

# Vincere gli ostacoli

come migliorare salari e condizioni di lavoro nell'industria globale dell'abbigliamento sportivo

prefazione di Luciano Gallino

## PlayFair 2008



[PLAYFAIR2008.org](http://PLAYFAIR2008.org)

Edizione italiana a cura della  
Campagna Abiti Puliti





A cura di Maquila Solidarity Network  
per conto della campagna Play Fair 2008

Aprile 2008

Edizione italiana ridotta a cura della Campagna Abiti Puliti  
[www.abitipuliti.org](http://www.abitipuliti.org).

La prefazione, l'introduzione e la postfazione sono specifiche per l'edizione italiana.

Coordinamento e revisione: Deborah Lucchetti, Ersilia Monti

Traduzione: Letizia Cirillo, Matteo Ippoliti

Titolo originale: Clearing the hurdles: steps to improving wages and working conditions in the global sportswear industry

Ringraziamenti:

Play Fair 2008 ha intervistato oltre 320 lavoratori in fabbriche cinesi, indiane, indonesiane e thailandesi, che hanno risposto a domande sui loro salari, sulle loro esperienze e condizioni di lavoro. Purtroppo, per la loro tutela e per la tutela dei lavoratori intervistati, alcune delle persone che hanno collaborato a realizzare questo rapporto devono rimanere anonime. Tra gli altri desideriamo ringraziare:

- Sobin George, Pallavi Mansingh e Rohit Shrivastava, Centre for Education and Communication, New Delhi, India
- Junya Lek Yimprasert, Thai Labour Campaign
- Jeroen Merk, ricercatore per la Clean Clothes Campaign
- Doug Miller, l'International Textile, Garment and Leather Workers Federation e il National Union of Workers (SPN) in Indonesia
- Emelia Yanti, Gabungan Serikat Buruh Independent Union (GSBI)
- Tony Fung, Jeremy Blasi, Worker Rights Consortium
- Luc Lampriere e gli attivisti europei della Clean Clothes Campaign

La Clean Clothes Campaign e la Maquila Solidarity Network hanno tenuto un seminario in Thailandia, a Bangkok, nel novembre del 2007, raccogliendo suggerimenti da attivisti provenienti da tutto il mondo.

Un ringraziamento speciale per il loro impegno va ai membri del gruppo di lavoro Play Fair 2008: Kristin Blom, Jeroen Merk, Doug Miller, Dominique Mueller, Tim Noonan e Ineke Zeldenrust.

Per l'edizione italiana si ringraziano Luciano Gallino, Valeria Fedeli, Maurizio Marulli e Matteo Sala.

Grazie anche a tutti quelli che abbiamo inavvertitamente dimenticato di inserire nell'elenco.

# Indice

<b>Prefazione all'edizione italiana</b>	4	<b>Capitolo IV: dietro le quinte del maggiore produttore al mondo di calzature sportive</b>	28
<b>Introduzione all'edizione italiana</b>	6	<b>Yue Yuen si aggiudica il primo posto</b>	28
<b>Capitolo I: un'industria redditizia</b>	8	<b>Il modello Yue Yuen</b>	29
<b>Chi comanda?</b>	8	Profitti e prezzi	29
Le imprese produttrici multinazionali	9	<b>L'altra campana: cosa dicono i lavoratori?</b>	30
Il consolidamento della produzione di abbigliamento sportivo	9	Lunghi orari e continue pressioni	30
Società di intermediazione	10	Provvedimenti disciplinari e violenza verbale	31
<b>Cosa comporta tutto questo per i diritti dei lavoratori?</b>	10	Condizioni di lavoro pericolose	31
La responsabilità dei committenti	10	Salari bassi	31
La responsabilità dei fornitori	10	<b>Condizioni migliori da Yue Yuen</b>	32
<b>Capitolo II: aziende "a scoppio ritardato"</b>	12	Perché non pagare un salario dignitoso?	32
La risposta del settore al Programma di lavoro	12	<b>Capitolo V: palloni da calcio oltre Sialkot</b>	34
Ma le violazioni dei diritti dei lavoratori ci sono ancora, perché?	14	<b>Produzione di palloni a Jalandhar, India</b>	34
Serve collaborazione	15	Struttura del settore	34
<b>Capitolo III: quattro ostacoli da superare</b>	17	Salari e tariffe unitarie a Jalandhar	34
<b>Libertà di associazione e contrattazione collettiva</b>	17	<b>Produzione di palloni da calcio in Cina</b>	36
Quali ostacoli devono affrontare i lavoratori che decidono di organizzarsi in associazioni sindacali?	17	Salari e orari di lavoro	37
<b>Lavoro precario</b>	19	Salute e sicurezza sul lavoro	37
Cosa fa aumentare il lavoro precario?	20	Libertà di associazione	37
<b>La chiusura delle fabbriche</b>	21	Inganni e false dichiarazioni agli auditor mandati dal committente	37
Effetti catastrofici	21	<b>Produzione di palloni da calcio in Thailandia</b>	38
Sostenibilità economica	22	Il ruolo della tecnologia della fusione termica	38
Quando chiude una fabbrica	23	Salari, condizioni di lavoro e libertà di associazione	38
<b>Salario dignitoso</b>	23	<b>Capitolo VI: "Impossible is nothing!"</b>	40
Perché l'industria dell'abbigliamento sportivo non paga salari dignitosi?	24	<b>1. Libertà di associazione e contrattazione collettiva</b>	40
Forze di mercato e contrattazione collettiva	24	Prendere l'iniziativa	40
Prezzi pagati ai fornitori	24	Formazione dei lavoratori	41
Definizione di salario dignitoso	25	Pratiche di approvvigionamento e acquisto	41
La produttività non è la panacea di tutti i mali	25	Bilanci	41
		<b>2. Lavoro precario</b>	41
		<b>3. La chiusura delle fabbriche</b>	42
		<b>4. Salario dignitoso</b>	43
		Calcolare il salario dignitoso	43
		Risalire la scala	43
		Studiare prezzi e produttività	44
		Sforzi collaborativi	44
		<b>Capitolo VII: obiettivi per i diritti dei lavoratori</b>	45
		<b>Posfazione all'edizione italiana</b>	52

## Prefazione all'edizione italiana

Il solo fatto di collegare visibilmente il proprio marchio, o brand, alle Olimpiadi, come sponsor oppure come fornitore ufficiale, può valere per le maggiori imprese dell'abbigliamento sportivo parecchi miliardi di dollari. Questi provengono, per un verso, dall'incremento delle vendite, che hanno un forte picco nei mesi a cavallo dell'evento per mantenersi poi nel tempo a livelli un po' più bassi, come mostrano i dati relativi ai Giochi degli ultimi vent'anni. Per un altro verso essi arrivano dall'aumento del valore delle azioni in borsa. Come ricorda il politologo Benjamin R. Barber nel suo corrosivo studio dei modi in cui i mercati corrompono i bambini, infantilizzano gli adulti, e ingoiano i cittadini tutti interi, un marchio può valere il 40% della capitalizzazione di mercato d'una società<sup>1</sup>.

Proviamo allora a mettere in fila alcuni dati, partendo da quelli che sin dalle prime pagine si trovano in questo rapporto, e aggiungendone altri facilmente reperibili, per vedere che cosa ci dicono nell'insieme. Le prime tre società al mondo dell'abbigliamento sportivo sono Nike (americana), Adidas (tedesca) e Puma (pure tedesca). Oltre il 95% della loro produzione totale è realizzata in siti produttivi localizzati in paesi emergenti. La Nike non produce praticamente nulla negli Stati Uniti. La Adidas, salvo errore, ha una sola fabbrica in Germania, con appena 300 dipendenti. Qualcosa di più produce Puma, sempre in terra tedesca. Il rapporto tra le forze di lavoro occupate in patria e quelle occupate all'estero ha dell'incredibile: forse 2-3000 persone occupate in attività di progettazione, marketing e amministrazione nei due paesi, rispetto a 700-800.000 addetti alla produzione, distribuiti in migliaia di sussidiarie, fornitrici e subfornitrici poste nei paesi emergenti, dalla Cina all'India, dalla Thailandia alla Cambogia.

Grazie a questa organizzazione mondializzata del lavoro, nel 2007 i tre maggiori produttori dell'abbigliamento sportivo hanno conseguito profitti ante imposta per un totale di 3,8 miliardi di dollari, con un balzo in alto del 50% in media rispetto al 2004 (che fu un anno olimpico). Mentre valgono in borsa, in totale, più di 50 miliardi di dollari – di cui forse 20, come si diceva, attribuibili solamente al marchio. Questi dati indicano che cosa si attendono i maggiori produttori, e dei tanti di minori dimensioni che li seguono, dalla sponsorizzazione o dalla partecipazione alle Olimpiadi 2008: un altro balzo dei profitti di entità non inferiore al precedente, e un aumento del valore borsistico che potrebbe superare ampiamente i profitti, poiché basterebbe che esso salisse del 15-20% per portare decine di miliardi nel portafoglio degli azionisti.

Ciò che il presente Rapporto mette chiaramente in luce è che i notevoli successi reali conseguiti dall'industria mondiale dell'abbigliamento sportivo nell'ultimo quadriennio, e le fondate speranze di accrescerli sostanzialmente nel prossimo, non sono dovuti soltanto alla indubbia competenza professionale dei suoi manager. Sono dovuti anche al fatto che essa paga alle lavoratrici, che sono la grande maggioranza di questo settore, salari che variano tra i 25 dollari al mese (Bangladesh 2006) e i 116 dollari (Sri Lanka 2006), con una forte concentrazione nella fascia dei 60-80 dollari al mese. Si tratta di salari che, pur misurati in parità di potere d'acquisto, risultano del tutto insufficienti per assicurare financo una alimentazione minimamente adeguata alle lavoratrici e alle loro famiglie, per non parlare di un'abitazione decente o di sufficienti cure sanitarie. Quei salari sono inoltre guadagnati con orari di 10-12 ore al giorno e più, trascorse in luoghi di lavoro dove regnano quasi sempre condizioni ambientali abbiette, sotto la sferza di capi brutali, la costrizione di dormire in fabbrica – talora con 12 persone per stanza – la totale assenza di reali tutele sindacali, e la paura perenne di essere licenziate da un giorno all'altro.

