

Article

« La labellisation et la lutte contre le travail des enfants »

Augendra Bhukuth

Études internationales, vol. 36, n° 2, 2005, p. 185-200.

Pour citer cet article, utiliser l'information suivante :

URI: <http://id.erudit.org/iderudit/011414ar>

DOI: 10.7202/011414ar

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI <https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : info@erudit.org

La labellisation et la lutte contre le travail des enfants

Augendra BHUKUTH*

RÉSUMÉ : Nous étudions l'efficacité de la politique de lutte contre le travail des enfants basée sur le commerce éthique dans l'industrie du tapis en Inde. Nous distinguons deux sortes de labels sociaux : ceux proposant une éradication complète du travail des enfants et ceux proposant d'éliminer les pires formes de travail des enfants. Dans une telle perspective les labels sociaux agissent à la fois sur la demande de biens labellisés et sur la demande de travail des enfants. Le rôle d'intermédiation des labels sociaux consiste à mettre en relation les consommateurs et les producteurs en informant les premiers sur les conditions de production du bien labellisé. Leur fiabilité est essentiellement limitée par la difficulté de contrôler les conditions réelles de fabrication des produits, à travers la sous-traitance. Ces pratiques se perpétuent donc malgré la labellisation des firmes exportatrices.

ABSTRACT : We study the effectiveness of the anti-child labour policy, based on ethical trade in the carpet industry in India. We distinguish between two kinds of social labels: those vouching for a complete eradication of child labour and those seeking to eliminate the worst forms of child labour. Within this perspective, social labels have a simultaneous impact on the demand for goods and that for child labour. The intermediary role of social labels serves to create a link between consumers and producers by informing the former about the conditions in which the labelled good is produced. Its reliability is mainly limited by the difficulty in controlling the real conditions of production through the sub-contracting enterprises. These practices are perpetuating despite the labellisation of export-led firms.

Dans un contexte international de plus en plus concurrentiel, le respect des droits fondamentaux des travailleurs constitue un des éléments de la lutte que livrent les Organisations non gouvernementales (ONG), telles que Human Right Watch et Save the Children, contre les firmes multinationales (FMN). Les ONG participent, à côté de certaines institutions internationales (BIT, OIT...), à la lutte contre les mauvaises conditions de travail auxquelles sont soumis les travailleurs, et parmi eux les enfants, ainsi que leur exploitation sur les lieux de production. L'OIT a, par exemple, classé certaines formes de travail des enfants (travail forcé et obligatoire) dans la catégorie de « l'esclavage moderne¹ ».

* Économiste à l'Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines, France.

L'auteur tient à remercier Jérôme Ballet, Jean Luc Dubois et Isabelle Droy pour leurs commentaires avisés qui lui ont permis d'améliorer cet article.

1. Pour une discussion plus approfondie sur cette expression voir Christophe BORMANS, « Esclavage moderne et idéologie antique », *Revue Tiers monde*, n° 148, octobre/décembre 1996, pp. 787-802.

Les entreprises justifient-elles l'emploi des enfants par l'intensification de la concurrence internationale ? Le travail des enfants serait un moyen efficace de réduire le coût de production². De plus dans le secteur du tapis, les entrepreneurs avancent l'argument selon lequel leur compétitivité sur un marché concurrentiel dépend certes du prix du produit mais aussi de sa qualité. Les enfants permettraient de répondre favorablement à ces deux exigences. Ils sont à la fois bon marché et la qualité du tapis tissé à la main dépend de la finesse de leurs doigts (*Nimble Fingers*).

L'exploitation des enfants n'est cependant pas un phénomène nouveau et plusieurs solutions ont déjà été proposées. À titre d'exemple, afin d'arracher les enfants des usines, les ONG créent des écoles dans les villages, leur offrant ainsi la possibilité de poursuivre leurs études plus longtemps. Cette démarche vise en premier lieu les enfants qui ne sont pas encore entrés sur le marché du travail. Concernant les enfants au travail, des structures de formation professionnelle sont créées donnant ainsi la possibilité à ces enfants travailleurs d'acquérir une compétence professionnelle. Cette démarche de création d'écoles semble avoir eu, par exemple, des résultats probants dans le district de Salkiot au Pakistan. Les études montrent que dans ce district, leader mondial dans la fabrication des ballons cousus à la main, 5 500 enfants travailleurs ont pu retrouver les bancs de l'école³. Dans la même industrie, à Jalandhar en Inde, selon le rapport NLI (National Labour Institute), il y aurait 10 000 enfants travailleurs, dont 1 350 travailleraient à plein temps tandis que les autres combinaient l'école et le travail. Dans cette catégorie d'enfants, les deux tiers sont âgés de 5 à 12 ans. Cette étude montre qu'une telle combinaison travail-école est cependant difficile à tenir, compte tenu de l'intensité du travail et du nombre d'heures passées à l'usine⁴. De fait, la plupart des enfants abandonnent l'école à partir de 10 ans.

Récemment, la création de labels sociaux est venue compléter la palette des moyens d'action. Les labels entrent dans le cadre du commerce éthique en garantissant aux consommateurs le respect d'un certain nombre de règles dans la production du bien labellisé. Ce peut être un texte écrit ou un symbole porté sur les produits et attestant du respect des règles établies. Dans le cadre des labels sociaux, il est demandé aux firmes de respecter les conditions de travail et le droit du travail conformément aux conventions internationales en la matière.

-
2. Mohini GULRAJANI, « Travail des enfants et secteur de l'exportation. Une étude de cas : l'industrie du tapis indien », dans B. SCHLEMMER (dir.), *L'enfant exploité. Oppression, mise au travail, prolétarisation*, Karthala-Orstom, Paris, 1996.
 3. CLEAN CLOTHES CAMPAIGN, *The Dark Side of Football. Child and Adult Labour in India's Football Industry and the Role of FIFA*, India Committee of the Netherlands, juin 2000, www.cleanclothes.org/campaign/liwfootball.htm.
 4. Les enfants âgés de 6 à 12 ans travaillent environ 7,5 heures par jour alors que les enfants de 13 ans et plus travaillent plus de 9 heures (CLEAN CLOTHES CAMPAIGN).

