



Malaise au rayon sport

Difficile d'acheter des vêtements de sport la conscience tranquille... Les chaînes sont toutes logées à la même enseigne : elles offrent de mauvaises conditions de travail dans leurs usines et se soucient comme d'une guigne de l'environnement.

Christian Rousseau et Daisy Van Lissum

Made in Cambodia, in China, in Bangladesh, in Vietnam... Il y a de fortes chances que l'étiquette de votre vêtement de sport mentionne un pays asiatique à bas salaires. Dans la plupart des cas, cela signifie malheureusement que le vêtement en question a été produit dans des conditions déplorables, sans respect pour les ouvriers du textile ou l'environnement. Nous avons pu le constater nous-mêmes au Cambodge, en visitant quelques ateliers sordides qui travaillent pour de grandes marques telles qu'Adidas, Decathlon, FootLocker, Nike et Puma. Nous avons pu nous entretenir - clandestinement - avec plusieurs ouvriers de l'industrie textile. La réalité interpelle : votre tenue de sport à la mode ou le maillot de foot que vous enfileriez pour soutenir les Diables a sans doute été fait par des ouvriers harassés et sous-payés.

Situations déplorables dans les ateliers
Souvenez-vous : la catastrophe du Rana Plaza avait fait plus de mille victimes au Bangladesh en 2013. L'effondrement de cette usine de

textiles délabrée soulignait une fois de plus les conditions de travail lamentables régnant dans l'industrie. La pression qui s'exerce sur les coûts est énorme, et elle a un prix. Les vêtements de sport ne font pas exception. Les ateliers des pays à bas salaires ont en général un point commun : les ouvriers y travaillent dans des conditions misérables et, souvent, franchement dangereuses. Dans une chaleur insoutenable et des vapeurs de produits chimiques, ils travaillent plus de dix heures par jour, six jours sur sept. Ils s'épuisent à la tâche jusqu'à s'évanouir sur leur lieu de travail, quand ils ne meurent pas.

C'est ainsi qu'au Cambodge, l'ouvrière Un Sok nous a raconté que son mari était mort d'épuisement dans l'usine de textile après avoir travaillé cinq jours d'affilée, sans jamais rentrer chez lui pour dormir. Sa mort a été considérée comme un accident du travail et sa veuve a reçu une indemnisation de l'usine, soit 2 636 € : à peine de quoi faire face à ses remboursements. "Parfois, je n'ai plus que 10 ou 20 € par mois pour manger", explique Un Sok, qui a vu fondre comme neige au soleil le

revenu mensuel de sa famille après la mort de son mari. "Souvent, les enfants doivent se débrouiller."

Son histoire n'est pas une exception. Malgré les récentes augmentations, le salaire plancher de 130 \$ en vigueur au Cambodge est encore bien inférieur au salaire minimum vital, estimé à 230 \$. Les heures supplémentaires sont rarement payées. En outre, la hausse du salaire minimum en 2013 et 2014 s'est accompagnée d'une augmentation des exigences. Les objectifs de production doivent être atteints coûte que coûte, au détriment des pauses pour se reposer, boire de l'eau, aller aux toilettes ou manger.

La contestation n'est pas tolérée

Il est pour ainsi dire impossible de protester contre cette exploitation. Les ouvriers travaillent sous contrat de courte durée, renouvelé tous les deux à trois mois, souvent pendant plusieurs années, sans espoir d'obtenir un contrat à durée indéterminée et sans la moindre protection contre les licenciements. Bien que l'exploitation des travailleurs avec

de tels contrats à durée déterminée soit interdite au Cambodge, les abus restent monnaie courante. Ainsi, les ouvriers n'ont aucune sécurité d'emploi et hésitent à se mettre en congé de maladie de peur qu'il soit mis fin à leur contrat. Les contrats à durée déterminée sont un moyen très efficace pour les tenir en respect. Ceux qui se plaignent, se syndiquent ou ne travaillent pas assez sont mis à la porte sans ménagement. Pour la même raison, les grossesses sont dissimulées le plus longtemps possible. Qui plus est, les discriminations et les intimidations sexuelles ne font hélas pas exception sur le lieu de travail.

Than Mak est l'une de ces nombreuses ouvrières du textile à s'être évanouie pendant ses heures de travail. "Ce jour-là, je travaillais depuis sept heures du matin; la température dans l'usine dépassait les 30°. Le travail était accablant et je ne me sentais pas bien. J'avais demandé la permission de partir à quatre heures de l'après-midi, mais mon patron a refusé. Je devais même prêter des heures supplémentaires", raconte-t-elle à contre-cœur, de peur que l'on découvre qu'elle a parlé à des étrangers. "L'après-midi, j'ai voulu faire une pause. J'avais du mal à respirer et j'étais prise de vertiges. Mais le contremaître m'a dit qu'il ne pouvait pas me remplacer." Un peu plus tard, elle s'évanouissait. Et pourtant, elle ne s'est jamais plainte. "On nous dit que si nous refusons de faire des heures sup', nos contrats ne seront pas renouvelés. Même chose si nous voulons prendre deux jours de congé : on risque de perdre son emploi."