Partendo dai dati raccolti con centinaia di interviste a lavoratori e lavoratrici del settore, e da migliaia di informazioni di fonte locale e internazionale criticamente vagliate, questo rapporto avanza una serie di proposte concrete, nonché verificabili passo a passo nel corso della loro attuazione. Bisognerebbe introdurre la libertà di associazione nelle fabbriche al fine di accrescere la presenza effettiva dei sindacati e il connesso potere di contrattazione dei lavoratori; ridurre l'immensa estensione dell'occupazione informale (priva cioè di contratto di qualsiasi specie) e precaria (dovuta al gran numero di contratti di breve durata); limitare i danni derivanti quasi infallibilmente ai lavoratori nel caso delle fusioni e acquisizioni tra imprese, un processo che è stato intensissimo negli ultimi anni; ottenere che non solo le imprese dipendenti dalla capogruppo europea o americana, ma anche le loro sussidiarie taiwanesi e indonesiane, cinesi e pakistane paghino salari che siano almeno in grado di assicurare ai lavoratori e alle loro famiglie il minimo vitale, se non anzi una sussistenza dignitosa.

Sviluppi di qualche rilievo, nota il Rapporto, si sono effettivamente verificati ai suddetti fini, negli ultimi anni, in vari sotto-settori dell'industria dell'abbigliamento sportivo, in un certo numero di sussidiarie e in differenti paesi. Le prossime Olimpiadi offrono una occasione di grande rilievo per ottenere altri risultati positivi nei medesimi ambiti. In primo luogo, data l'enorme risonanza di simile evento che torna potenzialmente a favore di società il cui capitale è formato per quasi metà dal marchio, tutte esse probabilmente non gradirebbero veder trasmessi servizi TV in cui si attesta che il meraviglioso attrezzo o scarpa o capo sportivo fornito agli atleti, in attesa di portarlo sugli scaffali della grande

<sup>1</sup> B. R. Barber, *Consumed. How markets corrupt children, infantilize adults, and swallow citizens whole*, Norton, New York 2007, p. 187.

distribuzione in tutto il mondo per esser venduto a 200 dollari, viene prodotto da ragazze e ragazzi giovanissimi pagati poco più 50 centesimi di dollaro l'ora, donde un costo totale del lavoro di confezione di 5-10 dollari.

In secondo luogo, esse offrono a molte associazioni e Ong, comprese le promotrici del presente Rapporto, l'occasione di portare finalmente il discorso – solitamente ignorato nei discorsi che vedono nella globalizzazione unicamente l'ombra inquietante dell'Oriente - sul fatto che i capi-aguzzini, le barbare condizioni di lavoro, gli orari inumani e i salari miserabili annotati in queste pagine sono sì realtà osservabili nelle fabbriche indonesiane o cinesi o cambogiane; sono però realtà che in larghissima misura fanno totalmente capo, dal punto di vista organizzativo, tecnologico, finanziario, manageriale, a società statunitensi ed europee. Sono queste che dovrebbero essere chiamate per prime a far fronte alla responsabilità sociale delle imprese transnazionali che una lunga serie di documenti dell'Onu, dell'Ocse, dell'Oil e del Parlamento Europeo attribuisce loro fin

dagli anni 70. Finora senza molto successo. Ma questo Rapporto, almeno per il settore dell'abbigliamento sportivo, può certamente fare molto per ottenere da esse risposte più esaurienti su ciò che intendono realmente fare nel prossimo futuro, allo scopo di creare condizioni di lavoro più decenti lungo tutta la filiera produttiva che esse controllano.

Luciano Gallino



## Introduzione all'edizione italiana

*"Sono stanca da morire adesso... Nessuno di noi ha tempo di andare in bagno o di bere un bicchier d'acqua. Ciononostante, stiamo lavorando senza sosta. Se non siamo abbastanza veloci, non riusciamo a fornire le soles per la fase successiva, e se rallentiamo, rallenta tutta la catena di montaggio. Per questo i supervisori ci stanno addosso, ci assillano di continuo. Siamo stanche e sporche"*

- lavoratrice che produce scarpe per la New Balance a Dongguang, Cina

Le Olimpiadi di Pechino 2008 rappresentano un'occasione d'oro per i grandi marchi dell'industria mondiale dello sport che mirano ad associare i loro marchi alla prestigiosa manifestazione internazionale. Al prezzo di una costosa ma accessibile sponsorizzazione, un'impresa di abbigliamento sportivo può conferire ai suoi prodotti i valori aggiunti olimpici di fair play, tenacia, della forza e della vittoria.

Le televisioni di tutto il mondo saranno puntate sull'evento che sembra promettere un'audience da capogiro. Secondo le previsioni del comitato olimpico cinese (BOCOG) il numero complessivo e cumulativo di telespettatori toccherà i 40 miliardi<sup>2</sup>. Una platea infinita di potenziali consumatori, dei quali i più interessanti sono proprio i cinesi, benvenuti nella nuova società mondiale degli affluenti.

Sono loro il gigantesco mercato emergente che già si attesta al top della classifica come il secondo più grande mercato mondiale, che ha saputo generare profitti stimati in 1 miliardo di dollari nel 2007<sup>3</sup>. Con una popolazione giovane<sup>4</sup> e sempre più avvinta dal potere del marchio, il mercato cinese per i prodotti sportivi ha un potenziale annuo valutato tra 4,2 e 5,6 miliardi di dollari. Sarà per questo che la Nike è già presente in più di 3.000 centri commerciali<sup>5</sup> e apre un nuovo negozio in Cina ogni giorno<sup>6</sup>; Adidas invece possiede più di 2.500 outlets in 300 città e spera di espanderli fino a 5.000 nel 2010<sup>7</sup>.

Ma non sono solo le transnazionali occidentali ad espandersi con percentuali di crescita a due cifre; anche le transnazionali asiatiche stanno emergendo come players fondamentali del mercato cinese: Li Ning vanta oggi 4.300 outlets soprattutto nelle città cinesi minori<sup>8</sup>, dove i grandi big internazionali sono meno presenti; i prezzi dei suoi prodotti sono del 30%-40% inferiori a quello dei marchi più conosciuti; Anta Sport possiede 4.000 outlet mentre Yue Yuen, il più grande produttore mondiale di scarpe, ne possiede 3.000<sup>9</sup>. Questi numeri cambiano lo scenario consueto dando corpo ad una nuova geografia di rapporti e responsabilità all'interno delle filiere produttive internazionali.

Ecco perché diventare sponsor ufficiali di mega eventi è così importante. E così mentre le Olimpiadi di Pechino sono costate ad Adidas tra gli 80 e 100 milioni di dollari in cash, servizi, prodotti e uniformi<sup>10</sup>, un lavoratore cinese che confeziona le sue scarpe non può permettersi neanche il biglietto per la cerimonia iniziale, che gli costerebbe quattro mesi di stipendio.

Anche il maggiore competitor, la Nike, non scherza; con l'80% della fornitura di scarpe e indumenti sportivi alle squadre cinesi professioniste di pallacanestro<sup>11</sup> e una spesa in pubblicità e sponsorship pari a 1,9 miliardi di dollari nel 2007, la Nike si colloca in cima alla classifica dei top spender mondiali. E le imprese italiane?

Tutti i marchi citati nel presente report hanno registrato un trend di crescita molto significativo. Freddy, 55 milioni di euro nel 2006 con 5,5 milioni di utili e sponsor ufficiale del team italiano a Pechino, ha avuto una crescita del giro d'affari in dieci anni (1997-2006) del 700%, mentre gli utili nello stesso periodo sono aumentati del 3000%<sup>12</sup>. Spende ogni anno 8 milioni di euro in sponsorizzazioni e pubblicità e tra le squadre che veste troviamo il Corpo di ballo del Teatro alla Scala, la Federazione Ginnastica d'Italia e atleti quali Jury Chechi. Per Pechino 2008 ha speso 20 milioni di euro<sup>13</sup>.

La Kappa ha speso nel 2007 11,3 milioni di euro in sponsorizzazioni e pubblicità ed è interessante notare che tale cifra è inferiore al costo del lavoro che ammontava a 10,4 milioni di euro, oneri sociali inclusi. È la quinta azienda in Europa per numero di contratti per la sponsorizzazione di squadre di calcio ma investe

2 BOCOG sul sito <http://en.beijing2008.cn/53/66/column21176653.shtml>

3 Nike, China 2008 Corporate Responsibility Rapportoing Supplement. 11 marzo 2003, p.3

4 La popolazione cinese pari a 1,3 miliardi di persone, è per metà sotto i 30 anni – dato contenuto nell'introduzione del rapporto in versione inglese

5 Just-style.com. "China: Nike opens flagship China store", 6 agosto, 2007

6 World Federation of Sporting Goods Industries. New times-new challenges and opportunities. International Handbook 2005, p.26

7 China Economic Review. "Adidas to double mainland outlets" 27 giugno, 2007

8 China Economic Review. "Sportswear maker Li Ning's Olympic marketing strategy is precision-planned and very ambitious", agosto 2007

9 [http://www.yueyuen.com/press\\_file/4Q2007-press.pdf](http://www.yueyuen.com/press_file/4Q2007-press.pdf) , [http://www.yueyuen.com/press\\_file/FY2005-press.pdf](http://www.yueyuen.com/press_file/FY2005-press.pdf) [http://www.yueyuen.com/press\\_file/4Q2006-press.pdf](http://www.yueyuen.com/press_file/4Q2006-press.pdf)

10 Madden, Normandy. "Sponsoring the Games: Marketing plans shaping-up". AdAge China. 14 febbraio, 2007

11 China-Britain Business Council "Sportswear for all" su [www.cbcc.org/the\\_eview/review\\_archive/sectors/8.html](http://www.cbcc.org/the_eview/review_archive/sectors/8.html)

12 Bilancio Freddy 2006

13 Il Sole 24 ore Nord Ovest, 2 gennaio 2008

anche in rugby e golf, oltre alle Olimpiadi di Pechino<sup>14</sup>.

