour la saison creuse quand personne ne peut prédire combien il y aura de travail. Je viens d'apprendre de mes collègues que nous devons prendre de longues vacances à partir d'octobre.... »

Sécurité et hygiène déplorables

Chaleur intenable, vapeurs toxiques, nuages de poussière, équipements dangereux, absence de sorties de secours : les conditions de travail dans les usines de jouets violent généralement les règles minimales de sécurité et d'hygiène. Dans leur course au profit, les employeurs sacrifient facilement la santé de leur personnel sur l'autel de la compétitivité.

M. Xiao Chi (Hasbro) - Chine

« Tous les jours, nous travaillons à une température d'environ 33 à 38 degrés, dans le département "moulage". Les machines produisent beaucoup de bruit et de chaleur. L'air est plein d'une forte odeur chimique. Et je dois répéter les mêmes mouvements, ouvrir la machine, mettre le plastique, presser, retirer le plastique... Beaucoup d'entre nous ne supportent pas la chaleur, l'odeur et le bruit. Certains s'évanouissent. »

Plus spécifiquement, la nature des problèmes de sécurité et d'hygiène dépend du département où les ouvrières travaillent. Le département peinture les expose à des vapeurs toxiques, le moulage pose des risques d'accidents (doigts coupés...), l'emballage soumet les ouvrières à un stress quasi permanent, la confection des peluches génère de fortes densités de poussières qui peuvent entraîner des troubles respiratoires, etc.

En Indonésie, une étude réalisée dans une entreprise fabriquant des jouets et des vêtements pour Disney, Adidas, Gap et autres montre que la chaleur dans les ateliers (plus de 35°C) porte atteinte à la santé des travailleuses. Elle a enregistré de nombreux cas de déshydratation, fatigue extrême, étourdissement et évanouissement, crampes de chaleur, déficience en sel,... Les inspecteurs ont également observé que le toit de cette usine était tellement endommagé qu'il menaçait à tout moment de s'effondrer sur les travailleurs¹⁹.

Les enquêtes réalisées dans les différents pays révèlent l'absence ou l'insuffisance de matériel de protection, comme les masques et les gants. Ceux-ci n'apparaissent parfois

qu'au moment des inspections. En Indonésie, certaines entreprises obligent leurs ouvrières à travailler pieds nus, les exposant à des risques de décharges électriques. De surcroît, la plupart des ouvrières ne reçoit aucune formation sur les dangers qu'elles encourent, les produits et les machines qu'elles utilisent, les symptômes qu'elles doivent surveiller ou les mesures à prendre en cas de problème. Les accidents de travail sont nombreux, parfois mortels, mais ils sont souvent passés sous silence et les compensations prévues par la loi sont rarement appliquées.

De manière générale, les études révèlent que les longues heures de travail, les bas salaires et le paiement à la pièce comptent parmi les principales causes de problèmes liés à la sécurité et à l'hygiène dans les usines. Exténuées, poussées à des cadences hallucinantes, mal nourries, les ouvrières tombent malades, s'endorment sur les machines, provoquent des accidents. De plus, elles se voient souvent refuser des congés de maladie et n'ont qu'un accès limité aux soins de santé.

Mlle Xiao Tong (Mattel et Hasbro) - Chine

« Parfois, on voit des gens qui s'évanouissent à l'usine. Ce n'est pas étonnant. On est fatiguées, on est mal payées, on ne mange pas bien, on ne peut pas dormir assez et on veut épargner le moindre centime que nous gagnons. Beaucoup de filles achètent seulement une crème glacée ou une tranche de pastèque pour déjeuner. On est tellement fatiguées et il fait tellement chaud qu'on ne veut pas manger. »

Comme l'explique Anita Chan dans un ouvrage accablant sur les travailleurs chinois, les ouvriers des zones économiques spéciales sacrifient leur jeunesse et leur capital santé sur l'autel d'une richesse dont ils ne voient pas la couleur. "À Shenzhen, j'ai assisté à un forum de travailleurs migrants. Là j'ai appris qu'aucun d'entre eux n'avait l'intention de rester longtemps. Si certains préféraient attendre et 'voir venir', d'autres affirmaient qu'ils ne resteraient pas plus de deux ou trois ans. Ce n'est que plus tard que j'ai réalisé que ce n'était pas parce qu'ils ne souhaitaient pas rester, mais simplement parce qu'ils sont tellement épuisés qu'ils n'arrivent plus à travailler. Quand les patrons ont extrait jusqu'à leur dernière goutte de sueur, ils les laissent repartir"²⁰.

~~Encadré~~

Morte de trop travailler

Ses collègues expliquèrent que Li était debout depuis près de 16 heures, courant dans l'usine de jouet Bainan Toy, emportant des pièces d'une machine à l'autre. Quand la sonnerie retentit, elle était couverte de sueur. C'était la saison haute, avant Noël, quand les commandes de peluches affluent. Li et ses collègues n'avaient pas eu un dimanche de congé depuis deux mois.

Sur son lit ce soir-là, ses compagnes de chambre se souviennent qu'elle s'était sentie épuisée. Elle toussait, ses pieds lui faisaient mal, et elle s'était plainte d'avoir faim. "La nourriture à la cantine était si mauvaise, que c'est comme si je n'avais pas mangé", aurait-elle dit, ajoutant qu'elle voulait partir. Rentrer dans son village, à plus de 1000 kilomètres de là.

Ses compagnes étaient déjà endormies quand Li commença à tousser et à cracher du sang. Elles la retrouvèrent quelques heures plus tard, recroquevillée sur le sol des toilettes, geignant et saignant du nez et de la bouche. Elle mourut avant que l'ambulance n'arrive. Elle avait 19 ans.

La cause exacte de la mort de Li reste inconnue. Pour sa famille, ses amis et ses collègues dans cette ville de Guangdong, ce qui est arrivé à Li en novembre 2001 est un exemple de ce que le journal chinois le plus audacieux appelle *guolaosi*, “mort de trop travailler”, et qui touche les jeunes travailleurs qui s'effondrent soudain après de trop longues heures à l'usine, jour après jour.

La plupart de ces décès ne sont pas documentés, et l'on sait peu de choses sur leurs causes, mais les journalistes locaux estiment que ce syndrome tue des dizaines de personnes chaque année, dans les zones industrielles du sud de la Chine.

Extrait d'un article de P. Pan : “A new syndrome faces China's laborers: 'overwork death'”, The Washington Post, le 14 mai 2002.

~~Fin de l'encadré~~

Conditions de vie sordides

Les ouvrières du jouet vivent le plus souvent à proximité des usines, ce qui les rend disponibles 24 heures sur 24 pour répondre aux exigences de la production. En Chine, elles sont généralement logées dans des dortoirs appartenant à l'entreprise qui les emploie, ce qui augmente encore le contrôle de la direction sur leurs vies. Il s'agit de logements surpeuplés qui ne disposent pas des installations qui garantiraient un confort minimal et la sécurité de ses habitantes. Dans une usine produisant des jouets Disney, certaines chambrées comptent jusqu'à 30 ouvrières, empilées sur des lits superposés. En 2000, les chercheurs de l'AMRC ont même visité une “chambre” de 400 personnes, dans une entreprise produisant également pour Disney.

Le plus souvent, les toilettes et les points d'eau pour les douches et la lessive sont insuffisants, parfois insalubres. Les ouvrières doivent souvent patienter plusieurs heures, après leur longue journée de travail, pour faire un brin de toilette.

Bien que le recours à ce système soit moins fréquent aujourd'hui, certaines usines pratiquent toujours le “trois en un” : la production, l'entreposage du matériel et le logement se situent dans un même bâtiment. Cette pratique augmente fortement les risques d'accidents. En 1993, deux terribles incendies se déclarèrent dans de tels établissements, l'un en Thaïlande et l'autre en Chine, entraînant la mort de 188 personnes d'une part, et 87 de l'autre.

En Indonésie, la plupart des usines de jouets ne disposent pas de leurs propres dortoirs. Les ouvrières doivent alors louer de petites chambres dans lesquelles elles s'entassent à plusieurs sur quelques mètres carrés. Bien qu'elles entretiennent leur chambrette avec un soin méticuleux, elles souffrent également d'un accès limité à l'eau courante et au confort le plus élémentaire.

Quant aux travailleuses du jouet thaïlandaises, beaucoup d'entre elles peuvent rentrer chez elles car elles proviennent des bourgades avoisinantes. Aussi bien sur le plan social

qu'économique, cela constitue un grand avantage par rapport au déracinement des ouvrières migrantes. Mais le coût des transports, et surtout leurs horaires de travail impossibles, compliquent davantage leur quotidien.

Mme Ha Hua (Mattel et Hasbro) - Chine

« Ces jours-ci, nous travaillons jusqu'à onze heures du soir. De retour au dortoir, on doit faire la file pour prendre une douche et faire notre lessive. On ne peut aller dormir que vers deux heures du matin. Le lendemain, il faut se lever à six heures trente pour le petit déjeuner, et aller au travail à sept heures trente. Comment pourrions-nous dormir suffisamment ? Au travail, les odeurs chimiques sont fortes et on peut voir des poussières de peinture partout. Quand je suis arrivée ici, tous les jours, j'avais envie de vomir. Durant le premier mois, j'avais tout le temps mal à l'estomac et la tête me tournait. Notre travail est payé à la pièce, donc on veut toutes en faire le plus possible. Nous avons un meilleur prix pour notre travail l'année dernière. C'est bien pire cette année. Je travaille tous les jours, mais je gagne seulement entre 600 et 700 yuan (72,29 et 84,3 US\$) par mois. Pour beaucoup de travailleurs, la moyenne n'est que de 400 à 500 yuan (48,19 et 60,24 US\$) par mois. Et nous devons payer notre nourriture et notre logement. Si ce n'était pour pouvoir envoyer mon fils à l'école, je ne travaillerais jamais dans le département peinture. »

Discipline de fer

Au delà de ces conditions de travail extrêmes, les ouvrières du jouet connaissent l'humiliation. Les usines se dotent de règles disciplinaires très strictes, souvent arbitraires, et parfois illégales. Parler ou rire sur le lieu de travail, s'absenter pour se rendre aux toilettes, porter un jeans ou oublier d'éteindre les lumières peuvent faire l'objet d'amendes retenues sur les salaires en fin de mois.

Mlle Nam (Tomy) - Thaïlande

« Tous les ans, en septembre, le patron choisit les ouvriers qu'il va licencier : ce sont surtout ceux qui ont commis des erreurs ou qui se sont disputés avec un superviseur. Le responsable de notre section nous dit tout le temps qu'il nous donnera une promotion si on travaille bien. Mais en fait, il ne choisit que les gens qui sont proches de sa famille. »

Même si la loi chinoise exige la mention des règles de discipline sur les contrats de travail, ceci est rarement le cas, et les punitions dépendent souvent des intérêts immédiats de la direction. «Un travailleur surpris à fumer recevra seulement une amende de 50 yuan (6 US\$) à la haute saison», explique un ouvrier produisant pour Disney. «Mais à la saison creuse, en plus de l'amende, il sera licencié. Vous ne saviez pas que l'usine fait tout pour diminuer le nombre de travailleurs à la saison creuse? Ils préfèrent recruter de nouveaux travailleurs quand ils en ont besoin. Vous voyez bien, c'est tellement facile de recruter maintenant. Une foule attend devant l'usine tous les jours.»

Les récits des ouvrières sont parfois accablants. Quand elles racontent la manière dont les traitent les superviseurs et les contremaîtres, elles font état d'injures, de harcèlement, d'humiliations, et même parfois, de punitions corporelles.

Une enquête réalisée au sein d'une usine en Indonésie montre que de sévères punitions sont imposées aux ouvrières ayant osé prendre un congé de maladie. Lors de leur retour à

l'atelier, convalescentes, elles sont tenues de rester debout, sans bouger, pendant des périodes allant d'une heure à une journée entière²¹.

La presse chinoise révèle de temps à autres ce type d'abus dans les usines à capitaux étrangers. Ces articles racontent par exemple le coup de mauvaise humeur d'une directrice coréenne qui força 120 ouvriers à s'agenouiller devant elle (un seul s'y opposa) ou la punition de cette jeune ouvrière d'une usine de chaussures à capitaux taïwanais qui fut enfermée dans la cage du chien, provoquant une grève sauvage de ses collègues scandalisées²². Devant de telles attitudes, il n'est pas surprenant qu'une des demandes fondamentales des travailleuses soit simplement d'être considérées comme des être humains.

Mlle Xiao Gor (McDonald's) - Chine

« Nos salaires sont bas et ils sont calculés n'importe comment. Les superviseurs et les contremaîtres cherchent la petite bête et nous crient dessus toute la journée. Nous ne sommes pas traitées comme des êtres humains. Certaines jeunes ouvrières partent car elles ne peuvent plus supporter les hurlements et les insultes. Même les gardes de sécurité ne nous respectent pas. Ils utilisent leurs poings, pas seulement leurs mains. Et les directeurs de l'usine font comme s'ils n'avaient rien vu. De toute façon, on a toujours tort. La direction a plein d'idées pour nous mener la vie dure. Ils ne vous licencient pas, parce qu'alors, ils devraient vous payer des indemnités. Ils vous disent de "prendre congé". Mais vous ne pouvez aller nulle part, car vous devez rester disponible à tout moment. Si vous n'êtes pas là quand ils vous appellent, ils ont une bonne excuse pour vous licencier sans vous indemniser. »

Répression syndicale

On le voit, le niveau d'exploitation que connaissent les ouvrières de l'industrie légère destinée à l'exportation dépasse l'entendement. Alors qu'elles ont pourtant de nombreuses bases légales pour réclamer l'application de leurs droits, il leur est cependant extrêmement difficile de mener cette lutte. D'abord, parce que peu formées, la plupart des travailleuses ne connaissent pas leurs droits. Et ensuite, parce que la répression des activités syndicales est une pratique courante.

En Indonésie, en Thaïlande, comme dans de nombreux autres pays, les dirigeants syndicaux sont soumis à des pressions, des intimidations et des menaces allant jusqu'à la mort. Nous reviendrons sur cette criminalisation des dirigeants syndicaux dans le chapitre 6. Un ouvrier indonésien produisant des jouets Disney raconte que la direction a licencié un homme ayant travaillé près de 12 ans dans l'entreprise, parce qu'il avait pris l'initiative de fonder un syndicat. "Nous avons mené deux grèves, l'une en décembre 2001 pour obtenir le paiement de la prime de vacances prévue par la loi, et l'autre en janvier 2002 pour recevoir le salaire minimum légal. Nous n'avons obtenu que la moitié du pécule de vacances, et nous n'avons pas eu gain de cause sur le salaire minimum. Il faut dire que quand le leader syndical a été licencié, les ouvriers ont pris peur"²³.

En Chine, la plupart des ouvriers des zones franches ne savent pas ce qu'est un syndicat, ni à quoi cela peut bien servir. Dans les entreprises à capitaux étrangers de Shenzhen, par exemple, à peine 10% de la main-d'œuvre est syndiquée. Les organisations syndicales chinoises, quand elles sont présentes, ne sont pas à la pointe de la lutte ouvrière. Seuls les

syndicats appartenant à la structure officielle (All China Federation of Trade Unions) ont le droit d'exister. Des syndicats indépendants sont parfois créés (entre autres sous la pression des donneurs d'ordre ou sous la pression de certification comme la SA8000). Ils ne sont toutefois tolérés que s'il s'agit de syndicats « maison » dont les leaders sont des membres de la direction, ou des proches de celle-ci.

Le syndicat officiel se retrouve dans une position ambiguë, coincé entre la défense des politiques gouvernementales et celles de ses membres. Très souvent, la balance penche du côté du maintien de l'ordre établi. Il arrive même que les dirigeants syndicaux occupent également des postes de direction dans l'entreprise. Pourtant, certains responsables syndicaux au niveau local prennent parfois résolument le parti des travailleurs et les aident à résoudre leurs conflits avec le patronat.

De plus en plus, des ouvriers utilisent avec succès les rouages officiels existants (les médias, les autorités locales, le bureau local du Ministère du travail ou les syndicats) pour dénoncer les abus dont ils sont victimes. En 1999, de janvier à juin, plus de 230.000 ouvriers avaient eu recours à la procédure de médiation officielle, à l'issue de laquelle ils ont de grandes chances d'obtenir gain de cause (en 1996, cette instance a donné raison aux ouvriers dans 80% des cas).²⁴

Mais à nouveau, les ouvriers migrants n'ont pas le même accès à ces institutions que les citoyens. D'autre part, ces chiffres restent encore insignifiants par rapport à l'ampleur des violations des droits des travailleurs dans un pays de plus d'un milliard d'habitants. Le plus souvent, ce sont les grèves sauvages (hors des structures syndicales officielles) qui catalysent l'exaspération des travailleurs. Elles éclatent régulièrement et entraînent généralement la répression immédiate des leaders. Licenciement et emprisonnement sont les menaces qui pèsent sur ces dirigeants « naturels ».

Bien sûr, les ouvriers affrontent la répression en développant une multitude de stratégies. Pour éviter d'exposer l'un d'entre eux aux poursuites, ils se présentent en groupe devant la direction ou devant les autorités, parlant tous en même temps. On constate aussi, en dehors de toute structure officielle, le développement de groupes d'entraide entre travailleurs d'un même village ou d'une même région. Ces organisations informelles assument certaines fonctions normalement réservées aux syndicats²⁵.

Pour ne citer qu'un exemple dans le secteur du jouet, en mai 2001, une grève sauvage a éclaté dans le département « moulage » d'un sous-traitant d'Hasbro et de Mattel. Toutes les grévistes ont été licenciées, et quand les autorités du bureau du travail sont venues enquêter, la direction a fait sortir les ouvrières par la porte arrière, de peur qu'elles ne se plaignent.

~~Encadré~~

Nos droits ? Connais pas...

Si les ouvrières ne savent pas ce qu'est un syndicat, elles ignorent même qu'elles ont des droits. Provenant des provinces rurales reculées, à peine scolarisées, elles méconnaissent les législations en place et les rouages qui leur permettraient de faire valoir leurs droits. Le résultat de l'enquête ci-dessous, menée auprès de 93 ouvriers, montre qu'à ce niveau²⁶, la situation en Chine est alarmante. L'information et la formation des ouvrières constituent

donc une étape préalable incontournable pour mettre fin aux violations de leurs droits les plus élémentaires.

~~A structurer en tableau~~

Oui J'en ai entendu parler Non

1. Connaissez-vous le salaire minimum légal dans la ville où vous travaillez? 10% 0% 90%

2. Savez-vous quel est le nombre d'heures supplémentaires maximum autorisé dans la ville où vous travaillez? 4% 1% 95%

3. Connaissez-vous le montant des compensations auxquelles vous avez droit si vous êtes victime d'un accident du travail? 0% 1% 99%

4. Savez-vous quelque chose à propos du droit du travail chinois? 8% 25% 67%

5. Savez-vous quelque chose à propos des "Régulations sur la protection des femmes au travail"? 0% 1% 99%

6. Savez-vous quelque chose à propos de la "Loi de protection des adolescents"? 1% 1% 98%

7. Savez-vous quelque chose à propos des codes de conduite ? 9% 1% 90%

8. Souhaitez-vous recevoir plus d'information à propos de la sécurité et de l'hygiène sur le lieu de travail? 82% sans avis 16% 2%)

~~Fin du tableau~~

~~Fin de l'encadré~~

3. Les responsabilités : remonter la filière

Les histoires de ceux et celles qui fabriquent les jouets vendus en Occident ne sont pas des contes de fées. Les témoignages qui affluent des zones franches ou de développement industriel récent d'Asie, d'Amérique latine, d'Afrique et dans une certaine mesure d'Europe de l'Est, ressemblent étrangement à ceux que nous venons d'exposer. Les héroïnes de ces contes ordinaires de l'économie mondialisée ne font l'affiche d'aucun long métrage. A l'échelle mondiale, les ouvrières de l'industrie légère d'exportation comptent parmi les premières victimes du dogme du libre échange, cette loi de la jungle qui permet aux nantis de bâtir des empires sur le labeur de ceux qui n'ont que leurs 20 ans pour toute valeur marchande.

Pour de nombreuses organisations de défense des travailleurs, comme pour la Toy Coalition²⁷, les entrepreneurs asiatiques avides et sans cœur ne sont pas les seuls responsables des violations systématiques des droits humains dans les usines. Les multinationales du jouet et les grandes chaînes de distribution portent une lourde responsabilité dans la banalisation de ces nouvelles formes d'esclavage.

En effet, les bas salaires, les heures supplémentaires excessives et le manque de sécurité dans les usines proviennent en grande partie de la manière dont les grands du jouet passent commande et des prix qu'ils pratiquent. Ces multinationales sont responsables des fluctuations saisonnières et des délais de livraison de plus en plus courts imposés aux fabricants. D'une main, Disney, McDonald's, Mattel et Hasbro signent de jolis codes de conduite qui les engagent à respecter les travailleurs, mais de l'autre, ils compriment les prix et les délais de production, ce qui étrangle les ouvrières.

Suite à des années de travail auprès des ouvrières chinoises, le Hong Kong Christian Industrial Committee interpelle les grands du jouet : “Mattel, Hasbro, McDonald's et Disney peuvent-ils garantir que les prix qu'ils pratiquent sont suffisants pour payer le salaire minimum et les heures supplémentaires d'un ouvrier qui travaille de 14 à 16 heures à la saison haute? Comment ces entreprises peuvent-elles respecter la loi sur le temps de travail tout en imposant le système des “livraisons de dernière minute”? Et si l'industrie du jouet devient de plus en plus saisonnière, ces multinationales adapteront-elles leur code de conduite pour protéger la main-d'œuvre irrégulière?”.

En observant le fonctionnement de l'industrie du jouet, il apparaît clairement qu'il ne suffira pas aux géants d'étendre indéfiniment la liste des exigences qu'ils imposent à leurs sous-traitants pour améliorer le sort des travailleuses. Tant qu'ils n'auront pas allongé les délais de livraison, augmenté les prix et donné aux travailleurs l'occasion de s'informer et de s'organiser au sein des usines, les entreprises du rêve resteront à jamais ces ateliers honteux, où le libre marché équivaut à la libre exploitation des travailleurs.

Dans le second chapitre, pour mieux comprendre ces mécanismes et dénoncer le contraste sordide entre les profits des géants du jouet et la survie des ouvrières, nous allons nous pencher sur le fonctionnement de ce secteur industriel dans son ensemble. Dans le troisième chapitre, nous découvrirons ensuite que les “valeurs” prônées par The Walt Disney Company, l'un de ces géants, relèvent du cynisme pur. Sa logique est celle du profit ; et la vie de famille, le divertissement et la fantaisie sont des luxes auxquels les ouvrières de Disney, Hasbro, Mattel et compagnie n'ont pas même le temps de rêver.

¹ Propos recueillis dans la région de Jakarta, le 29 avril 2002.

² *Cox News*, 7 juillet 2002 (pour les 100 millions) et *The Washington Post*, 14 mai 2002 (pour les 200 millions).

³ A. CHAN, *China's workers under assault. The Exploitation of Labour in a Globalizing Economy*, M.E. Sharpe, London, 2001. p.7.

⁴ La convention 182 du Bureau international du travail sur les pires formes de travail des enfants est entrée en vigueur en l'an 2000. Elle vise à l'élimination du travail des enfants dans des secteurs dangereux, dans les conflits armés, pour la prostitution et la pornographie ainsi que dans toute activité illicite. Elle interdit aussi le trafic des enfants et le travail forcé. (<http://www.ilo.org/>)

⁵ A. CHAN, op. cit., p 114.

⁶ Voir à ce sujet le chapitre 4.

⁷ A. CHAN, op. cit., p 114.

⁸ A. CHAN op. cit., p 7.

⁹ *Study on the Situation and Status of Female Employment in Thailand's Toy Industry*, NGO Labour Network, AMRC, Hong Kong, 2000.

¹⁰ *Conditions in the Toy Manufacturing Sector in Indonesia*, AMRC, Hong Kong, 2000.

¹¹ *How Hasbro, McDonald's, Mattel and Disney manufacture their toys*, op. cit. Cette étude se base sur des interviews de 93 travailleurs, dans plus de 20 entreprises, entre août et octobre 2001.

Beware of Mickey. Disney's sweatshops in South China, Hong Kong Christian Industrial Committee, février 2001. Cette étude se base sur des interviews réalisées de mars à novembre 2000 dans 12 usines produisant des marchandises Disney (de 5 à 15 travailleurs interviewés par usine). De celle-ci, nous n'avons tenu compte que ce qui concernait le jouet.

¹² A. CHAN, op. cit., p 127.

¹³ A. CHAN, op. cit., p 10.

¹⁴ Le nom des ouvriers est suivi de celui des marques qu'ils produisent et du pays où ils vivent.

¹⁵ Les auteurs ont préféré garder la conversion en US US\$ comme étant la plus fidèle au moment de l'enquête.

¹⁶ A. CHAN, op. cit., p 12.

¹⁷ Propos recueillis à Hong Kong le 18 juillet 2002 lors d'une entrevue avec des représentants du Hong Kong Toys Council et du Toy Manufacturers Association of Hong Kong, dans le cadre de la Table ronde sur l'évaluation et les perspectives stratégiques de la campagne Jouet organisée par Hong Kong Industrial Committee et Asia Monitor Resource Center.

¹⁸ Le droit chinois fixe la semaine de travail à 40 heures. Les heures supplémentaires ne peuvent excéder 36 heures par mois ou 3 heures par jour. Les travailleurs doivent bénéficier d'au moins une journée de congé par semaine.

¹⁹ *Preliminary findings and recommendations*, Workers Rights Consortium, 26 mars 2002.

(www.workersrights.org).

²⁰ A. CHAN, op. cit., p 129.

²¹ *Preliminary findings and recommendations*, op. cit.

²² A. CHAN, op. cit., pp 56 et 63.

²³ Propos recueillis dans la région de Djakarta le 2 mai 2002.

²⁴ A. CHAN, op. cit., p 149.

²⁵ Entretien avec May Wong, coordinatrice de Asia Monitor Resource Center (Hong Kong), à Bangkok, le 21 juin 2002.

²⁶ *How Hasbro, McDonald's, Mattel and Disney manufacture their toys*, op. cit., p.21.

²⁷ Il sera longuement question de cette coalition dans le chapitre 4.

II. De l'usine au bac à sable

La filière de production des jouets

~~citation en exergue~~

Michael Eisner a un jour comparé sa nomination au poste de PDG de Disney à une invitation à passer tout son temps dans un magasin de jouets : “Je suis incapable d'en choisir un plutôt que l'autre, ils sont tous fabuleux et je suis tellement excité que j'en perds le sommeil”¹.

Entre l'ouvrière indonésienne de 20 ans qui coud des crinières de lion de huit heures du matin à huit heures du soir et le petit Européen qui tiendra la peluche dans ses bras, les jouets accomplissent généralement un parcours particulièrement complexe : il implique des dizaines d'acteurs, situés sur des continents différents et agissant au sein de structures distinctes.

Dans le dédale de la sous-traitance

Quand nous visitons l'usine PT Karma², à 60 Km de Jakarta, en Indonésie, ce sont des personnages de Disney qui défilent sur la ligne de production. Cette usine emploie 600 ouvriers, principalement des femmes, qui fabriquent des jouets en peluche. C'est une entreprise à capitaux indonésiens qui produit exclusivement pour l'exportation. D'après son directeur, l'entreprise compte quelques clients directs, principalement aux Etats-Unis. Mais quand les affaires vont mal, comme c'est le cas depuis le 11 septembre, il est contraint d'accepter des contrats de sous-traitance, comme pour ces personnages de Disney. “Nous produisons ces jouets pour une usine plus importante, PT Yami, située à quelques dizaines de kilomètres d'ici. Sur ces produits, notre marge bénéficiaire est extrêmement faible. Si Disney nous commandait directement la marchandise, nous gagnerions environ le double”, explique le directeur de l'entreprise.

Remontant la filière de ces jouets griffés Disney, nous rencontrons sept ouvrières de PT Yami dans une maisonnette sombre dont l'unique pièce, sans meuble, dispose d'un grand tableau noir : la branche locale de Garteks, une centrale syndicale des ouvriers du textile et de la confection, également responsable du secteur jouets. Il est midi. Les ouvrières arrivent en courant, engloutissent une assiette de riz sauté, et repartent à l'usine après une vingtaine de minutes de discussion. Le temps est précieux, car elles doivent atteindre des quotas de production quotidiens extrêmement élevés. Avec Agus Pramono, responsable de la branche locale du syndicat, elles nous expliquent le système.

PT Yami est une entreprise coréenne qui dispose d'unités de production dans différents pays asiatiques, dont une en Indonésie qui emploie plus de 3.000 personnes. Elle produit des jouets, mais également des vêtements et des casquettes portant notamment les logos de Old Navy, Adidas, Gap et une série d'universités nord-américaines. Disney est également un client important de PT Yami en Indonésie. Les jouets qui y sont fabriqués seront vendus directement dans les réseaux commerciaux du géant des loisirs (les boutiques Disney, les parcs à thème, etc.).

L'usine sous-traite une part importante de sa production à une quinzaine d'autres ateliers. Près de 30% des jouets seraient ainsi fabriqués hors de ses murs, par des entreprises allant

de petits ateliers familiaux à des usines comptant plusieurs centaines d'ouvriers, comme PT Karma.

La dégradation des conditions de travail

Pour le dirigeant syndical, cela porte clairement atteinte aux intérêts des ouvriers. "D'abord, parce que, dans les usines sous-traitantes, les salaires, les conditions de travail, la sécurité et l'hygiène sont plus mauvaises qu'à PT Yami. Cela exerce une pression à la baisse sur les conditions de vie des travailleurs en général. Ensuite, cette importante production hors de l'usine casse les activités syndicales. Par exemple, quand les ouvriers sont mécontents, le patron peut leur dire : "OK, allez-y, vous pouvez faire la grève! Cela ne change pas grand chose pour nous car nous pouvons toujours demander aux sous-traitants d'honorer nos commandes". Et finalement, il y a un risque que PT Yami, où les conditions de travail ne sont pourtant pas reluisantes, serve d'écran à la quinzaine de sous-traitants, lorsque des inspecteurs viennent contrôler le respect des lois du travail et des codes de conduite au sein de l'usine"³.

1. Une structure pyramidale

Si la filière de production se termine là-bas, dans les zones industrielles d'Indonésie, de Chine ou de Thaïlande, elle débute à l'autre bout du monde, dans les bureaux d'une poignée de multinationales qui dominent l'univers du jouet. Cette "désintégration de la chaîne de production"⁴ dont les maillons se trouvent aux quatre coins du globe reflète une tendance globale de l'industrie légère.

Le marché mondial du jouet, évalué à plus de 69 milliards de dollars⁵, est contrôlé par un petit nombre de géants. Au sommet de la pyramide, on trouve les transnationales du jouet (Mattel, Hasbro), mais également d'autres acteurs dont le rôle est de plus en plus important : les géants du divertissement (Disney) et les chaînes de restauration rapide (McDonald's), qui distribuent des jouets à titre promotionnel ; et surtout, les mastodontes de la grande distribution (Carrefour, Wal-Mart,...).

Les maillons supérieurs, des multinationales basées aux Etats-Unis, au Japon ou en Europe, détiennent le pouvoir de décision et empochent l'essentiel des bénéfices. Comme dans notre exemple indonésien, la plupart d'entre elles sous-traitent la production et la logistique à des intermédiaires basés dans des nouveaux pays industrialisés (NPI), tels que Hong Kong, Taïwan ou la Corée du Sud, mais dont les ateliers se situent dans des pays tiers, là où les salaires sont meilleur marché (Chine, Thaïlande, Philippines, Indonésie,...).

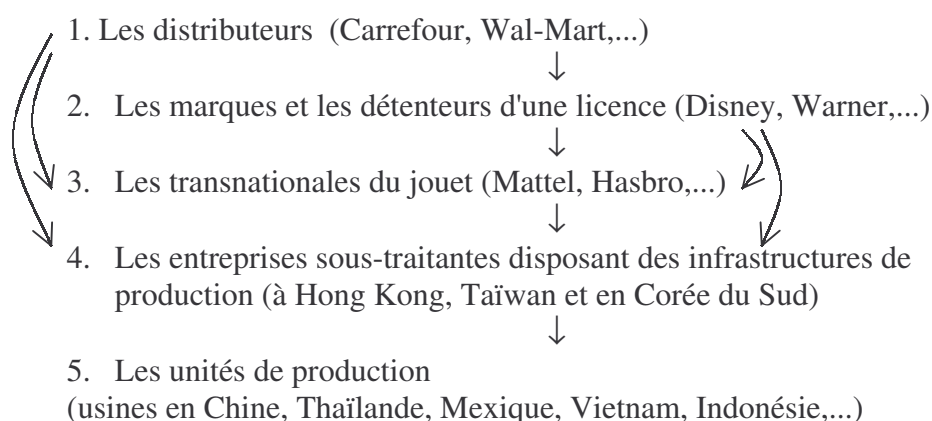
Dans cette vaste division du travail à l'échelle mondiale, plus on descend dans la chaîne, plus les marges bénéficiaires se réduisent et plus les acteurs sont nombreux. D'une grande concentration au sommet, on arrive à une fragmentation inouïe de la production. Plus de 15.000 établissements fabriquent des jouets ou des vêtements à l'enseigne de Disney de par le monde, alors qu'en Chine du Sud, plus de 300 sous-traitants travaillent pour Mattel⁶. A l'échelle globale, des milliers d'usines entrent en concurrence les unes avec les autres, se livrant à une lutte impitoyable pour empêcher les contrats des grandes marques.

Dans cette structure hiérarchique, les maillons supérieurs, basés dans les pays riches, contrôlent les activités à forte valeur ajoutée (concept, design, contrôle des droits de

propriété, marketing,...) tout en déléguant à d'autres acteurs une grande partie de la logistique et de la production. A titre indicatif, en 1999, les exportations chinoises de jouets, exprimées au prix d'usine s'élevaient à 6,3 milliards de dollars⁷. La même année le marché mondial au prix de la distribution atteignait 71,10 milliards de dollars⁸. La Chine comptant au minimum pour 50% des exportations mondiales, on arrive à une différence de 1 à 5 entre le prix d'usine et le prix de distribution.

Et bien qu'au sommet de la filière, les revenus soient mirobolants, tout au bout de la chaîne, des millions d'ouvriers empochent des salaires qui ne leur permettent pas de nourrir leur famille dans la dignité.

Encadré : La chaîne de production du jouet⁹



Le prix des jouets : qui empoche quoi?

Concrètement, et sur la base d'une étude menée auprès de 50 producteurs chinois de jouets¹⁰, le salaire des ouvriers oscille entre 0,4% et 5,5% du prix de vente au détail. Dans le premier cas, il s'agit d'une poupée électrique vendue 74,37 euros sur lesquels l'ouvrier gagne 0,30 euro et dans le second, d'un « action man » vendu 13,73 euros dont 0,76 euro revient au travailleur. Exprimé autrement, le prix du travail n'est que 1/18e du prix de vente dans le meilleur des cas, et 1/250e dans le moins bon¹¹.

D'après une autre étude¹², le prix de vente d'une poupée Barbie vendue aux Etats-Unis pour 99,99 dollars se découpe comme suit : sur les 100% du prix de vente au détail, on découvre que 80 % servent à payer le transport, la commercialisation et les bénéfices du grossiste et du détaillant. Les 20 % restant se répartissent en 10 % pour le transport et la gestion à Hong Kong, 6,5 % pour la matière première (venue de Taïwan, du Japon, des Etats-Unis et d'Arabie Saoudite) et 3,5 % pour la Chine « qui fournit les installations, la main-d'œuvre et l'électricité ». « Le coût de la main-d'œuvre ne représente donc qu'une fraction de ces 3,5 % qui reviennent à la Chine pour chaque poupée Barbie qu'elle fabrique. » Pour caricaturer, l'achat d'un jouet made in China, c'est 8/10e de bénéfices pour ceux qui ordonnent à distance la fabrication, la réception et la vente de ce jouet.

2. Les migrations de l'industrie légère

En commençant par les pieds de la filière (aux points 4 et 5 dans le schéma ci-dessus), nous allons progressivement remonter jusqu'au sommet de la pyramide. A la base, on se retrouve dans un dédale d'usines situées à des milliers de kilomètres de leurs donneurs d'ordre et de leurs clients. En effet, avec l'accélération des mouvements de capitaux à l'échelle globale et la libéralisation du commerce international, la production de jouets a été délocalisée à plusieurs reprises au cours de ces trente dernières années.

A cet égard, l'histoire de ce secteur industriel à Hong Kong est éclairante. (Ancien territoire britannique, Hong Kong est redevenue chinoise en 1997, tout en gardant un statut spécifique au sein de la république populaire, tant sur le plan économique que politique.)

Vers la fin des années 70, de grandes multinationales du jeu et du jouet telles que Hasbro et Tonka commencèrent à installer des bureaux à Hong Kong et à y délocaliser leurs activités manufacturières. Pour les entreprises américaines, il ne s'agissait pas là de leur premier déménagement : dès les années 60, elles avaient déjà transféré une partie de leur production au Japon. Leur deuxième arrêt fut donc Hong Kong, en raison des faibles coûts de production et de main-d'œuvre. Par la suite, les entrepreneurs de Hong Kong prirent progressivement le relais des multinationales en fournissant eux-mêmes leurs propres infrastructures. Les entreprises transnationales basées aux Etats-Unis, au Japon et en Europe purent dès lors se contenter de passer commande auprès d'entreprises locales, sans assumer les risques et les coûts liés aux investissements productifs.

En se dégageant de la sorte des activités manufacturières, elles purent se concentrer sur le développement de nouveaux produits, la commercialisation, la propriété de nouvelles marques et bien sûr, le look et l'expansion de leurs empires. Par ailleurs, ce système donnait aux entrepreneurs de Hong Kong l'occasion d'exporter leurs produits sans devoir en assurer la commercialisation.

Au début des années 80, Hong Kong comptait quelque 2.200 usines de jouets employant 51.716 travailleurs. Mais progressivement, à l'instar de Taïwan, Singapour et la Corée du Sud, Hong Kong restructura son économie vers des activités à forte valeur ajoutée et haut niveau technologique. Quand les salaires et les coûts de production augmentèrent, les usines commencèrent à quitter le territoire. Le nombre d'employés du secteur tomba à 46.198 en 1987 et à 3.437 en 1997. L'ouverture de la Chine aux investissements étrangers à partir de 1979 permit aux investisseurs de l'ancienne colonie britannique de délocaliser leur production dans la province chinoise voisine de Guangdong. Aujourd'hui, on estime qu'à peine 2% des jouets exportés par Hong Kong sont produits sur place. Tout le reste est fabriqué en Chine continentale où l'on trouve environ 3.000 entreprises de jouets appartenant à des investisseurs de Hong Kong. Ces dernières emploient plusieurs centaines de milliers de travailleurs. En 2001, Hong Kong exportait pour 9,6 milliards de dollars de jouets et d'articles de sport.

Les hirondelles

Cette histoire, telle que la raconte le Hong Kong Christian Industrial Committee¹³, illustre bien les vagues de délocalisations qu'ont connues, à l'échelle mondiale, les activités à forte intensité de main-d'œuvre peu qualifiée et à faible valeur ajoutée – comme l'habillement, le

jouet et l'électronique grand public. Ces dernières ont été rendues possibles par les mouvements de capitaux ainsi que par la libéralisation du commerce mondial.

Géographiquement, la production est passée des pays industrialisés au Japon, et ensuite, du Japon aux nouveaux pays industrialisés, pour se situer aujourd'hui dans une série de pays tels que la Chine ou le Vietnam qui possèdent des réservoirs inépuisables de main-d'œuvre docile et bon marché.

Structurellement, la délocalisation a également évolué. Les entreprises occidentales ont d'abord fermé leurs usines dans le Nord pour en installer de nouvelles dans le Sud. Mais ce faisant, elles prenaient des risques importants : “Dans ce type de délocalisation avec apports de capitaux, l'entreprise est juridiquement responsable de l'ensemble des employés. Si ses commandes baissent, elle devra assurer la conservation de l'outil. Si les coûts de main-d'œuvre augmentent, elle mettra sa compétitivité en péril”¹⁴. C'est pour diminuer ce risque que la plupart des donneurs d'ordre ont opté pour la méthode OEM (Original Equipment Manufacture), ce qui signifie qu'elles ne possèdent aucune unité de production en propre et qu'elles se fournissent auprès d'entreprises qui disposent des infrastructures et gèrent la main-d'œuvre.

Aujourd'hui, ces migrations de la production à l'échelle mondiale sont d'autant plus rapides que l'infrastructure est légère et que la logique du libre marché s'impose aux pays en développement. Rien de plus facile, pour une grande marque, que de passer commande auprès d'un fournisseur au Bangladesh s'il juge son partenaire indonésien trop coûteux ou peu fiable. Et pour un entrepreneur, rien de plus rapide que de déménager une usine entière d'un pays à l'autre, ou même d'un continent à l'autre, au gré des masses ouvrières disponibles.

Aux Philippines, on parle des “usines hirondelles”, pour décrire ces installations qui s'envolent d'un jour à l'autre vers des cieux plus cléments, ne laissant sur place que quatre murs et une armée de chômeurs.

La production des marchandises Disney vit, elle aussi, à l'ère des hirondelles. Basée principalement à Hong Kong, à Taïwan et en Corée du Sud il y a une vingtaine d'années, on l'a ensuite retrouvée en Haïti et au Salvador, en Thaïlande, au Sri Lanka, en Indonésie, en Birmanie, au Bangladesh, au Vietnam et en Chine.

Encadré

“Made in China”¹⁵

Bien que le marché mondial du jouet soit dominé par quelques grandes multinationales américaines et japonaises, la Chine n'en est pas moins devenu, en l'espace d'une dizaine d'années, le premier producteur mondial.

En 2000, elle exportait pour 5,6 milliards¹⁶ de dollars de jouets et pour 0,6 milliards de jeux vidéo, correspondant à 10% des ventes au détail de la planète. Cependant, compte tenu des marges des grandes marques et des distributeurs, cela représente près de 50% de la production mondiale en volume. Elle est le principal fournisseur de jouets des Etats-Unis (55% des jouets achetés Outre-Atlantique y sont fabriqués) et de l'Union européenne (65% des importations de jouets proviennent de Chine tandis que le Japon, deuxième source d'approvisionnement, ne représente que 10% du marché). Le secteur du jouet représenterait

en Chine quelque 6.000 usines et emploierait 1,2 millions de personnes ; la seule province du Guandong compterait 4.000 entreprises réalisant trois quarts des exportations.

Cette situation reflète bien la montée en puissance du bloc économique chinois dans le contexte mondial. Avec une production industrielle en hausse de 10,9% au premier trimestre 2002¹⁷, avec une croissance soutenue (7% en 2001) qui n'affiche aucun signe d'essoufflement¹⁸ depuis le virage « capitaliste » des années quatre-vingts, et surtout, depuis son entrée dans l'Organisation mondiale du commerce en 2001, la Chine pourrait dans un proche avenir devenir la quatrième plus grande économie du monde.

~~Fin de l'encadré~~

Un paysage contrasté

Bien que la délocalisation de la production dans le Sud soit largement répandue, les modalités de production dans le secteur du jouet varient fortement selon les marques et les produits. D'une part, certaines activités sont restées basées dans le Nord. «Si la production est facilement automatisable, ce qui est le cas des jeux de société, elle peut éventuellement se maintenir en Amérique du Nord ou en Europe. De même, les objets volumineux doivent continuer à être produits à des distances raisonnables du client final. Inversement, la production de jouets de petite taille qui exigent beaucoup de main-d'œuvre – les poupées Barbie par exemple - est délocalisée»¹⁹.

Dans l'Union européenne, certaines entreprises comme LEGO (Danemark) ou Playmobil (Allemagne) continuent à produire en Europe, au moins partiellement, à cause du niveau élevé d'automatisation et de l'importance d'une grande précision dans la fabrication²⁰.

D'autre part, en ce qui concerne le recours à la sous-traitance, le monde du jouet présente également d'importantes variations. Mattel dispose dans une large mesure de ses propres sites de production. Hasbro fait en revanche systématiquement appel à la sous-traitance. Chez Mattel, les bâtiments et les équipements de production pèsent 650 millions de dollars, contre 300 pour Hasbro. Le premier emploie 39.000 personnes, le second 8.000, pour des chiffres d'affaires très proches. Bandai et Tomy sont dans une position intermédiaire. Le tout-sous-traitance est aussi la stratégie d'acteurs comme Disney ou McDonald's (pour les jouets offerts avec les menus enfants) et celle de distributeurs comme Toys "R" US, Wal-Mart ou Carrefour, pour les jouets qu'ils n'achètent pas aux grandes marques (90% des jouets achetés en direct par Carrefour viennent de Chine)²¹.

La main-d'œuvre : le moteur des délocalisations

Dans cet univers volatile, le moteur des délocalisations de l'industrie du jouet réside avant tout dans les coûts salariaux. Un ouvrier américain ou français coûte en moyenne 20 euro de l'heure, quand une ouvrière philippine n'en touche que 6 par jour et une ouvrière thaïlandaise ou chinoise entre 3 et 5 par jour (3,20 à 5,30 euros). Par ailleurs, comme l'expliquent les organisations de défense des droits des travailleurs, la docilité des ouvriers est également très recherchée par les donneurs d'ordre et les investisseurs étrangers. Ainsi, les régimes forts et la répression exercée par les gouvernements sur les libertés syndicales constituent des avantages comparatifs sur le marché mondial de l'emploi. D'autres facteurs interviennent dans les délocalisations, tels que la stabilité économique et politique du pays, la présence d'infrastructures et de moyens de communication ou les avantages fiscaux

octroyés par le gouvernement. Enfin, certains pays, la Chine en premier lieu, attirent par la dimension de leur marché interne en pleine croissance.

Si la main-d'œuvre est un facteur à ce point central, c'est que tout le reste, des investissements aux technologies et des équipements aux matières premières, provient en grande partie de l'étranger. C'est ainsi que près de la moitié (47%) des échanges commerciaux chinois est le fait d'entreprises à capitaux étrangers qui importent des biens à transformer puis les réexportent. La Chine est, en quelque sorte, devenue un vaste atelier travaillant pour des entreprises étrangères à la recherche d'une main-d'œuvre peu qualifiée bon marché.

~~Encadré~~

Les zones franches d'exportation

Un far west industriel

La voiture passe le poste de contrôle de la rue privée, gardée par le service de sécurité de la zone industrielle. La route avance, toute raide, dans un paysage lunaire parsemé d'usines neuves encadrées de murs blancs et de barbelés. On dirait des prisons. Il s'agit d'investissements de Hong Kong, Thaïlande, Taïwan ou Singapour. En tout, soixante-deux entreprises sous-traitent pour des grandes marques de vêtements ou d'autres produits à forte intensité de main-d'œuvre peu qualifiée. Aux ateliers succèdent les dortoirs des ouvriers, de petites chambres qu'ils partagent à quatre ou cinq, pour économiser sur le loyer. Pas un arbre. Quelques échoppes en tôle ondulée vendent de la soupe aux nouilles, des sucreries et des bijoux de pacotille. Un billard.

