

INDUSTRIE DE LA MODE

À l'ère du commerce en ligne





David Hachfeld

Une mode toujours plus éphémère et rapide

« Suivez en direct votre colis DHL qui vous sera livré aujourd'hui » : je reçois ce message entre la newsletter d'un détaillant de vêtements de randonnée qui me promet « une réduction exclusive de 40 % sur les maillots en mérinos pour toute commande passée aujourd'hui » et un rappel du géant de la mode en ligne Shein affirmant que « les derniers articles incontournables sont arrivés ». J'avais passé commande auprès de Shein pour l'enquête que nous avons réalisée l'année dernière (voir le numéro de novembre 2021 du magazine de Public Eye), et je reçois depuis lors deux e-mails par jour qui sont parfois tellement grotesques que je n'ai jamais voulu me désabonner de cette newsletter.

Non, je ne veux pas suivre le trajet de mon colis aujourd'hui. Comme dans la plupart des familles, le shopping en ligne fait désormais partie de nos habitudes de consommation. Dans notre quartier, les colis sont le plus souvent déposés dans l'entrée des immeubles, où s'accumulent chaque jour plus d'une dizaine de livraisons. Je ne peux même pas en vouloir aux coursiers de ne plus nous livrer à l'étage : on comprend sous quelle pression ils doivent travailler quand on les voit bondir de leur camionnette parquée en double-file et jongler avec les pyramides de paquets qu'ils s'empressent de déposer.

À force de voir les piles de colis grandir sans cesse, l'envie de faire la lumière sur le commerce de la mode en ligne s'est faite de plus en plus pressante. Comment la numérisation modifie-t-elle les rapports de force ? Quelles sont les conséquences de ce changement structurel ? Et comment faire en sorte que Zalando, Galaxus et consorts assument leurs responsabilités et fassent preuve de transparence ? Vous découvrirez dans ce numéro les résultats de notre tour d'horizon du commerce de la mode en ligne.

Ce qui m'a le plus choqué, c'est à quel point la rapidité règne sur tout le secteur. Et ce non seulement pour les personnes qui assurent la livraison et la logistique, et qui font les frais des promesses de « livraison sous 24 heures ». Mais aussi au vu de la croissance des grands acteurs du secteur, habitués à voir leur chiffre d'affaires bondir de 50 % chaque année, dans les usines où la pression est reportée sur les couturières et couturiers, et dans la recherche constante de satisfaire notre cerveau d'*homo consummatus*. « Votre colis a été livré avec succès », m'informe un nouveau message et, quelques millisecondes plus tard, je reçois ma petite dose de dopamine, l'hormone du bonheur, dans l'excitation d'ouvrir mon paquet – avec en prime un arrière-goût amer.

David Hachfeld

Grâce à vous !

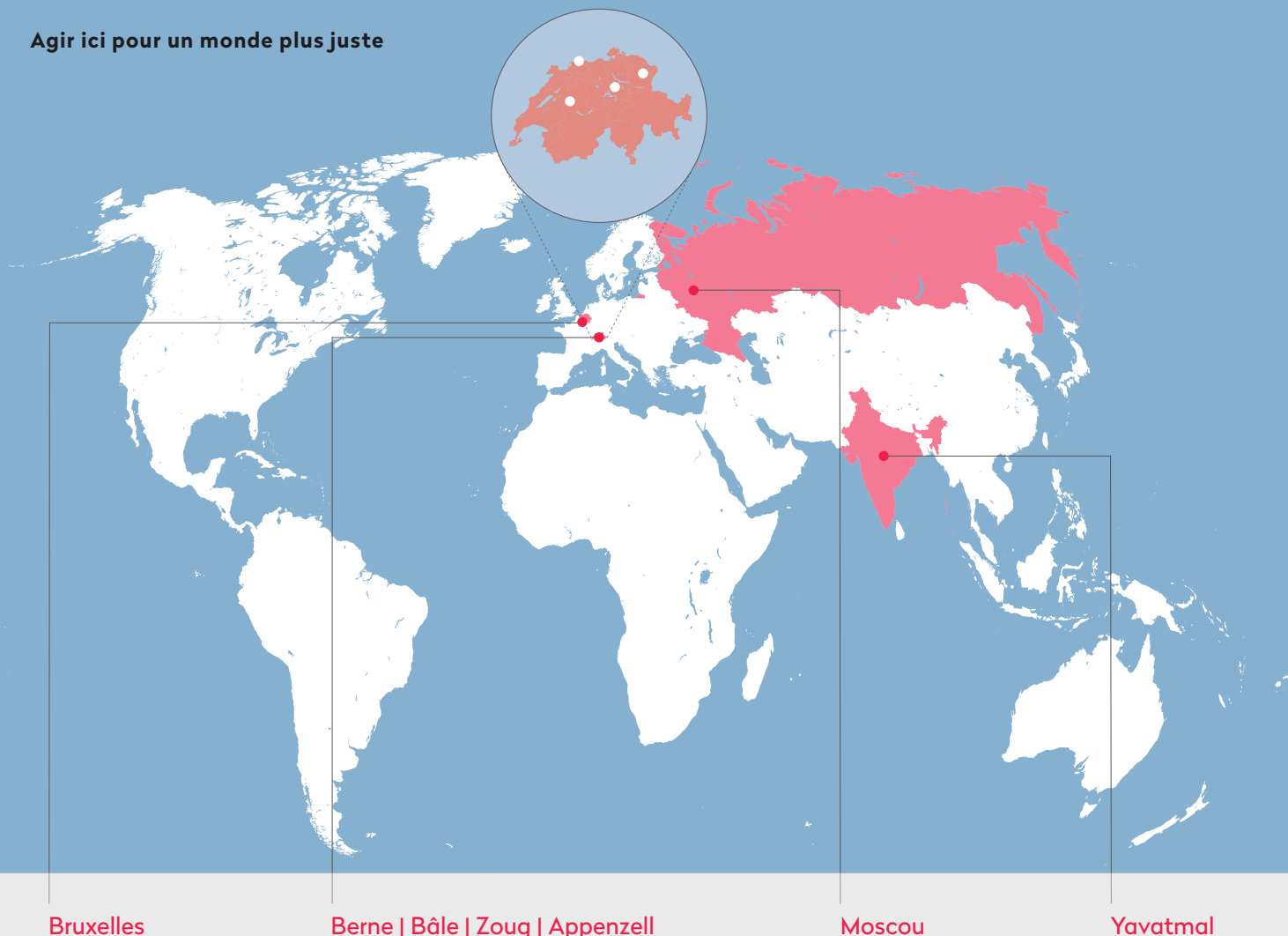
Les analyses et les reportages publiés dans ce magazine, ainsi que le travail de recherche et d'enquête sur lequel ils sont basés, ne seraient pas possibles sans le soutien de nos membres, donateurs et donatrices.

Si vous êtes déjà membre, nous vous en sommes très reconnaissants. Vous pouvez également nous soutenir en offrant une cotisation à vos connaissances. publiceye.ch/cadeau

Si vous n'êtes pas encore membre, nous vous invitons à adhérer à Public Eye pour 75 fr. Vous recevrez ainsi régulièrement notre magazine. publiceye.ch/membres

Pour en savoir plus sur notre travail, commandez gratuitement un abonnement à l'essai. publiceye.ch/abo-essai

Public Eye



Bruxelles

Berne | Bâle | Zoug | Appenzell

Moscou

Yavatmal

La face cachée du boom de la mode en ligne

4 De plus en plus de vêtements sont achetés sur Internet. Une enquête exclusive de Public Eye montre que les autorités politiques doivent prendre des mesures.

Berne, Suisse

Les oligarques russes et leurs nombreuses connexions en Suisse

16 La Suisse entretient depuis longtemps des relations étroites avec de grandes fortunes russes proches du Kremlin. Public Eye a dressé le portrait de 32 de ces oligarques.

Appenzell et Zoug, Suisse | Moscou, Russie

Obtenir réparation en Suisse : un parcours semé d'embûches

21 Les victimes de violations de droits humains doivent surmonter de nombreux obstacles pour faire valoir leur droit ; surtout en Suisse, comme l'illustre une affaire impliquant Syngenta.

Bâle et Berne, Suisse | Yavatmal, Inde

Public Eye encore et toujours dans le viseur des services secrets suisses

24 Le Service de renseignement détient sur Public Eye des fiches comprenant des entrées qui s'étendent sur une période de plus de vingt ans. Quelles sont les justifications de ce fichage ?

Berne, Suisse

Multinationales responsables : la Suisse à la traîne sur l'UE

26 La Commission européenne a présenté un projet de loi sur la responsabilité des multinationales dans l'UE. Public Eye et ses partenaires s'engagent pour que la Suisse lui emboîte le pas.

Bruxelles, Belgique | Berne, Suisse

Des rabais secrets qui font le jeu de la pharma

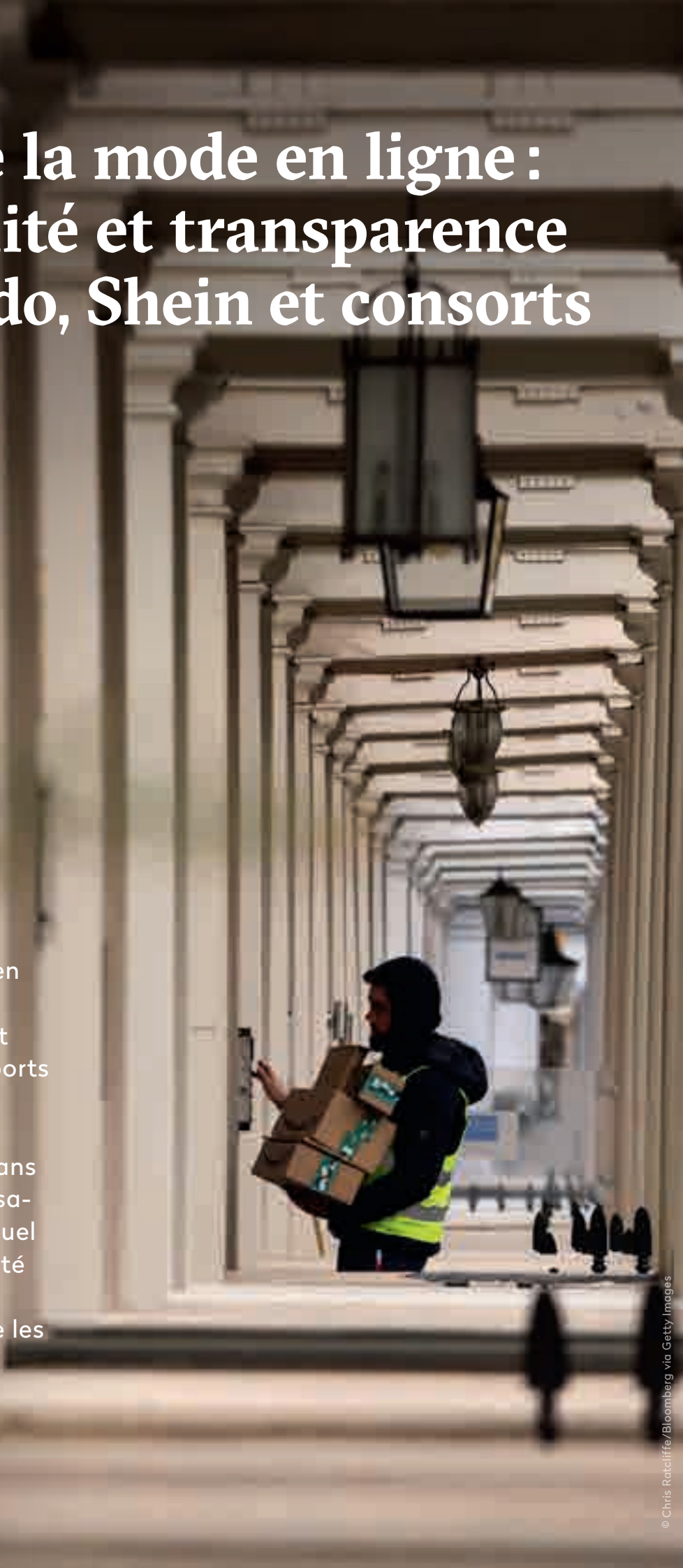
30 Des rabais secrets devraient être légalisés dans la nouvelle loi sur l'assurance-maladie. La pharma pourrait ainsi encore mieux dicter ses prix excessifs et ses marges exorbitantes.

Berne, Suisse

Business de la mode en ligne : responsabilité et transparence selon Zalando, Shein et consorts

Le commerce de la mode en ligne a connu une ascension fulgurante ces dix dernières années, alors que les ventes en magasin enregistraient un énorme recul. Ce changement structurel redistribue les rapports de force dans le secteur : les détaillants en ligne jouent un nouveau rôle prépondérant sans toutefois assumer les responsabilités qui l'accompagnent. Quel est leur degré de responsabilité et de transparence ? Une enquête de Public Eye expose les coulisses de ce commerce.

DAVID HACHFELD



Se faire livrer ses achats à la maison en quelques clics sur Internet : c'est devenu une habitude pour de nombreuses personnes en Suisse. En 2021, trois vêtements sur dix ont été achetés en ligne. Avec un chiffre d'affaires estimé par l'entreprise de conseil en gestion Carpathia à 1,04 milliard de francs, le site de vente en ligne Zalando est devenu le premier détaillant de vêtements en Suisse. La multinationale allemande y contrôle environ 10 % du marché des vêtements et chaussures.

L'industrie de la mode a déjà connu des mutations importantes : avec l'industrialisation, les métiers de la couture et la confection à domicile ont été marginalisés dès la moitié du XIX^e siècle, progressivement remplacés par les boutiques spécialisées et les grands magasins proposant des articles fabriqués en masse. En Suisse, il s'agissait de PKZ, Schild, EPA ou encore Nordmann, Vilan et La Placette, l'ancêtre de Manor. Les années 1970 ont connu l'avènement des grandes marques détenant des centaines de filiales, telles que C&A et Charles Vögele, qui ont ensuite été mises sous pression à partir des années 1990 par les enseignes de la mode éphémère (H&M, Zara/Inditex, Tally Weijl), à la production rapide et bon marché, et les discounters (Chicorée, Kik, Primark), encore moins chers.

Le commerce de la mode passe au numérique

Aucune de ces tendances n'a complètement supplanté les modes de distribution précédents, et le commerce en ligne ne le fera pas non plus. Mais la numérisation représente l'une des transformations les plus profondes que le commerce de la mode ait connues. Si les mutations précédentes avaient redirigé les consommateurs et consommatrices vers de nouveaux points de vente, il ne leur est désormais même plus nécessaire de se déplacer. Un simple clic depuis son canapé ou sur son smartphone dans la rue peut se faire à toute heure du jour ou de la nuit : l'achat en ligne devient une distraction, un petit moment de plaisir consumériste dans notre quotidien chargé.

Les nouvelles stratégies de marketing en ligne surfent sur ce changement de mode de consommation et ciblent l'achat impulsif et spontané. Des publicités personnalisées se basent sur nos activités en ligne, notre historique d'achats et les intérêts de notre entourage sur Internet. Les entreprises savent aussi à quel moment nous aurons le plus tendance à sauter sur une prétendue bonne affaire ou une promotion valable pendant 48 heures seulement. Elles nous appâtent en stimulant en nous les joies du consumérisme sans stress ni regrets, proposant une procédure de retour simple et arrangeante.

Ces stratégies fonctionnent : la part de marché du commerce en ligne enregistre une croissance fulgurante. Les fermetures de magasins et le changement des habitudes de consommation pendant la pandémie de Covid-19 ont encore renforcé cette tendance (voir graphique page 9). Les analystes parlent d'un changement

d'époque. Selon le Rapport sur le commerce électronique européen (*European E-Commerce Report*), 90 % des internautes suisses ont fait des achats en ligne en 2020, plaçant le pays à la quatrième place du classement et nettement au-dessus de la moyenne européenne (71 %). La mode est l'une des catégories de produits préférées des adeptes du commerce en ligne : 51 % des personnes interrogées par la Poste en 2021 ont indiqué qu'elles achetaient principalement leurs vêtements en ligne. Seuls les voyages, les médias et les billets pour des événements ont été plus souvent mentionnés.