Dans cet article, nous cherchons à savoir si les labels sociaux constituent une politique de lutte efficace contre le travail des enfants. Pour cela nous étudierons la structure organisationnelle des entreprises qui emploient des enfants, tout en montrant le rôle que les labels sociaux peuvent jouer dans une telle structure. Nous prendrons pour cela l'exemple de l'industrie du tapis, et ceci pour deux raisons. D'une part, cette industrie est la plus grande utilisatrice d'enfants comme main-d'œuvre, d'autre part, elle compte déjà un nombre important de labels sociaux.

Dans une première section, nous présentons le développement des labels sociaux, notamment en tant qu'alternative au boycott. Dans une seconde section, nous nous focalisons sur l'industrie du tapis et examinons la place des labels sociaux dans cette industrie. Dans une troisième section, nous présentons un certain nombre d'arguments critiques concernant l'efficacité de ces labels.

I – Le développement de la labellisation sociale

A — Le label : une alternative au boycott

Le boycott des produits fabriqués par des enfants a donné lieu en 1992 à une loi, la loi Harkin⁵ du nom du sénateur américain qui l'a proposée. Cette loi avait pour objet de réduire l'exploitation des enfants sur les lieux de travail et de conduire à terme à sa disparition totale. Cette loi est cependant loin d'avoir rempli son objectif. Elle a produit un certain nombre d'effets pervers parmi lesquels la dégradation de la situation de travail des enfants. Par exemple, la menace de boycott a conduit les producteurs bengalis à ne plus employer d'enfants. Ces derniers, faute de pouvoir trouver un emploi dans le secteur formel, se sont lancés dans des activités informelles dangereuses pour leur santé et pour leur développement physique et mental.

Le principal reproche qui est fait au boycott est qu'il ne prend pas en compte la situation financière des familles, facteur pourtant essentiel de la mise au travail des enfants. La politique de boycott focalise son action sur la seule demande en sanctionnant les producteurs. Les enfants et leurs familles subissent le contre-coup de cette politique et la diminution de leurs ressources aggrave leur pauvreté et leur vulnérabilité.

5. La loi du sénateur T. Harkin de 1992 : « The Child Labour Deterrence Act ». Cette loi n'est pas encore votée mais elle est introduite chaque année au congrès des États-Unis. L'objectif de cette loi est d'interdire toutes les importations américaines de produits manufacturés produits par les enfants. En 1996, le Sénateur a introduit au congrès des États-Unis « The Child Labour Free Consumer Information Act ». L'objectif est d'informer les consommateurs du danger que représente la consommation de biens produits par le travail des enfants. En 1997, le sénateur B. Sanders a fait passer la loi « Bonded Child Labour Elimination Act » interdisant l'importation des produits fabriqués par les enfants de moins de 15 ans en situation de servitude.

Face aux limites du boycott, des ONG ont élaboré une politique de labellisation des produits utilisant particulièrement la main-d'œuvre infantile. La labellisation est moins directe que le boycott ; elle consiste à faire prendre conscience aux consommateurs du danger que représente l'achat d'un produit fabriqué par des enfants soumis à de mauvaises conditions de travail. Elle vise comme le boycott à exercer une pression sur les entreprises qui recourent à de la main-d'œuvre infantile, mais en les incitant à modifier leurs pratiques pour conserver leurs parts de marché sans affecter immédiatement la situation financière des ménages. Ainsi, tandis que le boycott consiste à pénaliser les entreprises qui ne respectent pas les standards sociaux internationaux en matière de travail, les labels sont des signes valorisant les entreprises qui respectent ces standards.

Au cours de la deuxième moitié de la décennie quatre-vingt-dix, les labels sociaux ont fait leur apparition. On compte actuellement environ dix-huit labels sociaux dont dix font de leur objectif prioritaire la lutte contre le travail des enfants. Plusieurs secteurs exportateurs sont particulièrement visés par ces labels. Il s'agit des secteurs les plus exposés au travail des enfants, principalement l'industrie du tapis oriental, le secteur agricole (cacao, café, banane), l'industrie du textile habillement, l'industrie du *sportswear*.

Il faut ici distinguer deux formes de signes : les codes de conduite et les labels. Le code de conduite est un texte qui réunit l'ensemble des engagements qu'une entreprise et/ou un groupe d'entreprises s'engagent à respecter en matière de conditions sociales dans le processus de production. Le code de conduite émane des entreprises elles-mêmes. Le label est au contraire le fait d'institutions indépendantes. Certaines entreprises multinationales opérant dans les pays en développement, où la labellisation sociale devenait une manière de signaler les bonnes pratiques en matière sociale, ont pris la décision de se positionner sur le marché en émettant des codes de conduite pour survivre sans les labels⁶. Le label social est, lui, un symbole ou un texte qui, dans le cadre du commerce éthique, atteste du respect d'un certain nombre de règles dans le processus de fabrication du bien labellisé⁷.

B — Le développement d'un marché des labels sociaux

Le développement des labels sociaux repose en bonne partie sur une logique de marché de sorte que l'on peut parler de marché des labels sociaux. Sur ce marché, l'offre est très concurrentielle avec une multitude d'offres (entreprises, organismes indépendants, associations des droits des consomma-

6. Janet HILOWITZ, « Labelling Child Labour Products, A Preliminary Study », *International Labour Review*, vol. 136, n° 2, 1997.

7. Olivier SOUMERYN-SCHMIT et Dragos CONSTANTINESCU, « Responsabilité sociale, manuel pour les détaillants en textile », Association européenne des Organisations nationales des détaillants en textile, Bruxelles, Belgique, 2002.

teurs et des droits de l'homme, autres institutions non gouvernementales...). La recrudescence du nombre de labels constitue une véritable « inflation des labels⁸ ».

