

Marques internationales de sport

- Adidas
- Nike
- Reebok

Un effort de concertation et de vérification multipartites

Si Nike, Adidas et Reebok se placent devant les enseignes de la distribution, c'est avant tout parce que, depuis le début des années 90, des campagnes de pression internationales les ont contraintes à faire des avancées. Reste que ces trois grandes marques sont encore loin de satisfaire à l'ensemble des exigences qui pourraient améliorer durablement les conditions sociales dans les filières d'approvisionnement.

ADIDAS

Légende : ⓘ Informations documentées par l'entreprise

ⓘ Informations mentionnées par l'entreprise

Ⓜ Informations collectées par une autre source

PRATIQUES

- Ⓜ 51% de la production est réalisée en Asie, 22% en Amérique et 27% en Europe. La gestion du sourcing* est prise en charge par la société internationale Adidas-Salomon International Sourcing Ltd (aSIS), basée à Hong Kong.
- Ⓜ Actuellement, Adidas essaie de simplifier la traçabilité dans ses filières d'approvisionnement en réduisant le nombre de ses fournisseurs.
- Ⓜ Un département des affaires sociales et environnementales (Social and Environmental Affairs department) veille à la bonne mise en œuvre de la politique d'Adidas et contrôle le respect de son code de conduite par les fournisseurs.
- Ⓜ Adidas déclare avoir recours à la rupture de contrat « en dernier ressort », c'est-à-dire lorsque les réaudits suivant la mise en place de plans d'actions correctives ne font pas état de progrès chez le fournisseur pour remédier aux violations constatées. Ces ruptures étaient au nombre de 14 en 2002 (en Chine, Indonésie, aux Philippines et en Estonie).
- Ⓜ Adidas est engagé dans un espace de concertation multipartite sur le monitoring et la vérification, la FLA*. En 2002, 42 usines ont été vérifiées par un organisme accrédité par la FLA*, soit 10% des usines de production d'Adidas.
- Ⓜ Adidas travaille en coopération avec l'OIT*, des ONG* et parfois des syndicats locaux pour informer les travailleurs concernés sur sa gestion de la qualité sociale dans ses filières d'approvisionnement. Au Vietnam, Adidas dispense en collaboration avec des ONG* locales des formations aux nouveaux employés de ses fournisseurs.
- Ⓜ Adidas possède un système de contrôle des usines de ses fournisseurs qui comprend des audits internes et des audits externes.
- Ⓜ Les audits internes sont conduits par une équipe spécialisée par région (Asie, Amériques, Europe) qui utilise depuis 2001 un référentiel propre à Adidas (« Guidelines on Employment Standards »). La plupart des audits ont été réalisés en Asie. Fin 2002, 56% des unités de production d'Adidas ont été auditées (soit 460 usines sur 828).
- Ⓜ De plus, Adidas a fait pratiquer des audits externes, notamment par le cabinet externe SGS et des services de l'OIT* (au Cambodge).
- Ⓜ Adidas encourage la mise en place d'un système de gestion des plaintes chez ses fournisseurs. En Chine, des sous-traitants ont créé des centres de conseil et des systèmes de gestion des plaintes à tous les niveaux. Des rencontres entre la direction et les employés sont organisées, des comités sur l'hygiène et le sécurité ont été institués. Adidas encourage et soutient la formation de syndicats pour rendre le système de gestion des plaintes plus efficace.
- Ⓜ Adidas affiche sa volonté de faire avancer le progrès social chez ses fournisseurs. Nous savons que l'entreprise a participé financièrement à la mise en œuvre d'actions de formation des travailleurs en Chine.
- Ⓜ 255 formations ont été dispensées en 2002 sur le management de la qualité sociale auprès des acheteurs comme de la direction des unités de production. Dans le cadre du programme FLA*, ces formations doivent se poursuivre jusqu'en 2004.

Aucune information n'a été relevée concernant l'influence de la gestion de la qualité sociale sur les pratiques d'achat d'Adidas (niveaux de prix d'achat, délais de commande,...).