Une sonnerie retentit. On dirait la sortie d'un lycée, mais c'est celle de l'usine. Des milliers de jeunes femmes entre 14 et 25 ans se précipitent vers la cantine pour engloutir un repas. Dans cette zone spéciale, complètement privée, la police n'entre pas. Les services de sécurité des entreprises se chargent de maintenir l'ordre et de mater les grèves. C'est un véritable far west industriel.

Nous sommes dans la zone de Way Sring, dans la banlieue de Phnom Penh, au Cambodge. Mais à quelques nuances près, nous pourrions tout aussi bien être au Nicaragua ou en Afrique du Sud, au Kenya ou au Vietnam, au Sri Lanka ou en Inde.

Des centaines de zones franches d'exportation s'installent aujourd'hui dans les pays en développement, sur tous les continents. Il s'agit d'enclaves territoriales dans lesquelles des firmes étrangères bénéficient de privilèges et d'avantages spéciaux pour produire des marchandises destinées à l'exportation²².

Ces avantages varient fortement d'une zone à l'autre : cela va de généreuses exemptions fiscales à la mise à disposition d'infrastructures (routes, installations électriques,...), en passant souvent par un allègement des obligations en matière de droits sociaux. A côté des zones appartenant aux gouvernements des pays d'accueil, on assiste à l'apparition de parcs industriels complètement privés, propriétés de multinationales qui ont peu de comptes à rendre aux autorités en place.

Des fenêtres sur la globalisation

Les zones franches, d'où proviennent la grande majorité des jouets vendus en Occident²³ comptent parmi les outils de promotion d'un modèle de développement économique basé sur l'exportation. Elles font d'ailleurs partie des stratégies imposées par le Fonds monétaire international et la Banque mondiale pour l'octroi de prêts aux pays en développement.

Mis en place pour favoriser la création d'emplois, les transferts de technologie et les flux de capitaux, ce système s'est retrouvé au cœur de la concurrence féroce que se livrent les pays du Sud pour attirer les investisseurs étrangers. Au bout du compte, l'ampleur des concessions faites aux multinationales, l'isolement des zones dans l'économie du pays, ainsi que l'instabilité des investissements étrangers sont tels que les retombées positives sur les pays d'accueil sont extrêmement limitées.

En ce qui concerne les droits des travailleurs, les zones affichent de sombres résultats. «Des agissements antisyndicaux – « harcèlement, listes noires, licenciements massifs,... » - ont été recensés dans les zones franches d'exportation de pays tels que le Bangladesh, les Philippines, la République Dominicaine et le Sri Lanka», dénonce un rapport du Bureau international du travail en mai 2000²⁴.

En Chine, lorsque Deng Xiaoping annonce en 1978 l'ouverture de zones économiques spéciales, comme des «fenêtres sur l'économie globale», il précise aussi que l'exploitation des travailleurs y serait «tolérée»²⁵. De même, dans une publicité pour ses zones franches, les autorités du Bangladesh déclarent explicitement : «Le Bangladesh offre la main-d'œuvre la meilleur marché et la plus productive. La loi interdit la formation de syndicats dans les zones et les grèves y sont illégales»²⁶.

Finalement, d'après un livre consacré aux travailleuses de ces zones dans dix pays asiatiques, «au lieu d'offrir des emplois à long terme impliquant la formation du personnel et donnant de nouvelles opportunités aux ouvrières, les zones franches d'exportation les soumettent à un haut degré d'insécurité d'emploi, à des statuts toujours plus précaires, et ne leur offrent qu'une formation minimale»²⁷.

~~Fin de l'encadré zones franches~~

Les intermédiaires, chevilles ouvrières de la mondialisation

Dans ce contexte, les intermédiaires jouent un rôle important dans la filière d'approvisionnement des jouets. Certains d'entre eux, comme PT Yami, disposent de leurs propres infrastructures de production, mais délèguent une partie de leurs commandes à d'autres, empochant une portion du bénéfice au passage. D'autres sont simplement des intermédiaires commerciaux. Ils reçoivent les commandes des grandes entreprises et sous-traitent la production à diverses usines, dans différents pays, sans disposer de leurs propres installations manufacturières.

C'est le cas de Li & Fung, une entreprise basée à Hong Kong, à qui Disney commande l'essentiel des marchandises «Made in China» qui seront vendues dans les boutiques Disney et dans les parcs d'attractions (les produits sous licence Disney suivent généralement un autre parcours, comme on le verra ci-dessous). Li & Fung est une entreprise importante, cotée à la bourse de Hong Kong, qui dispose de bureaux dans plus de 40 pays. Elle ne possède aucune usine, ni aucun magasin, mais elle assure les étapes intermédiaires pour le compte de ses clients : commande des produits auprès des unités de

productions (jusqu'en Europe de l'Est), fourniture des matières premières, contrôle de la qualité, respect des normes éthiques, formalités d'exportation, livraison,... Sur le grand marché mondial, Li & Fung orchestre les commandes de produits aussi divers que des jouets, des vêtements, des chaussures, des meubles, des articles de sport, etc.²⁸

En s'approvisionnant auprès d'un tel intermédiaire, les entreprises multinationales se dégagent donc du suivi de la production et de la logistique, et peuvent se contenter de ne traiter qu'avec un seul partenaire. D'autre part, ce dernier contrôle des commandes importantes provenant de différents clients ; cela lui donne un poids considérable dans ses négociations auprès des producteurs. Pour les organisations de défense des travailleurs à Hong Kong, le recours aux intermédiaires contribue à comprimer les prix payés au fabricant, ce qui se reflète sur les salaires des ouvriers.

D'après Sergio Bologna, de l'université de Milan, “ces acteurs intermédiaires accaparent une partie importante de la valeur ajoutée. Ils contribuent à un système complexe, totalement déréglementé, contrôlé moins par les nœuds de la toile que par les liens entre ces nœuds.” Il constate que “la structure du capitalisme change, et le travail aussi”, en insistant sur la nécessité de créer des législations novatrices afin de contrôler ces nouveaux maillons et garantir le respect des droits des travailleurs dans un système de production mondialisé²⁹.

~~Encadré~~

Les emplois ne passent pas du Nord au Sud...

Au cours de ces dernières décennies, des dizaines de milliers de travailleurs en Europe et aux Etats-Unis ont perdu leur emploi alors que la production se déplaçait vers le Sud. Aujourd'hui, sur le marché mondial, les pays en développement produisent près du quart des marchandises manufacturées destinées à l'exportation. Il s'agit d'une mutation particulièrement rapide puisqu'au début des années quatre-vingts, cette proportion n'était que de 11%.

Pourtant, contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, ce mouvement n'a pas entraîné une augmentation des emplois dans le Sud proportionnelle à ces parts de marché. En observant ce phénomène dans les pays champions de l'exportation³⁰, Jayati Ghosh, une économiste indienne de l'Université Nehru³¹, a fait cette constatation surprenante : à part en Chine, en Malaisie et au Chili, le nombre d'ouvriers dans le secteur manufacturier n'a pas augmenté de manière considérable. Dans certains cas, comme au Brésil ou à Taïwan, l'emploi a même baissé depuis le début des années quatre-vingts.

Les boulots ne se sont donc pas simplement déplacés du Nord au Sud. Car si les pays riches ont bel et bien perdu des postes de travail, les pays en développement n'ont pas récolté les jobs qu'ils espéraient en assumant le rôle “ d'atelier planétaire “. En fait, entre le Nord et le Sud, les emplois se sont perdus, sur le chemin de la mondialisation de l'économie.

... Ils disparaissent

Pour comprendre pourquoi ces emplois se sont perdus, il faut replacer les délocalisations de la production dans un cadre plus large : celui de la mondialisation de l'économie et de libéralisation du commerce mondial.

1. Le libre marché n'est pas une voie à sens unique. Si les marchandises produites dans le Sud peuvent bel et bien se retrouver sur les marchés du Nord, les produits du Nord peuvent, eux aussi, inonder les pays en développement. En conséquence, de nombreuses petites et moyennes entreprises locales, grandes pourvoyeuses d'emplois, se retrouvent éliminées du marché car elles ne peuvent faire face à la concurrence de produits importés. Par exemple, la production de meubles artisanaux est remplacée par des produits importés. Résultat : dans la plupart des pays en développement, l'augmentation de l'emploi dans les secteurs d'exportation (comme dans les usines de jouets) n'a pas compensé les pertes d'emploi dans l'industrie domestique.
2. Ensuite, en basant leur développement économique sur l'exportation, les pays du Sud deviennent extrêmement vulnérables. Par exemple, quand la Chine a dévalué sa monnaie en 1994, ses produits sont devenus tellement bon marché qu'elle a poussé à la faillite nombre de ses concurrents exportateurs d'Asie du Sud-Est. Ce fut l'une des causes de la crise asiatique de 1997 qui entraîna des millions de pertes d'emplois. Dans les économies basées sur l'exportation de produits manufacturés, l'emploi dépend largement des fluctuations des prix sur les marchés mondiaux. Et, comme sur les marchés d'exportation des matières premières, les prix ont une tendance à la baisse.
3. Finalement, en passant du Nord au Sud, les boulots se sont perdus dans le triangle des Bermudes du progrès technologique. Le développement de nouvelles technologies pour diminuer le recours à la main-d'œuvre est un phénomène aussi ancien que le capitalisme lui-même. Mais ce processus s'est aujourd'hui accéléré, entraînant des disparitions nettes d'emplois, au Nord comme au Sud.

~~Fin de l'encadré les emplois~~

Travailleurs contre travailleurs

En conclusion, ces stratégies de délocalisation, de sous-traitance et d'atomisation de la production offrent aux géants du jouet de nombreux avantages. Elles leur garantissent une grande flexibilité et une production toujours suffisante, même lorsqu'un partenaire ne peut pas tenir ses délais de fabrication. Par ailleurs, n'assumant aucun risque lié à la production, les multinationales effectuent de grosses économies en matière de coûts de main-d'œuvre et d'investissements.

En matière de responsabilité sociale, l'inextricable labyrinthe des ateliers de production et des cascades de sous-traitants permet facilement aux grands du jouet de brouiller les pistes de leur approvisionnement et de se décharger de leurs obligations sur les intermédiaires. Les listes des sous-traitants font d'ailleurs partie des secrets les mieux gardés des boîtes à jouets transnationales. Disney, par exemple, n'a jamais publié aucune liste de ses fournisseurs et détenteurs de licences. De plus, comme cela s'est produit à de nombreuses reprises dans les usines de jouets en Chine, cette structure permet aux entreprises de changer rapidement de fournisseur, au cas où l'un d'entre eux ferait l'objet d'une campagne de dénonciation dans l'opinion publique.

Mais surtout, cette stratégie aux effets sociaux dévastateurs incite des milliers d'unités de production de par le monde à se mener une concurrence impitoyable, ce qui permet aux donneurs d'ordre de réduire les coûts de production au maximum. Transposé aux quelques 6.000 entités chinoises de production de jouets et leurs 1,2 million de travailleurs, ce système permet, en raison même du très grand nombre de sites de production, «de dresser

les producteurs les uns contre les autres dans la course au meilleur prix compétitif, de dresser aussi les travailleurs contre les travailleurs, déforcés par la collusion entre autorités et patronat pour augmenter la productivité et réduire leurs salaires, et finalement de dresser les pays contre les autres pays, chaque gouvernement cherchant à attirer les investissements à n'importe quel prix.³²»

3. Fabricants de jouets

Les grands joueurs

En remontant la filière, au dessus des sous-traitants et des intermédiaires, on découvre les fabricants de jouets. Avec les détenteurs de licences et les grands distributeurs, ils dominent toute la chaîne. Sur le marché mondial, les grands fabricants de jouets sont des multinationales américaines et japonaises. Mattel et Hasbro, deux géants américains, le dominent largement. Loin derrière, on trouve les fabricants japonais Bandai et Tomy. Quant à l'Union européenne, seul Lego (Danemark) et, dans une moindre mesure, Playmobil (Allemagne) et Idéal Loisir (France) se maintiennent parmi les grands du secteur.

Encadré

Les grandes marques de jouets

Chiffre d'affaires en 2001 (en milliards de dollars)

- | | |
|---|------------|
| 1. Mattel (Etats-Unis) : poupées (Barbie), jouets préscolaires (Fisher Price), jeux de société (Spear), véhicules miniatures moulés (Corgi) | 4,8 |
| 2. Hasbro (Etats-Unis) : jeux de société (MB, Waddington, Parker), poupées (Sindy) et jouets préscolaires (Playskool) | 2,8 |
| 3. Bandai (Japon) : personnages, jeux vidéos,... (Power Ranger, Digimon, Gundam) | 1,7 |
| 4. Lego (Danemark) : jeux de construction ; Duplo, Lego system, Lego technics | 1,4 |
| 5. Tomy (Japon) : jeux de société, <i>véhicules à chevaucher</i> , jouets préscolaires | 0,7 |

Sources : Forbes et fabricants

Fin de l'encadré

Le secteur des jeux et des jouets est constitué d'une grande variété d'entreprises de différentes tailles : depuis les petits fabricants nationaux à capital privé aux grandes compagnies de jouets internationales. Dans l'Union européenne (UE), la taille moyenne d'une entreprise est relativement petite : 80% des fabricants dans l'UE emploient moins de 50 salariés. On y trouve une série de firmes telles que Ravensburger (Allemagne), Meccano (France), Hornby (Royaume-Uni), Clementoni (Italie), Burago (Italie), Jumbo (Pays-Bas), Märklin (Allemagne), Jeux Nathan (France), Brio (Suède), Famosa (Espagne), Smoby (France), Chicco (Italie), etc.

Ce secteur emploie directement plus de 100.000 personnes dans l'Union européenne. Plus de la moitié de celles-ci travaillent dans la production, le reste se consacrant à la recherche et développement, au marketing, à la vente ainsi qu'à d'autres services³³.

La production belge en matière de jouets est réduite, l'une des plus faibles d'Europe, et représente moins de 2% du chiffre d'affaires total de l'industrie du jouet sur le marché national³⁴. Très peu de jouets sont, en effet, fabriqués en Belgique : on peut citer la société

Carta Mundi, à Turnhout, qui exporte dans le monde entier ses cartes à jouer. Il y a aussi d'autres sociétés spécialisées, par exemple dans les billes de billard ou dans la fabrication artisanale de tel ou tel type de jouet.

Les grandes foires

Les grandes foires de l'industrie du jouet partout dans le monde constituent des lieux de rencontre entre producteurs, intermédiaires et importateurs. Les deux plus importantes ont lieu à Nuremberg et à Hong Kong en début d'année. Les contrats de production sont établis et négociés lors de ces foires où des commandes importantes sont passées pour approvisionner les principaux marchés dans les pays consommateurs. En 2002, la foire de Hong Kong accueillait 28.350 acheteurs provenant de 114 pays, tandis que celle de Nuremberg recevait 55.000 personnes. Selon un professionnel du jouet, les prix constituent la grande priorité des participants : "La conception et la production peuvent avoir lieu n'importe où. Donc, ce qui intéresse les acheteurs, c'est le prix. Ils courent d'un stand à l'autre pour comparer les tarifs"³⁵.

~~Encadré~~

Boîtes à jouets

L'industrie du jouet se divise généralement en deux grandes familles : les jouets électroniques d'une part et les jouets traditionnels de l'autre. Ces derniers se fragmentent à nouveau en de nombreuses catégories: les poupées et personnages (les poupées et accessoires, les personnages articulés, les peluches), les jeux d'intérieur (les jeux de société et les puzzles), les jouets préscolaires (pour bébés et petits enfants de 2 à 36 mois), les jeux d'extérieur (les véhicules à chevaucher, les jouets de plein-air), les jeux créatifs (les jeux artistiques et d'artisanat, les jeux scientifiques, éducatifs, musicaux), les jeux d'assemblage (les jeux de construction, les maquettes), les modèles réduits de véhicules (les véhicules qui ne peuvent être montés, les circuits automobiles et les trains), les jouets imitant le monde des adultes (les maisonnettes et équipements de cuisine) et les autres jouets (les jeux à thèmes, les jeux de cartes à collectionner comme Pokemon et Magic,...).

~~Fin de l'encadré~~

Rachats, fusions, alliances

Depuis les années 1970, les entreprises de jouets ont fusionné pour mieux faire face à la concurrence internationale. Les géants américains tels que Mattel et Hasbro ont multiplié les acquisitions d'entreprises, de marques ou de personnages célèbres. Hasbro a racheté MB (Monopoly, Trivial pursuit...), Playskool (jouets premier âge) et Wizards of The Coast (fabricant de cartes, qui a connu un succès phénoménal grâce aux Pokemon), tout en accumulant dans son portefeuille de licences toute une série de personnages tels que ceux de La guerre des étoiles, les Teletubbies, Spice Girls et, récemment, Harry Potter. De son côté, Mattel a acquis –entre autres- les poupées Corolle, Spear (le Scrabble), Uno (le jeu de cartes le plus vendu au monde) et Fisher Price, le leader anglais des jouets premier âge.

Le dynamisme de Mattel tient *de cette façon* à son développement « horizontal » : rachat d'autres sociétés afin d'accroître ses parts de marché sur différents secteurs du jouet. Ainsi en deux ans, le rachat de Fisher Price, Kransco et Spear a permis à l'entreprise d'augmenter son chiffre d'affaires de 50%. Aujourd'hui, Barbie représente 34% de ses ventes (chaque seconde, 2 poupées Barbie sont vendues dans le monde), Fisher Price 28% et Disney 13%.

Sur le marché japonais, Mattel et Hasbro optent pour une stratégie d'alliance avec les acteurs nippons. Hasbro s'y implante en sous-traitant une partie de sa production à Tomy, qui distribue en retour ses jouets au Japon. Tandis que Mattel s'y développe grâce à un accord de partenariat passé en 1999 avec Bandai. Ce qui n'empêche pas les fabricants japonais de se faire une place au soleil, en privilégiant l'implantation de filiales commerciales à l'étranger plutôt que le rachat de marques existantes.

Sur le marché européen, plus fragmenté, les regroupements ne font que commencer. En janvier 1995, quatre fabricants français (Berchet, Charton, Clairbois et Favre) fusionnaient pour créer Superjouet, un groupe constitué essentiellement en vue de l'exportation. En 1998, l'allemand Ravensburger rachetait les Jeux Nathan tandis que Smoby rachetait les espagnols Pico (poussettes pour poupées) et Unice (ballons en plastique). Malgré ces mouvements, le retard des groupes européens reste énorme par rapport aux géants américains ou japonais, même si certains producteurs comme Chicco, Ravensburger ou Playmobil tiennent des positions importantes sur des niches particulières.

Sur les marchés mondiaux, on assiste en quelque sorte à un processus de polarisation. D'un côté, les grandes entreprises gagnent de plus en plus de parts de marché, surtout au détriment des fabricants de taille moyenne, qui sont incapables, en raison de leur structure, de répondre rapidement aux changements survenant sur le marché. De l'autre côté, certains fabricants spécialisés acquièrent des positions importantes sur des niches particulières.

4. Les licences, ou l'insoutenable légèreté des marques

S'il fallait dresser une échelle de légèreté, classant les grands du jouet en fonction de leur implication dans le processus de production et de commercialisation, The Walt Disney Company volerait incontestablement dans le peloton de tête des poids plume. Non seulement Disney ne possède pas d'usines, mais de surcroît, l'entreprise ne commercialise pas elle-même l'essentiel de ses marchandises. Ce qu'elle vend, c'est son image. Disney n'est pas un grand fabricant de jouet, mais bien l'un des plus grands détenteurs de licences : elle possède des personnages qui valent de l'or. Et c'est cela qui la propulse, avec d'autres grands détenteurs de licences comme AOL Time Warner, au sommet de la filière de production des jouets.

La Compagnie Disney a notamment signé des accords avec les trois géants du jouet : Mattel, Hasbro et Tomy. Mattel crée des jouets basés sur les personnages classiques de Disney, tandis que Hasbro a acquis les droits pour le développement et la commercialisation de jeux et de jouets basés sur les nouveaux films, en commençant par *Monsters, Inc.* Cette entreprise est également le partenaire officiel de Disney, dans le secteur des jeux, pour plusieurs parcs à thème. Quant à Tomy, il se concentre sur les marchés japonais et asiatiques³⁶. Ce sont précisément ces accords qui placent Disney parmi les géants du jouet.

D'après certaines estimations, seuls 15%³⁷ du volume des jouets Disney seraient vendus dans ses propres magasins (boutiques Disney, parcs à thème ou via internet). Les 85% restant sont produits sous un système de licence. C'est-à-dire que le géant des loisirs octroie à un tiers le droit d'utiliser un personnage, une marque ou un design pour une

période et un territoire donnés. En échange, il perçoit un pourcentage (de 10 à 15%) des prix de gros. Disney offre un support promotionnel à ces produits, mais ne s'implique généralement pas dans la logistique ou dans la vente de ceux-ci.

~~Encadré~~

La propriété intellectuelle

Par **propriété intellectuelle**, on entend les créations de l'esprit : les inventions, les œuvres littéraires et artistiques, mais aussi les symboles, les noms, les images et les dessins et modèles dont il est fait usage dans le commerce. La propriété intellectuelle se présente sous deux aspects : la propriété industrielle d'une part, qui comprend les inventions (brevets), les marques, les dessins et modèles industriels et les indications géographiques; et **le droit d'auteur (ou copyrights)** d'autre part, qui comprend les œuvres littéraires et artistiques.

Les législations protégeant les droits d'auteurs permettent à un créateur de contrôler l'utilisation commerciale qui sera faite de son œuvre pendant une période de temps limitée. Elles lui permettent de bénéficier d'une reconnaissance morale et d'obtenir une rémunération pour son travail créatif. En encourageant l'innovation, ces législations visent également à une large diffusion des œuvres. Les inventeurs et les auteurs octroient des licences (autorisation d'utiliser une invention) et perçoivent des royalties (sommes payées à l'auteur, proportionnelles au chiffre d'affaires ou au volume de production)³⁸.

~~Fin de l'encadré~~

Pas de fleurs pour Mickey

Les contrats de licence de Disney sont des documents particulièrement lourds, de près de 50 pages, censés couvrir tous les aspects de la collaboration : les personnages accordés, les produits, la période couverte, le territoire, la quantité minimale, les royalties, etc. De surcroît, Disney doit approuver les produits avant leur mise sur le marché, un contrôle qui atteint même des dimensions insoupçonnées.

“Disney est extrêmement strict en ce qui concerne la qualité et le design des produits”, explique une employée de Disney Thaïlande, un bureau qui a pour unique mission de vendre des licences et d'assurer la visibilité de la marque dans le pays. “Avant d'approuver un produit, nous vérifions notamment le respect des couleurs, des proportions et des caractéristiques des personnages. Ainsi, Mickey est un garçon. Il ne peut pas être représenté dans des postures féminines, offrant des fleurs, par exemple.”³⁹

Comme on le voit, Mickey a la vie dure et les producteurs de marchandises sous licences Disney sont soumis à des normes particulièrement rigides sur le plan de l'image. En principe, Disney doit également approuver tous les sous-traitants impliqués dans la production des marchandises. Et ceux-ci sont nombreux, car en Europe et aux Etats-Unis, la plupart des licenciés ne produisent pas eux-mêmes, ils sous-traitent en Asie.

Le système des licences, bien qu'il offre des marges bénéficiaires plus réduites que la vente directe, permet à des entreprises comme Disney d'augmenter leur chiffre d'affaire grâce à une structure extrêmement légère et un risque quasi nul. En revanche, cela complique encore la filière de production des jouets et rend le contrôle des fournisseurs

particulièrement complexe. De l'aveu même d'un ancien employé de Disney, «le système des licences facilite les abus puisqu'il implique une délégation importante du processus »⁴⁰.

5. Le pouvoir de la grande distribution

Finalement, nous arrivons tout au sommet de la filière du jouet, là où les grands magasins font la loi. En Europe, près de 95% des produits Disney vendus sous licence se retrouvent chez les grands distributeurs tels que Carrefour et Wal-Mart. Ce chiffre nous donne une idée de l'influence qu'exercent les hyper et les supermarchés sur toute la filière, qu'ils soient spécialisés, comme Toys "R" Us, ou généralistes comme Carrefour. Comme l'explique un professionnel du jouet, «La distribution est une dimension capitale si l'on veut analyser le système : aujourd'hui, ce sont les grands distributeurs qui ont le pouvoir : Tesco, Carrefour, Wal-Mart, H&M, Aldi, Auchan ou Blokker-group, contrôlent 70% du marché du jouet dans le Benelux»⁴¹.

Cette suprématie s'explique essentiellement par leur pouvoir de négociation considérable : l'achat en très grandes quantités leur permet de vendre des produits de grandes marques moins chers que les spécialistes, tout en conservant des marges intéressantes. La mainmise de la grande distribution s'étend d'ailleurs à l'ensemble de l'économie mondiale puisqu'en juillet 2002, dans le classement annuel du magazine Fortune, le géant Wal-Mart volait à Exxon Mobil la première place au palmarès des chiffres d'affaires les plus élevés du monde.

Sur le marché du jouet, le pouvoir qu'exercent les grands distributeurs leur permet d'accroître leur domination et de fixer les règles du jeu. Tout d'abord, de tout leur poids, elles écrasent la concurrence. En Europe, le nombre de détaillants a fortement diminué à cause de la concurrence des grands magasins qui peuvent se permettre d'écraser les prix. L'enseigne Christiaensen, par exemple, est passée en deux ans de 70 magasins à moins de 50 implantations aujourd'hui. En moins d'un an, 200 personnes ont perdu leur emploi en Belgique, d'après Jean Gillot, secrétaire général de la fédération belge du jouet⁴². Par exemple, Unica, division de la société néerlandaise Otto Simon et grossiste en jouets (Courtrai), a transféré ses activités aux Pays-Bas. Les distributeurs néerlandais pénètrent en force sur le territoire belge sous les enseignes Bart Smit, Blokker, Kijkschop, Giraffe...qui ne s'approvisionnent pas auprès des fournisseurs belges.

De plus, les grands magasins comme Toys "R" Us sont en position de force pour signer des accords d'exclusivité avec des fabricants de jouets, les empêchant de fournir d'autres détaillants. Ce processus d'intégration verticale leur permet donc d'éliminer les distributeurs moins importants. Face à la concurrence des supermarchés, les détaillants n'ont d'autre solution que de se spécialiser dans des jouets « non médiatisés » (jouets en bois par exemple) ou de rejoindre un groupement d'achats.

Ensuite, les grands distributeurs sont en mesure d'imposer des exigences toujours plus strictes aux importateurs de jouets (grandes marques, fabricants,...). Carrefour, par exemple, exige des importateurs qu'ils garnissent eux-mêmes les rayons, qu'ils payent pour des emplacements dans les prospectus de promotion, etc.

Pour des entreprises comme Disney, l'importance croissante des géants de la distribution signifie une érosion de son pouvoir de négociation. En effet, la force de Disney, en ce qui

concerne ses produits dérivés, réside dans sa présence dans de nombreux rayons (chaussures, vêtements, jouets,...), ce qui lui donne une grande visibilité. Mais dans chacune de ces filières, en raison notamment de son caractère événementiel, le géant des loisirs n'est pas en mesure de fournir en permanence les gammes complètes de marchandises que réclament les grands magasins.

Par exemple, Disney produit des jouets pour les enfants de 2 à 6 ans, alors que Mattel ou Hasbro offrent des jeux pour tous les âges. Carrefour préférera donc s'approvisionner auprès de ces multinationales du jouet dont l'éventail est plus large. Cela pousse Disney à octroyer des licences à Mattel, Hasbro et Tomy. Par ailleurs, le poids des distributeurs est tel qu'ils tendent aujourd'hui à négocier directement leurs propres contrats de licence auprès de Disney et à s'approvisionner en Chine, afin d'éliminer les intermédiaires.

Les commandes ultra rapides

Finalement, les impératifs de la grande distribution influencent fortement la manière dont les entreprises passent commande. Au bout de la chaîne de production, cela se traduit par une nouvelle détérioration des conditions de travail des ouvriers.

Les jouets connaissent un cycle de vie de plus en plus court, les modes passant vite dans les paradis de la grande consommation. De plus, les profits de l'industrie dépendent de plus en plus d'un petit nombre de produits vedettes, de *Pokemon* à *Harry Potter*. Afin de rester compétitifs, les détaillants souhaitent disposer d'une grande rapidité d'action. Ils gardent le moins de stock possible et se munissent d'une structure pouvant répondre immédiatement aux tendances du marché. Si *Spiderman* fait fureur, ils en demandent, mais si les derniers personnages de Disney ne séduisent pas, ils les laissent tomber. Les acheteurs passent donc commande en dernière minute, exigeant des délais de livraison ultra rapides ("just-in-time delivery"). De plus, pour éviter de se retrouver avec des invendus, ils commandent de petites quantités, quitte à renouveler l'opération peu de temps après.

Selon les chiffres de l'Association des producteurs de jouets de Hong Kong, les délais de livraison de Mattel, Hasbro, Disney et McDonald's s'échelonnent entre une et sept semaines, entre le dépôt de la commande et la livraison des marchandises sur le navire qui les emportera⁴³. D'autres informations en Indonésie indiquent qu'en quelques années, les délais de livraison sont passés de 3 à 1 mois pour le même type de commande. Certains acheteurs comme McDonald's poussent cette logique encore plus loin, en pratiquant la technique de "l'inventaire zéro" ("zero inventory") : les chargements sont transportés immédiatement du navire aux magasins. Cela pèse moins sur les liquidités financières, réduit à zéro les frais d'entreposage tout en accélérant les délais de livraison⁴⁴.

Toutes les étapes de la production sont ainsi comprimées à l'extrême afin de coller au plus près au rythme des supermarchés. Ainsi, avant de passer commande, l'acheteur envoie généralement un modèle au producteur et lui demande de réaliser un échantillon. D'après un entrepreneur indonésien, il ne dispose généralement que de 3 jours à une semaine pour se procurer les matériaux nécessaires et fournir cet échantillon. "Cela demande beaucoup de travail, et c'est toujours la course", explique-t-il. "De plus, nous ne savons même pas si le produit sera accepté!"⁴⁵.

Par ces réductions continues des délais de fabrication, les distributeurs transfèrent sur les fabricants les risques liés à la gestion des stocks. D'autre part, ils imposent aux unités de

production des rythmes de production irréguliers, imprévisibles, et extrêmement intensifs au moment des commandes. Pour les ouvriers, cela signifie des jours et des nuits de travail sans repos, suivis de périodes creuses, sans salaire. Il s'avère évident que le système de passation des commandes ainsi que les prix extrêmement bas pratiqué par les acheteurs, ne permettent pas aux producteurs de respecter les lois du travail ni les codes de conduite adoptés par ces mêmes acheteurs pour soigner leur image de marque.

En conclusion, le scénario qui se déroule devant nous est celui d'un grand jeu planétaire où une poignée d'acteurs de plus en plus puissants se retrouvent face à une pléthore de petites unités de production. Sur le marché mondial du jouet, cela donne aux géants un énorme pouvoir de négociation, leur permettant de dicter les prix et les conditions à leur guise. Toutes les étapes de ce processus visent clairement à réduire les coûts et à maximiser les gains. Mais, chaque économie effectuée, chaque gain de flexibilité et de productivité et chaque dérobade des multinationales devant leurs responsabilités sociales finissent par se payer cash à l'autre bout de la filière. Pour des millions de travailleurs, derniers maillons de cette longue chaîne, c'est en sueur, en larmes et en sang que se paye cette course à la compétitivité.

Dans le chapitre suivant, nous continuons à remonter la filière de production des jouets pour nous concentrer sur l'un des géants de ce secteur, The Walt Disney Company. Cela nous permettra de mieux comprendre comment le marché du jouet s'insère dans un contexte plus large, où l'hégémonie des marques sur les marchés mondiaux impose sa logique commerciale à des domaines aussi divers que l'éducation la culture et les médias.

¹ J. FLOWER, *Disney, les managers du Rêve*, Maxima, Boulogne, 1992, p.151.

² Les noms des entreprises ont été changés afin de protéger les ouvriers et les dirigeants syndicaux d'une éventuelle réaction des donneurs d'ordre ou de la direction.

³ Visites et rencontres réalisées dans la région de Jakarta en avril 2002.

⁴ J. GHOSH, *Exporting jobs or watching them disappear? Relocation, employment and accumulation in the world economy*, J.Nehru University, New Delhi, décembre 2000.

⁵ *World Toy. Facts and Figures*, International Council of Toy Industries, mars 2001.

⁶ *Des jouets fabriqués dans la douleur*, Réseau Solidarité- Asia monitor resource center, mars 1999, p13.

⁷ S. FROST, "Toys, Wages and Retail Prices", *Asian Labour Update*, Issue No. 42, Janvier-Mars 2002, AMRC (www.amrc.org.hk/4203.htm)

⁸ Ibidem.

⁹ *How Hasbro, McDonald's, Mattel and Disney manufacture their toys*, Hong Kong Christian Industrial Committee, décembre 2001.

¹⁰ E. RYDBERG et N. WILBEAUX, *La face cachée du Jouet*, GRESEA, Bruxelles, juillet 2002.

¹¹ Obtenus en divisant le coût salarial total de chacun de ces 50 producteurs chinois par le nombre total de travailleurs qui y sont employés, ces chiffres ne sont, bien entendu, qu'indicatifs: ils expriment la part de la rémunération moyenne d'un travailleur contenue dans un jouet donné. On notera donc que les travailleurs les moins qualifiés ont un salaire, par unité produite, nettement inférieur à ceux indiqués ci-dessus.

¹² E. RYDBERG, op. cit.

¹³ *How Hasbro, McDonald's, Mattel and Disney manufacture their toys*, op. cit.

¹⁴ C. CRABBE, *La mode déshabillée, 12 questions sur l'emploi dans la confection textile*, Les Magasins du Monde-OXFAM, 1998, p.9.

¹⁵ *Alternatives économiques*, n°197, novembre 2001.

¹⁶ Ce chiffre ne concerne que les jouets. Les chiffres cités plus haut, sur les exportations de Hong Kong, concernent les jouets et les articles de sport, dont une grande partie sont produits en Chine et réexportés par Hong Kong.

¹⁷ J. KYNGE, « Soaring Chinese output may exceed 7% official target », *Financial Times*, 11 avril 2002, cité dans E. RYDBERG op. cit.

¹⁸ « Chine: croissance soutenue au premier trimestre », Le Figaro, 17 avril 2002, cité dans E. RYDBERG op. cit..

¹⁹ *Alternatives économiques*, op. cit.

²⁰ EUROSTAT, *Panorama de l'industrie communautaire*, DG III, Commission européenne, 1997, cité dans E. RYDBERG op. cit.

²¹ N. CHAOUTENE et G. DUVAL, "Un milliard de petits jouets chinois", in *Alternatives Economiques*, n°197, novembre 2001.

²² *We in the zone. Woman workers in Asia's export processing zones*, Asia Monitor Resource Center, Hong Kong, 1998.

²³ *Alternatives économiques*, op. cit.

²⁴ Rapport global en vertu du suivi de la Déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail: Votre voix au travail, Bureau international du Travail, Genève, 2000.

²⁵ *We in the zone. Woman workers in Asia's export processing zones*, op cit.

²⁶ Ibidem.

²⁷ Ibidem.

²⁸ <http://www.lifung.com>

²⁹ S. BOLOGNA, Intervention au Forum International Vêtements Propres – Tribunal Permanent des Peuples, Bruxelles, avril-mai 98.

³⁰ Argentine, Brésil, Chine, Hong Kong, Inde, Indonésie, Malaisie, Mexique, Philippines, Singapour, Corée du Sud, Taïwan et Thaïlande.

³¹ J. GHOSH, op. cit. (Le texte qui suit est basé sur cette analyse).

³² S. FORST, op cit.

³³ PROFOUND, "Toys and games", EU Market Survey, août 2001, cité dans E. RYDBERG, op. cit.

³⁴ "Le jouet belge, petit poucet dans le parc européen", *Le Soir*, Bruxelles, 26 septembre 1997, cité dans E. RYDBERG, op. cit.

³⁵ S. FRICKER, *Talk of recession, pricing at Nuremberg's Toy Fair*, Hong Kong Trade Development Council, janvier 2002 (<http://www.tdctrade.com>)

³⁶ W.M. WEBB, *Fact Book 2001*, The Walt Disney Company (<http://disney.go.com/corporate/investors/financials/factbook/2001/>).

³⁷ D'après le témoignage anonyme d'un ex-employé du secteur "produits dérivés" de Disney.

³⁸ OMPI : office mondial de la propriété intellectuelle. (<http://www.wipo.org>)

³⁹ Propos recueillis auprès de Disney Thailand (Fun Characters International), à Bangkok, le 13 juin 2002.

⁴⁰ D'après le témoignage anonyme d'un ex-employé du secteur "produits dérivés" de Disney.

⁴¹ Ibidem.

⁴² "le jouet belge, petit poucet", op cit.

⁴³ *How Hasbro, McDonald's, Mattel and Disney manufacture their toys*, op cit.

⁴⁴ Entretien avec Chan Ka Wai, directeur associé, Hong Kong Christian Committee, Bangkok, le 8 mai 2002.

⁴⁵ Propos recueillis le 1 mai 2002 dans la région de Jakarta.

III. Disney Company : Marchand de rêves

~~Citation en exergue:~~

A un journaliste du Los Angeles Times qui lui demandait quelle avait été son expérience la plus enrichissante, Walt Disney répondit: “Tout le business. Le fait que j'aie pu construire cette entreprise et en garder le contrôle¹.”

“Disney n'est pas tant une entreprise qu'un Etat-nation, avec ses propres idées et attitudes; et vous devez vous y adapter”, déclara un jour Michael Ovitz, un ancien directeur de la firme². De fait, quand on s'enfonce dans les coulisses du monde enchanté, derrière les rêves de l'enfance, les idéaux de pureté, d'amusement et d'innocence, on découvre un empire prédateur aux ramifications tentaculaires. Avec son chiffre d'affaires de 25 milliards de dollars en 2001, soit d'avantage que le produit intérieur brut de dizaines de pays comme la Tunisie, la Bolivie, le Sri Lanka, la Slovaquie ou le Luxembourg ; avec ses implantations sur tous les continents et ses 117.000 employés³ de par le monde, sans compter les milliers de sous-traitants, détenteurs de licences et autres travailleurs dépendants de l'empire, on se retrouve en effet face à une entreprise transnationale dont le pouvoir dépasse celui de nombreux gouvernements du monde. A ces altitudes, dans une pléthore d'activités allant du cinéma à la télévision et des parcs de loisirs à l'édition, le jouet ne représente plus qu'une des nombreuses pièces de ce gigantesque puzzle.

En observant le fonctionnement de cette grande machine à rêves et en essayant de comprendre les mécanismes qui ont permis à un petit studio de dessins animés de s'élever parmi les plus grandes marques du monde, on se rend compte que l'exploitation des ouvrières en Chine ou en Haïti n'est pas le seul effet pervers d'une telle domination. Dans le grand public, à côté de la passion des petits et des grands pour les contes de fées et les personnages de Disney, de nombreuses voix s'élèvent pour dénoncer la commercialisation à outrance du monde de l'enfance, l'omniprésence de la marque dans tous les domaines de la vie quotidienne, son emprise sur le monde des médias, et les valeurs individualistes, commerciales et conformistes que prône la multinationale.

Petit à petit, le portrait de la compagnie Disney que nous dressons ci-dessous nous permettra de suivre le fil qui relie les travailleurs et les consommateurs de l'entreprise. Plus globalement, il nous permet aussi d'observer comment les communautés humaines, tant au Nord qu'au Sud, sont affectées par l'emprise des sociétés transnationales qui, comme Disney, quadrillent le globe.

~~Citation~~

“Disney, une entreprise dont la mission était autrefois de rendre les enfants heureux, est devenu un groupe égocentrique et intimidant, dont le but principal est de réaliser toujours plus de bénéfices aux dépens du reste. Au lieu d'être le maître d'œuvre des rêves des enfants, Disney s'est forgé une réputation de camp d'entraînement pour cadres rapaces, avides et sans cœur”

Extrait du courrier des lecteurs, Los Angeles Times.⁴

1. L'enfance pour cœur de cible

Une marque qui touche les enfants sur le marché mondial est un enjeu pour lequel les sociétés transnationales dépensent aujourd'hui des milliards de dollars. Walt Disney, illustre précurseur dans l'univers du dessin animé et du divertissement, comprit cette alchimie plus d'un demi-siècle avant que les professionnels du marketing se lancent avec tant d'ardeur sur les bambins. The Walt Disney Company fait des consommateurs à vie, et c'est là l'un des secrets de son formidable succès commercial.

“7-12 ans, c'est l'âge de l'apprentissage des marques”, déclarait sans scrupule le directeur de la régie publicitaire de Hachette Disney Presse, annonçant un couplage publicitaire avec les publications de Bayard Presse en France⁵. Cette phrase aux allures anodines est pourtant lourde d'implications. Aujourd'hui, les marques sont devenues la clé de voûte de tout le système commercial. Suite à de massives campagnes de marketing qui se sont infiltrées jusque dans les moindres recoins de l'espace public, les marques ont acquis une telle valeur affective qu'elles sont devenues plus importantes que les produits eux-mêmes. Dans son fascinant ouvrage *No Logo*, Naomi Klein explique comment les transnationales ne font désormais plus la promotion de leurs marchandises, mais bien d'un style de vie, d'un look, d'une mentalité. Nike ne fait pas la publicité de ses chaussures de sports, mais elle fait l'apologie de l'audace et de l'esprit de compétition.

Dans une telle logique, qu'importe le produit, pour peu que le logo y soit accolé. L'important n'est pas la montre en plastique que l'on achète, mais bien la Petite Sirène qui compte les heures. C'est aussi elle qui justifie la différence de prix. Certaines marques remportent un tel succès qu'on est prêt à payer beaucoup plus cher pour voir un logo ou un personnage sur l'objet convoité, quelle qu'en soit la qualité. Dans le secteur des loisirs comme dans celui de la mode, les logos se vendent à prix d'or.

Désormais, une marque dominante sur le marché mondial permet non seulement à son détenteur de vendre ses produits beaucoup plus cher que ce qu'ils valent, mais elle lui permet aussi de vendre n'importe quoi : Nike imprime sa marque sur des sous-vêtements et organise des croisières, tandis que Disney colle son nom sur des vêtements, des boîtes à tartines et des couvre-lits, sur des meubles et sur des brosses à dents.

Ainsi, quand les professionnels du marketing visent les mêmes, ils espèrent que leurs marques, apprises en même temps que les lettres de l'alphabet, resteront accrochées à leurs basques tout au long de leur vie. Au fil des saisons, ils pourront alors leur balancer toute une gamme de produits de consommation évoluant au gré des modes. Et comme la nostalgie du temps des culottes courtes est un marché porteur, les marques de l'enfance ont de beaux jours devant elles. Mattel estime que plusieurs millions de femmes adultes aux Etats-Unis possèdent des Barbies. Et les parcs à thème de Disney attirent aujourd'hui plus d'adultes que d'enfants. En outre, en entrant dans les foyers par leur plus petite porte, les marchands de marques espèrent atteindre le cœur de toute la famille, entraînant les parents dans la consommation des produits griffés. En France, l'Institut de l'enfant estime qu'environ 45% de la consommation familiale est plus ou moins directement influencée par les désirs enfantins⁶.

C'est comme cela que l'enfance, dans le Nord comme dans le Sud, est devenue un formidable champ de bataille où rivalisent publicitaires de tout poil. “Les primaires et les collégiens sont notre cœur de cible. C'est là que résident notre savoir-faire et nos parts de

marché”, explique la directrice du marketing d'education.com, le portail éducatif européen de Vivendi Universal⁷. Et elle n'est pas la seule à avoir les mêmes pour cœur de cible. Les programmes de télévision pour enfants sont particulièrement convoités par les annonceurs et les salles de classe deviennent des espaces publicitaires à conquérir: aux Etats-Unis, Disney et Kellogg's se sont engagés dans un sponsoring de petits-déjeuners à l'école⁸ et Disney produit du matériel éducatif à distribuer dans les classes.

Modes planétaires

La société de marketing Euromonitor International estime à 74 milliards de dollars le pouvoir d'achat des enfants sur le marché mondial⁹. Cette somme astronomique couvre exclusivement les dépenses que les moins de 15 ans font avec leur argent de poche, ce qui représente seulement 20% des dépenses faites pour les enfants. Cette société présente les onze transnationales qui dominent ce juteux marché: Coca Cola, Disney, Hasbro, Mattel, Lego, McDonald's, Nestlé, Nintendo, Sega, Sony et Toys “R” Us

Encadré

Faudra-t-il rebaptiser les sept nains?

Le co-sponsoring, les publicités croisées, les accords commerciaux, les prises de participations stratégiques et autres familiarités auxquelles se livrent les grandes marques à l'échelle globale obligeront peut-être bientôt Blanche-Neige à rebaptiser les sept nains des noms célèbrissimes de McDonald's, Coca-Cola, Kodak, Nestlé, Kellogg's, Gillette, Mazda ou pourquoi pas... Monsanto. Il faut dire qu'au sommet, les accords se multiplient. En 1997, McDonald's et Disney signaient une alliance formelle de dix ans. Désormais, même à Pékin, les mangeurs de hamburgers reçoivent des jouets griffés Disney pour les “Happy Meals” et les employés d'un McDonald's de Disney World en Floride portent des déguisements approuvés par Mickey¹⁰. Quant à Coca-Cola, il jouit du titre de fournisseur exclusif de boissons gazeuses dans les parcs à thème de Disney depuis 1955, et sa division Minute Maid lancera bientôt sur le marché une nouvelle gamme de boissons pour enfants signée Disney¹¹. En mai 2002, Kodak a renouvelé son alliance avec le géant des loisirs, lui permettant de poursuivre ses ventes d'appareils jetables, de pellicules, et de photos prises sur le vif dans les parcs, le tout en échange de sponsorings divers¹². La société Gillette, mieux connue pour ses rasoirs, a développé une gamme de brosses à dents en partenariat avec Mickey, Winnie l'ourson et leurs amis¹³. Pour lancer sa nouvelle camionnette familiale en Amérique du Nord, Mazda n'a pas hésité à louer l'ensemble de l'empire Disney, comme s'il s'agissait d'un grand espace publicitaire multiforme. Les sites Internet, les stations de radio et de télévision, les magazines et les boutiques Disney présenteront cette campagne promotionnelle qui vise les mères d'enfants de six à onze ans¹⁴. Et finalement, à Disney World, Monsanto, géant de l'agro-business, vante les vertus de ses semences génétiquement modifiées dans le pavillon “beautiful sciences”¹⁵.