La croissance avant tout, les bénéfices ensuite

Il n'y a pas que la consommation qui se transforme rapidement. La tendance du shopping en ligne redistribue également les rapports de force dans l'industrie de la mode. De nouveaux acteurs se sont octroyé de grandes parts de marché en quelques années seulement et ont mis sous pression les leaders traditionnels. Les plateformes de commerce en ligne et les moteurs de recherche ont fait apparaître de nouvelles positions stratégiques dominantes dans le commerce de détail. L'exigence d'accélérer encore le rythme, de baisser les prix, d'agréments l'assortiment et de mieux s'adapter aux tendances éphémères font croître la pression sur la production et la logistique, ainsi que sur les personnes qui travaillent aux différentes étapes de la chaîne d'approvisionnement.

Dans l'économie numérique, la tendance est de viser la croissance d'abord et les bénéfices ensuite. La logique est simple et implacable : parvenir à rassembler une clientèle suffisamment importante pour être considéré comme le leader incontestable du marché offre une position de force qui permet de dominer la concurrence (ou de la racheter) et de conserver longtemps sa position de leader. Google, Microsoft et Amazon en sont des exemples emblématiques.

Pour les entreprises dotées de sites de production et de filiales, toute croissance s'accompagne d'une hausse des coûts d'exploitation. Dans le commerce en ligne, cet obstacle est nettement moins important. Les ressources humaines, ainsi que les capacités des serveurs et des centres logistiques doivent bien sûr suivre la croissance, mais les économies d'échelle – la réduction des coûts unitaires de production et de distribution que permet un chiffre d'affaires plus élevé – sont nettement plus importantes. Amazon a continuellement et rapidement fait croître son chiffre d'affaires, mais n'a enregistré que des pertes durant ses sept premières années d'activité. Ce n'est que depuis 2016 que les bénéfices de la société, devenue leader absolu du marché, ont fortement augmenté. L'essor de Zalando est comparable : fondée en 2008, l'entreprise a misé sur une expansion rapide et est rapidement devenue la référence pour les achats en ligne de chaussures, puis de vêtements. Ce n'est que huit ans plus tard, à partir de 2014, qu'elle a commencé à enregistrer des bénéfices.



De gigantesques entrepôts, comme ici celui d'Asos au Royaume-Uni, se multiplient avec l'expansion du commerce en ligne.

© Chris Ratcliffe/Bloomberg via Getty Images

Grâce à cette stratégie d'expansion agressive, certaines entreprises de commerce en ligne sont parvenues en moins de dix ans à contrôler des parts de marché qui leur permettent de devancer de grands détaillants et leurs centaines de filiales. En 2017, Zalando a détrôné H&M à la tête du classement des détaillants de mode en Suisse. Aux États-Unis, Amazon a dépassé le géant Walmart dans le commerce de vêtements en 2020.

Changement structurel et fermetures de magasins

Les boutiques spécialisées, les grands magasins et les filiales de grandes enseignes figurent visiblement parmi les perdants de cette évolution dans le domaine de la vente de vêtements. En Suisse, selon l'Office fédéral de la statistique, le chiffre d'affaires dans le commerce de détail des vêtements enregistre un recul annuel de 2,5 % en moyenne depuis 2010. Ce déclin a été particulièrement marqué en 2020, première année de la pandémie de Covid-19 : le chiffre d'affaires annuel du secteur a baissé de 13,7 %. L'augmentation de 8,8 % en 2021 a relativement ralenti la tendance, sans toutefois la remettre totalement en question à long terme. Le chiffre d'affaires du commerce en ligne enregistre quant à lui une croissance constante et particulièrement forte de 14,3 % entre 2019 et 2020.

Le recul du chiffre d'affaires annuel dans le commerce de détail s'accompagne de fermetures de magasins, de cessations d'activités et de suppressions d'emplois. Alors qu'en 2011, l'Office fédéral de la statistique dénom-

brait 3901 établissements actifs dans la vente au détail de vêtements et chaussures, ils n'étaient plus que 3131 en 2019. En huit ans, une boutique sur cinq a fermé, entraînant la suppression de 8253 emplois, avec un plus grand impact sur les femmes (- 21 %) que les hommes (- 10 %).

Au cours de la même période, le nombre d'établissements suisses actifs dans le commerce de détail par correspondance et en ligne (toutes catégories de produits confondues) a augmenté de 72 % pour atteindre 1724 (en 2019). Cette croissance n'a toutefois occasionné que peu de créations d'emplois (de 6374 en 2011 à 7577 en 2019), ce qui montre clairement que les acteurs suisses du commerce en ligne sont plutôt de petites entreprises, les grands noms du marché étant principalement actifs depuis l'étranger. Le tourisme d'achat est encore plus facile en ligne qu'en se rendant dans un magasin à l'étranger, ce qui a un impact d'autant plus important sur la vente en magasin en Suisse.

Les plateformes numériques, nouveaux centres de pouvoir

L'essor des géants du commerce en ligne n'entraîne pas seulement une pression accrue sur les petites boutiques en Suisse. Les grandes enseignes internationales, qui dominaient jusqu'ici les chaînes d'approvisionnement mondiales, se voient contraintes de chercher de nouveaux partenariats pour ne pas perdre leurs parts de marché.

C&A, Inditex (propriétaire de Zara), H&M et consorts ont longtemps compté sur leur vaste réseau de filiales pour

s'assurer une indépendance vis-à-vis des grands magasins et boutiques classiques, et pour encaisser elles-mêmes les marges du commerce de détail. À l'ère de la numérisation, les filiales sont lourdes et surtout coûteuses. Il n'est donc pas surprenant que certaines entreprises aient profité de la pandémie de Covid-19 pour fermer leurs filiales les moins rentables. En revanche, presque toutes cherchent à développer leurs canaux de vente numériques en investissant dans leurs boutiques en ligne et leurs capacités logistiques. En 2020, H&M a ainsi fermé cinquante-huit filiales à travers le monde, tout en faisant croître sa part de ventes en ligne, qui a atteint 28 % de son chiffre d'affaires. Cette évolution montre que les leaders traditionnels adaptent totalement leurs stratégies. Ils ne parviennent toutefois plus à dépasser les grands détaillants en ligne, et notamment les nouvelles plateformes qui commercialisent de nombreuses marques.

En 2018, H&M annonçait à ses actionnaires que ses produits allaient être distribués en Chine sur la plateforme numérique Tmall, le grand magasin en ligne du colosse Alibaba qui domine le marché chinois. Le géant suédois reconnaissait alors que se limiter à ses propres canaux de distribution ne lui permettait pas d'atteindre ses objectifs de croissance sur le nouveau marché du commerce en ligne chinois. Depuis, Zara et d'autres marques du groupe Inditex, habituellement adepte de l'exclusivité, sont aussi commercialisées sur cette plateforme.

En Europe aussi de grands noms de la mode éphémère, qui avaient pour habitude de vendre uniquement à travers leurs propres filiales, misent désormais sur les grandes plateformes de commerce en ligne. Les articles de C&A et de l'enseigne suisse Tally Weijl figurent désormais dans l'assortiment du leader européen Zalando, tout comme les groupes H&M et Inditex (quoique sous le nom de marques secondaires, comme Weekday ou Bershka, et non de leurs marques principales, H&M et Zara). La plateforme allemande About You commercialise également des produits de Weekday (H&M), de Tally Weijl ou du groupe italien de mode éphémère OVS, tandis que la boutique en ligne britannique Asos propose aussi des marques de second rang de H&M et Inditex.

Le géant danois de la mode éphémère Bestseller a rapidement reconnu qu'il ne pouvait pas se passer des plateformes en ligne et a lui aussi misé sur une coopération stratégique intensive. L'entreprise et son propriétaire ont acheté d'importantes participations minoritaires dans About You, Asos et Zalando. Les marques de Bestseller, Jack&Jones, Only et Vero Moda bénéficient d'un placement avantageux sur ces plateformes, comme sur le site suisse Galaxus (dont

Migros est le principal propriétaire), où elles sont même plus distribuées que sur les boutiques en ligne du groupe.

Certaines entreprises semblent chercher à échapper à Amazon, première plateforme mondiale de commerce en ligne. Toutefois, des enseignes de taille moyenne qui sont habituées à collaborer avec d'autres détaillants externes en plus de leurs propres filiales – telles qu'Esprit ou Lacoste, dont le principal propriétaire est le groupe suisse Maus Frères –, n'hésitent pas à être promues et distribuées sur Amazon dans leur propre « boutique de marque » (espace dédié), comme de nombreuses autres entreprises.

Les rapports de force sur le marché

À première vue, la relation entre, d'une part, les enseignes et les petits détaillants, et d'autre part, les enseignes et les plateformes de vente (grands magasins en ligne et sites marchands), s'apparente à une interdépendance et une situation gagnant-gagnant. Les plateformes sont tributaires des grandes marques et détaillants pour gagner en notoriété, proposer un large assortiment et atteindre une plus grande clientèle. Pour les enseignes et les petits détaillants, les plateformes permettent d'augmenter les ventes et d'atteindre de nouveaux groupes cibles, parfois dans d'autres pays. Les commissions et les marges de détaillant des plateformes, souvent très maigres au début, sont parfois inférieures aux coûts d'une boutique en ligne et de la logistique nécessaire. Toutefois, plus la plateforme est grande, plus cette relation gagnant-gagnant peut se muer en une relation de dépendance unilatérale dans laquelle Amazon et consorts détiennent le pouvoir. Ces plateformes pourraient devenir les « portiers » du marché de la mode, car elles ont de plus en plus d'influence sur les offres proposées aux consommateurs et consommatrices.

Les plateformes rassemblent les produits de différents fabricants et permettent de les comparer. Dans les grands magasins, les consommateurs et consommatrices ont aussi l'habitude de comparer les vêtements, et

Après la crise sanitaire due au Covid-19, beaucoup de magasins ont dû fermer. Avec l'explosion de la vente par correspondance, Amazon ressort comme l'un des grands gagnants durant cette période.



leur décision repose sur toute une série de facteurs : au-delà du prix et de la première impression visuelle, le toucher, la qualité de la confection et le confort influencent aussi le choix de la marchandise. Dans le cas du shopping en ligne, il est impossible d'évaluer ces éléments : après la première impression et l'avalanche d'images, ce qui compte avant tout, c'est le prix. D'autant plus quand il s'accompagne de remises et autres ristournes. Cette tendance fait croître la pression sur les prix pour les enseignes, qui les reportent ensuite sur les fabricants.

De nombreuses plateformes sont devenues si grandes que les consommateurs et consommatrices ne peuvent même plus saisir toute l'ampleur de leur assortiment. L'emplacement des produits sur la page Internet ou leur promotion par la plateforme a donc d'autant plus d'importance. Les détaillants indépendants sont ainsi poussés à verser des frais publicitaires aux plateformes pour que leurs produits apparaissent parmi les premiers résultats de leur catégorie – en plus des commissions de vente habituelles de 5 à 30 %. Les détaillants sont en outre incités à confier aux plateformes le stockage, l'expédition et la gestion des retours afin de pouvoir offrir à leur clientèle une distribution plus rapide et un traitement systématisé. Stacey Mitchell, analyste de l'Institute for Local Self-Reliance (États-Unis), estime que les détaillants représentés sur Amazon lui reversent en moyenne 34 dollars sur 100 dollars de chiffre d'affaires réalisé sur la plateforme, sous forme de commissions de vente et de frais de pu-

blicité, de logistique et autres. Et quand les plateformes se muent en grand magasin en ligne et prennent elles-mêmes le rôle de détaillant, les enseignes sont poussées à offrir des conditions avantageuses de grossiste et à participer aux actions de remises et autres campagnes promotionnelles des plateformes pour préserver leurs parts de marché et leur classement dans les ventes. Aujourd'hui, les stratégies publicitaires de certaines plateformes sont si sophistiquées et leurs budgets tellement élevés qu'elles parviennent à attirer sur leur site des consommateurs et consommatrices à la recherche d'une marque spécifique, avant même d'atterrir sur le site de la marque en question.

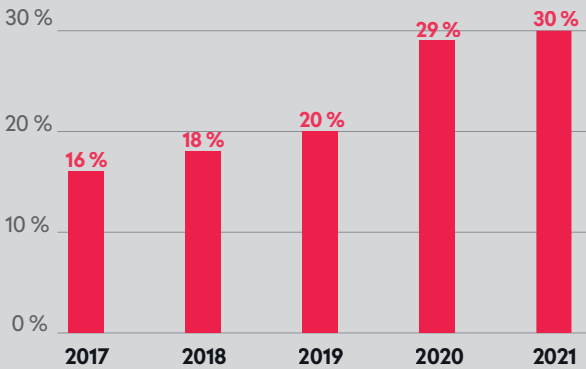
Le trésor des données

Une autre ressource confère encore plus de pouvoir aux plateformes de vente en ligne, et son volume augmente avec leur croissance : les données des internautes. Les informations sur les intérêts, les termes recherchés et les achats de millions de personnes constituent non seulement la base d'un marketing efficace et ciblé, mais elles offrent aussi aux plateformes un avantage comparatif sur les enseignes et les détaillants tiers. Cet avantage leur permet de percevoir les tendances à l'avance et de les exploiter. Si un produit se vend particulièrement bien dans la section d'une enseigne, la plateforme en est automatiquement informée et peut alors envisager de vendre elle-même cet article ou un produit similaire, voire de le faire produire pour encaisser une plus grande marge.

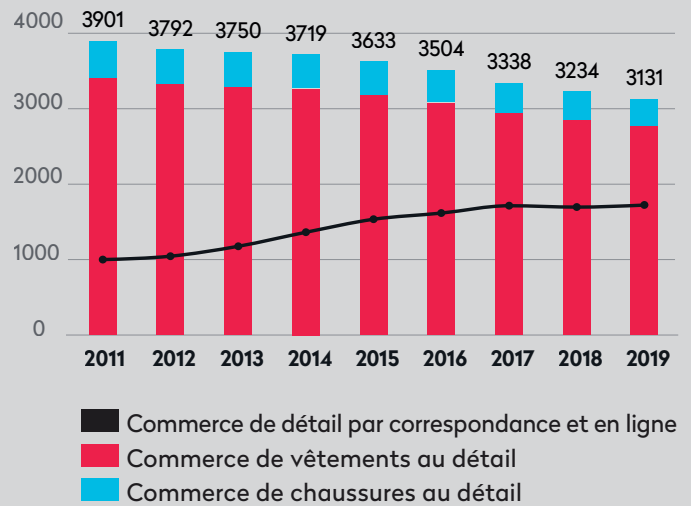


LE COMMERCE DE LA MODE EN QUELQUES CHIFFRES

PART DU COMMERCE EN LIGNE DANS LA VENTE AU DÉTAIL DE VÊTEMENTS ET CHAUSSURES (SUISSE)

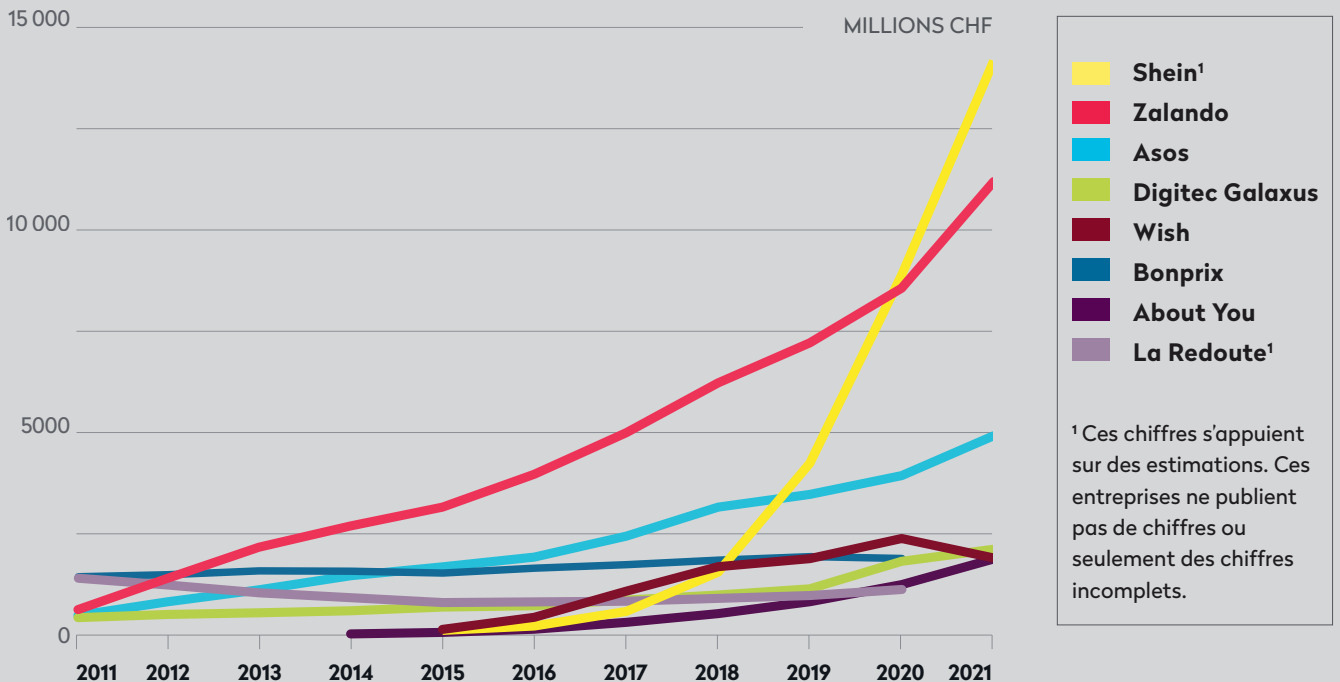


NOMBRE DE MAGASINS DE MODE ET DE BOUTIQUES EN LIGNE



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES GRANDS DÉTAILLANTS EN LIGNE

Le chiffre d'affaires des grandes entreprises qui vendent en ligne des articles de mode (exclusivement ou entre autres) a connu une ascension fulgurante au cours des dix dernières années. Nombre d'entre elles enregistrent une croissance annuelle extrêmement élevée (de plus de 50 %), tandis que le commerce de détail en magasin stagne voire recule.



