

CHAUSSURES ON

Le combat gagné d'un syndicat en Indonésie



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 reconnaissant-e-s. 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. par an. 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

RÉDACTION ET PRODUCTION
Karine Pfenniger (FR) et
Romeo Regenass (DE)

ÉDITION
Géraldine Viret

TRADUCTION
Antoine Panchaud

MISE EN PAGES ET INFOGRAPHIES
opak.cc

PHOTO DE COUVERTURE
Muhammad Fadli/Panos

IMPRESSION
Stämpfli Communication, Berne
Rebello & PerlenValue, FSC

TIRAGE
FR: 9800 ex. / DE: 26 500 ex.

ISSN
2504-1258

CONTACT
Public Eye
Avenue Charles-Dickens 4
CH-1006 Lausanne

Tél. +41 (0)21 620 03 03
contact@publiceye.ch
publiceye.ch

Paraît six fois par année en français et allemand, dont une fois en tant que rapport annuel.

COMPTE DE DONNS
IBAN CH64 0900 0000 1001 0813 5



Des salaires vitaux dans l'industrie de la chaussure ? « Dream On »

À quoi reconnaît-on Monsieur et Madame Schweizer dans n'importe quel aéroport de la planète ? À leurs vestes techniques parfaitement assorties à leurs chaussures On.

Cette blague, qui circulait il y a quelques années, appartient désormais au passé. Propulsée par Roger Federer, l'entreprise zurichoise On n'a plus rien d'une discrète marque suisse : elle s'est imposée sur le marché mondial de la chaussure de sport, réalisant aujourd'hui l'essentiel de ses ventes aux États-Unis et enregistrant une forte croissance en Asie.

Au cœur de cette réussite, la «Swissness». Depuis qu'elle a remporté son bras de fer contre l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle en mars dernier, On a en effet le droit d'apposer un drapeau helvète sur ses chaussures vendues en Suisse. C'est le cas du modèle «Cloudsurfer Next», que j'ai emporté en Indonésie – et où figure également la mention «Swiss Engineering».

Un drapeau indonésien serait plus honnête. Ce serait d'ailleurs facile à corriger : rouge en haut, blanc en bas, simplement sans la croix. Car si la conception se fait à Zurich, la production repose entièrement sur des travailleuses et travailleurs comme Tita et Suryana, que j'ai rencontré-e-s en Indonésie.

Pour les personnes qui fabriquent ces chaussures, le slogan «Dream On» («continue de rêver») sonne cruellement ironique : elles ne feront sans doute jamais partie de la communauté branchée des adeptes de la marque. Une seule paire leur coûterait d'ailleurs près d'un salaire mensuel.

Pire : chez les sous-traitants des fournisseurs directs de On et d'autres grands équipementiers, les salaires permettent à peine de vivre et les droits du travail les plus élémentaires sont souvent bafoués. Heureusement, des employé-e-s prennent leur courage à deux mains et se syndiquent afin de défendre leurs droits.

Le chemin est encore long avant que Tita, Suryana et leurs collègues ne perçoivent un salaire décent. Leur histoire montre néanmoins que le changement est possible, pour autant que des relais se mettent en place – et que des entreprises comme On assument enfin leur responsabilité tout au long de leur chaîne d'approvisionnement. Espérons qu'un jour, la «Swissness» ne renverra plus seulement à l'excellence de l'«Engineering», mais aussi à des conditions de travail dignes pour celles et ceux dont le travail fait la prospérité de l'entreprise.

Florian Blumer, enquêtes et reportages



04 Chaussures On : victoire syndicale dans une usine

En Indonésie, une usine qui produit notamment pour la marque suisse On a licencié des travailleurs et travailleuses qui voulaient faire valoir leurs droits. Avec le soutien du réseau international Campagne Clean Clothes (CCC), dont Public Eye fait partie, leur syndicat a remporté une victoire majeure cette année : tous ses membres ont été réintégrés. Reportage sur le terrain.

16 Le véritable prix d'un t-shirt

Les géants de la mode paient aujourd'hui à peine plus qu'il y a vingt ans pour un t-shirt en coton – et même moins si l'on tient compte de l'inflation. Cette pression sur les prix se fait principalement au détriment de la main-d'oeuvre et des fournisseurs dans les pays de production, comme le détaille un nouveau rapport de Public Eye.



19 Après l'enquête sur Chiquita, la campagne

En avril, nous vous racontions les conditions de travail des ouvriers et ouvrières de Chiquita au Guatemala. Dans ce numéro, nous revenons sur le rôle central de la Suisse pour le secteur et vous emmenons auprès des Bananenfrauen, qui dénonçaient les conditions de production de ce fruit dans les années 70 en Suisse.

26 Glencore au Canada : les enfants sacrifiés de la fonderie Horne

Dans une petite ville du Québec, une fonderie du négociant zougais émet des quantités élevées d'arsenic depuis des décennies. Des habitant-e-s s'organisent pour demander l'arrêt de cette pollution.

31 Multinationales responsables : signez la lettre ouverte

Le contre-projet du Conseil fédéral à l'initiative pour des multinationales responsables couvre insuffisamment le secteur à haut risque des matières premières. La Coalition, dont Public Eye est membre, a lancé une lettre ouverte au Conseil fédéral.

33 Impact de notre enquête sur les aliments pour bébés Nestlé

La mobilisation ne faiblit pas sur le continent africain depuis la publication de notre deuxième enquête sur le sucre ajouté dans les céréales infantiles Nestlé.

Des chaussures à prix salé, une main-d'œuvre sous-payée, un syndicat déterminé

Dans une usine de chaussures travaillant notamment pour la marque suisse à succès On, un syndicat indonésien a remporté une victoire majeure avec l'appui du réseau international Campagne Clean Clothes (CCC), dont Public Eye fait partie. Un an après un licenciement collectif, tous ses membres ont été réintégrés. Une petite lueur d'espoir dans un secteur miné par les violations des droits du travail et les salaires de misère. Reportage sur le terrain en Indonésie.



« Quand j'ai appris que les licenciements allaient être annulés, j'ai pleuré. » Suryana*, 30 ans, est ouvrier de la chaussure à Cirebon, sur l'île de Java en Indonésie. Il est également secrétaire du syndicat SBDI-KASBI et père d'une enfant d'un an et demi. Cela fait onze mois qu'il est privé de revenu stable. Ses beaux-parents, chez qui il vit avec sa famille, l'aident à traverser cette période en lui assurant le minimum vital.

Lundi 6 avril 2026. Assis sur une chaise en plastique devant le café attenant à l'entrée de l'usine Yihong, où nous nous sommes donné rendez-vous, Suryana savoure ce qui ressemble à une victoire. Il faut dire que le moment est particulier : un mois et demi après la réintégration initiale de 40 syndicalistes licencié-e-s, les 24 restant-e-s regagnent aujourd'hui leur poste.

Peu après 7 h du matin, ouvriers et ouvrières arrivent en scooter devant les grilles de l'usine. Une douzaine de personnes se tiennent près du café, toutes en t-shirts bordeaux arborant, à l'avant, le logo syndical à étoile jaune et, au dos, en grandes lettres au-dessus de deux poings qui s'entrechoquent : « Lawan Union Busting », « Stop Union Busting » – autrement dit, « Stop à la répression syndicale ». La fierté, le soulagement et la joie suscités par cette victoire sont tangibles. À 7 h 30 précises, les gardes ouvrent le lourd portail de fer, et les travailleurs et travailleuses s'y engouffrent.

Retrouver leur poste aux machines de l'usine ? Beaucoup n'osaient plus y croire. « Je ne connais aucun autre cas similaire », affirme Syarip Aripin, expert auprès de l'organisation indonésienne Lips, qui publie des études sur les droits du travail et mène des actions de plaidoyer politique. En revanche, poursuit le chercheur, la manière dont Yihong a réagi au début de l'année 2025, lorsque le syndicat a commencé à se former, est loin d'être inhabituelle.

Croix suisse et « Swiss Engineering »

À l'image de nombreuses fabriques de textiles et de chaussures en Indonésie, Yihong est aux mains d'investisseurs chinois. L'entreprise opère en sous-traitance pour des usines encore plus grandes, qui produisent directement pour les principales marques mondiales du sport : Brooks, New Balance, Under Armour, Asics – mais aussi pour une griffe helvétique en plein essor, On. L'assemblage s'effectue chez Long Rich, fournisseur direct de On. Yihong, pour sa part, intervient en amont, avec une spécialisation dans des procédés complexes d'impression et de teinture qui exigent un savoir-faire et des équipements spécifiques.

Suryana est chargé d'appliquer à la main les marquages, dont le fameux « Swiss Engineering », sur les chaussures On. Pourtant, cette inscription est tout aussi « Made in Indonesia » que la petite croix suisse, qui – depuis le règlement d'un litige avec l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle en mars dernier – peut désormais orner les modèles commercialisés en Suisse. Les ventes sont au beau fixe : en 2025, l'année de ses 15 ans, On a vu son chiffre d'affaires bondir de 36 % pour franchir pour la première fois la barre des 3 milliards de francs.

La mention « Made in Switzerland » se réfère en réalité au design, et plus encore au marketing. Les chaussures, elles, sont fabriquées en Asie par des travailleurs et travailleuses qui, bien souvent, touchent un salaire mensuel équivalant à peine au prix d'une paire vendue en Suisse. Sur les quelque 200 francs que coûte un modèle standard en magasin, seuls 20 à 25 francs reviennent en effet à l'entreprise qui le produit. Cette répartition des plus inégales rapporte des millions aux propriétaires, tandis que les ouvriers et ouvrières vivent à la limite du seuil de subsistance.

1126 licenciements du jour au lendemain

Pour comprendre l'émotion des ouvriers comme Suryana ce 6 avril, il faut revenir à fin janvier 2025. L'usine Yihong à Cirebon a ouvert trois ans auparavant et en ce début d'année, la grogne monte au sein du personnel, qui dénonce de multiples abus : harcèlement de la part des supérieur-e-s, heures supplémentaires impayées et, pour plus d'un-e salarié-e sur deux, absence de contrat écrit.

Le refus d'accorder aux employé-e-s sous contrat à durée déterminée les indemnités qui leur sont dues selon la loi indonésienne est la goutte d'eau qui fait déborder le vase. Suryana et d'autres collègues signalent ces manquements à l'inspection du travail. Quelques jours plus tard, la contestation aboutit à la création du syndicat SBDI, affilié à la centrale nationale KASBI.

La direction de l'usine réagit aussitôt. Recourant à une pratique fréquente en Indonésie, elle pousse les employé-e-s à rejoindre un syndicat contrôlé par l'entreprise. Celles et ceux qui refusent de quitter le SBDI-KASBI sont licencié-e-s en plusieurs vagues. Début mars, la tension monte encore d'un cran. Après le renvoi de Suryana, de Krisma, président du SBDI-KASBI, et d'un autre responsable du syndicat, un mouvement de protestation spontané se déclenche.

Le 10 mars au matin, ouvriers et ouvrières trouvent le portail de l'usine clos. Sur la grille, une liste de licenciements avec les noms de l'ensemble des 1126 salarié-e-s. Le lendemain, les propriétaires affirment avoir été contraints de fermer le site, invoquant des annulations de commandes survenues à la suite d'une grève qu'ils jugent illicite. Pourtant, selon plusieurs témoignages concordants, la production a continué au ralenti, avec du personnel externe acheminé par camion. →

* Les Javanais-e-s ne portent généralement pas de nom de famille, mais un ou plusieurs prénoms.



C'est le grand jour : ce 6 avril 2026, après des mois de combat, des travailleurs et travailleuses syndiqué-e-s attendent de reprendre leur travail devant l'entrée de l'usine Yihong.