La Lotto con un giro d'affari di 160 milioni di euro nel 2006<sup>15</sup> spende in media tra il 10 e il 12% del fatturato in sponsorizzazioni. Nel 2007 ha sponsorizzato anche le 16 squadre partecipanti al campionato di calcio della "Città del Vaticano" dedicato ai religiosi e seminaristi, la "Clericus Cup"<sup>16</sup>. Mentre nel 2008 ha siglato un accordo di sponsorizzazione di 20 milioni di sterline per cinque anni con la squadra di calcio Queens Park Rangers<sup>17</sup>. Interessante inoltre notare che il 68% delle vendite è realizzato in Europa mentre il 15% avviene già in Asia. Nel gennaio 2006, infatti, Lotto Italia è entrata in Cina e congiuntamente alla società cinese di abbigliamento Scienward International Holdings Ltd ha creato la Lotto Cina Ltd, partecipata al 50% e proprietaria di negozi monomarca in cinque città: Hong Kong, Pechino, Shanghai, Shenzhen e Nanjing. Ma l'obiettivo è di aprirne altri 12 nelle principali città cinesi mentre ne ha affidato circa 100 in licenza<sup>18</sup>.

Anche la Diadora spende ogni anno il 10-12% del fatturato in sponsorizzazioni per vestire venti giocatori di calcio tra cui Totti, squadre come l'Hannover in Germania e la nazionale scozzese; giocatori di Rugby e alcuni tennisti<sup>19</sup>. Dall'aprile 2008 partecipa del 40% del capitale societario di una ditta cinese che produrrà e commercializzerà i prodotti a marchio Diadora<sup>20</sup>.

I fiumi di denaro che scorrono nel circuito drogato dello sport mercificato del 21° secolo sicuramente portano notevoli benefici alle imprese committenti che aumentano profitti e quote di mercato e agli atleti che prestano i loro corpi plastici in cambio di visibilità e ingaggi profumati; sicuramente più difficile rilevare l'impatto positivo di queste politiche sugli ultimi attori della filiera produttiva: i lavoratori e le lavoratrici che cuciono scarpe, palloni e indumenti per tutti.

Per loro le cose non cambiano, i redditi non crescono e la notorietà neppure, mentre gli indici di crescita dei loro paesi volano insieme ai tassi di inflazione.

Nel 2004 la Play Fair Alliance<sup>21</sup>, la più grande

14 Bilancio BasicNet 2006, Calciomercato.com, Roma: Kappa nuovo sponsor tecnico

15 Dato fornito da Lotto Sport alla CCC

16 Il Sole 24 ore, Effetto Puma sullo sportwear, 12 aprile 2007, Bilancio Lotto Sport Spa 2006

17 News Italia Press agenzia stampa – N. 60 – Anno XV, 26 marzo 2008

18 [www.lottosport.com](http://www.lottosport.com)

19 Bilancio Diadora 2005, Il Sole 24 ore, Effetto Puma sullo sportwear, 12 aprile 2007

20 [www.diadora.com](http://www.diadora.com)

21 La Play Fair Alliance includeva Oxfam, la Clean Clothes Campaign e Global Unions; aveva organizzato la campagna Gioca Pulito alle Olimpiadi del 2004 – rapporto in italiano scaricabile su <http://www.abitipuliti.org:8080/abitipuliti/doc/>. Dal 2007 alcuni membri della Play Fair Alliance hanno dato vita alla campagna PlayFair 2008 – [www.playfair2008.org](http://www.playfair2008.org)

mobilizzazione internazionale mai avvenuta in questo campo per la difesa dei diritti dei lavoratori, aveva portato all'attenzione dell'opinione pubblica mondiale l'altra faccia delle olimpiadi; le condizioni di lavoro dell'industria sportiva nascondevano orari di lavoro eccessivi, straordinari obbligatori e non pagati, salari sotto il livello di povertà, molestie sessuali, abusi fisici e verbali, contratti di lavoro precari. Attraverso le interviste ai lavoratori cambogiani, bulgari, indonesiani, cinesi e turchi era emerso un quadro di sfruttamento endemico, che poneva la necessità di interventi e azioni concrete di settore.

Cosa è cambiato da allora, se qualcosa è cambiato?

È proprio a questa domanda che questa ricerca vuole rispondere. Sulla base di 320 interviste a lavoratori e lavoratrici del settore sportivo in Cina, India, Tailandia e Indonesia e sulla base di analisi e articoli di settore, report pubblici e non pubblicati, articoli apparsi su stampa a web, i ricercatori della coalizione Play Fair 2008 hanno rilevato che, nonostante alcuni marchi abbiamo messo in campo azioni di miglioramento e monitoraggio per adeguarsi agli standard internazionali su diversi aspetti, le violazioni sostanziali dei diritti dei lavoratori nell'industria globale sportiva sono ancora la norma.

Anche nel panorama delle imprese sportive italiane poco è cambiato, pur avendo registrato, proprio a seguito della campagna Play Fair del 2004, un interessante avvio di dialogo con Lotto, importante marchio italiano del settore, che ha dimostrato la volontà di affrontare concretamente le problematiche che affliggono le catene di fornitura e sub-fornitura internazionali.

La posta in gioco è alta ed è ormai chiaro che serve ricorrere a soluzioni di sistema, chiamando tutti i soggetti in campo alle proprie responsabilità. Marchi, agenti, fornitori devono lavorare insieme alla società civile ed ai sindacati per rimuovere quelle cause strutturali che impediscono ancora oggi un netto miglioramento delle condizioni di lavoro dei lavoratori impegnati nella produzione di abbigliamento sportivo.

Il report Play Fair 2008 intende affrontare nello specifico i progressi reali compiuti nel campo di quattro aree principali di intervento: la libertà di associazione sindacale e contrattazione collettiva, il salario dignitoso, la precarizzazione dei contratti di lavoro e l'impatto della crescente ondata di chiusure di fabbriche sulle comunità. I fatti riscontrati testimoniano che ancora troppo poco è stato fatto e che solo azioni precise e obiettivi misurabili possono concorrere ad un miglioramento tangibile già a partire dalle prossime Olimpiadi di Vancouver 2010. Come dire che ormai sono chiari i problemi e anche le soluzioni; è quindi solo una questione di volontà politica e responsabilità complessiva di sistema.

Deborah Lucchetti, Ersilia Monti

# Capitolo I: Un'industria redditizia

L'industria internazionale dell'abbigliamento sportivo non produce solo abbigliamento, calzature e articoli sportivi, ma anche molto denaro.

Alla fine del 2005 il valore del mercato dell'abbigliamento e delle calzature sportive è stato valutato in 74 miliardi di dollari americani. Il mercato delle calzature, pur avendo dimensioni più ridotte di quello dell'abbigliamento, sta crescendo ad una velocità più che doppia rispetto a quest'ultimo.<sup>a</sup> Quasi il 60% del mercato delle calzature è dominato da due società, Nike e adidas, le quali controllano anche il 18% circa del mercato dell'abbigliamento. Puma, a sua volta, controlla circa il 7% del mercato delle calzature.<sup>b</sup>

I marchi che dominano l'industria internazionale dell'abbigliamento sportivo continuano a macinare profitti: dalle Olimpiadi di Atene del 2004 Nike, Puma, adidas, Kappa, ASICS, Yue Yuen, Under Armour e Li Ning hanno notevolmente aumentato i loro utili, in alcuni casi addirittura di più del 200% (si veda la Tabella 1).

## Chi comanda?

Com'è possibile che, in un settore in continua crescita, chi occupa l'ultimo scalino della filiera non ha visto nessun miglioramento nei salari e nelle relative indennità?

La risposta va in parte ricercata nella struttura di un settore che scarica i rischi e i costi su coloro che hanno meno potere all'interno della catena produttiva. Si tratta per la stragrande maggioranza dei casi di giovani donne che, per produrre abbigliamento sportivo per il mercato globale, lavorano tra le 10 e le 14 ore al giorno, e qualche volta anche più a lungo.

Al vertice si collocano le aziende titolari di marchio e i distributori, i quali hanno il rapporto più diretto con i consumatori. I grandi marchi vendono i loro prodotti in catene come Footlocker, Wal-Mart, Intersport e Carrefour, oppure nei loro stessi punti vendita o negozi monomarca, e insieme ai distributori esercitano un notevole potere all'interno della filiera in virtù della loro capacità di stabilire i tempi di consegna e i prezzi pagati ai fornitori.

Generalmente, le aziende committenti si concentrano sul design, sulla promozione e sulla distribuzione e affidano la produzione vera e propria ad altri: talvolta fornitori

**Tabella 1: Utili per l'abbigliamento sportivo in dollari americani (al lordo delle imposte)<sup>c</sup>**

Società	2004	2005	2006	2007	aumento in % 2004-07
Nike	\$1.450.000.000	\$1.859.800.000	\$2.141.600.000	\$2.199.900.000	51,72%
adidas	\$646.770.453	\$849.299.213	\$877.573.672	\$1.088.393.584	68,28%
Puma	\$448.435.711	\$523.972.232	\$453.959.272	\$510.944.031	13,94%
Yue Yuen	\$300.005.000	\$307.616.000	\$375.604.000	\$386.647.000	28,88%
ASICS	\$64.755.447	\$100.270.835	\$147.816.138	\$203.735.461	214,62%
Under Armour	\$16.300.000	\$19.700.000	\$39.000.000	\$52.600.000	222,7%
Li Ning	\$14.739.267	\$22.593.546	\$36.803.693	\$57.407.416	289,49%
BasicNet/Kappa	\$4.815.120	\$5.111.355	\$4.561.441	\$11.220.470	133,03%

Al contrario, i lavoratori che producono scarpe, palloni da calcio e altri articoli sportivi ricevono salari reali in molti casi inferiori a quelli che ricevevano dieci anni fa. In Bangladesh, per esempio, dove nel 2006 le massicce proteste dei lavoratori del settore hanno portato a un aumento, da tempo necessario, dei salari minimi fino a 1.662,50 BDT al mese (\$24,30), il valore reale del salario mensile, considerata l'inflazione, è ancora inferiore a quello del salario minimo del 1995.<sup>22</sup>

In molti paesi i lavoratori non hanno ottenuto alcun aumento del salario minimo e alcuni stanno ancora lottando per il riconoscimento del salario minimo legale, gli straordinari pagati e altre indennità previste per legge.

diretti oppure società intermediarie che attingono ad una rete di imprese produttive per conto terzi. I fornitori possono essere grandi imprese multinazionali con impianti sparsi per il mondo, nel qual caso è possibile che abbiamo sufficiente potere contrattuale per trovare un accordo con il committente su tempistica e prezzi. Ma si può anche trattare di aziende più piccole che gestiscono uno o due impianti e hanno scarso potere contrattuale e margini molto bassi.