ENGAGEMENTS











- ① Adidas a publié en 1998 un code de conduite nommé « Guide Standards of Engagement » (SoE), révisé en 2001. Ce code fait référence aux conventions de l'OIT*, mais pas à la DUDH ni à la notion de salaire minimum vital.
- ② En 2003, Adidas déclare travailler sur la notion de "rémunération juste", c'est-à-dire "suffisante pour couvrir les besoins fondamentaux et les dépenses raisonnables" des travailleurs.
- ③ Adidas inclut systématiquement dans ses contrats de référencement fournisseurs une clause sociale contenant son code de conduite et le respect des ses engagements par les fournisseurs. Le fournisseur doit signer un « accord » qui l'engage à respecter le code de conduite d'Adidas.
- ④ Adidas s'engage, en tant que membre de l'organisme multipartite FLA*, à soumettre ses fournisseurs à la vérification de la qualité sociale par cet organisme.








TRANSPARENCE




- ① Depuis 2000, Adidas publie un rapport social et environnemental. La marque suit les recommandations de la GRI* pour la présentation de son rapport annuel.
- ② De nombreuses informations concernant son management de la qualité sociale sont disponibles sur son site internet. Adidas publie également un plan d'action et des perspectives à court terme.
- ③ Adidas a fourni une réponse largement documentée lors de l'étude de Stock at Stake* (2003) sur son management de la qualité sociale dans ses filières d'approvisionnement.
- ④ Depuis 2001, Adidas consulte de manière formelle et régulière des parties prenantes* sur les affaires environnementales et sociales. La marque entretient actuellement des relations externes formalisées régulières avec des organisations (ONG* et associations) en vue d'une concertation sur les questions relatives aux droits de l'homme.
- ⑤ En France, Adidas a répondu à certaines sollicitations de consommateurs concernant sa gestion de la qualité sociale dans ses filières d'approvisionnement. Les réponses apportées reflètent mal ses engagements et ses pratiques.

PRATIQUES

-  Nike a mis en place un système de traçabilité de ses produits. Une liste complète de ses fournisseurs est communiquée à la Fair Labor Association (FLA)*, mais pas au grand public.
-  Nike est engagé dans un espace de concertation multipartite sur le monitoring et la vérification, la FLA*.
-  Une équipe de 87 employés (la « compliance team ») travaille sur les questions de responsabilité sociale de la marque et du respect de ses engagements en matière sociale et environnementale chez ses fournisseurs.
-  Nike a parfois recours à la rupture de contrat lorsque les audits mettent en évidence des violations des droits de l'homme sur des sites de production.
-  Son code de conduite a été traduit en 30 langues et Nike déclare qu'il est disponible dans les lieux de production.
-  Nike collabore avec différentes organisations comme l'OIT*, des ONG* et parfois des syndicats locaux pour l'information des travailleurs sur ses engagements et sa gestion de la qualité sociale dans ses filières d'approvisionnement.
-  Des sessions de formation interculturelle concernent non seulement les directeurs d'usines (respect des droits au travail) mais également les employés, afin de s'assurer qu'ils comprennent le code de conduite, le système de management de la qualité sociale et qu'ils ont accès aux techniques de résolution des conflits. Fin 2002, GA* a mis en place des sessions de formation et des groupes de discussion en Inde, Indonésie, Thaïlande et au Vietnam.
-  D'autres programmes de formation et de développement sont mis en place à la demande des employés des usines.