Le secrétaire syndical Suryana explique comment il applique le lettrage sur la chaussure On « Cloudbunner Next ».



Grâce à la ténacité du syndicat, les employé-e-s de l'usine Yihong bénéficient de meilleures conditions de travail :
ici, une opératrice de machines.

Une campagne ciblant les salarié-e-s

Dans la foulée, les personnes mises à la porte font face à une offensive sur les réseaux sociaux, une pratique jusqu'alors principalement cantonnée à la sphère politique en Indonésie. Dans le cadre d'une opération manifestation orchestrée, des influenceurs et influenceuses relaient le narratif de la direction : ce seraient les syndicalistes renvoyé-e-s qui auraient provoqué la fermeture de l'usine.

Dans les médias, les personnes licenciées sont dépeintes comme des fauteurs de trouble fragilisant l'économie régionale par leur comportement. Ce discours ne laisse pas indifférent. Il faut dire que la région de Cirebon – à trois ou quatre heures de route à l'est de la capitale Jakarta – est l'un de ces nouveaux bassins industriels que les autorités locales et nationales développent activement pour attirer des entreprises exportatrices.

Il s'agit d'une nouvelle étape d'un processus amorcé dans la capitale entre la fin des années 1970 et le début des années 1980. À l'époque, le président Suharto lance une politique d'implantation d'industries tournées vers l'exportation, avec pour principal argument des coûts salariaux très bas. Mais au début des années 2000, la hausse des prix des terrains et des salaires change la donne : la production commence à se déplacer. Le long de l'axe autoroutier qui file vers l'est depuis Jakarta, de nouvelles zones industrielles émergent dans des régions jusqu'alors agricoles.

Ce modèle de développement a, aujourd'hui comme par le passé, des conséquences dramatiques. Comme le souligne une étude percutante de l'organisation non gouvernementale Asia Floor Wage Alliance (AFWA), le chômage dans les régions industrielles délaissées par les entreprises déclenche bien souvent un engrenage tragique : femmes contraintes à la prostitution, familles brisées, enfants livrés à eux-mêmes. Suryana en appelle à la

responsabilité des marques qui font produire à Cirebon : « L'industrie évince l'agriculture et la pêche, dont la population dépendait jusqu'ici. Si ces entreprises s'en vont, il ne nous restera presque plus rien pour vivre. »

Depuis 2023, On aussi fait fabriquer ses articles dans ces nouvelles zones de production. Si le Vietnam demeure son principal pôle, environ 10 % de ses chaussures sont désormais produites en Indonésie. Contrairement au Vietnam, où le marché du travail est aujourd'hui largement saturé, l'Indonésie – en particulier ses nouveaux centres industriels – dispose d'une main-d'œuvre aussi jeune qu'abondante et de salaires minimums plus compétitifs. De quoi rendre l'archipel extrêmement attractif pour les groupes internationaux.

Un complexe grand comme 40 terrains de football

À l'invitation du syndicat KASBI, nous visitons leur bureau installé sur le site de l'usine Long Rich, à une trentaine de kilomètres de la fabrique Yihong. Usine ? Le terme est réducteur. Le complexe couvre quelque 55 hectares, l'équivalent d'une quarantaine de terrains de football. Il abrite 29 halles de production, plusieurs bâtiments administratifs, une mosquée et une clinique d'urgence. Devant trois halles, un imposant logo On attire le regard. À la différence de leurs sous-traitants, les grandes usines n'hésitent pas à afficher leurs clients et, vice versa, figurent régulièrement dans les listes de fournisseurs publiées par les marques. Selon plusieurs expert-e-s indonésien-ne-s du monde syndical et des ONG, elles respectent généralement les droits du travail en vigueur – ce qui est loin d'être le cas chez tous les sous-traitants.

Attablé-e-s face à un mur couvert de symbole et slogans de la gauche militante, des représentant-e-s du KASBI dressent un constat préoccupant. Une ouvrière raconte : « Dans tout le bâtiment, il règne une atmosphère d'inti-

Production de chaussures On en Indonésie





Tita est soulagée de retrouver son poste à l'usine – même si le salaire mensuel minimum de 130 francs ne suffit pas.

midation. La pression est énorme à cause des objectifs de production, et les superviseurs et superviseuses passent leur temps à nous crier dessus.» Nous avons anonymisé son nom pour la protéger de potentielles représailles. D'autres confirment que le phénomène est généralisé dans toutes les halles de fabrication du site. En revanche, les droits formels des travailleurs et travailleuses seraient respectés : contrats en règle, heures supplémentaires payées et liberté d'association garantie.

Aussi paradoxal que cela puisse paraître, cette situation alimente cependant les inquiétudes. Les syndicalistes craignent de voir se répéter un scénario déjà observé dans d'autres zones industrielles : des marques qui déplacent leur production toujours plus à l'est, vers des usines sans syndicats, où les coûts sont inférieurs.

Les fortes disparités régionales en matière de revenus minimums légaux constituent un moteur essentiel des délocalisations. Pour y remédier, le KASBI et d'autres syndicats ont lancé une campagne au mot d'ordre clair – « Même marque, mêmes salaires » –, qui exige une rémunération uniforme à travail équivalent, quel que soit le site de production. À Cirebon, où se situe l'usine Yihong, le salaire mensuel minimum s'élève actuellement à 2,9 millions de roupies indonésiennes, soit 130 francs. C'est tout juste la moitié de celui de la région de Jakarta,

où il atteint 5,7 millions de roupies. Une différence injustifiable, selon Birga, responsable des questions salariales pour le KASBI à Long Rich : « Les produits alimentaires et les autres biens de première nécessité ne coûtent pas moins cher à Cirebon qu'à Jakarta. »

Sans heures supplémentaires, impossible de s'en sortir

Assise sur le tapis de son salon, Tita, 21 ans, raconte ce que signifie vivre avec le salaire minimum. Elle habite avec sa mère à une dizaine de minutes de scooter de l'usine Yihong. Ouvrière à la production, elle a été réintégrée un mois et demi avant notre rencontre début avril. « Je suis très contente et reconnaissante », dit-elle. Mais lorsqu'on l'interroge sur ses 2,9 millions de roupies mensuels, sa réponse fuse : « Ça ne suffit pas. Le coût de la vie à Cirebon est bien trop élevé. »

Par le passé, elle arrondissait ses fins de mois grâce aux heures supplémentaires. « Avant mon licenciement, j'arrivais à monter à 4 ou 5 millions de roupies par mois – mais uniquement parce que mon employeur ne respectait pas la limite légale de 50 heures par semaine. » C'était le seul moyen pour elle de rembourser le crédit de son scooter. Un poste de dépense important, puisqu'un modèle de base coûte autour de 18 millions de roupies, soit près de six salaires mensuels minimums. Or, en l'absence de transports publics fiables, impossible de s'en passer.

Tita détaille son budget. Sur son salaire, 700 000 roupies vont à ses parents et 500 000 à sa sœur encore scolarisée. Le reste sert à couvrir les dépenses courantes : nourriture, produits d'hygiène, essence pour le scooter et autres besoins du quotidien.

« Avant, je mettais aussi de l'argent de côté pour permettre à ma sœur d'aller plus tard à l'université », dit-elle. « Aujourd'hui, ce n'est plus possible. »

Elle-même aurait aimé poursuivre des études ; contrairement à la plupart de ses collègues, elle parle couramment anglais. « Mais c'était pendant le Covid, mes parents n'en avaient pas les moyens », conclut-elle tout en retenue.

En 2023, On s'était fixé pour objectif que tous ses fournisseurs versent un salaire vital d'ici la fin de l'année 2025 – un engagement qui ne couvre toutefois pas les sous-traitants comme Yihong. Dans son rapport de durabilité 2025, l'équipementier suisse reconnaît que cet objectif n'est pas encore atteint chez un fournisseur direct sur cinq. La marque admet que les salaires minimums nationaux ne suffisent souvent pas à « garantir un niveau de vie décent ». Et d'ajouter : « Nous sommes convaincus que chaque personne travaillant dans notre chaîne d'approvisionnement mérite un salaire juste. »

Pour Birga, l'écart entre les intentions de On et la réalité est frappant. Il explique que les opérateurs et opératrices de machines, à titre d'exemple, ne perçoivent que le strict minimum légal, bien en deçà du salaire vital. →

L'AFWA est l'une des principales voix sur cette question. Avec des syndicats asiatiques, elle a mis au point il y a une vingtaine d'années une méthode permettant de calculer le niveau de salaire nécessaire pour couvrir les besoins fondamentaux (voir le graphique ci-dessous). Aujourd'hui, elle l'estime à 9 millions de roupies par mois (400 francs) – soit près de trois fois le revenu de Tita.

Dans son rapport de durabilité, On cite deux autres méthodes de calcul, celles de la Global Living Wage Coalition (GLWC) et de la WageIndicator Foundation (WIF), mais sans préciser les montants concrets retenus pour l'Indonésie. Pour Cirebon, seule la WIF publie une estimation, qui équivaut à environ la moitié du salaire vital calculé par l'AFWA. En réalité, nombre d'ouvriers et ouvrières n'ont d'autre choix que de s'endetter pour joindre les deux bouts.

D'après une étude de l'AFWA, c'est le cas de quatre personnes sur cinq dans le secteur textile indonésien. Wiranta Ginting, expert des salaires vitaux au sein de l'organisation, précise qu'il n'existe pas de données comparables pour la production de chaussures. Toutefois, les conséquences de rémunérations largement inférieures au salaire vital sont « partout les mêmes : précarité de l'emploi, dépendance à des heures supplémentaires excessives, endettement et insécurité financière persistante ».

Tenir bon, c'est risquer de tout perdre

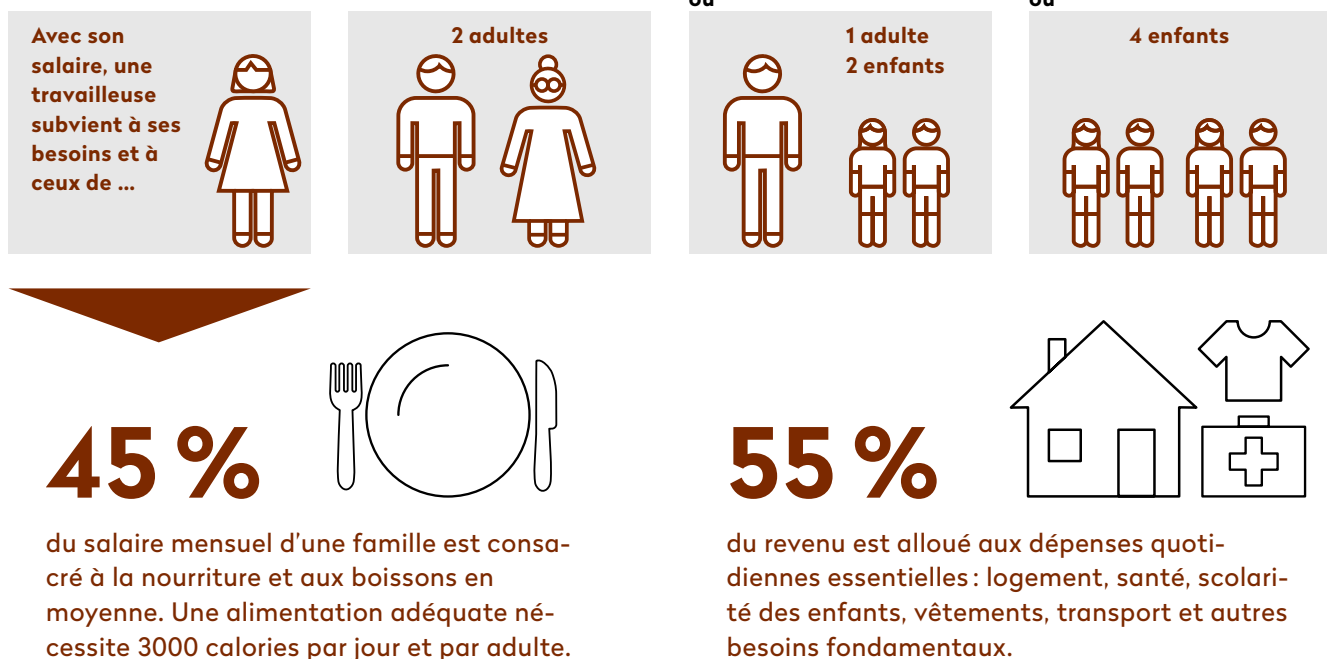
Pour les membres licenciés du SBDI-KASBI, l'enjeu était d'abord de retrouver un revenu, quel qu'il soit. Yihong relance rapidement les embauches, mais refuse de reprendre celles et ceux qui ne quittent pas le syndicat. Pour Suryana, Tita et une centaine de collègues, céder n'est pas une option, pas plus qu'accepter leur renvoi. Résultat : ni indemnités ni droit au chômage. Il faut alors se battre, tenir bon. Dans les mois qui suivent, 48 employé-e-s finiront par renoncer et se résigner au licenciement.