- Shein¹
- Zalando
- Asos
- Digitec Galaxus
- Wish
- Bonprix
- About You
- La Redoute¹

¹ Ces chiffres s'appuient sur des estimations. Ces entreprises ne publient pas de chiffres ou seulement des chiffres incomplets.

Sources des trois graphiques :

- 1) Données : GfK Switzerland AG
- 2) Office fédéral de la statistique, Statistique structurelle des entreprises (STATENT)
- 3) Données publiées par les entreprises (rapports d'activité et présentations), complétées par d'autres données et estimations de macrotrends.com, statista.com, reuters.com, wsj.com, yahoo.com et LastPost. Conversions entre devises sur la base des taux annuels moyens de l'OCDE.

Les plateformes sont ainsi particulièrement avantagées quand leur clientèle commence sa recherche sur leur site directement, faisant d'elles des moteurs de recherche pour des catégories de produits spécifiques. Amazon a déjà atteint ce statut pour de nombreux internautes : selon un sondage réalisé en 2019 par l'institut états-unien d'étude de marché CivicScience, 49 % des personnes interrogées commencent leur recherche de produit directement sur Amazon, Google n'arrivant qu'à la deuxième place avec un maigre 22 %. Ce résultat est encore plus marqué pour les internautes qui ont opté pour le modèle d'abonnement Amazon Prime : 65 % commencent leur recherche sur Amazon.

Cet avantage stratégique est également un objectif clair de Zalando, qui vise à devenir le *starting point for fashion* et à attirer les consommateurs et consommatrices pour « tous leurs besoins en matière de mode ». Zalando promet aussi à ses investisseurs que la croissance est sa « première priorité », son objectif étant une augmentation de 20 à 25 % par an pour atteindre 30 milliards d'euros de chiffre d'affaires et une part de marché de 10 % en Europe d'ici à 2025. Dans le secteur de la mode, relativement peu concentré, ce serait du jamais vu en termes de domination du marché. Pour Zalando, le « principal jalon » sur cette voie consiste à renforcer la transition du modèle d'affaires

de détaillant à celui de plateforme avec site marchand. Les plateformes s'évertuent à souligner, à la moindre occasion, à quel point elles veulent également collaborer avec de petites enseignes de la mode. Mais ce ton amical peine à dissimuler le jeu de pouvoir qui opère ici. De nombreuses enseignes investissent beaucoup dans leurs propres boutiques en ligne, applications et marketing numérique pour limiter leur dépendance vis-à-vis des plateformes. Quand il s'agit de conserver la clientèle existante, déjà fidèle à la marque et à ses produits, cette approche peut suffire dans une certaine mesure. Mais pour acquérir une clientèle nouvelle et garder des consommateurs et consommatrices par nature moins fidèles aux marques, il est de plus en plus difficile de se passer des grandes plateformes. En effet, comment atteindre des internautes qui n'achètent pratiquement plus que sur Amazon, Zalando et consorts ? Lors de sa conférence de presse annuelle en 2021, Zalando a résumé l'objectif visé par les géants du commerce en ligne sous la forme d'une citation anonyme : « *If I cannot find an item on Zalando it does not exist* » (si je ne trouve pas un article sur Zalando, il n'existe pas).

Le géant de la mode en ligne Shein est l'une des rares exceptions à cette tendance. La société chinoise ne vend à ce jour que ses propres marques et parvient tout de même à enregistrer un taux de croissance mondial supérieur à



Atelier informel de confection d'habits du géant de la mode chinois Shein.

Filtres de recherche pour produits durables : guide éthique ou *greenwashing* ?

Les détaillants en ligne choisissent les articles qui sont vendus sur leur plateforme. Ce rôle de « portier » du marché implique la responsabilité de refuser de commercialiser des produits dont la production a un impact négatif sur les êtres humains ou l'environnement. Or, comme cela va à l'encontre des efforts de développement de l'assortiment et de croissance du chiffre d'affaires, de nombreux détaillants en ligne préfèrent opter pour une autre approche : ils présentent certains de leurs produits dans une catégorie prétendue durable et laissent à leur clientèle le choix de privilégier ou non des articles dont la production est soi-disant plus écologique, par exemple.

Cette stratégie n'a rien de nouveau : des enseignes comme H&M et Zara promeuvent depuis des années des lignes de produits présentées comme durables – *Conscious Collection* (H&M) ou *Join Life* (Zara) – comme un îlot de bonne conscience dans le brouillard de la mode éphémère. Mais en réalité, ces collections ne représentent souvent qu'une manœuvre visant à soigner l'image de la marque, et non un véritable engagement en matière de durabilité, comme le révélait en 2019 notre reportage sur les mauvaises conditions de travail et les salaires de misère dans la production d'un pull de la collection *Join Life* de Zara (voir le Magazine numéro 20 de Public Eye).

Les systèmes de filtres pour produits durables utilisés par les plateformes de vente en ligne présentent d'importants risques de *greenwashing* :

1. Le fait de mettre précisément ces catégories en avant donne l'impression que tout l'assortiment est plus ou moins durable, alors qu'aucune exigence stricte n'est imposée à la vaste majorité des produits.
2. Les critères pour apparaître dans la catégorie « durable » sont si faibles qu'une grande partie de l'assortiment y est présentée, alors que la production n'est pas ou à peine meilleure que la moyenne du secteur.
3. Le mélange, dans une seule et même catégorie, de critères divers et variés (tels que le droit du travail et la protection de l'environnement) et de labels et autres certificats plus ou moins stricts et ambitieux ne permet pas aux consommateurs et consommatrices de percevoir les différences.

Comment les détaillants en ligne utilisent les filtres

Les filtres de recherche sont très populaires chez les détaillants actifs en Suisse. Toutefois, certains présentent de graves manquements en termes de transparence et de traçabilité : chez Asos et Shein, nous n'avons pas compris pourquoi certains produits apparaissaient dans les résultats de la recherche. Rien ne le justifiait dans la description des

articles et nous n'avons trouvé aucune explication ni aucun lien vers des informations supplémentaires. Sur le site de Galaxus, nous avons certes trouvé une justification pour la plupart des produits (mais pas tous), cependant, de nombreux aspects de durabilité sont rassemblés dans une seule et même catégorie. C'est également le cas chez Amazon, qui mélange sous *Climate Pledge Friendly* divers systèmes de certification aux objectifs très différents.

Chez La Redoute, une grande partie des produits classés dans la catégorie durable y figurent uniquement parce qu'ils répondent aux exigences relativement faibles de la certification 100 by Oeko-Tex (absence de produits chimiques nocifs pour la santé). Pour d'autres critères tels que le *Made in Europe*, il manque des informations expliquant pourquoi, au-delà des distances réduites, un article est considéré comme durable. Chez About You, Bonprix et Zalando aussi, les produits n'ont parfois que de maigres critères à remplir pour figurer parmi les articles jugés « durables », mais les bases de cette sélection sont au moins clairement stipulées. De plus, des informations parfois détaillées sont données en référence, ce qui permet au moins de comprendre les raisons de ce choix.

Seules quelques entreprises intègrent dans leur filtre des critères de durabilité sociale en plus des considérations écologiques. Nous n'en avons trouvé que chez About You, Galaxus et Zalando. Toutefois, le versement d'un salaire vital ne figure jamais parmi les conditions requises. Or quand une catégorie promet une « production durable » (Galaxus) ou assure mettre le « bien-être des employé-e-s » au premier plan (Zalando), alors les salaires de misère devraient être un critère d'exclusion.



Pull de Zara de la ligne *Join Life* produit dans des conditions de travail déplorables et avec des salaires de misère.

celui de nombreuses plateformes. La recette de ce succès ne repose pas seulement sur une stratégie de prix agressive et des cycles de production très rapides, aux dépens des travailleuses et travailleurs qui fabriquent les articles (voir notre reportage « Trimer pour Shein », dans notre magazine du mois de novembre 2021). Shein a également réussi à élever le marketing en ligne à un autre niveau : l'entreprise met en scène une communauté mondiale, pour laquelle l'application de Shein n'est pas seulement une boutique en ligne mais aussi un réseau social autour de la mode, de la beauté et de la musique. Son groupe cible (majoritairement féminin) y passe beaucoup de temps, achète, commente, partage ses propres photos et vidéos, regarde les événements diffusés en direct et fournit ainsi constamment des données que l'entreprise utilise pour affiner continuellement ses stratégies marketing.

Selon une étude de l'agence britannique Rouge Media, Shein mise plus que toute autre entreprise sur les *dark patterns*, des stratégies de promotion manipulatoires qui provoquent notamment une pression de groupe, poussent la clientèle à acheter dans l'urgence et impliquent le réseau social des consommateurs et consommatrices. Cette stratégie connaît un tel succès que d'autres plateformes essaient de l'imiter. Ainsi, la lutte pour les parts de marché dans le secteur de la mode devient également un combat pour s'octroyer un maximum de temps d'atten-

tion auprès des groupes cibles en ligne. Le shopping en ligne entre ainsi dans l'ère du *social commerce* et dépasse la dimension de l'achat individuel sur un site web ou une application pleine d'images et de descriptions de produits. Les analystes du secteur y voient l'avenir du commerce en ligne et se réfèrent une fois de plus à la Chine pour appuyer leur thèse : en 2021, selon les estimations de l'agence de conseil Accenture, un chiffre d'affaires de plus de 400 milliards de dollars aurait été réalisé sur les plateformes de *social commerce*.

Un aperçu des plateformes chinoises révèle un monde où les réseaux sociaux ont totalement fusionné avec le shopping. Taobao Live (un réseau de *social commerce* appartenant à Alibaba et présentant d'innombrables shows de vente en direct), Xiaohongshu (équivalent chinois d'Instagram), Pinduoduo (un réseau pour les achats groupés) ou Douyin (le TikTok original chinois) : les achats et paiements sont directement intégrés à toutes les applications, et la *timeline* des utilisateurs et utilisatrices regorge de publicités provenant non seulement d'entreprises et d'influenceurs et influenceuses professionnel-le-s, mais aussi d'innombrables individus, motivés par d'insignifiantes commissions de vente qui les incitent à inonder leurs connaissances de campagnes publicitaires privées. Hors de Chine également, Facebook, Instagram, TikTok et consorts cherchent à développer les ventes réalisées dans leur application et des détaillants en ligne comme About You ou Amazon testent des formats de shows de vente en direct. Selon les prévisions de l'agence de conseil Accenture, le marché du *social commerce* devrait croître trois fois plus vite que le reste du commerce en ligne et pourrait atteindre un chiffre d'affaires mondial de 1,2 milliard de dollars d'ici à 2025, et la mode pourrait être la catégorie de produits la plus importante (18%).

Le pouvoir implique des responsabilités

Les détaillants en ligne, et en particulier les grandes plateformes, gagnent en pouvoir et en influence sur le marché de la mode, ce qui pourrait aussi être une opportunité. Après tout, les leaders traditionnels de cette industrie ne sont pas vraiment réputés pour l'éthique et la durabilité de leurs produits, ni pour leurs conditions de production. La concentration des plateformes de commerce en ligne pourrait, du moins en théorie, leur donner un rôle de « portier du marché » pour garantir le respect de normes minimales. Elles pourraient s'assurer que seuls des produits répondant à certains critères de durabilité sociale et écologique, ainsi qu'à des exigences de transparence, soient vendus à travers leurs canaux. En tant que gros clients et



© Xu Peilin/Keystone/Chinaimages

Promotion de produits via les médias sociaux : une mannequin du groupe chinois Alibaba se met en scène devant la caméra.

Évaluation des entreprises : les enseignes de la mode en ligne sont-elles responsables et transparentes ?

La croissance des grandes enseignes en ligne et des plateformes commerciales est fulgurante. En l'espace d'une décennie seulement, elles sont devenues des acteurs dominants sur le marché de la mode en Europe, voire dans le monde entier. À quel point ces nouveaux chefs d'orchestre de l'industrie textile sont-ils transparents et responsables ?

Public Eye a évalué dix entreprises actives dans le commerce en ligne parmi les plus connues en Suisse (About You, Alibaba, Amazon, Asos, Bonprix, Galaxus, La Redoute, Shein, Wish et Zalando) par rapport à quatre domaines clés, symptomatiques des graves problèmes qui gangrènent l'industrie de la mode. Nous avons tenté de répondre aux questions suivantes :

- Quel est le degré de transparence de la chaîne d'approvisionnement ? La provenance des articles est-elle indiquée ou tenue secrète ?
- Les commerces en ligne garantissent-ils le versement d'un salaire vital sur leur chaîne d'approvisionnement ou tolèrent-ils les salaires de misère ?
- Quel est le degré de transparence de la chaîne logistique de l'entreprise ? Les emplois sont-ils sûrs ou précaires ?

- Comment sont gérés les retours ? Sont-ils détruits ou les entreprises s'assurent-elles de leur réutilisation ?

En raison de la concentration du pouvoir entre les mains de ces nouveaux acteurs de la mode, les plateformes de vente en ligne ont un rôle de « portier » : elles choisissent quels articles font partie de leur offre. Elles pourraient de ce fait fixer des conditions, et imposer le respect de normes sociales et écologiques minimales. Cependant, les résultats de notre évaluation des entreprises indiquent que, dans les faits, elles ne le font pas ou que très rarement.



Lire le rapport en ligne et l'évaluation sur les dix entreprises ici : publiceye.ch/comparaisonentreprises

6 entreprises se montrent partiellement transparentes et fournissent quelques informations concrètes concernant les sites de production de leurs propres marques.



Aucune

plateforme n'impose à d'autres détaillants la transparence sur la chaîne d'approvisionnement comme condition pour que leurs articles figurent dans son assortiment.



Pour aucun détaillant en ligne nous n'avons trouvé d'éléments indiquant qu'au moins une partie de la main-d'œuvre des usines textiles reçoit un salaire vital.



1 seule entreprise déclare, de manière assez floue, son engagement à garantir le versement d'un salaire vital.



Des emplois sûrs et non précaires dans la logistique ?

Aucune

entreprise ne publie d'informations indiquant que c'est le cas pour la majorité de son personnel.



4 entreprises déclarent éviter la destruction des articles retournés, mais aucune n'a mis en place de directive contraignante à ce sujet.



grandes entreprises de logistique, elles pourraient user de leur influence sur leurs prestataires externes (par exemple dans la livraison de colis ou les centres d'appels) pour établir de bonnes conditions de travail dans ces secteurs.

Notre enquête montre toutefois que, dans les faits, c'est rarement le cas. Pour la plupart des entreprises évaluées, nous n'avons quasiment rien trouvé qui suggère qu'elles assument ou reconnaissent les responsabilités de leur rôle de « portier du marché ». Plutôt que de fixer des exigences de durabilité ambitieuses pour l'ensemble de leur assortiment, de nombreuses plateformes se contentent simplement de promouvoir une partie de leur offre comme étant plus durable (voir l'encadré de la page 11).