Les labels sociaux s'insérant dans le cadre du commerce éthique mettent les entreprises face à leurs responsabilités sociales. Les ONG dans la plupart des cas sont des organes émetteurs de labels sociaux. Certaines d'entre elles travaillent en étroite collaboration avec leurs gouvernements ; ceci est le cas du label « Rugmark » en Allemagne. Le développement de labels sociaux crée un marché concurrentiel. Au sein d'une même industrie plusieurs labels coexistent et se concurrencent.

Par exemple, l'industrie de la tapisserie compte quatre labels sociaux, dont trois sont originaires d'Europe et un indien. Ces labels sociaux sont : Rugmark, Care & Fair, Step et Kaleen. Rugmark, Care & Fair sont des labels allemands, Step est un label suisse et enfin Kaleen est un label indien. Les trois labels européens sont émis par des ONG alors que Kaleen est émis par le gouvernement indien sous l'égide du ministère du Commerce et du Travail.

Pour prendre d'autres illustrations, le secteur agricole compte six labels : Eco-OK, Fairtrade, Fairtrade Labelling Org, Flower Label Program, Max Havelaar, Transfair. Parmi ces labels seul Fairtrade Labelling Org a défini un objectif de lutte contre le travail des enfants. L'industrie du textile compte deux labels sociaux : Clean Clothes, Double Income Project. L'objectif principal de Double Income Project est de lutter contre le travail des enfants alors que Clean Clothes n'en fait pas une priorité. L'industrie du *sportswear* dispose de trois labels : Baden, Pro Child et Reebok. Les trois labels ont pour objectif de lutter contre le travail des enfants. Les labels SA 8000 et Abrinq s'appliquent à l'ensemble des secteurs et ont pour objectif la lutte contre le travail des enfants.

L'offre de labels sociaux est confrontée à deux sortes de demandes, d'un côté celle des producteurs⁹ et, de l'autre, celle des consommateurs. Ces deux acteurs demandent les labels sociaux pour des raisons différentes. Les producteurs voient dans le label un moyen de pénétrer de nouveaux marchés, de conserver leur part de marché interne ou d'accroître leur part de marché dans des pays d'exportation. La demande des consommateurs¹⁰ en labels sociaux est une demande du respect des droits des travailleurs et des droits de l'homme

8. Anne PEETERS, « Les labels sociaux », Séminaire organisé par la Commission européenne et la Présidence française, Groupe de recherche pour une stratégie économique alternative (GRESEA) Bruxelles, Belgique, 2000.

9. Le terme producteur comprend ici les fournisseurs et les FMN.

10. Les consommateurs de produits certifiés par des labels sociaux se trouvent essentiellement dans les pays développés, Europe et États-Unis. Les faits relatés par les ONG concernant les mauvaises conditions de travail des employés dans les pays en voie de développement ont entraîné une prise de conscience de la part des consommateurs du nord.

dans les pays en développement. Les consommateurs agissent de manière éthique à travers l'achat de produits qui respectent les normes sociales et environnementales internationales.

La formation du marché des labels sociaux n'est pas naturelle. Les activistes luttant contre l'exploitation des travailleurs dans les pays en développement et les défenseurs des droits de l'homme sont les initiateurs de ce marché.

Les activistes, en jouant sur la conscientisation des consommateurs, tentent de forcer les producteurs à adhérer à leurs labels. Cependant, ce marché est loin d'être entièrement intégré ; il existe encore de nombreux consommateurs qui ne sont pas soucieux du caractère éthique de leur consommation et de nombreux producteurs qui sont réticents à adhérer à de telles pratiques.

Le marché des labels sociaux est loin de fonctionner comme un marché parfaitement concurrentiel, puisque toutes les conditions ne sont pas réunies. Si une prolifération de labels du côté de l'offre semble avoir lieu, du côté de la demande l'adhésion aux labels sociaux reste limitée. Certains producteurs ont la conviction que les labels visent à réduire leur compétitivité au niveau international. L'imposition de labels sur les produits engendre un coût supplémentaire qui se reflète sur le prix de vente. Les coûts qu'engendrent les produits labellisés sont supportés par les importateurs qui doivent verser un certain pourcentage aux ONG, pour la réhabilitation des enfants travailleurs et la création d'écoles, sur les ventes de leurs produits importés. Ce pourcentage varie de 1 % à 2 % pour les labels Rugmark, Care & Fair. Au final, les prix des produits labellisés augmentent, excluant par la même occasion les consommateurs ne voulant pas payer un prix plus élevé et ceux qui ne sont pas soucieux du caractère éthique de leur consommation.

II – L'industrie du tapis et la labellisation

A — L'industrie du tapis et le contexte international

La mondialisation de l'économie a eu pour conséquence la délocalisation de nombreuses productions destinées aux marchés des pays développés et l'emploi de la main-d'œuvre infantile et féminine comme moyen de réduire les coûts de production, particulièrement dans les industries à faible intensité capitalistique. Si la main-d'œuvre féminine est très répandue dans le secteur du textile, les enfants sont fortement employés dans l'industrie de la tapisserie et l'industrie lapidaire. Certaines activités sont exclusivement réservées aux enfants alors que dans d'autres activités à faible intensité capitalistique ces deux forces de travail sont mutuellement concurrentielles¹¹.

11. Charles DIAMOND et Tammy FAYED, « Evidence on Substitutability of Adult and Child Labour », *The Journal of Development Studies*, vol. 34, n° 3, 1998, pp. 62-70.

La situation des enfants sur le marché du travail est très préoccupante puisque, dans la mesure où ils ne sont pas censés travailler, ils ne disposent d'aucune protection syndicale en tant que travailleurs. Ils constituent alors la « voix silencieuse de la main d'œuvre¹² » que les producteurs exploitent pour gagner des parts de marchés au niveau international.