Saisie par le SBDI-KASBI, l'inspection du travail conclut, dans le cadre d'une médiation menée en avril et mai 2025, que les licenciements sont illicites et demande la réintégration des salarié-e-s concerné-e-s. Yihong fait la sourde oreille – et riposte en portant plainte contre les responsables du syndicat pour « grève illicite ».

En août 2025, le SBDI-KASBI sollicite l'appui de la Campagne Clean Clothes (CCC), dont il est membre aux côtés de Public Eye, et déclenche un « urgent appeal » (lire l'encadré ci-contre). Une cellule est mise en place pour suivre le dossier. Cette dernière choisit de se tourner vers les marques qui, d'après les témoignages recueillis par le KASBI, font réaliser des opérations d'im-

Un salaire vital

Les bases du calcul de l'Asia Floor Wage Alliance (AFWA) sont les suivantes :



pression et de teinture chez Yihong via l'usine Long Rich. Les réactions sont contrastées : Under Armour nie tout lien avec le sous-traitant ; Asics se dégage de toute responsabilité, affirmant ne plus produire sur ce site depuis le 15 mars 2025 – soit juste après les licenciements de masse – et n'y avoir dès lors qu'une influence limitée ; On, Brooks et New Balance annoncent qu'elles vont enquêter.

Chute des commandes de 60 à 70 %

Peu après l'interpellation des marques par la cellule CCC, le volume des commandes s'effondre de 60 à 70 %, selon la direction de Yihong. De son côté, On annonce à la CCC la suspension de ses commandes jusqu'à la résolution du conflit. Le 7 janvier 2026, la plainte de Yihong pour « grève illicite » est rejetée par un tribunal local. La direction opère alors un revirement : lors d'une réunion avec le syndicat le 16 janvier, elle présente ses excuses et promet de réintégrer les syndicalistes resté-e-s sur le carreau.

Après deux semaines d'attente, une seconde séance de négociations aboutit à la signature d'un accord entre le SBDI-KASBI et Yihong. L'entreprise s'engage non seulement à réintégrer les employé-e-s, mais aussi à leur verser une part des salaires perdus – huit mois sur onze – et à renoncer à toute nouvelle poursuite.

C'est à cet instant que Suryana fond en larmes. Tita aussi peine à y croire : « Pour être honnête, j'avais abandonné tout espoir. » Malgré tout, l'heure n'est pas encore à la célébration. Car si la réaction des marques a clairement fait bouger l'entreprise, les ouvriers et ouvrières redoutent désormais que Yihong ne ferme définitivement, condamnant tout le personnel au chômage. Heureusement, ces craintes se révéleront infondées.

« Une erreur aussi stupide ne se reproduira plus »

Le lundi 6 avril 2026, les 24 dernières personnes toujours privées d'emploi signent de nouveaux contrats à durée indéterminée et retrouvent leur poste. Ce jour-là, nous nous trouvons dans le bureau de la direction de Yihong, aux côtés des responsables du SBDI-KASBI et de deux représentants du groupe On. Ces derniers ont fait le déplacement depuis le Vietnam à l'invitation de la CCC.

Le directeur exécutif de Yihong, qui se fait appeler Carter, prend la parole au nom de son supérieur Jack Feng, peu à l'aise en anglais. D'emblée, il insiste sur les enseignements tirés de l'affaire : « Nous avons retenu la leçon », répète-t-il à plusieurs reprises, avant d'ajouter : « Une erreur aussi stupide ne se reproduira plus. » La scène, révélatrice, fait écho aux propos de Suryana : « Pour la direction, les marques sont comme des dieux. » Lors de précédents échanges avec Public Eye, Carter, 62 ans – qui en a passé plus de trente dans l'industrie de la chaussure en Chine, au Vietnam et en



« Stop à la répression syndicale » : le message sur les t-shirts du syndicat SBDI-KASBI a le mérite d'être clair.

La CCC et le système des « urgent appeals »

La Campagne Clean Clothes (CCC) rassemble près de 220 ONG et syndicats dans le monde, mobilisés pour améliorer les conditions de travail dans l'industrie de l'habillement et de la chaussure.

En Suisse, ses activités sont coordonnées par Public Eye. En cas de violation des droits, travailleurs, travailleuses et syndicats peuvent recourir au mécanisme des « urgent appeals ». Une cellule est alors constituée pour définir une stratégie avec les personnes concernées, accompagner les négociations, exercer une pression discrète sur les marques, ou encore lancer des campagnes auprès du grand public et des médias. Ces actions débouchent à la fois sur des améliorations concrètes et sur la création de précédents pouvant inspirer d'autres mobilisations. Chaque année, la CCC traite une quarantaine de cas de ce type.



Indonésie –, évoquait surtout des « malentendus » et autres « problèmes de communication ». Cette fois-ci, il adopte un ton nettement plus autocritique. Comme s'il pensait tout haut, il lâche : « Porter plainte contre ses propres salarié-e-s... Quelle aberration ! » Face à lui, Martin Phan, responsable chez On, et son collègue, tous deux en tenue de sport estampillée de la marque, écoutent attentivement. Devant l'assemblée, Martin Phan évoque l'enquête diligentée par On et le plan d'action mis sur pied subséquent, qui auraient abouti à des améliorations de la part de l'usine. Puis, comme il le redira plus tard au bureau du SBDI-KASBI, il assure que les droits humains sont « la priorité absolue » chez On.

Tout est bien qui finit bien ?

Les trois responsables du syndicat – Darja, Suryana et Krisma – déclarent tous que, pour eux, l'accord est respecté. Avec leurs camarades, ils ont pris un risque considérable et payé un lourd tribut, passant un an à lutter pour leur emploi. Aujourd'hui, ils parlent d'une victoire majeure. Ils espèrent qu'elle aura valeur d'exemple et contribuera à renforcer le mouvement des syndicats indépendants en Indonésie.

Chez Yihong, des progrès restent à accomplir. Travailleurs et travailleuses signalent l'absence d'équipements de protection adéquats, des difficultés à faire valoir des congés maladie, ainsi qu'un manque de temps pour les pauses toilettes et les prières quotidiennes, primordiales pour la majorité musulmane du personnel. La direction ayant promis d'y remédier, elle devra désormais travailler avec le SBDI-KASBI pour garantir le déploiement des mesures.

Niki Gamara, coordinatrice des « urgent appeals » de CCC en Asie du Sud-Est, applaudit la persévérance et le courage des syndicalistes. Elle explique que le dossier n'aurait sans doute pas abouti sans la réaction de trois équipementiers (On, Brooks et New Balance) face aux dérives de leur sous-traitant. Malgré tout, « ce qui devrait être la norme reste encore trop souvent l'exception », constate-t-elle. Elle plaide pour une coopération plus étroite entre syndicats et marques, ainsi que pour la mise en place de mécanismes permanents permettant de signaler directement les abus aux marques et d'y remédier rapidement. Car, rappelle-t-elle : « Aussi extraordinaire que soit cette victoire – et aussi heureux que soit le dénouement pour les 64 syndicalistes réintégré-e-s –, elle est intervenue trop tard pour 48 autres. »

Lundi 6 avril 2026 : les 24 dernières personnes de l'équipe syndiquée qui avaient été licenciées signent leurs nouveaux contrats. La direction rencontre les représentants du syndicat et de On dans son bureau.

À On de passer aux actes

Pour honorer leurs promesses en matière de responsabilité sociale, les marques de chaussures de sport doivent garantir le respect des droits des travailleurs et travailleuses dans l'ensemble de leur chaîne d'approvisionnement. Acteur en pleine ascension qui place les droits humains au cœur de son discours, On est attendue au tournant. Elle doit en particulier donner suite à ses engagements pour des salaires vitaux et veiller à ce que des rémunérations réellement suffisantes pour vivre soient versées partout – non seulement chez ses fournisseurs directs, mais aussi chez ses sous-traitants.

Le KASBI a demandé à On de signer un protocole entre syndicats et marques sur la liberté d'association, et d'ouvrir le dialogue sur les salaires, ce à quoi l'entreprise a répondu favorablement (lire l'encadré ci-contre). Si elles sont adoptées, ces mesures iraient dans le sens d'une répartition plus équitable de la valeur dans une industrie de la chaussure de sport pesant des milliards – afin que celles et ceux qui fabriquent ces produits puissent avoir leur part du gâteau, ou du moins gagner suffisamment pour vivre dans la dignité. ■

Une ouvrière devant l'usine Long Rich, où sont fabriquées des chaussures pour l'équipementier On.

La réponse de On

Questionnée par Public Eye, On indique être en discussion avec Long Rich afin de combler les écarts salariaux. L'entreprise affirme par ailleurs « examiner la faisabilité » d'une extension de son objectif en matière de salaires vitaux à l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement, y compris aux sous-traitants. Elle campe toutefois sur sa propre méthode de calcul du salaire vital, nettement en deçà des standards de l'AFWA, tout en affirmant être « prête et intéressée » à ouvrir un dialogue approfondi avec les syndicats et les organisations qui les soutiennent sur la question des salaires et des droits des travailleurs et travailleuses.

Concernant les cas de pression excessive et d'intimidation signalés chez Long Rich, l'équipementier affirme que sa dernière enquête n'a révélé aucun abus de ce type. Il précise néanmoins prendre ces allégations au sérieux et prévoit de les examiner lors de sa prochaine évaluation.

L'entreprise suisse admet que l'affaire Yihong a exposé les défaillances de ses mécanismes de contrôle. Pour être informée à temps à l'avenir, On indique avoir mandaté une société externe afin de mettre en place un système de suivi continu. Elle déclare vouloir améliorer les procédures de plainte dans les usines.





1 kilo de t-shirts pour 10 francs

© opak.cc

Les géants de la mode paient aujourd'hui à peine plus qu'il y a vingt ans pour un t-shirt en coton – et même moins si l'on tient compte de l'inflation. Dans l'Union européenne (UE), la baisse avoisine les 30 %. Cette pression sur les prix se fait principalement au détriment de la main-d'œuvre et des fournisseurs dans les pays de production. Une fois encore, les promesses de durabilité affichées fièrement par le secteur ne résistent pas à l'épreuve des faits.