Notre analyse montre clairement comment de nombreux détaillants en ligne fixent leurs priorités : la croissance du chiffre d'affaires et de la clientèle, ainsi que le développement et le renouvellement constant de l'assortiment passent avant la durabilité des produits, des conditions de production et des modèles d'affaires.

Les autorités politiques doivent façonner le changement structurel

Les grands sites de vente en ligne favorisent les collections diversifiées, les cycles de production courts et les prix bas, l'externalisation de la production et des services, un grand nombre de fournisseurs et les relations commer-

ciales flexibles à court terme. Or ce sont précisément ces pratiques qui figurent parmi les pires facteurs de risque des modèles d'affaires de l'industrie textile mondialisée en matière de violations des droits humains et du droit du travail, de salaires de misère et d'heures supplémentaires excessives, ainsi que de gaspillage de matériaux et de ressources. Encourager de telles pratiques et rechigner à prendre des mesures pour protéger les êtres humains et l'environnement revient non seulement à agir de manière contraire à l'éthique, mais également à se moquer de la responsabilité des entreprises de respecter les droits humains, ancrée dans les Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et dans le Guide de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur le devoir de diligence pour une conduite responsable des entreprises. Les principes directeurs et le guide de l'OCDE ne sont pas juridiquement contraignants, mais ils fixent les standards approuvés à l'international. La Suisse et d'autres grandes économies se sont engagées à exhorter les entreprises à respecter les droits humains. Or il n'est manifestement pas suffisant de les « exhorter » à le faire volontairement.

Quand la majorité des entreprises les plus puissantes et à la croissance la plus forte d'un secteur estiment pouvoir prendre à la légère ou même ignorer totalement leurs responsabilités sociales et écologiques, les autorités politiques ne peuvent plus miser uniquement sur l'approche volontaire. Elles doivent imposer des exigences minimales et des règles contraignantes à toutes les entreprises, afin que les pratiques et modèles d'affaires néfastes ne puissent pas conférer d'avantages concurrentiels. Les autorités ne doivent pas simplement se contenter d'observer passivement la mutation de l'industrie textile ; elles doivent au contraire participer activement à ce changement structurel. Il est temps de fixer un cadre juridique clair, en Suisse comme ailleurs, afin que les avancées technologiques de la numérisation dans l'industrie textile ne mènent pas à une concentration du marché entre les mains d'une poignée de grandes entreprises, mais plutôt à des progrès allant dans le sens de l'intérêt public, de bonnes conditions de travail et d'une consommation écologiquement plus durable.

Nos revendications sont soutenues par les organisations suivantes : Le Pont avec le Sud, Fashion Revolution Switzerland, la FRC, Konsumenten Schutz, Les magasins du monde, Solidar Suisse, Solifonds, Unia et Walk-in closet Suisse. ■



Pas de répit pour les personnes qui travaillent pour Shein... même de nuit.

© Panos



Lire le rapport en ligne et consulter toutes les sources ici :

publiceye.ch/commerceenligne



Nous voulons des vêtements qui n'ont rien à cacher

Le commerce en ligne alimente la surconsommation de vêtements et chaussures. Mais personne ne sait où les articles sont fabriqués, quelles conditions sont en vigueur dans la production et la logistique, ni combien de produits retournés sont détruits.

Nous voulons une mode qui n'a rien à cacher. Une mode sans exploitation. Une mode qui ne termine pas à la poubelle. Les détaillants en ligne ne sont manifestement pas de cet avis.

C'est pourquoi nous demandons au Parlement un paquet législatif imposant responsabilité et transparence.

Trois revendications concrètes

Pour faire changer les choses, il faut des règles et lois claires qui s'appliquent à tous les détaillants de la mode :

- **Une obligation de respecter les droits humains, comprenant le versement d'un salaire vital et un devoir de transparence: ces mesures sont nécessaires pour lutter contre l'exploitation et pour savoir dans quelle usine des vêtements ou des chaussures ont été fabriqués.**
- **Une interdiction de détruire des produits à l'état neuf, afin que les retours et les invendus ne finissent pas à la décharge.**
- **Une meilleure protection légale et des contrôles dans la logistique, afin de garantir le respect du droit du travail et de lutter contre les emplois précaires.**

Participez à notre action : demandez plus de responsabilité et de transparence dans le commerce de la mode

Merci de signer notre appel au moyen du coupon-réponse au dos du magazine ou en ligne : unbox-fairfashion.ch





En 2009 déjà, les oligarques russes soignaient leurs relations avec le Kremlin : Andreï Bokarev (quatrième à partir de la gauche) lors d'une rencontre entre les principaux entrepreneurs du pays et le président de l'époque, Dmitri Medvedev (qui ne se trouve pas sur la photo).

© Dmitry Astakhov/Keystone/Sputnik

Les « Swiss connections » de trente-deux milliardaires proches du Kremlin

La place financière suisse et son secteur du négoce de matières premières entretiennent des relations de longue date avec les oligarques russes, soutiens du Kremlin, et avec certains proches de Vladimir Poutine. Public Eye a passé au crible trente-deux oligarques, dont la fortune combinée s'élève à au moins 293 milliards de francs, et les affaires qu'ils mènent en Suisse, souvent dans la plus grande opacité.

ROBERT BACHMANN ET AGATHE DUPARC

Andreï Bokarev, grand amateur de ski aujourd'hui âgé de 55 ans, a longtemps été président de l'Association russe de ski et membre de la Fédération internationale de ski (FIS). Il représente actuellement la Fédération russe de ski freestyle. Mais avant les pistes blanches, c'est plutôt à l'or noir, au charbon, qu'il s'est intéressé. Pendant la vague de privatisations sauvages des années 1990 en Russie, il acquiert avec son partenaire historique, Iskander Makhmudov, une grande partie de l'entreprise de charbon Kuzbassrazrezugol, dont le nom est la contraction de « exploitation de charbon dans le Kouzbass ». Dans le bassin du Kouznetsk, le Kouzbass, situé dans la région sibérienne de Kemerovo, les premiers gisements de charbon ont été découverts dès le XVIII^e siècle et on

estime aujourd'hui qu'on y trouve les plus grandes réserves du monde. À l'ère soviétique, seul le Donbass, dans l'est de l'Ukraine actuelle, produisait plus de charbon.

Comment Bokarev et Makhmudov ont-ils acheté ensemble des mines de charbon en Sibérie ? Et quels liens entretiennent-ils avec la Suisse ? Leur histoire est emblématique de la manière dont la plupart des trente-deux oligarques examinés à la loupe par Public Eye se sont enrichis, et du rôle de notre pays comme base-arrière privilégiée.

Le Moscovite Bokarev s'est lancé dans le commerce en 1997, après avoir suivi des études dans la finance. Le passage de la planification soviétique à l'économie de marché permettait alors à ceux qui avaient

de bons contacts d'acheter des matières premières au tarif national pour les revendre ensuite nettement plus cher sur le marché international. Selon la presse russe de l'époque, Bokarev aurait représenté les intérêts commerciaux d'une organisation criminelle basée à Moscou: le groupe d'Orekhovo. En 1995, son leader, surnommé «Sylvestre», meurt dans l'explosion d'une Mercedes appartenant à Bokarev. Trois ans plus tard, ce dernier devient responsable des exportations pour Kuzbassrazrezugol.

Iskander Makhmudov, né en 1963 à Boukhara, en Ouzbékistan, a commencé sa carrière comme traducteur au sein du ministère soviétique de l'Économie extérieure. Au début des années 1990, il fait la connaissance des légendaires frères Tchernoi, qui contrôlent alors les plus grandes usines métallurgiques du pays à travers leur holding Trans World Group, et à qui l'on attribue des liens avec des organisations criminelles. En 1999, le ministère public genevois avait ouvert une enquête pour blanchiment contre l'un des frères, Lev, et sa société Trans World Metals enregistrée à Genève. La procédure s'est finalement embourbée.

Dans le cadre d'enquêtes de la justice espagnole, Makhmudov a en outre été soupçonné d'entretenir des liens avec le groupe criminel moscovite Ismajlovskaya et inculpé pour « constitution d'une organisation criminelle », « blanchiment d'argent » et « vol de fonds publics ». Mais la procédure, transmise à Moscou, n'a jamais abouti.

En échange [de leur soutien au JO de Sotchi, NDLR.], l'État russe offre à ces entreprises un traitement de faveur et leur permet de contourner la loi, notamment en matière de protection de l'environnement et de normes sociales.

Ce sont les frères Tchernoi qui se sont chargés de réunir pour Iskander Makhmudov le capital nécessaire à la création, en 1998, de la Uralskaja Gorno-Metallurgitscheskaja Kompanija, ou UGMK – un géant de l'extraction et de la métallurgie auquel appartient notamment Kuzbassrazrezugol.

Bokarev devient alors partenaire junior de Makhmudov et, depuis lors, les deux hommes développent ensemble leurs intérêts commerciaux. En 2002, ils fondent la Transmashholding, la plus grande entreprise russe d'ingénierie des transports.

Bokarev et le Kremlin

Quand Sotchi se voit attribuer l'organisation des Jeux olympiques d'hiver de 2014, Bokarev monte au créneau.



Le « roi des contrats publics » Iskander Makhmudov.

© Dmitry Dukhanin/Kommersant/AFP via Getty Images

Comme de nombreux autres oligarques, il soutient le mégaprojet sur les bords de la mer Noire en sponsorisant, à travers son entreprise UGMK, la construction de la patinoire olympique.

Cet épisode illustre à merveille la coopération entre le gouvernement russe et les oligarques proches du pouvoir. Les firmes assurent le financement et se chargent de l'organisation : UGMK a par exemple coordonné et financé la construction de la patinoire, ainsi que son transfert vers une autre ville après les jeux, car Sotchi n'en avait pas besoin par la suite (la patinoire est toutefois encore au même endroit à ce jour). En échange, l'État russe offre à ces entreprises un traitement de faveur et leur permet de contourner la loi, notamment en matière de protection de l'environnement et de normes sociales.

Cette proximité entre secteur privé et pouvoir politique existe dans de nombreux pays, mais la spécificité du modèle russe est l'importance cruciale des relations personnelles entre les oligarques et les dirigeants du Kremlin autour du président Poutine. Le terme d'oligarchie renvoie initialement à une forme de gouvernement où le pouvoir est détenu par un petit groupe de personnes et, pour Platon, il s'agit d'une domination des plus riches sans respect de la loi. Dans le cas de la Russie moderne, il s'agit de l'imbrication de la politique et du secteur privé dans un système aux processus décisionnels opaques et faisant la part belle à l'autocratie et à l'économie parallèle.



Vladimir Poutine s'entretient avec l'oligarque Andreï Bokarev dans sa résidence de Novo-Ogaryovo en 2014.

Qu'a reçu Andreï Bokarev en échange de son soutien au rêve olympique du président Poutine ? D'une part, des contrats publics : ces dernières années, aucune société n'a obtenu de l'État autant de contrats que l'entreprise d'ingénierie des transports Transmashholding, qui appartient à Bokarev et Makhmudov. Les deux oligarques ont même été surnommés les « rois des contrats publics ». Les chemins de fer russes et le métro de Moscou sont les plus gros clients de Transmashholding, qui bénéficie d'un quasi-monopole sur les services dans le secteur ferroviaire russe.

Les Jeux olympiques de Sotchi ont par ailleurs permis à Bokarev de se rapprocher du Kremlin. En 2013, il acquiert une part minoritaire de Transoil, première compagnie russe de transport pétrolier, qui a une importance stratégique pour le pays compte tenu de l'importance des exportations de pétrole. Deux ans plus tard, Bokarev achète les trois quarts du terminal pétrolier d'Oust-Louga, le plus grand d'Europe, situé sur la mer Baltique. Ces installations servent au transport du pétrole russe vers le monde entier et appartiennent aujourd'hui à 50 % à Bokarev, le négociant suisse Gunvor et la compagnie étatique russe Transneft se partageant le reste des parts. Dans les deux cas, ces rachats d'actions ont été faites auprès du milliardaire et co-fondateur de Gunvor, Guennadi Timtchenko, sans doute l'oligarque le plus proche de Vladimir Poutine. Les deux hommes ont fait connaissance à Saint-Pétersbourg dans les années

1990, alors que le futur président dirigeait le Comité de relations extérieures de la ville.

Pour Bokarev, pouvoir entrer en relation d'affaires avec Timtchenko était un gage de confiance du Kremlin, ainsi que l'assurance de pouvoir s'enrichir grâce aux ressources en pétrole du pays. La proximité avec Bokarev est également utile pour le Kremlin : le riche homme d'affaires ne s'est encore jamais fait remarquer à l'international et ne figurait sur aucune liste de sanctions en 2014 après l'annexion russe de la Crimée. À l'époque, il a ainsi racheté 49 % des actions du célèbre fabricant d'armes Kalachnikov, avant de rapidement les transmettre à un nouveau propriétaire. Ce petit tour de passe-passe a permis à la société d'armement étatique Rostec – le propriétaire initial de Kalachnikov – de contourner les sanctions imposées par l'UE et les États-Unis.

Des traces qui mènent jusqu'en Suisse

Dès les débuts de sa carrière, Bokarev a misé sur la Suisse. En 1998, il a enregistré en Appenzell Rhodes-Intérieures la société Krutrade AG – la maison de négoce du producteur de charbon sibérien Kuzbassrazrezugol – dont il était le directeur. Krutrade a été liquidée en 2005, mais cette entité existe encore en Autriche et en 2010 déjà, elle était numéro deux des exportations de charbon en Russie. Peu de temps après, elle a été intégrée à une société de domicile chypriote contrôlée par Bokarev et Makhmudov. Krutrade ne semblait pas

opérer tout à fait dans les règles, puisque des analystes avaient alors constaté que l'entreprise s'adonnait systématiquement au schéma des « prix de transfert », c'est-à-dire que le charbon produit était revendu de Russie en Suisse au sein de sociétés du groupe pour réduire la charge fiscale.

La société d'ingénierie des transports Transmashholding a également des liens avec la Suisse : la filiale TMH International AG a été fondée en 2018 à la Rigistrasse de Zoug avec pour mission d'effectuer un travail de maintenance sur des véhicules ferroviaires de tout type à travers le monde. Elle a depuis lors pu obtenir des contrats dans divers pays, dont l'Allemagne. En 2021, l'entreprise privée exploitant le réseau ferroviaire de la région Allgäu, Go-Ahead, a décidé de confier à TMH International la maintenance des rames Stadler et Siemens. Les ambitions internationales de TMH International AG sont pour l'instant incertaines : bien que ni l'entreprise, ni ses propriétaires ne soient sous sanction, le groupe français Alstom, qui détient depuis 2010 une part minoritaire substantielle dans TMH, a décidé de suspendre toutes les livraisons en Russie en raison de la guerre en Ukraine.

Bokarev et Makhmudov ont également été impliqués dans des enquêtes pénales des autorités allemandes et espagnoles pour blanchiment d'argent, notamment à travers des filiales d'UGMK. Si ces enquêtes n'ont finalement rien donné, elles conduisent une fois de plus vers la Suisse : selon un dossier (que détient Public Eye) de l'opposant écologiste russe Konstantin Rubakhine, Bokarev et Makhmudov ont utilisé des entreprises enregistrées à Thoun (Alpin Group AG), Zurich (Umcor AG) et Bienne (GGP Metall AG) pour faire sortir les revenus d'UGMK de Russie.

Nos recherches ont également montré que Bokarev détient les parts de ses entreprises à travers des structures offshore complexes, comme la plupart des oligarques. Selon le journal russe *Kommersant*, il s'agit de sociétés boîtes aux lettres aux Îles Vierges britanniques et à Chypre, ainsi qu'une au Liechtenstein : Folkstown Business Inc. Bokarev ne fait pour l'instant l'objet d'aucune sanction dans l'UE ou en Suisse, mais bien au Royaume-Uni. Il a par conséquent cessé d'être le propriétaire d'UGMK et le président de Transmashholding. L'identité des nouveaux « propriétaires » d'UGMK n'est pas connue.