On le voit, la concurrence sera serrée pour l'attribution des nouveaux sobriquets aux sept nains, car dans le monde enchanté, il n'est plus un seul recoin, un seul château, un seul sourire qui ne soit sponsorisé.

Fin de l'encadré

La revue britannique Marketing Week explique également pourquoi le marché des moins de 17 ans est particulièrement lucratif¹⁶. Non seulement le pouvoir d'achat des enfants en Europe ne cesse d'augmenter, mais de surcroît, les petites filles et les petits garçons ont tendance à changer d'avis, très souvent et très rapidement. Britney Spears est très vite détrônée par *La guerre des étoiles*, ce qui permet de développer à l'infini de nouvelles

gammes de produits, allant des friandises aux jouets en passant par les magazines et les dentifrices. L'inconstance des plus petits est donc devenue une véritable aubaine pour les firmes qui définissent l'enfance comme un segment de marché en pleine croissance.

De plus en plus, avec la mondialisation des médias et la généralisation des campagnes de marketing, les modèles de consommation occidentaux traversent frontières et océans pour s'imposer comme une norme branchée à l'échelle planétaire. Ainsi, une fillette indonésienne a lancé son propre site internet afin d'alimenter sa collection de gadgets de marque Disney distribués dans les McDonald's et les enfants aisés d'Amérique latine écoutent les mêmes tubes sur les mêmes baladeurs Sony que les ados nord-américains et européens.

Les grandes marques se réjouissent de la naissance de "l'enfant planétaire" et de "l'ado global" qu'ils entretiennent à grands renforts de campagnes publicitaires mondiales. En janvier 2002, les personnages de Disney couvraient tous les espaces d'affichage disponibles dans le train urbain de Bangkok et le patron du géant du loisir s'émerveillait qu'il soit virtuellement impossible de voyager où que ce soit dans le monde sans croiser Mickey Mouse.¹⁷

Dès lors, que ce soit dans les salles de classes ou sur les écrans de télévision, au cinéma ou dans les livres de contes de fées, tous les messages qui visent les enfants tendent à s'adresser aux consommateurs qu'ils représentent. En termes éducatifs, les effets d'un tel matraquage sur la jeune génération sont particulièrement inquiétants. Pour Henry Giroux, auteur d'un ouvrage sur l'impact de la culture Disney sur la société américaine¹⁸, cette logique enfonce les enfants dans un rôle de consommateurs passifs au sein d'un univers exclusivement commercial plutôt que de les aider à devenir des acteurs critiques et dynamiques de la société où ils grandissent.

~~Citation~~

"Je ne fais pas des films que pour les enfants. Je m'adresse à l'innocence enfantine. Le pire d'entre nous n'en est pas dépourvu, si profondément enfouie soit-elle. Par mon travail, je m'adresse à cette innocence ; j'essaye de l'atteindre."

Walt Disney¹⁹

2. La synergie : Comment être partout ?

"La synergie" est une autre formule magique découverte par Walt Disney au cours de sa carrière. Le contrôle d'une série d'activités économiques qui se renforcent mutuellement pour générer davantage de bénéfices est aujourd'hui devenu un véritable mantra dans le monde du business. Pratiquement, cette stratégie consiste à étendre sa marque sur tous les espaces imaginables de la vie des consommateurs, et à transformer le moindre produit en une publicité pour les autres activités du groupe. L'histoire des studios Disney raconte la naissance de cette nouvelle manière de faire des affaires²⁰.

Les dessins animés

Fils d'un ouvrier migrant d'origine irlandaise, Walt Disney fonda un petit studio de dessin animé en 1923, à Hollywood. A l'époque, cette technique était encore balbutiante, mais les studios Disney innovaient. Mickey Mouse vint au monde, et avec lui, le premier dessin animé parlant de l'histoire de l'humanité. Quelques années plus tard, Disney produisit le

premier Mickey en couleur et en 1937, il réalisa le premier long métrage d'animation, inspiré d'un conte de Grimm, *Blanche-Neige et les sept nains*. Succès phénoménal, le film fit le tour du monde et fut traduit en 19 langues. Ce fut le début de la grande aventure. De nombreux dessins animés suivirent, comme *Pinocchio*, *Fantasia*, *Dumbo*... Au début des années quarante, la compagnie Walt Disney Production était devenue une institution de réputation mondiale, employant plus d'un millier d'animateurs.

Les marchandises

Par ailleurs, au début des années trente, Disney commença à octroyer à des fabricants le droit de reproduire ses personnages sur des marchandises courantes. A la veille de la seconde guerre mondiale, cela rapportait déjà à la compagnie plus de 2,5 millions de dollars en royalties. A cette époque également, paraissaient, en Italie et en France, les premières publications inspirées des dessins animés.

Le cinéma

Au début des années quarante, suite à un conflit syndical qui l'opposa à ses dessinateurs (voir le chapitre 6.), Walt Disney se désintéressa du studio d'animation et diversifia ses activités. Il réalisa une série de films animaliers, des films d'aventure traditionnels comme *20.000 lieues sous les mers* ou *Davy Crockett*, ainsi que des comédies pour un public familial. Par ailleurs, afin de garder le contrôle sur l'entièreté de la chaîne, Disney créa, en 1954, sa propre société de production *Buena Vista*. Désormais, aucune salle ne pouvait plus programmer un film de Disney sans son accord, et encore moins, le céder à un autre réseau.

Le monde enchanté

Dès la fin de la seconde guerre mondiale, une nouvelle idée occupa toute l'énergie du père de Mickey: *Disneyland*, un pays de rêve auquel il donnerait son nom. A l'époque, il présenta le parc d'attraction comme "un lieu où les gens trouveront bonheur et connaissance", où les visiteurs pourront "voir et comprendre les merveilles de la nature et de l'humanité. Disneyland sera basé sur les idéaux, les rêves et les réalités qui ont créé l'Amérique, il leur sera dédié". Cependant, Walt Disney rencontra d'énormes difficultés pour financer cet univers idéal, hymne aux valeurs américaines, intégrant les personnages des dessins animés. Son frère Roy, chargé de la gestion des affaires de la société, jugeait le projet peu rentable.

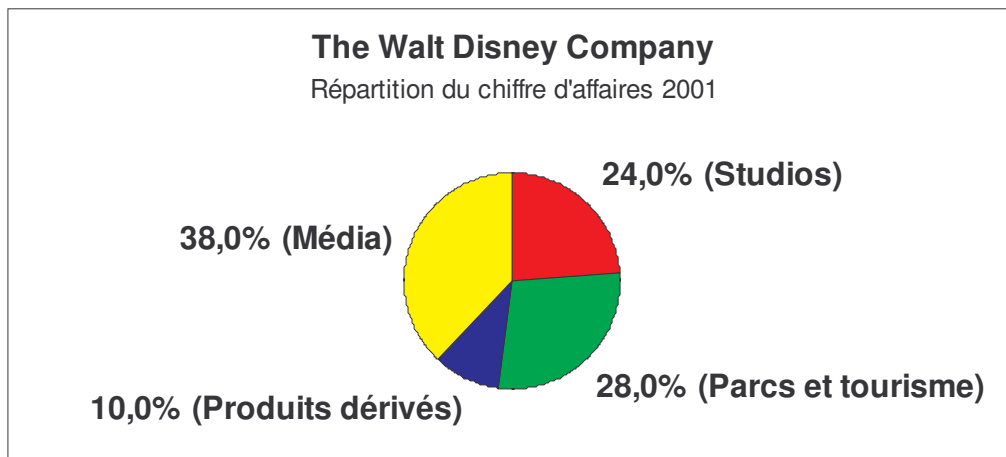
La télévision

Finalement, pour pouvoir financer son parc de loisirs, Walt Disney fit son entrée sur le petit écran. En 1954, il signa un accord avec le réseau de télévision ABC. Ce dernier s'engageait à financer partiellement Disneyland, en échange d'une série d'émissions produites par les studios Disney. Walt Disney en personne présentait la plupart des émissions où il diffusait des dessins animés, des téléfilms, et bien sûr, des reportages sur Disneyland. En quelques mois, les taux d'audience montèrent en flèche. CBS et NBC, les deux autres principales chaînes de télévision suivirent, versant d'importantes royalties à l'entreprise pour utiliser ses productions. La télévision offrit donc à la compagnie Disney une formidable publicité gratuite et continue pour la promotion de ses films et de ses parcs.

En 1955, Disneyland ouvrit ses portes en grandes pompes, devant des centaines de caméras de télévision, à Anaheim, en Californie. Par ailleurs, quelques grands annonceurs, tels que Coca Cola, sponsorisaient les émissions ainsi que le parc d'attractions. A cette époque, Disney relança la fabrication d'objets à l'effigie de ses personnages, de disques, de cassettes audio et de magazines qui se vendirent comme des petits pains.

L'empire

La boucle était bouclée. A la veille des années 60, Disney dispose d'un parfait exemple de synergie : les films permettent la création de nouvelles attractions dans les parcs ainsi que la production de nouveaux produits de consommation ; les parcs d'attractions génèrent d'importants bénéfices tout en contribuant à la vente de produits dérivés ; la télévision permet une rentabilisation optimale des personnages et devient une vitrine publicitaire pour les autres activités de l'empire ; et chaque produit vendu à l'effigie d'un personnage permet à Disney de toucher des royalties tout en attirant un public plus nombreux dans les salles de cinéma.



Source : The Walt Disney Company, Rapport annuel 2001

L'ensemble de ces opérations reste sous le contrôle de Disney, de la création jusqu'à la diffusion des spectacles, du style vestimentaire à Disneyland aux négociations avec les sponsors. Aujourd'hui, dans l'industrie du cinéma, on estime que 80% des recettes d'un film provient des ventes réalisées après sa sortie en salles, de la commercialisation des cassettes vidéo aux produits dérivés, en passant par la télévision payante²¹. "Le négoce des films pour enfants consiste à vendre tant des jouets, des pots de yogourt, des boîtes à tartines et tout ce qui est imaginable, que le film lui-même."²²

Pour Naomi Klein, "Barbie et Mickey sont les pionniers miniatures du *branding* – ils ont toujours cherché à étendre leur marque, à contrôler de nouveaux monopoles latéraux"²³. Finalement, cette combinaison d'activités complémentaires et de promotions croisées fit d'un petit studio de dessin animé le réel empire économique tentaculaire que nous connaissons aujourd'hui.

Pour les citoyens du monde entier, cette stratégie d'extension a eu pour résultat de rendre Disney omniprésent. Aux Etats-Unis, et de manière croissante sur les autres continents, il est devenu impossible d'échapper à Mickey. Durant une seule semaine, du 2 au 8 novembre 1997, Disney affirme avoir attiré l'attention des audiences suivantes, et ce,

exclusivement aux Etats-Unis : “34,2 millions de personnes ont regardé *The Wonderful World of Disney* (une émission sur ABC), 3,8 millions d'abonnés ont suivi les émissions de Disney Channel, 2,8 millions d'auditeurs ont écouté Radio Disney, 793.000 personnes ont visité les parcs de loisirs, 810.000 clients ont fait des achats dans une boutique Disney et 9 millions de cassettes vidéo de *La Belle et la Bête* étaient livrées dans l'ensemble du pays”²⁴.

Dans les années 90, la logique de la synergie permit à une poignée de grandes marques d'envahir des pans entiers de l'espace privé comme de la sphère publique, s'infiltrant jusqu'aux moindres recoins de la vie quotidienne des citoyens pour y exploiter au maximum les bénéfices des monopoles latéraux et des publicités croisées.

~~Encadré~~

Les douze travaux d'Hercule

Profil d'un géant

“Cela importe peu que cela vienne par câble, ligne téléphonique, ordinateur ou satellite. Tout le monde devra avoir affaire avec Disney”, a déclaré son PDG Michael Eisner. Voici un croquis non exhaustif des activités de Disney de par le monde.

Films

- Walt Disney Pictures
- Touchstone Pictures
- Hollywood Pictures
- Miramax Films corp. (En mai 2002, Miramax et la chaîne française TF1 annoncent la création d'une société chargée de distribuer et de produire des films en Europe.)
- Dimension Films.
- Buena Vista International : entreprise de distribution en salles
- Buena Vista Home Entertainment : vidéos et DVD, etc.

Théâtre

- Disney Theatrical Productions : spectacles sur scène (*Le Roi Lion*, *La Belle et la Bête*,...) aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Espagne et en Hollande.
- New Amsterdam Theater sur Broadway.

TV et Radio

- ABC : l'un des plus grands réseaux de télévision et de radio aux Etats-Unis
 - Disney Channel : télévision par câble présente dans 12 pays, 15 millions d'abonnés.
 - ESPN, chaîne de télévision sportive présente dans 125 pays en Amérique du Nord, en - Asie, en Europe et en Amérique latine (+ ESPN radio).
 - SoapNet : une chaîne de télévision par câble qui diffuse des feuilletons et des séries aux Etats-Unis.
 - Toon Disney : pour les enfants de 2 à 11 ans
 - *Fox Kids International*: (acquisition récente) une chaîne par câble et satellite qui atteint 34 millions de foyers en Europe et en Amérique latine.
 - Et les *joint-ventures* : A&E Television Network, Lifetime Entertainment Services, E! Entertainment Television et History and Biography Channel
- Plus 10 stations de télévision et 29 stations de radio, des programmes vendus partout dans le monde et une participation au capital d'autres chaînes de télévision.
- Entrée en Chine : émission Mickey Mouse sur la chaîne CCTV1.

- Radio Disney : aux Etats-Unis et en Argentine.

Parcs à thèmes

- En Floride : Disney World comprend quatre parcs: The Magic Kingdom, Epcot, Disney MGM studios et Disney's Animal Kingdom, et plus de 13 hôtels, un centre sportif, un centre commercial, un centre de conférence, des terrains de golf, des parcs aquatiques,...
- En Californie : Disneyland et Disney's California Adventure.
- A Paris : Disneyland (Eurodisney ? ?)et Walt Disney Studios, et 3 nouveaux hôtels (1.100 chambres) prévus pour 2003.
- A Tokyo : Disneyland et DisneySea .
- A Hong Kong :Disneyland (ouverture prévue en 2005)
- Et encore... Deux navires de croisières et le Disney Institute où les professionnels peuvent découvrir "le business qui se cache derrière la magie".

Internet

Une vingtaine de sites Internet et d'entreprises en ligne en 19 langues partout dans le monde (le moteur de recherche Infoseek, ABC.com, Disney.com, FamilyFun.com, ESPN.com, zoogdisney.com, Disney Sotre.com,...)

Téléphonie

- Disney Mobile : abonnement permettant aux détenteurs d'un téléphone cellulaire de jouer aux jeux Disney, d'envoyer des cartes de vœux Disney et de choisir comme sonnerie, la musique de leur dessin animé préféré (2 millions d'abonnés au Japon et un lancement prévu en 2002 à Taïwan, à Hong Kong, en Corée, au Royaume-Uni, en Australie et en Allemagne)

Musique

5 labels : Walt Disney Records, Hollywood records, Lyric Street Records, Mammoth Records et Disney Music Publishing

Produits dérivés

- (linge de maison, meubles, jouets, peluches, jeux vidéo, vêtements, accessoires,...)
- 693 Disney Stores dans le monde, dont 482 en Amérique du Nord.
- Nouvelle acquisition (novembre 2001): la compagnie Baby Einstein qui produit des vidéos éducatives, des livres et des jouets pour petits enfants.
- Des milliers de licences accordées à des fabricants, des distributeurs, des créateurs de spectacles et des éditeurs partout dans le monde (En Europe, accords avec H&M, Tesco, C&A, Géant, Carrefour,...)

Livres et magazines

Publication de livres, de revues et de magazines en 55 langues dans 74 pays

- Livres : Disney Children's Book Group, Hyperion, Talk/Miramax, ESPN Books, ABC Daytime press
- Magazines : US Weekly, Discover, Family Fun, Disney Adventures, ESPN The Magazine, Talk

Sports

Des équipes de hockey et de base-ball aux Etats-Unis.

Ville

Celebration, en Floride (Etats-Unis): ville de 2.000 habitants entièrement créée et contrôlée par Disney (depuis 1994)

Sources : The Walt Disney Company and Subsidiaries : Annual Report 2001, New Internationalist (Avril 2001), Le Monde (23/5/2002), The Nation (7/01/2002) - Dans certains cas, Disney ne possède ces sociétés que partiellement.

~~Fin de l'encadré profil d'un géant~~

3. Une marque globale : au royaume de l'image

A. Disney, un style de vie

A force d'imposer son logo sur une gamme de produits et de services de plus en plus vaste, Disney finit par franchir un pas extravagant : elle proposa à ses clients d'habiter dans sa marque. Avec les parcs de loisirs, le public pouvait déjà vivre une expérience totale liée à la marque : manger Disney, acheter Disney, jouer Disney, dormir Disney. Mais cela restait limité dans le temps aux quelques journées passées à Disneyworld.

Alors, en 1994, l'entreprise créa une ville de 2,5 milliards de dollars et de 2.000 habitants : Celebration, en Floride. Le vieux rêve de Walt Disney de fonder une ville idéale qu'il signerait de son nom voyait enfin le jour. Celebration se présente comme une ville modèle, "une communauté humaine soudée, où tous les voisins sont amis et où tout le monde tond soigneusement la pelouse de son jardin", explique-t-on sur le site internet²⁵. Pour cette ville entièrement privée, Disney a choisi le style architectural d'une petite ville américaine du début du siècle passé, avec ses maisons uni-familiales, ses clôtures en bois et ses allées tranquilles bordées d'arbres, ses places et ses rues piétonnières. Pas de HLM, pas de banlieue glauque, pas d'embouteillage, pas d'affichage publicitaire intempestif, pas de McDonald's. Pas non plus de pauvres ni de chômeurs.

Celebration est peuplée essentiellement d'individus blancs, issus des classes moyennes aisées. Les maisons ont beau y être 20% plus chères que celles des villes environnantes, les candidats à la vie selon Mickey Mouse se bousculent sur les listes d'attente. Pour Henry Giroux, en inventant Celebration, Disney "capitalise sur la paranoïa de la classe moyenne blanche dont l'image des villes se résume à la violence urbaine, au trafic de drogue, aux tensions raciales et ethniques, au chômage et au problème des sans-abri. La réponse vendue par la multinationale du divertissement est l'isolement de cette classe "en danger", la création d'un monde homogène entièrement géré par une société privée"²⁶.

Evidemment, tout est organisé par Disney. L'obsession du contrôle, omniprésente dans l'ensemble des activités du groupe, s'étend ici à tous les aspects de la vie des habitants. Interdiction de pendre le linge dehors, de semer n'importe quelles plantes dans son jardin, de s'absenter plus de trois mois, d'utiliser des rideaux aux couleurs non réglementaires, etc. : toutes ces mesures s'inscrivent dans le concept accrocheur du "Family Friendly Planning" de la ville. Les habitants ne doivent même pas prendre la peine d'élire leurs autorités, puisque c'est la Celebration Company, une entité privée, qui prend toutes les décisions les concernant.

L'ambition de construire des structures démocratiques, d'encourager la diversité culturelle ou de gérer les problèmes sociaux ne fait pas partie de la vision urbaine et sociale de

Mickey. Par contre, l'augmentation des bénéfices reste bien à l'ordre du jour. Des terres achetées dans les années soixante sont aujourd'hui revendues à un prix 1.600 fois supérieur aux habitants de la “ville parfaite”.

D'après Naomi Klein, “pour les familles qui y résident toute l'année, Disney a atteint le but ultime du branding du style de vie : que la marque devienne la vie même.”²⁷

~~Encadré~~

Un Tchernobyl culturel

Quand Euro Disney ouvrit ses portes à Paris en 1992, Ariane Mnouchkine, directrice du théâtre du Soleil, ne mâcha pas ses mots ; elle parla de “Tchernobyl culturel”. Ce que reprochaient les intellectuels à la société Disney, c'était l'implantation brutale, sans nuance, d'une portion du rêve - ou du cauchemar - américain²⁸. Aux quatre coins du monde, nombreux sont ceux qui reprochent à Disney d'être à la culture ce que McDonald's est à la gastronomie. Grâce à son marketing ravageur, la multinationale impose une tambouille facile à engloutir, standardisée et aseptisée, remplaçant à grande allure la diversité des saveurs.

Parce qu'elle façonne l'imaginaire, la vision du monde et parfois même l'éducation de générations entières, la culture Disney fait l'objet de très nombreuses études et analyses. Certaines encensent la magicienne qui invite le commun des mortels à s'évader dans un monde de rêve ; d'autres en dénoncent l'idéologie.

Dans un ouvrage passionnant sur le sujet, le pédagogue américain Henry Giroux²⁹, dénonce la privatisation de la culture populaire par Disney, le racisme et le sexisme sous-jacents dans de nombreuses productions et l'image homogène que l'entreprise présente de la société américaine : des familles de race blanche, de classe sociale aisée, baignant dans un bonheur conformiste et aseptisé. De nombreux critiques reprochent également à l'empire Disney son conservatisme politique. Celui-ci n'est pas neuf, puisque Walt Disney en personne, de 1940 jusqu'à sa mort en 1966, servit d'agent spécial de la Sûreté fédérale américaine (FBI). Il était chargé de transmettre des informations sur des infiltrations communistes et subversives présumées à Hollywood.

Pour de nombreux pédagogues et analystes, il ne s'agit pas d'extraire les enfants (ni les adultes!) du monde fascinant de Disney. Mais il est important de leur donner les clés d'une analyse critique de ses messages, tout en créant des espaces pour d'autres formes de création culturelle, où même la dissidence a le droit de cité.

~~Fin de l'encadré~~

Citation

“Je viens d'une culture où la famille est essentielle. Disney est une société orientée sur la famille. Et mon milieu convient mieux à l'entreprise que celui de Walt Disney, qui venait d'une famille dysfonctionnelle d'immigrants très pauvres qu'il a quittée dès qu'il a pu. Pour moi, c'est le contraire: ma famille est toujours là. Au niveau émotif, j'étais naturellement fait pour ce poste-là. Je crois que l'échec de la famille représente la moitié des problèmes de ce pays”

Michael Eisner, PDG de The Walt Disney Company, lors de l'ouverture de Disneyland à Paris.³⁰

L'envers des marques : le largage des activités matérielles

Au fil des décennies, Disney a pris un tel soin à bâtir son image, elle a accordé une telle importance à la promotion de son nom, qu'elle est devenue un espace où les consommateurs veulent habiter. En même temps, elle devenait la septième marque du monde, dans un palmarès dominé par Coca-Cola, Microsoft et IBM³¹. Selon Business Week, la marque Disney à elle seule, sans compter les avoirs de la société, est évaluée à 32,6 milliards de dollars. Mais pour devenir l'un des noms les plus célèbres du globe, Disney a dû effectuer des dépenses faramineuses, couvrant autant le rachat d'entreprises que l'organisation de campagnes de marketing sur tous les continents.

Afin de dégager les fonds nécessaires à ce développement, l'entreprise largua toute une série d'activités à moindre valeur ajoutée qu'elle sous-traita, délégua ou délocalisa. C'est ainsi que dans les coulisses de l'industrie du rêve, plus Walt Disney peaufinait son image (en investissant dans le marketing et le créatif), plus elle se dégageait des activités matérielles. Cette stratégie permit à Michael Eisner, le PDG charismatique de Disney depuis 1984, de licencier un millier de travailleurs au cours de sa première année à la tête du groupe.³²

Dans les années quatre-vingts, bien que les personnages soient toujours créés en Californie, une partie de la réalisation des dessins animés fut délocalisée au Japon, où les salaires des dessinateurs étaient plus bas. Les nouveaux hôtels à Disney World suivirent un parcours similaire. Dessinés par les "imagénieurs" (les architectes-metteurs en scène) de Disney, ils furent financés, construits et continuent à être gérés par d'autres entreprises. Disney se contente de vendre ses idées, et de toucher un pourcentage sur l'exploitation de ces hôtels, laissant aux investisseurs la propriété des murs et des terrains³³.

L'équipe Eisner développa également une structuration complexe de sociétés interdépendantes que l'entreprise ne possède qu'en partie mais qu'elle contrôle complètement. Par exemple Euro Disneyland, d'une facture globale de 4,2 milliards de dollars, n'a coûté que 160 millions de dollars en capitaux propres à la société. Mais en retour de ce placement, Disney reçoit 10% sur toutes les admissions, 5% sur toutes les concessions et 49% sur tous les bénéfices³⁴. Au Japon, la société Oriental Land Company possède Tokyo Disney Land, et depuis 2001, l'ensemble des boutiques Disney. Elle verse des royalties à The Walt Disney Company proportionnelles aux ventes. Ce système permet à la compagnie Disney de prendre un minimum de risques, tout en se garantissant un maximum de profit.

Des marques sans produits

Finalement, comme on l'a vu dans le chapitre précédent, les produits de consommation furent également emportés par cette vague. La plupart des marchandises signées Walt Disney - des jouets aux vêtements et des boîtes à tartines aux couvre-lits, ne sont pas produites par Disney. Ce sont soit des sous-traitants, soit des détenteurs de licences qui se chargent du travail. Par exemple, en avril 2002, Carrefour, numéro deux mondial de la distribution, signait un contrat de licence avec Disney pour la création, la fabrication et la distribution de vêtements pour enfants qui seront vendus dans une trentaine de pays. Disney se félicitait de cet accord : « Avec Carrefour, nous avons les mêmes cibles : des familles avec des enfants. C'est l'accord de licence le plus important que nous ayons signé, car il couvre le plus grand nombre de marchés au monde »³⁵.

Ce découplage de la production matérielle et de la marque n'est pas une invention de l'Oncle Picsou. Comme on l'a vu pour le secteur du jouet, il s'est répandu comme une traînée de poudre dans les secteurs à haute intensité de main-d'œuvre et à basse intensité technologique. Convaincues qu'elles devaient produire des marques plutôt que des marchandises, les grandes entreprises ont fermé leurs usines dans le Nord, pour entamer une longue transhumance dans les usines du Sud. Aux pertes d'emploi massives dans le Nord a correspondu la création d'emplois de misère dans le Sud.

Des sociétés qui, traditionnellement, se contentaient d'une marge de 100% entre le prix de revient et le prix de détail ont trouvé des usines capables de fabriquer leurs produits à si bon compte que la marge se rapprocherait davantage des 400%³⁶. Les fonds libérés ont notamment servi à financer la croissance vertigineuse des budgets publicitaires dans les années 90, nécessaires à l'imposition du règne des marques sur le marché mondial.

Nike est souvent cité comme le “prototype de la marque sans produit”³⁷. Pour le PDG de Nike, Phil Knight : “La fabrication des objets n'a plus de valeur. La valeur est ajoutée par la recherche de pointe, l'innovation et le marketing”. Dès lors, ce processus entraîne une dévalorisation quasi totale de la production. Et par-là même, comme le racontent des millions de jeunes ouvrières en Chine, en Indonésie ou en Haïti, l'exploitation éhontée des travailleurs.

4. © Disney : les droits de Mickey

Quand le nom et l'image jouent le rôle central dans la vie d'une entreprise, cette dernière se livre à un véritable culte du copyright. Pour Disney, les droits d'auteur et de reproduction que la société détient sur certains de ses personnages, de ses images et de ses histoires constituent un actif bien plus important que ses propriétés foncières ou que ses réserves de trésorerie³⁸. C'est pourquoi “nulle firme au monde n'a exercé un contrôle de ses productions avec autant de rigueur que Disney”³⁹.

Cette culture d'entreprise remonte à l'aventure d'un petit rongeur aux longues oreilles baptisé Oswald le Chanceux. En 1928, Universal Pictures réussit à déposséder Walt Disney de ses droits sur ce petit lapin qu'il avait créé pour un court métrage d'animation. Suite à cet échec, il dessina une souris nommée Mickey, et jura que plus jamais personne ne s'emparerait de sa progéniture imaginaire. Depuis lors, l'entreprise a jalousement conservé tous ses films dans ses tiroirs, sans en céder les droits d'utilisation. C'est d'ailleurs cette stratégie qui lui permet aujourd'hui encore de gagner des millions de dollars sur les nouvelles incarnations technologiques des grands classiques d'avant-guerre.

Disney ne s'est pas contenté d'utiliser les technologies les plus avancées pour conserver ses films avec un soin d'archiviste. L'entreprise a également bâti une carapace juridique rarissime autour de ses productions. Les lois sur les droits d'auteurs protègent généralement les créations artistiques pour une durée déterminée. Par exemple, en 2002, Mickey Mouse aurait dû entrer dans le domaine public, après avoir amplement rémunéré le travail créatif de son inventeur. Cela veut dire qu'à ce jour, n'importe qui aurait pu imprimer, dessiner, utiliser, imiter ou matérialiser la célèbre souris sans payer de droits aux héritiers de son papa. Mais l'entreprise ne l'entendit pas de cette oreille. En 1999, Disney réussit à convaincre un sénateur américain d'introduire une nouvelle législation (ironiquement

rebaptisée *The Mickey Mouse Copyrights Act*), lui permettant de prolonger artificiellement l'adolescence de Mickey jusqu'en 2020⁴⁰. La grande machine à rêves gardait ainsi tous ses droits sur sa souris et prolongeait *pour une longue éternité* son entrée dans le monde tant redouté du patrimoine culturel collectif. Paradoxalement, Disney déploie toute sa puissance pour maintenir ses personnages dans la sphère privée, alors que nombre de ses succès proviennent de contes traditionnels.

Un rongeur aux dents longues

Il est peu étonnant dès lors que le département des Affaires juridiques de Disney constitue l'un des secteurs-clé de l'entreprise. Il compte une armée d'avocats chargés de protéger les intérêts du géant des loisirs. Et il a les dents longues. Chaque année, il poursuit des centaines d'individus, de collectivités ou d'entreprises de par le monde pour avoir eu l'outrecuidance d'utiliser ses personnages et surtout, ses films, sans l'autorisation de la maison mère. Disney ira même jusqu'à menacer de poursuites judiciaires deux centres médicaux pour enfants, en Floride, qui avaient confié à Mickey et Donald le soin d'égayer les murs. Les fauteurs de troubles durent effacer les peintures murales "illégal", mais Disney devint l'objet de la risée générale.⁴¹

Pour s'octroyer le droit de jouer avec les héros de notre enfance sur le marché mondial, les grands du divertissement n'hésitent plus à se mener des guerres sans merci autour des personnages que l'on croyait à jamais relégués au monde de l'innocence. De *Peter Pan* aux héros de *Rue Sésame*, rares sont ceux qui échappent à d'interminables règlements de comptes liés aux droits d'auteurs. Aujourd'hui, Winnie l'ourson est sur le point de faire perdre des centaines de millions de dollars à Walt Disney dans un procès qui l'oppose aux héritiers du créateur du petit ours.⁴²

La colonisation par copyrights

Par ailleurs, le contrôle des personnages par les grands noms, ainsi que les prolongations infinies des droits d'auteurs sur les petites vedettes imaginaires désespèrent les producteurs de jouets.

Pour Widjonarko Tjokroadisumarto, président de l'Association de l'industrie du jouet en Indonésie, "Nos produits ne valent rien s'ils ne portent pas le nom d'une grande marque. Nous pouvons faire la plus jolie peluche du monde, si elle ne représente pas un personnage connu, elle ne se vendra pas. Nous vendons la même peluche à un prix quatre fois plus élevé si elle est griffée par une marque célèbre. C'est pourquoi nous sommes extrêmement dépendants des marques et de la manière dont les grandes entreprises occidentales passent commande. Le copyright sur Mickey devrait déjà avoir pris fin depuis longtemps! Finalement, les droits de propriété intellectuelle constituent une nouvelle forme de colonialisme de la part des pays du Nord. Nous avons successivement subi la colonisation politique, la colonisation économique, et aujourd'hui, nous connaissons la colonisation par copyrights. Nous voyons défiler les Occidentaux qui viennent contrôler les conditions de travail dans nos usines ; ils s'exclament: 'regardez comme ils exploitent les ouvriers!' Mais quand on soulève le problème des droits de propriété intellectuelle, ils restent muets. Pourtant, ne s'agit-il pas d'une forme d'exploitation de la part des grandes marques occidentales? Les législations sur les copyrights constituent une matière extrêmement complexe. Pour le moment, dans les pays en développement, nous n'avons pas assez d'expertise pour nous défendre à ce niveau sur la scène internationale."⁴³

Dans de nombreux secteurs économiques, le contrôle des droits de propriété intellectuelle par une poignée d'entreprises multinationales basées dans le Nord est effectivement devenu un outil de domination des marchés mondiaux. Aujourd'hui, 70% des revenus d'exportation réalisés aux Etats-Unis sont liés à la propriété intellectuelle qui s'applique à des secteurs aussi divers que les médicaments, les semences génétiquement modifiées ou les marques comme Disney, McDonald's et Microsoft.

Pour Walden Bello, directeur de l'ONG Focus on the Global South, le développement de méga-marques constitue d'abord un mouvement défensif de l'industrie du Nord. Cette dernière s'est repliée sur un culte du logo après avoir vu ses marchés envahis par des produits *Made in Asia* à des prix défiant toute concurrence, mais d'excellente qualité. Pour sortir de cette impasse, les multinationales ont choisi une défense originale : sous-traiter leur production à des entrepreneurs asiatiques brutalement compétitifs, tout en les maintenant dans leur poigne de fer grâce au renforcement des législations nationales et internationales régissant la propriété intellectuelle.

Il faut noter que si la propriété intellectuelle est un outil central de domination de l'industrie des loisirs, elle est encore plus durement ressentie par les pays du Sud dans le secteur des nouvelles technologies⁴⁴. Comme l'explique le quotidien britannique The Guardian, les pays en développement se retrouvent le dos au mur: "Ils ne peuvent pas copier, ils doivent importer les technologies et payer des royalties et des licences. Les bénéficiaires sont sur une voie à sens unique qui va des pauvres vers les riches"⁴⁵.

Lobby

L'enjeu des droits de propriété intellectuelle est tel que les multinationales du divertissement se dépensent sans compter pour influencer les politiques, et ce à tous les niveaux de pouvoir. Ainsi, en mai 2002, Disney et quelques autres géants de la communication persuadèrent un sénateur américain d'introduire une législation qui imposerait la présence d'un détecteur de copies pirates dans tous les équipements digitaux, y compris les PC⁴⁶. Michael Eisner en personne, patron de Disney, s'est rendu devant les sénateurs pour leur expliquer l'importance de voter de nouvelles lois pour se prémunir contre les nouvelles techniques de diffusion de films sur Internet⁴⁷.

Dans un tel contexte, l'Organisation mondiale du commerce est devenue la cible d'un intense lobby de l'industrie pour le renforcement des systèmes de propriété intellectuelle. Disney et le lobby du cinéma se joignirent au chœur des multinationales qui entraîna l'adoption de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce en 1994⁴⁸. "Les Etats-Unis avaient besoin d'un régime régulateur pour récolter les fruits de leur hégémonie économique et culturelle, et cela a marché : entre 1991 et 1997, la valeur des royalties payées aux entreprises américaines a doublé, atteignant une somme s'élevant à plus de 33 milliards de dollars par an"⁴⁹. Le renforcement des droits de propriété intellectuelle est aussi l'une des raisons qui poussèrent The Motion Picture Association of America, le lobby de l'industrie du cinéma aux Etats-Unis à mener campagne pour l'entrée de la Chine dans l'OMC. "L'accession de la Chine à l'OMC nous aidera clairement à faire avancer notre business", déclarait le porte-parole de cette association lors d'une audience publique à une commission du Congrès américain. Il insista également sur le fabuleux marché que représente un pays d'un milliard de consommateurs potentiels.⁵⁰

Une telle ardeur des multinationales à défendre leurs droits de propriété intellectuelle contraste de manière flagrante avec leur peu d'empressement à respecter et à réguler d'autres droits, les droits des travailleurs de vivre dignement comme celui des consommateurs à la diversité culturelle. Le zèle de l'OMC à protéger les marques et les autres formes de propriété intellectuelle tout en ignorant les droits des travailleurs fit dire à Bill Jordan, président de la Confédération internationale des syndicats libres que "Mickey Mouse a maintenant davantage de droits que les travailleurs qui produisent des jouets pour Disney"⁵¹.

~~Encadré~~

Acheter Disney

- 1929 : Mickey Mouse apparaît pour la première fois sur un produit de consommation, un plumier.⁵²
- 1930 - Roy Disney signe le premier contrat de licence internationale avec l'entreprise Borgfeldt and Co pour la production et la vente de marchandises portant l'image de Mickey Mouse⁵³.
- 1933 - L'entreprise Ingersoll Watch met la première montre Mickey Mouse sur le marché.
- 1934 - "Le journal de Mickey Mouse" paraît en France.
- 1937 - Avant la sortie de *Blanche-Neige et les sept nains*, Disney signe quelque 70 contrats de licence pour l'utilisation des personnages de ce premier long métrage d'animation.
- 1939 - A la fin des années trente, Mickey apparaissait déjà sur des couvertures, des montres, des brosses à dents, des abat-jour, des cravates et toute sorte de vêtements⁵⁴.
- 1954 - La vente de chapeaux en peau de castor pour accompagner la promotion du téléfilm "Davy Crockett" remporte un tel succès qu'elle menace cette espèce de disparition en Amérique du Nord⁵⁵.
- 1954 - 700 entreprises fabriquent plus de 3000 produits différents aux couleurs de Disney: pyjamas, sous-vêtements, jouets, cahiers et crayons,...
- 1984 - ouverture de la première boutique Disney (Disney Store) en Californie et lancement du premier réseau de vente directe de l'entreprise.
- 1990 - ouverture de la première boutique Disney hors des Etats-Unis (à Londres).
- 2001 - Disney crée une nouvelle société: Buena Vista Game Entertainment Studio pour le développement de jeux interactifs (vidéo, PC, Internet,...).
- 2001 - Le chiffre d'affaires de la division "Produits dérivés" s'élève à 2,59 milliards de dollars.
- 2002 - Disney annonce la fermeture de 50 boutiques (sur 693) mais multiplie ses accords de licence avec des firmes globales.

~~Fin de l'encadré~~

5. Monopoly grandeur nature

Comme on l'a vu précédemment, au cours des vingt dernières années, The Walt Disney Company a grandi de manière exponentielle, entrant résolument dans l'ère des dinosaures : ces entreprises démesurées qui dominent aujourd'hui le paysage économique international.

Médias monopolisés

En 1995, The Walt Disney Company se propulsa parmi les géants mondiaux des médias en rachetant Capital Cities/ABC, l'un des trois plus grands réseaux de télévision des Etats-Unis. A l'échelle mondiale, la dernière décennie a vu la formation de conglomérats géants dans le secteur des médias et des loisirs. Ce grand jeu de Monopoly planétaire réduisit radicalement le nombre de joueurs et culmina en janvier 2000, par l'annonce du mariage le plus coûteux jamais célébré dans l'économie mondiale : America Online (AOL), le premier fournisseur mondial d'accès à Internet épousait le géant des médias, du cinéma et de la musique Time Warner, créant un groupe de plus de 100 millions d'abonnés.

~~Encadré dans texte~~

Les géants des médias et du divertissement

Chiffre d'affaires en milliards de dollars (pour l'année 2001).

1. AOL Time Warner 38,2
2. Vivendi Universal 30,1 (*)
3. The Walt Disney Company 25,2
4. Viacom 23,2
5. Bertelsman 16,5

Sources: Fortunes (15 avril 2002), The Nation (7-14 janvier 2002), Le Monde (19 juillet 2002) . (*) Pour les activités de communication et d'édition (sans Vivendi Environnement).

~~Fin de l'encadré dans texte~~

Pour Ignacio Ramonet du Monde Diplomatique, "Dans cette grande mutation du capitalisme, la logique dominante est celle du tueur. Ce n'est pas l'alliance, mais la prise de contrôle et la fusion-absorption. Sont concernés par cette guerre, les firmes qui produisent des contenus – édition, agences de presse, journaux, cinéma, musique, radios, télévisions, sites Web, etc. – les entreprises de télécommunication et d'informatique qui les élaborent, les transportent, les traitent, les cryptent et les décryptent"⁵⁶.

Puisque le message devient à son tour une marchandise, une poignée de grands groupes est en passe de monopoliser la communication mondiale, foulant du pied l'indépendance de l'information, réduisant la diversité culturelle à sa plus simple expression et étouffant les voix dissidentes. Quand Disney racheta ABC, Jim Hightower, présentateur d'une émission de la grande chaîne américaine déclara sur antenne que désormais "il travaillait pour un rongeur", dénonçant ainsi l'impact négatif qu'aurait Disney sur la liberté d'expression. Il fut licencié⁵⁷. Dans les années qui suivirent plusieurs émissions d'information furent remplacées par des programmes de divertissement, et le temps réservé aux journaux télévisés fut réduit, afin d'offrir une programmation plus légère où les grands annonceurs publicitaires risquaient moins d'être épinglées⁵⁸.

~~Encadré~~

Dans la lampe d'Aladin, le lobby de l'industrie

Les fusions et acquisitions des entreprises et leur développement accéléré dans l'économie mondialisée ne sortent pas comme par magie de la lampe d'Aladin. Si ces groupes monopolistiques peuvent voir le jour, c'est grâce aux gouvernements et à toute une chaîne d'institutions nationales et internationales qui leur ouvrent les portes et qui se joignent à leur volonté de domination mondiale. Ainsi, les fusions qu'a connues le secteur des médias ces dernières années n'ont été possibles que grâce à un démantèlement progressif des lois

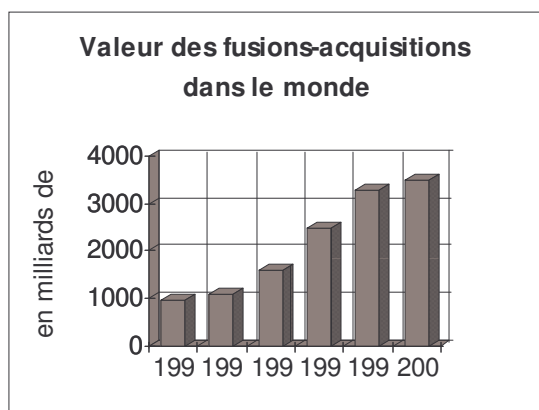
anti-trust aux Etats-Unis. Ces dernières empêchent la formation d'entreprises trop importantes qui pourraient, de par leur position de monopole, entraver le jeu de la libre concurrence sur les marchés. "Beaucoup d'argent a été dépensé pour influencer ces décisions", explique Gary Larson, un consultant en télécommunication du Centre pour l'éducation aux médias, en parlant des méga-fusions AOL/Time Warner et ABC/Disney.

Dans de nombreux autres dossiers, on retrouve Disney dans les coulisses du pouvoir, œuvrant pour contourner les législations trop encombrantes ou pour s'ouvrir de nouveaux marchés. L'entreprise fut l'un des grands donateurs du parti Démocrate lors de la campagne électorale de 1996 qui réinstalla Bill Clinton à la présidence des Etats-Unis et Al Gore à la vice-présidence. Au chapitre des petites histoires vraies qui dépassent la fiction, notons qu'un cadeau de M. Eisner au vice-président des Etats-Unis et à son épouse (un déguisement somptueux de 8.600 dollars!) dut être rendu car il violait la loi sur l'éthique du gouvernement.

~~Fin de l'encadré~~

Capitalisme en crise

Dans l'économie mondiale, la création d'empires tentaculaires ne se limite pas au monde du rêve et de l'information. Les fusions et les acquisitions d'entreprises se sont accélérées tout au long des années 90 dans la plupart des secteurs d'activités, de l'informatique au secteur bancaire, de l'énergie à l'agriculture, avant un grand coup de frein en 2001. Les sociétés transnationales ont aujourd'hui acquis une telle ampleur qu'en l'an 2000, sur les 100 principales économies du monde, 54 étaient des entreprises et 46 étaient des pays. En 2001, la première multinationale mondiale, le géant de la grande distribution Wal-Mart, avait un chiffre d'affaires à peine inférieur au produit intérieur brut de la Belgique.



Source : *Financial Times*

Comme on l'a vu avec l'histoire de Disney, la constitution d'empires économiques répond à la recherche de synergie pour imposer sa marque ainsi qu'au besoin de contrôler tous les maillons de la chaîne de production et de diffusion. D'autre part, la formation de ces mastodontes économiques répond également au besoin, pour survivre dans le marché planétaire, d'atteindre une taille suffisante. Et ce, quelle que soit la cohérence de marque ou la logique de la concentration verticale. Ainsi, au sein même de l'entreprise Disney, on trouve une série d'activités qui n'ont plus rien à voir avec *Blanche-Neige*, tels que des bars sportifs. Ces activités ne s'intègrent pas à l'image de marque du loisir familial de Disney, elles ne portent pas la signature de Disney, mais elles contribuent à son chiffre d'affaires.

Pour l'intellectuel philippin Walden Bello : “la synergie a peut-être constitué une motivation dans certains cas, mais c'est l'élimination de la concurrence qui a motivé les méga-fusions et les méga-alliances les plus importantes de ces dernières années, comme la fusion de Mobil et d'Exxon, le rachat de Nissan par Renault...”⁵⁹. Il poursuit en expliquant que les fusions et les acquisitions sont une réponse à la crise de la surproduction que connaît aujourd'hui l'économie mondiale. Depuis le milieu des années 90, le monde produit trop. Trop d'ordinateurs, trop de voitures, trop de téléphones portables, trop de jouets. La demande ne suit pas, surtout que des pans entiers de la population, dans le Sud, mais aussi dans le Nord, voient leur pouvoir d'achat s'éroder d'année en année. Cette crise de la surproduction (et de la sous-consommation) entraîne une concurrence acharnée entre les grands groupes qui se battent pour atteindre les consommateurs solvables.

Les fusions et acquisitions d'entreprises permettent d'une part d'éliminer des concurrents, et d'autre part, de faire des économies d'échelle. La constitution de ces empires transnationaux s'est accompagnée de licenciements massifs de main-d'œuvre et d'une transformation rapide d'emplois stables en petits boulots (temps partiels, intérimaires,...). Ce mouvement n'a fait d'ailleurs qu'accélérer cette crise de la sous-consommation, puisque les chômeurs et les employés précarisés ne relanceront pas la frénésie du shopping qu'attendent les multinationales.

L'ouverture de nouveaux marchés, telle qu'elle est imposée par des institutions comme le FMI et l'OMC, constitue l'une des stratégies utilisées par les multinationales pour faire face à la crise de la surproduction. Dans son rapport annuel de 2001, Disney constatait en effet la morosité aux Etats-Unis et ne rêvait que d'étendre sa toile sur tous les continents : “Si vous êtes un actionnaire quelque part en Amérique du Nord et que vous vous demandez où trouver les meilleures perspectives d'avenir pour Disney, il vous suffit de regarder vers l'est, vers l'ouest et vers le sud”, écrivait Michel Eisner.