DAVID HACHFELD ET CHRISTIAN ECKERLEIN

Entre 2 et 3 dollars pièce : c'est le prix que de nombreux acheteurs internationaux paient aujourd'hui pour un t-shirt standard en coton à la sortie de l'usine. Et ce montant peut être encore plus bas – moins de 1 dollar l'unité.

Dans un nouveau rapport intitulé « Squeezed Dry » (« Essoré jusqu'à la dernière goutte »), PublicEye et la Campagne Clean Clothes (lire l'encadré page 13) ont analysé un vaste ensemble de données couvrant plus de deux décennies. La conclusion est sans appel : loin d'être une anomalie du marché, ces prix d'achat durablement bas sont au cœur du modèle d'affaires de l'industrie de l'habillement. Ils contribuent à perpétuer des salaires de misère et des conditions de travail précaires dans les chaînes d'approvisionnement.

Chute des prix d'achat réels

Les prix se maintiennent depuis des années à des niveaux extrêmement bas. En 2025, le prix moyen d'importation dans l'Union européenne pour des t-shirts basiques en

coton n'était que de 16 dollars (12.50 francs) par kilo – et d'à peine 13 dollars (10 francs) pour ceux provenant du Bangladesh. Un tarif dérisoire.

À titre de comparaison, les prix les plus bas pour un t-shirt basique chez les grandes enseignes de mode en Suisse se situent entre 9 et 17 francs. Autrement dit, la vente d'un seul t-shirt permet à ces entreprises d'en acheter 1 kilo à leurs fournisseurs.

Entre 2001 et 2025, l'économie mondiale a enregistré une croissance annuelle d'environ 3 %, tandis qu'en raison de l'inflation, le coût de la vie a plus que doublé. À rebours de cette tendance, les prix d'importation des t-shirts dans l'UE ont à peine bougé : +0,9 % par an en valeur nominale, -1,4 % après correction de l'inflation.

Rapportée à 25 ans, cette évolution donne une image trompeuse : à première vue, on pourrait croire que les marques européennes déboursent aujourd'hui près d'un quart de plus. Mais en réalité, elles paient 30 % de moins.

Ajustés à l'inflation mondiale plutôt qu'europpéenne, les prix d'achat ont même baissé de 3,1% par an. Sur la période 2001-2025, ils ont ainsi été divisés par deux (voir le premier graphique ci-dessous). Ce n'est pas une anomalie statistique, mais le reflet d'une stratégie concurrentielle assumée, basée sur des prix très bas sur le marché de masse de l'habillement.

La course au moindre coût

Les grandes marques ont progressivement délocalisé la production vers les pays où les coûts de fabrication de

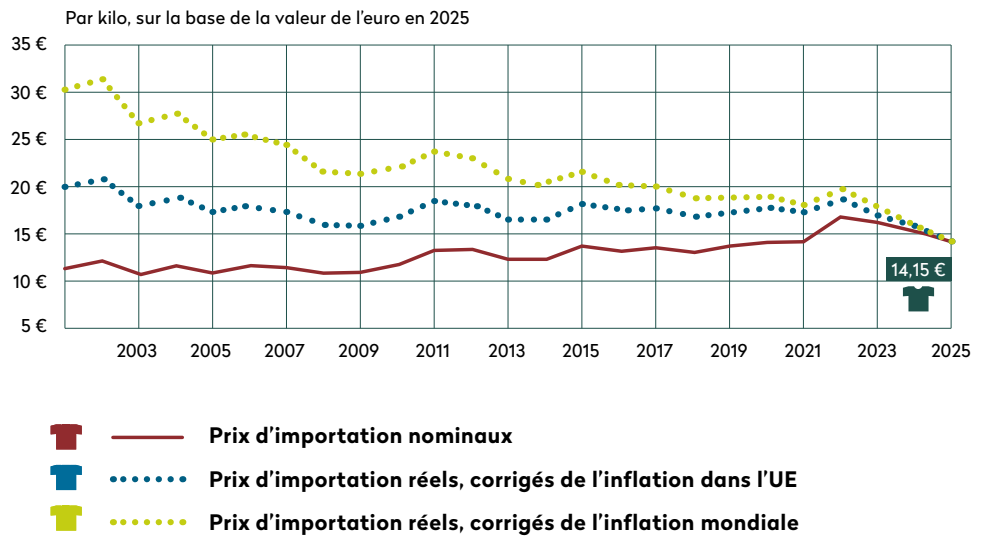
masse sont les plus faibles. Le Bangladesh est ainsi devenu le fournisseur numéro 1 de l'UE, premier importateur mondial de t-shirts. En 2025, 61% des t-shirts importés provenaient de ce pays. Cette concentration croissante sur les sites de production les moins chers renforce les rapports de dépendance entre vendeurs et acheteurs.

Les pratiques d'achat des géants de la mode

Public Eye a également eu accès à des données commerciales par entreprises. Celles-ci montrent que, malgré des différences notables dans leur positionnement sur le

Des t-shirts importés toujours moins chers en valeur réelle

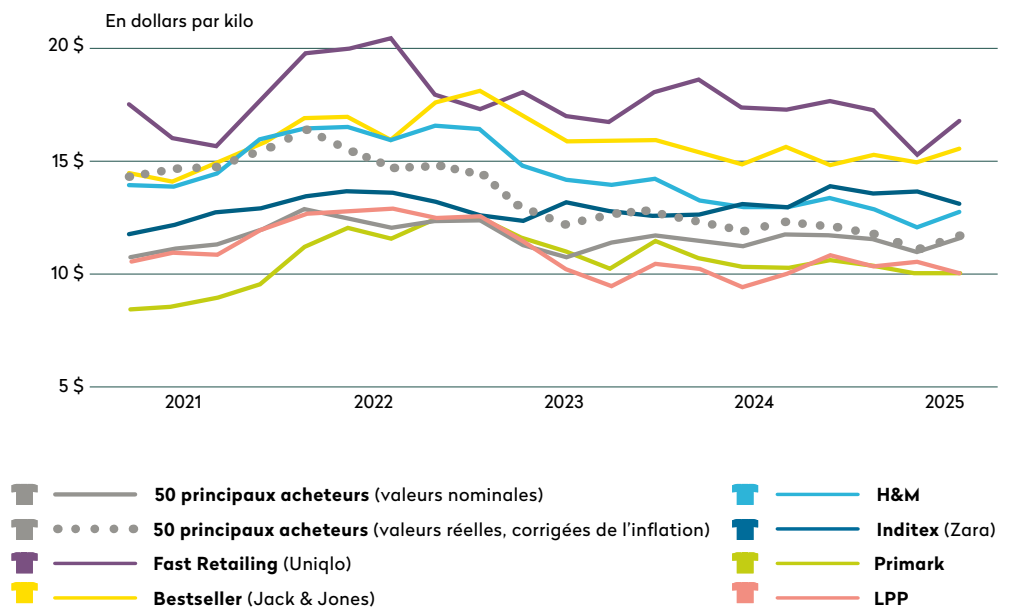
Depuis 2001, les prix d'importation nominaux ont augmenté de 25%. Corrigés de l'inflation dans l'Union européenne, les prix réels ont néanmoins baissé de 29%. Si l'on tient compte de l'inflation mondiale, la valeur à l'importation de 1 kilo de t-shirts a même chuté de 54%.



Source: calculs de Public Eye à partir de données de Comtrade et du FMI

T-shirts en coton du Bangladesh: ce que les grandes marques paient vraiment

En 2025, les 50 principaux acheteurs ont payé en moyenne 12 dollars pour 1 kilo de t-shirts en provenance du Bangladesh (lignes grises). En raison des écarts de gamme, de qualité et d'origine qui influencent le niveau des prix, les comparaisons directes entre entreprises (lignes de couleur) doivent être interprétées avec prudence.



Source: Public Eye, à partir de données commerciales

marché, les prix d'achat des géants du secteur évoluent dans une fourchette relativement étroite – et surtout très basse. Parmi les acteurs affichant des prix de vente plus élevés dans l'échantillon étudié figurent le japonais Fast Retailing, propriétaire de la marque Uniqlo (rendue célèbre en Suisse grâce à son partenariat avec Roger Federer), ainsi que le groupe danois Bestseller, qui possède Jack & Jones et Vero Moda. Pourtant, même eux paient rarement plus de 18 dollars le kilo (soit environ 3 dollars par t-shirt) à leurs fournisseurs au Bangladesh. À l'autre bout du spectre, les discounters comme Primark et LPP se situent autour de 10 dollars le kilo. Le géant espagnol de la fast fashion Inditex, propriétaire de la marque Zara, ou encore le suédois H&M constituent un segment intermédiaire (voir le second graphique à la page précédente).

Public Eye a confronté les entreprises aux données les concernant spécifiquement. Certaines ont contesté ces chiffres, arguant que les indicateurs de prix d'achat moyens ne tenaient pas compte d'éléments-clés tels que la gamme de produits, l'augmentation de l'efficacité ou les facteurs de coûts. Aucune n'a toutefois fourni ses propres données.

Fait notable, les prix réagissent à certains coûts – mais pas à tous. Lorsque le cours du coton s'envole, les prix d'achat des t-shirts augmentent presque aussitôt. En revanche, les hausses salariales n'ont guère d'impact : même des relèvements significatifs du salaire minimum au Bangladesh n'ont pas entraîné d'augmentation durable des prix à l'exportation. Les effets des chocs énergétiques observés en 2022 se sont quant à eux rapidement dissipés dès le retour à la normale sur le marché des matières premières.

Le schéma est clair : les fournisseurs parviennent parfois à répercuter l'envolée des coûts, et les acheteurs acceptent alors de payer davantage. Toutefois, ces hausses de prix ne durent pas : elles se résorbent dès que le marché des matières premières se stabilise. Quant aux coûts du travail, ils pèsent bien moins dans la balance.

Bras de fer dans les négociations tarifaires

Des entretiens menés au Bangladesh auprès de responsables d'usines et d'agences d'achat révèlent l'ampleur de la pression exercée sur les prix lors des négociations. Beaucoup décrivent un processus dans lequel les acheteurs arrivent avec des objectifs tarifaires stricts et exigent des fournisseurs qu'ils s'y plient. Ces derniers sont systématiquement mis en concurrence avec l'offre la moins chère du pays. Leur pouvoir de négociation est limité et, même une fois la production lancée, les acheteurs tentent encore de faire baisser les prix.

Les marges bénéficiaires sur les t-shirts basiques sont décrites comme quasi nulles et de plus en plus instables. Pour éviter l'arrêt des lignes de production, préserver leur trésorerie et pouvoir continuer à verser

les salaires, de nombreuses usines acceptent même des commandes à prix coûtant, voire à perte – surtout en basse saison.

Alors que les prix nominaux stagnent et que leurs propres coûts augmentent, les fournisseurs n'ont d'autre choix que d'agir sur le seul levier « flexible » qui leur reste : la main-d'œuvre. Cela se traduit par une intensification du travail, des horaires plus longs et une pression constante sur les salaires. Les prix extrêmement bas contribuent ainsi à maintenir des salaires de misère, tout en fragilisant la capacité des usines à absorber les fluctuations de la demande et en limitant les investissements sociaux et environnementaux.

Un impératif : inverser la logique de fixation des prix

Deux décennies de standards volontaires, de codes de conduite et d'initiatives portées par différents acteurs n'ont pas mis fin à la sous-valorisation de la fabrication de vêtements. Pour Public Eye, la fixation des prix doit dès lors devenir un axe central d'une politique d'approvisionnement responsable. Les prix payés aux fournisseurs devraient refléter les coûts réels d'une production conforme aux normes et respectueuse des droits humains et de l'environnement – et non être dictés par les cibles de vente et de rentabilité des géants du secteur.