Alcuni terzisti affidano a loro volta parti della produzione a piccoli laboratori di confezioni o a lavoratori a domicilio. Questi hanno scarso controllo sul prezzo pagato e sulle condizioni lavorative.

Che lavorino nelle aziende dei terzisti, in piccoli laboratori o a domicilio, i lavoratori dell'abbigliamento ricevono compensi esigui, se paragonati alla ricchezza che producono. Inoltre, hanno scarso potere contrattuale

<sup>22</sup> Il salario minimo del 1995 di 930BDT è stato adeguato a seguito di un aumento nell'indice nazionale dei prezzi del 90,7% tra il 1995 e il settembre del 2007.

e, come vedremo nel capitolo III, sono enormemente ostacolati nei loro tentativi di organizzarsi in sindacati che possano negoziare paghe e condizioni di lavoro migliori.

### Da dove vengono gli articoli sportivi?

La produzione delle calzature sportive si concentra in quattro paesi: Cina, Vietnam, Indonesia e Thailandia. Nike produce rispettivamente il 35%, il 31%, il 21% e il 12% delle sue calzature in questi paesi<sup>d</sup>, che contano per il 90% della produzione totale di calzature sportive. La Cina da sola totalizza il 58%, seguita a distanza dall'Indonesia al 12%.<sup>e</sup>

Anche la produzione di palloni da calcio è concentrata in alcune zone. Si stima che l'80% provenga da Sialkot in Pakistan,<sup>f</sup> mentre India, Cina e Thailandia coprono il restante 20%.

La produzione dell'abbigliamento sportivo è distribuita su un'area geografica più vasta. La produzione di Nike, per esempio, è localizzata in 36 paesi, di cui tuttavia la maggior parte è in Asia.<sup>g</sup> Sebbene adidas dichiarò di produrre in 65 paesi, di fatto la sua produzione avviene prevalentemente in Cina, India, Indonesia, Thailandia, Turchia e Vietnam.<sup>h</sup> ASICS affida la produzione a terzisti di 31 paesi, di cui però la metà si trova in Cina.<sup>i</sup> Puma dichiara di avvalersi di impianti distribuiti tra 47 paesi, ma la maggior parte di questi si trova in Cina, Vietnam, India, Corea del Sud, Thailandia e Malesia.<sup>j</sup>

La produzione di calzature sportive si è consolidata dopo aver subito un processo di ristrutturazione negli anni Ottanta, quando per questo tipo di prodotto sono state eliminate le quote di esportazione. Lo stesso è successo per l'abbigliamento sportivo dal 2004, allo scadere dell'Accordo Multifibre, ma la riorganizzazione del settore non è ancora completa a causa di misure cautelative adottate da UE e USA per limitare le importazioni dalla Cina. Tali misure dovrebbero scomparire alla fine del 2008 con il risultato che la produzione si concentrerà nelle mani di un numero sempre minore di grandi aziende terziste, similmente, anche se non nella stessa misura, a quanto già notato nel settore delle calzature.

### Le imprese produttrici multinazionali

Alcuni fornitori di abbigliamento sportivo sono imprese multinazionali con sede in Asia, specializzate nell'organizzazione di una vasta produzione a basso costo e ad alta intensità di manodopera, destinata quasi esclusivamente alle esportazioni. Queste imprese, che danno lavoro a migliaia di persone, hanno rapporti commerciali diretti con i principali marchi e distributori occidentali e giapponesi. A differenza delle multinazionali

titolari di marchio, molto presenti nelle strade principali di ogni città, nelle campagne pubblicitarie e in grandi eventi sportivi come le Olimpiadi, queste imprese restano sconosciute ai consumatori. Tuttavia, esse stanno assumendo un ruolo sempre più importante e possono decidere i luoghi di produzione e le condizioni in cui vengono prodotti abbigliamento e calzature sportive.

Si tratta di multinazionali asiatiche che si sono trasformate da aziende terziste di ultimo livello a gestori delle proprie filiere globali. Molte hanno costituito siti produttivi in Cina, in altri paesi asiatici, in America Latina e in Africa. Alcune hanno persino risalito la filiera offrendo ai clienti servizi integrati che comprendono le fasi di progettazione e sviluppo, realizzazione di prototipi e modelli, ecc.

Questo modello di produzione integrato, già dominante nel settore delle calzature sportive, sta prendendo piede anche nel settore dell'abbigliamento sportivo. Con la riorganizzazione di quest'ultimo, è prevedibile che imprese produttrici multinazionali controlleranno quote significative del mercato dell'abbigliamento sportivo.

### Il Consolidamento della produzione di abbigliamento sportivo

- **Calzature sportive:** i marchi di calzature sportive tendono ad affidare la produzione a una manciata di produttori strategici, al fine di trarre vantaggio dalle economie di scala e dai servizi integrati. Nike, per esempio, suddivide la sua produzione di scarpe tra cinque fornitori principali,<sup>23</sup> ognuno dei quali è responsabile di circa il 15% della sua produzione totale. Gli altri marchi adottano strategie simili.

Il maggiore produttore al mondo di scarpe firmate è Yue Yuen, con sede a Hong Kong, che nel 2006 ha prodotto il 17% del totale delle calzature sportive. Se anche non avete mai sentito nominare Yue Yuen, ma calzate scarpe adidas, ASICS, New Balance o Puma, per citare solo alcuni marchi, c'è una buona probabilità che queste siano uscite da una delle sue fabbriche. Parleremo in modo più approfondito di questa impresa nel capitolo IV.

- **Abbigliamento sportivo:** seppur in modo meno massiccio, anche nel settore dell'abbigliamento sportivo i grandi produttori multinazionali fanno sentire la loro presenza. Ad esempio, i primi due produttori al mondo di berretti sportivi sono le sudcoreane Dada Corporations e Yupoong Inc.

Le fabbriche di Dada Corporations in Bangladesh, Cina, Vietnam e Indonesia producono un berretto su quattro. Le esportazioni sono destinate per lo più al mercato statunitense, dove i berretti sono venduti con marchi

23 Oltre a Yue Yuen, tra i principali fornitori di Nike ci sono Tae Kwang, Chang Shin, Pan-Asia Group e Feng Tay.

diversi.<sup>k</sup>

Yupoong Inc., il secondo produttore al mondo, è una multinazionale sudcoreana con sedi e impianti di produzione in Corea del Sud, Vietnam, Bangladesh, Stati Uniti e Regno Unito, nonché, fino a poco tempo fa, Repubblica Dominicana.<sup>l</sup>

È probabile che non abbiate mai sentito nominare né Dada Corporations né Yupoong Inc., ma se indossate berretti a marca Nike, adidas, Timberland o Reebok<sup>24</sup>, si tratta quasi sicuramente di berretti prodotti da una delle due.

### **Società di intermediazione**

Un modello sempre più diffuso nel settore dell'abbigliamento sportivo è quello dell'intermediazione produttiva, rappresentato da società che non detengono la proprietà delle fabbriche, ma organizzano la produzione per conto dei marchi committenti e dei rivenditori attraverso una rete di fornitori e terzisti sparsi per il mondo. Tali operatori risultano gli unici interlocutori dei marchi e dei rivenditori e fungono da responsabili della filiera e della logistica. Un modello di questo tipo garantisce all'intermediario, e ai suoi clienti, la massima flessibilità e consente di rispondere prontamente ai cambiamenti di mercato, e lo fa contando sulla disponibilità di manodopera flessibile e precaria a basso costo.

Li & Fung è il principale intermediario di questo tipo, con un giro di affari che nel 2005 ha raggiunto i 7,1 miliardi di dollari americani di prodotti commerciati.<sup>m</sup> Dalla sede di Hong Kong Li & Fung coordina la produzione attraverso una rete di uffici sparsi in quasi 40 paesi. La maggior parte delle attività produttive ha luogo in Asia, ma di recente Li & Fung ha anche avviato produzioni nell'area mediterranea, dell'Europa orientale e dell'America centrale, luoghi più vicini ai clienti europei e nordamericani.

È probabile che non abbiate mai sentito nominare Li & Fung, ma se avete dell'abbigliamento sportivo a marchio Fila o Kappa probabilmente Li & Fung è l'azienda che ne ha organizzato la produzione.

### **Cosa comporta tutto questo per i diritti dei lavoratori?**

Storicamente, la responsabilità legata alla tutela dei diritti dei lavoratori spettava sostanzialmente ai datori di lavoro direttamente interessati, i quali dovevano trattare con lavoratori, sindacati e amministrazioni locali, le questioni relative alle responsabilità dell'azienda nel quadro di leggi locali sul lavoro e accordi collettivi.

Tuttavia, in una filiera globale come quella dell'abbigliamento sportivo, la responsabilità di assicurare il rispetto dei diritti dei lavoratori non si esaurisce tra le

mura della fabbrica.

### **La responsabilità dei committenti**

Dopo essere stati messi sotto accusa da consumatori e gruppi a sostegno dei diritti dei lavoratori a partire dagli anni Novanta, molti dei marchi e dei rivenditori, che non producono direttamente, hanno accettato di assumersi una parte della responsabilità di garantire che le condizioni in cui vengono realizzate le loro produzioni rispettino gli standard internazionali e le leggi locali in materia di lavoro.

I marchi esercitano un notevole controllo su un'ampia gamma di processi: design e materiali; volumi e cadenza degli ordini; tempi di produzione e consegna; continuità degli ordini; prezzi pagati ai fornitori; qualità. Tutti questi fattori possono avere ricadute sulle condizioni di lavoro nelle fabbriche. Quando i volumi degli ordini sono troppo elevati e le scadenze troppo pressanti, le fabbriche ricorrono agli straordinari, stabiliscono obiettivi di produzione irrealistici per i lavoratori, o affidano il lavoro in eccesso ad altre imprese terziste. Se gli ordini non sono costanti, le fabbriche si servono di contratti di lavoro temporaneo. Se invece i prezzi sono troppo bassi, i lavoratori vedono erodere i loro livelli retributivi.