Le secteur du tapis n'échappe pas à la concurrence internationale. Les industriels indiens sont en concurrence avec les industriels népalais, chinois, pakistanais, iraniens et marocains. Cette industrie étant faiblement mécanisée, la compétitivité dépend fortement du coût de la main-d'œuvre. L'Inde est le premier pays exportateur de tapis du monde avec 19 % de l'exportation mondiale¹³. Ce pays a profité de la faiblesse de l'industrie iranienne du tapis, victime de la loi contre le travail des enfants¹⁴. L'Inde fait face à la concurrence des pays comme la Chine et le Népal. Selon les industriels indiens, les industriels chinois fixeraient le prix du tapis à un niveau extrêmement bas, obligeant leurs concurrents à réduire leurs coûts de production. La concurrence livrée par les Chinois serait en fait déloyale puisque les industriels sont subventionnés par leur gouvernement. Par ailleurs, les producteurs indiens font face à un problème majeur : ils ne peuvent jouer sur le coût de la laine, matière première du secteur. Ils importent de la laine en grande partie de Nouvelle-Zélande (50 % des importations¹⁵), de meilleure qualité que la laine indienne, de toute manière insuffisante pour la mise en œuvre de l'ensemble de la production. Or, le prix de la laine est élevé et fluctue en fonction de la politique de change du pays. La manière la plus radicale de réduire le coût de production consiste donc à abaisser le coût salarial.

Par ailleurs, pour justifier l'emploi des enfants dans cette industrie, les producteurs avancent l'argument de *nimble fingers*, les doigts fins des enfants comme une source de productivité de cette industrie. Une étude réalisée par Levinson *et al.*¹⁶ réfute l'argument de *nimble fingers*. Elle montre que les adultes sont aussi productifs que les enfants et que les doigts fins des enfants constituent un faux argument. Selon Gulrajani, c'est bien la réduction du coût de production qui pousse à l'utilisation de la main-d'œuvre infantile¹⁷.

Dans un contexte où la législation internationale sur le travail des enfants prend de l'ampleur, et pour éviter d'être sanctionnés, les producteurs indiens ont organisé la production d'une manière pyramidale.

12. Cette expression traduit l'idée que les enfants ne peuvent revendiquer un statut de travailleur dans la mesure où la législation du travail dans presque tous les pays ne leur reconnaît pas le statut d'enfants travailleurs.

13. Alakh N. SHARMA, « Impact of Social Labelling on Child Labour in Carpet Industry », *Economic and Political Weekly*, 28 décembre 2002.

14. Mohini GULRAJANI, *op. cit.*

15. *Ibid.*

16. Deborah LEVISON, Richard ANKER, Shahid ASHRAF et Sandhya BARGE, *Is Child Labour Really Necessary in India's Carpet Industry*, ILO/IPEC, Genève, 1996.

17. Mohini GULRAJANI, *op. cit.*

B — La structuration pyramidale de la production

Durant la décennie quatre-vingt-dix, le système de sous-traitance a supplanté « les investissements directs étrangers », notamment dans les industries à faible intensité capitalistique. Les firmes multinationales n'installent plus d'usines de fabrication, la production étant désormais organisée par des entrepreneurs locaux¹⁸.

Cette forme de structuration de l'activité accentue la segmentation du marché mondial entre la sphère productive et la sphère commerciale. Les pays en développement se spécialisent dans la sphère productive à faible intensité capitalistique et les pays développés dans la sphère commerciale. La structure organisationnelle d'un tel système est dichotomique puisque, compte tenu du rapport de force existant entre les deux sphères, la sphère commerciale dispose de tous les pouvoirs et contraint la sphère productive en exerçant une pression constante et forte afin que celle-ci réduise le coût de production et donc le prix des produits. La faible organisation de la sphère productive empêche cette dernière d'agir efficacement sur la sphère commerciale.

Cette nouvelle forme d'organisation de la production au niveau mondial est conforme à la logique de la division internationale du travail. Les pays en développement se chargent de la production du bien à faible intensité capitalistique ne nécessitant pas une main-d'œuvre qualifiée et les pays développés de la conception du produit et de sa commercialisation. Ainsi, les firmes multinationales se réservent les activités créatrices de plus-values et dont la spécialisation nécessite une main-d'œuvre qualifiée et des investissements importants en recherche et développement. Cette structure organisationnelle est de forme pyramidale, avec des donneurs d'ordre que sont les firmes multinationales et les exécutants représentés par les firmes productrices.

Dans un univers extrêmement concurrentiel ce processus conduit à une déflation compétitive se traduisant par une baisse du coût de production. Le marché du travail des pays en développement est flexible et faiblement réglementé ; dans certains pays la réglementation inexistante ou très faiblement contraignante permet aux firmes exportatrices de répondre favorablement à la demande des FMN tout en constituant un environnement propice à l'exploitation des travailleurs.

Afin de comprendre les mécanismes aboutissant à l'exploitation des travailleurs et des enfants dans l'unité de production il faut d'abord comprendre l'organisation de la structure productive. La sphère productive est organisée comme un réseau de production très dense avec des intermédiaires à plusieurs niveaux. Les exportateurs prospectent le marché en cherchant des contrats

18. François CHESNAIS, *La mondialisation du capital*, nouv. éd. actualisée, Paris, Syros, Alternative économique, 1997.

auprès des FMN ; les contrats sont délégués à une ou plusieurs entreprises pouvant répondre à la commande dans un délai très court. La production est organisée autour des entreprises structurées formellement ayant une faible intensité capitaliste dans lesquelles la main-d'œuvre féminine est largement représentée (80 % de la main-d'œuvre totale de ces entreprises) ; la présence de la main-d'œuvre infantile y est très marginale. Les exportateurs sont dans la plupart des cas propriétaires ou actionnaires de ces entreprises formelles. Pour répondre rapidement au délai de livraison et produire à moindre coût, la production est confiée à une unité de production d'échelon inférieur, à savoir aux micro-entreprises détenues par les maîtres artisans (les firmes exportatrices contrôlent ces entreprises) et aux unités de production familiale. Ces entreprises familiales dispersées et atomisées sont contraintes de produire au moindre coût pour obtenir des commandes, tout en garantissant la qualité du produit et le délai de livraison. Ces activités domestiques constituent bien souvent le seul moyen de survie pour ces familles. Ce sont dans ces petites unités domestiques que l'on trouve le travail des enfants, et notamment la main-d'œuvre féminine infantile. La production s'effectue dans un cadre familial, la main-d'œuvre est composée des membres de la famille. La production exclut la rémunération de la main-d'œuvre familiale alors que la main-d'œuvre villageoise composée essentiellement de la main-d'œuvre infantile est faiblement rémunérée par rapport à sa productivité.