Aujourd'hui, cette crise de la surproduction s'accompagne d'une chute vertigineuse des bourses mondiales et d'une multiplication des scandales financiers, révélant les pratiques frauduleuses de géants américains comme Enron, Andersen, WorldCom,... A l'échelle globale, les méga-fusions spectaculaires n'ont pas apporté les résultats escomptés et sont aujourd'hui remises en question.

De même, les géants des médias et du divertissement s'enfoncent également dans le marasme : en quelques mois, en 2002, le patron français de Vivendi Universal et celui du géant allemand Bertelsmann se voyaient tous deux contraints de démissionner, en raison notamment de l'endettement de leurs groupes impliqués dans des politiques de rachats tous azimuts. Quant au numéro un mondial, AOL Time Warner, il annonçait pour le premier trimestre 2002 des pertes d'une valeur exceptionnelle d'environ 54 milliards de dollars, l'équivalent du produit intérieur brut de pays comme la Nouvelle-Zélande ou la Hongrie⁶⁰.

Crise dans le monde enchanté

Le Disney d'aujourd'hui est aussi une entreprise en crise. Entre 1999 et 2001, les bénéfices nets du groupe ont fondu de près de 90 %. Le naufrage de l'économie Internet obligea le groupe à fermer son portail Go.com, sur lequel devaient être regroupés tous les sites de la galaxie Disney, et qui avait englouti 1 milliard de dollars en pure perte. Toysmart, un distributeur de jouets sur le Web, suivait le même chemin⁶¹. De plus, l'entreprise tarde à

sortir un dessin animé à succès, la qualité de ses productions diminuant au rythme des coupes sombres dans les budgets créatifs, ce qui entraîne une baisse des ventes des produits dérivés.

L'audimat de la chaîne de télévision ABC est également en perte de vitesse et les actions de l'entreprise ne cessent de chuter. De surcroît, après les attentats du 11 septembre, les parcs Disney ont été durement touchés par la baisse du tourisme, par la diminution des budgets publicitaires (dans ses divers médias), ainsi que par le ralentissement général de l'économie américaine. En mars 2002, Disney annonçait un plan d'économie de 2,5 milliards de dollars, le licenciement de 4.000 salariés, la fermeture de 50 magasins et la réduction des heures d'ouverture des parcs de loisirs. Et comme au jour où Michael Eisner prit la tête de l'entreprise, certaines rumeurs spéculent déjà le rachat de ce titan par un autre rapace ou la fragmentation de ce groupe gigantesque.

Encadré

Le Salaire du PDG de Disney

“Je n'en crois pas mes yeux. A chaque fois que j'ouvre une porte chez Disney, je trouve un tas de fric derrière”, a déclaré Michael Eisner, quand il prit la tête de la compagnie Disney⁶². Patron de Disney depuis près de 20 ans, il fut l'un des premiers PDG-superstars de l'Amérique des années 90. Wall Street le reconnut comme le sauveur de l'entreprise, le prince providentiel qui multiplia par douze la valeur de l'action Disney de 1985 à 1990 et qui fit doubler, et ensuite tripler les bénéfices nets de l'entreprise⁶³. Le sommet de sa gloire coïncide avec l'immense succès commercial que fut le *Roi Lion*, le dessin animé que le public jugea digne des grands classiques de Walt Disney. M. Eisner fait partie de cette génération de patrons-vedettes, invités aux cocktails mondains et dans les auditoriums des universités, rédigeant des autobiographies élogieuses et poursuivi par les journalistes comme des chanteurs de rock. Avec le rachat de la chaîne de télévision ABC par Disney, il entra dans le club sélect des “maîtres de l'univers”, comme s'auto-désignaient les patrons des conglomérats titanesques qui dominent la communication planétaire jusqu'à ce que de grands scandales les atteignent en 2002.

A ce culte de la personnalité correspond un salaire faramineux. Dès son engagement, M. Eisner négocia avec le conseil d'administration une rémunération exorbitante. A cette époque, les salaires des patrons américains connurent une croissance faramineuse. “Selon une enquête de *Business Week*, aux Etats-Unis, un chef d'entreprise gagnait en moyenne 20 fois le salaire d'un ouvrier en 1980, 85 fois en 1990 et 531 fois en 2000”⁶⁴. Aujourd'hui, le patron de Disney “occupe un royaume magique à lui tout seul”, s'exclamait le magazine économique *Forbes*. “Au cours des cinq dernières années, il a gagné quelque 738 millions de dollars, soit plus de 123 millions par an”⁶⁵. Durant cette période, les bénéfices de la firme n'ont pourtant cessé de chuter. Et pour atteindre ce salaire annuel, une ouvrière indonésienne produisant des *Roi Lion* en peluche devrait travailler quelque 120.000 ans ; un chiffre digne d'un conte de fées, si la situation n'était pas si tragique.

Après une décennie de croissance, l'entreprise sous la direction de M. Eisner commence à montrer des signes de ralentissement. Depuis 1997, les bénéfices de Disney baissent d'année en année et Mickey est entré dans le rouge pour la première fois en 2001. Aujourd'hui, dans une ambiance de scandales financiers à répétition qui secoue le monde du business américain, le public et les actionnaires s'indignent des salaires mirobolants de ces patrons charismatiques, surtout quand ils sont sans lien avec leurs performances.

Comparant la progression de leur salaire et les performances de leur entreprise, le magazine Forbes a octroyé à M. Eisner, ainsi qu'à deux autres patrons, la palme des PDG les plus inefficaces des Etats-Unis.

~~Fin de l'encadré~~

Finalement, tout au long de son histoire, en visant l'enfance tout en faisant jouer la synergie, en créant une marque globale et en se maintenant au sommet grâce à une extraordinaire concentration du capital, Disney concocta cet élixir qui lui permit de fonder un conglomérat tentaculaire, un empire où le culte du profit vole la place au rêve.

En observant les rouages de cette multinationale, on s'aperçoit que l'exploitation des ouvrières dans les usines d'Asie, loin de constituer un problème isolé dans le fonctionnement de l'entreprise, s'inscrit dans une logique globale, qui subordonne tout à l'idéologie du marché. Ce culte du profit n'est bien sûr pas propre à Disney. On le retrouve, à quelques nuances près, dans la plupart des multinationales qui font aujourd'hui la loi à l'échelle globale. Il transforme la fantaisie, la diversité, la politique et la culture en valeurs commerciales et réduit l'être humain au rôle qu'il peut jouer dans cette grande machine à rêves. Dès lors, c'est la même logique qui réduit les ouvrières d'Asie en outils de production jetables et les citoyens du monde en consommateurs passifs, habitants dociles d'un royaume global où l'on ne vote qu'avec ses dollars, ses euros ou ses yens.

Ces dernières années, la prise de conscience des fils qui relient les travailleurs et les consommateurs, les citoyens du Sud et ceux du Nord, a entraîné le développement d'importants mouvements de résistance et de solidarité. Dans les chapitres qui suivent, nous allons nous plonger dans cette dynamique et voir comment ces mouvements proposent de faire prévaloir les droits humains sur la loi de la jungle du grand marché mondial.

¹ Cité par J. FLOWER: *Disney, les managers du rêve*, Maxima, Boulogne, 1992.

² Cité par H. A. GIROUX, *The mouse that roared. Disney and the end of innocence*, Rowman & Littlefield publishers, USA, 2001. p.26.

³ *Forbes*, 13 mars 2002.

⁴ J. FLOWER, op. cit., p.266.

⁵ *Le Monde*, 9 février 1999.

⁶ *Télérama*, 12 avril 2000, cité par *L'empire des médias*, Manière de voir, mai-juin 2002.

⁷ *Le Monde*, 26 septembre 2001.

⁸ N. KLEIN, *No Logo, la tyrannie des marques*, Leméac/Actes Sud, 2001 p. 124.

⁹ *Marketing for Children: A World Survey, 2001 Edition*, Euromonitor International, <http://www.biz-lib.com/ZEUMCW.html> Cette étude concerne les enfants de 5 à 14 ans et se base sur les 105 principales économies du monde qui produisent quelque 99% du produit intérieur brut global.

¹⁰ *The Economist*, le 2 avril 1998.

¹¹ *Annual report 2001*, The Walt Disney Company and subsidiaries.

¹² *Business Wire*, 28 mai 2002.

¹³ *Annual Report 2001*, op. cit.

¹⁴ Communiqué de Disney sur "Disney.go.com", 6 mars 2002.

¹⁵ *The New Internationalist*, juin 2001.

¹⁶ *Marketing Week*, publié par la firme BMRB International, le 8 juillet 1999.

¹⁷ *Annual Report 2001*, op. cit.

¹⁸ H. A. GIROUX : op.cit.

¹⁹ M. ELIOT: *Walt Disney. La face cachée du Prince d'Hollywood*, Ed. Albin Michel, Paris, 1993.

- ²⁰ Les éléments historiques de cette histoire proviennent essentiellement de: J. FLOWER op.cit. et R. LANQUAR, *L'empire Disney*, Que sais-je?, Presses universitaires de France, Paris, 1997.
- ²¹ *The Economist*, 21 mars 2002.
- ²² *The Economist*, 9 mai 2002.
- ²³ N. KLEIN, op. cit., (le "branding" est la promotion d'une marque alors que la publicité est celle d'un produit).
- ²⁴ The Walt Disney Company annual report 1997.
- ²⁵ www.xone.net. Voir aussi les sites : www.celebrationfl.com/community/community.html et www.abfla.com/1toef/disney/ceelb.html.
- ²⁶ H.A. GIROUX, op.cit.
- ²⁷ N. KLEIN, op.cit., p196.
- ²⁸ *Le Monde*, 12 avril 1992.
- ²⁹ H.A.GIROUX : op.cit.
- ³⁰ *Le Monde*, 12-13 avril 1992.
- ³¹ *Business Week*, 6 août 2001.
- ³² J. FLOWER, op. cit., p176.
- ³³ R. LANQUAR, op.cit.
- ³⁴ J. FLOWER, op. cit., p.236.
- ³⁵ *Le Monde*, 12 mai 2002.
- ³⁶ N. KLEIN, op. cit. , p241.
- ³⁷ N. KLEIN, op. cit., p.241.
- ³⁸ J. FLOWER, op. cit., p. 270.
- ³⁹ J. FLOWER, op. cit., p. 232.
- ⁴⁰ N. SOLOMON, *The Habits of Highly Deceptive Media*, Common Courage Press, avril 1999.
- ⁴¹ J. FLOWER, op.cit., p.271.
- ⁴² *Reuters*, le 23 mai 2002.
- ⁴³ Propos recueillis à Jakarta, le 1 mai 2002.
- ⁴⁴ W. BELLO: *Review of No Logo*, Focus on Trade, N°61, avril 2001.
- ⁴⁵ *The Guardian*, le 12 février 2001.
- ⁴⁶ *The Economist*, le 30 mai 2002.
- ⁴⁷ *The Economist*, 21 mars 2002.
- ⁴⁸ ADPIC en français et TRIPS en anglais.
- ⁴⁹ *The Guardian*, le 12 février 2001.
- ⁵⁰ *Written Testimony of Richardson before the U.S. China Commission*, 18 janvier 2002.
- ⁵¹ *Human Rights for Workers*: Bulletin No. IV-20, 10 novembre 1999.
- ⁵² *The Economist*, 9 mai 2002.
- ⁵³ *The New Internationalist*, décembre 1998.
- ⁵⁴ H.A. GIROUX : op. cit, p 32.
- ⁵⁵ R. LANQUAR: op. cit.
- ⁵⁶ *Manière de voir*, Mai-juin 2002.
- ⁵⁷ H.A. GIROUX, op. cit., p 45.
- ⁵⁸ *Libération*, le 12 mars 2002.
- ⁵⁹ W. BELLO: *Review of No Logo*, op. cit.
- ⁶⁰ *Le Monde*, 27 mars 2002.
- ⁶¹ *Le Monde*, 14 mars 2002.
- ⁶² J. FLOWER, op. cit. p.170.
- ⁶³ J. FLOWER, op. cit. p.241.
- ⁶⁴ *Le Monde*, 7 juin 2002.
- ⁶⁵ *Forbes*, 25 avril 2002.

Deuxième Partie

Les jeux ne sont pas faits

Dynamiques sociales de changement

IV. Chinois et Thaïlandais mènent campagne

Tout commence le 10 mai 1993. En Thaïlande, l'usine de jouets Kader est la proie des flammes. 189 travailleurs y perdent la vie, 469 autres sont gravement blessés. 6 mois plus tard à Shenzhen, en Chine continentale, l'usine de jouets Zhili est à son tour ravagée par un incendie nocturne. Cette fois, 87 travailleurs meurent et plus de 100 sont blessés. Dans les deux cas, les enquêtes démontreront que les portes des dortoirs étaient fermées à clé.

Ces usines appartenaient toutes deux à des sociétés de Hong Kong. L'usine Zhili produisait des jouets Chicco pour le groupe italien Artsana.

Très vite, des liens de solidarité se nouent entre des travailleurs et des organisations de Thaïlande et de Hong Kong. Ils cherchent à faire valoir les droits des victimes, mais aussi à éviter que de tels drames se reproduisent. Les manifestations seront nombreuses à Hong Kong, comme lors des foires internationales annuelles du jouet ou devant le siège des sociétés concernées : « Nous ne voulons pas d'un autre Kader, nous ne supporterons pas d'être témoins d'un nouveau Zhili. Quand l'histoire se répète une troisième fois, elle n'incite qu'à la dérision. Et notre combat n'est pas un combat dérisoire. »

Prônant d'abord le boycott des jouets fabriqués par les compagnies visées, les organisations chinoises et thaïlandaises chercheront par tous les moyens à obtenir des compensations pour les victimes des incendies et les familles des défunts. Elargissant leurs alliances dans toute l'Asie de l'Est et du Sud-Est ainsi qu'en Europe et en Amérique du Nord, unissant des syndicats, des organisations non gouvernementales et des associations de consommateurs, elles multiplieront les enquêtes et les rapports systématiques accablants sur les conditions de travail et de vie des travailleurs du jouet. Elles tenteront de convaincre l'industrie du jouet et ses commanditaires, marques et distributeurs, d'améliorer les conditions de sécurité et d'hygiène dans les usines. Face à l'absence effective de liberté syndicale en Chine continentale, les organisations de Hong Kong réunies au sein de la Toy Coalition inaugureront aussi un travail particulier de formation des travailleurs à la sécurité et à l'hygiène, porte d'entrée pour l'organisation des travailleurs au sein des usines.

Forts de leur capacité de mobilisation, les Thaïlandais investiront le domaine législatif. Mais dès 1997, aux prises avec une crise économique aiguë et des licenciements massifs, ils devront défendre une liberté syndicale remise en cause.

1. Rétrospective sur 10 ans de campagne

Près de 10 ans après le lancement du mouvement, l'heure est à son évaluation, et à la discussion de ses orientations stratégiques. Dans cette salle de réunion de Hong Kong se mêlent volontiers aux organisations impliquées depuis le début, de nouveaux venus de Belgique et de nouveaux acteurs comme cette actionnaire critique de Mattel¹. Ce sont cette fois des photographies qui rappellent l'origine, le sujet et l'objectif de l'action. Même en noir et blanc, les victimes de Kader et Zhili sont toujours bien présentes.

Principaux animateurs chinois de la coalition, le Hong Kong Christian Industrial Committee (CIC) et l'Asia Monitor Resource Center (AMRC) mènent l'exercice pour un bilan à la fois modeste et ambitieux. Depuis 10 ans, quelques améliorations notables ont été apportées aux conditions de vie et de travail des ouvriers du jouet (comme par exemple

la disparition progressive des complexes « trois en un » regroupant en un seul bâtiment les ateliers de production, les dortoirs et les lieux de stockage de la matière première). Autre évolution notable : les distributeurs, les marques, les propriétaires d'usine, les fédérations nationales et internationales de l'industrie du jouet sont aujourd'hui de plus en plus nombreux à se doter de codes de conduite. Ils s'y engagent à respecter des normes sociales minimales dans leurs filières de production.

Mais, par ailleurs, le système de production et les politiques d'achat des grandes sociétés exercent sur les travailleurs, sur leur sécurité et sur leur santé une pression de plus en plus forte. Les autorités politiques, quant à elles, ne font montre que de très peu d'empressement à faire primer le respect des droits des travailleurs sur la satisfaction des investisseurs étrangers. L'entrée de la Chine dans l'Organisation mondiale du commerce et la crise économique que vit l'ensemble des pays de l'Est asiatique augmentent encore cette pression exercée sur les droits sociaux fondamentaux.

De l'indemnisation à la prévention

Depuis 1993, la campagne jouets a largement étendu ses champs d'action et ses objectifs. Mais a-t-elle oui ou non engrangé des résultats pour les victimes de Zhili et de Kader ?

Prise en étau par l'alliance des organisations de Thaïlande et de Hong Kong, la société Kader accepte d'indemniser les familles des victimes de l'incendie, 3 mois après le drame. Le montant accordé est cependant jugé dérisoire par les *organisations* impliquées. Les thaïlandais mettent surtout le doigt sur l'inefficacité des politiques publiques en matière de sécurité et d'hygiène. Les services d'inspection du travail ne fonctionnent pas ; les fonds publics d'indemnisation sont beaucoup trop limités ; les blessés et les familles des victimes ne bénéficient d'aucun support, ni social ni administratif. Une coalition de 22 organisations thaïlandaises de travailleurs et d'ONG organise donc le soutien aux familles des victimes par ses propres moyens.

Parallèlement, cette coalition choisit d'investir le terrain des réformes institutionnelles. Elle exige la mise en place de comités de sécurité et d'hygiène au sein des usines et de comités tripartites réunissant les représentants des employeurs, des travailleurs et des pouvoirs publics aux niveaux provincial et national. Les victimes, quant à elles, s'associent, en 1997, autour d'une proposition de loi réformant le fonds d'indemnisation en un institut privilégiant la prévention sur les lieux de travail et la formation des travailleurs.

Malgré un important soutien du public et la récolte de dizaines de milliers de signatures, cette dernière réforme ne sera jamais traduite en loi. Par contre le gouvernement thaïlandais finit par édicter une loi exigeant la création de comités de sécurité et d'hygiène dans les usines comptant plus de 50 employés. Après 4 ans de campagne, les autorités du pays décrètent le 10 mai, jour anniversaire de l'incendie de l'usine Kader, journée nationale annuelle de la sécurité au travail.

Quant aux victimes de l'incendie de l'usine Zhili et leurs familles, elles devront attendre sept années pour enfin bénéficier d'une indemnité. La loi chinoise ne sera d'aucune utilité pour convaincre Zhili. C'est la compagnie Artsana/Chicco qui versera aux familles 30 millions de lires, quelque 15.000 euros, via la Croix Rouge chinoise. Au préalable, un pont avait été établi entre les organisations de Hong Kong, des ONG italiennes et le syndicat italien des travailleurs d'Artsana, menant, en 1997, à des campagnes publiques et à la signature d'un code de conduite par Artsana/Chicco et trois syndicats italiens (CISL, CGIL

et UIL) impliqués dans le système de contrôle du code. Malgré l'existence de ce code de conduite, et bien qu'elle ait consenti à financer un « fonds humanitaire pour les victimes de l'incendie de Zhili », Artsana nie cependant toujours sa responsabilité vis-à-vis des travailleurs de l'usine Zhili.

2. La toile des réseaux

Cela transparait déjà à travers ces deux expériences : cette campagne puise une grande partie de son énergie et de ses arguments de pression dans la complémentarité des acteurs qui forment son réseau local, régional et international. Chaque partie prenante contribue à atteindre un nouveau palier sur lequel s'appuier pour franchir encore une nouvelle étape, comme une araignée tisse sa toile.

La venue à Hong Kong de travailleurs victimes de l'incendie de l'usine Kader en Thaïlande constitue le tout premier acte de cette mise en réseau. Ils sont là pour réclamer des indemnités auprès de la maison-mère. Ils entrent aussi en contact avec leurs homologues, les employés de Kader à Hong Kong. Auprès d'eux, ils légitiment leur action : leur patron est le même. Comment imaginer que Kader ne remplisse pas ses obligations d'employeur sous prétexte que les collègues concernés travaillent dans un autre pays ? Les témoignages des travailleurs thaïlandais abîment l'image de l'entreprise auprès de ses travailleurs, de ses clients et de ses actionnaires, l'obligeant à réagir.

En avril 2000, la Thai Labour Campaign, la Toy Coalition et des réseaux européens de solidarité réitèrent cette démarche avec succès. Il s'agit cette fois de réclamer le paiement d'indemnités complètes de licenciement pour 174 travailleurs de l'usine de jouets thaïlandaise Master Toy. Produisant des modèles réduits de voiture « Maisto », l'usine appartient à une société du même nom établie à Hong Kong.

Encadré

Master Toy mis en échec

En décembre 1999, la société Master Toy entame un programme de déménagement de son usine thaïlandaise vers un nouveau site, « Maisto Manufacturing ». L'idée n'a pas les faveurs des travailleurs et lorsqu'en février 2000, la direction annonce l'arrêt définitif des activités dans la première usine et le déplacement des 443 travailleurs dans le nouvel entrepôt, le syndicat multiplie les démarches de protestation. Le 28 mars, les 174 premiers travailleurs doivent se présenter à Maisto Manufacturing. Ils y découvrent un entrepôt totalement sous-équipé : Il n'y a pas de machines de production, ni d'installations sanitaires, ni de cantine, ni de ventilation, ni d'équipements de protection,...

Le lendemain, unanimes, les travailleurs refusent de retourner au nouvel entrepôt et se présentent à la porte de leur ancienne usine pour y reprendre leur poste de travail. Mais la direction leur interdit l'entrée. Ils sont licenciés sur-le-champ. Le soir-même, tous les travailleurs de l'usine les rejoignent. A 23 heures, ils vont en cortège demander le soutien du Premier Ministre thaïlandais, avant d'établir un campement devant le Ministère du Travail, puis devant le siège du gouvernement.

La revendication des travailleurs porte sur le paiement d'indemnités complètes de licenciement. Dans un premier temps, la direction de l'usine n'accepte de payer que 50% des indemnités prévues. Elle justifie sa position par le fait que les travailleurs ont refusé de

prendre leur poste. Les travailleurs, quant à eux, soutiennent qu'ils auraient volontiers travaillé dans des conditions correctes.

Semaine après semaine, ils résistent aux pressions. A l'absence de salaire, s'ajoutent des intimidations mafieuses et des pressions du gouvernement.

Mais les travailleurs tiennent bon. Ils veulent faire connaître leur combat en protestant devant l'ambassade des Etats-Unis et devant celle de Chine. Ils informent la presse. La Thai Labour Campaign contacte ses partenaires européens. En France, l'association Réseau Solidarité lance un appel pour soutenir le mouvement. La campagne Vêtements Propres diffuse des lettres modèles adressées à la maison mère de Hong Kong et aux autorités thaïlandaises. A Hong Kong, La Toy Coalition relaie l'action en protestant à deux reprises devant le siège de la société et en initiant une recherche sur les investissements de Master Toy en Chine où le même type d'abus semble fréquent.

Le 26 juillet 2000, après quatre mois de mobilisation, c'est la victoire pour les travailleurs et les organisations thaïlandaises. Harassée, la direction de Master Toy accepte d'indemniser complètement les travailleurs licenciés. Son directeur déclarera que « Les activités de la campagne et de nombreuses lettres adressées au bureau de la compagnie à Hong Kong ont porté atteinte à la réputation de Maisto et lui ont causé des pertes financières »².

~~Fin de l'encadré~~

Ces actions de solidarité montrent l'importance de la création de liens entre organisations non gouvernementales et organisations de travailleurs de plusieurs pays d'implantation d'une même entreprise manufacturière. C'est d'autant plus vrai dans l'actuel contexte de l'Asie de l'Est où les entreprises manufacturières deviennent progressivement des sociétés à dimension transnationale, investissant dans plusieurs pays, à la recherche des moindres coûts de production.

Mais la mise en réseau ne se limite pas à cela. En marge des actions d'éclat, un réseau asiatique d'organisations centrées sur le soutien aux victimes d'accidents du travail et de maladies professionnelles devient opérationnel en 1997. Il permet un échange continu d'informations et d'expériences entre des organisations et des syndicats d'Inde, du Pakistan, du Népal, du Cambodge, de Thaïlande, de Taïwan, de Corée, du Japon, des Philippines, d'Indonésie et de Chine.

Les réseaux intercontinentaux sont eux aussi initiés dès la première heure, en 1993. L'idée est bien entendu de lier les deux bouts de la chaîne : les travailleurs d'Asie de l'Est et les consommateurs qui se trouvent principalement dans les pays du Nord. Sous l'impulsion de la Toy Coalition, ONG et syndicats du Royaume-Uni, d'Italie, d'Allemagne, de France, d'Irlande et de Suède sont les premiers à relayer la campagne. En informant le public et en menant des actions de consommateurs, leur action est décisive dans l'affaire Zhili. Montrés du doigt dans leur fief italien, Artsana et sa marque Chicco ne peuvent rester dans l'ombre.

3. Cartes sur table

La responsabilité des distributeurs et des marques

Les partenaires de la campagne jouets en sont conscients, il faut se garder d'extrapoler l'efficacité des actions visant une entreprise de production aux campagnes visant un

distributeur ou une marque. Au sein d'un même groupe manufacturier, la relation d'emploi est clairement établie. Le contrat d'embauche mentionne l'identité, les droits et les devoirs de l'employeur et de l'employé. Comme pour Kader et Master Toy, les pressions exercées sur ces compagnies se fondent sur les obligations légales de l'entreprise vis-à-vis des conditions de travail de tous ses employés, quel que soit le lieu d'implantation de l'unité de production. Le combat porte alors sur le respect ou le renforcement de la loi.

Mais les actions menées en Europe ou en Amérique du Nord ciblent généralement une marque ou un distributeur, c'est-à-dire l'acteur de la filière le plus proche du consommateur. Marques et distributeurs ont beau jeu de se réfugier le plus souvent derrière l'absence de relation contractuelle les liant aux travailleurs concernés. Dans ce cas, la loi ne suffit pas. D'autres outils doivent être expérimentés. La mise en œuvre de codes de conduite contrôlés avec la participation des travailleurs peut ici s'avérer une bonne porte d'entrée.

Un nouveau souffle est ainsi donné en 1994 avec la Charte pour la sécurité dans les fabriques de jouet (voir encadré). Alors qu'à Hong Kong, les membres de la coalition ne parviennent pas à se faire entendre par le Hong Kong Toy Council³, au Royaume-Uni, la campagne menée entre autres par le World Development Movement, le Trade Union Congress et le Catholic Institute for International Relations porte rapidement ses fruits. Dès 1996, la fédération britannique du jouet (British Toy and Hobby Association) adopte un code de conduite négocié avec les ONG, entraînant à sa suite la fédération européenne des producteurs de jouets (TME⁴) et la fédération internationale de l'industrie du jouet (ICTI⁵). L'effet boomerang ne se fait pas attendre : en 1998, les patrons de l'industrie du jouet à Hong Kong adoptent un code de conduite.

Encadré

Charte pour la sécurité dans les fabriques de jouets

Rédigée par la Hong Kong Coalition to the Safe Production of Toys

1. Les usines devront aménager des issues de secours et prendre toutes les mesures de prévention qui s'imposent contre l'incendie .
2. Les dortoirs, les entrepôts et les ateliers seront dans des locaux séparés.
3. L'usine devra assurer un environnement satisfaisant afin que les ouvriers puissent travailler en toute sécurité.
4. Les responsables de l'établissement devront appliquer les normes internationales en matière de Droit des travailleurs, de même que la réglementation locale en matière de sécurité et de prévention contre l'incendie.
5. Là où l'utilisation de substances chimiques est nécessaire, on adoptera les règles internationales de sécurité : sécurité de l'environnement de travail, protection individuelle, équipement standard de l'outil de production, (ventilation,...), procédure fiable d'enlèvement des substances chimiques utilisées. Les récipients contenant des produits chimiques devront être clairement étiquetés pour indiquer la nature de ces produits et leur degré de toxicité. D'autre part, les travailleurs devront subir des examens médicaux réguliers et recevoir une formation en matière de sécurité et de santé.
6. De trop nombreuses heures supplémentaires affectent la santé des travailleurs et portent atteinte à leur droit au repos. La journée normale de travail ne doit pas dépasser huit heures. Au moins une journée de repos doit être prévue dans la semaine.
7. On n'aura pas recours au travail des enfants.

8. Les dortoirs ne devront pas être surpeuplés, et les repas servis par l'entreprise seront d'une qualité nutritionnelle suffisante.
9. On ne tolérera pas de brutalité physique ou toute forme de harcèlement psychologique ou physique envers les travailleurs.
10. Il ne sera pas mis d'entraves à la création de syndicats par les travailleurs. Ceux-ci doivent avoir le droit de négocier collectivement. Les syndicats seront autorisés à vérifier les mesures de sécurité prises par les établissements et à suivre cette question.
11. Les entreprises informeront leurs employés des dispositions pertinentes du Droit du Travail national et des règles d'application locales.

C'est pourquoi nous demandons :

- premièrement, que les entreprises du secteur du jouet ratifient la présente Charte ;
- deuxièmement, que soit officiellement mis en place un système ou un comité de suivi indépendant composé d'organisations représentatives des droits et des intérêts des travailleurs afin de veiller à l'application de la présente Charte.

~~Fin encadré~~

Ce travail en réseau est rapidement alimenté par un premier programme de recherche mis en route en Chine, en Thaïlande et en Indonésie dès 1998, orchestré par l'Asia Monitor Resource Center. Les informations collectées sont particulièrement précieuses. Elles concernent un échantillon de 60 usines de jouets appartenant pour la plupart à des groupes transnationaux basés à Hong Kong et produisant pour le compte de marques et distributeurs mondialement connus comme Disney, Hasbro, Mattel, Tomy, Bandai, Warner Brothers ou McDonald's. La qualité de l'information recueillie fera de cette recherche une base d'analyse et de campagne publique inestimable. Elle montre que ni les codes de conduite ni même les lois nationales ne sont respectés. Elle décrit les mécanismes mis en œuvre pour déjouer les inspections lorsqu'elles existent.

Le Hong Kong Christian Industrial Committee (CIC) et l'AMRC mettront par la suite d'autres études à disposition du réseau. En 1999, le CIC publie *Mulan's sisters*, qui documente les conditions de travail dans des usines produisant pour Disney en Chine. En 2000, c'est au tour de Mattel d'être épinglé. En 2001, revoilà Disney dans *Méfie-toi de Mickey*, regroupant les conclusions d'enquêtes dans plus de 20 usines produisant pour Disney en Chine. En 2001 encore, le CIC publie un rapport sur les pratiques d'Hasbro, McDonalds, Mattel et Disney en matière de fabrication de jouets. Au-delà de la description *des conditions de travail*, ce dernier rapport entame une analyse de l'impact des politiques d'approvisionnement de ces marques *sur les conditions de travail* et le respect des droits des travailleurs dans les usines concernées. De quoi mener la campagne un cran plus loin.

4. La participation des travailleurs

Comment imaginer que le respect durable des droits fondamentaux des travailleurs puisse exister sans la participation de ces derniers ? C'est pourtant ce à quoi s'engagent de nombreux distributeurs et de nombreuses marques dans leurs codes de conduite. Certes, ils exigent de leurs sous-traitants de bonnes conditions de travail, l'absence de recours au travail d'enfants et au travail forcé, ... Mais ils sont souvent bien plus réticents lorsqu'il s'agit de liberté syndicale, se référant, dans les meilleurs des cas à une législation nationale souvent déficiente en la matière.

Cela ne fait pas l'affaire des travailleurs chinois : dans la pratique, ils ne peuvent pas créer de syndicats libres. En Thaïlande, où la liberté d'association a fait émerger des syndicats revendicatifs, les pressions se font de plus en plus fortes, de la part d'investisseurs mais aussi de bailleurs de fonds institutionnels pour réprimer les organisations de travailleurs.

Promouvoir la liberté d'association des travailleurs est donc une démarche prioritaire. Elle doit principalement être menée par les travailleurs eux-mêmes. Mais là encore réside une possibilité d'action conjointe, d'alliance entre organisations du Nord et organisations du Sud. « Dans les pays du Nord, dit Chan Ka Wai, directeur du CIC s'exprimant à propos de la réalité chinoise, vos capacités d'action sont limitées parce que vos organisations ne sont pas en contact direct avec les travailleurs concernés. Mais vous pouvez faire pression sur les distributeurs et les marques, exiger de l'information, exiger la participation des travailleurs aux processus de contrôle des codes de conduite. Dans le Sud, c'est l'inverse, nous sommes en contact avec les travailleurs, mais nous manquons de moyens de pression sur les propriétaires d'usine pour qu'ils nous permettent de former les travailleurs : leur expliquer ce qu'est un code de conduite, ce que signifient la sécurité et l'hygiène sur les lieux de travail. Les distributeurs et les marques peuvent influencer les producteurs pour nous ouvrir les portes des usines. »

En Chine, des expériences de formation des travailleurs à la sécurité et à l'hygiène sont menées depuis 2001 dans des secteurs industriels voisins de la production du jouet⁶. Il ne s'agit encore à ce stade que de quelques projets pilotes. Mais tous nécessitent l'implication des distributeurs et des marques en tant que facilitateurs initiaux du processus. Déjà, « une formation [de ce type] a conduit à la création d'un comité de sécurité et d'hygiène dans une usine, ouvrant ainsi un espace de participation pour les travailleurs » relate Chan Ka Wai.

En Thaïlande, la crise de 1997 a provoqué des licenciements massifs dans l'industrie, une montée en puissance du travail informel et une importante perte de pouvoir d'achat des travailleurs. Cela ne facilite pas l'organisation des travailleurs en syndicats. D'autant plus que, pour tenter de sortir de la crise, le gouvernement mise sur la flexibilisation du travail, le maintien de bas salaires et la limitation de l'exercice de l'action syndicale. Il a ainsi de plus en plus souvent recours au Labour Relations Act, un texte de loi qui date de 1975 et qui diminue considérablement le rapport de force syndical. Il autorise, par exemple, les employeurs à remplacer les travailleurs grévistes.

Au sein de la Thai Labour Campaign, syndicats et organisations thaïlandais proposent d'autres solutions à la crise, basées sur la consolidation d'une force de travail nationale et d'une consommation interne. Poursuivant leurs efforts sur le terrain de la sécurité et de l'hygiène, ils mènent aussi campagne pour le retrait du Labour Relations Act, et le plein exercice de la liberté syndicale. Parallèlement, ils revendiquent la mise sur pied d'un système d'indemnisation de chômage et l'augmentation du salaire minimum légal.

La partie continue

Formation des travailleurs, défense de la liberté syndicale, initiatives sur le plan légal et influence sur les politiques d'achat des distributeurs et des marques, voilà un beau programme pour au moins quelques années de campagne de plus. En se fiant ou non aux codes de conduite des entreprises ou en développant d'autres outils ? Le chapitre suivant

tente de tracer un chemin dans ce qu'il est convenu d'appeler aujourd'hui la Responsabilité sociale des entreprises et l'un de ces instruments préféré, l'initiative volontaire.

¹ Marie-Claude Hessler. Voir le chapitre 7.

² Mr Chaiwat Wongchindakul, directeur général de Master Toy Thaïlande, cité dans *A victory for the Master Toy Workers*, Thai Labor Campaign, 11 juillet 2000.

³ Association regroupant les sociétés de production de jouets de Hong Kong.

⁴ Toy Manufacturers of Europe.

⁵ International Council of Toy Industry.

⁶ L'un des projets expérimentaux a été initié sous l'impulsion de Dara O'Rourke, professeur du Massachusetts Institute of Technology, en collaboration avec Reebok, Adidas et Nike. Il implique largement les marques et donne accès à la formation pour des travailleurs désignés par la direction de l'usine. Deux autres projets sont suivis par le CIC et par la Confédération des syndicats de Hong Kong (HKCTU). Dans ces deux projets, des travailleurs élus par leurs collègues participent aux formations.

V. Code de conduite

Le nouveau jeu de société

Les codes de conduite sont aujourd'hui au coeur des discours sur la responsabilité sociale des entreprises. Leur multiplication est-elle le signe d'une prise en compte de plus en plus grande de la responsabilité des entreprises ou accompagne-t-elle leur montée en puissance rendant vaine toute tentative de régulation extérieure ? Le débat bat son plein entre entreprises, syndicats, pouvoirs publics et ONG, entre acteurs du Nord et du Sud. Les initiatives se multiplient.

1. Jeux d'influence sur une carte du monde

Rappelons en quelques mots le décor déjà planté dans le chapitre 2. C'est celui du libre marché et de la mondialisation des activités de production. Durant la deuxième moitié du 20^{ème} siècle, le développement des transports et de l'informatique fait disparaître les contraintes de temps liées aux distances. « Faire produire là où le coût est le plus faible pour vendre où la marge bénéficiaire est la plus grande »... ce leitmotiv¹ se traduit dès lors par la localisation des activités à forte intensité de main-d'œuvre dans les pays à bas salaires. D'autres phénomènes accompagnent cette mondialisation, tels que la montée en puissance de sociétés transnationales. Dans le secteur du jouet, comme dans celui des vêtements, il s'agit principalement des marques et des distributeurs, têtes de file de longues chaînes d'approvisionnement qui recourent de plus en plus à la sous-traitance.

Ce système permet aux marques et distributeurs de développer à fond leur flexibilité, leur efficacité économique et financière, tout en se déchargeant au maximum des contraintes sociales liées à l'emploi d'un nombre important de travailleurs. Maîtres du marché, les marques et les distributeurs vont ainsi pouvoir relocaliser leurs sources d'approvisionnement à leur gré, exercer de fortes pressions sur les prix et les délais sans s'embarrasser de l'impact de leurs pratiques sur les travailleurs concernés. Cette politique délibérée des entreprises trouve dans l'idéologie du libre marché un terrain extrêmement propice à son développement. Alors que les entreprises, et particulièrement les sociétés transnationales surfent, sur la vague globale, les autres interlocuteurs sociaux traditionnels, Etats et syndicats, restent sur la grève. L'heure est à la dérégulation.

Les syndicats sont affaiblis. Ils doivent prendre en compte les nouvelles dimensions de la lutte pour la défense des travailleurs dans une économie mondialisée. Ils doivent surtout faire face à de graves atteintes au droit d'association et de négociation collective. L'ouverture du marché du travail de pays comme la Chine où les syndicats libres ne sont effectivement pas tolérés, la multiplication des zones de non-droit que constituent les zones franches d'exportation, ou encore la limitation légale de l'exercice du droit de grève pour offrir de meilleures conditions d'investissement aux capitaux étrangers, tout cela entrave de manière importante le travail syndical, que ce soit dans les pays de production voire même dans les pays d'Europe.

« Laisser – faire » oblige, le rôle de l'Etat est remis en cause. Depuis les années '80, le credo « libéralisation, privatisation, dérégulation » est de mise. Et alors que l'arsenal législatif n'arrive qu'exceptionnellement et très difficilement à sortir de son carcan

national, les moyens de contrôle internationaux sont progressivement démantelés au profit de dispositions facultatives non contraignantes.

Ainsi, au cours des décennies '60 et '70, les Nations unies multiplieront les initiatives pour construire un Nouvel ordre économique international tenant compte des nouvelles données de la mondialisation. En 1972, la CNUCED² lance la première l'idée d'un code de conduite contraignant pour les entreprises transnationales. En 1976, le Centre des Nations unies sur les entreprises transnationales reprend l'idée à son compte. Mais, dès le début des années '80, la tendance s'inverse. Sous l'influence des Etats-Unis, toute idée de régulation des entreprises transnationales disparaît. Avant d'être démantelé, le Centre des Nations unies sur les entreprises transnationales tentera une dernière fois une démarche de régulation à l'occasion du Sommet de la Terre à Rio en 1992. Ses recommandations seront rejetées sous la pression d'une coalition de pays industrialisés occidentaux et d'un puissant lobby industriel. Le terrain est alors laissé libre à l'autorégulation.

C'est l'avènement de la « Responsabilité sociale des entreprises ».

Les entreprises vont déployer des initiatives d'autorégulation à caractère volontaire. Volontaire, mais pas spontané... Les entreprises attendront bien souvent qu'une catastrophe ou qu'un scandale mette sous les feux de l'actualité leur manque de responsabilité sociale pour se doter de codes de conduite. Ce n'est pas par hasard que le mouvement s'enclenche dans l'industrie chimique. Responsables de plusieurs catastrophes industrielles comme à Seveso et à Bhopal, les sociétés transnationales de la chimie se dotent, en 1985, d'un code volontaire baptisé *Responsible care*. Outre le souci de remettre de l'ordre dans ce secteur et de reconquérir une certaine image de marque, il s'agit pour elles de prévenir une régulation qui s'avérerait plus contraignante.

Sous la pression de l'opinion et des médias qui relayent quelques scandales liés à des violations des droits fondamentaux des travailleurs, les marques d'habillement comme Levi's emboîtent le pas dès la fin des années '80.

ONG, le pion neuf

Dans le courant de la même décennie entrent en scène de nouveaux acteurs du terrain social international. Les organisations non-gouvernementales ont gagné un auditoire public à force de campagnes. Elles ont une expertise et des terrains d'action complémentaires à ceux des syndicats : problèmes environnementaux, problèmes de développement, violations des droits civils et politiques, travail des enfants, commerce équitable, mais aussi connaissance de l'économie informelle. Certaines d'entre elles sont issues du mouvement féministe. Elles vont naturellement s'impliquer dans des actions de solidarité avec les travailleuses qui forment l'écrasante majorité de la main-d'œuvre dans des secteurs comme la confection, l'électronique ou la fabrication de jouets, parmi les premiers à s'être mondialisés et à recourir à la sous-traitance. Elles vont contribuer à susciter ou à répercuter dans l'opinion publique, auprès de consommateurs, de actionnaires ou de parlementaires, le débat de la responsabilité sociale des entreprises, prise cette fois dans le sens de leur « redevabilité » sociale.

En Europe, des organisations de consommateurs, des ONG et des syndicats attirent l'attention du public sur le travail des enfants dans la fabrication de ballons, de tapis... Les

campagnes s'organisent progressivement. Elles relayent des luttes de travailleurs et informent le public de violations des droits sociaux fondamentaux, principalement dans la fabrication de chaussures de sport et de vêtements - la campagne Vêtements Propres - ou dans les plantations d'ananas, de bananes, de café ou de fleurs coupées.

Les entreprises réagissent. Nombre d'entre elles se dotent d'un code de conduite « maison ». Elles y énoncent les droits des travailleurs qui leur paraissent devoir être respectés dans leurs filières de production et de sous-traitance. Elles y définissent parfois la façon dont le code doit être mis en œuvre dans les unités de production et précisent les modalités de contrôle interne. Les initiatives sont très diverses et rarement précises. Beaucoup d'entreprises misent manifestement sur la confiance que suscitera dans le public le simple fait de se doter d'un code de conduite. Certaines ONG et organisations de consommateurs se contentent de cette façade ravalée. D'autres non.

De l'autorégulation à la corégulation : un jeu de coopération ?

Au milieu des années '90 émergent progressivement des initiatives qui ne reposent plus sur la volonté individuelle des entreprises mais sur des systèmes « aux multiples parties prenantes ». Après une décennie d'« auto-régulation », il s'agit en quelque sorte de promouvoir une nouvelle « co-régulation ». Nouvelle pour deux raisons. D'abord parce que des systèmes de corégulation existent déjà, principalement portés par les organisations syndicales. Ensuite parce que de nouvelles formes et de nouvelles tactiques sont déployées : campagnes de sensibilisation des consommateurs visant un produit ou une entreprise, interpellations d'entreprises par des actionnaires, poursuites en justice d'entreprises par une ONG, dénonciations de violations des droits sociaux, consultance et conseils.

Développant des initiatives aux multiples parties prenantes, des ONG, des organisations multilatérales, des fédérations syndicales vont inviter les entreprises à participer volontairement à des systèmes « qui définissent des normes sociales et environnementales, contrôlent la conformité, promeuvent les audits et les rapports sociaux et environnementaux, certifient les bonnes pratiques et encouragent le dialogue et l'apprentissage social des parties prenantes »³.

Le code de conduite de référence, développé dans le cadre de la campagne internationale Vêtements Propres, fait partie de ces systèmes aux multiples parties prenantes. D'autres systèmes de ce type ont été développés tels SA8000 (voir encadré), Ethical Trading Initiative (ETI), Fair Labor Association (FLA), Workers Rights Consortium (WRC)⁴. Il en découle une certaine diversité. Il est clair que les dynamiques qui nourrissent ces initiatives et les objectifs qu'elles poursuivent sont différents. Certaines, comme Vêtements Propres, inscrivent les codes de conduite comme un outil parmi d'autres pour la défense des droits sociaux et la recherche d'une nouvelle régulation. D'autres en font un mécanisme se suffisant à lui-même.

Encadré

Le panorama des codes en ce début de siècle

Le paysage des codes de conduite est en pleine évolution. Les données n'ont par conséquent ici qu'une valeur indicative. L'une des études les plus récentes en la matière a été réalisée par l'OCDE⁵ en juin 2000.

Des codes de différents types

L'OCDE analysait alors 246 codes de conduite dont la plupart datent de la décennie 1990⁶. Près de la moitié d'entre eux, 118 exactement, étaient des codes adoptés par une entreprise individuelle ; 92 émanaient de fédérations patronales, 32 étaient issus de collaborations entre syndicats et ONG et 4 avaient été développés par des institutions intergouvernementales.

Pour soigner la réputation de l'entreprise

Certains codes de conduite mentionnent les avantages concurrentiels espérés par l'entreprise qui s'en dote. Sur les 246 codes étudiés par l'OCDE⁷, 51 font état de la promotion de la réputation et de l'image de marque de l'entreprise, 21 mentionnent la fidélisation de la clientèle, 15 y voient une amélioration de l'activité, 14 une maîtrise des risques juridiques et 9 une source de renforcement de la loyauté du personnel.

Au contenu variable

Plus de la moitié de ces codes (148 précisément) faisaient référence aux conditions de travail mais parmi ceux-ci, seuls 30% mentionnaient la liberté d'association et le droit de négociation collective. A l'autre extrémité, un des codes étudiés, issu d'une entreprise nord-américaine (non citée dans l'étude), stipulait qu'elle « recourra à tous les moyens qu'autorise la loi pour décourager l'adhésion de son personnel à des syndicats »⁸... L'OCDE attirait l'attention sur la diversité et le manque de cohérence dans le traitement des questions touchant aux conditions de travail. « De fait, écrivaient les auteurs, les chevaux de bataille de chacun risquent de réduire l'efficacité des codes en tant qu'outils de promotion de la transparence et de la responsabilité. »⁹ D'où l'importance de promouvoir des codes qui s'appliquent à l'ensemble d'un secteur d'activité tels que le propose la campagne Vêtements Propres ou la Toy Coalition. D'où aussi l'importance de référents clairs, internationaux et dont l'interprétation n'est pas ambiguë. Outre qu'elles définissent les droits des travailleurs, les conventions de l'OIT¹⁰ peuvent remplir ce rôle, même si elles s'adressent en premier chef aux Etats (et non aux entreprises). Il n'y est pourtant que très peu fait référence dans les codes « maison », si ce n'est en matière de travail d'enfants.

