

## Pour un sport qui respecte ses propres valeurs, collectivement Jouons le jeu !

### Pourquoi une campagne spécifique sur le secteur sportif ?

Considérées comme bénéfiques pour la santé, les activités physiques et sportives sont aujourd'hui pratiquées par tout type de public : jeunes, seniors, femmes, personnes handicapées physiques et mentales, etc. Nous sommes donc tou(te)s concerné(e)s par le sport que ce soit en tant que pratiquant(e)<sup>1</sup> ou spectateur(trice).

Or, la pratique du sport nécessite souvent l'achat d'une tenue adaptée. Ainsi, chaque année, en France, les ménages dépensent 6,4 milliards d'euros rien que pour les articles, vêtements et chaussures de sport. Notons par ailleurs que le « sportswear » est également une mode vestimentaire. En 2007 déjà, seuls « 33% de la part des achats de chaussures de sport étaient destinés à un usage strictement sportif »<sup>2</sup>.

Malheureusement, le secteur mondial des articles de sport nécessite une forte intensité de main d'œuvre et peu de machines. Aussi la production est confiée à des sous-traitants localisés dans les pays et les régions où les salaires sont les plus bas et la législation du travail la moins contraignante (essentiellement en Asie, mais également en Amérique Latine, au Maghreb, etc.) ce qui induit une durée du travail excessive, de très bas salaires, une absence du droit d'organisation et de négociation collective, des contrats précaires, le non-respect des règles d'hygiène et de sécurité, etc.



Le secteur sportif présente donc un double enjeu dans le combat qu'anime le [collectif Éthique sur l'étiquette](#) pour un respect des droits fondamentaux des travailleurs à travers le monde, d'un côté la diversité et la taille du public concerné par les achats sportifs, de l'autre, la part non négligeable de la production d'articles de sport dans la production textile générale.

**Aussi, le Collectif Éthique sur l'étiquette souhaite se saisir du contexte des prochains JO de Londres pour mener une action de sensibilisation forte pendant l'été 2012 à partir des outils créés ces dernières années sur les « achats sportifs responsables ».**

### L'exemple des J.O. de Londres 2012

Les Jeux olympiques de Londres 2012 se sont inscrits dès leur origine dans une volonté de respect des principes du développement durable. Le document « London 2012 Sustainability Plan » inscrit dès 2007 cette édition dans une démarche économiquement viable, socialement responsable et qui respecte l'environnement. Ainsi, le comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympique de Londres (COJOL) « a pris certaines mesures visant à mettre en œuvre lesdits idéaux dans ses

<sup>1</sup> 65% des français déclarent pratiquer une ou plusieurs activités sportives au moins une fois par semaine. Source Stat-Info « Jeunesse, Sports et Vie Associative », n° 11-02, Novembre 2011 « Les principales activités physiques et sportives pratiquées en France en 2010 »

<sup>2</sup> INSEE Actualités Magazine, Octobre 2007, « Des statistiques pour l'économie du sport », Dominique Grosnier

pratiques d'achats de produits promotionnels, de vêtements et d'équipements sportifs ainsi que d'autres produits fabriqués sous licence et portant le label olympique. Il a adopté un code de conduite modèle qui couvre les droits humains reconnus à l'échelon international, incorporé ce code dans les accords contractuels avec les détenteurs de licence, exigé que les fournisseurs présentent des rapports d'audit de leurs sites de production, et mis en place un mécanisme de présentation de plaintes pour l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement »<sup>3</sup>.

Suite à une enquête réalisée par la *campagne PlayFair* (voir ci-après) dénonçant les conditions de fabrication des produits dérivés officiels, il est constaté que ces mesures ne se sont pas révélées suffisantes pour garantir des conditions de travail respectueuses des normes internationales du travail aux ouvrier(e)s réalisant ces produits. Le 21 février 2012, le COJOL et *PlayFair* ont donc publié un accord qui énonce un certain nombre de mesures complémentaires impliquant notamment la publication des sites de production, la mise en place d'un processus d'information des ouvrier(e)s des usines concernées sur leurs droits, etc.

Il est regrettable que seul le comité d'organisation se soit impliqué dans cette démarche et que l'enquête<sup>4</sup> qui a permis de révéler l'inefficacité des mesures initiales n'ait pas été réalisée par le COJOL lui-même. Cependant, les JO 2012 restent un bel exemple de volonté de prise en compte de la thématique des droits humains au travail, de transparence et de remise en question lorsque les mesures prises se révèlent insuffisantes par un comité d'organisation d'un événement sportif majeur.

### **2012, agir à son niveau : que peuvent faire les clubs sportifs ?**

Travail forcé, exploitation des enfants, non-respect des normes de santé et de sécurité, salaires de misère, etc., telles sont les conditions de travail qui se cachent aujourd'hui derrière la production de nombreux articles de sport.