La sphère commerciale est aussi organisée de manière pyramidale avec une structure à trois niveaux. Au sommet de la pyramide se trouvent les grandes entreprises multinationales. Elles ont la responsabilité de concevoir les produits qui seront ensuite fabriqués dans les pays en développement selon la structure productive que nous venons de décrire. Les firmes multinationales se chargent aussi de la commercialisation du produit qui fait l'objet d'une étude de marketing sensibilisant les consommateurs. Ces entreprises investissent énormément de capitaux dans la conception du produit et les stratégies de vente. Afin de rentabiliser leurs investissements elles font pression sur les entreprises des pays en développement pour que ces dernières réduisent les prix de production.

À un niveau inférieur de la pyramide nous retrouvons les détaillants qui ont la charge de vendre ces produits, et enfin à la base de la structure nous avons les consommateurs. Les détaillants sont des intermédiaires entre les consommateurs et les firmes multinationales. Les consommateurs ne disposant généralement que de très peu d'informations concernant les conditions de production des produits qui leur sont destinés.

L'opacité de la structure productive est telle qu'elle rend difficile toute négociation de la part des entreprises familiales avec les grandes entreprises de même que les consommateurs n'ont que peu d'influence sur les firmes multinationales. Dans les deux sphères le rapport de force suit une logique verticale descendante ; les acteurs se trouvant à la base de la pyramide ne disposent d'aucun moyen pour agir sur le comportement des acteurs se trouvant au sommet de la pyramide.

C — L'ampleur du problème

Il est difficile de quantifier le travail des enfants dans l'industrie du tapis en Inde tant la zone géographique est étendue et le nombre de petits ateliers important. L'industrie du tapis en Inde est essentiellement concentrée dans la zone appelée *the carpet belt* qui comprend la région de Mirzapur, Bhadohi et Varanasi de l'État de Uttar Pradesh. On trouve aussi d'autres ateliers dans l'État de Bihar, Madhya Pradesh, Rajasthan, Kashmir et Jammu. Cependant, c'est la zone de la *carpet belt* qui fait l'objet d'une surveillance accrue de la part du gouvernement indien mais aussi des ONG. Cette région exporte en effet 80 % du tapis indien.

L'estimation du nombre d'enfants présents dans cette industrie varie selon les organismes et leurs intérêts. Les activistes annoncent un nombre d'enfants travailleurs plus élevé que les statistiques du gouvernement indien. Cette différence s'explique par les approches conceptuelles et méthodologiques adoptées pour comptabiliser le travail des enfants dans cette industrie. Une étude réalisée par Juyal montre qu'il y a 2,92 enfants par atelier sur un total de 350 000 enfants travailleurs¹⁹. Soixante-dix pour cent de la main-d'œuvre est composée d'enfants dont 76,09 % sont des enfants salariés et le reste, des aides familiaux. Selon Vijayagopalan, la zone de la *carpet belt* compte 8 % d'enfants travailleurs dont 4,4 sont des aides familiaux et 3,6 sont salariés²⁰. Ainsi, sur un total de 1,5 million de travailleurs, 120 000 seraient des enfants. Selon cette étude, parmi les enfants salariés, 35 % sont des enfants migrants de l'État de Bihar, 21 % viennent de l'est de Uttar Pradesh et 11 % sont de Madhya Pradesh. Une étude réalisée par Anker *et al.* indique que sur un total de 130 000 enfants travailleurs, 120 000 sont engagés dans une activité de tissage et 10 000 se trouvent dans une branche de cette industrie²¹. Selon Sharma, la zone de la *carpet belt* comptabilise 48 % des enfants travailleurs, les autres régions de Uttar Pradesh (Allahabad et Kashambi) comptent environ 10 % d'enfants travailleurs, l'État de Bihar en compte 18,02 % et la région de Agra et de Jaipur 23,47 %²².

L'industrie du tapis est dangereuse et met en danger le développement physique et mental des enfants et, en tant que telle, fait l'objet d'investigations de la part d'ONG (Human Rights Watch et autres). Ces organisations relatent des histoires d'enfants maltraités (enfants battus avec des tiges métalliques, brûlés au fer rouge), d'enfants kidnappés, pendus du haut d'un arbre pour

19. B.N. JUYAL, *Child Labour in the Carpet Industry in Mirzapur-Bhadohi*, International Labour Office, Genève, 1993.

20. S. VIJAYAGOPALAN, *Child Labour in Carpet Industry. A Status Report*, National Council of Applied Economic Research, New Delhi, 1993.

21. Richard ANKER, Sandhya BARGE, S. RAJAGOPAL et M.P. JOSEPH, *Economics of Child Labour in Hazardous Industries in India*, Centre for Operation Research and Training, Baroda, 1998.

22. Alakh N. SHARMA, *op. cit.*

dissuader les éventuels fugeurs. Il peut être difficile de croire à de telles histoires. Ce qui est certain, c'est que Iqbal Masih²³ a été tué parce qu'il gênait.