Pollution de l'air, de l'eau et du sol

Les fabricants de textile ne se soucient guère des effets néfastes de la production sur l'environnement. Presque toutes les étapes du processus sont polluantes, que ce soit pour le sol, l'eau ou l'air.

À commencer par la culture du coton, qui consomme énormément d'eau. Elle utilise aussi beaucoup de pesticides qui, sans filtrage adéquat, aboutissent dans le sol et la nappe phréatique. Ensuite, pour teindre les tissus, on utilise toute une série de substances toxiques, elles aussi très polluantes. Enfin, n'oublions pas le transport : l'empreinte écologique de ces vêtements est considérable, car ils doivent parcourir de longues distances, du pays de production au consommateur.

Motus et bouche cousue

Les marques et chaînes d'articles de sport ne sont évidemment pas très enclines à faire la transparence sur les conditions dans lesquelles leurs produits sont réalisés. Au total, nous avons envoyé notre questionnaire à 16 distributeurs de vêtements de sport, dont cinq sont présents sur le marché belge : Decathlon, Footlocker, Intersport, JD Sports et Sports Direct. Seul Footlocker n'a pas

Les ouvrières n'ont aucune sécurité d'emploi. Elles n'osent pas se plaindre, de peur de perdre leur place

de marque de distributeur; tous les autres vendent aussi bien leurs propres produits que ceux d'autres marques.

Aucun ne produit lui-même les vêtements qu'il vend, ce qui signifie qu'ils confient tous la fabrication à des sous-traitants ou leur achètent leurs produits. Cela n'excuse toutefois pas l'absence de politique éthique ou les demi-mesures. Les chaînes ne peuvent en aucun cas se cacher derrière des tiers, ►

Aucun champion

Si aucun bon exemple ne se dégage de notre enquête, certaines marques font mieux que d'autres.

Sur la bonne voie mais...

Même s'il surpasse tous les autres, on ne peut pas dire qu'Intersport soit très volontariste. Son score passable, il le doit surtout à ses bonnes performances sociales. En revanche, sa note environnementale est très mauvaise. Cela dit, Intersport est la marque la plus transparente de notre enquête.



45/100

Le score passable mais décevant de Decathlon, le premier distributeur du pays, est dû à ses efforts limités vis-à-vis des parties prenantes et de la transparence. Les questions sociales et environnementales retiennent néanmoins son attention.



43/100

À la traîne

JD Sports n'obtient une note passable que pour ses efforts sur le plan social. Pour le reste, ses performances sont mauvaises, d'où notre évaluation très négative.



23/100

Rien de bon à dire sur Sports Direct, malheureusement : le distributeur est recalé sur toute la ligne.



10/100

Pas d'info

Footlocker ayant refusé de remplir notre questionnaire, nous ne disposons pas d'informations suffisantes pour évaluer la chaîne. Cette absence totale de transparence lui vaut une note d'exclusion.



Foot Locker

4/100



où faire vos achats, mais seulement les entreprises à éviter. Si Decathlon et Intersport ne brillent pas particulièrement par leurs performances, raison pour laquelle nous ne pouvons les recommander, au moins ont-ils une nette avance sur JD Sports et Sports Direct. Nous pouvons encore moins conseiller Footlocker à cause de son refus de collaborer à notre enquête et de communiquer clairement sur ses méthodes de production.

Besoin d'un engagement à long terme

L'industrie du textile souffre depuis plusieurs décennies d'une image négative en

vront d'abord nouer un partenariat équilibré et durable avec leurs fournisseurs pour que ceux-ci soient prêts à travailler au changement. Nous voulons aussi une plus grande transparence sur ces mesures.

Sara Ceustermans, de la campagne Schone Kleren (Vêtements Propres), note déjà une certaine amélioration : "Sous la pression des consommateurs et d'organisations telles que la nôtre, de plus en plus de marques prennent des initiatives pour améliorer les conditions de travail dans la chaîne. L'impact écologique fait aussi l'objet d'une attention croissante. Mais comme toutes ces mesures sont prises sur base volontaire et que toutes les informations utiles ne sont pas publiées, le consommateur a du mal à savoir si la condition des travailleurs du textile change vraiment."