~~Fin de l'encadré~~

2. Un code « Jouets Propres » ?

Le code développé dans le cadre de la campagne Vêtements Propres est l'une des initiatives de multiples parties prenantes souvent citée en référence. Ce code n'a certes pas été conçu pour l'industrie et la distribution de jouets. Comme son nom l'indique, il s'adresse à l'industrie et à la distribution de vêtements et à celles de vêtements et chaussures de sports. Focalisant cependant son attention sur la responsabilité des distributeurs et des marques, il concerne potentiellement certains acteurs présents dans le monde du jouet comme dans celui de l'habillement : Carrefour, Cora ou Disney pour n'en citer que quelques-uns.

La première particularité du code Vêtements Propres est d'être issu d'une campagne portée dans 10 pays européens par des ONG, des syndicats et des organisations de

consommateurs. Depuis le début des années '90, Vêtements Propres focalise son énergie sur le respect des droits des travailleurs dans l'industrie de la confection textile. Aux côtés des actions de sensibilisation des consommateurs et d'un travail de solidarité avec des travailleurs en lutte, elle recherche des instruments capables de faire valoir la responsabilité des marques et des distributeurs sur leurs filières d'approvisionnement et de sous-traitance. Parmi les voies d'actions concrètes envisagées : des initiatives légales de régulation et des recours en justice (voir chapitre 8) et la promotion d'un code de conduite.

La campagne Vêtements Propres se met donc au travail, en privilégiant une étroite concertation entre ONG, organisations de consommateurs, organisations syndicales, fédérations syndicales internationales et des organisations asiatiques, dont le Hong Kong Christian Industrial Committee et l'Asia Monitor Resource Center. En 1998, la campagne publie son code de référence.

Un code de plus ? Celui de la campagne Vêtements Propres ne se limite pas à une énumération de critères. Il inclut aussi une exigence de mise en œuvre, de contrôle interne et de vérification externe.

La responsabilité des distributeurs et des marques – un credo de la campagne - se traduira par la prise en charge de la mise en œuvre et du contrôle interne du code de conduite par les distributeurs et les marques.

La ferme conviction que toute amélioration durable des conditions de travail doit se fonder sur l'implication d'acteurs locaux et sur la participation des travailleurs impliquera le recours à des ONG et des syndicats locaux dans les processus de vérification indépendante, par la mise au point d'un système de plainte accessible aux travailleurs et par le développement d'outils pour l'éducation des travailleurs.

Un code de conduite, une procédure de mise en oeuvre, un contrôle indépendant

Le code de conduite Vêtements Propres « pour le commerce et l'industrie de la confection et des articles de sport (vêtements et chaussures) » est structuré en quatre parties.

Une déclaration d'intention définit ses objectifs et sa portée. En adoptant le code de conduite, les distributeurs et les marques reconnaissent leur responsabilité pour les conditions de travail dans toutes leurs filières de production, y compris donc pour celles des employés de leurs fournisseurs, de leurs sous-traitants ou de leurs détenteurs de licence. Cette déclaration d'intention situe également le code par rapport aux autres moyens visant les mêmes objectifs. Initiative à caractère privé, le code de conduite ne veut pas se substituer aux initiatives publiques traduites en législations internationales ou nationales, ni aux procédures de contrôle mises en oeuvre par les inspections nationales du travail ou émanant de syndicats indépendants.

La deuxième partie du code contient les normes minimales relatives aux conditions de travail et engage formellement la société à respecter ces normes, et à exiger de ses sous-traitants qu'ils les respectent également (voir encadré).

~~Encadré~~

Les normes minimales du code de conduite Vêtements Propres

1. Le travail est librement choisi

Aucun usage ne sera fait du travail forcé, y compris l'esclavage et le travail des prisonniers (Conventions 29 et 105 de l'O.I.T.). Les travailleurs ne seront jamais obligés de laisser une « caution » ou leurs papiers d'identité à leur employeur.

2. Pas de discrimination dans le travail

Egalité des chances et de traitement indépendamment de la race, de la couleur de la peau, du sexe, de la religion, des opinions politiques, de la nationalité, de l'origine sociale ou d'autres traits distinctifs (Conventions 100 et 111 de l'OIT).

3. Interdiction du travail des enfants

Aucun usage ne sera fait du travail des enfants. Seuls des travailleurs de plus de quinze ans ou ayant atteint l'âge où la scolarité n'est plus obligatoire seront engagés (convention 138 de l'OIT). Une aide économique de transition et des possibilités d'enseignement appropriées devront être fournies à tout enfant travailleur et à tout enfant travailleur licencié.

4. Respect de la liberté d'association et du droit à la négociation collective

Le droit de tous les travailleurs à former ou à rejoindre un syndicat et à négocier collectivement sera reconnu (Conventions 87 et 98 de l'OIT). Les délégués des travailleurs ne feront pas l'objet de discriminations et auront accès à tous les lieux de travail où ils jugeront nécessaire de se rendre pour l'exercice de leur fonction (Convention 135 et recommandation 143 de l'OIT). Les employeurs adopteront une approche positive vis-à-vis des syndicats et une attitude d'ouverture vis-à-vis des activités de ces derniers.

5. Salaires décents

Les allocations et les salaires payés pour une semaine de travail normale seront au moins conformes aux normes minimales légales ou à celles fixées par l'industrie et seront toujours suffisants pour satisfaire les besoins vitaux des travailleurs et de leurs familles et fournir un revenu discrétionnaire.

Aucune déduction de salaire pour mesure disciplinaire ou pour toute autre mesure non prévue par la loi, et qui se ferait sans la permission expresse du travailleur concerné, ne sera autorisée. Tous les travailleurs recevront des informations écrites et compréhensibles sur les conditions de salaire avant d'être engagés, ainsi que le détail de leur salaire pour la période de paie concernée chaque fois qu'ils sont payés.

6. Temps de travail non excessif

Le temps de travail doit être conforme aux lois et aux normes en vigueur dans chaque secteur industriel. En tout cas, les travailleurs ne seront pas obligés de travailler régulièrement plus de 48 heures par semaine et bénéficieront au minimum d'un jour de congé par période de sept jours. Les heures supplémentaires seront volontaires, ne dépasseront pas 12 heures par semaine, ne seront pas exigées régulièrement et recevront toujours une compensation financière importante.

7. Conditions de travail décentes

La sécurité et l'hygiène seront assurées sur les lieux de travail. Un service efficace de sécurité et de santé du travail, qui tient compte des connaissances actuelles du secteur et des risques professionnels spécifiques, sera mis sur pied. Mauvais traitements, menaces de mauvais traitements, punitions ou discipline exceptionnelles, harcèlement sexuel ou autre, et intimidation par l'employeur sont formellement interdits.

8. Etablissement de la relation de travail

Les obligations vis-à-vis des employés imposées par les législations sociales ou par les lois du travail et les réglementations liées à un contrat d'emploi normal seront respectées. Les contrats de travail ne devront pas faire uniquement mention des obligations du travailleur mais également de ses droits et des obligations de l'employeur. L'utilisation de travailleurs sous contrat d'apprentissage devra être limitée aux situations de transmission réelle de compétences pouvant déboucher sur un emploi régulier. Les jeunes travailleurs auront en outre l'occasion de participer à des programmes de formation.

Fin de l'encadré

Les deux parties suivantes comportent sans doute les éléments les plus novateurs du code de conduite :

La troisième partie concerne la mise en application du code de conduite par l'entreprise et ses sous-traitants. Elle engage le distributeur ou la marque à considérer le code de conduite comme partie exécutoire et obligatoire des accords qu'il passe avec ses sous-traitants et fournisseurs.¹¹ Elle exige de la société la mise en oeuvre de démarches concrètes, comme par exemple la désignation en son sein de responsables de la mise en application du code, l'information adéquate de tous ses employés et de ceux de ses fournisseurs, la tenue et la transmission de la liste de l'ensemble de ses sous-traitants.

Enfin, la quatrième partie définit les procédures de contrôle indépendant. C'est elles qui font l'objet de plusieurs projets pilotes. Depuis 1999, Vêtements Propres et SOMO¹² coordonnent des échanges d'informations et d'expériences entre des projets impliquant des distributeurs et des marques aux Pays Bas, au Royaume Uni, en Suède, en France et en Suisse¹³. Une quinzaine de distributeurs et de marques participent à ces projets. Ceux-ci se développent selon différents modèles et différentes structures mais les parties prenantes échangent et discutent leurs expériences de manière permanente en poursuivant les mêmes objectifs. Au bout du compte, il s'agit de définir un ou plusieurs systèmes efficaces de contrôle interne et de vérification indépendante et de déterminer des processus de mise en conformité vis-à-vis du code. En juillet 2002, seul le projet suédois est arrivé à terme et propose une structure de contrôle interne et de vérification. Les autres projets sont toujours en cours mais des enseignements peuvent déjà en être tirés. Par exemple, la nécessité de définir un système de management qui permette la collecte d'informations au niveau des distributeurs et des fournisseurs et qui réponde aux besoins d'information et d'éducation de tous les acteurs (des acheteurs aux travailleurs des unités de production, en passant par les directions des usines sous-traitantes).

L'enjeu est crucial. « Les procédures de contrôle et de vérification sont extrêmement complexes et souvent coûteuses. Les données à collecter sont très diverses (touchant les domaines de la santé, de la sécurité et des conditions d'environnement, des heures travaillées, du paiement des salaires, des relations entre la direction et les travailleurs, des relations entre personnes de sexes différents, des relations entre l'entreprise et la collectivité,...). Seule l'adhésion de toutes les parties prenantes, des directeurs aux travailleurs, peut assurer une communication fiable de ces données et surtout que la mise en oeuvre du code et le respect de ses normes ne se limitent pas au moment du contrôle mais soient assurés durablement.

3. Jouets - le code, c'est la règle ?

Particulièrement sensible à l'opinion des consommateurs, les distributeurs et marques de jouets ne sont pas restés étrangers à la démarche des codes de conduite. Dans les années '90, ils ont multiplié les initiatives en ce sens. Aujourd'hui, la plupart d'entre eux disposent d'un code de conduite « maison ». Certains distributeurs et producteurs ont franchi le pas vers un code aux multiples parties prenantes, en promouvant la SA8000 ou en se référant à ses standards¹⁴. On assiste aujourd'hui à une tentative d'harmonisation interne dans le secteur du jouet avec la publication, en juin 2001, du code de conduite du Conseil international de l'industrie du jouet (ICTI)¹⁵. La volonté affichée par ICTI est de permettre en particulier aux petites entreprises de se référer à des standards harmonisés et d'obtenir d'éventuels soutiens pour les mettre en œuvre. Toutefois, le risque est réel que des entreprises transnationales tirent profit de cet effort d'harmonisation pour diminuer leurs exigences en matière de respect des droits sociaux.

Du côté de la fédération sectorielle

ICTI, le Conseil international de l'industrie du jouet, travaille à la définition d'un code de conduite depuis 1995. La dernière version publiée de son code date de juin 2001¹⁶. Les plus importantes fédérations nationales de producteurs de jouets, y compris les fédérations européenne et américaine, l'ont adopté. Sa mise en œuvre correspondrait globalement à une amélioration des conditions de travail généralement observées dans l'industrie du jouet, les critères inclus dans le code sont relativement faibles par rapport à d'autres codes du secteur. Seule l'interdiction du recours au travail d'enfants y fait l'objet d'une référence à des conventions de l'OIT. La liberté syndicale des travailleurs est, quant à elle, laissée à l'appréciation de la loi locale. En parallèle à ce code, ICTI a développé des outils de mise en œuvre et de contrôle à destination de ses membres et prévoit des formations à l'intention des fédérations d'industries ou du personnel de direction d'entreprises. ICTI se dit ouvert pour discuter avec des organisations non gouvernementales « constructives » s'inscrivant dans le cadre d'une révision annuelle de son code. Elle développe par ailleurs des contacts avec des sociétés d'audit spécialisées dans le secteur du jouet.

Du côté des producteurs...

12 Unités de production de jouets sont certifiées SA8000, dont onze en Chine et une au Vietnam. La norme SA8000 comprend entre autres le droit à la liberté syndicale et le droit de négociation collective et prévoit des dispositions particulières pour garantir ce droit là où il n'est pas protégé par la loi (comme en Chine). La norme SA8000 fait en outre référence au respect d'un salaire minimum vital pour le travailleur et pas seulement d'un salaire minimum légal, souvent bien inférieur à ce qui est nécessaire pour vivre. Les certifications SA8000 sont décernées par des sociétés d'audit accréditées.

Du côté des marques...

Mattel dispose depuis 1996 de ses *Global Manufacturing Principles*. Il s'agit du code de conduite le plus complet dans le secteur du jouet. Il intègre des procédures de mise en œuvre adaptées. La société est propriétaire d'une quinzaine d'usines et sous-traite auprès de quelque 300 producteurs. Elle a fondé sa propre « société de contrôle indépendant », MIMCO. Mi 2002, seules les usines détenues par Mattel avaient fait l'objet d'audits sociaux par MIMCO. A cette date, MIMCO n'avait contrôlé aucun sous-traitant.

Hasbro dispose depuis peu de son propre code de conduite qui est relativement faible et vague. Hasbro n'apprécie pas les interpellations des ONG à ce sujet et ne fait preuve d'aucune proactivité pour soutenir le respect de son code par ses fournisseurs. Hasbro a activement participé à l'élaboration du code d'ICTI, par l'intermédiaire de l'association américaine des producteurs de jouet (TIA).

Disney utilise son *Code of conduct for Manufacturers*¹⁷, développé en 1996 et adapté l'année suivante pour se conformer au code développé par le *White House Apparel Industry Partnership / Fair Labor Association*. La compagnie a traduit son code en 50 langues. Il est intégré dans les contrats de licence et d'approvisionnement de Disney. Tel que rédigé, il fait reposer l'entière responsabilité du respect de ses exigences sur le fabricant. Le contrôle du respect du code auprès des producteurs et des détenteurs de licence fait l'objet d'efforts soutenus de la part de la société nord-américaine qui utilise parfois les services de sociétés d'audit. Cependant, Disney a une fâcheuse tendance à réagir à la critique émanant d'organisations non gouvernementales en coupant toute relation avec le producteur montré du doigt¹⁸.

McDonald's a développé son propre code de conduite qui n'est pas spécifique à la production de jouets. Tel que rédigé, il fait reposer l'entière responsabilité du respect de ses exigences sur le fabricant. La société réalise des contrôles elle-même ou avec le concours de sociétés d'audit. Loin de démontrer sa responsabilité sociale, en 2000, McDonald's a réagi à un rapport faisant état du recours au travail d'enfants de moins de 16 ans en coupant ses relations avec le producteur concerné, menant ainsi à la fermeture de 4 unités de production et au licenciement de plusieurs dizaines de milliers de travailleurs.¹⁹

Du côté des distributeurs

Toys'R'Us, la première chaîne mondiale de distribution spécialisée de jouets (qui n'est plus présente en Belgique) est signataire de la SA8000 et fait partie de son comité de pilotage (voir encadré). Il a développé son propre code soumis à la signature de tous ses fournisseurs. Ce code intègre l'ensemble des droits sociaux fondamentaux tout en ne faisant pas référence aux conventions de l'OIT. Environ 300 audits sociaux réalisés par une société accréditée SA8000 ont été programmés en 2001. Toys'R'Us soutient la mise en œuvre de plans d'accompagnement chez des fournisseurs.

Carrefour²⁰ a développé une *Charte fournisseur* qui reprend les conventions fondamentales de l'OIT et qui s'applique à l'ensemble de ses produits. L'entreprise a élaboré son propre système de contrôle qui repose sur une double approche : Carrefour mandate des sociétés d'audit pour contrôler ses fournisseurs et leurs sous-traitants déclarés. Fin 2001, 160 rapports avaient été réalisés dans 7 pays, certains donnant lieu à des processus de correction s'étalant sur plusieurs mois. A ce contrôle s'ajoutent des contrôles inopinés réalisés par INFANS, organisation créée dans ce but par Carrefour en partenariat avec la Fédération internationale des droits de l'Homme. Carrefour projette de soumettre l'ensemble de ses approvisionnements internationaux à ce mécanisme de contrôle d'ici la fin 2003.

Colruyt - Dreamland s'est doté en 2002 d'une charte relative au travail des enfants et aux conditions de travail. Intéressante par son approche du travail des enfants (qui n'est cependant pas un problème central dans le secteur du jouet), cette charte ne mentionne pas la liberté syndicale. Colruyt annonce la publication régulière d'un bilan social joint à son rapport annuel.

Cora et Casino ont adopté une charte éthique pour la centrale d'achat Opera que les deux entreprises partagent. Cette charte couvre un ensemble assez complet de critères mais il n'y figure cependant aucune référence aux conventions de l'Organisation internationale du travail et le texte se limite au respect de la législation nationale en matière de liberté syndicale. Les acheteurs ont reçu une formation sur les droits de l'Homme. Ils disposent des rapports de sociétés d'audit et d'une grille d'évaluation synthétique permettant un aperçu de la situation sociale dans les sites de production visités. Les audits réalisés suivent le référentiel SA8000. Un programme d'audit important a été mis en place pour les jouets vendus à la Noël 2001.

Maxitoys fait partie du groupe néerlandais Blokker. Ce groupe a adopté un code de conduite sur base duquel a été lancé un premier programme d'audit en 2001. Les contrôles de quelque 150 sites de production de jouets en Asie sont réalisés par des sociétés d'audit accréditées par SA8000. Selon le directeur des achats en Belgique, chaque usine est visitée deux à trois fois par an.

~~Encadré sur deux pages en vis à vis~~
SA8000

En 1997, le Council on Economic Priorities²¹ publie la norme SA8000 sur le respect des droits des travailleurs. Il s'agit de l'aboutissement d'un travail mené en collaboration avec des représentants d'entreprises, une fédération syndicale internationale, des organisations de défense des droits de l'Homme et des experts issus du monde académique. La norme SA8000 se fonde sur les Conventions de l'Organisation internationale du travail, sur la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et sur d'autres Conventions des Nations unies. Elle s'applique a priori à tous les secteurs d'activités²², dans tous les pays.

Pour mener à bien la mise en œuvre de sa norme, CEP créera une agence d'accréditation, le CEPAA, rebaptisé en 2000, SAI (Social Accountability International). Le SAI accrédite des organismes d'audit. En juin 2002, ils étaient 9, dont le Bureau Veritas, Intertek Testing Services, SGS-ICS et TUV Rheinland Hong Kong Ltd. Tous ces organismes sont des sociétés commerciales.

La norme s'adresse aux entreprises de production et non aux distributeurs ou aux marques à la tête des filières de sous-traitance. C'est auprès d'un des organismes accrédités que l'entreprise candidate à la certification dépose sa demande, démontrant qu'elle respecte les législations locales et nationales et qu'elle est en mesure d'atteindre les standards inclus dans la norme. Après un premier contrôle, l'entreprise recevra éventuellement le statut de candidat à la certification SA8000. Elle pourra faire valoir ce statut auprès des « signataires SA8000 » (10 entreprises transnationales qui s'engagent à se fournir dans des unités de production certifiées SA8000, comme par exemple Toys'R'Us pour les jouets portant sa marque). Avant de faire effectuer l'audit, l'entreprise dispose d'un délai d'un an pour se conformer aux normes, mettre en place ou modifier des procédures et systèmes de gestion requis.

Endéans ce délai, l'audit de certification aura eu lieu, financé par l'entreprise de production qui veut obtenir la certification. Il sera réalisé par une équipe d'auditeurs locaux rassemblée par la société d'audit commerciale. Selon SAI, ces auditeurs locaux sont

spécialement formés à cet effet, parlent la langue des travailleurs et des directeurs, connaissent les lois locales et ont été préalablement conseillés par des ONG et des syndicats locaux. L'entreprise devra leur donner accès à tous ses registres et devra autoriser les auditeurs à s'entretenir avec les travailleurs. Un tel audit se conclura soit par l'octroi d'un certificat SA8000 soit par la définition d'un plan correctif dont la mise en œuvre pourra s'étendre sur deux autres années.

Le certificat SA8000 est valable pour 3 ans. Des audits de surveillance sont réalisés tous les 6 mois. En juin 2002, 133 entreprises détenaient un certificat SA8000 dont une trentaine installées en Chine.

Malgré l'interrogation que suscite le petit nombre d'entreprises signataires SA8000, le système de certification proposé par SAI semble bien convenir à une dynamique d'entreprise : il fait référence à des mécanismes connus des entreprises tels que le recours à des sociétés d'audit commerciales. Il utilise des incitants commerciaux (à travers les entreprises signataires).

Mais il est cependant l'objet de critiques acerbes, notamment de la part d'organisations chinoises rassemblées au sein de LARIC²³ (Labour Rights in China). Elles montrent du doigt le manque d'accès réel des travailleurs à des possibilités de recours et de plainte. Elles émettent de grandes réserves sur les capacités des auditeurs issus de sociétés commerciales à appréhender les problématiques sociales en milieu de travail et à traiter les matières relatives aux droits humains. Ils n'ont dans les faits que peu d'expérience et peu de contacts avec les organisations de travailleurs et les ONG. Cette position est étayée par le retrait en catastrophe par SAI, en 2001, d'une certification SA8000 accordée à une entreprise chinoise après avoir constaté que les auditeurs s'étaient fait bernier par la direction de l'entreprise.

La campagne internationale Vêtements Propres critique différents aspects de la SA8000²⁴. Elle met également en évidence le manque de participation des ONG et des syndicats aux niveaux décisionnels. Fondamentalement, elle critique la cible choisie pour la certification : l'entreprise de production plutôt que le distributeur ou la marque. Dans le système choisit par SAI, l'entière responsabilité repose sur l'entreprise de production généralement située dans un pays en développement. C'est elle seule qui aura la charge d'améliorer les conditions de travail et qui en même temps devra supporter le coût considérable de la certification. Même si SAI demande aux distributeurs de soutenir leurs fournisseurs dans ce cadre, le petit nombre d'entreprises signataires de la SA8000 montre à lui seul la faiblesse du mécanisme.

~~Fin de l'encadré~~

Quelle mise en œuvre, quel contrôle ?

Quels que soient les codes actuellement utilisés par les unités de production, les distributeurs, les marques ou les fédérations patronales sectorielles, ils pèchent trop souvent par une mise en œuvre et un contrôle inadéquats. « Les codes de conduite sont souvent affichés sur les murs des usines mais ils sont écrits en anglais. Et la plupart des travailleurs ne comprennent pas l'anglais » raconte par exemple une juriste liée à l'ONG Sisbikum, en Indonésie²⁵. Ce type de témoignage s'ajoute à de nombreux autres, recueillis entre autres par le Hong Kong Christian Industrial Committee. Lors de la visite de 6 usines

produisant pour Disney dans la province de Guangdong en l'an 2000, des travailleurs ont expliqué qu'on leur avait fait signer de fausses feuilles de paie, que plusieurs d'entre eux se voyaient attribuer deux cartes de pointage, une pour la semaine, l'autre pour le week-end, afin de masquer le fait que nombre de salariés travaillent sept jours sur sept, et enfin que les jeunes de moins de 16 ans avaient été priés de ne pas se présenter au travail le jour où les auditeurs devaient passer...²⁶

Six travailleurs licenciés d'une usine produisant pour McDonald's racontent encore d'autres pratiques²⁷ mises en œuvre par les directions de leurs usines comme par exemple souffler aux travailleurs les réponses aux questions de l'équipe d'inspection. « La direction nous a demandé de dire aux inspecteurs que ces derniers jours nous n'avons pas travaillé d'heures supplémentaires dans l'usine. Que nous travaillons huit heures par jour pour un salaire de 24 RMB. S'ils nous demandaient si nous devons payer pour les médicaments, nous devons répondre non. S'ils nous interrogeaient sur les installations et les loisirs mis à notre disposition, nous devons leur dire que nous avons une bibliothèque et qu'on peut voir une vidéo de temps en temps. Mais bien sûr qu'il n'y en a pas ! Le prix des médicaments est déduit de notre salaire et la bibliothèque n'est accessible qu'au personnel senior. »

Que fait Disney ?

Le code de conduite de Disney s'intègre dans un programme international (*International Labour Standards – ILS*) développé « dans le but de protéger les intérêts des travailleurs dans la fabrication de marchandises portant sa marque, tant par des détenteurs de licence, que par des fournisseurs directs de Disney, vendeurs ou fabricants. »²⁸. Bref toutes les marchandises, vêtements, peluches, figurines, cartes à jouer, gobelets, boîtes à tartines, ... qui portent la marque Disney (et qui ne sont pas des contre-façons...).

Un effort important

Le code de conduite de Disney, *Code for Manufacturers* (voir l'Annexe 2.), établit une liste de critères que les fabricants doivent s'engager à respecter. Il y est question de conditions de travail, d'interdiction du travail des enfants et du travail forcé, de compensations et de salaires, de durée du travail, de non-discrimination, des conditions de sécurité et d'hygiène, du droit d'association, de protection de l'environnement, du respect des lois, de dispositions pour le contrôle et pour la publication du code. Le code couvre l'ensemble des droits fondamentaux des travailleurs définis par l'Organisation internationale du travail, sans qu'il y soit fait aucune référence explicite. Il contient en outre une clause interdisant aux partenaires de production d'avoir recours à la sous-traitance sans l'autorisation expresse de Disney et sans accord du sous-traitant vis-à-vis du respect du code.

Le code de conduite de Disney n'a été modifié sensiblement qu'en 1997, pour se conformer à celui développé au sein du *White House Apparel Industry Partnership* (voir l'Annexe 1.). Mais Disney ne participe pas à *Fair Labor Association*, l'initiative qui a pris le relais de ce partenariat américain.

Le code de conduite de Disney est traduit en 50 langues. Selon la société, il a été diffusé auprès de dizaines de milliers de fournisseurs et de détenteurs de licence. Tous les nouveaux détenteurs de licence et vendeurs sont tenus de signer une déclaration qui les engage à respecter le code.

Le programme ILS comporte plusieurs volets.

Des démarches d'éducation et de formation permettent aux employés de Disney, aux détenteurs de licence, aux vendeurs et aux directeurs d'usines de prendre connaissance du code, du programme et de ses objectifs. Disney encourage les échanges de bonnes pratiques entre ces acteurs. Selon la société, des milliers de sessions de formation ont ainsi été réalisées, à travers le monde depuis 1997.

Dès 1997, Disney a entrepris de contrôler le respect de son code. Il a d'abord eu recours uniquement à des sociétés d'audit commerciales auxquelles sont venus s'adjoindre en 1998 des contrôleurs maison. Une équipe est active en Chine. Selon la société, plus de 25.000 audits d'usines ont été réalisés dans plus de 50 pays. Chaque détenteur de licence comme chaque vendeur doit fournir à Disney la liste complète de ses sous-traitants. Chacun d'entre eux doit être approuvé par Disney, après contrôle. Chacun de ces contrôles comporte une inspection du site et des conditions de travail, l'examen des registres de salaires et des interviews privées avec des travailleurs. En complément de ce travail ponctuel, Disney a développé une base de données couvrant plus de 30.000 usines, 5.000 détenteurs de licence et vendeurs.

Lorsque les informations dont dispose Disney montrent qu'un de ses partenaires de production ne respecte pas son code de conduite, un plan de remédiation lui est proposé. Si le partenaire ne désire pas mettre ce plan en œuvre ou échoue dans sa concrétisation, Disney ne lui permet plus de produire pour sa marque.

Une gestion du risque

On le voit, Disney a investi des moyens importants dans le programme ILS (plusieurs dizaines de millions de dollars depuis 1996) qui est suivi de près par un comité réunissant des directeurs de haut niveau. Au côté de cette prise en compte de sa responsabilité sociale, sans doute doit-on voir dans cet investissement un souci de gestion des risques : pas question de mettre l'empire en péril en négligeant ce terrain actuellement très sensible auprès du public et qui, somme toute, ne représente que 10% du chiffre d'affaires de Disney. Selon un ancien employé de la société, Michael Eisner aurait ainsi déclaré que, si un jour, l'image de Disney devait être mise en péril par des problèmes liés aux conditions de production des produits dérivés, il n'hésiterait pas à supprimer cette division. "Le connaissant, il en est capable.", ajoutait-il. La pression est forte. Et le faux pas peut coûter cher à cette société gardienne des valeurs middle class américaines. Des valeurs qui se reflètent dans l'autosatisfaction affichée par Disney en matière de code de conduite : Tout en participant à des échanges de bonnes pratiques et en observant l'évolution d'autres initiatives de multiples parties prenantes, Disney estime qu'elles n'apportent actuellement pas de plus-value au travail d'ores et déjà réalisé en interne.

Des zones d'ombre

Selon les informations de la compagnie, on l'a vu, l'amplitude des efforts est considérable. La transparence de l'information manque cependant pour juger de leur profondeur. Par exemple, peu d'information transpire sur les démarches de formation et d'éducation. Se limitent-elles à informer de l'existence du code de conduite ou permettent-elles de développer des systèmes de gestion qui fixent une attention continue à l'amélioration des conditions de travail dans les usines ?

Selon Marc Spears, directeur du programme²⁹, Disney a volontairement diminué le nombre de ses détenteurs de licence pour permettre leur meilleur suivi. Il est clair aussi que cela

correspond à une stratégie actuelle générale du secteur, cherchant à s'allier avec des partenaires d'envergure, comme Carrefour par exemple, qui gèrent eux-mêmes leurs filières d'approvisionnement.

Depuis 2000, Disney a lancé un partenariat autour du monitoring avec un groupe d'organisations religieuses et d'actionnaires socialement responsables (voir le chapitre VII). Ce partenariat vise à mettre en place un système de vérification, un regard extérieur « objectif et indépendant » sur les activités de contrôle de la compagnie. Il s'agit aussi d'évaluer quel rôle pourraient jouer les ONG dans ce programme.

De la théorie à la pratique

Selon un ancien employé de la société Disney, la machine est bien rôdée : « Chaque licencié doit donner un listing complet de ses sous traitants et leur faire signer le code ILS. Chaque sous-traitant est encodé dans une base de données et subit des contrôles. Ces contrôles génèrent des rapports et si au troisième audit, les conditions de travail ne sont pas conformes, ce sous-traitant ne peut plus être utilisé. En théorie, cela marche ; et le travail généré par ce programme est colossal. Mais selon ce que m'ont raconté des détenteurs de licence autour d'un verre, il faut nuancer la réalité concrète de ce programme. »

Cet ancien employé n'hésite pas à pointer du doigt la corruption qui pervertit certaines relations entre les sociétés locales, payées par Disney pour réaliser les audits, et les détenteurs de licence ou les sous-traitants soumis au contrôle... Contre rétribution, des inspecteurs locaux maquillent leurs rapports, d'autres avertissent l'usine de la venue de contrôleurs, permettant de préparer les travailleurs à l'interview, d'organiser les registres ou de passer un bon coup de balai dans les ateliers.

De plus en plus souvent, les sous-traitants sont enregistrés à Taïwan ou à Hong Kong. Mais ces entreprises sous-contractent elles-mêmes à de plus petites sociétés et ainsi de suite. Ainsi se perdent les traces et avec elles les possibilités de contrôle. Il est tout à fait imaginable que des ateliers soient maintenus « propres » aux seules fins de contrôle, mais n'assurent en fait pas la totalité des productions. Le système d'octroi de licences facilite les abus puisqu'il implique une délégation importante. Il est par exemple possible que des usines qui auraient été éliminées au bout du processus de contrôle, continuent à fabriquer des produits Disney sans que cela apparaisse ni dans les listes des fournisseurs du détenteur de licence, ni dans ses rapports comptables.

« Cut and Run », rumeur ou réalité ?

Disney a été montré du doigt à l'occasion de plusieurs campagnes pour répondre aux organisations dévoilant des violations de son code par des fournisseurs ou détenteurs de licence, en rompant immédiatement toute relation d'affaires avec le partenaire désigné. Marc Spears nie ce comportement. « Il est vrai que si un processus de remédiation échoue, nous mettons fin à des partenariats d'affaires. Mais, sauf en cas de violations particulièrement graves, nous laissons toujours une chance à la mise en œuvre de mesures de correction. »

Quoi qu'il en soit, la crainte est bien réelle, amenant par exemple le HKCIC, au grand regret de Disney, à ne plus divulguer le nom des usines sujettes de leurs enquêtes sur les conditions de travail.

Et les travailleurs, et les syndicats ?

Les difficultés de mise en œuvre que rencontre Disney dans la pratique ne seraient-elles pas en partie contournées en impliquant les travailleurs et, quand c'est possible, leurs organisations représentatives ? Il y a fort à parier que Disney se pose ce type de questions. Mais jusqu'à aujourd'hui, les démarches d'éducation et de formation ne s'adressent pas aux travailleurs des unités de production. A notre connaissance, aucun système de plainte n'est mis en œuvre à l'initiative de Disney.

L'attitude peu ouverte aux syndicats n'étonne pas de la part de la compagnie Disney. Mais pourra-t-elle encore longtemps poursuivre ses efforts pour le respect des droits des travailleurs sans impliquer dans la démarche les premiers concernés ? Quant aux syndicats ? « Peut-être dans le futur » dit Marc Spears, sans plus de commentaires.

4. Pour ne pas devenir le jouet des codes de conduite

« Il n'y a que deux façons de protéger les droits des travailleurs, introduit Dwight Justice de la Confédération internationale des syndicats libres, de bonnes lois correctement mises en œuvre et une bonne organisation des travailleurs. La pertinence des codes doit s'évaluer en fonction de cela : permettent-ils de promouvoir le respect des législations nationales et la promotion de normes internationales liées aux droits des travailleurs ? »³⁰ May Wong, coordinatrice de la campagne Jouet à Hong Kong, précise : « Dans les pays de production asiatiques, la priorité est de mobiliser les travailleurs pour qu'ils défendent leurs droits et en premier lieu le droit de s'associer librement. Car alors, ils peuvent négocier collectivement avec leur employeur en déterminant eux-mêmes leurs priorités. Mais la plupart des travailleurs ne connaissent pas la législation nationale, et encore moins les codes de conduite. »³¹

D'où l'importance de l'éducation des travailleurs. « Education et non formation, souligne Celia Mather de l'ONG britannique Women working worldwide, car l'objectif de cette éducation est de leur permettre de tirer leurs propres conclusions. »³² « Les travailleurs doivent être dans une position où leur bagage d'information à propos des codes de conduite leur permet de décider s'ils peuvent se les approprier comme un outil pour améliorer leurs droits ou si cela signifierait un recul, tenant compte de leur situation. » renchérit Ineke Zeldenrust de la campagne internationale Vêtements Propres.³³

L'expérience du Mouvement de femmes Maria Elena Cuadra (MEC) au Nicaragua est particulièrement intéressante de ce point de vue. Josefa Rivera du MEC raconte : « Mon mouvement mène campagne pour les droits des travailleurs dans les maquilas, les zones franches d'exportation. Les travailleurs, et surtout les travailleuses, y font face à de nombreuses violations de leurs droits sans pour autant obtenir un soutien adéquat de la part des syndicats. Nous avons décidé de créer notre propre mouvement. Des campagnes du Nord nous ont soutenus. Elles nous ont demandé comment nous aider et les travailleuses ont répondu : « Nous ne voulons pas de boycott. Nous voulons que les entreprises restent au Nicaragua ». MEC a alors lancé sa propre campagne. « 30.000 travailleurs et membres des communautés ont signé notre appel pour le 'Travail dans la dignité'. La campagne a permis de développer un travail d'éducation des travailleuses. Cela les a conduit à rédiger leur propre code de conduite. Plus tard, elles l'ont présenté au Ministère du Travail et elles ont réussi à doter le code d'un statut légal en tant que Résolution ministérielle. Par la suite, 20 employeurs ont signé le texte. Leur démarche a contribué à initier une réforme du statut légal des zones franches d'exportation. »

« Ces résultats ont donné confiance aux travailleuses. Ils les ont incitées à revendiquer le respect de leurs droits. Car les violations ne se sont pas arrêtées. Des femmes sont toujours renvoyées lorsqu'elles sont enceintes. Des syndicalistes sont encore licenciés. Nous poursuivons donc nos efforts de campagne et d'organisation des travailleuses. Nos relations avec les syndicats se sont améliorées. Parmi les 18.500 travailleurs de la zone franche, 5.000 participent à des projets d'éducation des travailleurs. 200 femmes ont été spécialement formées sur le Code du travail et les droits des travailleurs. Elles distribuent aux travailleurs des brochures pour les informer de leurs droits. Une enquête auprès de 2.500 travailleuses a décelé le besoin d'information sur la sécurité et l'hygiène. 150 femmes ont été formées. Nous diffusons depuis du matériel d'information sur ces sujets, avec un préservatif gratuit. »

Les codes « maison » ?

« Des années d'expérience avec les codes de conduite adoptés unilatéralement par des entreprises ont montré que les gains que les travailleurs pouvaient en tirer ne représentent que des gouttes d'eau dans l'océan. »³⁴ déclarent les représentants de 35 organisations de travailleurs d'Asie réunis à Bangkok. « Les conditions de travail se sont améliorées un peu, constate Chan Ka Wai, directeur du HKCIC. Mais nous pensons que nous ne pouvons par cette voie obtenir que de faibles changements : l'amélioration des dortoirs, des repas, la mise à disposition d'équipements sportifs. »³⁵ May Wong est encore plus radicale : « De mon point de vue, les codes de conduite ne sont qu'une réponse cosmétique donnée par les sociétés transnationales : elles ont mis en place des codes contrôlés par elles-mêmes pour ne pas devoir reconnaître le droit des travailleurs à effectuer le contrôle de leurs conditions de travail. »³⁶

De fait, « Les codes peuvent avoir un impact négatif s'ils ont pour vocation de se substituer au processus de négociation collective. Par contre, si les codes 'maison' reconnaissent le droit des travailleurs de former des syndicats et de négocier collectivement, et s'il est clair pour chaque partie qu'ils ne constituent pas une solution aux problèmes des travailleurs, alors ils ne représentent pas un danger. Dans des pays comme l'Indonésie [en 1998], où un gouvernement répressif rend impossible l'expérimentation par les travailleurs des mécanismes de négociation ou de la législation du travail, les travailleurs pourraient utiliser les codes pour revendiquer leurs droits, particulièrement celui de s'organiser. »³⁷ Et selon Dwight Justice, « Il est préférable que les codes 'maison' se limitent à des standards minimaux sans sophistication. Les précisions doivent être définies à travers un processus de négociation entre les travailleurs et leurs employeurs – ce qui est un droit fondamental. Le danger existe que les codes de conduite se substituent aux syndicats quand ils sont intégrés à une politique de gestion des ressources humaines d'une entreprise qui tend à s'associer à des ONG dans le but d'éviter les syndicats [...] Mais qui représente les travailleurs ? Pour la CISL, seuls des syndicats représentatifs et démocratiquement contrôlés par les travailleurs ont cette légitimité. »³⁸

Les codes ne peuvent pas non plus se substituer à une législation nationale du travail. Ils ne concernent par définition que les travailleurs occupés dans l'industrie d'exportation. Alors que la loi nationale couvre l'ensemble des travailleurs y compris ceux qui approvisionnent le marché local. Mais les lois nationales ont une portée ... nationale. Les codes de conduite ont eux une portée transnationale dans la mesure où ils s'appliquent à l'ensemble des travailleurs des filières d'approvisionnement d'une entreprise. Cela peut éventuellement freiner des délocalisations qui seraient uniquement liées à l'évaluation des avantages procurés par les lois du travail nationales.

Et le code Vêtements Propres ?

Les propos deviennent plus nuancés lorsqu'il s'agit de codes aux multiples parties prenantes tels que celui de la campagne Vêtements Propres. Ce type de code, initié dans le cadre de campagnes « peuvent aussi être utilisés comme des outils effectifs de notre lutte pour de meilleures conditions de travail, plus sûres et plus adéquates pour les travailleurs et leurs communautés. [...] Mais ils ne seront jamais qu'un instrument parmi d'autres. Ils peuvent s'avérer utiles à la condition d'inclure les Conventions de base de l'Organisation internationale du travail, d'autres éléments concernant la sécurité et l'hygiène du travail, la référence à un salaire minimum vital, la sécurité d'emploi, une durée de temps de travail raisonnable, et un système de contrôle et de vérification qui implique des travailleurs, des syndicats et des organisations de travailleurs. »³⁹

Quel contrôle ?

« Le contrôle indépendant réalisé par des sociétés d'audit, ça ne peut pas fonctionner, soutient Chan Ka Wai. Avec quelle fréquence les contrôleurs peuvent-ils inspecter une usine ? Le coût en est tellement élevé que seules les entreprises peuvent le payer. »⁴⁰

Pour tous, la participation des travailleurs au contrôle est un facteur-clé. « Sur base de notre expérience de travail sur le terrain, il y a un préalable important et non négociable pour la lutte des travailleurs et les campagnes de sensibilisation, affirment les participants au séminaire de Bangkok. Avant qu'un code puisse être utilisé à l'avantage des travailleurs, ceux-ci doivent s'organiser en un syndicat. »⁴¹

Pour les organisations chinoises, pays où les travailleurs ne peuvent pas former de syndicat libre, ce préalable ne peut pas être rencontré. Les codes de conduite ne sont alors utiles, d'après Chan Ka Wai, que s'ils donnent aux travailleurs l'accès à un pouvoir de revendication et de négociation. « La seule façon d'obtenir cela, c'est que le contrôle soit réalisé par les travailleurs, dit Chan Ka Wai. Il ne suffit pas que les travailleurs soient interrogés, ils doivent pouvoir mener eux-mêmes les recherches et les interviews et rédiger le rapport. Les codes de conduite pourront alors être utilisés pour renforcer l'éducation des travailleurs et, à plus long terme, l'organisation des travailleurs. Le contrôle n'est pas une fin en soi mais un moyen. »⁴²

5. Jeu de hasard ou enjeu de société ?

Les points de vue sur les codes de conduite sont contrastés. Certains affirment qu'ils ne sont pas appropriés voire même qu'ils constituent une faiblesse pour le respect des droits des travailleurs. Pour d'autres, il s'agit d'un des plus importants outils de campagne, stratégiquement utile pour créer des espaces de dialogue, pour sensibiliser le public, faire connaître les droits des travailleurs et exercer une pression sur les entreprises.

Les organisations d'Asie, d'Amérique latine et d'Europe impliquées dans la campagne Vêtements Propres⁴³ sont cependant d'accord pour affirmer que les codes de conduite peuvent constituer un bon outil, à la condition de tenir compte de plusieurs éléments. Ils doivent inclure les Conventions fondamentales de l'OIT. Ils doivent prévoir un système de contrôle et de vérification qui implique les travailleurs, les organisations de travailleurs et les syndicats du Sud.

Les codes de conduite peuvent également s'avérer utiles s'ils sont considérés comme un outil de renforcement des travailleurs et s'ils sont mis en œuvre dans des pays où l'espace démocratique permet à des organisations sociales indépendantes de participer au mécanisme.

Mais les codes comportent aussi des risques. Les contrôles réalisés par les entreprises ne pénètrent généralement pas les filières d'approvisionnement au-delà du premier niveau de sous-traitance, laissant par conséquent de nombreuses zones d'ombre et de violations potentielles du code vis-à-vis de travailleurs déjà précarisés. Par ailleurs, ce sont souvent les travailleurs et non l'entreprise qui paient le prix de la certification. (Un inspecteur sera sans doute satisfait que la durée du travail dans une usine soit passée de 12 heures à 8 heures par jour, sans pour autant tenir compte que les travailleurs sont contraints de produire tout autant qu'avant en moins de temps.)

Enfin, si des campagnes comme la campagne Vêtements Propres s'investissent pour développer des systèmes de contrôle et de mise en œuvre qui répondent à ses objectifs, elles doivent le faire dans la perspective d'enranger et de mettre cette expérience à disposition d'autres acteurs et de se concentrer sur les mécanismes de renforcement des travailleurs et de vigilance vis-à-vis des pratiques des entreprises.

¹ Vieux comme David Ricardo - 1772-1823 - économiste britannique auteur de la théorie des avantages comparatifs.

² Conférence des Nations unies pour le commerce et le développement.

³ P. UTTING, *Regulating business via multistakeholder initiatives : a preliminary assessment*, Institut de Recherche des Nations Unies pour le Développement Social, 2001.

⁴ L'annexe 1. en propose une présentation et une comparaison.

⁵ Organisation de Coopération et de Développement Economiques.

⁶ OCDE, *Les codes de conduite des entreprises - étude approfondie de leur contenu*, réf.

TD/TC/WP(99)56/FINAL, 9 juin 2000.

⁷ Ibidem, p.22.

⁸ Ibidem, p.15.

⁹ Ibidem, p.16.

¹⁰ Les conventions fondamentales de l'OIT concernent la liberté syndicale, le droit de négociation collective, l'interdiction du travail des enfants, l'interdiction du travail forcé, l'interdiction de discriminations.

¹¹ Cette dimension du code de conduite Vêtements Propres lui donne une valeur contractuelle légale.

¹² Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (Centre de recherche sur les sociétés transnationales), Amsterdam.

¹³ SOMO, CLEAN CLOTHES CAMPAIGN, Du code à son application : Cinq exemples européens concrets d'expérience en contrôle et vérification dans l'industrie du vêtement, Rapport du colloque organisé par SOMO et la Clean Clothes Campaign, le 3 octobre 2001 Bruxelles. (www.somo.nl/monitoring).

¹⁴ Voir encadré.

¹⁵ International Council of Toy Industry.

¹⁶ <http://www.toy-icti.org/publications/bizpractice.htm>.

¹⁷ voir en Annexe 2, Le code de conduite de The Walt Disney Company.

¹⁸ Suite à la dénonciation de violations de son code de conduite, Disney a plusieurs fois réagi en coupant ses relations commerciales avec l'usine désignée. Il en va par exemple ainsi pour la Guo Nian Factory en Chine (cas documenté par le HKCIC) ou pour l'usine Shah Makhdum au Bangladesh (cas documenté par le National Labor Committee).

¹⁹ Il s'agissait du groupe City Toys opérant à Shenzhen, en Chine. Source : HKCIC, décembre 2001.

²⁰ Pour la mise à jour annuelle de ce profil d'entreprise et sur le profil d'autres distributeurs de jouets de France, consultez www.ethique-sur-etiquette.org.

²¹ CEP, un institut de recherche sur la responsabilité sociale des entreprises né à la fin des années 1960 et basé aux Etats-Unis.