Sur cette base, notre rapport identifie des objectifs de prix minimaux, à la fois comme cadre de référence pour les négociations et comme levier concret pour ancrer un approvisionnement responsable dans les pratiques des entreprises. Un seuil de 30 dollars le kilo permettrait de financer des salaires décents, une organisation du travail sûre et sans pression ainsi qu'une performance environnementale crédible. Cela correspondrait à 5 dollars pour un t-shirt standard, un prix qui semble tout à fait supportable. ■



Lien vers le rapport
« Squeezed Dry »
(en anglais):

peye.link/squeezed-dry



Bananes toxiques de Chiquita : après l'enquête, la campagne

En avril, nous vous rapportions les conditions de travail des ouvriers et ouvrières de Chiquita au Guatemala. Salaires inférieurs aux minima légaux, exposition à l'épandage aérien de pesticides, cadences infernales : notre journaliste s'est rendu dans les plantations de sous-traitants de la multinationale d'Etoy et a documenté l'envers du décor.

Depuis, vous avez été nombreux et nombreuses à rejoindre notre manifestation en ligne pour demander à Chiquita de prendre des mesures concrètes pour améliorer les conditions de travail. Grâce aux bénévoles de Public Eye, la campagne a pris vie dans de nombreuses rues de Suisse romande et alémanique, atteignant un nouveau public.

Nous n'allons pas nous arrêter en si bon chemin. Dans ce numéro, nous vous racontons à qui profite réellement la banane et revenons sur le rôle central de la Suisse pour ce secteur. Avec le témoignage d'Anne-Marie Holenstein, première secrétaire de la Déclaration de Berne (aujourd'hui Public Eye), nous vous emmenons aussi dans les années 70 aux côtés des Bananenfrauen, des courageuses militantes qui, déjà, dénonçaient les conditions de production de ce fruit et bataillaient avec la Migros pour un prix juste.

Enfin, nous vous présentons nos revendications adressées à Chiquita, que vous pouvez relayer en prenant part à notre manifestation virtuelle. Bonne lecture !





Le PDG de Chiquita Carlos Lopez Flores pose pour une photo lors d'une visite au siège d'Étoy en 2019.

À qui profite la banane ?

La banane rapporte gros, mais pas à celles et ceux qui la cultivent dans les plantations d'Amérique latine. Moins d'un dixième des revenus leur parviennent. Les multinationales établies en Suisse, elles, se taillent la part du lion.

MANUEL ABEBE

Pour les centaines de milliers de travailleurs et travailleuses de la banane, le quotidien est réglé comme un métronome. Dans les plantations, les hommes sectionnent à la chaîne des régimes pesant plusieurs dizaines de kilos, qu'ils tirent ensuite avec des câbles jusqu'aux stations de conditionnement. Là, ce sont le plus souvent des femmes qui lavent les fruits, les découpent, les calibrent et les classent par qualité en vue de leur mise en carton. Le jour même, les bananes encore vertes sont transportées par camion jusqu'au port, puis empilées dans des conteneurs frigorifiques, direction l'Europe.

Elles parcourent alors une dizaine de milliers de kilomètres par cargo transatlantique avant d'atteindre nos états. De Puerto Bolívar, en Équateur, à Anvers ou Hambourg, le voyage dure près de deux semaines. Les fruits transitent ensuite par des centres de stockage, où leur maturation est artificiellement accélérée par l'action combinée de la chaleur, de l'humidité et de gaz spécifiques.

Au petit-déjeuner, entre deux repas, en randonnée : en Suisse, la banane est devenue un en-cas du quotidien.





Chaque personne en consomme 100 par an en moyenne. Sur ce volume, 37 proviennent de Colombie, 30 d'Équateur, et le reste de pays comme le Panama ou le Pérou. La moitié est certifiée Fairtrade, et près d'un tiers est bio – un record mondial, puisqu'aucun autre pays ne consomme une part aussi élevée de bananes issues d'une production dite durable.

À environ 1.20 franc le kilo pour les moins chères et près de 3 francs pour le bio, la banane est le deuxième fruit le plus populaire en Suisse après la pomme. Ce que le prix affiché ne montre pas, c'est que les profits vont principalement dans la poche d'acteurs peu ou pas impliqués dans sa production. La répartition des recettes varie en fonction des pays d'origine, des conditions contractuelles et des labels, mais une constante demeure : les ouvriers et ouvrières des plantations ne touchent qu'une faible part du revenu total – environ 7% en moyenne (voir le graphique). Les propriétaires de plantations (13%) et les importateurs (19%) s'en sortent mieux, tandis que les détaillants, tels que Migros et Coop, captent près de 41% du prix de vente.

La Suisse au cœur du négoce mondial de la banane

Le commerce mondial de la banane est dominé par une poignée de multinationales verticalement intégrées. Les quatre principaux groupes contrôlant à eux seuls environ 44 % du marché, la concurrence y est jugée restreinte. Comme souvent dans le secteur des matières premières, la Suisse joue ici un rôle-clé : Chiquita et Fyffes ont leur siège dans l'arc lémanique, tandis que Fresh Del Monte a installé son centre de négoce à Zoug.

La position stratégique de la Suisse dans le commerce mondial des matières premières agricoles, notamment de la banane, lui confère une responsabilité particulière. Les labels peuvent certes offrir des repères pour une consommation plus durable sur les plans social et écologique, mais ils restent insuffisants. La protection des droits humains et de l'environnement passe avant tout par une régulation efficace des multinationales.

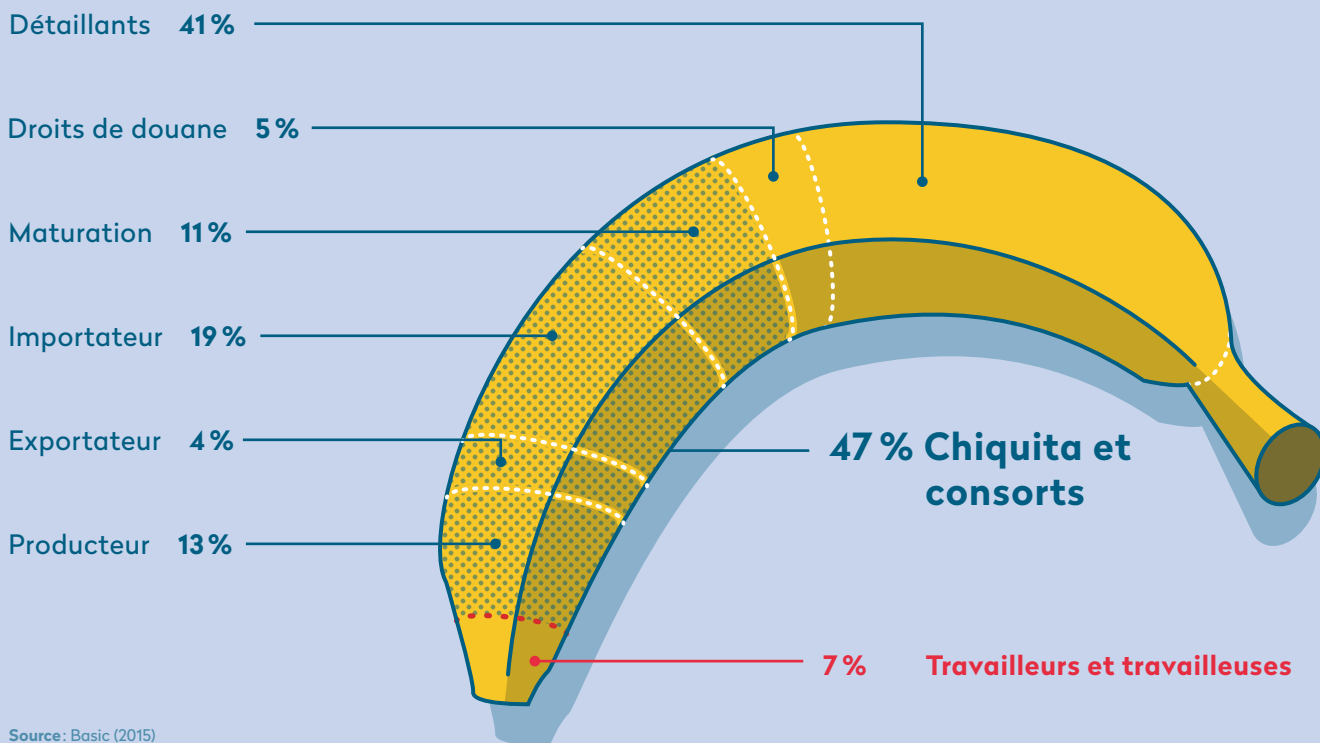
Négociant	Volume	Part de marché	Lien avec la Suisse
 Chiquita	2,7 mio de tonnes	13 %	Siège principal à Etoy (VD)
 Fresh Del Monte	2,7 mio de tonnes	13 %	Centre de négoce à Zoug
 Dole	2,5 mio de tonnes	12 %	—
 Fyffes	1,2 mio de tonnes	6 %	Siège principal à Versoix (GE)

Volumes commerciaux estimés des quatre plus grands groupes bananiers mondiaux. Sources : données des entreprises, International Institute for Sustainable Development

Les grands gagnants de ce commerce ? Ce sont les multinationales comme Chiquita, Fresh Del Monte, Dole et Fyffes (voir l'encadré ci-dessus), avec jusqu'à 47 % du prix de vente. Grâce à leurs nombreuses filiales, elles contrôlent plusieurs maillons de la chaîne de production, négocient âprement les salaires et bénéficient d'une vision globale du secteur. Cette intégration verticale, typique du négoce agricole, leur permet de capter des revenus à chaque

étape, des plantations aux mûrisseries, en passant par le transport maritime. Le contrôle de millions de tonnes de fruits chaque année – incluant leur provenance, leur destination et même la date précise de leur maturation – se reflète en outre directement dans leurs performances financières, trimestre après trimestre. Résultat : Chiquita et consorts s'arrogent une part du gâteau comparable à celle des grandes surfaces. ■

Près de la moitié du prix de vente d'une banane revient aux multinationales



Source : Basic (2015)



« Les Bananenfrauen ont déclenché un vaste mouvement »

Dans les années 1970, les Bananenfrauen (« femmes des bananes ») de Frauenfeld attirent l'attention de toute la Suisse sur les dérives de la production bananière. Figure des débuts de la Déclaration de Berne (aujourd'hui Public Eye), Anne-Marie Holenstein se souvient les avoir conseillées lorsqu'elles ont décidé de défier Migros avec une opération aussi impertinente qu'efficace.

PROPOS RECUEILLIS PAR ROBERT BACHMANN

Anne-Marie Holenstein, vous avez rejoint la Déclaration de Berne en 1969. Qu'est-ce qui vous a poussée à vous engager ?

C'était la suite logique de mon parcours. Dès les années 1950, je militais pour le dialogue œcuménique au-delà des clivages confessionnels, avec un intérêt marqué pour l'éthique sociale. C'est Marga Bührig, pionnière du mouvement œcuménique, qui a proposé ma candidature pour mettre sur pied le secrétariat de la Déclaration de Berne.

Comment le contact avec les Bananenfrauen s'est-il fait ?

Certaines d'entre elles me connaissaient et savaient que dans le cadre de la Déclaration de Berne, j'étais en relation avec plusieurs collectifs engagés. J'ai ainsi pu les soutenir en les mettant en contact avec des groupes prêts à s'investir dans la campagne.

Qui étaient les Bananenfrauen ?

Il s'agissait d'un groupe de femmes issues de la classe moyenne de Frauenfeld, qui se réunissaient régulièrement. Un jour, Ursula Brunner, qui animait les échanges, leur montre le documentaire *Bananera Libertad* du réalisateur suisse Peter von Gunten. Pour certaines, c'est un électrochoc : elles décident de s'engager en faveur des populations d'Amérique latine confrontées à de graves injustices. Dans une lettre, l'une d'elles écrit : « En tant que mères, nous avons le pouvoir – et le devoir – d'influencer la prochaine génération. »

Quels étaient leurs objectifs ?