Faute de transparence, on ne peut donc jamais être sûr à 100 % d'acheter des vêtements "propres". Certains labels, comme celui de la Fair Wear Foundation (FWF), garantissent que des efforts sont faits pour contrôler strictement et améliorer les conditions de travail. Les marques de vêtements outdoor Dynafit, Håglofs, Jack Wolfskin, Odlo, Ronhill et Vaude ont obtenu le label de la FWF, mais des chaînes belges bon marché telles que Bel&Bo et JBC y sont elles aussi affiliées. On le voit, un vêtement "propre" n'est pas forcément hors de prix. "Le salaire des ouvriers ne représente qu'une fraction du prix de vente. Même s'il était doublé, le consommateur ne s'en rendrait pas compte", souligne Sara Ceustermans. "En revanche, les tissus issus de la culture biologique et du commerce équitable entraînent un surcoût. Une partie sera vraisemblablement repercutée sur le client." ■

► elles doivent assumer elles-mêmes la responsabilité de la politique sociale et environnementale de la chaîne de production et faire la transparence à cet égard.

Mais ce n'est pas tout. Si vous voulez acheter un vêtement de sport socialement et écologiquement responsable, il vous sera difficile de faire un choix valable. Aucune marque de notre enquête ne donne le bon exemple. Dans le meilleur des cas, les chaînes d'articles de sport ont pris quelques initiatives pour mettre un produit "propre" sur le marché; au pire, elles ne font strictement rien.

Aucun distributeur au top niveau

À une exception près, aucun distributeur ne dispose d'un code de conduite détaillé ou d'un système de contrôle fiable sur le lieu de travail. Intersport n'a pas son propre code de conduite, mais s'engage à respecter le code et le système d'audit externe (commun) du BSCI (Business Social Compliance Initiative). La durabilité n'est manifestement pas non plus une priorité pour les chaînes d'articles de sport. Actuellement, le contrôle de l'impact environnemental de la production est inexistant, tout comme les efforts visant à les atténuer, sauf chez Decathlon.

Une absence totale de transparence crée des problèmes supplémentaires. Il est presque impossible au consommateur moyen de connaître la politique sociale d'une marque. Seul Decathlon communique ouvertement sur ses initiatives : pas de travail forcé ni de travail des enfants, un environnement de travail sûr et sain, pas de discrimination ni de sanctions injustes, respect des horaires de travail et des travailleurs. Fort bien, mais Decathlon refuse de publier la liste de ses usines, comme de grandes marques telles qu'Adidas, Nike et Puma l'ont déjà fait (sous la pression). Le consommateur n'a qu'à croire l'entreprise sur parole, car il est pratiquement impossible de vérifier si ces belles paroles se traduisent aussi par des actes.

Étant donné ces résultats décevants, nous ne pouvons malheureusement pas vous dire

Même si le salaire des ouvriers doublait, cela n'aurait guère d'influence sur le prix

matière de droits de l'homme et de respect de l'environnement. Notre enquête le confirme : elle a encore beaucoup de progrès à faire. Malgré l'intérêt accru porté par les clients à la provenance des produits, elle fait très peu d'efforts pour produire les vêtements de manière plus éthique et plus durable.

Nous demandons dès lors aux marques de s'engager sur le long terme, en adoptant des codes de conduite forts pour chaque maillon de la chaîne de production et en les appliquant correctement. Ces codes devront être contrôlés par des audits réguliers et indépendants. Pour cela, les marques de-

POUR UNE CONSO PLUS DURABLE

Vous pouvez choisir des vêtements de sports socialement et écologiquement responsables. Mais une consommation (plus) responsable ne s'arrête pas là.

Évitez les "mauvaises marques"

Choisissez les marques qui s'engagent activement dans le domaine de la durabilité et des droits de l'homme. Notre étude montre que personne n'est parfait, mais Decathlon et Intersport ont manifestement une meilleure politique que d'autres distributeurs.

Optez pour la qualité Achetez des produits de qualité qui durent plus longtemps et doivent donc être remplacés moins vite.

Préférez les matières naturelles telles que la laine, le coton et le lin, et de préférence munies d'un label bio ou du commerce équitable.

Prenez soin de vos vêtements

Suivez les instructions de lavage sur l'étiquette et utilisez un programme écologique ou à basse température.

Recyclez Ne jetez jamais les vêtements que vous ne portez plus. Donnez-les, échangez-les

ou vendez-les pour leur donner une deuxième vie. Les vêtements en mauvais état peuvent encore être transformés.

Soutenez des actions

Faites un don aux ONG et aux projets qui défendent les droits des travailleurs pour leur permettre de faire pression sur les entreprises. La campagne achACT (www.achact.be) est un bon point de départ pour en savoir plus sur les initiatives durables et éthiques.