### **La responsabilità dei fornitori**

Anche i fornitori sono in una posizione scomoda, infatti i piccoli terzisti hanno poco potere contrattuale nei confronti dei marchi committenti. Essi tendono a competere sul prezzo e raramente riescono a scaricare sui committenti i costi che rispettare i diritti dei lavoratori comporta, risultando dunque incapaci di aumentare salari e indennità.

Come abbiamo visto, tuttavia, un buon numero di fornitori, soprattutto nel settore delle calzature sportive, sono imprese di dimensioni internazionali, dotate di forza sufficiente per imporre condizioni meno onerose e relazioni commerciali più stabili, a tutto vantaggio di programmi mirati a innalzare il reddito e le condizioni di impiego della propria manodopera. Alcuni esperti sottolineano, ad esempio, come il gigante delle calzature sportive Yue Yuen sia stato in grado di trasferire una parte dei costi dei materiali ai committenti.<sup>n</sup>

Questi ultimi, a loro volta, sostengono che sviluppare relazioni commerciali più solide con un numero limitato di grandi fornitori agevola il processo di adeguamento agli standard internazionali e alla legislazione locale in materia di lavoro, ma la realtà dimostra che non esiste garanzia alcuna che ciò possa avvenire, pur in presenza di condizioni favorevoli, senza la precisa volontà delle parti, ivi compresi i governi dei paesi ospiti, di operare nella giusta direzione.

<sup>24</sup> adidas ha acquistato Reebok, ma continua a produrre articoli a marchio Reebok.

Le indagini condotte da Play Fair hanno evidenziato casi in cui grandi produttori e intermediari commerciali hanno preso decisioni che hanno arrecato danno ai lavoratori senza curarsi della posizione assunta dai marchi committenti. Ad esempio, a seguito dell'eliminazione delle quote legate all'Accordo Multifibre, sono stati chiusi impianti di produzione situati in determinati paesi, nonostante l'evidente volontà dei committenti di continuare a produrre le merci in quegli stessi impianti. In altri casi, le imprese hanno ostacolato l'istituzione di sindacati sebbene i committenti avessero espresso la volontà di affidare la produzione a fabbriche sindacalizzate, oppure hanno spostato gli ordini da fabbriche sindacalizzate a fabbriche non sindacalizzate. Esamineremo altri casi simili nel capitolo III.

Il modello commerciale dominante ha generato una complessa rete di attori e intermediari con diversi gradi di controllo e/o influenza. Il consolidamento del settore secondo le modalità illustrate può determinare cambiamenti positivi per i lavoratori, purché ci sia la volontà di tutti i soggetti in causa di impegnarsi insieme con i sindacati, i governi e le organizzazioni non governative nella ricerca di soluzioni, a livello settoriale, ai problemi cronici che hanno ostacolato le iniziative positive dei singoli rendendole vane.

Nei capitoli VI e VII esamineremo alcuni esempi di cosa è stato fatto e cosa si può ancora fare.

## note

- a CIBC. The Goddess spreads her wings, 26 settembre 2006
- b CIBC. The Goddess spreads her wings, 26 settembre 2006
- c Dati ricavati dai rapporti societari annuali
- d Nike, Inc. Form 10-K, 27 luglio 2007. p5
- e Citigroup. Yue Yuen — Shoes to Choose. 16 novembre 2004
- f Montero, D. "Nike's dilemma: Is it doing the right thing wrong?" Christian Science Monitor, 22 dicembre 2006. <http://www.csmonitor.com/2006/1222/p01s03-wosc.html>
- g Nike, Inc. Form 10-K, 27 luglio 2007. p5
- h [http://www.adidas-group.com/en/sustainability/suppliers\\_and\\_workers/our\\_supply\\_chain/default.asp](http://www.adidas-group.com/en/sustainability/suppliers_and_workers/our_supply_chain/default.asp)
- i Fair Labor Association. 2007 Annual Public Report. p93
- j Fair Labor Association. 2007 Annual Public Report. p122
- k Korea Times. Dada Captures 27 Pct of Global Hat Market. 28 settembre 2002
- l <http://www.flexfit-headwear.com/pages/aboutus.htm>
- m HSBC. Li & Fung. 15 giugno 2006
- n ABN-AMRO. Yue Yuen Industrial Holdings. 18 gennaio 2006



## Capitolo II: aziende “a scoppio ritardato”

Nel 2003 è stata lanciata la campagna “Play Fair at the Olympics” (Gioca pulito alle Olimpiadi), la più massiccia mobilitazione di sempre sui diritti dei lavoratori, che ha visto la partecipazione di sindacati e associazioni per i diritti dei lavoratori provenienti da tutto il mondo. La campagna ha coinvolto centinaia di organizzazioni e numerosi atleti di fama mondiale in oltre 500 eventi realizzati in 35 paesi diversi e ha raccolto oltre mezzo milione di firme.

La campagna ha dimostrato chiaramente all’industria dell’abbigliamento sportivo che c’è una notevole preoccupazione, sia da parte dei consumatori che da parte dei lavoratori, rispetto agli abusi e allo sfruttamento che si celano dietro all’immagine pubblica di molti marchi importanti.

L’obiettivo della campagna non è stato tuttavia quello di mettere in difficoltà le aziende del settore rivelando episodi di violazione dei diritti dei lavoratori. Quello che la Play Fair Alliance ha cercato di fare è stato piuttosto collaborare seriamente con le grandi società produttrici di abbigliamento sportivo, al fine di trovare soluzioni concrete ai problemi quotidiani che i lavoratori del settore devono affrontare. Sfortunatamente, finora i progressi in tal senso sono stati pochi.

### La risposta del settore al Programma di lavoro

Nel 2004 la campagna Play Fair ha elaborato un *Programma di Lavoro* con l’obiettivo di aumentare sensibilmente le attività volte a promuovere la libertà di associazione e la contrattazione collettiva, nonché a sostenere la cooperazione tra i vari stakeholder del settore per garantire il rispetto delle norme in materia di lavoro. Il *Programma* chiede alle aziende, sia singolarmente che collettivamente, di uniformare i propri codici di condotta e i programmi di conformità agli standard più evoluti del settore e di adottare misure concrete atte a:

- facilitare la formazione di lavoratori e dirigenti sulla libertà di associazione;
- istituire meccanismi di reclamo e di risoluzione delle controversie ed efficaci sistemi di gestione degli stessi;
- offrire consulenza ai fornitori in materia di libertà di associazione e contrattazione collettiva;
- collaborare con organizzazioni locali affidabili, che godano della fiducia dei lavoratori e delle loro rappresentanze sindacali, al fine di condurre, o prestare assistenza nello svolgimento di audit sociali o di ispezioni nei luoghi di lavoro;



- firmare un accordo quadro<sup>25</sup> tra la Confederazione Internazionale dei Sindacati del Settore Tessile, Abbigliamento, Calzaturiero (ITGLWF) e la Federazione Mondiale dei Produttori di Articoli Sportivi (WFSGI) e le società che ne fanno parte, in modo da favorire la libertà di associazione e la contrattazione collettiva;
- sviluppare relazioni commerciali più stabili con i fornitori, che prevedano *lead times* (o tempi di immissione sul mercato) tali da garantire per la produzione orari di lavoro umani, e offrano ai fornitori prezzi che rispettino pienamente i costi che l'osservanza delle norme in materia di lavoro richiede.
- Coinvolgere l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) nella realizzazione di un'indagine sulle politiche di acquisto, attribuendole un ruolo di maggiore partecipazione nell'applicazione e nella verifica dei codici di condotta.

Nel maggio del 2004 sei produttori di abbigliamento sportivo (Puma, ASICS, Umbro, Mizuno, Nike e adidas) WFSGI, la FLA (Fair Labor Association, un organismo di controllo delle norme in materia di lavoro) e il CIO (Comitato Olimpico Internazionale) incontravano la Play Fair Alliance a Ginevra in un vertice organizzato dall'OIL. Le restanti imprese invitate, Fila, Lotto e Kappa, non hanno partecipato all'incontro.

La risposta del WFSGI – la principale associazione degli industriali del settore dell'abbigliamento sportivo – fu particolarmente deludente, soprattutto alla luce della lampante necessità di un'iniziativa coordinata di settore, che fosse in grado di esercitare il controllo necessario ad attuare dei cambiamenti significativi nella produzione.

Il WFSGI lasciò alla FLA il compito di prendere iniziative rispetto alle questioni sollevate dalla Play Fair Alliance, nonostante solo quattro dei membri del WFSGI facessero parte della FLA.<sup>26</sup> In un successivo scambio di lettere il WFSGI espresse la mancata volontà di aderire a un accordo quadro con l'ITGLWF e di rappresentare i produttori del settore di fronte a questioni di questo tipo.

La FLA invece si è dimostrata più disponibile e ha preparato per i suoi membri una serie di documenti guida sulla libertà di associazione, ivi compresi i cosiddetti Compliance Benchmarks (parametri di conformità), che illustrano i punti fondamentali che le aziende devono prendere in considerazione per accertarsi che il fornitore

<sup>25</sup> Un accordo quadro internazionale viene definito dalla Confederazione Internazionale dei Sindacati (ITUC) come un accordo negoziato da un'impresa multinazionale e una federazione internazionale di sindacati relativamente alle attività internazionali di quell'impresa. L'obiettivo principale di un accordo quadro è quello di istituire una relazione formale duratura tra impresa multinazionale e federazione internazionale volto a risolvere eventuali problemi e tutelare gli interessi di entrambe le parti.

<sup>26</sup> All'epoca i quattro membri di WFSGI iscritti alla FLA rappresentavano il 63% del mercato delle calzature sportive e il 15,8% del mercato dell'abbigliamento sportivo.

rispetti questo fondamentale diritto dei lavoratori. La FLA ha inoltre organizzato in diversi paesi corsi di formazione sui diritti dei lavoratori rivolti alla dirigenza. Va detto tuttavia che la credibilità di questo organismo risente delle carenze riscontrabili nel suo codice di condotta, nelle procedure di verifica e nel modello generale di gestione.