-  Nike contrôle le respect de ses engagements chez ses fournisseurs principalement par le biais d'audits internes et externes.
-  L'équipe SHAPE (Safety, Health, Attitude, People and Environment), composée de 87 employés répartis dans 18 pays, est chargée d'effectuer les audits internes selon la méthodologie établie par la FLA*. Ces visites sont périodiques, annoncées ou inopinées, et concernent la sécurité, la santé, les employés et l'environnement.
-  Les audits externes sur le management concernent des lieux de production où Nike a développé des partenariats stratégiques et/ou des lieux de production à "haut risque".
-  Entre août 2001 et juillet 2002, 1056 SHAPE audits et 426 audits externes ont été réalisés.
-  Dans le cadre de son implication au sein de la FLA*, 63 usines produisant pour Nike se sont soumises à une vérification indépendante par des organismes accrédités par la FLA* entre août 2001 et juillet 2002, soit 8% des usines produisant pour Nike. Les rapports de ces audits ont été rendus publics.
-  Nike a mis en place par le biais de la FLA* et en collaboration avec des syndicats d'usine des procédures de gestion des plaintes relative à la qualité sociale dans les filières d'approvisionnement.
-  Le programme de monitoring inclut des plans d'actions correctrices en cas de non-respect du code de conduite de Nike. Certains de ces plans sont élaborés en collaboration avec des ONG*. Nike conserve sa politique de rupture du contrat avec le fournisseur si aucun progrès n'est constaté lors du réaudit.

-  Des formations concernant le respect des droits économiques et sociaux ont été dispensées. Elles concernent notamment la façon dont sont conduits les audits SHAPE, les visites de sites de production.

Aucune information n'a été relevée concernant l'influence de la gestion de la qualité sociale sur les pratiques d'achat de Nike (niveaux de prix d'achat, délais de commande,...).

ENGAGEMENTS



- ① Nike a instauré depuis 1992 un code de conduite, révisé en 1998 et en 2001. Ce code fait référence aux conventions de l'OIT*, mais pas à la DUDH. Nike s'engage à respecter le revenu minimum légal et non le revenu minimum vital.
- ① Nike inclut systématiquement une clause sociale dans ses contrats avec ses fournisseurs. Ces derniers s'engagent à respecter le code de conduite de Nike et à se soumettre à des visites de contrôle annoncées ou inopinées.
- ① Nike s'engage, en tant que membre de l'organisme multipartite FLA*, à soumettre ses fournisseurs à la vérification de la qualité sociale par cet organisme.

TRANSPARENCE



- ① Lors de la dernière étude de Stock at Stake* sur la responsabilité des marques de sport, Nike n'a pas souhaité répondre au questionnaire qui lui était adressé en raison de son implication dans le procès intenté par R.Kasky, résolu en septembre 2003. Cependant Nike est jugée comme une entreprise ouverte au dialogue social et soucieuse de communiquer sur ses actions, notamment via son site internet.
- ① Depuis 2001, Nike publie son rapport annuel et un rapport sur les questions sociales et environnementales. La marque possède d'ailleurs un site internet dédié à ces questions et délivrant de nombreuses informations (code de conduite, plans d'actions correctives et perspectives d'actions, rapports de vérification indépendante par des organismes multipartites).
- ① Nike entretient actuellement des relations externes formalisées régulières avec des organisations (ONG* et associations) en vue d'une concertation sur les questions relatives aux droits de l'homme.
- ① En France, Nike a répondu à quelques sollicitations de consommateurs concernant sa gestion de la qualité sociale dans ses filières d'approvisionnement. Les réponses apportées reflètent bien ses engagements et ses pratiques en matière de gestion de la qualité sociale.

REEBOK

Légende : Informations documentées par l'entreprise

Informations mentionnées par l'entreprise

Informations collectées par une autre source

PRATIQUES

- En 1988, Reebok a créé un département travaillant sur les droits de l'homme (« Human Rights Department »).
- Depuis 2001, la marque est engagée dans un espace de concertation multipartite concernant le monitoring et la vérification indépendante, la FLA*. Reebok s'engage pour sa chaîne de production de chaussures et de vêtements.
- Reebok travaille en coopération avec l'OIT*, des ONG* et parfois des syndicats locaux pour informer les travailleurs concernés sur sa gestion de la qualité sociale dans ses filières d'approvisionnement.
- Le système de management de Reebok inclut la formation des travailleurs sur les questions sociales et environnementales. En 2002, des formations ont été dispensées aux employés sur le contrôle des conditions de travail dans les usines.