Les traits communs des oligarques

L'histoire d'Andrei Bokarev et Iskander Makhmudov est l'un des nombreux parcours d'oligarques retracés par Public Eye dans sa galerie en ligne. Elle est emblématique des parcours de cette caste de richissimes hommes d'affaires russes. Tous ou presque ont bâti leur fortune en surfant sur la vague de privatisations des entreprises

dans les années 1990, au détriment de l'immense majorité de la population russe. Avec l'accession au pouvoir de Vladimir Poutine, ils se sont montrés dociles et soutiennent depuis lors la politique du Kremlin avec leurs capitaux et leurs réseaux. Les richesses de la Russie en matières premières sont à la base de nombreuses fortunes, et les multinationales qui les exploitent ont souvent leur siège ou une filiale de négoce en Suisse. Certes, après l'invasion russe de l'Ukraine, de nombreux oligarques ont « cessé » d'être les ayants droit économiques de leurs sociétés suisses – mais l'identité des nouveaux « propriétaires » n'est pas connue.

Tous ou presque ont bâti leur fortune en surfant sur la vague de privatisations des entreprises dans les années 1990, au détriment de l'immense majorité de la population russe.

On retrouve aussi de nombreux « fleurons » de l'industrie offshore suisse : Zoug, Genève et Lugano sont les hauts-lieux du secteur des matières premières et abritent bon nombre de sociétés boîtes aux lettres derrière lesquelles se cachent des oligarques. Les fiduciaires et avocat-e-s suisses les aident à construire et entretenir ces réseaux, tandis que les banques assurent les services financiers nécessaires. En raison du manque de transparence et des failles dans la législation, l'application des sanctions reste difficile.

L'élite russe semble être passée maître dans l'art d'utiliser la Suisse pour dissimuler ses capitaux, et mettre à l'abri des fortunes souvent accumulées de manière illicite, voire dans certains cas de façon illégale, principalement dans le secteur des matières premières. Ces fonds, qui sont également mis en sécurité dans d'autres pays depuis des décennies, manquent aujourd'hui à la Russie, dont la population doit vivre avec un système de santé défaillant ou des infrastructures insuffisantes – comme dans la région de Kemerovo, où Kuzbassrazrezugol extrait son charbon.

Alors que faire ?

En réponse à l'effroyable guerre déclenchée par la Russie en Ukraine, il est essentiel d'appliquer les sanctions de manière systématique. La Confédération et les cantons doivent, en vertu de la loi sur les embargos, identifier activement, en utilisant les ressources et les spécialistes nécessaires, les valeurs patrimoniales des personnes sanctionnées. Dans ce cadre, la loi sur les embargos devrait également s'appliquer aux relations particulièrement protégées entre les avocat-e-s et leur clientèle.

En effet, ce sont souvent des avocat-e-s qui sont les plus à même de connaître les véritables propriétaires des sociétés boîtes aux lettres et des comptes. Les montages de sociétés qu'ils mettent en place s'étendent sur plusieurs juridictions offshore : de la Suisse à Chypre en passant par les Îles Vierges britanniques dans le cas de Bokarev. Les autorités suisses doivent donc collaborer pleinement avec les groupes de travail internationaux, tels que la « Russian Elites, Proxies, and Oligarchs Task Force » créée à la mi-mars par l'UE et les États du G7. Et des sanctions doivent être prononcées et appliquées de manière systématique contre les importations et le commerce de pétrole et de gaz russes – car c'est là que la Suisse dispose du levier d'action le plus fort pour stopper le financement de la machine de guerre de Poutine.

À moyen terme, il faut également combler les failles législatives qui permettent de créer en Suisse des structures destinées au blanchiment d'argent, structures qui servent aussi au contournement des sanctions. Notre enquête montre qu'il s'agit bien des mêmes réseaux. Pour ce faire, il est indispensable de mettre en place un registre public des ayants droit économiques des entreprises (c'est-à-dire des propriétaires réels). Dans ce domaine

aussi, la Suisse est à la traîne : l'Union européenne impose depuis 2018 à ses États membres de tenir un tel registre. Le Groupe d'action financière (GAFI) a également révisé sa recommandation 24 à ce sujet en mars 2022. Les obligations de diligence raisonnable prévues dans la loi sur le blanchiment d'argent doivent enfin être étendues aux activités de conseil liées à la création et à la gestion de sociétés offshore – y compris pour les avocat-e-s.

La galerie des oligarques

La majorité des oligarques dont nous dressons le portrait figurent à la fois sur des listes de sanctions internationales et parmi les 40 plus grandes fortunes de Russie recensées par le magazine économique *Forbes*. Beaucoup d'entre eux sont connus dans le monde entier, comme le magnat de l'aluminium Oleg Deripaska, tandis que d'autres, comme le richissime parlementaire Andreï Skoch, sont très discrets. L'enquête de Public Eye se fonde principalement sur des sources ouvertes en Suisse et en Russie, mais elle s'appuie aussi sur des révélations et informations exclusives. Public Eye a en outre passé au peigne fin les registres suisses du commerce et de l'immobilier à la recherche de traces des oligarques. ■

Le grand jeu des oligarques en Suisse

Qui possède le plus grand yacht ? Qui est sous sanctions dans le plus de pays ? Qui a la plus grosse fortune ? Qui a le plus de villas luxueuses en Suisse ?

Public Eye a identifié et dressé le portrait de trente-deux oligarques russes, en mettant en évidence leurs liens avec la Suisse. Les résultats, présentés sous la forme d'un jeu de cartes, sont disponibles avec toute l'enquête sur le site : oligarques.ch.



Plus d'infos sur la guerre en Ukraine et les revendications de Public Eye : publiceye.ch/fr/ukraine





© Atul Loke / Panos Pictures

Un agriculteur pulvérise sans protection des pesticides extrêmement dangereux dans un champ dans le district de Yavatmal en Inde.

Obtenir réparation en Suisse : un parcours semé d'embûches

Selon les «Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme», les États doivent protéger les droits humains et les entreprises doivent les respecter. En cas d'infraction, les victimes ont le droit de demander réparation auprès des tribunaux ou à travers une procédure extrajudiciaire. Si cette démarche paraît claire et simple en théorie, elle est en fait extrêmement complexe : les victimes de violations de droits humains doivent surmonter une multitude d'obstacles, en particulier en Suisse comme le montre un drame survenu en Inde.

ANINA DALBERT ET CHRISTA LUGINBÜHL

À l'automne 2017, de nombreux empoisonnements sont survenus dans la région du Yavatmal en Inde après l'épandage de pesticides sur des champs de coton. Selon des sources officielles, 886 personnes ont dû être hospitalisées et plusieurs ont perdu la vie. D'après les rapports de police, 96 agriculteurs ont indiqué avoir été intoxiqués après avoir utilisé du « Polo », un insecticide du fabricant suisse Syngenta. Sa substance active, le diafenthiuron, était produite en Suisse et d'importants volumes – 75 tonnes au total – ont été exportés vers l'Inde en 2017. Public Eye avait rencontré les familles d'agriculteurs concernées en 2018 et avait pour la première fois relayé l'affaire (voir le magazine de Public Eye de septembre 2018).

Syngenta nie toute responsabilité

Réunies avec d'autres victimes d'empoisonnement au sein de la Maharashtra Association of Pesticide Poisoned Persons (MAPPP), 51 familles ont décidé en septembre 2020 de déposer une notification auprès du Point de contact national (PCN) suisse pour les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales. Le PCN « encourage le respect des principes directeurs et discute avec les parties impliquées de toutes les questions pertinentes en vue de contribuer à la résolution des problèmes ».

Dans la procédure de médiation qui a ensuite été menée, l'objectif des plaignant-e-s était, d'une part, d'obtenir une réparation pour les victimes et, d'autre part, de

faire en sorte que Syngenta cesse de vendre des pesticides dangereux aux paysans indiens si leur utilisation nécessite le port d'un équipement de protection ou si, comme dans le cas du Polo, il n'existe pas d'antidote en cas d'intoxication. Les familles ont bénéficié du soutien du Pesticide Action Network indien (PAN India), de l'European Center for Constitutional and Human Rights (ECCHR) et de Public Eye.

Les rapports de police indiens ont également fourni des informations sur deux cas de décès liés au Polo. En parallèle de la notification auprès de l'OCDE, le cabinet d'avocats spécialisés Schadenanwaelte a déposé à Bâle, avec les familles de deux défunts, ainsi qu'un troisième agriculteur ayant survécu à son empoisonnement, une demande en dommages et intérêts qui s'appuie sur la loi fédérale sur la responsabilité du fait des produits.

La procédure de médiation de l'OCDE s'est conclue sans résultat en juin 2022 après plusieurs tours de négociations. Syngenta a toujours affirmé devoir attendre les conclusions de la procédure judiciaire – qui pourrait encore durer des années – et ne pas vouloir s'exprimer sur la demande de réparation des 51 familles.

Être ignoré de la sorte est une véritable insulte pour les victimes. Les cas d'intoxication ont laissé des traces indélébiles : les agriculteurs ont indiqué souffrir de symptômes d'empoisonnement aigu après avoir pulvérisé du Polo. Parmi les 51 victimes, 44 ont subi une perte temporaire de la vue, et seize sont restées inconscientes,

parfois pendant plusieurs jours. Parmi les autres symptômes : nausées, détresses respiratoires, troubles neurologiques et musculaires, dont certains persistent encore aujourd'hui. Les femmes des victimes ont dû prendre soin de leur mari malade et gérer seules le quotidien de la famille, tout en cherchant un emploi rémunéré pour pallier la perte de revenus. Dans les régions rurales du district de Yavatmal, les agricultrices perçoivent un salaire nettement moins élevé que les hommes, et les revenus familiaux, déjà faibles, ont donc fortement baissé, rendant encore plus difficile l'accès à des soins de santé adéquats.

De nombreux obstacles empêchent d'obtenir réparation

Ce cas est emblématique des difficultés auxquelles les victimes de violations de droits humains sont confrontées pour obtenir réparation dans le cadre de procédures extrajudiciaires. Devant les tribunaux, les obstacles sont encore plus difficiles à surmonter. L'ONU a également reconnu ce problème et créé un groupe chargé de se pencher sur la question de l'efficacité des demandes de réparation. Sur la base des observations et expériences faites dans l'affaire de Yavatmal ainsi que d'autres cas, Public Eye a fait des recherches et montré quels sont les obstacles existant actuellement.

De nombreux problèmes d'ordre pratique compliquent l'obtention de réparations. En cas d'accident dans une région rurale, par exemple à la suite d'une intoxication aux pesticides, il n'y a souvent aucun moyen de transport pour se rendre à l'hôpital ou cela s'avère trop cher pour la victime. Le traitement médical survient trop tardivement ou est inadéquat, et les cas d'accidents sont peu ou pas répertoriés. Les familles des victimes sont en outre confrontées à de lourdes charges financières, dont elles doivent souvent s'acquitter très rapidement, et elles doivent donc s'endetter à court terme pour accéder à des soins adéquats. Or dans les situations les plus graves, qui demandent un traitement rapide, les crédits nécessaires ne sont pas toujours disponibles rapidement.

Les séquelles à long terme ne sont pas souvent documentées car les familles n'ont pas les moyens financiers pour un suivi médical. Le personnel de santé des zones rurales peut aussi manquer de connaissances médicales spécifiques et ses possibilités de documenter toute l'ampleur du problème sont parfois limitées par peur des conséquences politiques.

Au-delà des considérations pratiques, il y a aussi des obstacles structurels qui compliquent l'accès au système judiciaire : il manque souvent une base juridique pour per-



mettre le traitement des cas dans le pays hôte des multinationales. Il est par ailleurs très difficile de trouver des documents pouvant être utilisés comme moyen de preuve devant le tribunal. Il n'existe parfois aucun dossier papier, avec par exemple des reçus d'achats de pesticides ou d'un traitement médical, ou les victimes n'ont pas de conditions de logement permettant de conserver longtemps de tels dossiers. Il arrive aussi que ces personnes soient analphabètes et ne sachent pas quels documents elles ont en leur possession et s'ils sont importants ou non. La durée des procédures, qui s'étend sur plusieurs années, constitue aussi pour de nombreuses victimes un trop grand obstacle pour tenter une action contre une multinationale.

Et même quand un procès s'ouvre et que les victimes bénéficient d'une assistance juridique, il y a encore des barrières telles que le prix du déplacement dans le pays hôte de la multinationale qui est généralement hors de portée financièrement. Le voyage peut aussi lui-même être source de problèmes quand les victimes n'ont pas de passeport et ne peuvent pas en obtenir pour des raisons bureaucratiques ou financières. Recueillir les principaux témoignages peut parfois également être un défi, par exemple quand des attentes spécifiques au genre, le système de castes ou des barrières linguistiques empêchent les témoins de s'exprimer devant les tribunaux.

Les changements nécessaires en Suisse

Afin que les victimes de violations de droits humains puissent effectivement obtenir réparation, des modifications doivent être apportées à la législation suisse. Le risque financier lié aux procédures judiciaires doit être allégé et les coûts maximaux doivent être présentés en toute transparence. Il faut également un point de contact sur place auprès duquel les victimes peuvent clarifier leurs éventuelles prétentions juridiques et la procédure de litige. Les ambassades suisses pourraient jouer un rôle sur ce plan : elles pourraient être le premier point de contact en cas de violations de droits humains en lien direct avec une entreprise domiciliée en Suisse. Il faut également l'entremise d'avocat-e-s spécialisé-e-s dans les violations de droits humains en lien avec les activités d'entreprises. Par ailleurs, outre une assistance juridique gratuite, il est essentiel de prévoir un soutien financier pour les coûts liés à la plainte tels que les frais de transport ou de traduction. Si un nombre si réduit de plaintes pour violations de droits humains a jusqu'à présent été déposé, c'est aussi parce que ces violations concernent souvent tout un groupe. La possibilité d'une protection des intérêts collectifs est donc essentielle : plusieurs victimes doivent être à même de porter plainte collectivement contre un même responsable des préjudices. Les instruments juridiques collectifs devraient par conséquent aussi être un prérequis dans l'application des Principes directeurs des Nations unies pour que les États

honorent leur devoir de garantir l'accès à la justice. En Suisse toutefois, chaque personne doit à l'heure actuelle faire valoir individuellement ses prétentions juridiques. Les victimes de dommages dits « collectifs » et « dispersés » renoncent donc souvent à passer à l'action car le risque financier individuel est trop grand.

Cet aspect-là devrait désormais changer : le 10 décembre 2021, le Conseil fédéral a publié un message au sujet de l'élargissement prévu de l'action des organisations et de l'introduction d'un régime de transaction de groupe. Les associations et autres organisations pourront alors aussi « agir en interdiction ou en cessation » d'une atteinte et également prétendre au versement de dommages-intérêts. Cela ne sera toutefois possible que si les organisations remplissent les exigences suivantes : l'absence de but lucratif, une existence depuis douze mois au moins, une habilitation statutaire à défendre les droits du groupe et l'indépendance vis-à-vis de la partie adverse.

De nombreux problèmes d'ordre pratiques compliquent l'obtention de réparations. En cas d'accident dans une région rurale, par exemple à la suite d'une intoxication aux pesticides, il n'y a souvent aucun moyen de transport pour se rendre à l'hôpital, ou cela s'avère trop cher pour la victime.

Avec cette proposition, la Suisse se calque sur la législation des Pays-Bas, où une telle démarche est déjà possible depuis 2005. Elle se rapproche aussi de la législation européenne, où la Directive relative aux actions représentatives est entrée en vigueur fin 2020. À la différence du projet de loi suisse, les autorités législatives de l'UE prévoient toutefois également un allègement du fardeau de la preuve et une réglementation des frais de justice en faveur des plaignant-e-s. Cela n'étant pas prévu dans l'élargissement proposé de l'action des organisations en Suisse, deux des principaux obstacles demeurent. Les affaires dont le montant en litige est élevé resteraient difficiles à financer en Suisse, et ce même avec la possibilité d'une action collective.

Le Parlement avait déjà reconnu en 2014 la nécessité d'accroître la protection des intérêts collectifs en Suisse. Il s'y attellera au cours des prochaines semaines avec le projet de loi sur l'élargissement de l'action des organisations. Au vu des importantes adaptations urgentes requises pour enfin améliorer l'accès à la justice lors de violations de droits humains par des multinationales, il reste à espérer que le Parlement fasse enfin le premier pas vers une protection des intérêts collectifs en Suisse. ■

Fiches sur Public Eye : un avis de droit critique l'excès de zèle des services secrets

Début 2021, le Service de renseignement de la Confédération détenait sur Public Eye des fiches bien fournies, avec 431 entrées. Un avis de droit montre désormais qu'il a ainsi systématiquement bafoué le cadre légal et enfreint la loi sur le renseignement ainsi que les droits fondamentaux de Public Eye.