### Cos'è la Fair Labor Association?

La Fair Labor Association (FLA) è un'iniziativa multistakeholder che include aziende, università e ONG. Al febbraio 2008 sono 24 le società titolari di marchio che sono diventate membri FLA; tra queste adidas, ASICS, Nike, Puma, Patagonia e altre, che insieme costituiscono la maggior parte dei marchi principali nel settore delle calzature sportive e una quota rilevante del mercato dell'abbigliamento sportivo. La FLA ha anche ammesso tra i suoi membri cinque fornitori, tra cui Forward Sports Ltd, un produttore pachistano di palloni da calcio. Queste società si sono impegnate a rispettare un programma di attuazione delle norme in materia di lavoro, di controllo e di risoluzione delle non conformità volto a rendere i loro impianti di produzione conformi agli standard FLA.

Il codice di condotta FLA è stato criticato dalle associazioni per i diritti umani e dei lavoratori, che lamentano l'assenza di norme su salario dignitoso, tutele adeguate rispetto agli orari di lavoro, e rispetto alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva nei paesi dove tali diritti sono negati. La FLA ha cominciato una revisione del suo codice di condotta nel febbraio del 2008.

Per ulteriori informazioni sulla FLA:  
[www.fairlabor.org](http://www.fairlabor.org).

Le risposte delle singole aziende variano. I rappresentanti di Play Fair hanno incontrato quattro delle aziende inizialmente identificate come destinatari della campagna (Puma, ASICS, Mizuno e Umbro) e ognuna di queste ha accettato di intraprendere alcune delle azioni richieste nel Programma di lavoro<sup>27</sup>. Per esempio, seppur in misura diversa, si sono impegnate a:

- affrontare il tema della libertà di associazione tramite la formazione dei lavoratori, da predisporre con organizzazioni aderenti a Play Fair (Umbro e Puma);
- prestare maggiore attenzione all'impatto delle politiche di acquisto e condividere informazioni rilevanti con la campagna (Puma);
- valutare e sviluppare ulteriormente le loro politiche relative al lavoro, ivi compresa tracciabilità della

<sup>27</sup> Per una valutazione delle risposte fornite dalle imprese al termine della campagna 2004, si veda: Merk, Jeroen. 2005. The Play Fair at the Olympics Campaign: An Evaluation of Company Responses. Clean Clothes Campaign, Oxfam, Global Unions. Available at: [http://www.fairolympics.org/background/pfoc\\_evaluation.pdf](http://www.fairolympics.org/background/pfoc_evaluation.pdf)

filiera e parametri di retribuzione (ASICS e Mizuno);

- contemplare la collaborazione tramite la FLA con altre aziende e organizzazioni non governative attive sullo stesso fronte. Al termine della campagna, Umbro e ASICS hanno aderito alla FLA.

Kappa e Fila, anch'esse al centro della campagna nel 2004, si sono dimostrate meno disponibili. Kappa, che è legata da una joint venture a Li & Fung, ha incontrato nel 2005 le organizzazioni sindacali italiane affiliate all'ITGWLF per discutere l'ipotesi di un accordo quadro di settore, ma questo primo incontro è rimasto senza seguito. Fila non ha fornito risposte minimamente utili alle sollecitazioni della campagna.

Lotto ha invece riconosciuto l'importanza di un approccio settoriale, pertanto non mancano le aspettative per futuri sviluppi, dato l'avvio di dialogo con il sindacato nazionale.

Le società che fanno parte della FLA (tra cui Nike, Reebok, adidas e Puma) hanno risposto congiuntamente al Programma di lavoro, ribadendo l'importanza fondamentale che ha la promozione della libertà di associazione, l'ulteriore assistenza per il monitoraggio e la necessità di sviluppare misure correttive che consentano ai lavoratori di acquisire consapevolezza e garantiscano un ambiente favorevole alla loro libera organizzazione. Le aziende associate alla FLA si sono anche impegnate a sviluppare meccanismi di reclamo più efficaci e a trovare nuove forme di dialogo e cooperazione con gli stakeholder locali.

Purtroppo la risposta delle aziende alla richiesta di Play Fair di affrontare la questione dell'impatto delle politiche di acquisto sui diritti dei lavoratori nelle rispettive filiere è stata scarsa.

Nel 2006 Oxfam International ha pubblicato il rapporto *Offside! (Fuori Gioco!)*, che esamina i progressi compiuti dalle aziende rispetto al Programma di lavoro, con particolare riguardo alla libertà di associazione sindacale e alla contrattazione collettiva. Pur prendendo atto dell'impegno profuso da alcune imprese in particolari circostanze, Oxfam rileva la scarsità dei progressi compiuti. Il rapporto, inoltre, conclude che "non si registrano sviluppi significativi in termini di impegno da parte delle imprese titolari di marchio nella valutazione degli effetti delle loro politiche di acquisto (prezzi, tempi di consegna, stabilità delle relazioni commerciali) sui diritti dei lavoratori"<sup>a</sup>

### **Ma le violazioni dei diritti dei lavoratori ci sono ancora, perché?**

Dal 2004 le iniziative di responsabilità sociale di impresa (RSI) sono aumentate in modo esponenziale. Negli ultimi anni i principali marchi di abbigliamento sportivo hanno riconosciuto che le precedenti iniziative di controllo e verifica non sono state in grado di

assicurare il rispetto delle norme in materia di lavoro negli impianti di produzione e hanno cominciato a considerarne le cause.<sup>b</sup> Si tratta di passi importanti.

Risulta tuttavia evidente che solo alcuni aspetti ricevono attenzione. Ad esempio, se alcune delle politiche di acquisto come la riduzione dei lead times e le eccessive modifiche al design di prodotto sono incluse nelle ultime relazioni sulla RSI, è ancora difficile trovare una discussione aperta sul basso livello dei prezzi pagati ai fornitori e sulle conseguenze che tutto questo determina sui salari. Le aziende, inoltre, si sono spesso occupate solo delle violazioni più macroscopiche o più dannose dal punto di vista dell'immagine pubblica, come il lavoro infantile o le uscite di sicurezza bloccate, oppure si sono concentrate su questioni che hanno implicazioni economiche o strutturali di scarsa o nessuna rilevanza per la loro attività.

Le aziende (e molti consulenti in materia di RSI) hanno continuato a trattare questa materia dal punto di vista del ritorno economico, sottolineando la potenziale riduzione dei costi legata a una buona gestione delle risorse umane.

<sup>c</sup> Un approccio di questo tipo, tuttavia, corre il rischio di trascurare i miglioramenti necessari sul fronte dei salari e altri aspetti di tipo economico che potrebbero influire su profitti o prezzi.

Sebbene la libertà di associazione sia stata ampiamente riconosciuta dai marchi committenti come diritto fondamentale dei lavoratori (si veda il capitolo III), si è diffusa la tendenza a concentrare la produzione in paesi dove questo diritto per legge viene negato, limitato o messo in pericolo.<sup>d</sup> Il risultato di questa ristrutturazione, insieme ad altri fattori concomitanti, è stata la chiusura, con conseguenti licenziamenti di massa, anche di stabilimenti produttivi nei quali erano stati realizzati i progressi più avanzati sul piano delle condizioni lavorative.

Infine, molte delle soluzioni "sostenibili" proposte dalle aziende e dalla FLA riguardano principalmente la formazione dei dirigenti aziendali in tema di risorse umane e diritti del lavoro, piuttosto che la creazione di un clima favorevole ai sindacati e alle associazioni di lavoratori o eventuali modifiche delle pratiche di approvvigionamento e dei modelli economici sposati dagli acquirenti. Formare i dirigenti sui diritti dei lavoratori può produrre risultati positivi, ma i dirigenti sono solo una delle tessere del puzzle. Occorre infatti che i lavoratori stessi acquisiscano una maggiore consapevolezza dei propri diritti e siano inseriti a pieno titolo, insieme ai propri rappresentanti, nei processi di avanzamento che li riguardano.





**Società Kuan Ho Sporting Goods in Cina: operai in pausa pranzo (Novembre 2007)**

**Società Kuan Ho Sporting Goods in Cina: entrata principale e manifesto con offerta di lavoro (Novembre 2007)**



**Società Kuan Ho Sporting Goods in Cina: entrata principale. (Novembre 2007)**

**Società Kuan Ho Sporting Goods in Cina: gli operai si riposano dopo il pranzo (Novembre 2007)**



## Capitolo III: quattro ostacoli da superare

Sulla base della risposta dell'industria dell'abbigliamento sportivo e del movimento olimpico al Programma di lavoro,<sup>28</sup> Play Fair 2008 ha rivolto una serie di richieste al CIO, ai comitati olimpici nazionali, ai marchi e ai fornitori del settore, ai singoli paesi e agli investitori.

Il comunicato ufficiale e la lista completa delle richieste della Campagna Play Fair 2008 sono disponibili all'indirizzo: [www.playfair2008.org/templates/templateplayfair/docs/PF\\_2008\\_campaign\\_statement.pdf](http://www.playfair2008.org/templates/templateplayfair/docs/PF_2008_campaign_statement.pdf)

Inoltre, sono stati identificati tre problemi fondamentali che al momento paralizzano il settore e vanno pertanto assolutamente affrontati:

- mancato rispetto della libertà di associazione e del diritto alla contrattazione collettiva;
- precarietà dell'occupazione a causa della riorganizzazione del settore e della chiusura di molte fabbriche;
- abuso di contratti a termine e di altre forme di lavoro precario.

In questo capitolo e in altre parti del rapporto ci occuperemo più da vicino di queste questioni, osservando come esse ostacolino gli sforzi compiuti dai lavoratori per risolvere i problemi sul posto di lavoro, contribuiscano a creare un clima di paura e incertezza tra lavoratori e fornitori, neghino ai lavoratori previdenza sociale e altri diritti e scoraggino qualsiasi forma di organizzazione.

Un quarto ostacolo, ancora più difficile da superare, è quello dei salari.