Elles voulaient faire reculer l'injustice dans un monde qui en était saturé. Pendant dix ans, elles se sont focalisées sur la banane. Elles réclamaient de meilleurs salaires pour les travailleurs et travailleuses ainsi que des pratiques moins nocives pour l'environnement dans les plantations.

Comment ont-elles réussi à se faire entendre ?

Par des méthodes originales et en osant défier le géant Migros. Lorsque le grand distributeur a voulu réduire le prix des bananes de 15 centimes par kilo, elles ont réagi : « Nous ne voulons pas de bananes moins chères. Leur prix est déjà trop faible – elles sont même meilleur marché que des pommes. Nous demandons plutôt un supplément. » Elles ont ensuite calculé que ces 15 centimes, reportés sur l'ensemble des bananes vendues chaque année par Migros, auraient un impact considérable s'ils étaient consacrés à des projets de développement en Amérique latine.

Quelle a été votre contribution ?

Je leur ai soufflé une idée concrète pour renforcer la pression : pour chaque kilo de bananes acheté, il suffisait de faire un virement de 15 centimes sur n'importe quel compte Migros. L'initiative a rapidement fait boule de neige – au point d'agacer sérieusement l'entreprise, surtout ses services comptables. Résultat : par la suite, les Bananenfrauen ont souvent été conviées à Zurich pour discuter avec la direction. →



© Jana Leu/vollkollich

À gauche : distribution de bananes et sensibilisation : les Bananenfrauen à l'œuvre à Frauenfeld en octobre 1973.

À droite : Anne-Marie Holenstein en entretien avec Public Eye.



Es ist schön, dass
Bananen so billig sind –
Und ziemlich unschön,
warum sie es sind.

© Archives d'État de Thurgovie

« C'est bien que les bananes soient si bon marché – ce qui l'est moins, c'est pourquoi. » Affiche du graphiste et illustrateur suisse Celestino Piatti (1922-2007) réalisée à la demande des Bananenfrauen.

Qu'ont-elles obtenu ?

Leurs actions ont poussé de nombreuses personnes à réaliser que quelque chose clochait dans le prix des bananes : nous consommons des fruits bon marché au détriment des personnes travaillant dans les plantations. Elles ont également lancé leur propre journal, avec des informations qu'elles collectaient elles-mêmes.

À quoi ressemblaient leurs actions ?

Un samedi, elles ont parcouru Frauenfeld avec des chariots, en distribuant des bananes et leur journal. À chaque personne, elles posaient la même question : êtes-vous prêt-e à payer davantage pour des bananes ? Elles ont ainsi récolté plus d'un millier de signatures. L'opération a fait grand bruit et exigé beaucoup de courage : dans une petite ville où tout le monde se connaît, sortir du rang n'avait rien d'évident, surtout en tant que femme de la classe moyenne. Ce jour-là, elles ont distribué plus de 1 tonne de bananes. En parallèle, elles ont constitué une documentation solide qui leur a permis de mener un travail médiatique efficace, rapidement relayé dans tout le pays.

Que s'est-il passé ensuite ?

Le succès de l'action a fait tache d'huile et diverses initiatives ont vu le jour. Des femmes entraient dans des petits commerces – à l'époque, il existait encore des magasins Usego tenus par des particuliers – pour leur proposer de vendre des bananes avec un supplément destiné à une

caisse commune. Là encore, l'idée a suscité l'intérêt. De nombreuses personnes étaient prêtes à payer 15 centimes de plus. En très peu de temps, le groupe a accumulé un savoir impressionnant sur la filière bananière, la fixation des prix, mais aussi sur la façon d'attirer l'attention des médias et du public.

Qu'est-ce que les Bananenfrauen n'ont pas réussi à obtenir ?

Des changements structurels fondamentaux, en particulier aux niveaux politique et législatif dans les pays de production. Là, elles ont atteint les limites de leurs moyens.

En quoi les Bananenfrauen occupent-elles une place importante dans l'histoire des femmes ?

À l'époque, les femmes étaient très peu présentes dans l'espace public, politique et médiatique. Dans la sphère privée aussi, leurs droits étaient limités. Par exemple, une femme mariée ne pouvait travailler qu'avec l'accord de son mari.

Je me souviens avoir voulu ouvrir un compte pour la Déclaration de Berne. Au guichet, on m'a répondu : « Madame Holenstein, il vous faut la signature de votre mari. » Je n'en revenais pas. J'imagine volontiers la stupéfaction de certains lorsque leur épouse leur a annoncé qu'elle repartait à Zurich pour négocier avec Migros – en leur laissant une boîte de raviolis à réchauffer pour le dîner.

Qu'est-ce qui vous marque le plus lorsque vous repensez aux Bananenfrauen ?

Leur courage. Avec créativité, intuition et beaucoup d'imagination, elles ont très bien su utiliser leurs moyens limités pour déclencher un vaste mouvement. Et quelle ténacité ! Pendant dix ans, un noyau de six femmes est resté mobilisé sans relâche, sans jamais tomber dans l'agressivité. À l'époque, c'était important, car l'opinion publique ne l'aurait pas toléré. Ce qu'elles ont accompli est remarquable, et leur engagement continue de porter ses fruits. Chapeau !

Quel héritage ont laissé les Bananenfrauen ?

Aux côtés de nombreux autres groupes, elles ont ouvert la voie à l'essor du label Max Havelaar dans les années 1990. Mais aujourd'hui, ce modèle atteint ses limites : l'offre Fairtrade des grands distributeurs présente encore d'importantes lacunes. C'est le cas, par exemple, pour des produits liés au travail des enfants, comme le cacao et le chocolat. Pour mettre un terme aux pratiques abusives des entreprises qui violent les droits humains et détruisent l'environnement, il faut une loi. Je pense en particulier à l'initiative pour des multinationales responsables. Je suis sûre que les Bananenfrauen défendraient aujourd'hui ce combat. ■

POURQUOI NOUS PROTESTONS CONTRE CHIQUITA

Chiquita est une entreprise domiciliée en Suisse qui figure parmi les plus grands producteurs de bananes au monde et qui se présente comme une championne de la « durabilité » et des « conditions de travail équitables ». Toutefois, notre enquête dans les plantations de ses sous-traitants au Guatemala, parue dans le magazine d'avril dernier, dévoile une réalité bien différente : les ouvriers et ouvrières enchaînent jusqu'à douze heures de travail par jour à un rythme effréné, pour des salaires souvent inférieurs au minimum légal. Sous une chaleur accablante, les équipes travaillent sans protection adéquate contre les pesticides pulvérisés par avion au-dessus d'elles.

Pour endurer ces conditions extrêmes, nombre de travailleurs et travailleuses misent sur un cocktail nocif à base de boisson énergisante et de tramadol, un opioïde. Celles et ceux qui osent dénoncer les abus ou s'engager syndicalement s'exposent à un licenciement.

Les plantations dans lesquelles Public Eye s'est rendue au Guatemala approvisionnent directement Chiquita. Le groupe porte donc une responsabilité – et dispose du poids commercial nécessaire pour améliorer sans délai les conditions de travail.

NOUS DEMANDONS À CHIQUITA :

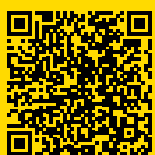
- **Un salaire minimum légal garanti pour toutes les personnes qui travaillent dans les bananeraies.**
- **Une protection réelle contre les pesticides, incluant l'arrêt immédiat des épandages aériens pendant les heures de travail.**
- **Le respect de la liberté syndicale, sans crainte de licenciement ni de discrimination.**

Pour faire entendre ces revendications, nous avons organisé une manifestation en ligne, ouverte à toutes et tous. Chiquita doit contraindre ses sous-traitants à respecter la législation guatémaltèque et les conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT). Il est grand temps que les entreprises suisses répondent des abus dans leurs chaînes d'approvisionnement.

En l'absence de mesures concrètes et vérifiables de la part de Chiquita pour améliorer les conditions de travail, notre manifestation ne se limitera pas au monde virtuel. À l'automne, nous la porterons directement devant le siège de l'entreprise, à Etoy (VD).

Ces organisations soutiennent les revendications de Public Eye vis-à-vis de Chiquita :

Coalition pour des multinationales responsables, Claro, Solifonds, Action de Carême, RedSol – Solinetz Zentralamerika, Caritas Suisse, Brücke Le Pont, Cetim, Multiwatch, FIAN Suisse.



**Ensemble, faisons pression sur Chiquita !
Rejoignez notre manifestation virtuelle
contre l'exploitation dans ses plantations.
stop-chiquita.ch**



Glencore au Québec : les enfants sacrifiés de la fonderie Horne

Depuis des décennies, les enfants de Rouyn-Noranda grandissent exposés à l'arsenic dégagé par la fonderie de Glencore, enclavée dans le tissu urbain. Face aux menaces de fermeture du site de la multinationale zougnoise, les autorités locales ont minimisé l'ampleur de la contamination. Pour sauver l'activité industrielle, elles ont accordé à la fonderie une dérogation autorisant des niveaux d'arsenic jusqu'à cinq fois supérieurs à la norme québécoise, et prévoient la destruction du quartier environnant, affectant quelque 200 familles.

ADRIÀ BUDRY CARBÓ

ARouyn-Noranda, il n'y avait pas lieu de s'inquiéter. Depuis près d'un siècle, le sort de cette petite localité de l'intérieur du Québec (43 000 habitant-e-s) est resté étroitement lié à l'exploitation du cuivre, source essentielle d'emplois et de revenus fiscaux. Née de l'essor minier, la ville s'est développée autour de la mine Horne, fermée en 1976, le ventre creusé par la pioche et la dynamite. La fonderie Horne – rachetée en 2006 par le groupe suisse Xstrata puis intégrée en 2013 à Glencore à la suite de leur fusion – continue, elle, d'opérer depuis le quartier Notre-Dame, comme un maillon-clé de la filière du cuivre nord-américaine.

Longtemps, l'équilibre a tenu à une forme d'évidence locale : la fonderie fait vivre la ville – et la ville vit avec.

Mais à l'automne 2019, les conclusions d'une étude de biosurveillance, réalisée un an plus tôt via des prélèvements ongulaires sur de jeunes enfants, sont rendues publiques par les autorités sanitaires locales. Les plus jeunes résident-e-s du quartier Notre-Dame, au pied de la fonderie, présentent une concentration d'arsenic en moyenne quatre fois plus élevée que dans la ville-témoin située à 100 kilomètres. Les personnes vivant à proximité immédiate du site industriel sont particulièrement affectées, avec – dans le cas du petit Ethan – des niveaux jusqu'à 60 fois plus élevés. Les résultats sont confirmés, un an plus tard, via une deuxième étude menée sur les adultes du même quartier.

Les dirigeants de la fonderie de cuivre Horne, la seule du Canada, et plusieurs sous-ministres du Québec se seraient pourtant accordés avant la publication de la première étude afin de minimiser ses résultats et en limiter la communication auprès du public, selon les témoignages recueillis par le journaliste Grégoire Osoha dans son livre *Atome 33* (le numéro atomique de l'arsenic)*. Ces accusations sont démenties par les autorités.

Ne pas laisser sortir le chien

Aux côtés de représentants de Glencore, les autorités sanitaires se livrent pourtant à un curieux exercice lors de la présentation des résultats de l'étude. Égrainer des conseils pour limiter l'exposition de la population aux agents toxiques : laver régulièrement les sols et les animaux domestiques, réduire leurs déplacements en extérieur, garder les fenêtres fermées quand le vent se lève, empêcher les enfants de manger de la terre ou du sable, recouvrir leur bac à sable quand il n'est pas utilisé. Des recommandations que l'on ne donne d'ordinaire qu'après une grande catastrophe environnementale.