Dans cette industrie, les enfants ont des problèmes de peau dus aux produits chimiques utilisés pour teindre la laine. Ils ont aussi des problèmes pulmonaires à cause des flocons de laine se trouvant dans l'air et qu'ils respirent. Les enfants travaillent des longues heures en restant sur une même position, ils souffrent de maux de jambes et de dos. La concentration sur des motifs à travailler altère leur vision. Ils sont rémunérés à la pièce, c'est le *piece rate system*. Leur rémunération dépend par ailleurs de la qualité du tissage. Il est difficile de donner leur salaire exact. Cependant, selon Sharma les enfants engagés comme aides familiaux ne reçoivent aucun salaire, tandis que ceux qui sont salariés ont le statut d'apprenti et reçoivent environ Rs2-5 par jour²⁴.

Le cas des enfants migrants est bien pire encore. Les enfants migrants font l'objet d'un échange argent contre main-d'œuvre. Ces enfants sont recrutés par l'intermédiaire d'agents de recrutements, qu'on appelle *maistries*, qui se chargent de prospecter le marché. Ils recrutent parmi les gens de leur caste et leur village²⁵. Les intermédiaires avancent de l'argent aux parents contre la main d'œuvre infantile. Les enfants sont chargés de rembourser la dette de leurs parents. C'est le principe de la *servitude pour dette*²⁶. Ainsi, dans l'industrie du tapis, les enfants en travaillant pour leur employeur remboursent la dette de leurs parents. Les enfants sont embauchés pour une période définie qui varie selon le montant de la dette des parents. Celle-ci peut varier de 1 à 10 ans. Le montant de la dette varie entre Rs2000-5000. Généralement 50 % du salaire est versé pour le remboursement de la dette et les 50 % restants sont destinés à la nourriture. En fait, la plupart du temps, les enfants ne perçoivent pas de salaire car la nourriture est fournie par les employeurs. Lorsque les enfants font des fautes, ils aggravent la dette, ils contractent à leur tour une dette²⁷. Ainsi, ils doivent travailler plus longtemps pour rembourser aussi leur dette. Ce système permet de garder plus longtemps les enfants dans l'industrie et de continuer à produire à moindre coût.

23. Iqbal Masih a fait l'objet d'un échange contre de l'argent à l'âge de 4 ans. À 11 ans il a été libéré de sa situation de servitude pour dette par Essan Khan, président d'une ONG pakistanaise : La Ligue contre le travail des enfants. Il était devenu un porte-parole important des enfants travailleurs et a vraisemblablement été assassiné pour cette raison.

24. Alakh N. SHARMA, *op. cit.*

25. Ramesh KANBARGI, « Child Labour in India. The Carpet Industry of Varanasi », in A. BEQUELE et J. BOYDEN (dir.), *Combating Child Labour*, ILO, Genève, 1988, pp. 93-108.

26. Pour une étude de la servitude pour dette voir A. BHUKUTH, « La relation crédit-travail et le capital social. Le cas de l'industrie de la briqueterie de l'Inde du Sud », in J. BALLET et K. RADJA (dir.), *Le capital social en action. Territoires et transferts*, Paris, L'Harmattan, 2005 ; Michel BONNET, « Le travail des enfants à la lumière de la servitude pour dettes », in B. SCHLEMMER, *op. cit.*

27. Michel BONNET, *op. cit.*

D — L'existence de deux formes de labellisation

L'objectif premier de l'IPEC (International Program for Eliminating Child Labour), programme créé par le BIT, était l'éradication complète du travail des enfants dans les pays en développement. Compte tenu de la complexité du phénomène, cet objectif a été révisé. Désormais, l'exploitation des enfants par le travail et le travail forcé fait l'objet d'une lutte et d'une éradication prioritaires. Il faut en effet distinguer deux formes de travail des enfants : le *child work* est une forme tolérée et tolérable du travail infantile, il est considéré comme ne participant pas à l'exploitation des enfants alors que le *child labour* est combattu par l'IPEC et son éradication constitue un objectif prioritaire. Cette dernière forme de travail est considérée comme dangereuse²⁸.

De ces deux formes de travail des enfants résultent deux formes distinctes de lutte contre le travail des enfants par la labellisation. Une première forme tente d'éradiquer intégralement le travail des enfants tandis que la seconde forme cherche à éliminer l'exploitation et le travail forcé. Cette deuxième forme de label tolère le travail des enfants et fait en sorte que son élimination soit progressive. Néanmoins elle prône une éradication complète de toute forme d'exploitation ainsi que le travail forcé. Le label Rugmark dans l'industrie de la tapisserie se démarque des autres labels en prônant une politique d'éradication complète du travail des enfants sur le continent d'Asie du Sud. Ce label a le soutien du gouvernement allemand qui veut le promouvoir dans le monde comme une référence. Face à cette politique de l'État allemand dans les affaires internes de l'État indien, celui-ci a créé un label alternatif, Kaleen label. Ce label se rapproche plus d'un code de conduite des entreprises qui font allégeance de respecter les clauses sociales du travail et ainsi d'éliminer progressivement le travail des enfants de la structure productive. Ce second type de label consiste à améliorer les conditions de travail des enfants et de tous les autres travailleurs, ainsi que l'éradication de l'exploitation. La priorité est accordée à l'amélioration de la situation des enfants travailleurs, de leurs familles et de la communauté en fixant des projets locaux financés à travers les objectifs initiaux de labellisation. Ces labels imposent le respect des conventions du BIT, encouragent une production respectueuse de l'environnement. Entrent dans cette catégorie de labels : Care & Fair, Step. Ces deux labels travaillent avec le gouvernement indien et ont des accords avec Kaleen qui a la charge de surveiller la bonne application des directives de ces labels. Afin d'atteindre leurs objectifs, les ONG jouent sur le pouvoir de sanction des consommateurs. Elles se placent sur le marché comme un intermédiaire faisant le lien entre la sphère productive et la dernière chaîne de la sphère commerciale. Le rôle essentiel des labels est de donner des signaux clairs aux consommateurs sur la qualité du produit, les conditions de travail auxquelles sont soumises les enfants, les pays d'origines, etc. Cette traçabilité du produit

