



Communiqué de presse / jeudi 14 juin 2018

## Mondial de football 2018

### Des records de sponsoring pour les équipementiers

### les travailleur.euse.s toujours sur la touche

#### Nouveau rapport du Collectif Ethique sur l'étiquette et du BASIC

**65 millions d'euros par an**, c'est le contrat record de sponsoring négocié par Adidas avec l'équipe nationale d'Allemagne, qui multiplie ses revenus par 3 depuis 2016.

**Nike a signé en 2016 avec Cristiano Ronaldo le premier contrat de sponsoring à vie** avec un joueur de foot, pour un montant total d'un milliard de dollars, soit 25 millions \$ par an.  
**Nike affiche une performance financière supérieure de 70%** à la moyenne du Dow Jones

Dans le même temps,

**Nike et Adidas continuent leur désengagement de la Chine**, où les salaires tutoient des niveaux proches du salaire vital, en faveur de l'Indonésie, du Cambodge ou du Vietnam, où les salaires moyens sont inférieurs de 45% à 65% au salaire vital

Sur un maillot Adidas de la coupe du Monde vendu 90 euros, **les travailleur.euse.s touchent 0,8 euros** ; Adidas empoche 18 euros de bénéfice net

Sur le prix d'une paire de chaussures Nike ou Adidas, **la part revenant aux travailleur.euse.s a baissé de 30% entre 1995 et 2017**

Si les équipementiers sportifs avaient maintenu les mêmes montants de sponsoring des clubs de foot qu'en 2015, les 226 millions d'euros économisés aurait permis **d'assurer un salaire décent à plus d'un million de travailleurs en Asie.**

2 ans après le 1<sup>er</sup> rapport publié à l'occasion de l'Euro 2016, le nouveau rapport « Anti-jeu : les sponsors laissent les travailleurs sur la touche » du BASIC et du Collectif Ethique sur l'étiquette, montre que **les choix économiques des équipementiers leaders, Nike et Adidas, tournés vers la performance financière et la rémunération prioritaire des actionnaires au détriment des droits fondamentaux des travailleur.euse.s, s'alourdissent.**

Fondé sur un investissement démesuré dans le sponsoring et l'« optimisation » des coûts de production, ce modèle se traduit par une pression sur les coûts de main-d'œuvre, fixés désormais en dernier ressort, qui les conduit à délocaliser vers des pays moins-disant socialement. **Résultat, les travailleurs de leurs chaînes d'approvisionnement, situés principalement en Asie, touchent des salaires en deçà du minimum nécessaire pour vivre décentement – un salaire vital – alors que les profits s'envolent.**

Nike et Adidas s'inspirent désormais même de la *fast fashion*, en multipliant les modèles et en associant leur image à des personnalités du show business pour doper leurs ventes et accroître leur capital immatériel.

**Le Collectif Ethique sur l'étiquette se mobilise pendant le Mondial 2018 pour exiger de ces grands équipementiers des pratiques garantissant un salaire vital aux ouvriers qui contribuent au premier plan à leur croissance économique sans égal dans le secteur.**

**Les réponse de Nike et Adidas à notre rapport de 2016 ne nous ont pas convaincus :** <https://ethique-sur-etiquette.org/Anti-jeu-les-reponses-des-marques-et-les-notres>.

**En Indonésie, elles sont appelées par les syndicats à entrer en négociation pour la signature d'un protocole d'accord sur les salaires, ce qu'elles refusent pour le moment.**

Le Collectif Ethique sur l'étiquette rappelle que, plus de 20 ans après le premier scandale survenu dans l'industrie du textile (Nike et le travail des enfants pakistanais en 1996), laisser aux seules multinationales la tâche de réguler leur activité est totalement illusoire. **Seule une régulation contraignante au niveau international, à l'image de la loi pionnière sur le devoir de vigilance adoptée en France en mars 2017, et comme en a l'ambition le traité onusien « Multinationales et droits humains » actuellement en négociation, pourra traduire la volonté des Etats de responsabiliser les acteurs les plus puissants de la mondialisation ; et leurs discours en actes.**

- Rapport et campagne « Anti-jeu » disponibles sur : [www.ethique-sur-etiquette.org/antijeu](http://www.ethique-sur-etiquette.org/antijeu)
- Coalition pour un traité onusien : <https://ethique-sur-etiquette.org/Stop-a-l-impunite-des-multinationales>

*Le Collectif Ethique sur l'étiquette rassemble une vingtaine d'ONG, de syndicats et d'organisations de défense des consommateurs, engagés pour défendre les droits humains au travail dans le monde, et promouvoir un encadrement contraignant de l'activité des multinationales. Il est la branche française du réseau Clean clothes campaign.*

**Contact presse national : Nayla Ajaltouni : 06 62 53 34 56 – [n.ajaltouni@ethique-sur-etiquette.org](mailto:n.ajaltouni@ethique-sur-etiquette.org)**

**Contact local (Dijon) : Jacques Pulh : 06 70 86 09 89 – [jacques.pulh@wanadoo.fr](mailto:jacques.pulh@wanadoo.fr)**