



La marque française a choisi le Bangladesh, pays pauvre d'Asie du Sud, pour fabriquer ses chaussures et vêtements de sport. Sur place, Decathlon sélectionne les sous-traitants qui paient les salaires les plus faibles, révèlent des documents confidentiels obtenus par Disclose. Quitte à travailler avec des usines clandestines et dangereuses pour leurs employé·es.

Une forme élancée, un poids plume et un prix tout aussi léger. La chaussure Kalenji Run 100 concentre tout le savoir-faire de Decathlon. Vendue 13 euros la paire, elle incarne le slogan de la marque française depuis 1976 : « *rendre le sport accessible à tous* ». Une performance d'autant plus impressionnante que Decathlon a déboursé moitié moins pour la fabriquer, à l'autre bout de la planète, au Bangladesh. Mais de l'exploit commercial à l'exploitation pure et simple des ouvriers, il n'y a qu'un pas que la multinationale du sport n'hésite pas à franchir. Au risque d'engendrer une concurrence féroce et dangereuse entre ses fournisseurs, favorisant l'embauche d'adolescent·es et l'activité d'usines clandestines dans le pays.

C'est ce que dévoile l'enquête de Disclose, basée sur l'analyse de plusieurs dizaines de documents internes à Decathlon et les témoignages d'anciens salariés rompus aux pratiques commerciales sauvages de la firme française au Bangladesh. Un pays où sont fabriqués certains des modèles de chaussures les plus vendus des sous-marques Quechua, Kalenji ou Kipsta.

.../...



La Kalenji Run 100, fabriquée par plusieurs usines au Bangladesh. Illustration : Disclose

Tout commence au moment de la sélection des partenaires locaux dans ce pays d'Asie du Sud, où l'industrie de l'habillement représente 85 % des exportations. Avant de choisir ses fournisseurs, Decathlon s'appuie sur une méthodologie implacable, consistant à évaluer leur « *désirabilité* » et leur « *performance* ». Parmi les avantages recherchés : « *le partage d'une culture de réduction des coûts avec Decathlon* » et « *un salaire minimal inférieur au salaire moyen* », dévoile une matrice de 64 critères, dont Disclose a obtenu une copie.

DESIRABILITY	INSPIRATION #1 (METAL)
<p>Located in an attractive area, satisfying as many custom zone as possible</p> <p>0.1.1 * Extra value chain available from raw materials to components to finished goods (Max. 1 No. 0)</p> <p>0.1.2 * +0.5 - Minimum Labour Salary is lower than the average of the custom zone</p> <p>0.1.3 * Agiles & fast supply chain (local & international transport, replacement machines, ...) (Max. 1 No. 0)</p> <p>* Can be effectively or partly exclusive</p>	<p>0.2.1 * 100% components is imported from other Production Zone (except accessories)</p> <p>0.2.2 * 100% components is imported from other countries (except accessories)</p> <p>0.2.3 * 100% 1 raw material is imported from other countries</p> <p>0.3.1 * Minimum Labour Salary is lower than the average of the custom zone</p> <p>0.3.2 * Cost land and cost of building is lower than the average of the custom zone</p> <p>0.3.3 * All major processes can be done in House (e.g. all the metal transformation, injection, surface treatment, painting, stitching, assembly, etc.)</p> <p>0.3.4 * Ports (sea, air), railway and highway is no further 5000m</p>

Extrait de la matrice de sélection des fournisseurs de Decathlon. Source : capture d'écran Disclose

En clair, Decathlon recherche des sous-traitants « low-cost », voire « *ultra low-cost* », comme le renseigne une liste interne de fournisseurs transmise par une source. Un document sensible pour l'enseigne française, qui se refuse à communiquer le nom de ses partenaires de fabrication. Au Bangladesh, ils sont pas moins de 73, dont 16 dédiés exclusivement à la production de chaussures.

« Decathlon se bat pour le moindre centime »

Pour s'assurer de partager la même « *culture de réduction des coûts* », Decathlon exige de ses sous-traitants bangladais qu'ils lui communiquent l'intégralité de leurs dépenses. Prix des machines, salaires, loyers, frais administratifs... Ces centaines de chiffres sont répertoriés par l'équipementier et mis bout à bout pour déterminer le « *coût*

par minute » de chaque usine. Soit le prix de revient de 60 secondes de main d'œuvre. Un savant calcul qui aboutit à un résultat à quatre décimales : 0,030 euros par minute en moyenne pour un fabricant de chaussures au Bangladesh. « Decathlon se bat pour le moindre centime », raconte un ancien employé local de la marque.