28. Pour discussion complète sur ce sujet voir Bernard SCHLEMMER, « L'exploitation des enfants au travail. D'un problème social à une problématique en sciences sociales », *Revue Recherche Internationale*, n° 50, 1997, pp. 67-68.

donne aux consommateurs l'assurance de ne pas participer indirectement à la détérioration des conditions de travail des travailleurs des pays en développement et à leur exploitation. Les ONG disposent de l'arme médiatique pour réaliser leur double objectif, conscientiser les consommateurs et faire pression sur les producteurs. L'outil de communication devient leur allié. Dans une politique de labellisation, les consommateurs ont une position dominante sur le marché puisqu'ils contraignent les producteurs par leur comportement en demandant des produits à caractéristiques éthiques. Le rôle des ONG est important puisqu'à travers leurs campagnes médiatiques, elles arrivent à modeler le comportement des consommateurs et favorisent une « consommation intelligente ».

III – Des limites à l'efficacité de la labellisation

A — Première critique : les labels sociaux sont une nouvelle forme du protectionnisme

Dans le cadre du commerce international, les labels sociaux sont perçus par les pays en développement comme une mesure protectionniste informelle de la part des pays développés voulant réduire l'avantage comparatif dans la production de biens nécessitant une forte intensité en main-d'œuvre. Les règles sous-jacentes aux labels ont pour effet d'imposer une certaine rigidité dans une structure productive flexible, en accroissant les coûts de production et en changeant le processus de production. Cela permettrait de maintenir la compétitivité des secteurs utilisant une main-d'œuvre non qualifiée dans les pays développés. Les gouvernements des pays en développement accueillent avec réticence les ONG qu'ils considèrent comme une ingérence étrangère dans les affaires internes de leurs pays. Un certain nombre de pays²⁹ pensent que la labellisation comme le boycott constituent des formes de protectionnisme visant à réduire la compétitivité des entreprises des pays en développement.

B — Seconde critique : la labellisation ne concerne que peu d'enfants travailleurs

Les labels sociaux ne concernent que les produits destinés à l'exportation. Or, le nombre d'enfants employés dans l'industrie exportatrice ne représente que 5 % des enfants travailleurs³⁰. Cette proportion peut paraître faible compte tenu du nombre d'enfants travailleurs dans le monde. Selon les données avancées par l'ILO³¹, il y aurait 210 millions d'enfants travailleurs dans le

29. Voir Mohini GULRAJANI, *op. cit.* et pour l'Égypte, Sarah L BACHMAN, « The Political Economy of Child Labour and Its Impacts on International Business », *Business Economics*, juillet 2000.

30. Sarah L. BACHMAN, *op. cit.*

31. ILO, « Every Child Counts New Global Estimates on Child Labour », ILO/IPEC/SIMPOC, ILO, Genève, avril 2002.

monde âgés de 5 à 14 ans³². Cependant, comme le montre l'industrie du tapis, la proportion est faible aussi en raison de la structuration de la production sous forme pyramidale. Si le travail indirect des enfants participant, à travers le système de sous-traitance, à la production était pris en compte, ce chiffre serait bien plus élevé.

C — Troisième critique : la faible fiabilité du contrôle

L'existence de la sous-traitance sous la forme de travail informel rend le contrôle des inspecteurs difficile. Une des critiques les plus importantes qui ait été faite, remettait en cause la capacité des ONG à surveiller les usines dans un espace industriel très vaste, difficilement accessible aux surveillants. En Inde, le district industriel du tapis recouvre 260 000 km². Dans le cas du label Rugmark, cette fondation s'engage à contrôler toutes les entreprises enregistrées auprès de cette dernière ainsi que leurs entreprises sous-traitantes. Des contrôles inopinés sont effectués régulièrement, les entreprises ne respectant pas les règles de la fondation se voient retirer le label. Afin d'éviter la corruption, les inspecteurs sont bien rémunérés et les équipes de contrôle composées de deux personnes sont régulièrement changées. Une surveillance complète de l'ensemble du district industriel est certes quasiment impossible, cependant les organisations fournissant les labels ne contrôlent pas l'ensemble du district mais essentiellement les manufacturiers adhérant à leur label. De ce fait, ceux qui n'ont pas adhéré à ce système échappent à tout contrôle et peuvent user de la force de travail des enfants.

Concernant les fondations constituées d'un regroupement d'importateurs et de détaillants, ce qui est le cas de Care & Fair et Step, le contrôle est organisé de manière interne, c'est-à-dire que la responsabilité du contrôle est confiée aux importateurs qui doivent faire pression sur leurs fournisseurs afin qu'ils garantissent que les produits sont fabriqués dans le respect des règles. Cette relation se base sur la confiance entre les fournisseurs et les clients. Les clients doivent faire pression sur les fournisseurs et s'assurer lors de leurs visites dans ces pays que les règles sont respectées. Ce procédé ne garantit pas que les produits soient fabriqués sans recourir au travail des enfants. Ces fondations tolèrent le travail des enfants et son éradication ne constitue pas un objectif prioritaire ; elles essaient d'améliorer les conditions de travail ainsi que les conditions de vie des enfants et de leurs familles. Le contrôle est loin d'être effectif dans ces cas. Compte tenu de l'organisation tentaculaire de la production, les entreprises domestiques échappent à tout contrôle des importateurs. Les fondations Care & Fair et Step afin de pallier à cette lacune travaillent avec le gouvernement indien pour superviser les entreprises qui adhèrent à leurs labels.

32. Pour discussion sur l'estimation du travail des enfants de l'OIT, voir Kaushik BASU et Zafiris TZANNATOS, « The Global Child Labour Problem. What Do We Know and What Can We Do ? », *World Bank Economic Review*, vol. 17, 2003, pp. 147-173.