Le imprese dello sport tendono a concentrarsi su questioni per le quali un impegno da parte loro non influisce in modo determinante su profitti e costo dei prodotti. I cosiddetti "cash standards", fra i quali rientra il salario dignitoso (living wage), possono influire sul costo totale della manodopera, determinando dunque una variazione di utili e prezzi. Sebbene i principali marchi del settore si siano mostrati decisi a intervenire per garantire ai lavoratori il salario minimo o quello prevalente nel settore, essi non adottano di solito misure concrete per corrispondere un reddito che sia sufficiente a soddisfare i bisogni fondamentali dei lavoratori.

Il riconoscimento di un salario dignitoso non significa solo maggiore potere d'acquisto, ma anche migliori condizioni di lavoro, si ridurrebbero per esempio gli orari eccessivi, spesso straordinari illegali, che i lavoratori devono accettare per far quadrare i conti.

Per questi motivi il rapporto esamina il problema del salario dignitoso e allo stesso tempo propone soluzioni concrete su come questo possa essere garantito.

### Libertà di associazione e contrattazione collettiva

#### L'ostacolo

Sebbene siano riconosciuti nella maggior parte dei codici di condotta delle grandi case produttrici di abbigliamento sportivo, questi diritti continuano a essere minacciati. I lavoratori che cercano di organizzarsi rischiano discriminazioni e licenziamento e a volte sono persino vittime di violenze. Molte fabbriche sindacalizzate sono state chiuse e le loro commesse trasferite ad altre fabbriche non sindacalizzate. Inoltre è aumentata la delocalizzazione verso paesi come Cina e Vietnam, dove la libertà di associazione è limitata per legge.

La libertà di associazione è un diritto fondamentale, ma è anche considerato "un diritto che abilita", cioè un diritto che, se rispettato, consente ai lavoratori e ai loro rappresentanti di affrontare e risolvere insieme ai dirigenti i problemi più urgenti e di negoziare miglioramenti più a lungo termine rispetto ai salari e alle condizioni di lavoro nel loro insieme.

A seguito delle rimostranze di lavoratori, sindacati e attivisti, alcune aziende hanno adottato misure atte a mettere fine alle rappresaglie contro i lavoratori che esercitano il proprio diritto ad associarsi e a convincere i fornitori ad accettare i sindacati e a trattare con essi. Molti dei grandi marchi del settore hanno espresso pubblicamente il proprio sostegno alla libertà di associazione nei rispettivi codici di condotta e alcuni di loro, ivi compresi Nike e adidas, si sono impegnati a fare di più affinché nelle loro filiere sia rispettato questo diritto.<sup>4</sup>

Riteniamo che, come stabilito in un recente progetto di collaborazione tra sei delle maggiori iniziative multistakeholder,<sup>29</sup> le aziende dovrebbero adottare un approccio favorevole verso le attività sindacali e in generale un atteggiamento di apertura nei confronti delle attività organizzative dei lavoratori.

#### Quali ostacoli devono affrontare i lavoratori che decidono di organizzarsi in associazioni sindacali?

**Licenziamento di sindacalisti e simpatizzanti dei sindacati:** Quando i lavoratori provano a costituire un sindacato incontrano spesso notevoli resistenze da parte dei dirigenti aziendali.

- In Honduras, alla Jerzees Choloma, che produce per Russell Athletic, i lavoratori hanno costituito un

<sup>28</sup> Per le reazioni delle aziende si veda <http://www.fairolympics.org/background.html>.

<sup>29</sup> L'iniziativa congiunta su responsabilità sociale di impresa e diritti dei lavoratori (Joint Initiative on Corporate Accountability and Worker Rights, o Jo-In) ha visto il coinvolgimento di sei iniziative multistakeholder per lo sviluppo di un approccio comune al monitoraggio dei diritti dei lavoratori in Turchia. Il codice di condotta del progetto Jo-In è disponibile all'indirizzo: <http://www.jo-in.org/pub/docs/Jo-In%20Draft%20Common%20Code%2005.pdf>

sindacato nel marzo del 2007. Il 14 giugno dello stesso anno il 90% dei 72 membri fondatori era stato licenziato. Inoltre, quando altri 56 lavoratori hanno cercato di ricostituire il sindacato nel settembre del 2007, ne sono stati licenziati altri 22.<sup>b</sup>

- Nella fabbrica thailandese di palloni da calcio Mikasa Industries, il sindacato è stato stroncato sul nascere tra il 2006 e il 2007 quando molti, tra sindacalisti e iscritti, sono stati licenziati. La presidentessa, Waraporn Rakthai, è stata in seguito reintegrata, ma ha dovuto lavorare in isolamento per due anni.<sup>c</sup>

- Nel dicembre 2006, appena una settimana dopo l'inizio del reclutamento di iscritti al loro sindacato legalmente riconosciuto, sei sindacalisti della thailandese Thai Garment Export (che produce per Nike e Cutter & Buck) sono stati arbitrariamente licenziati.

**Rifiuto di riconoscere i sindacati e trattare con essi:** anche laddove i lavoratori riescano a costituire dei sindacati e a farli riconoscere giuridicamente, capita che i dirigenti rifiutino o ritardino il riconoscimento ufficiale e/o le trattative con i rappresentanti eletti dei lavoratori.

- Nel 2005, il sindacato turco dei lavoratori del tessile-abigliamento TEKSIF è riuscito a organizzare i lavoratori degli impianti turchi della PAXAR Corporation, che producono etichette e stampano loghi e motivi decorativi sull'abbigliamento di Nike, adidas e Puma. Ma al momento di dare inizio alla contrattazione collettiva, la società si è rifiutata di trattare e ha licenziato 11 membri del sindacato. Solo a seguito di forti pressioni da parte delle varie iniziative multistakeholder a livello internazionale, della ITGLWF e di vari gruppi di pressione, tra cui la Clean Clothes Campaign, la società ha accettato di avviare i negoziati con il sindacato. Il risultato delle trattative è stato un accordo raggiunto solo nel febbraio del 2007, due anni dopo la nascita del sindacato. Nel frattempo molti degli iscritti erano stati licenziati.<sup>d</sup>

**Chiusura di fabbriche sindacalizzate e riduzione di ordini:** sebbene discriminare fabbriche sindacalizzate rappresenti una violazione palese dei codici di condotta dei committenti e delle iniziative multistakeholder,<sup>30</sup> è spesso difficile dimostrare che la chiusura o la riduzione di ordini per determinate fabbriche siano dovute alla presenza di un sindacato. Tuttavia, la tendenza secondo la quale alla costituzione di un sindacato seguono chiusura o riduzione di commesse è troppo diffusa per essere considerata una semplice coincidenza.

- Quando nel gennaio del 2004, dopo due mesi di sciopero, il sindacato Perbupas ha ottenuto un aumento salariale in una fabbrica indonesiana, l'impresa ha risposto trasferendo tutte le commesse Nike a un altro impianto, rifiutando però di trasferire i membri del

sindacato. La prima fabbrica è stata chiusa nel giugno del 2006 e riaperta più tardi, sebbene a nessuno dei membri del sindacato sia stato offerto un lavoro presso la stessa.<sup>e</sup>

A volte i committenti riducono gli ordini delle fabbriche sindacalizzate o li trasferiscono in toto ad altre fabbriche.

- Nell'ottobre del 2005, nella fabbrica indonesiana PT Panarub, che vede anch'essa la presenza del sindacato Perbupas, sono stati licenziati per aver partecipato a uno sciopero 33 iscritti al sindacato. A metà del 2006, adidas, pur facendo pressioni sui dirigenti dell'azienda affinché riassumessero gli operai, riduceva le commesse adducendo la necessità di rispettare qualità e tempi di consegna. Se da un alto è improbabile che questa decisione sia stata presa in risposta alle attività sindacali, è certo che il potere di adidas di far pendere la bilancia a favore dei lavoratori ne è risultato fortemente indebolito. L'organismo statunitense multistakeholder Worker Rights Consortium ha chiesto ad adidas di riprendere il flusso di ordini per far sì che gli operai fossero reintegrati, ma adidas ha rifiutato di farlo.<sup>f</sup>

In assenza di un chiaro impegno da parte del committente a favorire i fornitori sindacalizzati, la minaccia di trasferire la produzione altrove può essere utilizzata come deterrente per l'organizzazione di attività sindacali.

**Trasferimento della produzione in paesi in cui la libertà di associazione è limitata:** è stato Oxfam International nel rapporto "Offside!"<sup>8</sup> del 2006 a lanciare l'allarme. Sarebbe in aumento la tendenza a trasferire la produzione in paesi o in zone franche per l'esportazione in cui la libertà di associazione e la contrattazione collettiva sono ostacolate per legge.

In Cina, ad esempio, i sindacati sono considerati legali solo se affiliati alla Federazione nazionale cinese dei sindacati (ACFTU), la quale è controllata dal governo. Gli scioperi non sono espressamente dichiarati legali o illegali, ma sono energicamente e a volte violentemente repressi, nonché considerati una minaccia per l'ordine pubblico dal 1982. Nelle fabbriche sindacalizzate i lavoratori sono spesso rappresentati da funzionari sindacali non eletti, in molti casi scelti tra i dirigenti dell'impresa stessa, regolarmente criticati per il loro scarso impegno a favore di un miglioramento delle condizioni di lavoro o di una maggiore tutela dei diritti dei lavoratori.

In alcuni casi le imprese produttrici reagiscono alla costituzione dei sindacati spostando la produzione dove la libertà di associazione viene negata.

- Nel 2003, PT Daejoo Leports, un fornitore indonesiano di adidas e VF Corporation, ha accettato di trattare con il sindacato SPN dietro pressioni dei committenti. Si è trattato di un notevole passo avanti, considerando che nei suoi precedenti tentativi di dialogo il sindacato aveva subito rifiuti e minacce. Tuttavia, nell'estate del 2004, l'azienda ha chiuso per spostare la

30 Alcuni marchi, tra cui Reebok, Puma e adidas, hanno espressamente dichiarato che chiudere le fabbriche per eliminare i sindacati costituisce una violazione del loro codice di condotta (si veda Connor, Tim e Kelly Dent. Offside! Labour rights and sportswear production in Asia. Oxfam International, 2006)

produzione in Cina, nonostante i committenti avessero dichiarato di preferire che la produzione rimanesse in Indonesia.<sup>h</sup>

I marchi, a loro volta, tendono a rifornirsi da quei paesi in cui i loro codici di condotta non possono essere pienamente attuati a causa di limitazioni legali alla libertà di associazione, come dimostra la massiccia quantità di ordini assegnati a produttori nelle zone franche per l'esportazione di paesi quali Cina, Vietnam e Bangladesh.

