

Ouïghours : après H & M, Nike en pleine tempête en Chine

Après H & M, le géant américain des articles sportifs Nike est devenu jeudi la cible d'une tempête médiatique en Chine après son boycott du coton du Xinjiang, sur fond d'allégations de 'travail forcé' imposé aux Ouïghours.



H & M compte 505 magasins en Chine, où l'enseigne a réalisé 5,2 % de son chiffre d'affaires en 2020. (Florence Lo/Reuters)

Par **Frédéric Schaeffer**

Publié le 24 mars 2021 à 17:41 Mis à jour le 25 mars 2021 à 9:08

Les réseaux sociaux chinois s'enflamment, depuis mercredi soir, après que des internautes ont exhumé des communiqués de H & M et Nike où les groupes indiquaient qu'ils n'utilisent pas de coton provenant de la région du Xinjiang, sur fond d'allégations de « travail forcé » imposé aux Ouïghours. Les sujets relatifs à la déclaration de Nike figuraient parmi les tendances les plus fortes ce jeudi sur Weibo, le « Twitter » chinois

La veille, H & M a soudainement disparu, mercredi, des plateformes d'e-commerce Taobao et Tmall du [géant chinois Alibaba](#). Les vêtements de la [célèbre marque suédoise](#) de prêt-à-porter étaient également introuvables sur les sites JD.com et Pinduoduo, les deux autres grands acteurs de la vente en ligne en Chine. Dans le même temps, deux stars de cinéma

chinoises, Song Qian et Huang Xuan, annonçaient mettre un terme à leur partenariat avec H & M, plaçant « *les intérêts du pays avant tout* ». Sur les réseaux sociaux chinois, un déferlement de critiques et des appels au boycott ont fleuri tandis que les médias officiels se sont faits le relais de commentaires furieux d'internautes chinois. La polémique visant Nike grandissant, un acteur et une actrice très connus en Chine, Wang Yibo et Tan Songyun, ont, à leur tour, annoncé jeudi couper leurs liens avec la marque, dont ils étaient les ambassadeurs d'image.

Déferlement de critiques

La décision de H & M et de Nike de ne plus s'approvisionner en coton dans la région du Xinjiang - celle-là même la minorité musulmane des Ouïghours est réprimée - a déclenché une violente polémique en Chine, alors que le gouvernement chinois réfute de plus en plus fermement les accusations de violation des droits humains dans cette région autonome du nord-ouest de la Chine. L'Union européenne, les Etats-Unis, la Grande-Bretagne et le Canada ont annoncé lundi des sanctions contre des responsables chinois pour dénoncer cette répression. Comme pour H & M, la communication de Nike semble remonter à plusieurs mois mais a refait soudainement surface mercredi sur les réseaux sociaux chinois. « Nous sommes préoccupés par les informations faisant état de travail forcé dans la région autonome du Xinjiang », indique Nike dans le communiqué non daté.

Nette dégradation des relations entre l'Europe et la Chine

En septembre dernier, H & M avait annoncé qu'il cessait toute relation avec un producteur de fil chinois en raison d'allégations de travail forcé des Ouïghours et qu'il ne s'approvisionnerait désormais plus en coton venant du Xinjiang, la plus grande zone de production de coton chinoise. Un rapport du groupe de réflexion Australian Strategic Policy Institute (Aspi) avait précédemment désigné H & M comme l'un des bénéficiaires du programme de travail forcé.

« Manger le riz chinois tout en cassant le bol »

La filiale chinoise du distributeur suédois a déclaré, dans un communiqué publié mercredi soir, que les exigences demandées à ses fournisseurs en matière de développement durable « *ne représentent aucune position politique* ». « *H & M respecte les consommateurs chinois* » et s'engage à « *investir à long terme en Chine* », poursuit le communiqué. Sur Weibo (le Twitter chinois), la Ligue de la jeunesse communiste a accusé H & M de « *répandre des rumeurs pour boycotter le coton du Xinjiang, tout en voulant gagner de l'argent en Chine* ». « *Pas de respect, pas de business* », pouvait-on lire sur le site China News, tandis que la chaîne CCTV accusait H & M de « *manger le riz chinois tout en cassant le bol* ». H & M compte 505 magasins en Chine où l'enseigne a réalisé 5,2 % de son chiffre d'affaires en 2020.