

Les marques se battent pour prouver qu'elles sont antiracistes - mais est-ce suffisant?

Le 6 juin, la célèbre marque de streetwear Supreme - adorée des hypebeasts du monde entier - a posté sur Instagram: «La communauté noire a inspiré et soutenu Supreme depuis le premier jour. Cette semaine, nous ferons un don de 500 000 \$ entre Black Lives Matter, Equal Justice Initiative, Campaign Zero et Black Futures Lab. Nous sommes solidaires de la lutte pour la justice et l'égalité et continuerons d'investir dans la communauté. » La déclaration a été largement appréciée au cours des semaines de protestation déclenchées par la mort de George Floyd, recevant plus de 260 000 likes sur Instagram.

Ailleurs, les marques se retrouvent plongées dans la controverse alors que les consommateurs les appellent à l'hypocrisie. Prenez McDonald's. Sa déclaration de solidarité, s'engageant à faire don d'un montant non divulgué à la Ligue urbaine nationale et à la NAACP dans une position contre l'oppression systémique, a été appréciée 11 000 fois sur Twitter. Mais il ne fallut pas trop longtemps avant que de nombreux commentaires ne parviennent, rappelant à McDonald's le recours collectif intenté contre elle par des employés noirs et latinos préoccupés par leur sécurité sur Covid-19.

Pour les marques, les enjeux sont importants. Les consommateurs veulent dépenser leur argent avec des entreprises aux valeurs progressistes: 87% des Américains achèteraient un produit auprès d'une entreprise qui plaiderait pour un problème qui leur tenait à cœur, tandis que 88% boycotteraient une entreprise qu'ils pensaient se comporter de manière irresponsable.

Certains pourraient penser que Supreme pourrait enseigner une ou deux choses à ces marques, étant allées au-delà.

Cinq jours seulement avant la manifestation de soutien de Supreme, une photo a été largement diffusée montrant une cartouche que le LAPD avait utilisée pour tirer des balles en caoutchouc sur les manifestants de Black Lives Matter. L'image montre clairement le nom du fabricant - Combined Tactical Systems - un nom de marque de la société Pennsylvanien, Combined Systems Inc, qui, en plus de fournir les services de police américains, fournit également des gaz lacrymogènes aux gouvernements d'Israël et d'Égypte. Des preuves suggèrent que de telles fournitures ont été utilisées sur des manifestants palestiniens non armés et des étudiants égyptiens qui protestaient contre la brutalité policière et la corruption du gouvernement en 2011.

Il s'avère que les systèmes suprêmes et combinés incontent quelque chose en commun: leurs investisseurs, Carlyle Group, une société d'investissement privée multinationale quelque peu sombre qui a acheté une participation de 50% en suprême pour un accouchement à 500 millions de dollars en 2017 et déjà investi dans Combinate Systems Inc. à travers leur fonds de mezzanine (qu'ils ont maintenant vendu).

Que nous disent ces détails étrangement granulaires qui semblent provenir d'un épisode de Billions? C'est que dénoncer l'hypocrisie des entreprises et les obliger à rendre des comptes grâce à un consumérisme éthique peut ne pas produire autant que nous l'espérons.

Certains niveaux d'hypocrisie ne sont pas clairs ou sont activement enveloppés. Les données ne peuvent pas toujours vous donner une vue complète de la culture du lieu de travail; les chaînes d'approvisionnement peuvent s'assombrir (un fabricant américain reçoit de l'étain d'un fournisseur, qui l'obtient d'un fournisseur, qui ramène quelque part au Mexique, mais personne ne peut être sûr des pratiques de la mine d'étain). Ensuite, il existe une multitude d'arrangements commerciaux - des sociétés offshore aux fonds privés - qui rendent impossible le suivi de l'argent, sans même savoir comment les bénéfices sont dépensés, si des impôts adéquats sont payés et de qui l'argent provient en premier lieu

Le fait est que le capitalisme de marché rend presque impossible de faire des choix éthiques. La richesse existe parce que quelqu'un a été opprimé ailleurs, que ce soit historique ou hors de vue dans un atelier de misère en Asie de l'Est. Supreme est-il hypocrite pour avoir pris de l'argent dans un fonds qui a été repoussé par les ventes de balles en caoutchouc et de gaz lacrymogène? Ou mettent-ils le mauvais argent à profit? En fin de compte, c'est au consommateur de décider et de déterminer le «mauvais» qu'il est prêt à accepter, avant de faire la queue pour la prochaine goutte suprême, bien sûr.