Surnommé le « roi des poisons », l'arsenic est une substance connue depuis longtemps pour sa toxicité élevée. Elle s'accumule dans l'organisme, perturbe les mécanismes cellulaires et augmente les risques de cancer. Chez les enfants, l'exposition prolongée est également associée à des troubles neurodéveloppementaux.

Ces résultats ne surgissent pas dans le vide. Depuis les années 1990, avant même la venue de Xstrata et Glencore, les stations de mesure installées à proximité de la fonderie relèvent des concentrations d'arsenic dans l'air bien supérieures à celles observées ailleurs. Entre 1991 et 2002, à mesure que la fonderie se spécialise dans le recyclage des déchets électroniques, les concentrations d'arsenic dans l'air ambiant à proximité de l'usine passent de moins de 200 à près de 1000 nanogrammes par mètre cube (ng/m³). À titre de comparaison, dans des villes comme Montréal ou Québec, la concentration moyenne par mètre cube se situe entre 1 et 2 nanogrammes.

Face à ces écarts, et pour limiter les risques, les experts sanitaires recommandent une cible annuelle à ne pas dépasser qui est entre-temps devenue norme légale : 3 ng/m³. À Rouyn-Noranda, la Fonderie Horne bénéficie toujours d'un plafond dérogatoire de 45 ng/m³, appelé à descendre à 15 ng/m³ en 2027. Selon les dernières mesures effectuées au 15 mars 2026, la concentration moyenne annuelle d'arsenic est de 40,9 ng/m³ autour de la fonderie. En légère augmentation par rapport à l'année précédente.

Interpellé par Public Eye, le groupe Glencore évoque des seuils qui « diminuent rapidement à mesure que l'on s'éloigne de la fonderie » et une étude de biosurveillance réalisée en 2005-2006 qui confirmerait que « même à des concentrations proches de 400 ng/m³, la population n'était pas surexposée à l'arsenic » dans le quartier Notre-Dame. Dans un courriel datant de 2013 consulté par Public Eye, le directeur de la santé publique concluait effectivement à un risque « minime » de développer un cancer du poumon, même après septante ans à de tels niveaux d'exposition. Mais à Rouyn-Noranda, ces conclusions peinent à apaiser les inquiétudes. →



À gauche : une cheminée de la fonderie Horne surplombe la ville québécoise de Rouyn-Noranda.

À droite : la bourgade de Noranda, déjà flanquée d'une fonderie de cuivre, sur une carte postale du siècle dernier.



La fonderie Horne du géant suisse Glencore, à deux pas du quartier Notre-Dame (à droite), à Rouyn-Noranda.

La mort à petit feu

« Le choc a été immense », se souvient Nicole Desgagnés. « On a compris qu'il y avait quelque chose qui ne fonctionnait pas, qu'on avait été exposés pendant des années sans le savoir. Et surtout, qu'on avait laissé nos enfants grandir là-dedans », s'alarme celle qui réside sur place depuis 1981.

« Cela fait 40 ans qu'on nous tue à petit feu. Arsenic, plomb, cadmium : c'est tout le tableau périodique qui nous tombe sur la tête. »

Nicole Desgagnés, infirmière retraitée à Rouyn-Noranda

Pour cette infirmière retraitée, le choc se transforme vite en indignation : « Cela fait 40 ans qu'on nous tue à petit feu. Arsenic, plomb, cadmium : c'est tout le tableau périodique qui nous tombe sur la tête. L'État était au courant, il permettait à la fonderie de dépasser les limites depuis des années. » Dans cette petite bourgade tranquille, la publication des résultats de l'enquête ne marque pas seulement un tournant scientifique, mais une rupture intime. Pour de nombreux parents, il ne s'agit plus de chiffres abstraits, mais d'un basculement brutal dans la manière de

percevoir leur propre environnement. Certains parlent de colère. D'autres de trahison. À Notre-Dame, l'espérance de vie à la naissance est inférieure de cinq ans à celle du reste du Québec, selon les statistiques officielles. Depuis des décennies, Rouyn-Noranda compte aussi 30 % de cas de cancers du poumon de plus que la moyenne québécoise – sans qu'un lien direct puisse être à ce jour établi avec les émissions industrielles.

À mesure que ces données circulent, la sidération laisse place à l'organisation. Dans le quartier Notre-Dame, des parents se regroupent et fondent le comité ARET – pour Arrêt des rejets et émissions toxiques, dont Nicole Desgagnés est l'une des représentantes. Pour beaucoup, il ne s'agit plus seulement de comprendre, mais d'agir. Demander des comptes, exiger des garanties, rendre visible une pollution que les habitant-e-s avaient longtemps appris à ignorer.

L'omniscience du géant industriel

Lorsque le journaliste français Grégoire Osoha arrive à Rouyn-Noranda, quelques années plus tard, cette mobilisation s'est déjà enracinée. Dans son livre *Atome 33*, fruit de plusieurs mois passés aux côtés des habitant-e-s, il décrit une ville en tension permanente, où les impératifs sanitaires se heurtent frontalement aux intérêts économiques et où des salariés de Glencore se disent parfois traités de « tueurs d'enfants ».



Des habitant.e.s de Rouyn-Noranda manifestent en mars 2023 contre le projet de relocalisation des citoyen-ne.s résidant à proximité de la fonderie.

« Une partie de la population a un intérêt économique au maintien de la fonderie. L'autre en subit les conséquences sanitaires », résume l'ancien pédiatre Pierre Vincelette, installé dans le quartier Notre-Dame depuis le début des années 1970.

Car la fonderie Horne reste au cœur de l'équilibre local. Plus de 500 emplois directs, payés en moyenne 23 % de plus qu'ailleurs au Québec, des milliers d'emplois indirects dits « soutenus » et, selon l'entreprise, plus de 8 milliards de dollars canadiens (4,6 milliards de francs) de contribution au PIB du Canada. « C'est le levier le plus facile à actionner : la peur que la région périlite sans sa fonderie », résume Grégoire Osoha.

Cette centralité économique se double d'une présence diffuse au quotidien. Glencore finance des événements culturels, soutient des infrastructures sportives, s'inscrit dans le quotidien de la ville – dans la continuité de l'ancienne compagnie minière. Une politique de mécénat qui contribue à ancrer une idée persistante : à Rouyn-Noranda, la fonderie n'est pas seulement une industrie, elle est aussi l'âme et le cœur de la ville.

Face à la montée des inquiétudes, l'entreprise ne nie pas la nécessité d'agir. En 2022, elle promet des investissements pour plus de 1 milliard de dollars canadiens, dont 300 millions pour réduire les émissions d'arsenic, le solde servant notamment à augmenter la capacité de traitement des métaux critiques. Selon

Grégoire Osoha, Glencore s'emploie aussi à encadrer le débat. La multinationale mandate ses propres experts, conteste certaines approches de la santé publique, avance ses propres indicateurs. « Ils choisissent leurs scientifiques, comme l'industrie du tabac avant eux », dénonce Pierre Vincelette, impliqué dans la mobilisation citoyenne depuis 2019. Dans certains cas, Glencore cherche même à accéder à des données individuelles issues des études de biosurveillance – notamment celles d'enfants –, officiellement pour affiner ses analyses.

« Une partie de la population a un intérêt économique au maintien de la fonderie. L'autre en subit les conséquences sanitaires. »

Pierre Vincelette, ancien pédiatre à Rouyn-Noranda

Plutôt que de nier le problème, la stratégie consiste à en déplacer les termes : introduire le doute, discuter les seuils, gagner du temps. Alors que la norme fixe une cible annuelle de 3 nanogrammes d'arsenic par mètre cube d'air, la fonderie obtient finalement une exception des autorités : un seuil de 15 nanogrammes, à atteindre d'ici mars 2027 – soit un taux cinq fois plus élevé. →



Selon les dernières mesures de mars 2026, la concentration moyenne annuelle d'arsenic est de 40,9 ng/m³ autour de la fonderie.

Faire disparaître la population plutôt que la pollution

Grégoire Osoha décrit une « forme de violence froide, symbolique ». Lors de l'assemblée générale de Glencore en 2023, raconte-t-il, Willie Gagnon, un Rouynorandien, a fait les 6300 kilomètres de déplacement jusqu'au Casino-Théâtre de Zoug pour exposer les inquiétudes de sa ville. Distant et impassible, le président de Glencore commence par le couper dans son intervention, la multinationale n'ayant pas prévu de prise de parole en français. Après quelques minutes de confusion, le Québécois sera finalement autorisé à délivrer son message. Il n'obtiendra qu'une réponse succincte évoquant les efforts continuels de Glencore pour réduire ses émissions ainsi que différentes propositions en attente sur la table du gouvernement local.

« On déplace la ville pour faire place à ce qui ne peut pas être déplacé. »

Nicole Desgagnés

Une solution s'impose peu à peu : créer une zone tampon. À Notre-Dame, les autorités prévoient la destruction de 82 propriétés. Glencore en a à ce jour acquis une cinquantaine, sur une base volontaire. Officiellement, il s'agit

de réduire l'exposition des riverain·e·s les plus proches. Quelque 200 familles devraient déménager. Mais pour beaucoup, cette stratégie revient surtout à faire l'autruche. « On déplace la ville pour faire place à ce qui ne peut pas être déplacé », résume Nicole Desgagnés. Depuis que l'affaire de l'arsenic est devenue publique, les propriétés ont perdu leur valeur. Certains acceptent de partir. D'autres hésitent, pris dans une impasse où vendre ne permet plus de se reloger dans un marché sous tension.

Fin 2025, l'agence de presse Reuters annonçait pourtant que Glencore préparerait la fermeture de la fonderie Horne en raison de l'augmentation des coûts liés au respect des exigences environnementales. Début 2026, la multinationale zougoise confirmait suspendre son programme d'investissement annoncé en 2022.

Dans sa réponse à Public Eye, la multinationale nie être en train de préparer la fermeture de l'usine mais rappelle que les infrastructures de ce type ont fermé les unes après les autres sur la dernière décennie au Canada : « Alors que l'Asie domine cette industrie, les pressions auxquelles le secteur est confronté en Occident sont immenses. Cette réalité ne peut être ignorée ni évitée. » Entre Rouyn-Noranda et sa fonderie, le bras de fer est loin d'être terminé. ■

*Osoha Grégoire, *Atome 33 : histoire d'une lutte collective contre une pollution industrielle*, Ed. Marchialy, 2025.



À Bornéo, en Indonésie, cette mine de charbon d'une filiale du négociant genevois Mercuria entaille le paysage.

Multinationales responsables : un contre-projet qui exclut des activités à haut risque

Le contre-projet du Conseil fédéral à l'initiative pour des multinationales responsables ne va pas assez loin. Il couvre insuffisamment le secteur à haut risque des matières premières ainsi que certaines activités problématiques, comme l'usage de pesticides extrêmement dangereux. Lancée à l'intention du Conseil fédéral, une lettre ouverte à signer demande un texte garantissant une véritable responsabilité des multinationales.

ANINA DALBERT

Début avril, le Conseil fédéral a dévoilé son contre-projet à la nouvelle initiative pour des multinationales responsables. Le texte s'inspire de deux directives européennes révisées en 2025 et entrées en vigueur mi-mars : l'une sur le devoir de vigilance des entreprises en matière de durabilité (CSDDD), l'autre sur la publication d'informations en matière de durabilité (CSRD). Berne entend limiter les obligations de diligence aux entreprises de plus de 5000 employé-e-s réalisant au moins 1,5 milliard de francs de chiffre d'affaires. Notre analyse montre que

la proposition du Conseil fédéral n'aurait pas d'effet sur de multiples abus des multinationales.