« Tout est décomposé et optimisé, confirme un consultant industriel en Asie qui a lui aussi travaillé plusieurs années chez Decathlon. La marque sait ce que lui coûte chaque gramme de matière, chaque geste sur un poste de travail ». D'après lui, d'autres enseignes occidentales telles que Nike ou Adidas ont adopté ce système de « maîtrise absolue des coûts » au Bangladesh. Avec une spécificité, toutefois, pour Decathlon : elle vend ses articles beaucoup moins cher que ses concurrents. Alors, « pour faire baisser les coûts de fabrication, nous n'avons qu'un levier, explique un autre ancien salarié du groupe : Le coût de la main d'œuvre ».

Industrial Costing

Factory CPM

General Information

Period: 2020

Total Direct Labor Workers ALL FACTORY: 1,654
Total Direct Labor Workers DECATHLON: 1,654

Number of working days in the year: 300
Working minutes per day: 480
Average overtime in minutes per day: 120

Local Social Insurance Contribution rate: 0.0%

Total working minutes ALL FACTORY: 297,720,000
Total working minutes DECATHLON: 297,720,000

Exchange rate USD to Local Currency: 84

% Decathlon: 100.00%

TO INPUT
All inputs have to be done in Local Currency

Direct Labor - Workers who contributes directly to SAM operations 262,232,740

Process / Operation	Number of HC	Average Gross Annual Salary	Annual Gross Wages	Insurance contribution per HC	Other indirect income per HC	Annual Total Wages	Weight in %
Cutting	83	104,412	8,666,230	0	62,083	13,819,093	5.3%
Stitching	814	105,453	85,838,467	0	62,606	136,799,834	52.2%
Assemble	486	91,899	44,662,738	0	52,786	71,774,928	27.4%
Quality control	92	102,587	9,438,000	0	61,164	15,065,107	5.7%
Packing	9	119,973	1,079,760	0	69,912	1,708,970	0.7%
Others	170	83,909	14,264,542	0	51,786	23,064,838	8.8%
Total Headcount	1654	95,123	169,949,737	0	59,421	262,232,740	

Le tableau de calcul du coût par minute réalisé par Decathlon pour l'usine Edison Footwear, au Bangladesh. Source : capture d'écran Disclose

Disclose a identifié l'un des fournisseurs « ultra low-cost » de Decathlon au Bangladesh. Edison Footwear, c'est son nom, est l'un des principaux partenaires de la firme française dans le pays. Elle lui dédie 1 700 salarié-es. En 2021, ses lignes de production, situées à Gazipur, au nord de Dacca, la capitale, ont sorti 1,3 million de paires de Kalenji Run 100, la basket vendue 13 euros en France. Pour assurer des marges confortables à son client – Decathlon lui achète la paire deux fois moins cher, soit 6,17 euros pour le modèle femme et 6,41 euros pour la version homme –, Edison Footwear pressure ses salarié-es. Au point d'en faire de véritables forçat-es du textile.

87 euros par mois pour 60 heures par semaine

D'après le tableau du « coût par minute » calculé par Decathlon et obtenu par Disclose, les travailleur-euses d'Edison gagnaient, en moyenne, en 2020, l'équivalent de 87 euros par mois (8 447 takas). Le tout pour 10 heures de travail quotidien, 6 jours par semaine. Et seulement 13 jours de congés payés par an.

« La plupart des employés d'Edison acceptent de tels salaires car ils veulent fuir la misère subie dans les zones rurales », explique Kamrul Hasan, secrétaire général du syndicat Akota, qui représente les travailleur·euses du textile. En novembre dernier, il s'est rendu devant les portes de l'usine Edison Footwear pour tenter de convaincre des ouvriers et ouvrières de faire valoir leurs droits auprès de la direction, sans succès. Le syndicaliste a remarqué la présence de très jeunes gens, « *contraints, dit-il, de travailler pour faire vivre leur famille* ».

Vous détenez des informations sur l'industrie textile ?

Contactez-nous de manière sécurisée via Signal (06 58 05 14 35) ou par e-mail, en utilisant l'application Proton Mail : redaction@disclose.ngo

contacter disclose de manière sécurisée

Des photos publiées sur Google Maps confirment la présence d'adolescent·es au sein des ateliers où sont fabriquées les chaussures Decathlon. Difficile d'estimer leur âge, mais au Bangladesh, le travail est autorisé dès 14 ans. Et à partir de 15 ans, [selon le code de conduite](#) que la multinationale française destine à ses fournisseurs. Ces petites mains présentent un avantage économique non négligeable : recrutées comme apprenti·es, elles peuvent être rémunéré·es sous le salaire minimum — 73 euros (7 100 takas) en 2020, 99 euros (12 500 takas) aujourd'hui.