Cependant, dans un système régi par la sous-traitance, il est difficile d'attester que le travail a été réalisé sans les enfants. L'exemple de l'industrie du *sportswear* à Salkiot au Pakistan illustre bien ce problème. Les enquêtes montrent que, malgré les programmes d'éradication du travail infantile dans cette industrie, le travail des enfants persiste toujours au Pakistan et qu'il n'a pas régressé. Les observateurs ont constaté que le travail des enfants dans la sous-traitance à Salkiot ayant diminué, celle-ci s'est déplacée dans les districts limitrophes où les contrôles n'existent pas. Les entreprises ont fui la zone de contrôle de Salkiot pour d'autres districts afin de profiter de la main-d'œuvre bon marché infantile. Le déplacement des activités de sous-traitance d'une zone géographique à une autre rend en fait tout contrôle extrêmement difficile.

De plus, les ONG formées à partir des associations d'entreprises ont un problème de crédibilité concernant leurs capacités à surveiller les usines. Un certain nombre d'entre elles exécutent cette tâche de manière interne et sont fortement dépendantes financièrement des firmes multinationales. L'efficacité de leur action dépend alors de leur autonomie par rapport à ces firmes. Dans l'industrie du tapis, les associations d'importateurs et de détaillants (Care & Fair et Step) ont la charge de surveiller les usines et de faire appliquer les codes de conduite par leurs fournisseurs lors de leur visite sur les lieux de production. Dans un tel contexte, la pression exercée sur les fournisseurs est nettement moins forte.

D — Quatrième critique : le manque de fiabilité des labels

Les entrepreneurs peuvent utiliser plusieurs labels sociaux et fournir plusieurs importateurs. Les labels sociaux permettant à un exportateur de fournir plusieurs importateurs sous des labels différents, cela lui permet de s'ouvrir à un marché plus vaste. L'hétérogénéité des labels permet à l'industrie de jouer sur différents tableaux. Elle peut réaliser une partie de sa production dans une usine formelle avec de bonnes conditions de travail et obtenir un label pour cette activité, mais parallèlement utiliser d'autres labels moins contraignants pour d'autres productions, voire tenter d'apposer le label sur une partie de sa production sous-traitée dans des entreprises informelles en utilisant une main-d'œuvre infantile. On retrouve alors le problème de la difficulté du contrôle. C'est le cas de l'industrie du tapis noué à la main.

Par ailleurs, le marché mondial du tapis est hétérogène ; chaque label représente un marché national spécifique. Les activistes de ces pays cherchent donc à informer, prévenir leurs consommateurs des conditions de travail dans lesquelles les produits ont été mis en production. Ces labels n'ont pas de portée internationale, ils se limitent à leur pays d'origine et à quelques pays limitrophes.

De plus, nous assistons à une prolifération des codes de conduite émanant des entreprises et d'associations d'entreprises afin de montrer aux consommateurs les efforts de responsabilisation sociale qui sont entrepris. Or, ces

codes de conduite ne se traduisent pas par des mesures de contrôle concrètes sur le terrain. Dans un univers médiatique, l'information devient une arme à double tranchant. D'un côté, les ONG se servent des médias pour dénoncer les méfaits des entreprises sur les conditions de travail. D'un autre côté, la même arme est utilisée par les entreprises pour promouvoir leurs produits à travers des campagnes de marketing. Les codes de conduite servent à promouvoir les produits auprès des consommateurs par l'émission d'un signal. Les firmes multinationales utilisent les médias pour diffuser les informations sur leurs actions prises en faveur d'une amélioration des conditions de vie des travailleurs. Elles se servent des codes de conduite à des fins de marketing, leurs marques étant assimilées par les consommateurs à des labels sociaux.

Dans certains cas, une telle stratégie peut conduire à des sanctions. Par exemple, le 5 mai 2002, la Cour suprême de Californie a rendu la firme Nike coupable de publicité mensongère dans la mesure où elle s'avérait incapable de faire appliquer ses codes de conduite à ses fournisseurs³³.

Les labels sociaux ont pour objectif précis d'informer les consommateurs sur le comportement éthique des firmes. Or, dans un marché concurrentiel avec une prolifération de codes de conduite, les consommateurs peuvent se perdre face à tous ces signaux. Cela favorise l'émergence de passagers clandestins qui profitent de l'existence de ce type de codes pour valoriser leur image auprès des consommateurs. La multiplicité des labels sociaux dans un contexte d'asymétrie d'information entre firmes et consommateurs pourrait bien amener au même phénomène qu'Akerlof avait décrit sur le marché des voitures d'occasion. Les mauvais labels pourraient chasser les bons du marché³⁴.

Conclusion

La politique de lutte contre le travail des enfants basée sur la labellisation est efficace dans les entreprises formelles où le contrôle des ONG est facile. Or, cette tâche devient difficile lorsqu'il s'agit de surveiller les entreprises sous-traitantes. Dans le cas de l'industrie du tapis en Inde, un tel objectif est limité par l'étendue du territoire de la *carpet belt*. Un objectif tel que l'éradication complète du travail des enfants fixé par le label Rugmark paraît à cet égard difficilement réalisable. Les autres labels comme Step, Care & Fair et Kaleen militent pour une élimination progressive du travail des enfants et se focalisent donc sur les pires formes du travail des enfants. Cependant, là aussi la faible crédibilité des contrôles internes limite quelque peu l'espoir que l'on pourrait avoir. Par ailleurs, l'efficacité de la labellisation, comme celle du boycott repose finalement sur le degré de conscientisation des consommateurs. Or là aussi la demande de biens labellisés reste timide.

33. François FATOUX, « Comment appliquer la responsabilité sociale des entreprises à la sous-traitance ? », *Revue Éthique de l'entreprise*, n° 17, 2002.

34. George A. AKERLOF, « The Market for Lemons. Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, n° 3, 1970, pp. 488-500.