Des négociants hors champ

Dans le secteur des matières premières – un pilier à haut risque de l'économie suisse –, de nombreux groupes brassent des milliards avec des effectifs minimes. Ce modèle d'affaires, à rebours de celui des entreprises industrielles classiques, leur permet de contrôler des chaînes d'approvisionnement mondiales et de financer production et transport tout en n'employant souvent

que quelques dizaines de personnes. Un ordinateur, un téléphone et un bon carnet d'adresses suffisent ainsi à multiplier les transactions et à générer des chiffres d'affaires colossaux. Nombre de ces entreprises passeraient donc sous le radar d'un contre-projet fondé sur les effectifs salariés. Sur les quelque 975 négociants établis en Suisse, seuls quelques-uns – dont Glencore – seraient concernés.

Pourtant, les risques liés à la place suisse des matières premières, régulièrement impliquée dans de graves violations des droits humains et atteintes à l'environnement, sont bien réels. Ce constat est partagé par le Conseil fédéral lui-même et illustré par un grand nombre de nos enquêtes.

- Dans la forêt tropicale indonésienne, l'exploitation de deux mines de charbon porte atteinte aux communautés locales et aux écosystèmes. IMR et Mercuria, les multinationales suisses impliquées, échapperaient au contre-projet car leur nombre d'employé-e-s (respectivement 4000 et 1300 environ) est inférieur au seuil fixé à 5000.
- Les négociants agricoles suisses contrôlent plus de 550 plantations à travers le monde. Bien que leurs filières de production soient fréquemment associées à des violations des droits humains, une large part des entreprises de la branche ne seraient pas soumises au contre-projet, faute de générer un chiffre d'affaires suffisant. C'est notamment le cas de groupes comme Socfin, actif dans l'huile de palme, ou Cutrale, producteur et négociant d'oranges.
- Le secteur des matières premières est si opaque et ses structures si complexes qu'il serait difficile pour les autorités d'établir si des géants comme Vitol ou Cargill tomberaient sous le coup du contre-projet.

Les activités menées en aval de la production par des sociétés basées en Suisse, comme Syngenta, constituent un autre angle mort majeur de la proposition du Conseil fédéral. Cette dernière ne couvre en effet pas systématiquement leurs activités par des obligations de diligence et laisse tout un pan de la responsabilité des multinationales hors champ. Or, les Principes directeurs de l'ONU relatifs aux entreprises et aux droits humains, tout comme ceux de l'OCDE, imposent de prendre en compte la chaîne de valeur dans son ensemble.

Parmi les activités problématiques menées en aval figure la vente de produits sur des marchés insuffisamment réglementés, avec des conséquences parfois dramatiques pour les populations et l'environnement. Les pesticides hautement dangereux en offrent un exemple frappant : interdits en Suisse et dans l'UE, ils

continuent néanmoins d'être exportés vers des pays où la protection est lacunaire, provoquant de fréquentes intoxications et contaminant l'eau potable.

Le commerce de « dirty diesel » est tout aussi problématique. Trafigura et Vitol écoulent délibérément des carburants à forte teneur en polluants dans des pays où les normes sont inexistantes ou peu appliquées, avec pour effet d'accentuer sensiblement la pollution atmosphérique et les atteintes à la santé.

Des critères spécifiques au négoce : une nécessité

Comment le contre-projet peut-il être amélioré ? D'abord, les seuils doivent être définis de manière à inclure réellement le secteur des matières premières. Cela pourrait se faire à l'aide de critères propres à la branche ou fondés sur les risques, comme l'exige la nouvelle initiative pour des multinationales responsables, plutôt que sur le seul nombre d'employé-e-s. Ensuite, les obligations de diligence doivent rester arrimées aux normes internationales : la chaîne de valeur doit être prise en compte dans son ensemble, y compris les activités en aval. Enfin, les personnes lésées par des sociétés ayant leur siège en Suisse doivent pouvoir accéder à la justice. Des règles de responsabilité claires et des garanties procédurales suffisantes sont nécessaires pour que les entreprises ne puissent plus se soustraire à leur responsabilité en cas de violations des droits humains.

En excluant de facto le négoce de matières premières, le Conseil fédéral laisse hors du cadre réglementaire un secteur central et à haut risque de l'économie suisse. C'est pourquoi il est capital que la population fasse entendre sa voix dans le cadre de la consultation en cours. Avec la Coalition pour des multinationales responsables, nous avons préparé une lettre ouverte au Conseil fédéral. Plus les signatures seront nombreuses, plus la pression pour un texte garantissant une responsabilité effective des multinationales s'accroîtra. ■



Pour signer la lettre ouverte :
peye.link/multis-lettre



Sucre dans les aliments pour bébés Nestlé : de l'Afrique à l'Inde, Public Eye et ses partenaires font bouger les lignes

Depuis la publication, en novembre 2025, de notre deuxième enquête sur le double standard de Nestlé en matière de sucre ajouté dans les céréales infantiles Cerelac, la mobilisation ne faiblit pas sur le continent africain. Elle est portée par des organisations de la société civile déterminées à faire respecter le droit de tous les bébés à une alimentation saine, « quelle que soit leur nationalité ou la couleur de leur peau ». En Inde, où nos révélations avaient déjà provoqué une onde de choc il y a deux ans, les autorités prévoient un renforcement de la loi.

GÉRALDINE VIRET

« La santé des bébés n'est pas négociable », pouvait-on lire sur le dos des infatigables militant-e-s qui arpentaient un marché populaire d'Abidjan, en janvier dernier. Car la colère gronde en Côte d'Ivoire, où une journée d'action « zéro sucre ajouté » a été organisée par l'Association Ivoirienne des Consommateurs. Devant la caméra de France 24, une maman réagissait aux quantités élevées de sucre ajouté contenues dans les produits vendus par Nestlé dans le

pays – plus de 6 grammes par portion en moyenne, alors que de tels produits en sont exempts en Suisse et dans l'Union européenne. « Il faudrait continuer à acheter du Cerelac ? Non, je ne le ferai plus », disait-elle, indignée.

Une plainte contre Nestlé au Cameroun

« L'inacceptable scandale », titrait en février le journal camerounais Le Témoin, relatant l'offensive média-



© Association Ivoirienne des Consommateurs

tique et judiciaire lancée par le Mouvement National des consommateurs du Cameroun. Lors d'une conférence de presse organisée à Yaoundé, sa présidente a annoncé le dépôt d'une plainte contre Nestlé pour lutter contre ce «double standard colonial» et créer un précédent dissuasif. L'organisation a aussi appelé les autorités à agir au plus vite afin de protéger la santé des enfants.

Au Nigeria, principal marché africain pour Cere-lac, la CADEF, une association nigériane de défense des consommateurs et consommatrices, a réuni en avril un large panel d'acteurs pour parler de ces enjeux : organisations de la société civile, autorités de régulation, ministères, professionnel-le-s de santé. Cette conférence très médiatisée, à laquelle Public Eye a participé, a marqué un nouveau tournant dans la mobilisation en faveur d'une réforme urgente visant à interdire les sucres ajoutés des aliments pour nourrissons au Nigeria.

Notre enquête continue par ailleurs de faire les gros titres dans d'autres pays, comme au Maroc, où la

Fédération nationale des associations de consommateurs a interpellé Nestlé en mai, lui demandant de mettre un terme à cette « pratique discriminatoire entre les marchés européens et africains ». De nombreuses associations à travers le continent réclament aujourd'hui aussi un étiquetage nutritionnel plus transparent ainsi qu'un renforcement des standards au niveau national, en ligne avec les recommandations de l'Organisation mondiale de la Santé. L'agence onusienne appelle en effet à bannir tous les sucres ajoutés de la nourriture pour bébés et jeunes enfants de moins de 3 ans.

Vers un changement de loi en Inde ?

En Inde, la secousse provoquée par nos premières révélations, en 2024, continue aussi de produire ses effets. Selon des sources officielles citées par la presse indienne, l'Autorité indienne de sécurité sanitaire des aliments (FSSAI) prévoit d'interdire tous les sucres ajoutés des produits destinés aux bébés âgés de 6 à 24 mois. Si elle est mise en œuvre, cette réglementation contribuerait à lutter contre l'obésité infantile, devenue un enjeu majeur de santé publique dans le pays.

Ces derniers mois, Nestlé a dû faire face à une autre tempête. Le scandale des laits infantiles contaminés par la céréulide, une toxine très résistante pouvant provoquer des vomissements et des diarrhées sévères chez les nourrissons, a jeté une lumière crue sur les failles des mécanismes de contrôle sanitaire des géants de l'agroalimentaire. Une nouvelle affaire qui témoigne du manque de transparence et d'éthique de la multinationale aux oasis, ainsi que de la nécessité, pour les autorités, de mieux encadrer ses pratiques. ■



Photo ci-dessus : des manifestant.e-s en Côte d'Ivoire demandent à Nestlé de commercialiser des produits sans sucre dans le cadre d'une journée d'action organisée par l'Association Ivoirienne des Consommateurs.

À droite : à l'origine de la mobilisation, l'enquête de Public Eye publiée en ligne et dans le magazine de novembre 2025.



© Groupe régional Zurich



© Groupe régional Vaud



© Groupe régional Suisse centrale



© Groupe régional Berne

« Stop Chiquita »: les groupes régionaux mobilisés

Depuis avril, les dix groupes régionaux s'engagent avec enthousiasme dans toute la Suisse pour la campagne « Stop Chiquita ». De Neuchâtel à Genève, en passant par Vaud, Zurich et Berne, les bénévoles organisent projections, stands et récoltes de signatures – et ont la banane malgré les révélations du reportage sur les conditions de travail inhumaines dans les plantations de Chiquita au Guatemala. Des actions sont prévues jusqu'à mi-septembre. ■

Pour en savoir plus sur les événements:

publiceye.ch/evenements

Pour rejoindre un groupe régional:

publiceye.ch/groupe-regionaux



Guerre, minerais et lutte pour les droits humains en RDC

Dans votre smartphone se cache peut-être un fragment du sous-sol congolais: cobalt, coltan, tantale... Des ressources indispensables à nos technologies, principalement extraites en République démocratique du Congo. Pourtant, malgré ces richesses exceptionnelles, le pays reste marqué par la corruption, une pauvreté extrême et des conflits meurtriers.

Comment expliquer cette « malédiction des ressources »? Dans cet épisode, Damian Veiga reçoit Dismas Kitenge Senga, président de l'ONG Lotus. Le défenseur des droits humains congolais décrypte les mécanismes qui alimentent, depuis des décennies, la violence en RDC – et parle du combat de la société civile contre l'impunité. ■



Pour visionner ce podcast: peye.link/mines-rdc



Mon œil!

Le podcast engagé de Public Eye

L'exploitation nous colle à la peau.



Ensemble, faisons pression sur Chiquita !
Rejoignez notre manifestation virtuelle
contre l'exploitation dans ses plantations.

stop-chiquita.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 IBAN CH64 0900 0000 1001 0813 5



publiceye.ch

[in publiceye_ch](https://www.linkedin.com/company/publiceye_ch) [@PublicEye](https://www.youtube.com/channel/UCPublicEye) [f @PublicEyeSuisse](https://www.facebook.com/PublicEyeSuisse) [@publiceye.ch](https://www.instagram.com/publiceye.ch) [@fr_publiceye.ch](https://www.twitter.com/fr_publiceye)

Agir ici pour
un monde
plus juste

Public Eye