OLIVER CLASSEN

Le Service de renseignement de la Confédération (SRC) détient sur Public Eye (anciennement Déclaration de Berne) des fiches comprenant des entrées qui s'étendent sur une période de plus de vingt ans. La raison de ce fichage était manifestement la classification de l'organisation parmi le « mouvement antimondialiste », avec plusieurs occurrences de la mention « extrémisme de gauche ». À deux reprises, il est même présumé que les « Public Eye Awards », que nous avons longtemps décernés dans le cadre du contre-sommet au Forum économique mondial (WEF), pouvaient « inspirer » des milieux violents à passer l'action contre les entreprises nominées. Or dans de nombreuses entrées du SRC, il est par ailleurs indiqué que le contre-sommet de Davos figurerait parmi les « événements inoffensifs et non violents du mouvement critique du WEF ». Dans le rapport « La sécurité de la Suisse en 2021 », le SRC énumère les questions politiques dans lesquelles s'engagent les « milieux suisses de l'extrême gauche violente » : « anticapitalisme », « migration et asile », « antifascisme », « antirépression », « Kurdes », etc. Mais le concept d'« extrémisme de gauche » n'est pas clairement défini dans la loi ni dans ce rapport, et le SRC n'a pas répondu à nos demandes de précisions.

Les services de renseignement affirment ne pas surveiller Public Eye, qui ne constituerait pas pour eux un objet (soit une « fiche ») et ne présenterait pas d'intérêt en tant qu'organisation. Cette déclaration est contredite par le volume et la qualité des données répertoriées (plus de 400) en lien avec l'exercice de la liberté d'opinion, de réunion ou d'association, mais aussi par le fait qu'il est désormais possible d'accéder à toutes les données en faisant une recherche à partir d'un mot ou d'un nom ; il n'est donc plus nécessaire de créer une fiche séparée, comme c'était le cas à l'époque des dossiers papier.

« Le SRC a outrepassé les limites légales »

Sur la base des dossiers du SRC, Public Eye a fait rédiger un avis de droit dont la conclusion est sans appel : « Public Eye aurait dû être protégée du fichage de ses activités en vertu des droits fondamentaux et de la loi. Le SRC a néanmoins récolté et traité de telles données sur l'organisation, manifestement dans l'objectif d'examiner l'ensemble du mouvement antimondialiste sous l'angle du travail de renseignement. [Cela] a même continué après que les

activités de Public Eye eurent été qualifiées d'exercice pacifique des droits politiques fondamentaux. Cette pratique de collecte et de traitement de données par le SRC outrepassa le cadre légal et n'a pas été dûment justifiée par le SRC. Dans la collecte et le traitement des données, le SRC ne s'est pas tenu aux restrictions imposées par la Constitution, la Convention européenne des droits de l'homme (CEDH) et la loi sur le renseignement. »

La raison de ce fichage était manifestement la classification de l'organisation parmi le « mouvement antimondialiste », avec plusieurs occurrences de la mention « extrémisme de gauche ».

Quand le SRC brouille les limites imposées par l'art. 5 de la loi sur le renseignement et rassemble des données sur des organisations et personnes qui se contentent d'exercer leurs droits fondamentaux mais ne présentent aucun risque pour la sécurité intérieure et extérieure, alors il ne reste plus aucun espace politique dans lequel on peut être certain que l'État ne nous surveille pas.

L'avis de droit affirme à ce sujet : « Les dispositions légales qui permettent de porter atteinte à des droits fondamentaux doivent être suffisamment claires et concrètes pour que quiconque puisse comprendre dans quelles conditions elles peuvent l'affecter. Des législations formulées de manière trop vague et ouverte donnent aux autorités une marge de manœuvre si grande que les citoyens, citoyennes et organisations ne peuvent guère estimer quelles sont les conséquences juridiques de l'exercice de leurs droits fondamentaux. Cela peut ainsi les décourager d'exercer leurs droits fondamentaux (*chilling effect*), et notamment la liberté de réunion, d'association et d'opinion. » ■



Pour en savoir plus :
publiceye.ch/fiches

« On n'a rien appris du scandale des fiches »

Viktor Györfly, juriste et auteur d'un avis de droit sur le fichage de Public Eye, analyse le dilettantisme du service de renseignement, ses conséquences sur le mouvement critique de Davos et les barrières légales qui s'imposent.

PROPOS RECUEILLIS PAR OLIVER CLASSEN

Qu'est-ce qui vous a le plus surpris dans les fiches sur Public Eye ?

Tout d'abord leur ampleur : plus de 400 entrées pour une organisation de renom active dans la politique de développement, c'est plutôt inquiétant. Et la raison constamment invoquée pour ce fichage, un manque de distanciation vis-à-vis des milieux violents d'extrême-gauche, est tout simplement absurde. Je ne suis toutefois pas surpris que le Service de renseignement de la Confédération (SRC) se soit intéressé à Public Eye dans le cadre de sa participation au mouvement altermondialiste autour de Davos.

Le travail de nos services secrets est donc plus guidé par des principes idéologiques que par la politique de sécurité.

Le SRC a toujours du mal à faire la distinction entre le respect légitime des droits démocratiques fondamentaux et la surveillance d'activités pouvant présenter un danger pour la sécurité intérieure du pays. Au vu de la restriction systématique de droits fondamentaux tels que la liberté de manifester lors de chaque édition du Forum économique mondial (WEF, NDLR.), on constate qu'aucune leçon n'a été tirée du scandale des fiches des années 1990. L'énorme répression déployée a eu pour effet de décourager de vastes groupes d'activistes et constitue encore aujourd'hui un grave problème.

Depuis notre changement de nom, nous ne travaillons officiellement plus sur la mondialisation mais sur les liens entre les entreprises suisses et les droits humains. Public Eye est-elle désormais moins suspecte pour le SRC ?

Bonne question. Il y a beaucoup de flou autour des critères d'après lesquels des informations sur vous ou d'autres organisations sont récoltées et conservées...

... ou ceux-ci sont-ils arbitraires et motivés par des considérations politiques ?

Bien évidemment, décourager les activistes a une fonction politique. Et, certes, indépendamment du fait que les autorités en aient conscience ou non. Mais ce que je constate depuis des décennies, c'est surtout un dilettantisme dans la récolte de données de la part du SRC, car même avec la meilleure volonté du monde, il est impossible de savoir ce qui peut et doit être fait des informations répertoriées dans vos fiches dans une optique de politique de sécurité. C'est aussi une critique régulièrement formulée par la Délégation des Commissions de gestion en sa qualité d'instance de surveillance du SRC, toutefois manifestement sans conséquence jusqu'à présent.

Alors avant la révision à venir de la loi sur le renseignement, les organisations telles que Public Eye ne sont-elles toujours pas protégées face aux infiltrations et aux mises sur écoute ?

De telles organisations et leur personnel ne peuvent jamais totalement exclure que de telles mesures soient prises à leur encontre. Mais, en vertu de la loi en vigueur, cela constituerait un abus qui ne pourrait guère être justifié par la recherche de liens avec des milieux violents. Le SRC pourrait surtout s'intéresser à des personnes engagées auprès de Public Eye et actives également dans d'autres contextes politiques.

Certaines informations de nos fiches proviennent d'informateurs ou informatrices. Cela est-il acceptable sans décision de justice ?

Légalement, il existe diverses catégories d'informateurs ou informatrices et le SRC peut recourir à certaines de ces personnes de son propre chef et sans autorisation spécifique.

La révision de la loi vise à accroître la marge de manœuvre des services secrets, en particulier dans le domaine de la communication numérique. Ne devrait-on pas plutôt encadrer cet « État dans l'État » ?

Le SRC n'est en fait pas habilité à surveiller ou à ficher les activités politiques d'individus ou d'organisations. Ces restrictions légales datent de 1999 et sont la conséquence du premier scandale des fiches. Mais depuis lors, il a été constaté que le SRC enfreint systématiquement ces limitations. Cela constitue vraiment un problème fondamental.

Et qui est d'ordre politique. À quel niveau le problème se situe-t-il ?

L'autorité parlementaire de surveillance du SRC a certes toujours critiqué ses transgressions et formulé des recommandations pour y remédier, mais en vain. Il est donc essentiel pour notre démocratie que des limites élémentaires soient enfin entérinées dans la prochaine loi, de manière claire, détaillée et surtout contraignante. Le SRC doit en outre enfin supprimer de ses systèmes d'information toutes les données qui ne devraient pas y figurer. Parmi celles-ci figurent toutes les informations sur Public Eye. ■



Pendant que l'UE avance, la Suisse traîne

Plusieurs pays européens ont récemment introduit des lois contraignant les multinationales à respecter les droits humains et les normes environnementales. En début d'année, la Commission européenne a présenté un projet de loi sur la responsabilité des multinationales à l'échelle de l'UE. Public Eye salue cette proposition et travaille avec la coalition pour des multinationales responsables afin que la Suisse adopte aussi une loi contraignante en la matière, et que les droits humains et les normes environnementales soient enfin respectés.

ANINA DALBERT

Public Eye représente la coalition suisse pour des multinationales responsables au sein du comité de la European Coalition for Corporate Justice (ECCJ) et s'engage ainsi en faveur d'une loi de diligence raisonnable solide dans l'UE. En mars 2021, le Parlement européen a demandé à la Commission européenne d'élaborer une loi globale sur les obligations de diligence et de responsabilité des entreprises. La résolution en question, qui va très loin dans ses revendications, a été adoptée à une écrasante majorité, avec 504 voix contre 79. Le Parlement a ainsi exigé un devoir diligence raisonnable exhaustif pour les grandes entreprises et pour les PME à hauts risques. Concernant les mécanismes de mise en œuvre, le Parlement demande, outre la responsabilité civile, l'introduction d'autorités de surveillance. En juin 2021, l'Allemagne a approuvé une loi sur les chaînes d'approvisionnement et la Norvège une loi

sur la transparence, qui prévoit toutes deux des obligations de diligence raisonnable contraignantes et exhaustives en matière de droits humains et d'environnement, ainsi que l'introduction d'autorités de surveillance. Dans la loi allemande, comme dans le projet de l'UE, ces instances peuvent, au-delà de leur fonction de surveillance, infliger des amendes qui sont liées au chiffre d'affaires. En dépit des pressions exercées par les associations économiques, la proposition de la Commission européenne s'est longtemps fait attendre et a finalement été publiée en février 2022. Le commissaire en charge a de nouveau souligné que le dossier devrait désormais aller de l'avant. Des négociations devraient s'ouvrir fin 2022 ou début 2023, et la loi pourrait être approuvée dès la fin 2023.

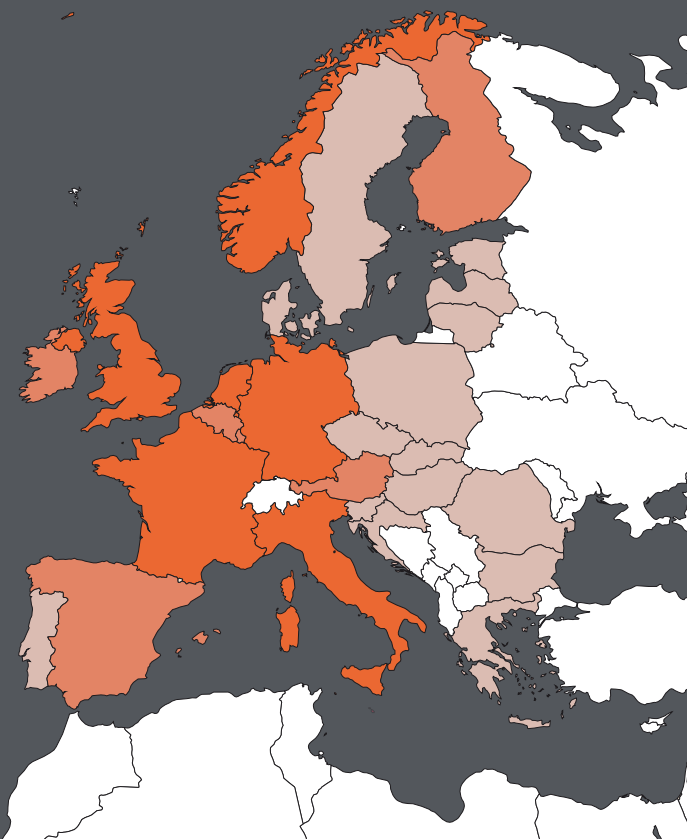
La loi proposée devrait désormais s'appliquer aux multinationales domiciliées dans l'UE qui emploient au

La situation en Suisse

En Suisse, l'initiative pour des multinationales responsables a été acceptée en 2020 par la majorité des citoyens et citoyennes, mais n'a pas obtenu la majorité des cantons. Il n'existe donc toujours pas de règles efficaces sur la responsabilité des multinationales dans notre pays. Un contre-projet à l'initiative est entré en vigueur début 2022, mais il s'agit d'un exercice alibi, qui ne fait qu'inciter les multinationales à produire davantage de brochures sur papier glacé.

La situation en Europe

- Loi forte ou décisions de justice
- Loi forte en discussion au Gouvernement ou au Parlement
- Pas de loi spécifique, les réglementations de l'UE s'appliquent
- Pas de loi forte, pas de réglementation de l'UE



moins 500 personnes et enregistrant un chiffre d'affaires international de plus de 150 millions d'euros, ainsi que pour les entreprises d'au moins 250 employé-e-s dans les secteurs à risques. Parmi ces secteurs figurent, selon la définition de l'UE, tous ceux pour lesquels l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) prévoit des directives spécifiques en matière de devoir de diligence raisonnable (*due diligence*), tels que les matières premières et la finance, mais aussi l'agriculture et la mode. Elle comprend un vaste devoir de diligence raisonnable ainsi qu'un mécanisme de mise en œuvre efficace : d'une part, elle prévoit une autorité de surveillance qui puisse infliger des amendes et, d'autre part, chaque multinationale est tenue pour responsable des préjudices causés par ses filiales et fournisseurs. Les entreprises doivent en outre montrer comment elles répondent aux objectifs de l'Accord de Paris sur le climat. Par ailleurs, le projet de loi s'applique également aux multinationales domiciliées hors de l'UE qui enregistrent soit un chiffre d'affaires général de 150 millions d'euros dans l'UE, soit de 40 millions dans l'UE avec 50 % de leur chiffre d'affaires international dans un secteur à risques.

La proposition a donc aussi un impact sur les entreprises helvétiques. Or, selon les recherches mandatées par la coalition, le projet de loi ne concerne qu'environ 200 à 250 sociétés domiciliées en Suisse et des interrogations demeurent sur la mise en œuvre concrète de cette loi. Il est donc toujours urgent que des mesures soient aussi prises en Suisse.

Une réglementation désuète avant même d'entrer en vigueur

En Suisse, le contre-projet indirect à l'initiative pour des multinationales responsables est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2022. Ce texte inutile n'aura pour seul « effet » que de pousser les entreprises à publier de jolies brochures étincelantes. Il est le résultat inabouti et incohérent d'un travail mené à la hâte par le Conseil fédéral, qui ignore totalement les principales revendications de l'initiative : nous voulions, d'une part, empêcher que des entreprises suisses portent atteinte aux droits humains et à l'environnement dans le cadre de leurs activités internationales et, d'autre part, que les victimes de violations de droits humains perpétrées par ces entreprises puissent revendiquer leurs droits auprès de tribunaux helvétiques. Le contre-projet impose uniquement de communiquer des informations non financières, relatives par exemple à l'environnement ou au social, ainsi que des obligations de diligence raisonnable extrêmement limitées concernant les minerais provenant de zones de conflit et le travail des enfants. Une telle approche est clairement insuffisante pour contraindre les multinationales suisses à véritablement assumer leurs responsabilités. ■



Fin février, la Commission européenne a présenté un projet de loi sur la responsabilité des multinationales applicable à tous les pays de l'UE. La Suisse sera donc bientôt le seul pays européen sans législation en la matière.

Vous vous souvenez certainement de la campagne de votation pour l'initiative multinationales responsables à l'automne 2020. La conseillère fédérale Karin Keller-Sutter s'y était opposée avec véhémence, assurant que le Conseil fédéral souhaitait adopter une approche « en adéquation avec les pratiques internationales » et qui mettrait les entreprises suisses et de l'UE « sur un pied d'égalité ». Cette promesse a assurément contribué au rejet de notre initiative par la majorité des cantons, bien que le peuple l'ait approuvée.