Questions

1. A statement was given by luxury brand Supreme in relation to Black Lives Matter. State in as much detail as possible what is said in this statement (3)
2. What are many brands experiencing? (1)
3. Describe the controversy surrounding the statement given by McDonalds? (2)
4. Stakes are high for brands. State which type of brands consumers want to spend money on and the statistics given regarding American consumers (3)
5. What is said about Supreme regarding other brands? (2)
6. Although Supreme was praised for their response to Black Lives Matter, describe in as much detail as possible the controversy surrounding the rubber bullets being used towards protestors? (3)

7. What do Supreme and Combined Systems Inc have in common? Give as much detail as possible (3)
8. Explain in your own words, the dark truth regarding the supply chain mentioned? (2)
9. Describe the multitude of business arrangements and the financial trails? (4)
10. What does market capitalisation make it impossible to do? (1)
11. In your own words, Describe why wealth exists (2)
12. Translate the underlined section "Que nous ... nous l'espérons" (10)

Total: 35 marks

The Answer Scheme is on the following page.

Answer Scheme

<u>Question</u>	<u>Answer</u>	<u>Marks</u>
1	The Black community has inspired and supported Supreme since day one / they will be donating 500,000 dollars to Black Lives Matter initiatives / they stand in solidarity with the fight for justice and equality / they will continue to invest in the black community	(3)
2	They are finding themselves plunged onto controversy while consumers are claiming they are hypocrites	(1)
3	They are reminded of McDonald's of the class action brought against it by black and Latino workers concerned about their safety on Covid-19.	(2)
4	Brands with progressive values / 87% of Americans would buy a product from a company that argued for a problem that was important to them / 88% would boycott a company they thought they would behave in an irresponsible way	(3)
5	Some might think that Supreme could teach one or two things to these brands / they went above and beyond	(2)
6	The image clearly shows the name of the manufacturer - Combined Tactical Systems - a brand name of the Pennsylvanian company, Combined Systems Inc / which, in addition to providing US police services, also supplies tear gas to the governments of Israel and from Egypt / Evidence suggests that such supplies were used on unarmed Palestinian protesters and Egyptian students protesting police brutality and government corruption in 2011.	(3)
7	Their investors, Carlyle Group, a somewhat shadowy multinational private investment firm / which bought a 50% stake in Supreme for an eye-watering \$ 500m in 2017 / previously invested in Combined Systems Inc through their mezzanine fund (which they have now sold).	(3)
8	Anything close to: Supply chains can darken (US manufacturer receives tin from supplier, gets it from supplier, brings it back to Mexico, but no one can be sure of mine practices tin)	(2)
9	From offshore companies to private funds / these make it impossible to track money /without even knowing how profits are spent / if adequate taxes are paid / where the money comes from in the first place	(4)
10	It makes it impossible to make ethical choices	(1)
11	Anything close to: Wealth exists because someone has been oppressed elsewhere, whether historic or out of sight in a sweatshop in East Asia.	(2)
12	What do these strangely granular details that seem to come from an episode of Billions tell us? The point is that exposing corporate hypocrisy and holding them to account through ethical consumerism may not produce as much as we hoped.	(10)
	Total	35

COPYRIGHT NOTICE

© 2020 Language Learning Scotland. All rights reserved. This material may be reproduced for classroom or personal use only. Any other reproduction, distribution, or transmission is prohibited without prior written permission from the publisher. For permission requests, contact hello@languagelearningscotland.com