- Reebok contrôle le respect de son code de conduite chez ses fournisseurs principalement par des audits internes. Quelques audits externes ont été réalisés depuis 2001. En 2001-2002, 42% de ses sites de production de vêtements et 63% de ses sites de production de chaussures ont été audités. La première visite de contrôle était annoncée, le fournisseur étant alors prévenu qu'il pourrait à l'avenir être soumis à des visites inopinées.
- Depuis 1997, un système de communication entre les employés des fournisseurs et Reebok (Worker Communication System) a été instauré dans les usines de production de chaussures. Des plaintes pour non-respect des principes de Reebok sont adressées directement à Reebok. Depuis 1999, des « boîtes pour les plaintes » (« complaint boxes ») ont été installées dans les usines pour permettre aux employés d'exprimer librement leurs revendications.
- Depuis 2001, Reebok publie un guide (« Guide to Reebok Human Rights Production Standards ») correspondant à la charte de la FLA*. Entre août 2001 et juillet 2002, 27 vérifications indépendantes ont été menées par des organismes de vérification accrédités par la FLA*, notamment dans les pays dits "à haut risque" où l'entreprise n'a pas de bureaux. Des réaudits sont prévus.
- Le programme de monitoring de Reebok inclut la mise en place d'actions correctives et d'assistance technique. Lorsque des violations ont été constatées sur des sites de production, la marque a financé des programmes d'amélioration sur ces sites pour accompagner un progrès social chez ses fournisseurs.
- Elle soutient la représentation des travailleurs dans les projets de progrès social (ex. en Chine, Thaïlande et en Indonésie) et la formation des travailleurs et de la direction pour la résolution des problèmes par le dialogue social.

- Son équipe « Human Right » a créé un manuel pour son sourcing* dans l'industrie de l'habillement et participe à des approches innovantes pour faire respecter les codes de conduite en Chine, notamment le droit d'association et de négociation collective.

Aucune information n'a été relevée concernant l'influence de la gestion de la qualité sociale sur les pratiques d'achat de Reebok (niveaux de prix d'achat, délais de commande,...).

ENGAGEMENTS

- Reebok a institué depuis 1992 une charte sociale – « Human Rights Production Standards » - applicables à tous ses fournisseurs. Ce code s'appuie sur des conventions de l'OIT*, mais ne fait référence qu'à l'Article premier de la DUDH. Aucune référence n'est faite au revenu minimum vital.
- Un code spécifique est retenu pour la Chine qui ne reconnaît pas le droit de former un syndicat indépendant (et qui produit 83% des chaussures Reebok en 2002).

- Reebok inclut dans ses contrats de référencement fournisseurs une clause sociale contenant son code de conduite. Lors de la signature d'un contrat, chaque fournisseur reçoit un "Welcome Kit", ensemble de documents avec lesquels il s'engagera à respecter les principes de la marque et accepte de soumettre à des contrôles internes et externes toutes ses usines produisant pour Reebok.

- Reebok s'engage, en tant que membre de l'organisme multipartite FLA*, à soumettre à la vérification la qualité sociale de ses achats par cet organisme.

TRANSPARENCE



- ① Lors de la dernière étude de Stock at Stake* sur la responsabilité des marques de sport, Reebok n'a pas répondu au questionnaire qui lui était adressé.
- ② Le site internet de Reebok est très fourni en informations. Une section spéciale est consacrée aux questions des droits de l'homme, avec des sous-sections sur la sensibilisation, le programme de l'entreprise pour lutter contre le travail des enfants, des informations sur le « worker communication system », les rapports annuels (depuis 2000).
- ③ Reebok entretient actuellement des relations externes formalisées régulières avec des organisations (ONG* et associations) en vue d'une concertation sur les questions relatives aux droits de l'homme.
- ④ En France, Reebok a répondu à quelques sollicitations de consommateurs. Les réponses apportées reflètent bien ses engagements et ses pratiques en matière de gestion de la qualité sociale.