²² Une adaptation de la norme SA8000 est en cours pour couvrir les secteurs agricoles.

²³ LARIC, *No illusions : against the global cosmetic SA8000* » by Labour Rights in China (LARIC), Asia Monitor resource Center, China Labour Bulletin, HK Christian Industrial Committee, HK Confederation of Trade Unions, juin 1999.

²⁴ I. WICK, *Workers' tool or PR ploy ? A guide to codes of international labour practice*, Sudwind, Allemagne, 2001.

²⁵ Lely Jusnita Marpaung, juriste à Bogor.

²⁶ « Jouets, l'envers du décor », *Alternatives économiques* n°197, novembre 2001, Paris, p. 46.

²⁷ McDonalds' toys : do they manufacture fun or more exploitation ? Follow up report, par Hong Kong Christian Industrial Committee, 31 août 2000.

²⁸ The Walt Disney Company, International Labor Standards, www.disney.go.com/corporate/compliance/index.html.

²⁹ Conversation téléphonique, le 16 août 2002.

³⁰ *Report on seminar 'Workers' Education and Information on Codes of Conduct'*, IRENE - Clean Clothes Campaign Seminar, Mulheim an der Ruhr, Allemagne, 13-15 décembre 1999.

³¹ May Wong, Asia Monitor Resource Center, interviewée par Isabelle Delforge à Bangkok, le 21 mai 2002.

³² *Report on seminar Workers' Education and Information on Codes of Conduct*, op. cit.

³³ Ibidem.

³⁴ Extrait de la déclaration de clôture du séminaire *Report on Codes of Conduct in the Garment and Textile Industry* - 26-30 novembre 2001, Bangkok, Thailand, qui regroupait 35 représentants d'ONG et de syndicats d'Asie.

³⁵ Chan Ka Wai, directeur du HKCIC, interviewé par Isabelle Delforge, Bangkok, le 8 mai 2002.

³⁶ May Wong, op. cit.

³⁷ *Report of the seminar Involving workers in the debate on company codes : Women working Worldwide's education and consultation project*, Women working worldwide, Sri Lanka, décembre 1998

³⁸ *Report on seminar Workers' Education and Information on Codes of Conduct*, op. cit.

³⁹ Chan Ka Wai, op. cit.

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Extrait de la déclaration de clôture du séminaire, op. cit.

⁴² Chan Ka Wai, op. cit.

⁴³ Rapport de 'Clean Clothes international meeting', Barcelone, 2001.

VI. En Indonésie, l'émergence de syndicats libres

Samedi après-midi. Jour de repos en Indonésie. De longues heures de travail hebdomadaire derrière elles, dix travailleuses sont en pleine discussion dans le bureau local de leur fédération syndicale. Elles font le point sur le conflit social qui a divisé les travailleurs et la direction de leur usine durant quelques semaines. Toutes paraissent sereines et déterminées. Pourtant, leur situation est loin d'être simple. Quatre d'entre elles sont poursuivies en justice et risquent de 3 à 9 ans de prison.

Leur syndicat (SPG) regroupe 114 travailleurs de l'usine sur un total de 1750 environ. Il est petit mais il dérange les vieilles habitudes de négociation et de compromis tissées entre la direction et le SPTSK, la branche textile du SPSI, ancien syndicat unique inféodé à la dictature de Suharto. L'année passée déjà, quelques collègues qui rassemblaient les travailleurs autour de leur nouveau syndicat ont été licenciées. Et lorsqu'un arrêt de travail a éclaté spontanément dans le département de production de l'usine en février 2002, réunissant 1600 travailleurs, la direction a immédiatement inscrit les délégués du SPG dans sa ligne de mire. Pourtant, « Ce n'est pas le SPG qui a lancé le mot d'ordre d'arrêt de travail, affirme une des déléguées, ce sont les travailleurs eux-mêmes ». Ils exigeaient que la direction se conforme à la nouvelle loi sur le salaire minimum et augmente par conséquent les salaires à partir de janvier. La direction refuse de consulter le SPG. Jour après jour, elle multiplie les promesses mais n'applique pas les accords passés avec le SPTSK. Les salaires ne sont toujours pas revus à la hausse, les arriérés ne sont pas payés.

Le mécontentement des travailleurs s'accroît. Ils étendent progressivement le champ de leurs revendications légitimes, exigeant par exemple le respect des 12 jours de congé annuel. Ils refusent le compromis du Ministère du travail. Ce n'est que lorsque la direction accepte enfin d'entrer en discussion avec le SPG que les travailleurs reprendront le travail. Pour le SPG et ses délégués, c'est évidemment une victoire. Mais la direction ne l'entend pas de cette oreille : les actes d'intimidation se multiplient jusqu'à cette plainte déposée devant la justice.

Les 10 déléguées présentes cet après-midi dans le bureau du syndicat sont conscientes de la charge qui pèse sur leurs épaules. Elles ont gagné la confiance des travailleurs. Elles ne peuvent pas les décevoir. Mais elles se sentent en même temps terriblement démunies. Quels sont les droits des travailleurs ? Que dit la loi du travail ? Comment négocier avec la direction un accord collectif ? « Le SPTSK n'aidait pas les travailleurs. Aucune formation ne leur était donnée. Ici, nous pouvons discuter de la meilleure stratégie à adopter. Et nous nous formons ensemble. »

1. De Suharto au FMI, quel espace pour l'action syndicale ?

Depuis 1997, l'Indonésie est en pleine refonte économique, politique et institutionnelle. Basant en grande partie son développement sur l'essor des activités orientées vers l'exportation, elle a été heurtée de plein fouet par la crise financière et économique qui a secoué l'Asie à partir de 1997. Elle vit aussi une importante période de transition démocratique initiée par la chute du dictateur Suharto en mai 1998. En pleine crise économique, 15.000 emplois disparaissaient ... chaque jour.¹

Alors qu'elle cherchait à reprendre son souffle, l'Indonésie a vu tomber sur elle les décombres du 11 septembre 2001 : nombre d'intérêts économiques et commerciaux en provenance des Etats-Unis ont alors fui le pays.

Durant les 32 années du régime Suharto, les travailleurs indonésiens n'ont pas eu le droit de former des organisations indépendantes. Un seul syndicat était reconnu, le SPSI (Serikat Pekerja Seluruh Indonesia - Syndicat Indonésien), créé et contrôlé par l'État pour soutenir le régime du général Suharto et de son parti, le GOLKAR. Le SPSI n'était pas un véritable syndicat. Il n'avait nullement la vocation de défendre les droits des travailleurs ni d'accroître leur capacité de négociation dans leurs revendications sociales.

Sous Suharto, le SBSI (Serikat Buruh Sejahtera Indonesia - Syndicat indonésien pour la prospérité), principal syndicat indépendant, est déclaré illégal et interdit. Des militants syndicaux, dont Muchtar Pakpahan² et Dita Ina Sari³, sont emprisonnés pour activités criminelles. Les conflits sociaux sont réprimés par l'armée. Le SBSI opte pour l'action clandestine.

«A cette époque, raconte Rekson⁴, aujourd'hui vice-président du SBSI, créer des syndicats était impossible, le moment historique ne le permettait pas. Il fallait provoquer l'Histoire. Nous avons décidé de créer notre propre syndicat. C'était très dangereux. Les militaires étaient nos pires ennemis. Beaucoup de nos compagnons furent tués ou jetés en prison. Tenir le coup nous paraissait impossible.

Nous avons pourtant continué en développant deux stratégies. La première consistait à mettre sur pied un syndicat doté d'une structure minimale pour le rendre moins vulnérable à la répression. La seconde était d'initier une pression internationale de la part des syndicats qui nous soutenaient de l'étranger.

Notre travail de contact et d'information des travailleurs se déroulait la plupart du temps dans la clandestinité. Il n'y avait alors aucune considération des employeurs pour les conditions de sécurité et d'hygiène, pas de salaire minimum légal, pas de négociations possibles. On nous traitait de communistes. Nous disions aux travailleurs qu'ils devaient choisir entre leurs droits et leurs salaires. 'Ceux qui préfèrent mourir plutôt que de perdre leurs droits peuvent rester avec nous.' Et quelques-uns sont restés... »

Après la chute de Suharto, c'est le président Habibie qui assure la transition vers un régime démocratique. Il organise des élections parlementaires libres conduisant à la nomination d'un nouveau président en octobre 1999, Abdurrahman Wahid, remplacé en 2001 par Megawati Sukarnoputri. Durant sa présidence, Habibie ratifie une série de conventions internationales dont la Convention 87 de l'Organisation internationale du travail relative à la liberté syndicale. Le SPSI se maintient en place mais il se divisera en deux organisations (SPSI Statusquo et SPSI Reformasi). Le SBSI sort de la clandestinité. D'autres syndicats émergent rapidement, émanant de mouvements sociaux, développés par des organisations de soutien aux travailleurs, comme SISBIKUM, ou créés par des partis politiques.

D'abord unis par un objectif commun - mettre fin à la dictature – les mouvements sociaux et les organisations de travailleurs vont se diviser à la recherche de nouvelles stratégies. A tel point qu'en 2002, 60 fédérations syndicales coexistent au niveau national. Mais à peine 10 d'entre elles représentent des syndicats actifs sur des lieux de travail. A ces centres nationaux, viennent encore s'ajouter des syndicats régionaux qui ne sont pas enregistrés comme tels mais uniquement comme syndicats d'usine.

Beaucoup de ces syndicats concentrent leur attention sur les travailleurs salariés de l'industrie, du secteur minier et de l'hôtellerie, trois secteurs caractérisés par la présence de sociétés employant un grand nombre de travailleurs salariés et leur dépendance vis-à-vis de l'exportation. L'agriculture, l'exploitation forestière, les autres services et le secteur informel (pourvoyeur à lui seul de 46% des emplois urbains en 1999⁵) restent en grande

partie à l'écart de l'activité syndicale ; sans compter les 24 à 50 millions de personnes en recherche d'emploi⁶, sur les 102 millions d'Indonésiens en âge de travailler.

2. Travailler ne vous préserve pas de la pauvreté

En 1998, le nombre de pauvres augmente de 20% en Indonésie, mais contrairement à la Thaïlande ou à la Corée, touchées elles aussi par la crise, la majorité de ceux qui sont passés cette année-là sous le seuil de pauvreté ne sont pas ceux qui ont perdu leur emploi. En Indonésie, plus de 70% des nouveaux pauvres de 1998 sont des travailleurs dont le salaire a perdu une grande partie de sa valeur à cause de l'inflation liée à la crise.⁷

Rien d'étonnant par conséquent à ce que l'augmentation du salaire minimum légal soit un des points de convergence de l'action des syndicats. Loin de demander la lune, il s'agit dans un premier temps, de retrouver un pouvoir d'achat équivalent à celui connu avant la crise économique. Cela se traduit en 2000, 2001 et 2002 par des augmentations significatives du salaire minimum légal (de l'ordre de 30% par an en 2001 et 2002 dans certaines provinces dont Jakarta, Tangerang, Bekasi et Bogor qui concentrent une partie importante des activités industrielles à forte intensité de main-d'œuvre). En 2002, le salaire minimum légal à Jakarta a ainsi atteint 591.000 Roupies par mois, soit un peu moins de 60 US\$⁸.

Ces augmentations, issues pourtant de négociations entre représentants syndicaux, patronaux et provinciaux, suscitent le tolé de la part d'employeurs et des menaces de retrait de la part d'investisseurs étrangers. Les syndicats, quant à eux, tiennent fermement leur position. « Les entreprises étrangères ne quittent pas l'Indonésie à cause des salaires, affirme Muchtar Pakpahan. En dollars, le coût de la main-d'œuvre indonésienne n'est aujourd'hui pas plus élevé qu'avant la crise. Il reste très compétitif comparé aux pays voisins. Non, ce qui fait fuir les entreprises, c'est l'incertitude, la corruption et le manque de respect des lois par ceux dont c'est la charge. »⁹ On le voit, les syndicats ont aussi d'autres chats à fouetter.

~~Encadré~~

Les codes de conduite et le syndicalisme émergent

Lely est juriste, elle travaille au sein de SISBIKUM, une ONG indonésienne proche des syndicats. Elle est là principalement pour aider les travailleuses à conclure des conventions de travail avec leur employeur. Les codes de conduite ? Oui, les travailleurs lui posent parfois des questions à propos de ces textes affichés en anglais sur les murs de l'atelier. Pour Lely, ils peuvent être utiles parce qu'ils procurent un outil de pression supplémentaire sur les compagnies à l'étranger et sur les entreprises en Indonésie.

Les travailleuses de PT Karma sont en pleine découverte de l'action syndicale. Pour elles, « Les codes de conduite n'amènent que de faibles changements. Ce que nous voulons, c'est la possibilité de négocier collectivement des accords avec la direction afin de définir les droits et les devoirs de la direction et des travailleurs. » Elles disent cependant que « le processus de contrôle qui a eu lieu récemment dans l'usine a permis une première rencontre entre notre syndicat et la direction. »

Emilia, dirigeante du syndicat ABGTEX a une plus longue expérience avec les codes de conduite. Elle explique que « Chercher un support international n'est pas la première

action à laquelle on pense en cas de conflit. Nous misons d'abord sur notre capacité à négocier collectivement et sur le recours à des lois nationales.

Il y a quelques temps, pourtant, nous faisons face à une situation totalement bloquée. Ça se passait dans une usine produisant pour GAP et Marks & Spencer. Je me suis rendue, code de conduite sous le bras, dans les bureaux de GAP, à Jakarta. Je leur ai dit que leur code n'était pas respecté et que si GAP ne faisait pas les démarches nécessaires pour le mettre en œuvre, j'en informerais mes contacts internationaux. Le représentant a fait mine de ne pas attacher d'importance à cela. Mais GAP a quand même fait pression sur la direction de l'usine et a obtenu des résultats. La situation s'est débloquée un temps, mais trois mois plus tard, la direction a recommencé à nous intimider, forçant les travailleuses du syndicat à réaliser des heures supplémentaires tous les soirs.

Nous avons alors voulu faire la même démarche vis-à-vis de Marks & Spencer. Comme la société n'a pas de bureau en Indonésie, j'ai demandé à une organisation britannique d'agir pour nous. Marks & Spencer a répondu ne pouvoir rien y faire. Mais la société a stoppé toute commande à l'usine.

J'ai rencontré par la suite une représentante de Marks & Spencer de passage à Jakarta. Elle m'a conseillé de la contacter directement la prochaine fois si je découvrais que le code de l'entreprise n'était pas respecté dans une usine. Comme ce n'est pas toujours facile de décerner pour quels clients travaille une usine, je lui ai alors demandé de me fournir la liste des entreprises qui produisent pour Marks & Spencer en Indonésie. « Mais c'est un secret ! », m'a-t-elle répondu. Par la suite, elle m'écoutait attentivement alors que je lui parlais des très mauvaises conditions de travail dans une usine qui produit pour Marks & Spencer à Jakarta. Elle voulait évidemment en connaître le nom. Et je lui ai répondu « Oh non, c'est un secret ».

~~Fin de l'encadré~~

3. Une nouvelle loi criminalise l'action syndicale

Depuis la ratification de la convention 87 de l'OIT, les travailleurs indonésiens jouissent d'une liberté effective de s'associer en syndicats libres. Cependant, les intimidations, les discriminations et les menaces restent dans bien des cas inhérents à l'activité syndicale. Même si le dictateur n'est plus au pouvoir, les collusions d'intérêts entre dirigeants politiques, propriétaires, militaires et tenants du syndicalisme jaune¹⁰ sont toujours bien vivantes. Dans beaucoup d'entreprises, la cotisation au syndicat SPSI est toujours prélevée automatiquement du salaire de chaque travailleur. Si aujourd'hui l'armée hésite à réprimer un mouvement social, c'est à des hommes de main parfois retraités des services d'ordre ou formés par des policiers ou des militaires que des propriétaires d'usines font appel pour « restaurer le calme » dans leurs entreprises.

~~Encadré~~

Séquestrée dans un cachot

Dans l'usine PT Dada, produisant entre autres pour Disney, WRC¹¹ a mis récemment en évidence des pratiques répressives à l'égard de travailleurs cherchant à s'organiser en un syndicat différent de SPSI. Interférence, intimidation, menaces de licenciement et de fermeture de l'usine, suspensions, sont quelques-unes de ces pratiques. La direction a même été jusqu'à confiner une sympathisante syndicale durant 2 semaines dans un cachot. La travailleuse devait rester totalement isolée durant toute la journée de travail, de 8 à 12 heures d'affilée, dans une petite pièce, sans fenêtre et sans ventilation. Elle était sous la

surveillance de gardiens et recevait de la nourriture et de l'eau de manière irrégulière, devant parfois passer la journée sans se nourrir ni boire.¹²

~~Fin de l'encadré~~

Comme pour confirmer encore cette tendance lourde, la Chambre des Représentants adoptait, en 2000, la loi sur les syndicats (21/2000) entrée en vigueur en août de cette même année. Les syndicats et les organisations de travailleurs s'y étaient fermement opposés, estimant que la loi criminalise l'action syndicale et les syndicalistes. Surya Tjandra et Rita O Tambunan de l'Institut d'aide judiciaire de Jakarta commentent cette nouvelle loi et ses implications sur l'action syndicale¹³.

Toute action syndicale ayant un motif politique est illégale.

La nouvelle loi limite strictement l'exercice de l'action syndicale à la représentation de leurs adhérents dans leurs relations avec les employeurs. Pas question pour les syndicats de participer à l'élaboration des politiques. Cette limitation est contraire à la Convention de l'OIT¹⁴. Mais sans même recourir à de telles références, il est facile de montrer que cette décision du gouvernement indonésien enlève aux syndicats une partie importante de leur raison d'être. Partout où ils existent, les syndicats libres ont toujours eu un rôle politique de premier plan. En Europe occidentale par exemple, leur lutte réussit à imposer le paiement d'un salaire minimum vital, comme une reconnaissance élémentaire du droit à la dignité humaine. « A chacun selon ses besoins », ce slogan a longtemps symbolisé la revendication syndicale pour le développement de services publics garantissant à chacun le respect de ses besoins fondamentaux. Les organisations syndicales furent aussi l'une des forces motrices dans la lutte pour le suffrage universel¹⁵. Et ce n'est certes pas aux syndicalistes indonésiens, parmi les opposants les plus courageux et les plus organisés e la dictature, qu'il faut rappeler ce rôle politique.

L'exercice du droit de grève est passible de sanctions pénales.

Plus dangereux encore et toujours en contradiction avec l'OIT¹⁶, la loi ne reconnaît pas le droit de grève comme droit syndical. Aucun article de la loi ne mentionne explicitement le droit d'un syndicat à organiser une grève afin de donner plus de poids aux travailleurs dans le processus de négociation. La loi est très ambiguë et ne permet pas de savoir si le droit d'un syndicat à donner l'ordre de grève sera protégé ou non. Par conséquent, il est tout à fait possible qu'une grève soit traitée comme un acte illégal passible de sanctions pénales.

Organisations syndicales confinées dans l'illégalité

Enfin les dispositions de la loi risquent de confiner de nombreuses organisations syndicales dans l'illégalité. Alors qu'ONG et syndicats étaient en faveur d'un dispositif de notification, la loi oblige les organisations à se faire enregistrer auprès du Ministère du Travail. Trente-huit organisations syndicales ont été enregistrées jusqu'à présent, mais beaucoup ne le sont pas (dans certains cas, les demandes ont été refusées). Celles qui, pour diverses raisons, ne peuvent pas être enregistrées seront désavantagées. Par exemple, une grève lancée par une organisation non enregistrée sera considérée comme illégale et sanctionnée comme un acte criminel.

En théorie, cette loi devrait faciliter la formation des organisations syndicales. Elle précise qu'il suffit de 10 travailleurs pour en constituer une. Mais c'est le contraire qui se produit dans la pratique. Cette disposition a pour effet d'entraîner une fragmentation au sein des syndicats, ce qui éventuellement créera une situation où les organisations seront nombreuses mais faibles.

Répression des conflits sociaux au nom de l'idéologie nationale

Dernier point d'attention, mais non le moindre, cette loi indique clairement que tous les syndicats doivent se conformer aux principes sociaux de l'idéologie nationale, 'Pancasila', selon laquelle travailleurs, capital et État font tous partie d'une grande famille, l'État jouant le rôle de bon père de famille. Ces principes, par ailleurs, ne reconnaissent pas de différence d'intérêts entre travailleurs et capital, proclamant que le développement national est le seul intérêt qui compte dans cette relation. Par conséquent, le droit de grève, bien que légalisé, est stigmatisé et considéré comme une action 'anti-Pancasila', ce qui permet de justifier la pratique politique de répression des conflits sociaux.

Encadré

«Siffler en travaillant!»

Disney et les syndicats

L'histoire de Disney au travers de ses luttes syndicales n'a pas encore été écrite. Elle permettrait pourtant aux jeunes dirigeants syndicaux d'Indonésie ou du Sri Lanka de se sentir bien proches des premiers employés de Walt Disney, il y a plus d'un demi-siècle. Interdiction de former un syndicat et de négocier une convention collective, accusation de «communisme», licenciements abusifs : les outils de la répression syndicale semblent traverser les océans et sauter de génération en génération sans perdre de leur vigueur. «Dès le début, Walt Disney fut critiqué comme employeur. Il demandait énormément de son personnel et le payait peu. Au début des années 30, il engageait à l'essai de jeunes artistes à 15\$ la semaine avec deux semaines probatoires : si leur travail n'était pas satisfaisant, il pouvait retenir leur salaire»¹⁷.

«En 1941, le studio Disney fut la cible d'un mouvement de grève massif, déstabilisant, de ses animateurs. Les dessinateurs les plus talentueux du studio protestant contre des heures de travail trop nombreuses et des salaires trop bas, se virent empêchés de négocier une convention collective. Suite à plusieurs tentatives avortées de monter un syndicat indépendant, ils lancèrent une action qui débuta au printemps et dura jusqu'à la fin de l'été. Walt Disney licencia sur-le-champ les responsables du mouvement, avant d'être condamné à les réintégrer. En pleine «chasse aux sorcières», il les accusa publiquement d'être affiliés au parti communiste, leur causant un préjudice irréparable. Durant les années qui allaient suivre, ces derniers seraient la cible de perpétuelles enquêtes du FBI.¹⁸ « Ils finirent par démissionner de chez Disney en raison du harcèlement dont ils étaient victimes. L'histoire tumultueuse de l'entreprise avec ses employés ne s'arrêta pas là. «Disney a toujours adopté une ligne dure face aux syndicats. L'entreprise s'est souvent montrée prompte à tenter des procès et, notamment pour les parcs d'attractions, à appliquer strictement un règlement intérieur draconien et quasi militaire concernant la tenue et l'observation des horaires de travail .»¹⁹

Grèves à l'endroit le plus heureux de la terre

Lorsque Michael Eisner passa aux commandes en 1984, l'une de ses premières tâches fut de régler une grève des employés de Disneyland, «l'endroit le plus heureux de la terre». Alors que le nouveau PDG de Disney négociait avec son conseil d'administration l'un des salaires les plus juteux d'Hollywood, 1.800 travailleurs de Disneyland se voyaient contraints d'accepter un gel de leurs salaires pendant deux ans. Les meneurs de la grève furent purement et simplement menacés de licenciement, avant de trouver un accord avec la nouvelle direction.

Les parcs à thème aux Etats-Unis comme en Europe sont régulièrement secoués par des mouvements syndicaux. Les revendications vont du temps de travail au respect du repos hebdomadaire, du poids des costumes au statut des artistes, de la définition des tâches au code de discipline. De nombreux emplois dans les parcs d'attraction sont de petits boulots, des emplois précaires, des contrats d'étudiants, des «McJobs». Le personnel est, ici aussi, soumis à des cadences accélérées. «A l'attraction Big Thunder, je dois embarquer 2000 visiteurs par heure. C'est exactement comme le travail à la chaîne dans une usine, la seule différence, c'est que c'est une usine d'amusement»²⁰, explique un travailleur de Disney World. De plus, Disney impose un look très strict à ses employés, déterminant la longueur des cheveux comme le nombre de colliers autorisés.

Mais si l'on avance plus profondément dans les coulisses de cette grande usine à rêves, les mouvements syndicaux et les grèves ne font plus la manchette des journaux. Dans le secteur des produits dérivés, il devient même extrêmement difficile d'établir un lien entre Disney et les ouvriers qui fabriquent des Mickeys ou des Pocahontas pour un sous-traitant asiatique ou sud-américain. En 1996, quand une organisation de solidarité révéla les conditions de travail scandaleuses qui prévalaient dans une usine produisant pour Disney en Haïti, le porte-parole de l'entreprise lâcha: «Mais nous n'employons personne en Haïti!21», précisant que ces marchandises étaient produites sous licence. Aujourd'hui, l'entreprise a dû faire marche arrière et reconnaître sa responsabilité, du moins théorique, sur l'ensemble des produits griffés Disney. Cette réponse montre cependant l'ampleur des défis auxquels sont confrontés les ouvriers qui tentent de s'organiser dans les rouages complexes du grand marché mondialisé.

~~Fin de l'encadré~~

4. Un jeu de dupes

A peine sorti de l'ombre, les syndicalistes indonésiens vont-ils devoir supporter une nouvelle ère de répression ? Cette fois, ce n'est plus un régime politique dictatorial qui en est la source. Ce sont des institutions internationales et des entreprises honorables qui prescrivent le remède. La priorité du gouvernement indonésien est de rembourser sa dette²², d'encourager les investissements étrangers et d'obtenir les nouveaux prêts nécessaires à sa relance. Cela passe par des politiques d'austérité prescrites par le Fonds monétaire international. Des politiques qui continuent à être imposées par l'institution financière alors qu'elles n'ont cessé de montrer leur inefficacité ces dernières années dans des économies d'Asie et d'Amérique du Sud.

Les syndicalistes indonésiens ne sont pas dupes. « Le Fonds monétaire international et la Banque mondiale soutiennent l'Indonésie mais ils l'ont fait tomber dans le trou de la dette, dit Emilia, dirigeante du syndicat ABGTEX. Le FMI exige la diminution des dépenses sociales. Il pousse aussi l'Indonésie à privatiser ce qui lui reste d'industrie et de services nationaux. Et beaucoup d'entre eux seront vendus à des sociétés étrangères. Cela me fait vraiment peur. Ça signifie que beaucoup de travailleurs perdront leur emploi. Et dans les entreprises à capital étranger, les syndicats auront beaucoup de mal à se faire entendre. »

Emilia ne se trompe pas. Ses camarades syndicalistes de l'Ile Maurice ont fait face en 2001 aux mêmes types de mesures édictées par le FMI et la Banque mondiale. Là-bas, ils ont réussi à bâtir un front commun. Ils se sont opposés à la vente du secteur public de l'eau aux sociétés françaises Vivendi et Lyonnaise des eaux. Ils ont tué dans l'œuf les plans du

gouvernement et de la Banque mondiale qui portaient atteinte au paiement des pensions de retraite...

En Europe, les syndicats unis à des mouvements sociaux et à des ONG combattent l'Accord général sur le commerce des services négocié au sein de l'Organisation mondiale du commerce et qui ouvrira la porte à la privatisation des services publics, de la santé, de l'éducation, remettant en cause l'une des plus grandes victoires syndicales.

Le syndicalisme a un avenir. C'est sûr. La solidarité syndicale internationale, aussi.

Car, les syndicats le déclaraient en front uni lors du deuxième Forum social de Porto Alegre, « Les marchés ne règlent pas les dégâts qu'eux-mêmes ont provoqués. Ils ne génèrent pas automatiquement la justice. Ils ne requièrent pas le respect des droits humains pour prospérer ou fonctionner. Autrement dit, le pilote automatique ne fonctionne pas. Combien d'autres pays comme l'Argentine devront s'effondrer avant que des institutions et dirigeants mondiaux arrêtent d'imposer leur modèle avant de l'examiner à fond ? Et combien d'autres entreprises comme Enron devront s'écrouler avant que ces mêmes institutions et dirigeants se demandent sérieusement si les entreprises méritent la confiance publique qu'elles ont gagnée ? L'histoire prouve que le mouvement syndical, composé d'organisations représentatives et démocratiques, peut aider à remplir le vide moral créé par les forces du marché. Il constitue un instrument qui traduit la volonté des travailleurs et devient leur levier pour faire bouger le monde, pour changer la répartition des richesses et de pouvoirs à l'intérieur et au-delà des pays. Les syndicats sont à même de transformer la société. C'est pourquoi tous les tyrans, qu'ils soient publics ou privés, craignent la liberté syndicale. Les syndicats sont également l'un des rares acteurs capables de surpasser les divisions qui polarisent actuellement nos vies et, par conséquent, de construire un monde meilleur. Le mouvement syndical international réaffirme sa conviction que le respect des droits syndicaux est un aspect essentiel du développement social et économique assorti d'une justice sociale. »²³

¹ V. SERRA, *Human rights aspects of IMF and World Bank action in Indonesia during the crisis*, Université de Lund, juillet 2000.

² Muchtar Pakpahan, fondateur du SBSI.

³ Dita Inda Sari a été récemment élue présidente du FNPBI, le Front national pour la lutte syndicale.

⁴ Rekson, vice-président du SBSI, interviewé le 25 avril 2002.

⁵ P.B. IRAWAN et al., *Labour market dynamics in Indonesia*, International labour office, Jakarta, août 2000, p.20.

⁶ Les données varient considérablement d'une source à l'autre. Le chiffre de 24 millions de personnes en recherche d'emploi est cité par I. AHMED et S. DHANANI, *Indonesia's Recovery : employment optimism or statistical illusion ?* Occasional discussion paper series n°2, International Labour Organization, Jakarta office, October 1999. Tandis que la chiffre de 50% provient de l'organisation indonésienne d'aide légale LIPS.

⁷ V. SERRA, op. cit.

⁸ Soit la valeur en dollars du salaire minimum légal d'avant la crise, malgré une dépréciation d'environ 40% de la Roupie.

⁹ Muchtar Pakpahan, président du SBSI, interviewé le 25 avril 2002.

¹⁰ Se dit d'un syndicat en collusion d'intérêts avec les dirigeants patronaux et souvent créé à leur initiative.

¹¹ Worker Rights Consortium, voir le chapitre précédent.

¹² *WRC Assessment re PT Dada Indonesia - Preliminary findings and recommendations*, WRC, Washington, 26 mars 2002 (www.workersrights.org).

¹³ S. TJANDRA et R. O TAMBUNAN, Institut d'aide judiciaire de Jakarta, division travail, « Atteinte à la liberté syndicale en Indonésie - la nouvelle loi ne reconnaît pas le droit de grève », *ICTUR* - Centre international pour les droits syndicaux, Londres.

¹⁴ La commission d'experts de l'OIT considère que « les intérêts [économiques et sociaux des travailleurs et de leurs organisations] ne se limitent pas à l'obtention de meilleures conditions de travail mais portent aussi

sur la recherche de solutions aux questions de politique économique et sociale et aux problèmes du travail de toutes sortes qui touchent directement les travailleurs ».

¹⁵ “What did the Unions ever did for us”, *The New Internationalist* 341, décembre 2001, (www.newint.org).

¹⁶ La Convention 87 de l'OIT stipule que « le droit de grève est le corollaire du droit d'organisation garanti par la Convention n°87 ». De plus, la commission d'experts de l'OIT considère que « le droit de grève est un des moyens fondamentaux dont disposent les travailleurs et leurs organisations pour avancer et protéger leurs intérêts économiques et sociaux. Ces intérêts ne se limitent pas à l'obtention de meilleures conditions de travail mais portent aussi sur la recherche de solutions aux questions de politique économique et sociale et aux problèmes du travail de toutes sortes qui touchent directement les travailleurs».

¹⁷ R. LANQUART, op. cit.

¹⁸ M. ELIOT, *Walt Disney, la face cachée du prince d'Hollywood*, Albin Michel, Paris, 1993.

¹⁹ J.FLOWER: op. cit.

²⁰ *The New Internationalist*, décembre 1998.

²¹ N. KLEIN: op. cit.

²² Au sortir de la dictature, l'Indonésie accumulait une dette extérieure de 110 milliards de dollars. Pour la rembourser, pour obtenir des rééchelonnements, pour obtenir de nouveaux prêts, elle doit se soumettre au plan d'ajustement du FMI. Le carcan est tellement fort, que les ONG et les mouvements sociaux indonésiens sont de plus en plus nombreux à rejoindre KAU, la coalition contre la dette. Ce sont plus de 100 organisations de travailleurs et de paysans qui clament que l'Indonésie ne pourra jamais rembourser cette dette et exigent que plus aucun nouveau prêt ne soit contracté, convaincues qu'elles sont que la situation en Indonésie s'est empirée sous l'effet des programmes du FMI.

²³ Voir en Annexe 3. le texte complet de cette déclaration : Mondialiser la justice sociale, déclaration du mouvement syndical à l'occasion du Forum social mondial (Porto Alegre) et du Forum économique mondial (New York), janvier/février 2002. Cette déclaration a été approuvée par le groupe Global Unions (groupe des Syndicats mondiaux), qui se compose de la Confédération internationale des syndicats libres (CISL), des Secrétariats professionnels internationaux (SPI) et de la Commission syndicale consultative auprès de l'OCDE (TUAC-OCDE), et par la Confédération mondiale du travail (CMT) et la Confédération européenne des syndicats (CES).

VII. Agir pour le respect des droits sociaux

Ces 20 dernières années se sont multipliés les appels adressés aux sociétés transnationales pour qu'elles assument la responsabilité de l'impact de leurs opérations à l'étranger. Le secteur du jouet ne fait pas exception. Dénonçant de nombreux cas, bien documentés, de violations des droits fondamentaux des travailleurs¹, des organisations syndicales, des mouvements sociaux, des ONG et des organisations de consommateurs mènent campagne pour sensibiliser le public à ces « nouvelles donnes » de la mondialisation, et l'inviter à poser des actes concrets de solidarité avec les travailleurs luttant pour défendre leurs droits.

Fortes de l'appui d'une partie croissante de l'opinion publique, ces organisations ont encouragé et tiré parti des initiatives volontaires prises par des entreprises pour veiller au respect de ces droits. Dans le secteur des vêtements et des chaussures de sport par exemple, la campagne internationale Vêtements Propres a cherché à exploiter au maximum les opportunités offertes par les codes de conduite.

Même si chaque petite amélioration des conditions de travail est déjà une victoire, les impatientes ont beau jeu d'estimer assez maigre le bilan d'années de campagne. C'est vrai, par rapport à l'ampleur des buts poursuivis – le respect des droits fondamentaux des travailleurs – quelques toilettes propres mises à disposition des travailleurs dans telle usine, de l'eau potable distribuée dans tel autre atelier, une compensation de licenciement, parfois le réengagement d'un travailleur licencié, tout cela est loin d'être exaltant... Jusqu'à présent, en Europe, l'exercice le plus simple du droit syndical suffit souvent pour obtenir de telles améliorations. Il n'est que rarement nécessaire d'ameuter l'opinion... Bref, tout cela justifie-t-il le branle-bas de combat déployé au sein de campagnes, menées parfois simultanément dans de nombreux pays ?

Oui ! Ne fut-ce que parce que ces résultats montrent qu'il y a une marge de manœuvre : les entreprises transnationales sont sur la défensive. Ensuite parce qu'ils révèlent l'ampleur du gouffre entre la situation d'une grande partie des travailleurs en Europe et celle de leurs collègues à l'autre bout du monde. Mais ces résultats montrent aussi la nécessité de poursuivre un travail de fond, de construire des alliances et de chercher à chaque étape les moyens de consolider les acquis en les traduisant progressivement en réglementation contraignante. Passer des bonnes intentions au droit, n'est-ce pas ainsi que se forge un réel progrès social ?

1. Travailler en convergence

ONG et syndicats, même combat ?

Les syndicats sont et doivent rester les interlocuteurs incontournables du dialogue social. Ils jouent un rôle majeur dans la défense des droits des travailleurs. Ils participent à la mobilisation du public sur les questions économiques et sociales. Cette mobilisation n'est cependant plus aujourd'hui un monopole syndical. Les ONG sont elles aussi bien placées pour faire un travail d'éducation et de mise en avant de problématiques sociales du travail. Elles interpellent les consommateurs et les citoyens. Dans de nombreux pays du Sud où la liberté syndicale n'existe pas, où le travail se déploie sous des formes informelles, des ONG locales assument aussi un rôle de soutien et d'organisation de travailleurs. La

complémentarité entre ces deux types d'acteurs, syndicats et ONG, est manifeste. Lorsqu'ils partagent les mêmes valeurs, ils ont tout à gagner à joindre leurs efforts. « Une ONG qui mènerait campagne pour dénoncer les conditions de travail uniquement au Sud, auprès des travailleurs du Nord confrontés à des difficultés, manquerait à ses objectifs, explique Paul Gruselin, responsable des relations internationales de la FGTB². Impliquer les travailleurs de chez nous dans cette campagne, c'est leur faire comprendre qu'il existe un lien entre leurs conditions et celles d'un pays à bas salaire »³.

Au delà de l'intérêt tactique ou stratégique de telles alliances, il s'agit aussi d'un objectif en soi. Quel sens aurait une campagne, une négociation avec les entreprises, une recherche de régulation contraignante si elles n'ont pas comme objectif de conforter la position des travailleurs, au Sud et au Nord ?

Actionnaires responsables, les nouveaux venus

Un tour du côté de notre argent ? Les fonds éthiques d'investissement, de pension, ou d'assurance-vie ont aujourd'hui la cote. Et c'est tant mieux : autant que notre argent bénéficie au développement d'activités économiques qui correspondent aux valeurs que nous voulons promouvoir.

Certains font un pas de plus en devenant des actionnaires responsables. Ils investissent dans une société afin d'utiliser leur pouvoir d'actionnaire pour tenter d'en influencer positivement les pratiques. Marie-Claude Hessler agit ainsi en tant qu'actionnaire individuelle de Mattel. D'autres actionnaires choisissent de rejoindre des groupes représentant leurs préoccupations tels que la Fondation As you sow au sein de l'assemblée générale des actionnaires Disney.

Marie-Claude Hessler, actionnaire « activiste » de Mattel

En 1997, Marie-Claude tombe sur un rapport de l'association française Réseau Solidarité décrivant les conditions de travail dans l'industrie du jouet en Asie du Sud-Est. Elle réagit au quart de tour : « Il fallait faire quelque chose. J'avais trois atouts : Je suis juriste, j'avais du temps et j'avais la chance de disposer de suffisamment d'argent pour payer mes dépenses. En d'autres termes, j'étais totalement libre de faire ce que je voulais, quand je le voulais et de la façon dont je le voulais. » Et elle décide de se concentrer sur une seule entreprise transnationale, numéro un de l'industrie du jouet. Elle devient actionnaire de Mattel.

Marie-Claude ne chôme pas. Elle voyage en Chine, au Mexique. Elle y rencontre des travailleurs de Mattel sur leurs lieux de travail et de vie. Elle interpelle le Président et le Directeur exécutif de Mattel à propos des pratiques de l'entreprise et de leur impact sur les conditions de travail. Trois années successives, en 1999, 2000 et 2001, elle soumet la même proposition de résolution lors de la réunion annuelle des actionnaires de Mattel, exigeant de la part du Conseil exécutif d'informer le public, tous les 6 mois, sur les progrès atteints dans la mise en œuvre du code de conduite de Mattel (ses 'Global Manufacturing Principles') et sur les améliorations des conditions de travail des employés de Mattel et de ses sous-traitants qui en résulteraient.

« Cette proposition semble très modeste et inoffensive, raconte Marie-Claude. » Mattel essaya pourtant d'empêcher sa présentation en assemblée. Et lorsqu'il en est finalement contraint par l'institution de recours⁴, le conseil d'administration recommande aux actionnaires de s'y opposer. L'assemblée des actionnaires rejette la proposition par 96%

des votes en 1999, 85% en 2000 (alors que Mattel enregistrait des résultats financiers désastreux) et 88% en 2001. Mais Marie-Claude est loin de se décourager. Elle a réussi à aborder le sujet devant les actionnaires. « De manière évidente, dit-elle, ma présentation capte chaque année un peu plus d'attention. En 2001, les conditions de travail et de vie ont été l'objet d'une large discussion. Plusieurs actionnaires ont interrogé la direction, montrant l'intérêt qu'ils portaient à cette question et réalisant que ces conditions n'étaient pas acceptables. » Et Marie-Claude de conclure : « Même si Mattel fait plus que les autres sociétés du jouet et même si les normes de sécurité ont été sérieusement améliorées, cela ne suffit pas. On est en droit d'attendre beaucoup plus d'une entreprise, leader de son secteur, et qui fabrique 75% de ses produits dans des usines qu'elle détient en propriété. »

On peut lui faire confiance, Marie-Claude n'est pas du genre à lâcher prise : « Agir en tant qu'actionnaire exige beaucoup d'énergie et de temps pour se révéler souvent frustrant, mais malgré cela les résultats engrangés complètent ou s'ajoutent à l'impact d'autres formes d'actions. »

C'est comme tu le sèmes !

L'action de As you sow vis-à-vis de Disney

La Fondation As you sow utilise l'activisme d'actionnaires pour promouvoir des changements sociaux positifs. L'organisation, basée aux Etats-Unis, travaille en réseau avec des mouvements et des organisations menant campagne pour la responsabilité sociale des entreprises. Ici aussi la pression des actionnaires s'exerce en complément d'actions de consommateurs, de travailleurs ou d'autres groupes de base. Ainsi, en 1999, l'action de As you sow vis-à-vis de Disney s'inscrivait en parallèle à celle réalisée aux Etats-Unis par l'ONG Campaign for Labour Rights, focalisant ses efforts sur les pratiques de Disney en Haïti et y soutenant une organisation de travailleurs, Batay Ouvriyé.

As you sow ne se limite pas à tenter de convaincre les autres actionnaires de voter en faveur des résolutions qu'il présente au moment de l'assemblée annuelle. Il exploite également la possibilité offerte aux actionnaires de voter par courrier électronique. A travers son réseau de mobilisation, As you sow invite aussi tous les clients de fonds d'investissement qui disposent d'actions de la société visée⁵ à faire connaître aux gérants de ces fonds leur volonté de voter en faveur des résolutions qu'il présente.

Vis-à-vis de Disney, As you sow a regroupé les intérêts d'un groupe d'actionnaires composé d'institutions religieuses ou sociales et qui détenait plus d'un million de parts de la compagnie. En 1997, 1998 et 1999, As you sow a présenté en Assemblée des actionnaires de Disney une résolution appelant à la publication d'un rapport sur

- les progrès réalisés dans la mise en œuvre du code de conduite de Disney par ses fournisseurs,
- l'utilisation de contrôleurs indépendants dans des unités de production sélectionnées pour permettre une vision plus exacte des conditions de travail et
- l'établissement de pratiques permettant d'assurer aux travailleurs un revenu minimum vital. En 1997 et 1998, la résolution obtenait 8% des 35 millions de voix (un autre 8% s'abstenant).

A chaque fois, Disney conseillait à ses actionnaires de voter contre cette résolution. Mais par leur persévérance, les organisations porteuses de cette résolution ont réussi à entrer en dialogue avec Disney pour tenter de construire avec la compagnie un système de contrôle indépendant susceptible d'apporter une information objective sur le mise en œuvre du code

de conduite et son impact sur les conditions de travail dans les usines qui produisent des biens de consommation de la marque Disney. (Voir également à ce sujet le chapitre 5.)

2. Faire évoluer le droit

Parallèlement aux actions de consommateurs, de travailleurs, d'actionnaires, il faut développer de nouveaux mécanismes légaux capables de répondre aux enjeux liés au respect des droits fondamentaux des travailleurs dans une économie globalisée. Après le consommateur, le travailleur, l'actionnaire, cette fois, c'est le citoyen qui est directement concerné.

Mais comment aujourd'hui juger et sanctionner les entreprises transnationales pour des violations des droits humains, sociaux ou environnementaux liées à leurs pratiques à l'étranger et, souvent, dans des filières de sous-traitance ?

Combattre l'impunité des sociétés transnationales

Par manque de volonté politique, mais aussi du fait de l'absence de cadres légaux adéquats, les Etats, pris individuellement, n'ont aujourd'hui pas la capacité de contrôler l'impact social ou environnemental des entreprises qui ont étendu leurs terrains d'opération à l'extérieur de leur pays d'origine. « Même si chaque filiale est en principe assujettie aux réglementations de son pays d'implantation, la société transnationale en tant que telle n'est pleinement responsable devant aucun pays. Le champ d'activité mondial des sociétés transnationales n'est pas assorti d'un système mondial cohérent de responsabilisation des sociétés. »⁶ Cohérent, ce système l'est encore moins lorsqu'il s'agit de définir la responsabilité de sociétés transnationales sur leurs filières de sous-traitance.

Le droit international n'offre que peu de recours en ce sens. Dans certaines circonstances, le droit pénal international permet de poursuivre les dirigeants ou les employés d'une entreprise impliqués dans des crimes contre l'humanité ou des crimes de guerre. Mais il n'en va pas de même pour les autres droits, définis dans le cadre de conventions internationales ou par la coutume. Selon l'entendement habituel, seul l'Etat est redevable vis-à-vis du droit international. Cela aboutit à une incohérence fondamentale. Un Etat peut par exemple être poursuivi devant des juridictions internationales pour ne pas avoir protégé les droits humains de sa population dans le cadre d'abus commis par une entreprise transnationale sur son territoire. Il pourra éventuellement être sanctionné pour cela, contraint à dédommager les victimes. Il lui sera ensuite loisible de se retourner vers l'entreprise transnationale ou sa filiale pour lui demander des comptes, via une juridiction nationale. Mais - c'est là où souvent le bât blesse - particulièrement dans les pays de production dépendant fortement d'investissements étrangers, l'Etat ne peut ou ne souhaite pas se mettre à dos les sociétés qui investissent sur le territoire national... On aboutit ainsi à une forme d'impunité des sociétés transnationales.

Le droit international n'est cependant pas figé. Il permet des évolutions allant dans le sens d'une reconnaissance de la responsabilité des entreprises. Depuis les années 1970, des travaux sont en cours au sein de plusieurs institutions internationales et certains instruments internationaux font explicitement allusion à cette responsabilité de l'entreprise. Parmi eux, la Déclaration de principes tripartite sur les sociétés multinationales et la politique sociale, un code de conduite développé par l'Organisation internationale du

travail en 1977. A noter également, les Lignes directrices pour les entreprises multinationales, adoptées par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Malgré leur caractère volontaire et leurs faiblesses, ces dernières s'accompagnent d'un système de plainte qui constitue aujourd'hui le seul mécanisme international de recours de syndicats, d'ONG ou d'autres acteurs de la société civile vis-à-vis d'une entreprise transnationale concernant ses opérations à l'étranger.