Acheteurs de matériel sportif et de textile, dotés d'une vocation pédagogique auprès de leurs licencié(e)s, engagés dans des démarches de développement durable, les clubs et associations sportifs sont concernés.

Soucieux de ne pas contribuer à l'exploitation des travailleur(euse)s du secteur textile, il leur est possible d'agir à leur niveau et de contribuer, eux aussi, à l'évolution des pratiques dans la chaîne de fabrication. **Pour cela, les clubs peuvent :**

- **Interroger leurs fournisseurs et de ce fait les sensibiliser.** Plus ces derniers (et en conséquence leurs sous-traitants) seront questionnés, plus la question des droits humains au travail sera prise en compte
- **Remplir (et renvoyer) le « petit questionnaire à l'usage du club et de ses fournisseurs »**<sup>5</sup> : cela permettra au Collectif ESE d'adapter ses préconisations et de prioriser ses actions auprès des fournisseurs
- **S'inspirer des pistes proposées par ce tract** concernant l'achat de matériel sportif, notamment dans le cadre de leur politique de développement durable
- **Diffuser l'information :**
  - o Pour un club : informer ses clubs partenaires et sa collectivité
  - o Pour une fédération, un CROS, un CDOS, une collectivité : transmettre les outils et le questionnaire à l'ensemble de leurs associations sportives, mais penser également à montrer l'exemple<sup>6</sup> !
- **Contactez le collectif local Ethique sur l'étiquette le plus proche**

<sup>3</sup> « On ne joue pas avec les droits des travailleurs, Un rapport sur la production d'articles de promotion pour les Jeux Olympiques de Londres de 2012 », PlayFair, Janvier 2012

<sup>4</sup> *ibid.*

<sup>5</sup> Outil disponible en version papier et à renvoyer par courrier ou en ligne et à renvoyer par mail sur [www.ethique-sur-etiquette.org](http://www.ethique-sur-etiquette.org) ou [www.ufolep.org](http://www.ufolep.org)

<sup>6</sup> Des fédérations ont déjà commencé à travailler sur ce sujet, n'hésitez pas à les contacter et vous inspirer de leurs pratiques.

## Pour en savoir plus...

### Le contexte : des droits défendus mais toujours bafoués

Dès 1998 et la coupe du monde de football, le collectif Ethique sur l'étiquette s'est intéressé à la thématique des achats sportifs responsables. Ainsi des campagnes sur les conditions de fabrication des articles de sport ont été menées lors de la coupe du monde 1998, lors des JO de 2004 et de 2008, ciblant à la fois le mouvement olympique et sportif, et l'industrie et les marques de sport.

La campagne « Jouez le jeu pour les J.O. ! » de 2008 a conduit à la réalisation de différents documents de sensibilisation et a connu un certain succès auprès du grand public (35 000 signatures de la pétition, écho médiatique, etc.), mais un impact relativement faible sur les acteurs clés du sport, notamment le CIO, interpellé sur les conditions dans lesquelles étaient fabriqués les produits dérivés officiels.

Cette campagne était une déclinaison de la campagne internationale « Playfair 2008 » coordonnée par la Confédération syndicale internationale (CSI), la Fédération internationale des travailleurs du textile de l'habillement et du cuir (FITTHC) et la Clean Clothes Campaign (CCC) (dont le Collectif ESE est la branche française).

Les pratiques à l'échelle mondiale ont depuis lors peu évolué. Désireuse de poursuivre l'action sur ce temps fort que sont les J.O., la Clean Clothes Campaign mène depuis 2011, au Royaume-Uni, une nouvelle campagne d'interpellation du mouvement olympique, notamment du comité d'organisation londonien « PlayFair 2012 ». En savoir plus : [www.playfair2012.org](http://www.playfair2012.org).



✂ Retrouvez cette campagne et toutes les informations sur [www.ethique-sur-etiquette.org](http://www.ethique-sur-etiquette.org)

Le **collectif Ethique sur l'étiquette** (ESE) regroupe une vingtaine d'associations de solidarité internationale, de syndicats, d'associations de consommateurs et d'éducation populaire. Il œuvre à la promotion du respect des droits de l'Homme au travail dans le monde. Il est la branche française de la Clean Clothes Campaign. [www.ethique-sur-etiquette.org](http://www.ethique-sur-etiquette.org).

**L'Ufolep**, est membre du Collectif ESE. Première fédération sportive multisports affiliée de France, l'UFOLEP présente une double identité et une double ambition de fédération multisports et de mouvement d'idées dans la société d'aujourd'hui et de demain. [www.ufolep.org](http://www.ufolep.org)