Il est temps de traduire ces belles paroles en actes ! C'est pourquoi la coalition pour des multinationales responsables, dont Public Eye fait aussi partie, lance cet été une grande pétition adressée au Conseil fédéral : en 100 jours, elle veut récolter 100 000 signatures pour pousser le Conseil fédéral à enfin élaborer une loi sur la responsabilité des multinationales.

La coalition a donc besoin de votre soutien ! Remplissez le formulaire sur le site web de la coalition et indiquez combien de signatures vous pensez pouvoir récolter jusqu'à l'automne prochain.



Pour plus d'informations sur la pétition de la coalition pour des multinationales responsables : responsabilite-multinationales.ch



Carla Hoinkes se penche chez Public Eye sur les questions liées à l'agriculture et à la biodiversité, en portant un regard critique sur le business mondial de l'alimentation. Elle aime découvrir le monde, ses populations et les secrets de sociétés qui font leurs choux gras en racontant des salades (et elle espère qu'un jour, elle aura elle aussi la main verte).

L'agriculture bio aggrave la faim dans le monde ? Le coup de comm' du n°1 mondial des pesticides

Mi-mai, le patron de Syngenta a fait le buzz en tenant des propos absurdes dans la presse. De nombreux médias suisses ont relayé, parfois sans commentaire, la déclaration d'Erik Fyrwald selon laquelle la consommation de produits bio serait responsable de la faim en Afrique. Une ineptie qui va toutefois dans le sens des intérêts de Syngenta.

Dans une longue interview parue mi-mai dans la *NZZ am Sonntag*, Erik Fyrwald profite de la dramatique crise alimentaire aggravée par la guerre en Ukraine pour lancer une attaque sans précédent contre l'agriculture biologique: « Les populations africaines sont privées de nourriture parce que nous voulons des produits bio et parce que nos gouvernements soutiennent l'agriculture biologique ».

Que penser de ces déclarations? Nous avons demandé l'avis de scientifiques du Panel international d'expert-e-s sur les systèmes alimentaires durables (IPES-FOOD) en Afrique, en Amérique du Sud et en Europe, ainsi que celui de l'ancien directeur de l'Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL). Et nous avons cherché à comprendre pourquoi le patron de Syngenta a tenu de tels propos.

Notre consommation de produits bio n'a rien à voir avec la faim en Afrique

En réponse à nos questions, Hans Rudolf Herren, expert en agronomie et fondateur de la fondation Biovision, déclare que le patron de Syngenta semble « vivre sur une autre planète ». Il n'y a selon lui « absolument aucun lien entre la faim en Afrique et la consommation de produits bio en Suisse ».

La faim dans le monde augmente à nouveau depuis 2016, notamment en raison de conflits, de phénomènes météorologiques extrêmes causés par la crise climatique et de la pandémie de Covid-19. En 2021, 193 millions de personnes ont souffert d'insécurité alimentaire aiguë, et la guerre en Ukraine aggrave dramatiquement la situation. Il y aurait pourtant suffisamment de nourriture pour tout le monde – mais les populations n'y ont pas accès, principalement à cause de la forte augmentation des prix.

Sofía Monsalve Suárez, secrétaire générale de l'orga-

nisation de défense des droits humains FIAN International, estime elle aussi que des négligences politiques sont à la source de la crise alimentaire. Après la dernière flambée des prix des denrées alimentaires, qui a suivi la crise financière de 2008, les gouvernements ont promis « d'agir contre la spéculation, de rétablir la production alimentaire à petite échelle dans les pays en développement, d'atténuer la dépendance aux matières premières, de réduire l'endettement et de faire la transparence sur les réserves de céréales. Mais le travail de lobbying du secteur privé les en a empêchés. Si ces promesses avaient été tenues, nous ne serions pas confrontés aujourd'hui à une nouvelle crise alimentaire. »

L'agriculture écologique fait partie de la solution et non du problème

L'agriculture industrielle, gourmande en intrants chimiques, permet certes de bons rendements à court terme mais elle est aussi très problématique: non seulement elle a des conséquences néfastes sur l'environnement et la santé humaine, mais elle met aussi en danger la sécurité alimentaire. C'est ce qu'affirme Million Belay, fondateur de l'Alliance pour la souveraineté alimentaire en Afrique (AFSA): « Les agriculteurs et agricultrices en Afrique font face à une crise alimentaire causée par leur dépendance aux engrais basés sur des énergies fossiles, dont les prix ont connu une ascension vertigineuse de 400 %. En plus de la crise climatique, on assiste à une crise sociale sans précédent. »

Environ 20% des exportations d'engrais proviennent de Russie et de Biélorussie. L'Europe est également fortement dépendante des engrais russes et du gaz naturel nécessaire à leur production. Dans ce contexte, le développement d'une production agroécologique, qui permet une plus grande indé-

Le patron de Syngenta appelle à abandonner l'agriculture biologique



Capture d'écran du site de la RTS

pendance, ménage les sols et protège les pollinisateurs, paraît nettement plus sensé qu'une intensification gourmande en intrants chimiques et l'abandon des réformes écologiques de l'agriculture prévues dans le *Green Deal* de l'Union européenne (UE). C'est pourtant précisément cette deuxième approche qu'Erik Fyrwald propose dans son interview.

Des pesticides et des OGM pour nourrir la planète ?

Le patron de Syngenta nie cependant le fait que son aversion pour l'agriculture biologique serait motivée par des intérêts commerciaux. Tout ce qui lui importe, c'est la production alimentaire, affirme-t-il. «La branche» réaliserait même «des bénéfices élevés» avec le bio.

Pourtant, déjà longtemps avant la guerre en Ukraine, «la branche» a lancé une campagne bien orchestrée (et bien financée) contre les projets de réforme de l'UE. Comme l'ont montré des documents rendus publics, Syngenta et consorts veulent ainsi empêcher l'adoption d'un ensemble harmonisé «d'objectifs contraignants de réduction des pesticides».

Dans les faits, les produits phytosanitaires biologiques ne jouent qu'un rôle insignifiant dans le modèle d'affaires de Syngenta : ils ne représentaient en 2021 qu'un maigre 1,8 % de son chiffre d'affaires. La vente de pesticides chimiques occupe quant à elle une place prépondérante dans les activités du groupe puisqu'elle représentait 78 % de son chiffre d'affaires (soit 13 milliards de dollars US) en 2021. Rien de surprenant à ce que les pesticides chimiques jouent un rôle clé dans la vision de Fyrwald d'une «agriculture durable».

Il décrit «une troisième voie» : celle d'une agriculture «régénératrice» qui stocke le CO₂ dans les sols à l'aide de méthodes de traitement non agressives. Pour pouvoir éviter de labourer, il est essentiel selon Syngenta de recourir à des

herbicides chimiques. La multinationale avait déjà tenu le même discours il y a plus de 15 ans, lorsqu'elle plébiscitait la même méthode agricole afin de justifier le maintien sur le marché du très controversé paraquat.

Fyrwald ajoute voir un grand potentiel dans les nouvelles méthodes de génie génétique telles que «l'édition génomique» (CRISPR-CAS) pour lutter contre la faim dans le monde. Il estime qu'il faudrait accélérer l'autorisation de ces technologies – dont on ne connaît pourtant pas encore bien les risques et dont l'efficacité reste à prouver. Il ajoute que, finalement, durant la pandémie aussi, les vaccins contre le Covid-19 ont été «très rapidement développés et mis sur le marché».

Urs Niggli, ancien directeur du FIBL, estime qu'en plus de l'agriculture biologique, il faudrait «une science intelligente et des solutions vraiment durables de la part de l'industrie» pour pouvoir nourrir 10 milliards de personnes. «Syngenta ne les a pas encore. Alors elle ferait mieux de se mettre au travail plutôt que de critiquer les autres», conclut Niggli. ■



Si notre blog vous intéresse, vous pouvez vous abonner sur notre site internet : publiceye.ch/blog



Des rabais secrets qui font le jeu de la pharma

Le Conseil fédéral veut ancrer les modèles de prix avec rabais secrets dans une réforme de la loi sur l'assurance-maladie (LAMal). Mais ces mesures ne freineront pas l'explosion des coûts des traitements – au contraire. La pharma pourrait d'autant plus imposer ses prix et ses marges abusives, en sacrifiant le principe de transparence.

PATRICK DURISCH

Le prix d'un médicament en Suisse est fixé par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) sur la base de deux comparaisons : géographique (avec les prix de référence dans neuf autres pays européens) et thérapeutique (avec le prix de traitements similaires sur le marché). Mais avec l'homologation de nouveaux traitements toujours plus complexes et onéreux, comme ceux contre le cancer, l'OFSP n'arrive plus à garantir les délais d'admission dans la liste des spécialités (LS) – qui ouvre la voie au remboursement automatique par l'assurance-maladie obligatoire – et, surtout, un prix répondant aux conditions définies par la loi.

Dans le cadre du deuxième paquet de mesures visant à freiner la hausse des coûts dans l'assurance obligatoire des soins, le Conseil fédéral souhaite dès lors modifier la loi sur l'assurance-maladie (LAMal) afin que l'OFSP puisse légalement recourir à des « modèles de prix » et négocier secrètement des rabais sur le prix officiel de

nouveaux traitements. Un modèle de prix (ou *managed entry agreement*) est une convention entre l'OFSP et une firme pharmaceutique qui fixe les modalités d'admission du médicament dans la liste des spécialités (prix, rabais, exigence d'études complémentaires) pour permettre la prise en charge financière du traitement par la LAMal. Différentes catégories de modèles existent, se focalisant sur le prix (rabais accordés par la pharma sur chaque traitement), le volume (prise en charge jusqu'à une certaine quantité annuelle) ou la performance (les traitements sont remboursés par le fabricant s'ils ne remplissent pas leur objectif d'efficacité).

Une politique du fait accompli

Ces modèles de prix sont en plein essor en Suisse. Alors qu'on en comptait à peine une vingtaine en janvier 2019, il y a aujourd'hui plus de 100 modèles de prix concernant 79 produits – soit cinq fois plus. Il y a trois ans, les mon-

tants de ces rabais figuraient tous dans la base de données publique de la LS. Début 2022, environ la moitié de ces modèles de prix font l'objet de rabais secrets.

Il existe donc déjà une forte tendance à la négociation de rabais secrets par l'OFSP, avant même que la modification de la LAMal ne soit acceptée. Celle-ci doit légaliser une pratique déjà en place, une politique du fait accompli. La nouveauté : la loi modifiée permettrait d'exclure du champ d'application de la loi sur la transparence (LTrans) la possibilité de connaître le montant et les modalités de calcul de ces rabais – et donc le prix net des traitements, soit celui réellement pris en charge par l'assurance-maladie. Le principe de transparence serait ainsi sacrifié pour des motifs de politique commerciale, créant un dangereux précédent dans le domaine des assurances sociales (lire encadré ci-dessous).

La Suisse viole ses engagements internationaux

Dans son rapport explicatif d'août 2020, le Conseil fédéral prétend que les modèles de prix avec rabais secrets sont

inévitables. Ceux-ci auraient permis des économies importantes dans les pays de l'Union européenne (UE), qui les utilisent depuis longtemps. Mais le Conseil fédéral ne cite que trois études, dont une menée par la pharma et une autre datant de 2012 ! Or, des études indépendantes menées en Suisse ou dans l'UE montrent que l'introduction de modèles de prix confidentiels n'a pas abouti à une prise en charge plus rapide, ni à une meilleure maîtrise des coûts. Au contraire, ceux-ci ont poursuivi leur folle ascension.

La Suisse s'était fortement engagée en mai 2019, à l'Organisation mondiale de la santé, pour davantage de transparence, en appuyant la nécessité d'«échanger publiquement des informations sur les prix nets (après déduction des rabais) des produits sanitaires» dans la résolution WHA 72.8. Rendre la fixation des prix des médicaments plus opaque en Suisse est donc une violation directe des engagements internationaux pris par les autorités helvétiques.

Lors d'une première consultation en 2020 au sujet du projet de modification de la LAMal, à laquelle

Un dangereux précédent pour la loi sur la transparence

Un avis juridique sollicité par Public Eye montre qu'exclure les rabais sur les médicaments du champ d'application de la loi sur la transparence (LTrans) constituerait non seulement une restriction au principe de transparence, mais aussi un dangereux précédent dans le domaine des assurances sociales, susceptible de fausser la concurrence. La LTrans ne doit pas être utilisée ni affaiblie à des fins de politique commerciale, en accordant un privilège supplémentaire aux pharmas en situation de monopole.

La loi sur la transparence (LTrans), en vigueur depuis 2006, a instauré un principe fondamental de transparence dans l'administration afin de favoriser un meilleur contrôle démocratique et une plus grande confiance de la population envers les institutions étatiques. La LTrans prévoit un accès aux documents officiels à toute personne qui en fait la demande, sans que celle-ci n'ait besoin de fournir de justification.

La LTrans prévoit aussi des exceptions pouvant limiter, différer ou refuser l'accès aux documents officiels. Cependant, aucune des exceptions mentionnées dans la LTrans ne concerne le prix des médicaments, dont la fixation incombe à l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). En outre, la jurisprudence stipule que le secret d'affaires ne peut être invoqué comme exception dans le cadre de la fixation du prix d'un médicament.

Légaliser des rabais secrets constituerait ainsi une nouvelle disposition spéciale au sens de l'art. 4 LTrans, une première concernant les assurances sociales (comme l'assurance-maladie). Pourtant, les arguments mis en avant par le Conseil fédéral pour justifier cette disposition spéciale ne

sont pas convaincants sur le plan juridique, comme le démontre l'avis de droit.

Il s'agit plutôt d'arguments motivés par une politique commerciale visant à accorder des privilèges supplémentaires à l'industrie pharmaceutique. Obtenir des rabais secrets constitue en effet une revendication de longue date des pharmas visant à maintenir des prix officiels (ou «prix de vitrine») élevés sans devoir dévoiler les ristournes accordées, ceux-ci servant de base de comparaison internationale (vingt pays prennent en compte le prix suisse, par exemple).

Utiliser et affaiblir le principe de transparence à des fins de politique commerciale constituerait un dangereux précédent. Alors que le financement de l'assurance-maladie repose en grande partie sur les assuré-e-s, il est essentiel de garantir un haut degré de transparence par rapport à la fixation du prix des médicaments par l'État, y compris des rabais négociés. Les mettre sous une chappe de plomb supplémentaire irait à l'encontre des objectifs de transparence promus par la Suisse.

Public Eye a pris part, plus de la moitié des 126 entités qui se sont exprimées ont clairement rejeté l'exclusion des rabais du champ d'application de la LTrans, selon le rapport de consultation publié par l'OFSP. Le Conseil fédéral devrait donc renoncer aux rabais secrets lorsqu'il présentera courant 2022 une nouvelle mouture du paquet de mesures. Mais rien n'est moins sûr, tant le lobby de la pharma auprès des autorités suisses est efficace.

La solution : agir sur l'asymétrie de pouvoir

Les modèles de prix ne changent ni la méthode de fixation des prix – qui reposera toujours sur des comparaisons géographiques et thérapeutiques biaisées – ni le rapport de force inégal entre une industrie pharmaceutique en position de monopole et l'OFSP, qui ne sait même pas combien a réellement été investi pour le développement du traitement. L'asymétrie de pouvoir est flagrante.

En profitant des modèles de prix avec rabais secrets, la pharma commencera les enchères plus haut afin de maintenir sa marge, comme le confirment des études, tout en donnant à l'OFSP l'illusion d'économies au travers de rabais prétendument plus élevés si maintenus secrets.

La Suisse doit au contraire instaurer davantage de transparence, en publiant le montant des rabais, mais aussi, comme l'ont récemment fait l'Italie et la France, en édictant des dispositions légales obligeant la pharma à

divulguer (au minimum) les subventions publiques reçues pour la recherche et le développement du produit concerné. Elle doit aussi agir davantage sur les abus liés aux monopoles, via l'instrument légal de la licence obligatoire, et négocier les prix conjointement avec d'autres pays de l'UE de taille comparable. En résumé, elle doit rétablir un rapport de force permettant de véritables négociations en vue d'obtenir un prix équitable, à la mesure des investissements réellement consentis.

En profitant des modèles de prix avec rabais secrets, la pharma commencera les enchères plus haut afin de maintenir sa marge, comme le confirment des études, tout en donnant à l'OFSP l'illusion d'économies au travers de rabais prétendument plus élevés si maintenus secrets.