Mais aucun de ces instruments n'a de caractère contraignant. Ils ne dispensent pas de la recherche de régimes juridiques fondés sur des principes de responsabilité, de réparation et de sanction qui permettent aussi de prendre des décisions plus cohérentes et plus justes, y compris pour les entreprises. Dans cette recherche, plusieurs voies d'action convergent. L'une d'elles a comme point de départ les initiatives volontaires existantes et conduit progressivement vers des régulations douces puis contraignantes. En chemin, il s'agira de tester des mécanismes existants et d'encourager la définition de nouvelles lois. La seconde démarche part des violations constatées. Il s'agit dans ce cas de rechercher les possibilités de poursuivre en justice une société multinationale et de bâtir ainsi une jurisprudence.

~~Encadré~~

Les lignes directrices de l'OCDE

L'Organisation de coopération et de développement économiques est composée de 30 Etats membres, principalement les Etats-Unis, le Canada, l'Australie et les pays d'Europe occidentale. Un club de pays riches qui agit comme plate-forme de discussion et de décision entre gouvernements en matière de politique économique et sociale.

Dans les années 1970, l'OCDE a développé des lignes directrices à l'attention des entreprises transnationales. Elles s'appliquent de manière volontaire aux entreprises originaires d'un Etat membre et opérant à l'étranger, y compris dans un pays non membre. Telles que révisées en juin 2000, ces lignes directrices réfèrent au développement durable, aux droits fondamentaux des travailleurs, à la protection des consommateurs, au principe de précaution. Les principales faiblesses de son contenu portent sur l'absence de référence à un salaire minimum vital et au manque de prise en compte de la responsabilité de l'entreprise transnationale vis-à-vis de ses filières de sous-traitance. L'engagement de la société y étant limité à « encourager quand c'est possible... ».

Un système de plainte

Les lignes directrices de l'OCDE ne prévoient aucun système de vérification ni de contrôle indépendant. Encore moins d'incitants et de sanctions. Elles s'accompagnent toutefois d'un système de plainte. Chaque Etat membre s'est équipé d'un point de contact national où des plaintes peuvent être déposées contre des entreprises transnationales issues de l'OCDE qui violeraient les lignes directrices n'importe où dans le monde. Les procédures de traitement de ces plaintes ne sont pas bien établies. Il semble qu'après un premier examen, l'OCDE ou le point de contact national peut éventuellement se poser en médiateur entre les parties. Si cette médiation n'aboutit pas, l'OCDE établit un rapport et émet des recommandations. Plusieurs syndicats et ONG issus de pays membres de l'OCDE ou de pays où les violations sont constatées ont décidé de tester ce mécanisme. Plusieurs plaintes ont été déposées auprès de points de contact nationaux.

Malgré des limitations importantes, les lignes directrices de l'OCDE disposent d'une certaine autorité légale. Les gouvernements des Etats membres de l'OCDE pourraient

encourager les entreprises à les mettre en oeuvre en promouvant parallèlement des opportunités de subventions ou de crédits à l'exportation (comme aux Pays-Bas par exemple).

~~Fin de l'encadré~~

Passer des initiatives volontaires à des régulations contraignantes

La volonté de s'acheminer progressivement vers des régulations contraignantes en matière de respect des droits sociaux par les entreprises est loin d'être partagée par l'ensemble des acteurs. En Europe, le débat divise les représentants de syndicats, d'ONG, d'entreprises et d'institutions publiques. Trois tendances s'affirment clairement en cette matière, centrées sur des conceptions politiques différentes du rôle qui incombe à l'Etat, tantôt instrument de la responsabilité sociale des entreprises, tantôt garant du dialogue social, tantôt arbitre. A chacun de ces rôles s'associent différents types d'instruments et différentes démarches.

L'Etat, instrument de la responsabilité sociale des entreprises

Le modèle de responsabilité sociale des entreprises (RSE)⁷, tel que tendent à le promouvoir de nombreuses entreprises, rejointes largement par la Commission européenne, est, pour reprendre les termes d'Anne Peeters, « celui d'un Etat qui serait le soutien d'une certaine forme de croissance, où les entreprises, seuls moteurs du développement, s'appuieraient sur des pouvoirs publics en quelque sorte instrumentalisés. Dans la logique des outils proposés, les syndicats classiques perdent de leur pertinence et de leur légitimité et ce sont les consommateurs, c'est à dire le marché, qui régulent le champ social... »⁸. Dans cette conception, le pouvoir public *facilitera* la convergence et la transparence des pratiques et instruments de RSE (dont les codes de conduite par exemple), *renforcera* l'échange d'expériences et de bonnes pratiques entre entreprises.

L'Etat, garant du dialogue social

Ce qui précède fait frémir les tenants d'un Etat garant du dialogue social, y reconnaissant le rôle central des syndicats, tout en tolérant, encourageant ou régulant des outils qui renforceraient le résultat de ce dialogue social afin qu'il puisse tenir compte des nouvelles dimensions liées à la mondialisation. Une des clés de cette démarche au niveau international réside dans la consolidation de l'Organisation internationale du travail.

~~Encadré~~

Consolider l'Organisation internationale du travail

Depuis sa création, après la Première guerre mondiale, l'Organisation internationale du travail (OIT) rassemble les représentants des gouvernements, des organisations patronales et des organisations syndicales de travailleurs. Au sein de l'OIT, ces acteurs définissent ce qu'on appelle les Conventions internationales du travail, c'est-à-dire un ensemble de règles susceptibles d'être appliquées dans tous les pays, dans un domaine social particulier. Chaque pays membre de l'OIT est invité à ratifier ces conventions. En ratifiant une convention, chaque pays s'engage à la traduire en lois nationales. Les conventions de l'OIT sont près de 200. Tous les pays n'ont pas souscrit à leur ensemble.

Le noyau dur de ces textes est constitué par sept conventions. Souvent appelées « conventions de base », elles définissent les « droits fondamentaux des travailleurs ».

- le droit de s'organiser et le droit d'engager librement des négociations collectives (Conventions 87 et 98)

- le droit à l'égalité de traitement et à une rémunération égale pour un travail de valeur égale (Conventions 100 et 111)
- un âge minimum pour travailler (Convention 138)
- l'abolition du travail forcé (Conventions 29 et 105)

En 1998, l'OIT, avec le soutien des pays industrialisés a adopté une nouvelle Déclaration des principes et des droits fondamentaux du travail. Cette déclaration a initié une campagne de ratification au terme de laquelle l'OIT espère que tous les gouvernements de ses Etats membres auront ratifié les conventions de base. Mais au-delà de la ratification, l'OIT ne dispose que de peu de moyens pour surveiller et soutenir les pays qui désirent mettre en œuvre ses conventions. C'est dans ces missions premières qu'elle doit d'abord être renforcée.

Les rapports entre le commerce et les conditions de travail impliquent par ailleurs la recherche de mécanismes permettant d'assujettir les règles du commerce (définies et sanctionnées au sein de l'Organisation mondiale du commerce - OMC) au respect des droits fondamentaux tels que ceux des travailleurs. L'intégration d'une clause sociale dans les traités de l'OMC constitue une balle d'essai en ce sens. Elle est cependant très controversée du fait des risques de protectionnisme et du pouvoir de gendarme social qu'elle conférerait à l'OMC⁹. Le débat sur ce type d'instruments est fortement influencé par la position dominante de l'OMC vis-à-vis des autres institutions internationales et le peu de confiance qu'elle suscite en matière de prise en compte d'intérêts non commerciaux, tels que le respect des droits fondamentaux. Certaines organisations, dont OXFAM International plaide pour que l'OIT jouisse d'un statut d'observateur au sein de l'OMC afin de permettre l'amorce d'autres dynamiques¹⁰.

~~Fin de l'encadré~~

L'Etat arbitre

A mi-chemin entre ces deux tendances, comme dans une position de compromis, voire de pragmatisme politique, se posent les adeptes d'un Etat arbitre qui réaffirme son attachement à certaines valeurs, tout en encourageant un certain nombre de pratiques. L'introduction de critères éthiques dans les règles européennes d'attribution des marchés publics serait, par exemple, de nature à octroyer ce rôle à l'Etat. Dans une certaine mesure, la création par l'Etat belge d'un label public pour une production socialement responsable pourrait aller dans le même sens.

~~Encadré~~

Label social belge

En 2002, le gouvernement belge a lancé un label public susceptible d'informer le consommateur sur le respect des droits sociaux fondamentaux dans le processus de production de biens.

Première européenne, ce label se fonde strictement sur les conventions de base de l'Organisation internationale du travail (liberté d'association, droit de négociation collective, interdiction du travail forcé, interdiction du travail des enfants, et interdiction de discriminations). Il pourrait être octroyé à des produits tant de fabrication belge qu'étrangère.

Le label témoigne de la volonté des pouvoirs publics de s'inscrire en tant qu'acteur dans le champ de la responsabilité sociale des entreprises. Mais il témoigne aussi de la faible

marge de manœuvre dont disposent ces mêmes pouvoirs publics pour imposer le respect des droits sociaux fondamentaux... Comme un policier impuissant à sanctionner les automobilistes brûlant les feux rouges et résigné à féliciter ceux qui s'y arrêtent...

A force de compromis tout au long de son périple parlementaire, la proposition de loi instaurant un label pour une production socialement responsable a perdu sa dimension de certification d'entreprises pour ne garder que la labellisation de produits. Ce faisant, le label fait reposer la responsabilité (et le coût de la labellisation) sur les producteurs et non pas sur les distributeurs ou les entreprises ayant recours à la sous-traitance. « Par conséquent, estiment les Magasins du monde-OXFAM¹¹, ces distributeurs ne sont pas encouragés à traduire leur responsabilité en matière de respect des droits sociaux fondamentaux en changements concrets dans leurs politiques d'approvisionnement, clé de voûte du respect durable des droits sociaux dans de nombreux secteurs de production. »

Par contre, le label social belge pourrait faire avancer la démarche de la responsabilité sociale par deux aspects qui semblent aujourd'hui avoir la faveur des autorités publiques¹² : l'implication, dans le système d'octroi du label et de certification du produit, des organisations représentatives des travailleurs en Belgique et dans les pays de production d'une part, et l'utilisation du label comme outil d'intégration de critères sociaux dans les marchés publics d'autre part.

~~Fin de l'encadré~~

Intégrer des critères sociaux dans les marchés publics

Les marchés publics représentent 14 % du Produit intérieur brut de l'Union européenne. C'est dire la réelle possibilité dont dispose les pouvoirs publics pour encourager le respect de droits sociaux fondamentaux par les entreprises qui soumissionnent à des marchés publics.

Théoriquement, rien ne s'y oppose. Aucun texte international, aucune disposition du Traité de Maastricht, aucune disposition des directives européennes relatives à la passation des marchés publics n'oblige les pouvoirs publics, dans leurs achats, à ne se préoccuper que du coût direct des prestations qui font l'objet du marché. Le Traité d'Amsterdam (1^{er} mai 1999) traduit cette même orientation au niveau de l'Union européenne. Il stipule que le Marché intérieur est réalisé dans une perspective non seulement de croissance économique au sens strict mais plus largement de développement durable des activités économiques. Il est clair que les aspects sociaux, éthiques et environnementaux sont au cœur de tels progrès.

La Cour de Justice européenne l'a encore confirmé dans deux actes en 2000 et 2002¹³. Contre l'avis de la Commission européenne, elle a donné raison à des pouvoirs publics ayant choisi des offres qui n'étaient pas les moins chères mais qui, pour l'une, permettait une mise au travail de chômeurs et, pour l'autre, limitait l'impact en terme de pollution urbaine. Ces arrêts permettent de réaffirmer que la gestion des missions d'intérêt général, raison d'être des services publics, passe par des politiques concrètes, impliquant également des aspects plus larges que « l'économique », compris dans un sens étroit comme le coût direct d'une prestation.

Au nom d'une certaine cohérence de l'action publique, n'est-il pas normal que les pouvoirs publics, partenaires de Traités internationaux, auteurs de législations ayant pour objet la sauvegarde des droits fondamentaux, respectent ceux-ci dans leurs actions quotidiennes ?

La Commission européenne ne l'entend apparemment pas de cette oreille. A l'occasion de la révision des directives européennes sur les règles d'attribution des marchés publics qui sera vraisemblablement finalisée au début de l'année 2004, elle risque de limiter les possibilités réelles d'y intégrer des critères sociaux. Libre concurrence oblige... La vigilance est de mise.

Poursuivre en justice les entreprises qui violent les droits fondamentaux des travailleurs à l'étranger

La réaction des entreprises aux campagnes de dénonciation est plus souvent déterminée par une gestion du risque évaluant l'impact négatif de telles actions sur l'image de marque de la société que par une réelle volonté d'assumer sa responsabilité sociale. Cela pose évidemment des limites importantes aux actions de solidarité avec les travailleurs. Il est donc légitime d'explorer ce que la loi met à disposition pour poursuivre les entreprises transnationales pour les impacts de leurs opérations à l'étranger. Et si aucune loi n'offre aujourd'hui le parfait support tenant compte des violations constatées ou de leur contexte, chaque action intentée permet cependant de bâtir une jurisprudence sur laquelle construire de nouvelles actions.

Les exemples pris dans les pages suivantes ne sont pas issus du secteur du jouet.

La loi belge de compétence universelle

Elle n'arrête pas de faire parler d'elle. C'est cette loi qui a permis la tenue en Belgique du procès contre des ressortissants rwandais accusés de génocide sur des populations de même nationalité au Rwanda.¹⁴ C'est elle qui aurait éventuellement permis de poursuivre Pinochet. C'est au titre de cette loi encore qu'ont été déposées des plaintes contre plusieurs présidents en exercice dont Ariel Sharon, Saddam Hussein ou Fidel Castro. C'est elle enfin qui permettrait de poursuivre en Belgique un pédophile quelle que soit la nationalité de sa victime ou le lieu du crime.

Comme son nom l'indique, la loi de compétence universelle¹⁵ octroie au juge belge une compétence universelle pour appliquer la loi belge et poursuivre les auteurs de crimes commis même à l'étranger et ce quelles que soient, a priori, la nationalité et la résidence des auteurs et des victimes. Elle permet actuellement de poursuivre les auteurs de crime de guerre, de génocide ou de crimes contre l'humanité. Sa portée a été étendue en 1995 à la traite d'êtres humains et à la pornographie infantile. Il s'agit d'une procédure pénale. Contrairement à la procédure « civile », l'Etat y joue un rôle actif. Après avoir jugé de la recevabilité de la plainte, il se charge de l'enquête disposant de possibilités légales telles que la perquisition ou l'envoi d'une commission rogatoire par exemple.

Mise en relation avec la loi belge instaurant la responsabilité pénale des personnes morales¹⁶, la loi de compétence universelle permet théoriquement de poursuivre en Belgique une société transnationale belge ou étrangère qui, à travers son activité dans un pays tiers, participe à la violation massive et systématique de certains droits humains fondamentaux. Une telle plainte a été déposée en Belgique, en avril 2002, à l'encontre de

Total-Fina-Elf pour avoir encouragé et bénéficié de la mise au travail forcé de Birmans, violant ainsi une convention fondamentale de l'OIT.

L'utilisation de la loi de compétence universelle se justifie dans ce cas par l'aspect systématique et généralisé du travail forcé qui permet de l'élever au rang de violation grave des droits humains fondamentaux. Mais le cas pourrait faire jurisprudence et alimenter le débat sur la prise en considération de violations des droits des travailleurs qui, parfois inhérentes à certains systèmes de production, pourraient s'apparenter à des violations massives et systématiques des droits humains.

En Belgique, le parlementaire Dirk Vander Maelen n'a pas attendu cette plainte pour franchir le pas en proposant d'étendre la loi de compétence universelle aux cas de violations des droits sociaux fondamentaux définis par l'OIT. Telle qu'actuellement conçue, cette proposition de loi permettrait de poursuivre un individu ou une entreprise qui a un lien avec la Belgique ou qui se trouve sur le sol belge. Elle n'apporte toutefois pas d'éléments précis sur la façon de prendre en compte la responsabilité de donneurs d'ordre sur les filières de sous-traitance. Quoiqu'il en soit, l'initiative ouvre d'utiles débats sur l'adéquation du droit national actuel vis-à-vis d'acteurs économiques transnationaux... Elle a cependant été oubliée dans un placard de la législature belge qui s'achève en 2003...

Si la Belgique est un des pays qui a le plus développé la compétence universelle, d'autres pays, comme les Etats-Unis, disposent aussi de possibilités de juger une entreprise pour ses pratiques dans un autre pays. Des organisations de défenses des droits des travailleurs aux Etats-Unis ont redécouvert une loi qui date de 1789 et qui, durant deux siècles, n'a été utilisée que dans de très rares circonstances. Le *Alien Tort Claims Act* permet à des individus de nationalité étrangère de poursuivre un citoyen ou une entreprise des Etats-Unis pour la violation du droit international. Le Fonds international pour les Droits du Travail, une ONG des Etats-Unis, recourt actuellement à cette loi dans trois procès, l'un contre Coca Cola et sa filiale colombienne pour le recours à des milices paramilitaires dans le cadre d'assassinats, de torture et de kidnapping de dirigeants syndicaux, le second contre Exxon Mobil pour de graves violations des droits de villageois indonésiens et le troisième contre Unocal, dans un procès similaire à celui intenté en Belgique contre Total-Fina-Elf.

Encadré

Total-Fina-Elf poursuivi pour crimes contre l'humanité en Birmanie¹⁷

25 avril 2002. Quatre Birmans déposent plainte auprès du juge d'instruction belge du Tribunal de première instance de Bruxelles. Ils se constituent partie civile pour crimes contre l'humanité et complicité de crimes contre l'humanité commis en Birmanie et portent plainte contre X, la société Total-Fina-Elf et deux de ses dirigeants, Thierry Desmarest et Hervé Madeo.

Chacun des plaignants a été victime de violations des droits humains ou d'actes de torture s'inscrivant dans le cadre d'une attaque systématique, généralisée et planifiée mise en œuvre par la junte militaire de Birmanie via un arsenal de répression comprenant les massacres d'opposants, les arrestations arbitraires, la torture, le déplacement forcé de population et le travail forcé massif. Plusieurs rapports des Nations unies, de l'Organisation internationale du travail et d'Amnesty international en attestent.

Les plaignants démontrent la connaissance qu'avait tout partenaire de la junte de l'existence de ces crimes et du risque qui existait en s'associant aux auteurs de ces crimes.

Ils visent ensuite précisément la personne morale Total-Fina-Elf, de même que Messieurs Thierry Desmarest et Hervé Madeo, comme ayant encouragé ou participé à la commission de ces crimes et donc comme également responsable des dommages considérables qu'ils ont subis.

Plainte contre X

Les plaignants ne nomment pas les auteurs directs des crimes contre l'humanité commis en Birmanie. Ils portent plainte contre X. Ce choix provient d'une importante difficulté d'accès aux informations de terrain du fait de la répression des témoins, de leur famille, même éloignée, de militants des droits de l'Homme ou de démocrates birmans. Ce n'est pas un hasard si chacun des plaignants bénéficie, dans quatre pays différents, du statut de réfugiés. En déposant plainte, ils prennent des risques importants pour eux-mêmes et pour les membres de leurs familles dont certains résident encore en Birmanie

Complicité de Total-Fina-Elf et de ses dirigeants Thierry Desmarest et Hervé Madeo

Les plaignants établissent la complicité de l'entreprise et de ses dirigeants dans les actes commis par la junte à partir de plusieurs faits. La société Total (aujourd'hui Total-Fina-Elf) et ses dirigeants ont apporté un soutien moral et financier global au régime militaire, en parfaite connaissance des conséquences de ce soutien sur la poursuite par ce régime de violations massives des droits de l'homme. Ils ont aussi apporté un soutien moral, financier et logistique spécifique aux nombreux bataillons militaires chargés d'assurer la sécurité du gazoduc de Total dans la région de Tenasserim et qui, au su de la société et de ses dirigeants, étaient les auteurs de violations systématiques et généralisées des droits de l'homme, dont l'usage du travail forcé

Poursuites

Si la plainte est jugée recevable par le Procureur, elle fera l'objet d'une enquête par un juge d'instruction tenu au secret. Cette enquête peut durer des années avant d'être éventuellement renvoyée en cour d'Assise. Les peines pourraient consister en plusieurs années de prison pour les individus et en la réparation des dommages encourus par les victimes.

~~Fin de l'encadré~~

La procédure civile

La procédure civile est une procédure entre particuliers où la victime demande une réparation financière du dommage qu'elle a subi. Les pays anglo-saxons se sont faits les champions de ce type de procès souvent fastidieux, longs et très coûteux. En matière de droits sociaux, les procès les plus retentissants ont concerné des accidents de travail et des maladies liées aux conditions de travail, comme la plainte au Royaume Uni, contre l'entreprise transnationale *Cape plc* pour le dédommagement des victimes de son exploitation d'amiante en Afrique du Sud¹⁸. Le cheminement de cette plainte montre les difficultés importantes à surmonter en matière de loi à appliquer et du lieu où tenir le procès (le pays où la violation des droits a eu lieu ou le pays où les décisions qui ont favorisé ces violations ont été prises)¹⁹.

~~Encadré~~

2.000 Sud-africains contre une multinationale

Le cas Cape plc

Cape plc est la société mère britannique d'un groupe transnational spécialisé dans les matériaux de protection contre le feu. Le groupe fut le premier producteur mondial d'amiante. De 1893 à 1979, Cape exploitait l'amiante en Afrique du Sud, sous le contrôle direct de la maison mère ou par l'intermédiaire de filiales détenues totalement par cette société. L'exploitation d'amiante en Afrique du Sud a eu des impacts sanitaires graves non seulement parmi les travailleurs de la mine (dont des enfants) mais également parmi la population des communautés avoisinantes.

En février 1997, cinq Sud-africains portent plainte auprès de la Haute Cour de justice anglaise. Ils accusent Cape d'être responsable des conditions de sécurité et d'hygiène des exploitations concernées, et par conséquent de leur exposition aux poussières et aux fibres d'amiante. Cape tente de se défendre en arguant que la loi anglaise n'est pas d'application dans ce cas. Ce que la Cour d'Appel nie en juillet 1998, en affirmant que l'obligation de soins relève de la loi anglaise.

En janvier 1999, environ 2000 nouvelles plaintes (et deux actions en justice supplémentaires) sont déposées contre Cape. Cape utilise alors l'argument de *forum non conveniens*, désignant l'Afrique du Sud comme le lieu adéquat pour le procès, allant jusqu'à promettre 1 million de livres sterling pour y financer la défense des plaignants... Nous sommes en novembre 1999. Renforçant cette demande, un argument légal des Etats-Unis est utilisé pour la première fois au Royaume Uni : le lieu du procès doit être déterminé par l'« intérêt public ». Si, comme le pense la Cour d'Appel, l'intérêt que porte au procès le public sud-africain est plus important que celui des Britanniques, alors le procès doit se tenir en Afrique du Sud.

En janvier 2000, une campagne de sensibilisation et de récolte de fonds est lancée pour mobiliser le public britannique. En juillet, le gouvernement sud-africain déclare que l'intérêt des Sud-africains est de voir ce procès se dérouler au Royaume Uni ! La Chambre des Lords ne peut alors qu'estimer non pertinent l'argument d'« intérêt public » et se base sur l'absence de soutien légal en Afrique du Sud pour considérer enfin la tenue du procès au Royaume Uni.

En décembre 2001, très vite après le remplacement du président du groupe Cape, un accord est conclu entre les parties. Cape accepte de verser 21 millions de livres sterling dans un fond mutuel à établir en Afrique du Sud. Ce fond permettra de dédommager les travailleurs et les membres des communautés voisines des exploitations qui peuvent prouver que leur santé a été affectée par les activités de Cape. Cape a conditionné le paiement de cette somme à la garantie que le gouvernement d'Afrique du Sud ne soutiendra pas d'autres plaintes contre la société et qu'il n'exigera pas de Cape, la réhabilitation des terres polluées par ses activités.

~~Fin de l'encadré~~

Poursuivre pour publicité mensongère

Le consommateur aussi peut agir en justice. Les associations qui le représentent peuvent poursuivre une entreprise pour publicité mensongère ou pratiques contraires aux usages honnêtes du commerce²⁰. En Belgique, cette plainte se traduira par une action en cessation. Cela signifie que si l'entreprise est jugée coupable, elle devra immédiatement cesser la publicité considérée comme mensongère. Mais elle ne sera pas contrainte de changer ses pratiques. Ce type de procédure pourrait être appliqué, par exemple, vis-à-vis d'une entreprise qui ne respecte pas dans la fabrication de ses produits les normes inscrites dans son code de conduite diffusé auprès du public.

En soutien à cette démarche, un acte de jurisprudence très important a été posé en Californie en mai 2002 dans le procès opposant Nike au citoyen Marc Kasky. Après quatre

années de procès, la Cour Suprême des Etats-Unis a tranché : les déclarations de Nike concernant les conditions de travail chez ses sous-traitants constituent des allégations commerciales et peuvent donc être poursuivies pour publicité mensongère. « L'affaire 'Kasky vs Nike' avait commencé en 1997, relate l'agence Alter²¹ : des fuites concernant les résultats d'un audit mené par Ernst & Young contredisaient alors les déclarations de Nike sur les « bonnes » conditions de travail dans les usines de ses sous-traitants, qui figuraient notamment dans un rapport diffusé par Nike. Marc Kasky, citoyen californien décidait alors d'attaquer Nike pour publicité mensongère. Nike choisit de se placer sous la protection du premier amendement, considérant que les déclarations sur ses pratiques relevaient du débat public et non de l'allégation commerciale. La décision de la Cour Suprême en a décidé autrement et ne manquera pas de faire jurisprudence. »

« Lorsque, dans le but de promouvoir ou de défendre ses ventes et ses profits, une entreprise fait usage de représentations factuelles à propos de ses propres produits ou de ses propres opérations, elle doit dire la vérité.²² » a estimé le juge.

3. Séparer Etat et Entreprise

Aujourd'hui, au nom de la libre concurrence, les pouvoirs publics se placent en retrait et laissent faire les règles du commerce. Mais, quel est ce préjugé selon lequel les entreprises ne pourraient pas s'appuyer sur des cadres légaux contraignants pour se positionner de manière concurrentielle, tout en prenant à bras le corps leur responsabilité sociale ? La capacité des pouvoirs publics à construire et à imposer ce type de cadres légaux est aujourd'hui au cœur de leur légitimité vis-à-vis de citoyens qui se voient confisquer leurs droits et leurs institutions par des lobbies industriels, l'intérêt public par l'intérêt privé.

N'est-on pas là devant la même confusion qui suscitait la division entre l'Eglise et l'Etat, il y a quelques siècles ?

¹ Voir à ce propos les chapitres 2 et 4.

² Fédération générale des Travailleurs de Belgique.

³ C. CRABBE et al., *La Mode déshabillée*, Les Magasins du monde-OXFAM, Bruxelles, 1998, p.110.

⁴ Securities and Exchange Commission.

⁵ En 1999, les cinq fonds mutuels les plus importants dans l'actionnariat de Disney comptaient ensemble 49,9 millions de parts.

⁶ Rapport du secrétaire général, Sous-commission des droits de l'homme des Nations unies (E/CN.4/Sub2/1996/12), para.72, cité dans L. CATALDI, « Les campagnes ne suffisent pas », *Entreprises : Quelle responsabilité sociale ?*, Courrier de la Planète n°64 – 2001 – vol IV

⁷ En juillet 2001, la Commission a présenté le Livre vert « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises (COM (2001)366). Elle y définissait la responsabilité sociale des entreprises comme « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. Suite à la publication de ce livre vert, la Commission a mis en œuvre une large consultation des parties prenantes. Dans son sillage, la Commission publiait, en juillet 2002, une Communication concernant la responsabilité sociale des entreprises : Une contribution des entreprises au développement durable, COM(2002) 347 final.

⁸ A. PEETERS, GRESEA, « Quel encadrement social ? » in *Entreprises : Quelle responsabilité sociale ?*, Courrier de la Planète n°64 – 2001 - vol. IV, éd. Solagral.

⁹ Voir à ce propos R. DE SCHUTTER, « Clause sociale, pour ou contre ? » in *La Mode déshabillée*, C. CRABBE et al, op. cit.

¹⁰ Voir à ce propos le rapport d'OXFAM international, *Deux poids, deux mesures : commerce, mondialisation et lutte contre la pauvreté*, OXFAM, 2002.

¹¹ Magasins du monde-OXFAM, *Le label social belge*, note approuvée par le Conseil d'administration en décembre 2001.

¹² Les cahiers de charge du label social belge ne sont pas rédigés à l'heure où nous écrivons ce chapitre.

¹³ Arrêt C-225/98 du 26/09/2000 Commission / France concernant l'introduction de critères de lutte contre le chômage dans un marché de construction de lycée, Nord-Pas-de-Calais, et avis C-469/98 du 31/01/2002 Commission / Finlande concernant l'attribution d'un marché public de bus urbains selon l'impact polluant.

¹⁴ Il s'agit jusqu'ici du seul procès usant de la loi de compétence universelle qui est arrivé à terme en Belgique. Jugés coupables de participation au génocide, les quatre accusés rwandais ont été condamnés le 8 juin 2001 en Cour d'Assise de Bruxelles à des peines allant de 12 à 20 années de prison.

¹⁵ Loi du 16 juin 1993 modifiée par la loi du 10 février 1999 « relative à la répression des violations graves du droit international humanitaire » .

¹⁶ Loi du 4 mai 1999.

¹⁷ Plus d'informations et suivi de la procédure sur www.birmanie.net.

¹⁸ La coalition d'organisations soutenant ce cas était composée de Action for Southern Africa, Amnesty international, World development movement, National union of mineworkers in South Africa, International federation of chemical, energy, mine and general workers' unions (IECM) et des affiliés de IECM British unions, One world action, London hazards centre, transport & general workers union, et les personnalités politiques britanniques Ken Livingstone, Mick Clapham, Ann Clywydd et Kevin McNamara. Les avocats des plaignants était Richard Meeran, Leigh, Day & Co, Londres.

¹⁹ La Convention de Bruxelles, du 27 septembre 1968, établit toutefois des règles de compétence judiciaire en matière civile et commerciale susceptibles de fonder la compétence des tribunaux de pays membres de l'Union européenne face à un litige qui comporte des éléments d'extranéité.

²⁰ Loi belge du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur.

²¹ *Alter Business News* 35 – 1 août 2002.

²² S. GREENHOUSE, "Court says first amendment doesn't shield from suit", *The New York Times*, 3 mai 2002.

VIII. Ecran géant

Un autre monde est possible

Ubon Romphothong a travaillé 27 ans à l'usine *Thai Durable Textile*, près de Bangkok, en Thaïlande, avant de perdre son emploi lors d'un licenciement collectif de 400 travailleurs. Avec une délégation d'ouvriers, de paysans, d'activistes et de membres de mouvements sociaux provenant de toute l'Asie, elle s'est rendue au Forum social mondial de Porto Alegre, au Brésil, en février 2002. Ce forum, c'est la Mecque des altermondialistes ; le grand rassemblement de tous ceux qui refusent que les lois de l'argent dictent l'ordre du monde et qui cherchent à construire une nouvelle mondialisation.

Après sa mise à pied, Ubon est restée active au sein du syndicat de son usine. Avec ses compagnes, elle réclame les indemnités de licenciement qui ne leur ont jamais été versées, tout en militant pour l'amélioration de la sécurité sociale dans l'ensemble du pays, la participation des femmes dans les structures syndicales et la création d'emplois pour les ouvrières licenciées.

Dès son arrivée au Brésil, une équipe de télévision lui propose de participer à une émission sur l'exploitation des travailleurs, en duplex avec les Etats-Unis. En un instant, cette ouvrière thaïlandaise, qui s'exprime dans le dialecte du nord-est du pays, se retrouve en conversation par satellite avec des chefs d'entreprises et des groupes de consommateurs aux Etats-Unis. Ainsi va la mondialisation de la solidarité.

1. Mondialiser la justice sociale

A Porto Alegre, Ubon a rencontré de nombreux travailleurs des quatre coins du globe : “J'ai entendu des témoignages provenant de syndicalistes argentins, brésiliens, français, autrichiens, nord-américains, etc. J'ai appris que les entreprises agissent souvent de la même manière, partout dans le monde, même dans les pays riches. Dans certains pays, cependant, les travailleurs ont droit à des allocations de chômage, ce n'est pas notre cas. Lors de ces rencontres, j'ai constaté que nous avons presque tous les mêmes problèmes, et qu'il était grand temps de trouver des solutions, tous ensemble¹”.

Les grandes confédérations syndicales internationales étaient également présentes à Porto Alegre ; elles s'inscrivent résolument dans cette vague de fond qui entend “mondialiser la justice sociale”². Pour Pino Carlino, secrétaire national de la CSC, le syndicat chrétien en Belgique francophone, ce n'est pas étonnant : “Le combat contre les méfaits de la mondialisation actuelle est depuis très longtemps celui des syndicats qui ont une longue expérience de la solidarité internationale”³.

Il est vrai que les travailleurs, au Nord comme au Sud, payent cher l'adoption dogmatique des règles du libre marché. La sacro-sainte flexibilité de la main-d'œuvre constitue l'un des ingrédients de base de la recette néolibérale imposée au monde entier par les grands cuisiniers des institutions financières internationales (Organisation mondiale du commerce, Fond monétaire international, Banque mondiale). Elle a des effets dévastateurs.

Ce que nous avons observé pour les travailleuses du jouet dans le Sud a son pendant en Europe et aux Etats-Unis : chômage, baisse des salaires réels, travail précaire, temps partiel imposé, insécurité de l'emploi, atteintes à la sécurité sociale et aux droits syndicaux... Au

cours de la dernière décennie, les travailleurs ont vu leurs revenus stagner ou même baisser, alors que les entreprises faisaient des profits fabuleux, bénéficiant aux actionnaires et à quelques grands patrons. En 1997, en pleine euphorie boursière, les salaires des dirigeants des sociétés aux Etats-Unis ont augmenté de 174 %, alors que le salaire moyen des ouvriers ne bougeait pas.⁴

Sur le marché de l'emploi, les femmes sont doublement exclues : en tant que travailleuses et en tant que femmes. Dans l'industrie légère du Sud, la main-d'œuvre non qualifiée est essentiellement féminine, mais plus on s'élève dans l'échelle des fonctions et des salaires, plus les hommes reprennent le dessus. Dans le Nord, les discriminations perdurent. Pour ne citer qu'un exemple, une récente étude réalisée en France montre que l'écart des salaires entre les hommes et les femmes pour des postes équivalents se creuse en cours de carrière. Ainsi, au bout de cinq ans de carrière, les hommes ayant débuté entre 1991 et 1992 gagnent 21,9% de plus que leurs homologues féminines⁵.

Actrices principales de l'imposition du libre marché à l'échelle globale, les multinationales contribuent dans une large mesure à la dégradation des conditions de travail et aux pertes d'emploi. "Les sociétés transnationales, qui détiennent au moins 33% des actifs de production du monde, ne représentent que 5% de l'emploi direct à l'échelle mondiale."⁶

2. Alliances et agenda global

Depuis quelques années, une multitude de mouvements aussi divers que des syndicats, des organisations paysannes, des mouvements de solidarité, de consommateurs ou de commerce équitable, des coalitions pour l'annulation de la dette du tiers-monde, pour la protection de l'environnement, pour le contrôle des flux financiers ou encore des personnalités académiques engagées se sont rejoints dans une même critique du culte du profit qui s'impose aujourd'hui aux quatre coins du monde. Ce grand mouvement, d'une diversité et d'un dynamisme impressionnants, a éclaté au grand jour lors des manifestations de Seattle, en décembre 1999, qui paralysèrent la conférence interministérielle de l'OMC.

Depuis lors, la recherche d'alternatives pluralistes et créatives à la mondialisation néolibérale compte parmi les priorités de ce mouvement. La lutte des ouvrières du jouet se déroule également sur ce grand écran où évoluent tous les secteurs de l'économie et de la société. Pour sortir de l'exploitation, il est important de faire prévaloir les droits des travailleurs sur ceux des sociétés multinationales, comme nous l'avons amplement discuté dans les chapitres précédents. Mais de manière plus large, cette démarche s'inscrit dans un ensemble de changements profonds, visant la construction d'une société basée sur des valeurs humaines, et non boursières.

Pour Jacques-Chai Chomthongdi, économiste à Focus on the Global South, une ONG activement impliquée dans l'organisation du Forum social mondial, "quand nous parlons d'alternatives à la globalisation de l'économie, nous ne cherchons pas à remplacer le système en place par un autre système mondial et centralisé, applicable à tous. La crise actuelle du capitalisme mondial nous enseigne qu'imposer des recettes uniques ne marche pas. Chaque pays doit trouver un équilibre entre l'ouverture aux marchés mondiaux et la protection de son économie, en fonction de ses caractéristiques, de ses besoins et des aspirations de ses populations."⁷

Sans entrer dans le détail des politiques qui sont aujourd'hui proposées pour sortir de l'impasse, citons trois pistes étroitement liées à l'industrie d'exportation à forte intensité de main-d'œuvre, comme celle du jouet : sortir les campagnes de la misère, contrôler les investissements étrangers et relancer les marchés locaux.

- Sortir les campagnes de la misère

Après le Forum social mondial, Ubon Romphothong, la syndicaliste thaïlandaise dont nous venons de parler, a passé quatre jours dans les campagnes avec des membres du Mouvement des paysans sans terre (MST) du Brésil. Quand on lui demande ce qu'une ouvrière de l'industrie cherche auprès d'un mouvement qui se bat pour la réforme agraire, elle n'hésite pas une seconde : « Nous sommes des ouvrières, mais nous venons des villages. En Thaïlande, la plupart des travailleuses de l'industrie légère sont des paysannes qui ont dû quitter les campagnes car le travail dans les champs ne nous permettait plus de survivre. Les liens entre les deux secteurs restent très importants. Par exemple, au moment de la crise économique en 1997, les usines ont licencié massivement les ouvriers, les renvoyant dans leurs villages. L'agriculture, déjà en difficulté, a dû absorber la main-d'œuvre au chômage⁸ ».

Comme on l'a vu précédemment, cette situation n'est pas propre à la Thaïlande : dans de nombreux pays en développement, la majorité des petits paysans connaissent une misère telle qu'ils constituent un énorme réservoir de main-d'œuvre taillable et corvéable à merci pour l'industrie. Pour un expert de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED), le seul moyen d'augmenter les revenus des travailleurs dans les secteurs d'exportation est d'améliorer les revenus dans le secteur agricole, par une augmentation de la productivité⁹.

Partout dans le monde, de nombreux mouvements de petits et moyens paysans réclament la mise en œuvre de politiques qui leur permettraient de vivre dignement : l'accès à la terre et à la formation, le contrôle des ressources naturelles par les communautés, l'accès à des technologies appropriées, tout comme le droit pour un pays de se protéger contre la concurrence des produits agricoles importés qui inondent les marchés.

C'est parce que le sort des travailleurs de l'industrie est intimement lié à celui des agriculteurs que ces secteurs apparemment si différents se retrouvent aujourd'hui au sein des mêmes réseaux altermondialistes.

- Contrôler les investissements étrangers

Comme on l'a vu pour l'industrie du jouet, les pays du Sud se livrent une concurrence implacable pour attirer les investissements étrangers directs, principalement dans le domaine de l'industrie d'exportation à forte intensité de main-d'œuvre, mais aussi dans certains cas, pour le marché local. Par exemple, une partie de plus en plus grande des investissements étrangers directs provenant des pays industrialisés en Chine cherche à pénétrer l'immense marché chinois.

Ce type d'investissement est présenté comme le remède miracle au sous-développement. « Il vous suffit d'ouvrir vos marchés, de convaincre les investisseurs de s'installer chez vous et progressivement, vous allez grimper les échelons du développement industriel », promettent en substance les chantres de la mondialisation néolibérale.

“Le problème”, explique Jacques-Chai Chomthongdi, “c'est que, même quand ils parviennent à attirer les investisseurs, les pays du Sud n'en tirent parfois aucun bénéfice. Quand les capitaux, les matières premières et les technologies sont importées¹⁰, les profits ne restent pas dans le pays d'accueil ; ils sont en grande partie rapatriés vers le siège des entreprises multinationales. Ce type d'investissements crée alors des îlots, ne contribuant pas au développement de l'économie dans son ensemble”.

“D'autre part, les grandes campagnes de séduction des investisseurs coûtent cher aux pays d'accueil : construction de routes et de bâtiments, “vacances fiscales”, etc. Tout cet argent pourrait être orienté vers des programmes sociaux ou même, vers le développement d'une infrastructure économique locale beaucoup plus profitable à long terme”.

De plus, contrairement aux idées reçues, cette stratégie, dans de nombreux cas, n'est pas créatrice d'emplois. D'après un rapport de la CNUCED sur les conséquences de l'accession de la Chine à l'OMC, “Il est peu probable que les investissements étrangers directs entraînent la création d'un grand nombre d'emplois; bien que leurs exportations représentent actuellement plus de 10 % du PIB, les entreprises à capitaux étrangers emploient moins de 1% de la main-d'œuvre totale. Même si l'emploi dans les secteurs d'exportation dominés par ces entreprises doublait, cela ne permettrait d'absorber guère plus qu'une fraction de la main-d'œuvre libérée dans d'autres secteurs de l'économie”¹¹.

Si l'on ajoute à cela les emplois instables, la formation minimale des travailleurs et les conditions de travail insoutenables qui règnent dans les usines, l'apport des investisseurs étrangers au développement économique d'un pays peut s'avérer contre-productif. Les exportations peuvent bel et bien augmenter, mais la pauvreté ne diminue pas. Et quand les investisseurs s'envolent vers d'autres cieux où les coûts de production sont moindres, ils ne laissent au pays d'accueil ni technologies, ni taxes, ni bénéfices, ni main-d'œuvre qualifiée.

Des politiques volontaristes

“Pour que ce type d'investissements puisse réellement contribuer au développement des pays d'accueil, les gouvernements doivent les contrôler et les sélectionner. Il est important d'exiger notamment des transferts de technologies et la formation du personnel à tous les niveaux, l'utilisation de matières premières locales, et bien sûr, des conditions de recrutement plus strictes pour éviter le sacrifice d'une génération entière d'ouvriers.”¹²

Le “miracle asiatique” qui a permis, il y a une trentaine d'années, à des pays comme la Corée du Sud, Singapour, Taïwan, et plus tard, la Malaisie, de se hisser parmi les pays industrialisés, ne s'est pas produit sous un régime de libre marché non réglementé. Pendant les périodes de croissance, l'économie de ces *tigres asiatiques* était étroitement contrôlée par les gouvernements qui imposèrent des conditions très strictes aux investisseurs étrangers afin de générer leur décollage économique.

Mais aujourd'hui, on assiste plutôt à une dérégulation systématique. Toutes les mesures positives citées plus haut sont perçues comme des entraves au libre marché et condamnées par des institutions telles que l'OMC. Pourtant, la concurrence sauvage à l'échelle mondiale ne permet pas aux pays du Sud de sortir du sous-développement. Comme le rappelle un récent rapport de la CNUCED détaillant les risques d'une stratégie de développement basée sur les investissements étrangers, les gouvernements doivent “disposer d'une marge de manœuvre suffisante pour gérer leur intégration dans l'économie mondiale”¹³.

Aujourd'hui, de nombreuses voix s'élèvent pour réclamer le droit, pour les gouvernements du Sud, de définir des politiques en faveur de leurs populations, et non des multinationales des pays développés.

~~Encadré double page en regard~~

Aruna Arutala

Au pied d'un volcan endormi : des jouets Made in Dignity

Pour les trouver, il faut d'abord quitter la grande ville, sillonner les rizières pendant quelques heures, traverser les bourgades, contourner les volcans. Alors on les rencontre, à la sortie d'un village, en plein cœur de l'île de Java, près de Temangung, en Indonésie. Ils occupent un petit bureau dont la porte s'ouvre sur des cultures à perte de vue.

Singgih et Harianto sont jeunes. Diplômés en design dans une bonne université de Bandung, ils auraient dû, logiquement, s'engager dans une carrière bien rémunérée au sein d'une multinationale de Djakarta. Mais ils en décidèrent autrement. "Quand nous étions étudiants, nous voulions aussi devenir célèbres et voir nos designs faire le tour du monde. Mais nous ne voulions pas le faire en dehors du contexte indonésien. Et le contexte indonésien, c'est le manque d'éducation, le chômage, la marginalisation des campagnes et l'exode rural. En tant que designers, que pouvions-nous faire?"

En 1991, ils fondèrent Aruna Arutala, un atelier de travail du bois qui produit des jouets et des objets décoratifs de toutes les couleurs. L'entreprise exporte vers l'Europe et le Japon et compte aujourd'hui 58 travailleurs dont la moitié sont des femmes. Comme les sous-traitants de Disney, McDonald's ou Hasbro, Aruna Arutala produit des jouets pour l'exportation, utilisant la main-d'œuvre peu qualifiée des campagnes indonésiennes. Mais la ressemblance s'arrête là.

Tout d'abord, cet atelier se situe en pleine zone rurale, ce qui permet aux travailleurs de rester dans leurs communautés. Ils ne connaissent pas le déracinement des ouvriers migrants de l'industrie et les campagnes ne se vident pas de leurs forces vives. Ensuite, les travailleurs d'Aruna Arutala bénéficient d'un emploi salarié stable et continu, une denrée rarissime dans la région. En effet, les initiateurs du projet refusent d'engager du personnel quand les commandes affluent pour s'en défaire par la suite, durant les périodes creuses. Ils s'engagent à long terme vis-à-vis des travailleurs et préfèrent négocier avec leurs clients sur les temps de livraison.

Les producteurs d'Aruna Arutala gagnent le salaire minimum légal, plus une série de compléments en fonction du nombre de bouches à nourrir dans leur famille, de leur ancienneté, de leurs responsabilités, etc. Ils reçoivent également une aide financière pour l'éducation des enfants et ils sont couverts par une assurance soins de santé. De plus, une attention particulière est accordée aux conditions environnementales, tant pour la santé des travailleurs (installation spécifique pour absorber les poussières de peintures dans l'atelier) que dans l'utilisation des matières premières (peintures non toxiques et bois de culture).

Vers une coopérative autogérée

Mais, surtout, Aruna Arutala donne aux travailleurs l'accès à une formation professionnelle variée et la possibilité, à moyen terme, de prendre en charge collectivement l'ensemble de l'atelier. "Nous nous sommes vite rendus compte que si nous voulions changer les conditions de base, nous devons vivre avec les gens, travailler avec eux, créer une communauté de menuisiers plutôt qu'une entreprise avec un patron et des ouvriers". Aruna Arutala cultive le sens de la responsabilité, de la coopération et du travail bien fait. "Nous sommes tous responsables de la production de ce petit canard en bois que tu vois là. Cela

nous donne la conscience de réaliser quelque chose tous ensemble, un produit dont nous pouvons être fiers et qui nous permet de vivre dignement”.