Trois jeunes ouvriers de l'usine Edison Footwear, à Gazipur. L'un d'entre eux porte un cordon au cou siglé de l'entreprise. Au Bangladesh, l'âge légal pour travailler est de 14 ans. Source : Google Maps (avril 2022)

La rémunération des employé·es d'Edison, adultes comme mineur·es, est jugée largement insuffisante par les syndicalistes et chercheurs questionnés par

Disclose. « *C'est un salaire légal, pas un salaire vital* », assène par exemple Manirul Islam, directeur de l'Institut bangladais des études sur le travail. Le chercheur [a calculé](#) qu'un·e employé·e du textile devrait gagner près de trois fois plus, soit 21 000 takas (165 euros) par mois, pour se maintenir au-dessus du seuil de pauvreté. De quoi trancher avec « *l'ambition* » affichée par la multinationale du sport dans son code de conduite : « *l'indemnisation [des ouvriers et ouvrières] se veut suffisante pour couvrir les besoins de base du travailleur et de sa famille* ».

Interrogée par Disclose sur l'application de cet engagement chez Edison Footwear, Decathlon reconnaît « *des non-conformités par rapport à [ses] standards (temps de travail, rémunérations), qui ont été corrigées* ». La multinationale assure aussi que « *ses audits n'ont révélé aucun cas de travail d'enfant* ». Et de vanter les 842 contrôles menés chez ses sous-traitants à travers le monde, en 2024. Cela représente toutefois moins d'un audit par an chez ses 1 300 fournisseurs. Pire, ce chiffre accuse une baisse notable : deux ans plus tôt, Decathlon avait [inspecté](#) 1 067 usines partenaires.

Usines clandestines

« *Ces audits internes sont un simple exercice de cases à cocher : ils servent la communication des marques, pas l'intérêt des ouvriers* », dénonce Christie Miedema, chargée de campagne pour l'ONG néerlandaise Clean Clothes Campaign. Une vidéo obtenue par Disclose semble lui donner raison. Elle a été tournée chez un autre fournisseur bangladais de Decathlon : Landmark Footwear. On y voit des ouvrières appliquer, à mains nues, une colle extra-forte pour fixer deux parties de la semelle de la fameuse Kalenji Run 100 — plusieurs sous-traitants fabriquent ce best-seller. Une notice sur laquelle figure le logo Decathlon, visible à 11 secondes dans la vidéo, précise la température de la semelle à la sortie du four : « *entre 45 et 55 degrés* ». Ces femmes ne portent pas non plus de masque. Or, elles manipulent une substance chimique extrêmement volatile et potentiellement toxique pour la santé.

Sollicitée sur ce point, Decathlon affirme que « *Landmark Footwear a intégré [son] réseau de fournisseurs en 2025, uniquement après s'être mise en conformité avec [ses] standards* ». La production des baskets Kalenji semblait pourtant bien en place fin 2024, comme l'indique la notice datée du « *12.12.2024* » et filmée dans la vidéo exhumée par Disclose.

Malgré les défaillances de ses autocontrôles, Decathlon [n'a jamais](#) rejoint le programme international de santé et de sûreté dans l'industrie textile, lancé à la suite de la catastrophe du Rana Plaza, qui a fait plus de 1 100 morts en 2013. Cet accord, signé par 190 marques comme Uniqlo, Primark ou Puma, garantit la réalisation d'inspections indépendantes dans les usines, [dont les résultats](#) détaillés sont communiqués publiquement. Tout le contraire des pratiques en cours chez Decathlon.



Les ateliers de couture de l'usine Landmark Footwear, au Bangladesh, qui travaille pour Decathlon depuis fin 2024. Image : BDFairs

Il est un dernier secret de fabrication que la multinationale se garde bien de révéler : le recours à des « *usines clandestines* », selon les mots d'un ancien salarié, pour fabriquer certains composants des chaussures *made in Bangladesh*. « *On les appelle les fournisseurs de rang 3*, précise cet ancien employé local. *Ils représentent jusqu'à 10 % de la composition finale d'une basket* ». Ce sont eux qui peuvent par exemple approvisionner les sous-traitants officiels de Decathlon en tissus, plastiques ou étiquettes.

Droit des travailleur-euses, sûreté des bâtiments... La marque n'effectue aucun contrôle de ces ateliers invisibles dans sa liste de sous-traitants. « *Chez Decathlon, les chaînes de valeur en amont et en aval sont d'une grande complexité* », justifie-t-elle à la page 27 de [son plan de vigilance](#), reconnaissant du bout des lèvres l'existence de « *fournisseurs de rang 2 ou 3* ». Ces usines sont pourtant un maillon essentiel pour vendre une paire de chaussures à 13 euros : « *Quand vous avez 1 million d'étiquettes à produire, et qu'elles coûtent 3 centimes l'unité chez un fournisseur de rang 2, contre 1 centime chez un fournisseur de rang 3, le calcul est vite fait*, poursuit l'ancien salarié de Decathlon. *Le meilleur prix doit être atteint par tous les moyens* ».

Enquête : Pierre Leibovici

Rédaction en chef : Mathias Destal

Illustration de Une : Eric Dellfos