C'est l'industrie pharmaceutique qui sort gagnante de tels modèles de prix opaques – et non l'intérêt public. Les éventuelles économies à court terme pour l'assurance obligatoire sont un leurre face à l'impact budgétaire négatif à plus long terme d'une telle politique, à savoir des prix toujours plus excessifs en Suisse comme ailleurs. ■



Quand Public Eye découvrait comment des multinationales suisses avaient infiltré l'ONU

Il y a 44 ans, Public Eye révélait des documents confidentiels explosifs: les «Multi Papers» montraient comment de hauts dirigeants de multinationales telles que Nestlé, Hoffmann-La Roche, Sulzer et Sandoz s'étaient réunis pour empêcher que l'ONU ne critique les conséquences de leurs activités dans les pays du Sud. Un ancien conseiller fédéral avait également abusé de sa nomination dans un comité consultatif de l'ONU.

ROMEO REGENASS

Tout est parti d'un simple carton de documents poussièreux retrouvé dans l'héritage du diplomate économique Christoph Eckenstein décédé en 1974. Rudolf Strahm, alors secrétaire de la Déclaration de Berne (DB), comme Public Eye s'appelait à l'époque, avait hérité du défunt, avec deux professeurs d'université genevois engagés dans la politique de développement, un million de francs, à charge de financer un institut suisse de recherche sur le développement. La Fondation Christoph Eckenstein, qui avait également pour mission de promouvoir la couverture médiatique relative au « tiers-monde », avait été créée à cette occasion. Strahm avait rencontré Eckenstein en 1970 lors des préparatifs de la « Conférence interconfessionnelle Suisse – Tiers-monde ».

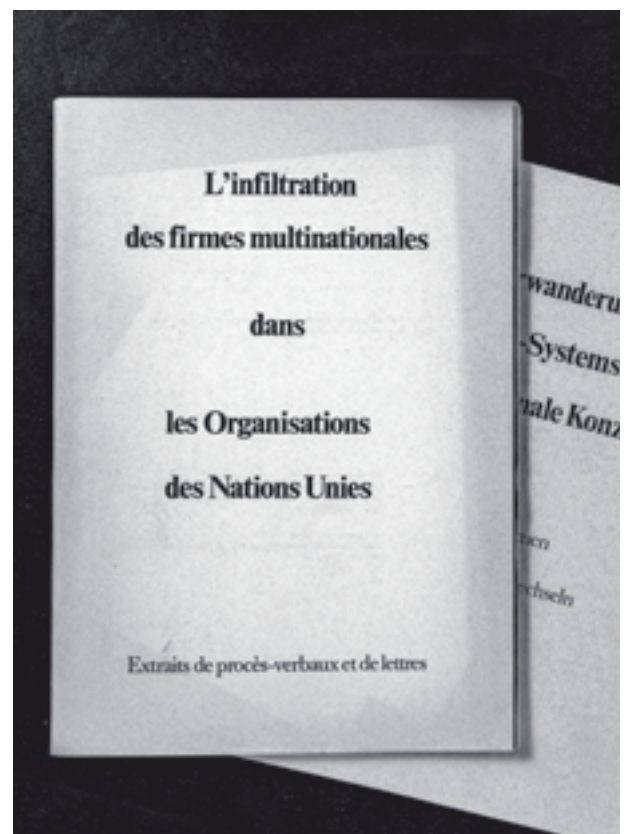
Rudolf Strahm avait eu accès au carton de documents, qui se trouvait dans un institut de l'université de Genève, en sa qualité de membre du conseil de fondation désigné dans le testament. À l'époque, le contenu des dossiers fait l'effet d'une bombe, comme s'en souvient Strahm dans le livre sur l'histoire de la Déclaration de Berne, *Entwicklung heisst Befreiung*, paru en 2008: « En consultant ces vieux documents, nous avons fait des découvertes explosives. Christoph Eckenstein conseillait discrètement des multinationales entre 1972 et 1974 ». Et d'après les documents, celles-ci avaient créé un réseau secret pour représenter leurs intérêts sur le plan international. Elles voulaient faire taire la critique grandissante de leurs pratiques de la part de l'ONU et des médias, et convaincre les gouvernements suisse et d'autres pays occidentaux de défendre leurs stratégies.

Une « neutralisation subversive » de l'ONU et des médias

Documents internes de l'ONU et de multinationales, correspondances entre patrons de grandes entreprises, procès-verbaux classés « confidentiels » au sujet de négociations stratégiques avec le Département fédéral de l'économie, des chambres de commerce internationales et des fonctionnaires alliés à leur cause (tous de sexe masculin à l'époque): plus de cent documents au contenu étourdissant. Dans le viseur des grandes entreprises: un programme dans

le cadre duquel l'ONU et son Conseil économique et social (ECOSOC) voulaient examiner les conséquences des activités des multinationales sur les pays en développement. Les documents montrent en détail comment les grandes entreprises suisses ont tenté, en 1973 et 1974, d'influencer la presse et un groupe de « personnalités éminentes » créé par l'ONU; leur objectif était de « neutraliser de façon subversive » cette dernière, comme l'écrivait la DB en 1978 au sujet de la publication de ces « Multi Papers ».

Il est fait état d'un « groupe de coordination secret qui s'est réuni au moins quinze fois entre 1972 et 1974 », constitué, en plus de deux associations faitières de l'économie, de Brown-Boveri (BBC), Ciba-Geigy, Hoffmann-La Roche, Nestlé, Sandoz et Sulzer. Toute la



fine fleur de l'industrie suisse de l'époque. On peut lire dans les procès-verbaux que l'existence de ce groupe ne devait pas être rendue publique et que ses discussions étaient confidentielles.

Dans le rôle de l'intermédiaire avec les autorités suisses figurait l'ancien conseiller fédéral Hans Schaffner, un radical-démocrate mandaté par les conseils d'administration de Sandoz, d'Alusuisse et d'autres grands groupes, que l'ONU avait aussi choisi dans son groupe de « personnalités éminentes » en raison de sa longue expérience de haut fonctionnaire. Sans scrupules, il transmet des rapports intermédiaires de réunions et de discussions, explicitement qualifiés de « strictement confidentiels », à Sandoz qui les partage à son tour avec d'autres entreprises, sous forme de copies confidentielles numérotées.

Schaffner a même droit à un briefing de Sandoz et consorts avant la rencontre des « personnalités éminentes ». En octobre 1973, lors d'une discussion avec de hauts représentants des multinationales, Schaffner affirme douter que l'opinion de la majorité du groupe et du secrétariat de l'ONU puissent encore vraiment être influencée. Il évoque quatre groupes qui sonnent la charge contre les multinationales : la bureaucratie internationale, les syndicats internationaux, les pays en développement et les États marxistes. Schaffner exprime ensuite son attitude réticente dans un « rapport dissident » co-écrit par les représentants des multinationales.



L'ancien conseiller fédéral Hans Schaffner qui a fourni des rapports confidentiels de l'ONU à des multinationales suisses. (Photo prise en 1961)

Neutraliser les critiques, embrigader les journalistes Schaffner passe aussi à l'action sur le plan international. Il demande par exemple au groupe néerlandais Philips de discipliner le social-démocrate Sicco Mansholt, membre du groupe des « personnalités éminentes ». Le vice-président de la Commission de la CEE (ancêtre de la Commission européenne) et ancien ministre s'était attiré les foudres du conseiller fédéral avec ses interventions critiques envers les multinationales.

En Suisse, le groupe entourant Schaffner travaille les journalistes au corps : certains des plus favorables aux multinationales sont renseignés individuellement, tandis que d'autres se voient même confier la mission de faire l'éloge de l'impact des entreprises dans les pays en développement. Comme le constate alors la DB : « La documentation permet de conclure que les multinationales suisses peuvent s'appuyer sur tout un cercle de journalistes économiques qui leur sont favorables et qu'elles peuvent à tout instant réquisitionner pour soutenir leur combat ».

La Déclaration de Berne à New York

La publication des « Multi Papers » en juin 1978 a été précédée de longues discussions en interne, lors desquelles il même été envisagé de laisser les documents récupérés croupir dans un tiroir. Mais après de nombreuses réunions, consultations et réflexions politiques, il a été décidé que les dossiers appartenaient au grand public et à l'ONU ; « au risque de passer politiquement pour des hérétiques dans le pays », comme l'écrivait alors la DB. Cette position est compréhensible puisque le travail de l'organisation était à l'époque clairement axé sur la politique de développement, et jeter un regard critique sur les multinationales n'était pas encore au cœur de son engagement.

Rudolf Strahm a minutieusement rassemblé des citations originales extraites des nombreux documents qu'il a commentées dans un recueil de soixante pages intitulé *L'infiltration des firmes multinationales dans les Organisations des Nations Unies*. Son alliée de la DB, Anne-Marie Hostenstein, a insisté pour que le tout soit traduit en anglais et, à la veille de la publication en Suisse, elle s'est rendue à New-York avec une valise pleine de brochures pour les distribuer à des cercles onusiens, à des organisations non gouvernementales internationales et à la presse internationale.

Les réactions médiatiques, l'ébullition politique en Suisse et l'écho international ont été impressionnants, des commentaires condamnant les multinationales (« la confédération des patrons ») tandis que d'autres attaquaient le travail de la DB (« exagéré, sans fondement et risible »). Dans une note d'information interne sur les réactions aux « Multi Papers », la Déclaration de Berne écrivait ensuite à ses membres : « L'affrontement avec les multinationales doit continuer ».

Et c'est ce qu'elle fait encore aujourd'hui, sous le nom de Public Eye depuis 2016. ■



© Aline von Mühlenen



© Théâtre de l'Orangerie



© Veronika Goppfert

Groupes régionaux : jamais deux sans... ?

Un troisième groupe romand de Public Eye pourrait bientôt voir le jour dans la région des Trois-Lacs. Sur l'impulsion d'un membre biennois, deux soirées d'information ont réuni une vingtaine de personnes qui souhaitent porter nos revendications dans la région de Neuchâtel et Bienne.

Julien, co-coordonateur du groupe vaudois, a présenté le fonctionnement et les activités de son équipe. « Nous avons une grande liberté dans le choix de nos actions et chaque bénévole y trouve son compte », a-t-il relevé. « Pour ma part, cet engagement me sort de ma zone de confort, notamment quand il s'agit de récolter des signatures. Après quelques temps, je me suis pris au jeu et cela devient même intéressant de se confronter au public ». Marie-Danièle, ancienne bénévole du groupe genevois résidant désormais dans le Val de Travers, se verrait elle davantage faire des présentations que des actions de rue.

La palette des actions est large, l'engagement de chacun-e est divers, mais l'objectif des bénévoles est le même : éveiller l'intérêt d'un plus large public pour les droits humains et la justice sociale dans sa région. Si cela vous intéresse, vous pouvez nous écrire à : regional@publiceye.ch

Quand émerveillement rime avec engagement

Niché en haut du parc La Grange à Genève, le Théâtre de l'Orangerie (TO) est un lieu vivant, bouillonnant d'expériences artistiques et créateur de matières actives pour penser et agir ! Théâtre, expositions, concerts, jardin potager, restauration... c'est une saison foisonnante que le public est invité à vivre chaque été. Lieu artistique avant tout, le TO offre également des espaces pour penser, regarder, écouter, et échanger autour du monde en mouvement.

Vous trouverez sur le site Internet du TO des capsules hebdomadaires de Public Eye sur le respect des droits humains et de l'environnement, telles des « performances politiques », décalées et percutantes, déstabilisantes pour leur approche directe et sans compromis.

Ces informations seront à découvrir au travers de nos divers supports que sont notamment les dossiers thématiques, le blog et le podcast (première capsule sur le Théâtre engagé à retrouver dans notre podcast, « Mon œil ! Le podcast engagé de Public Eye : l'urgence climatique s'invite sur scène ! »). Et pour les personnes qui souhaiteront approfondir leurs connaissances, le magazine de Public Eye sera à disposition sur place.

Marche contre Bayer et Syngenta à Bâle

La ville de Bâle a beaucoup de traditions auxquelles est venue s'ajouter, depuis 2015, la marche annuelle contre Bayer et Syngenta. Mais un virus a aussi eu raison de cette coutume : la manifestation s'est principalement déroulée en ligne en 2020 et 2021.

Le 21 mai 2022, des activistes, dont plusieurs membres de groupes régionaux de Public Eye, ont enfin pu se retrouver dans les rues bâloises. Quelque trois cents personnes ont défilé dans le centre-ville pour protester contre Syngenta, domiciliée ici-même, Bayer, groupe allemand actif dans la région, et d'autres multinationales de l'agrochimie. Au cœur des revendications : l'interdiction de pesticides tels que le paraquat, produit-phare de Syngenta, et un changement de paradigme dans l'agriculture pour plus de solidarité et de respect de l'environnement. Syngenta et Bayer produisent des pesticides et des semences (génétiquement modifiées) pour le marché mondial et nuisent ainsi à la biodiversité, menaçant la sécurité alimentaire mondiale.

Les manifestant-e-s ont fait entendre leurs revendications, dont l'interdiction des exportations de pesticides extrêmement dangereux, dans un esprit de retrouvailles festif.



Engagez-vous au sein d'un groupe régional publiceye.ch/grupes-regionaux



Programme estival du TO à consulter ici : theatreorangerie.ch

#UnboxFairFashion



Nous voulons des vêtements qui n'ont rien à cacher

Le commerce en ligne alimente la surconsommation de vêtements et chaussures. Mais personne ne sait où les articles sont fabriqués, quelles sont les conditions de travail dans la production et la logistique, ni combien de produits retournés finissent à la décharge.

Nous voulons une mode qui n'a rien à cacher. Une mode sans exploitation. Une mode qui ne termine pas à la poubelle. Les détaillants en ligne ne sont manifestement pas de cet avis.

C'est pourquoi nous demandons au Parlement un paquet législatif imposant responsabilité et transparence.

**Participez à notre action : demandez plus de responsabilité
et de transparence dans le commerce de la mode**

Merci de signer notre appel au moyen du coupon-réponse
au dos du magazine ou en ligne : unbox-fairfashion.ch



L'ONG Public Eye (anciennement Déclaration de Berne) porte un regard critique sur l'impact de la Suisse et de ses entreprises à l'étranger. Par un travail d'enquête, de plaidoyer et de campagne, Public Eye demande davantage d'équité et le respect des droits humains partout dans le monde. Public Eye agit ici, en Suisse, pour un monde plus juste.

Public Eye, avenue Charles-Dickens 4, CH-1006 Lausanne,
tél. +41 (0)21 620 03 03, contact@publiceye.ch, compte de dons 10-10813-5

publiceye.ch

[@PublicEyeSuisse](https://twitter.com/PublicEyeSuisse) [@PublicEyeSuisse](https://facebook.com/PublicEyeSuisse) [@publiceye.ch](https://instagram.com/publiceye.ch)



Agir ici pour
un monde
plus juste

Public Eye

Agir ici pour
un monde
plus juste

Public Eye



GAS/ECR/ICR

nicht frankieren
ne pas affranchir
non affrancare

50244431
000002

LA POSTE



Public Eye
Avenue Charles-Dickens 4
1006 Lausanne

Agir ici pour
un monde
plus juste

Public Eye



GAS/ECR/ICR

nicht frankieren
ne pas affranchir
non affrancare

50244431
000002

LA POSTE



Public Eye
Avenue Charles-Dickens 4
1006 Lausanne

Je désire en savoir plus sur Public Eye

- Je commande un abonnement à l'essai et reçois trois numéros gratuits de Public Eye – Le magazine.

Je désire m'engager pour un monde plus juste

- cotisation dès 75 fr. par an (avec abonnement à Public Eye – Le magazine)
- cotisation de 30 fr. (moins de 27 ans et/ou en formation, avec abonnement à Public Eye – Le magazine)
- comme bénévole d'un groupe régional – merci de me contacter.

M^{me} M. neutre

Date de naissance

Prénom

Nom

Rue/n°

Code postal/ville

E-mail

Téléphone

Je signe l'appel pour plus de responsabilité et de transparence dans l'industrie de la mode.

M^{me} M. neutre

Prénom

Nom

Rue/n°

Code postal/ville

Adresse électronique

Signature

M^{me} M. neutre

Prénom

Nom

Rue/n°

Code postal/ville

Adresse électronique

Signature

Pour plus d'informations : publiceye.ch/unbox-fairfashion.ch

Merci de nous retourner ce coupon-réponse d'ici au **31 août 2022**.

Un grand merci pour votre soutien!

Nous vous informons volontiers des résultats de la campagne.