



Nike

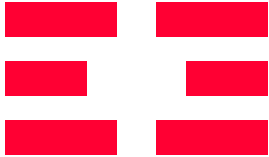
Filiales: Converse

Siège social: Oregon (Etats-Unis)

Activités: Biens de consommation durables et habillement

NIVEAU DE RISQUE:

élevé



EVALUATION GLOBALE:

Nike sélectionne ses fournisseurs en fonction de leurs politiques LGBTQ et ne soutient pas ses collaborateurs victimes de discriminations liées à des divergences d'opinion.

Nike est un partenaire privilégié de la *Human Right Campaign* et de la *Chambre de Commerce LGBT (NGLCC)*. Nike et Converse ont fait des dons au *Planning Familial* et Nike couvre les coûts de déplacement de ses employés souhaitant avorter. Nike prend en charge les frais médicaux liés à la transition sexuelle de ses employés et de leurs enfants et s'est engagée à verser 40 millions de dollars au mouvement *Black Lives Matter* et à des causes apparentées. Nike se sert de sa notoriété et des fonds de l'entreprise pour promouvoir la théorie du genre, la cause et les organisations LGBTQ. Nike refuse de contribuer aux organisations confessionnelles et s'est engagée à atteindre la neutralité carbone d'ici 2040. Nike contribue également à l'*Equality PAC* et pratique un lobbying idéologique.

Pour ces raisons, nous estimons élevé le niveau de risque de Nike.

Activisme de l'entreprise

Refus de service aux clients, aux fournisseurs ou aux revendeurs en raison de leurs opinions politiques ou de leurs croyances religieuses OU boycott, désinvestissement ou sanctions de régions, de groupes, d'individus ou d'industries.



Risque élevé

Nike a obtenu la note maximale (100) sur l'indice *Corporate Equality* de la *Human Right Campaign* (1). Cela signifie, entre autres, que l'entreprise s'est engagée à sélectionner ses fournisseurs en fonction de leurs politiques LGBTQ. Nike a licencié un employé en raison de son statut vaccinal COVID-19 alors qu'il avait demandé à bénéficier d'une exemption liée à sa foi religieuse (2)(3). Nike a également renvoyé d'autres collaborateurs en raison de leur non-respect de la politique vaccinale de Nike (4).

Politique de dons caritatifs (y compris les programmes d'abondement des employés) discriminatoires à l'encontre de certaines organisations en raison d'opinions ou de croyances religieuses.



Risque élevé

Nike n'abonde pas les dons de ses employés aux églises ou aux organisations religieuses, le critère de sélection des organisations soutenues étant qu'elles ne doivent pas traiter défavorablement les personnes ou les groupes en fonction de leur âge, leur affiliation politique, leur origine, leur nationalité, la couleur de leur peau, leur genre, leur handicap, leur orientation sexuelle ou leur croyance religieuse. Les organisations ou programmes confessionnels ne sont admis que s'ils sont ouverts à tout le monde, quelle que soit la religion, et s'ils servent un objectif laïque, tels qu'une banque alimentaire ou un refuge pour sans-abri (1).

Activisme de l'entreprise

Politique d'embauche ne protégeant pas les employés contre la discrimination fondée sur leur affiliation politique/leurs opinions et/ou la religion.



Risque élevé

Nike ne soutient pas ses collaborateurs victimes de discriminations liées à des prises de position (1).

Gouvernance d'entreprise et politiques publiques

Utilisation de la renommée de l'entreprise pour soutenir des causes et/ou des organisations hostiles à la liberté d'expression.



Risque élevé

Nike et sa filiale Converse sont membres de la *Business Coalition for the Equality Act* et ont signé une déclaration s'opposant à toute législation « anti-LGBTQ » (1)(2)(3). Nike soutient des publicités et des campagnes du *Mois de la Fierté* pour la communauté LGBTQIA, y compris sa campagne « *BETRUE* » (4)(5). Nike s'est opposé au *Parental Rights in Education Act* de l'Etat de Floride, qui interdit d'enseigner la théorie du genre et les cours d'orientation sexuelle dans les écoles aux enfants âgés de moins de 8 ans (6). John Donahoe, PDG de Nike, est membre de la *Business Roundtable* et du *Ceres Network*, engagé à atteindre la neutralité carbone d'ici 2040 (7)(8). Converse soutient *Black Lives Matter* et s'oppose aux soi-disant violences policières (9). Converse a sorti des collections PRIDE et une chaussure avec des publicités satanistes (10)(11). Nike est membre du *GARM* dont l'objectif est de démonétiser les publicités et supprimer les contenus qui dénigrent les personnes en fonction de leur orientation sexuelle ou leur identité de genre, qui parlent des « *questions sociales de façon négatives ou partisans* » ou diffusent un « *discours de haine* » (12)(13)(14).

Utilisation des fonds de l'entreprise pour promouvoir des causes idéologiques, des organisations ou des politiques hostiles à la liberté d'expression.



Risque élevé

Nike et Converse contribuent au *Planning Familial* et Nike couvre les frais de déplacement de ses employés souhaitant avorter (1)(2)(3). Nike est un partenaire privilégié de la *Human Right Campaign* et de la *Chambre de Commerce LGBT (NGLCC)* (4)(5). Nike a contribué à la *SPLC* et s'est engagée à verser plus de 40 millions de dollars à *Black Lives Matter* et à des causes apparentées (6)(7)(8). Nike sponsorise la ligne de vêtements féminins d'un homme transgenre tandis que sa filiale Converse a donné près de 2,5 millions de dollars à des organisations LGBTQ (9)(10)(11). Converse lutte pour la justice raciale en partenariat avec l'*ACLU* et *The Theater Offensive* (12). En 2022, Nike a obtenu la note maximale (100) sur l'indice *Corporate Equality* de la *Human Right Campaign*. Cette note signifie que Nike prend en charge les soins médicaux liés à la transition sexuelle de ses employés et de leurs enfants (13)(14).

Utilisation des fonds de l'entreprise à des fins idéologiques sans rapport avec l'activité de l'entreprise.



Risque élevé

Nike a contribué au PAC *Equality* et exerce un lobbying idéologique (1)(2)(3).

NIKE EN FRANCE ET EN EUROPE:

Nike a une démarche RSE (responsabilité sociale ou sociétale des entreprises) qui est encadrée par la commission européenne. Dans le cadre de celle-ci, Nike a des actions environnementales et inclusives. Leur slogan : Planète 1 - Carbone 0 et leur objectif zéro déchet zéro carbone (1). Pour cela, Nike demande à sa clientèle de recourir au recyclage et aux dons. Nike collecte aussi les matières des produits vintage locaux et des invendus pour créer de nouveaux modèles (2). La campagne Nike « *No pride, No sport* », dont l'objectif est de rendre le sport accessible à toutes les personnes, partout dans le monde et de renforcer la visibilité de la communauté LGBTQIA+, a été élaborée en partenariat avec KAH Studio - une salle de sport « *gay friendly* », qui se trouve dans le 10ème arrondissement de Paris (3).