Les ouvriers occupent à tour de rôle différentes responsabilités au sein de l'atelier. Ils apprennent progressivement plusieurs tâches allant du maniement des machines à la peinture à la main, de la finition au suivi administratif et commercial des commandes. Contrairement aux ouvriers des grandes usines de jouets, ils ne restent pas enchaînés à une fonction répétitive pour toute la durée de leur contrat. Rodhyati, une femme de 35 ans, vient d'être élue à la tête de l'atelier. Elle a appris le travail du bois, des rudiments d'anglais et le maniement de l'ordinateur à Aruna Arutala. Maintenant, elle s'essaye à la gestion d'une équipe. Dans une société patriarcale comme celle des campagnes javanaises, peu de femmes ayant quitté l'école à 15 ans assument une telle responsabilité!

Tous les jours, les 58 membres de la communauté se réunissent pour un forum matinal. Ils y discutent de la production, mais ils y abordent aussi une multitude de sujets d'intérêt général. “Grâce au forum, je comprends mieux ce qui se passe dans la région. Avant, je ne m'intéressais pas du tout à la politique. Je votais pour n'importe qui. Maintenant, je fais plus attention”, explique un travailleur.

L'objectif de Singgih et Harianto est de donner aux membres de la communauté suffisamment d'outils pour former une coopérative autogérée, entièrement responsable de la production. Ils pourraient alors se retirer pour créer un petit bureau parallèle spécialisé dans le design.

Pour les fondateurs d'Aruna Arutala, le sens de la responsabilité ne s'arrête pas à la production de jolis objets en bois. Sur les terres de l'atelier, un membre de la communauté cultive des légumes bio qu'il vend à prix réduits lors du forum matinal. Ici, les pesticides font des ravages. En lançant cette petite exploitation bio, Aruna Arutala espère donner aux fermiers du coin le goût d'une autre agriculture, mieux intégrée dans son environnement.

On peut difficilement imaginer une telle intégration aux dynamiques locales de la part d'une entreprise à capitaux étrangers venue s'installer pour quelques années sur le territoire indonésien, à la recherche d'ouvriers bon marché. Ici, le maigre capital de départ provient du pays de production, tout comme d'ailleurs la matière vive d'une telle industrie : la main-d'œuvre et la créativité. Ici, ni Mickey ni Minnie, mais une myriade de petits animaux (“Anomali”) qui ont tous une histoire bien enracinée dans le parcours de leurs inventeurs. “Vous voyez ce crocodile? Regardez-le bien, il porte une tenue de camouflage militaire. Nous l'avons créé aux pires moments de la dictature, quand les militaires faisaient régner la terreur...”.

Au pied d'un volcan endormi, Aruna Arutala rappelle que, même dans le secteur des jouets d'exportation, la production dans le respect des travailleurs, de l'environnement, des communautés et de l'histoire locale n'est pas une utopie.

Aruna Arutala est l'un des partenaires des Magasins du Monde-Oxfam et de plusieurs organisations du commerce équitable en Europe.

~~Fin de l'encadré~~

- Développer les économies locales

Finalement, la création d'un "libre marché" à l'échelle mondiale entraîne les économies de nombreux pays en développement dans la logique du tout-à-l'exportation. Les pays producteurs deviennent alors extrêmement dépendants du marché global et de facteurs sur lesquels ils n'ont aucun contrôle. Par exemple, d'après les prévisions actuelles, l'accession de la Chine à l'OMC, fin 2001, ouvre un nouvel eldorado pour les investisseurs étrangers. Mais pour des pays comme le Mexique et l'Indonésie, cela entraînera la fermeture de nombreuses usines et des vagues de chômeurs. De plus, en raison de l'offre importante, les prix des marchandises à forte intensité de main-d'œuvre ont tendance à baisser sur le marché mondial. Cette situation rend les pays exportateurs, et leurs armées de travailleurs peu qualifiés, extrêmement vulnérables.

De surcroît, comme on l'a vu dans le chapitre 2, l'ouverture d'une économie sur l'extérieur signifie également que le pays accepte l'entrée de produits importés sur son propre marché. Petit à petit, les produits manufacturés fabriqués à l'étranger remplacent la production locale, créatrice d'emplois et moteur d'une économie stable.

Pourtant, comme le rappelle le rapport de la CNUCED sur le commerce et le développement, "l'histoire nous enseigne que le développement économique des Etats-Unis, du Japon et de presque tous les pays d'Europe de l'Ouest s'est basé sur leurs marchés intérieurs."¹⁴

L'intellectuel philippin Walden Bello, l'un des ténors du mouvement altermondialiste, propose également de sortir d'une économie extravertie dans un vaste programme de "déglobalisation" pour les pays du tiers-monde : "Il n'est pas question de nous retirer de l'économie internationale", précise-t-il, mais bien de "réorienter nos économies de la production pour l'exportation vers la production pour le marché local. Il faudrait aussi consacrer la majorité des ressources financières disponibles à un développement de l'intérieur, au lieu de devenir dépendants des investissements et des marchés financiers étrangers". En bref, conclut-il, "il s'agit de réinsérer l'économie dans la société plutôt que d'avoir une société dirigée par l'économie"¹⁵.

Pour les ouvrières du jouet, comme pour des milliers de citoyens aux quatre coins du monde, il s'agit maintenant de mettre en place de nouvelles règles du jeu, annonçant une mondialisation basée sur la diversité et le respect des communautés humaines. Leur lutte, pourtant bien spécifique, s'inscrit désormais dans cet immense mouvement de solidarité internationale qui garde la conviction qu'un autre monde est possible.

¹ Propos recueillis à Porto Alegre le 10 février 2002.

² Voir en annexe la déclaration du mouvement syndical à l'occasion du Forum social mondial: *Mondialiser la justice sociale*, signée par le groupe Global Unions (groupe des Syndicats mondiaux), qui se compose de la Confédération internationale des syndicats libres (CISL), des Secrétariats professionnels internationaux (SPI), de la Commission syndicale consultative auprès de l'OCDE (TUAC-OCDE), et par la Confédération mondiale du travail (CMT) et la Confédération européenne des syndicats (CES).

³ *Oxfam Info*, n°124, Bruxelles, premier trimestre 2002.

⁴ *Le Monde*, le 10 novembre 1999.

⁵ *AFP*, citant une étude de L'INSEE publiée le 31 juillet 2002.

⁶ N. KLEIN, *No Logo. La tyrannie des marques*, Leméac/Actes Sud, 2001, p. 313.

⁷ Propos recueillis à Bangkok le 7 mai 2002.

⁸ Propos recueillis à Porto Alegre le 10 février 2002.

⁹ D. MAZUMDAR, *Labour issues in the World Development Report : A critical assessment*, Genève et New York, 1996.

¹⁰ D'après un rapport de la CNUCED de 1997, les entreprises à investissements étrangers importent plus de 90% de leur équipement et la moitié de leurs matières premières. (Cité par *Rigged rules and double standards*, Oxfam International, avril 2002.).

¹¹ *Trade and Development Report 2002*, CNUCED.

¹² J-C CHOMTHONGDI, propos recueillis à Bangkok le 7 mai 2002.

¹³ *Trade and Development Report, 2002*, op. cit.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ W. BELLO, *Porto Alegre 2001. Hacia un mundo desglobalizado*, Focus on the Global South, Bangkok, janvier 2001.

IX. Conclusions

Le monde enchanté de Walt Disney n'existe pas !

Nous voici arrivés au terme de ce périple tout au long de la chaîne de production des jouets. Entamé auprès des ouvrières des zones industrielles d'Asie, ce parcours s'est poursuivi dans les coulisses des marchands de rêves et dans la grande machine à consommer que représente Disney, pour s'achever en compagnie des syndicats et des mouvements qui réclament l'établissement de nouvelles règles du jeu. En racontant leur vie quotidienne, de nombreux travailleurs ont témoigné de la nature et de l'ampleur des violations des droits humains dont ils sont victimes. En effet, la course au moindre coût dans ce secteur industriel friand d'une main-d'œuvre nombreuse et peu qualifiée pousse les ouvriers à la limite de la survie.

Arrêter la course à la régression sociale

L'industrie du jouet a opté pour la délocalisation de sa production dans des pays à bas salaires. En Indonésie, les investisseurs brandissent sans cesse la menace de leur départ vers des cieux plus cléments, contribuant ainsi à empêcher les progrès sociaux tant attendus par la population. Nombreux sont ceux qui préfèrent le nouvel eldorado chinois, profitant de l'ouverture du pays au libre marché et du peu d'entrain du gouvernement à mettre en œuvre sa propre loi du travail. La concurrence est si féroce entre les pays de production qu'elle les précipite dans la spirale de la régression sociale : les heures supplémentaires obligatoires s'accumulent, les sanctions physiques se multiplient, le stress lié aux cadences de production trop rapides fait des victimes, le pouvoir d'achat des travailleurs dégringole.

A côté de la délocalisation, le recours à la sous-traitance constitue une autre caractéristique de la mondialisation de l'industrie du jouet. Des dizaines d'acteurs intermédiaires interviennent, brouillant les pistes de la filière et rognant à chaque étape sur les revenus des ouvriers. Cette fragmentation de la production accentue la pression exercée sur les droits fondamentaux des travailleurs. Dominant les marchés, une poignée de donneurs d'ordre, de marques et de distributeurs sont en position de force pour imposer leurs conditions de prix, de qualité et de délai à une multitude d'ateliers de production. Ceux-ci se mènent alors une guerre sans merci dans laquelle le coût et la docilité de la main-d'œuvre constituent les armes principales.

Affirmer partout la liberté d'association des travailleurs

En Chine comme en Thaïlande et en Indonésie, nous avons vu que les dynamiques de changement se fondaient avant tout sur le renforcement des organisations de travailleurs. En effet, ce sont les ouvriers eux-mêmes qui sont en première ligne pour revendiquer le respect de leurs droits.

Pour les principales organisations non gouvernementales d'appui aux ouvriers en Chine, l'éducation des travailleurs constitue la pierre angulaire de tout progrès social. Pour

contourner l'absence de liberté syndicale, elles développent d'autres stratégies d'action, telle que la mise en place de comités de sécurité et d'hygiène au sein des usines. Grâce à ces comités, les travailleurs prennent conscience de leurs droits, des recours que leur offre la législation nationale du travail et des éventuels outils que constituent certains codes de conduite.

En Indonésie et en Thaïlande, bien que la liberté syndicale soit considérée comme acquise, son exercice est aujourd'hui mis en péril. Et ces deux pays ne font pas exception. Partout dans le monde, des syndicalistes sont menacés, emprisonnés, parfois assassinés. L'Europe n'y échappe pas non plus. Le droit de grève y est également mis à mal à l'occasion par exemple des poursuites judiciaires qu'intentent de plus en plus fréquemment des employeurs pour exiger des astreintes. Mondialisation oblige, lorsque la liberté syndicale est réprimée dans un pays, les travailleurs en subissent les conséquences dans le monde entier. Les entreprises transnationales tendent à produire dans les pays où les contraintes sociales sont les plus faibles, faisant ainsi pression sur les acquis sociaux partout dans le monde, dans les pays riches comme dans les pays pauvres. L'indifférence n'est par conséquent pas de mise, car même si la solidarité n'est autre que l'expression de l'intérêt bien compris de chacun, elle est devenue impérative.

Mettre les entreprises transnationales devant leurs responsabilités

Il faut chercher des solutions. Et les chercher ensemble, au Nord et au Sud. Les questions qui se posent aujourd'hui sont nombreuses : Peut-on tirer du nouveau credo de la responsabilité sociale des entreprises autre chose qu'une privatisation du progrès social ? Peut-on construire un système légal capable de poursuivre et de sanctionner les auteurs de violations des droits des travailleurs, lorsque ces crimes sont perpétrés au-delà d'une frontière ? Comment traduire en possibilités de recours la responsabilité de fait des distributeurs et des marques sur leurs filières de sous-traitance ?

Dans la seconde partie de ce livre, nous avons tracé quelques pistes d'action vers la définition d'un système régulateur capable d'appréhender les nouvelles données de la mondialisation. Faute de régulation contraignante, les codes de conduite peuvent y participer pour autant qu'ils permettent de promouvoir effectivement le respect des droits fondamentaux des travailleurs inscrits dans les conventions de l'Organisation internationale du travail et qu'ils soient contrôlés avec la participation des travailleurs concernés.

Mais les codes de conduite ne suffisent pas. Leur nature volontaire limite les possibilités de les traduire en instruments légaux. Il faut aujourd'hui s'attaquer d'urgence au vide juridique qui aboutit à l'impunité des sociétés transnationales, en particulier lorsqu'elles ont recours à la sous-traitance. Il en va du respect des droits fondamentaux des travailleurs, tout comme de la légitimité même des autorités publiques. Comme l'Etat s'est séparé de l'Eglise il y a quelques siècles, il est impératif qu'il affirme aujourd'hui son indépendance et son pouvoir régulateur vis-à-vis des sociétés transnationales. Sans cela, le respect des droits humains ne prévaudra pas sur les règles du commerce, ni le bien commun et collectif sur le profit privé et individuel.

Citoyens, travailleurs, consommateurs : briser les cloisons

Depuis quelques années, les mouvements qui réclament plus de justice ont pris conscience des liens qui les unissaient et de la nécessité de construire ensemble de nouvelles bases. Ainsi, des organisations de citoyens du Nord et du Sud, des syndicats et des associations de consommateurs ont commencé à briser les cloisons qui compartimentent trop souvent leurs actions. En chemin vers des régulations contraignantes, ces réseaux dénoncent, revendiquent et expérimentent des modèles de « régulation civile ».

Chacun d'entre nous, pris individuellement, peut aussi faire pencher la balance. Car la boulimie consumériste n'a pas d'avenir, creusant sans cesse les déséquilibres entre « les pays consommateurs » ou les élites consommatrices et les « pays producteurs » ou les populations marginalisées.

~~Encadré~~

Combien de t-shirts?

“Combien de t-shirts et de paires de jeans les riches consommateurs vont-ils pouvoir porter”? s'interroge l'intellectuelle indienne Vandana Shiva, en observant la frénésie de la consommation dans les pays industrialisés¹. Elle insiste pour que l'on prenne en compte les coûts sociaux et environnementaux de l'augmentation de la consommation, dans les pays riches, de produits fabriqués dans les pays pauvres. Dans le secteur agricole comme pour l'industrie, elle dénonce le tout-à-l'exportation qui détourne des ressources humaines et naturelles des pays du Sud pour alimenter la fièvre du shopping des consommateurs aisés. En cela, elle rejoint de nombreux mouvements aux quatre coins du monde qui soulignent qu'un système économique mondial misant sur une croissance infinie de la consommation n'est pas tenable à long terme.

~~Fin de l'encadré~~

Ne laissons plus nos valeurs à l'entrée du magasin

Exiger de l'information sur les conditions de fabrication et sur le respect des droits fondamentaux des travailleurs ; la démarche est-elle si différente de celle qui consiste, lorsqu'on est allergique, à chercher sur l'étiquette la nature du tissu d'une peluche ? Le consommateur peut aussi développer des allergies aux violations des droits humains. Ce sont les siens. Il a le droit de savoir. Sans cela le libre-choix n'est qu'illusoire. Mais, peut-on se fier à ce que nous disent les distributeurs et les marques ? Nous l'avons vu, rares sont ceux qui permettent un contrôle indépendant de leurs chaînes de production, ce qui constituerait la seule garantie fiable pour le consommateur. Dès lors, il est important que les pouvoirs publics encouragent la mise à disposition de ce type d'information, notamment par des labels sociaux adéquats.

Il est également urgent de **demander des comptes aux entreprises** de distribution et aux marques en ce qui concerne leurs pratiques d'approvisionnement et la manière dont ces dernières affectent les droits des travailleurs. Le plus beau code de conduite n'apportera pas d'amélioration durable s'il ne s'accompagne pas d'une remise en cause des politiques d'achat des distributeurs et des marques. De nombreux codes de conduite exigent ainsi le respect d'une certaine durée de travail hebdomadaire. Mais en saison haute, les entreprises de distribution, auteurs de ces codes, imposent des délais de livraison tellement courts qu'il est tout simplement impossible de limiter le travail à la durée prescrite par le code. Les producteurs sont ainsi pris en tenaille par une double contrainte : le respect du code et les

délais de livraison trop courts. Le respect des droits des travailleurs ne peut pas en sortir gagnant...

Choisir l'alternative quand elle existe, cela ne peut que renforcer les démarches pour plus de justice sociale. Aruna Arutala, en Indonésie, comme d'autres producteurs de jouets du commerce équitable, base le développement de son activité de production sur le respect et l'émancipation de ses travailleurs.

Promouvoir une autre approche du jouet et du jeu ouvre aussi d'autres horizons que ceux tant vantés par le consumérisme. Privilégier un jouet qui éveille la créativité, qui permet de s'initier à la coopération ou de s'ouvrir à d'autres apprentissages - simplement un jouet amusant ! - n'est-ce pas préférable à la dernière figurine de dessin animé achetée par automatisme et qui sera passée de mode à la prochaine sortie cinéma ? Echanger les jouets, louer les jeux dans des ludothèques procèdent aussi de la même démarche : celle qui consiste à ne plus encourager une consommation porteuse d'inégalités.

Et au-delà de notre rôle de consommateur responsable, il est important de **s'engager pour réclamer au monde politique d'assumer la défense de l'intérêt public** et de résister à l'hégémonie de la sphère économique.

Puzzle, jeu de l'oie ou partie d'échecs ? Il n'y a pas de réponse unique pour promouvoir le respect des droits des travailleurs. A chacun d'y contribuer à sa façon. Pour nous guider dans cette recherche, cet ouvrage nous a apporté trois certitudes. D'abord, les dizaines de millions de travailleuses du jouet en Chine, en Indonésie ou en Thaïlande ont des visages, des émotions et des droits. Ensuite, où que nous soyons, nous ne voulons pas être réduits à un simple rôle de producteur ou de consommateur docile sur le grand marché mondial. Et finalement, devant le terrible mépris dont font preuve les entreprises vis-à-vis des ouvriers et du public en général, il apparaît clairement que... le monde enchanté de Walt Disney n'existe pas.

¹¹ V. SHIVA, response to Oxfam International's report "Rigged Rules and Double Standards", 14 mai 2002.

ANNEXES

Annexe I.

Codes de conduite de multiples parties prenantes

Brève présentation des principales initiatives¹

La Campagne Vêtements Propres est une campagne européenne basée sur un réseau international d'ONG, de syndicats et d'autres organisations. La campagne vise l'amélioration des conditions de travail dans les filières d'approvisionnement des distributeurs européens de chaussures de sport et de vêtements. Parmi d'autres instruments, elle promeut le contrôle indépendant afin de garantir le respect de son code de conduite (*Clean Clothes Campaign Code of Labour Practices*) adopté en 1998. Les plates-formes Vêtements Propres de France, des Pays-Bas, de Suède et de Suisse collaborent avec 15 distributeurs européens dans le cadre de projets pilotes au cours desquels sont testées des procédures de mise en œuvre, de contrôle interne et de vérification externe. (www.cleanclothes.org)

Les distributeurs impliqués dans les projets pilotes sont Cora Kemperman/Jurk BV, van Winkel Fashions et Vilenzo BV aux Pays-Bas, Auchan, Carrefour, Cora, Casino et Monoprix en France, Hennes & Mauritz, Indiska, Kapp-Ahl et Lindex en Suède, Charles Veillon, Mabrouc et Migros en Suisse.

Ethical Trading Initiative (ETI) est lancée en 1998 par un groupe d'organisations et d'entreprises britanniques. Les entreprises impliquées acceptent de respecter les termes d'un code de base en relation avec des critères sociaux, des contrôles et des audits réguliers et d'encourager leurs fournisseurs à respecter le code de base. En octobre 2001, environ 36 entreprises étaient associées, principalement issues du secteur de l'alimentation, des boissons et de la confection. ETI a réalisé un programme pilote de recherche afin de tester des systèmes de contrôle et de vérification. (www.ethicaltrade.org)

Les entreprises membres de ETI sont Anchor Seafood, Arbor International, ASDA, The Body Shop International, Co-operative Wholesale Society, Desmonds & Sons, Dewhirts Group, Fisher Foods, J Sainsbury, Lambert-Howarthe Global, Levi Strauss & Co., Lyons Seafoods, Littlewoods, M&W Mack, Macleod McCombe, Marks & Spencer, Mothercare, Monsoon, Pentland Group, Premier Brands, Safeway Stores, Somerfield, Tea Sourcing Partnership, Tesco.

Fair Labor Association (FLA) voit le jour aux Etats-Unis en 1998. L'initiative poursuit le travail entamé dans le cadre du *White House Apparel Industry Partnership*. FLA promeut la certification des marques de vêtements et de chaussures de sport distribuées par des entreprises transnationales. Les entreprises certifiées doivent respecter le code de conduite de FLA et soumettre jusqu'à 30% de leurs usines à des contrôles et à des vérifications externes. En novembre 2001, 13 entreprises, impliquant 4.000 usines dans 75 pays, participaient à l'initiative et 161 collèges et universités des Etats-Unis étaient affiliés. (www.fairlabor.org)

Les entreprises qui participent à FLA sont Adidas-Salomon, Charles River Apparel, Eddie Bauer, Gear for Sports, Jostens, Joy Athletic, Levi Strauss & Co., Liz Claiborne, Nike, Patagonia, Phillips-Van Heusen, Polo Ralph Lauren, Reebok.

Social Accountability 8000 (SA8000) est établie en 1997 par le *Council on Economic Priorities and Accreditation Agency* (CEPAA), une organisation américaine connue aujourd'hui sous le nom de *Social Accountability International* (SAI). SA8000 est un standard applicable à tout secteur industriel. Il concerne les conditions de travail et contient un système de vérification et de certification. En novembre 2001, 80 usines et installations avaient obtenu la certification SA8000. Huit entreprises de distribution en étaient signataires, adoptant SA8000 comme leur code de conduite pour mener leurs propres activités de production et choisir leurs fournisseurs. (www.sa-intl.org)

Les entreprises signataires sont Amana, Avon Products, Cutter & Buck, Dole food, Eileen Fisher, Otto Versand, Toys'R' Us et Vögele.

Worker Rights Consortium (WRC) naît en 2000 à l'initiative des Etudiants unis contre les sweatshops (USA) en réaction à l'initiative FLA. Son objectif est d'améliorer les conditions de travail dans les usines parties prenantes des filières d'approvisionnement des entreprises qui produisent des vêtements de sport sous licence de collèges et d'universités des Etats-Unis. WRC réalise des enquêtes sur base de plaintes spécifiques et vérifie le respect des critères intégrés dans son code de conduite. En novembre 2001, 90 collèges et universités des Etats-Unis étaient affiliés au WCR et des rapports d'enquête avaient été réalisés sur deux usines. (www.workersrights.org)

(WRC n'a pas pour vocation d'avoir des entreprises membres, ni d'en certifier.)

Quelques repères

Points de convergence et de divergence

Secteurs couverts : Vêtements Propres, FLA et WRC s'adressent spécifiquement à un secteur industriel, celui des vêtements et des chaussures de sport. ETI et SA8000 s'adressent à tout secteur.

Les pouvoirs publics ont participé au lancement de FLA et ETI. Ce n'est pas le cas du code Vêtements Propres, ni de la SA8000, ni de WRC.

Les parties prenantes potentielles (entreprises, pouvoirs publics, syndicats et ONG) sont diversement représentées. Les entreprises sont absentes de WRC. Par la nature de l'initiative Vêtements Propres, basée sur une campagne publique, les entreprises ont été réticentes à s'impliquer dans le système proposé. Elles sont par contre particulièrement présentes dans FLA et SA8000. Leur importance relative tend cependant à diminuer au sein de SA8000. Les syndicats ne participent pas à FLA. Les ONG sont présentes dans toutes les initiatives. Après une éventuelle implication lors du lancement, les pouvoirs publics sont absents de toutes les initiatives, sauf de la SA8000 où ils occupent un siège au Conseil consultatif. Ils subventionnent cependant FLA, ETI, ainsi que la Fair Wear Foundation créée dans le cadre du projet pilote de la campagne Vêtements propres aux Pays-Bas.

La cible du code de conduite Vêtements Propres, de FLA et de ETI est la certification de marques et de distributeurs. La SA8000 certifie des entreprises de production. WRC ne vise

pas la certification d'entreprises. L'analyse de WRC situe cependant les responsabilités au niveau des marques et de la distribution.

Les normes de travail appliquées par Vêtements Propres, ETI, SA8000 et WRC sont comparables. FLA est fortement critiqué pour ses faiblesses en cette matière. Alors que les autres initiatives exigent au moins le paiement d'un salaire minimum vital, FLA ne se réfère qu'au salaire minimum légal, souvent bien inférieur. FLA permet de dépasser la durée maximale du travail de 60 heures par semaine dans les périodes de pointe. Enfin, FLA est moins exigeant en matière de paiement des heures supplémentaires.

La profondeur de la filière concernée par le respect du code varie considérablement d'un code à l'autre. Le code FLA est censé être respecté par toutes les unités de production détenues par la marque ou le distributeur, par tous ses fournisseurs, tous ses sous-traitants, tous ses détenteurs de licence. C'est le principe. Une exception est toutefois prévue : ne doivent pas se soumettre au code FLA, des unités de production qui ne travaillent pas plus de 6 mois sur 24 pour le distributeur concerné par la certification. Dans des secteurs comme le vêtement ou, pire, le jouet, cette exception fait figure de règle... FLA introduit une progressivité en exigeant qu'endéans les trois ans, 30% des unités de production fournissant des produits de la marque soient certifiés, et 5 à 15% supplémentaires par étapes suivantes de 2 à 3 ans. La SA8000 déclare s'appliquer à toutes les filières d'approvisionnement de l'entreprise mais n'accompagne ce principe d'aucune exigence contractuelle. La certification de ETI porte sur l'entreprise concernée et tous ses fournisseurs. Un flou persiste cependant selon le produit concerné. Vêtements Propres et WRC couvrent toute la filière. WRC exige une déclaration de la part du distributeur ou de la marque. Vêtements Propres exige l'introduction de la clause dans les contrats passés entre l'entreprise et ses fournisseurs, sous-traitants et détenteurs de licence.

Le contrôle interne et la vérification indépendante font l'unanimité. Les cinq initiatives convergent sur la nécessité de conjuguer les deux démarches. Mais toutes ne s'accordent pas sur le terme « indépendant ». Le nœud du débat se situe au niveau de l'implication des travailleurs concernés à travers des ONG ou des syndicats locaux. FLA ne collabore pas avec des syndicats. SA8000 a recours à des sociétés commerciales d'audit. Et même si, tant FLA que SA8000 poussent les ONG à se lancer dans l'audit social, cela ne résout pas la question de la participation des travailleurs. WRC n'a pas recours à des sociétés d'audit. Mais elle envoie, dans les pays de production, des étudiants afin de constituer progressivement un réseau de contrôleurs indépendants. ETI et Vêtements Propres réalisent des projets pilotes pour tester plusieurs mécanismes basés chaque fois sur la participation des syndicats et des ONG locaux.

Les rapports de vérification ont des destinations différentes selon l'initiative concernée. Pour FLA et ETI, les rapports doivent être envoyés aux entreprises ainsi qu'à FLA et ETI qui en publient une synthèse. Pour WRC, tous les rapports sont publics. Pour Vêtements Propres, les rapports sont disponibles pour toutes les parties prenantes. Dans le cadre de la SA8000, les rapports sont destinés à l'entreprise et à SAI. Toute partie signant une convention de confidentialité peut également en disposer. Des synthèses sont publiées.

La transparence et la traçabilité **sont nécessaires pour assurer l'efficacité des initiatives de contrôle**. WRC exige des distributeurs qu'ils dévoilent tous leurs sites d'approvisionnement et demande la même transparence au niveau de chaque fournisseur. SA8000 demande aux entreprises signataires de divulguer annuellement le nombre de leurs fournisseurs qui sont

certifiés SA8000 ou qui sont candidats à la certification ainsi que le nombre total de leurs fournisseurs.

Des mécanismes de recours et de plainte *sont théoriquement prévus dans chaque initiative. Toutefois, FLA n'impliquant pas les syndicats n'a pas, à priori, la confiance des travailleurs, principaux utilisateurs de ce type de mécanisme.*

Le financement des différentes démarches doit couvrir trois types de dépenses : les dépenses institutionnelles, les coûts de certification et le financement des mesures correctives. La clarté n'est pas la principale qualité en cette matière.

Les coûts institutionnels de ETI et Vêtements Propres sont couverts par des pouvoirs publics, des entreprises, des syndicats et des ONG. Ceux de FLA sont financés par des entreprises, les pouvoirs publics fédéraux, des universités des Etats-Unis et par des fondations. WRC est financé par des universités des Etats-Unis. SAI, l'organisme qui gère la SA8000, est financé par les entreprises signataires et les entreprises certifiées.

En matière de certification, FLA, ETI et Vêtements Propres, font supporter les coûts par les marques et les distributeurs impliqués. Dans le cadre de la SA8000, les entreprises paient les frais de leur certification.

WRC et Vêtements Propres demandent le financement des mesures correctives par la marque ou le distributeur concerné. Pour ETI, c'est l'unité de production qui doit couvrir les frais engendrés par les mesures correctives, mais ETI accompagne cette contrainte d'une exigence d'augmentation des prix payés par le distributeur ou la marque. Dans le cadre de la SA8000, les mesures correctives sont à charge de l'entreprise de production mais un soutien non contractuel peut être apporté par les entreprises signataires.

Autres initiatives de multiples parties prenantes dans le champ de la responsabilité sociale

AccountAbility 1000 (AA1000) est un outil et une norme de comptabilité, d'audit et de rapport. AA1000 est créée en 1999 par l'Institut britannique de comptabilité sociale et éthique (Institute of social and ethical accountability). Son objectif est de fournir un guide sur la manière dont une entreprise peut améliorer sa prise de responsabilité en matière sociale. Des formations et l'établissement d'un dialogue encouragent les entreprises à définir des objectifs et des cibles, à mesurer les progrès réalisés, à contrôler les résultats et à développer des mécanismes de suivi. La AA1000 sera complétée par d'autres éléments avant la fin 2002.

Global Alliance for Workers and Communities est une initiative établie en 1999 par la Banque mondiale, la Fédération internationale de la jeunesse, Nike et Gap. L'initiative promeut l'adhésion des entreprises à des normes internationalement reconnues et réalise des études approfondies sur les conditions de travail, les aspirations des travailleurs et les besoins communautaires. Elle établit des programmes de formation et de développement dans le but de sensibiliser le personnel de direction et d'assister les travailleurs – principalement les jeunes adultes – et les communautés. Global Alliance a pour objectif de travailler avec 10 entreprises transnationales dans 12 à 15 pays, d'ici 2004. (www.theglobalalliance.org)

Les membres de Global Alliance sont Gap et Nike.

Global compact est une initiative émanant des Nations unies, officiellement lancée en juillet 2000. Elle encourage les entreprises transnationales et les entreprises des pays aux économies en développement ou en transition à adhérer à neuf principes en relation avec la protection de l'environnement, les droits humains et les conditions de travail ; à adopter, partager et apprendre de « meilleures pratiques » ; à développer des projets avec des agences des Nations unies et des organisations de la société civile. En octobre 2001, environ 400 entreprises provenant de 30 pays s'étaient associées à Global Compact et 31 entreprises avaient fait partager des exemples de « meilleures pratiques ». Global Compact s'est fixé comme objectif en 2002 de récolter le soutien de 100 sociétés transnationales et de 1000 entreprises. (www.unglobalcompact.org)

Les entreprises qui ont soumis un rapport décrivant leurs activités de promotion des principes Global Compact endéans la première année de fonctionnement sont ABB, Aluminium Bahrain, Aracruz Celulose, Aventis Pharma, BASF, Bayer, BP Amoco, British Telecommunications, Crédit Suisse First Boston, Daimler-Chrysler, Deloitte Touche Tohmatsu, Deutsche Bank, Deutsche Telecom, Dupont, Esquel Group, Gerling Group, Groupe Suez, Eskom, France Telecom, ISS, LM Ericsson, Martha Tilaar Group, Nike, Novartis, Organizacoes Globo, Pearson, Placer Dom, Rio Tinto, Royal Dutch Shell Group, SAP, ST Microelectronics, Statoil, Tata Iron and Steel, UBS, Unilever, Volvo.

Global Reporting Initiative (GRI) est établie en 1997. Il s'agit d'un projet de la Coalition pour des économies responsables sur le plan environnemental (CERES) basée aux Etats-Unis, et du Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE). L'initiative est devenue indépendante en 2002. GRI a développé et continue de préciser des lignes directrices pour la rédaction de rapports sociaux et environnementaux. Elle encourage les entreprises à fournir au public de l'information sur leurs impacts sociaux et environnementaux. En date d'octobre 2001, GRI avait connaissance de 83 entreprises se référant ou ayant suivi ses lignes directrices pour la publication de rapports. (www.globalreporting.org)

Worldwide Responsible Apparel Production (WRAP) est une initiative de l'*American Apparel Manufacturers Association*, l'association américaine des producteurs d'habillement. Les ONG qui en sont membres sont des organisations proches des milieux d'affaires. Les représentants syndicaux émanent de syndicats conservateurs et de milieux hostiles à la politique de Fidel Castro à Cuba. Elle vise à garantir le légalité et le respect de conditions humaines et éthiques dans la production de vêtements. Un ensemble de principes de production a été approuvé en 1998 et un système de certification d'usines est testé en 2000. Depuis son lancement en juin 2000, plus de 370 usines de confection ont été enregistrées et 23 ont été certifiées (aux USA, au Mexique et au Honduras). En octobre 2001, des associations de producteurs et de maquiladoras² de plus de 13 pays avaient adhéré au code. De manière assez significative, le manuel d'auto-évaluation de WRAP donne des instructions plus détaillées sur les mesures de sécurité à prendre pour prévenir le transport illégal de drogue dans les chargements de vêtements que sur la manière de garantir le respect de la liberté d'association... (www.wrapapparel.org)

Les entreprises membres du Conseil de direction de WRAP sont Sara Lee (Hanes, Leggs Playtex, Sara Lee, Bali, etc.), Vanity Fair (VF) Corporation (Lee, Wrangler, Rustler, Riders, Britannia et Chic Jeans), Kellwood (qui produit des marques détenues par Wal-Mart) et Gerber Childrenwear.

¹ Sources : P. UTTING, *Regulating business via multistakeholder initiatives : a preliminary assessment*, UNRISD, 2001 et F. DE KONINCK, *Van code tot controle*, Schone Kleren Campagne, Brussel, 2001.

² zones spéciales d'industrialisation d'Amérique centrale souvent montrées du doigt pour les violations des droits des travailleurs qui y ont lieu. Voir à ce sujet ainsi qu'à propos de WRAP, le site de l'association canadienne Maquila Solidarity Network, www.maquilasolidarity.org.

Annexe II.

The Walt Disney Company Code de conduite pour les fabricants

Les engagements de Walt Disney Company sont les suivants :

- des critères d'excellence s'appliquant à tous les aspects des affaires que nous traitons, et ce dans chaque partie du monde ;
- une conduite éthique et responsable en ce qui concerne toutes nos opérations ;
- le respect des droits de l'individu dans tous les cas ; et
- Le respect de l'environnement.

Nous demandons à tous les fabricants de produits Disney de partager ces mêmes engagements. Nous exigeons *au minimum* que tous les fabricants de produits Disney répondent aux normes suivantes :

Travail infantile

Les fabricants n'utiliseront pas le travail infantile.

« Infantile » fait référence à toute personne de moins de 15 ans (ou 14 ans là où les lois le permettent) ou, si plus, à l'âge minimum légal d'embauche ou à l'âge d'achèvement de la scolarité obligatoire.

Les fabricants qui emploient des jeunes personnes ne faisant pas partie de la catégorie « infantile » devront également se conformer aux lois et réglementations en vigueur concernant ces personnes.

Travail involontaire

Les fabricants n'utiliseront pas de travail forcé ou involontaire, que ce soit à travers incarcération, « asservissement », contrat de travail obligatoire ou autre.

Contrainte et harcèlement

Les fabricants traiteront chaque salarié avec dignité et respect et n'auront pas recours aux châtiments corporels, aux menaces de violence ou à toute autre forme de harcèlement ou abus physique, sexuel, psychologique ou verbal.

Non discrimination Les fabricants ne pratiqueront pas la discrimination en matière d'embauche et de recrutement, y compris en ce qui concerne les salaires, les avantages, les promotions, les mesures disciplinaires, le licenciement ou la mise à la retraite, sur la base de la race, la religion, l'âge, la nationalité, l'origine sociale ou ethnique, l'orientation sexuelle, le sexe les opinions politiques ou les handicaps.

Association

Les fabricants respecteront le droit des salariés à s'associer, s'organiser et à négocier collectivement de manière calme et en respectant les lois, sans sanction ou interférence.

Salubrité et sécurité

Les fabricants offriront aux salariés un lieu de travail salubre et non dangereux, conformément à toutes les lois et réglementations en vigueur, et assureront au minimum l'accès correct à l'eau potable et aux équipements sanitaires ; la sécurité contre l'incendie ; et un éclairage et une aération adéquates.

Les fabricants feront également en sorte que les mêmes normes de salubrité et de sécurité s'appliquent à tout logement qu'ils fournissent à leurs salariés.

Rémunérations

Nous attendons des fabricants qu'ils reconnaissent que les salaires sont essentiels pour subvenir aux besoins de base des salariés. Les fabricants respecteront, au minimum, toutes les lois et réglementations en vigueur concernant les salaires et la durée du temps de travail, y compris celles ayant trait au salaire minimum, aux heures supplémentaires, à la durée du travail maximum, aux tarifs à la pièce et aux autres éléments concernant la rémunération et fourniront les avantages requis par la loi. Si les lois en vigueur ne réglementent pas les heures supplémentaires, les fabricants paieront les heures supplémentaires au moins au tarif des heures normales. Sauf en cas de circonstances extraordinaires pour l'entreprise, les fabricants n'exigeront pas des salariés qu'ils travaillent plus que la durée la plus courte parmi les durées de temps de travail suivantes : (a) 48 heures par semaine et 12 heures supplémentaires ou (b) limites légales pour le nombre d'heures normales et supplémentaires ou, là où les lois ne limitent pas la durée du temps de travail, la semaine de travail normale pour le pays en question plus 12 heures supplémentaires. De plus, sauf en cas de circonstances extraordinaires pour l'entreprise, les salariés auront droit à au moins, un jour de congé par période de sept jours.

Là où les normes locales de l'industrie dépassent les exigences légales en vigueur, nous demandons aux fabricants de se conformer aux normes plus élevées.

Protection de l'environnement

Les fabricants respecteront toutes les lois et réglementations en vigueur sur l'environnement.

Autres lois

Les fabricants respecteront toutes les lois et réglementations en vigueur, y compris celles ayant trait à la fabrication, aux prix, à la vente et à la distribution de marchandises.

Toutes les références aux « lois et réglementations en vigueur » dans ce Code de Conduite comprennent les codes, règlements et réglementations locaux et nationaux, ainsi que les traités et normes volontaires de l'industrie en vigueur.

Sous-traitance

Les fabricants n'emploieront pas de sous-traitants pour la fabrication de produits Disney ou de parties de ceux-ci sans l'autorisation écrite préalable de Disney, et ce uniquement après que le sous-traitant se soit engagé par écrit vis-à-vis de Disney à respecter les normes figurant dans ce Code de Conduite.

Surveillance et conformité

Les fabricants autoriseront Disney et les agents qu'il aura désignés (y compris les tiers) à prendre part à des activités de surveillance pour confirmer que ce Code de Conduite est respecté, y compris inspections sur site, à l'improviste, des installations de fabrication et des logements fournis par l'employeur ; études des livres et dossiers relatifs à l'embauche ; et entretiens en privé avec les salariés. Les fabricants conserveront sur site toute la documentation pouvant permettre de démontrer que leur conduite est conforme à ce Code de Conduite.

Publication

Les fabricants prendront les mesures nécessaires pour que les provisions de ce Code de Conduite soient communiquées aux salariés, y compris l'affichage d'une copie de ce Code de Conduite, de façon à ce qu'il soit bien en vue, et ce dans un endroit auquel les salariés peuvent accéder facilement à tous moments.

Annexe III.**MONDIALISER LA JUSTICE SOCIALE*****Déclaration du mouvement syndical¹ à l'occasion du Forum social mondial (Porto Alegre) et du Forum économique mondial (New York), janvier/février 2002***

Les travailleurs dans la majeure partie du monde vivent mal ces premières années du 21^e siècle en raison de la détérioration de la sécurité de l'emploi et de la priorité croissante du capital par rapport aux salaires. Les inégalités s'accroissent - entre riches et pauvres, entre hommes et femmes et entre les pays en développement et les pays industrialisés. De même, les institutions économiques internationales dominent de plus en plus les pays en développement. La pauvreté augmente alors que les richesses s'accumulent et se concentrent comme jamais auparavant.

Le déficit démocratique est de plus en plus élevé étant donné que les options politiques nationales sont limitées par les marchés mondiaux qui sont souvent à l'origine d'une plus grande concurrence entre gouvernements plutôt qu'entre compagnies. La gouvernance démocratique n'existe presque pas. Et là où la gouvernance mondiale et les règles contraignantes commencent à émerger, c'est dans le but de protéger les droits de propriété dans l'intérêt du capital plutôt que les droits des travailleurs. En effet, l'absence ou la faiblesse des institutions démocratiques mondiales destinées à défendre le bien commun et à refléter la volonté des gens signifie que le pouvoir passe des dirigeants élus du gouvernement aux dirigeants non élus du capital mondial. On a de plus en plus le sentiment que la prise de décisions s'est trop éloignée des individus. Il en va ainsi pour des millions de travailleurs sous-traités qui apposent des marques sur des produits pour des compagnies qui ne les ont pas engagés ainsi que pour la vie politique où même le simple acte de voter semble à de nombreuses personnes n'avoir aucun rapport avec leur vie quotidienne. La privatisation effrénée et irresponsable des services publics vitaux - partie intégrante de la définition et de la construction d'une société décente - aggrave cette aliénation en détruisant le lien entre des services abordables, décents, équitables et de qualité et la volonté et participation politiques.

Cependant, de plus en plus de personnes, de gouvernements et de compagnies reconnaissent que le scénario "business as usual" n'est plus valable. Ils savent que même si la mondialisation non réglementée fonctionne pour certains, elle ne fonctionne pas pour un nombre trop élevé de personnes. La façon dont la déréglementation des marchés financiers mondiaux a permis d'étendre les réseaux qui nourrissent le terrorisme témoigne du besoin de prendre des initiatives visant au développement d'un cadre pour la gouvernance mondiale et de renforcer la réglementation de la mondialisation.

Les marchés ne règlent pas les dégâts qu'eux-mêmes ont provoqués. Ils ne génèrent pas automatiquement la justice. Ils ne requièrent pas le respect des droits humains pour prospérer ou fonctionner. Autrement dit, le pilote automatique ne fonctionne pas. Combien d'autres pays comme l'Argentine devront s'effondrer avant que des institutions et dirigeants mondiaux arrêtent d'imposer leur modèle avant de l'examiner à fond ? Et combien d'autres entreprises comme Enron devront s'écrouler avant que ces mêmes institutions et dirigeants se demandent sérieusement si les entreprises méritent la confiance publique qu'elles ont gagnée ? L'histoire prouve que le mouvement syndical, composé d'organisations représentatives et démocratiques, peut aider à remplir le vide moral créé par les forces du marché. Il constitue un instrument qui traduit la volonté des travailleurs et devient leur levier pour faire bouger le monde, pour changer la répartition des richesses et de pouvoirs à l'intérieur et au-delà des

pays. Les syndicats sont à même de transformer la société. C'est pourquoi tous les tyrans, qu'ils soient publics ou privés, craignent la liberté syndicale. Les syndicats sont également l'un des rares acteurs capables de surpasser les divisions qui polarisent actuellement nos vies et, par conséquent, de construire un monde meilleur. Le mouvement syndical international réaffirme sa conviction que le respect des droits syndicaux est un aspect essentiel du développement social et économique assorti d'une justice sociale.

Le mouvement syndical se rend à Porto Alegre et à New York pour transmettre un message unifié. Les syndicats font partie de la société civile au même titre que du monde économique. En vue d'être pertinents aux yeux de nos membres, nous devons être prêts à amorcer un dialogue avec les employeurs pour qui travaille la main-d'oeuvre et à négocier avec eux et, dans le même temps, travailler avec d'autres dans la communauté. Notre rôle consiste à faire avancer et à défendre les intérêts des travailleurs en concluant des alliances avec ceux qui partagent nos points de vue, et, en engageant des débats avec ceux qui ne les partagent pas. D'où notre présence simultanée à ces deux forums.

Un débat public mondial peut s'avérer utile même si la participation à ce débat est trop limitée. Le monde ne peut être divisé soigneusement entre ceux qui sont en faveur de la mondialisation et ceux qui ne le sont pas. Nous n'approuvons pas le programme néolibéral qui a imposé une mondialisation déséquilibrée. Nous ferons pression sur le Forum économique mondial pour qu'il aborde la nécessité de mondialiser la justice sociale. Parallèlement, au Forum social mondial, nous contribuerons à l'élaboration de stratégies constructives pour démocratiser la mondialisation dans l'intérêt de tous les travailleurs. Dans la vie des familles et des communautés, les aspects sociaux et économiques ont été, restent et seront toujours liés étroitement.

Notre objectif est d'obtenir le soutien pour un monde dépourvu de pauvreté et de chômage, de discrimination et d'injustice, de toutes les formes de terrorisme et de la menace de guerre et d'oppression. Nous voulons un monde fondé sur l'entière démocratie et le respect des droits de l'homme. Nous voulons un monde où les petites et grandes entreprises respectent les droits des travailleurs et des syndicats ainsi que les sociétés dans lesquelles elles fonctionnent. Nous voulons un terme aux extrêmes d'opulence et de misère; nous voulons l'entière égalité entre hommes et femmes; nous voulons le respect des droits de tous, jeunes et moins jeunes; et nous voulons que soit reconnu le fait que les économies et les sociétés ne peuvent être soutenues que si elles sont fondées sur un niveau élevé de services publics et la réglementation du pouvoir privé par des gouvernements et organisations fiables et démocratiques. Nous sommes convaincus qu'un autre monde est possible. Telle est la position du syndicalisme mondial du 21^e siècle que nous défendons à Porto Alegre et à New York.

¹ Cette déclaration a été approuvée par le groupe Global Unions (groupe des Syndicats mondiaux), qui se compose de la Confédération internationale des syndicats libres (CISL), les Secrétariats professionnels internationaux (SPI) et la Commission syndicale consultative auprès de l'OCDE (TUAC-OCDE), et par la Confédération mondiale du travail (CMT) et la Confédération européenne des syndicats (CES).