**Promozione dei "comitati di lavoratori" al posto dei sindacati:** nei paesi che non consentono il pieno esercizio del diritto di associazione e contrattazione, talvolta le imprese dello sport promuovono "forme parallele" di rappresentanza. In alcuni paesi la legge favorisce il ricorso a comitati di fabbrica eletti o a consigli paritetici fra lavoratori e datori di lavoro. Purché ciò non impedisca l'esercizio dei diritti sindacali e siano rispettate la convenzione OIL 135 e la raccomandazione OIL 143 (sulla rappresentanza dei lavoratori), questo tipo di rappresentanze possono ritenersi conformi al principio di libertà sindacale e contrattazione collettiva<sup>31</sup>. Ma il ricorso a strumenti sostitutivi va scoraggiato in tutti i paesi in cui i diritti sindacali sono compiutamente garantiti. Nella migliore delle ipotesi, questi comitati raccolgono i reclami e i suggerimenti dei lavoratori e si rivelano utili per la formazione degli stessi, per esempio in materia di salute e sicurezza. Nella peggiore delle ipotesi, possono diventare organismi controllati dai dirigenti, che tolgono potere ai lavoratori. Tra i problemi principali dei comitati di lavoratori figurano:

**1** La direzione gestisce i comitati o ne seleziona i membri e i lavoratori non sono rappresentati.

- In Cina, in alcune fabbriche di Yue Yuen, i dirigenti hanno istituito i cosiddetti "centri di sostentamento dei lavoratori", dove questi possono presentare lamentele relative al posto di lavoro, alla mensa o al dormitorio. Tuttavia, secondo le dichiarazioni raccolte da Play Fair tra gli stessi lavoratori, questi centri sarebbero controllati dalla direzione e non rappresenterebbero i lavoratori.<sup>i</sup>

- In una fabbrica di palloni da calcio di Dongguan, sempre in Cina, dove si produce tra gli altri per Nike, Puma, Wilson, Fila, Lotto e adidas, gli operai hanno riferito a Play Fair dell'esistenza in fabbrica di un comitato di lavoratori i cui membri sono nominati dai dirigenti. Gli stessi operai hanno dichiarato che il comitato sarebbe solo un organo formale istituito per tranquillizzare gli auditor ma assolutamente inutile per i lavoratori.<sup>32</sup>

**2** La comunicazione è a senso unico.

- In una fabbrica indiana che produce per Reebok e Nike, il Forum dei lavoratori, istituito dai dirigenti per

occuparsi delle lagnanze degli operai, consisteva in una prima fase di persone nominate dai dirigenti stessi. Dopo l'interessamento diretto di Reebok nel 2003, la direzione ha accettato di organizzare delle consultazioni per eleggere i rappresentanti dei lavoratori all'interno del Forum e di una Commissione reclami. Nell'agosto del 2007, tuttavia, adidas, che aveva nel frattempo acquisito Reebok, ha rilevato come i comitati tendano ancora a essere utilizzati "come canali di comunicazione dai dirigenti ai lavoratori, piuttosto che effettivi organi di rappresentanza dei lavoratori nei confronti dei dirigenti".<sup>j</sup>

**3** I lavoratori sono troppo intimoriti per sollevare questioni fondamentali.

- Presso un fornitore di adidas in Thailandia, tutti i membri del Comitato per il benessere dei lavoratori hanno dichiarato di non comprendere ruolo e responsabilità del comitato stesso. Essi erano troppo intimiditi per sentirsi liberi di presentare proposte o reclami al comitato, soprattutto dopo che uno di loro era stato licenziato per aver chiesto semplicemente: "quando avremo un aumento?".<sup>k</sup>

## Lavoro precario

### L'ostacolo

Il ricorso a contratti a termine o di lavoro occasionale si è notevolmente diffuso nel settore dell'abbigliamento sportivo. Chi lavora con questo tipo di contratti spesso non ha diritto alle forme basilari di tutela e indennità e in molti casi non può aderire a un sindacato. Chi prova a migliorare le proprie condizioni di lavoro rischia facilmente, e legalmente, di essere licenziato al termine del contratto, ed è pertanto particolarmente vulnerabile.

L'industria dell'abbigliamento sportivo è dipendente dalla flessibilità. Nell'attuale modello commerciale, rivenditori, marchi e grandi fornitori multinazionali cercano di ottimizzare la loro capacità di rinnovare non solo stili e prodotti ma anche impianti di produzione e/o paesi produttori, al fine di ottenere il maggior numero di prodotti nel minor tempo possibile e la migliore qualità ai prezzi più bassi.

Allo stesso modo, i produttori puntano sulla flessibilità per essere competitivi e ottenere il maggior numero possibile di commesse. Poiché i costi delle attrezzature e degli impianti sono difficilmente modificabili, la flessibilità diventa una necessità di cui devono farsi carico i lavoratori, per esempio tramite rapporti lavorativi precari.

### Contratti a termine

Negli ultimi anni, sebbene i dati disponibili per il settore siano incompleti, sindacati e organizzazioni per i diritti dei lavoratori hanno denunciato un crescente ricorso a contratti a termine rinnovabili e, in molti casi, l'assoluta mancanza di contratti scritti. I contratti a termine servono lo scopo di eludere i benefici economici dovuti ai lavoratori e di indebolirne i tentativi di organizzarsi:

<sup>31</sup> per approfondimenti: [http://www.cleanclothes.org/codes/docs/CCC\\_FoA\\_Primer.pdf](http://www.cleanclothes.org/codes/docs/CCC_FoA_Primer.pdf)

<sup>32</sup> Play Fair ha intervistato 15 dei lavoratori della fabbrica tra ottobre e dicembre del 2007.

- Negli impianti di PT Busana Prima Global<sup>33</sup> in Indonesia i nuovi dipendenti sono assunti solo con contratti a termine. I lavoratori precari non hanno gli stessi diritti dei lavoratori a tempo indeterminato; per esempio non possono avere le ferie o il permesso mensile. Alla BPG I, i lavoratori stimano che tra loro il 40% abbia un contratto a termine. Alla BPG III, che ha aperto i battenti nel 2001, i lavoratori hanno dichiarato che solo un lavoratore su 1.097 è a tempo indeterminato.<sup>1</sup>

- L'OIL ha riscontrato un aumento generalizzato dei contratti a termine nelle fabbriche di abbigliamento cambogiane, e si è detta preoccupata rispetto all'uso che i datori di lavoro fanno dei contratti a termine per colpire la stabilità occupazionale dei lavoratori.<sup>m</sup> A tale proposito, nel suo ultimo rapporto, il programma OIL "Better Factories Cambodia" (Fabbriche migliori in Cambogia) notava che nelle fabbriche monitorate le non conformità sono aumentate del 3% tra aprile e ottobre del 2007,<sup>n</sup> non conformità già precedentemente aumentate del 5% tra novembre 2006 e aprile 2007.<sup>o</sup>

### Agenzie interinali

Dove l'impiego eccessivo di contratti a termine è stato limitato per legge, alcuni datori di lavoro hanno cominciato a reclutare personale tramite agenzie che fungono da intermediari e che giuridicamente assumono il ruolo di datori di lavoro (si tratta del cosiddetto "lavoro in affitto"), anche se in molti casi si tratta di personale le cui mansioni e i cui orari all'interno della fabbrica non variano.

- Nel novembre del 2007, i media cinesi hanno dichiarato che Global Cap Products Ltd,<sup>34</sup> produttore di berretti nel polo economico e tecnologico di Guangzhou, stava esercitando pressioni affinché i suoi dipendenti firmassero nuovi contratti di lavoro con un'agenzia esterna. Ai lavoratori che l'avessero fatto entro il 31 dicembre 2007 (un giorno prima dell'entrata in vigore in Cina di una nuova legge in materia di lavoro), fu promesso un aumento. A chi rifiutava, fu detto che i loro contratti non sarebbero stati rinnovati. Coloro che avessero firmato i nuovi contratti con l'agenzia interinale avrebbero anche potuto essere trasferiti in altre fabbriche nella provincia di Guangzhou se il lavoro alla Global Cap Products fosse scemato.<sup>p</sup>

- Nella fabbrica Molten Thailand (che, accanto a una propria linea a marchio, ha prodotto i palloni da calcio adidas TeamGeist per i mondiali del 2006), i lavoratori hanno rivelato alla Thai Labour Campaign che l'azienda stava reclutando un numero crescente di persone tramite un'agenzia esterna. I lavoratori "in affitto" ricevevano paghe e indennità inferiori e dovevano provvedere all'acquisto delle proprie tute da lavoro.<sup>q</sup>

### Cosa fa aumentare il lavoro precario?

Per ridurre le giacenze l'industria ha sviluppato un modello "just-in-time" che consegna la merce quando serve sugli scaffali dei negozi. Questo modello fa aumentare la stagionalità della produzione creando notevoli fluttuazioni tra picchi di produzione e momenti di stallo, fluttuazioni che sono maggiori per l'abbigliamento che non per le calzature sportive (si vedano le figure 1 e 2 di seguito).

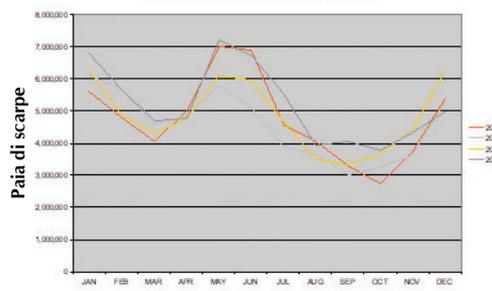


Figura 1: Stagionalità delle importazioni di calzature sportive negli USA da Cina, Indonesia, Vietnam e Thailandia, 2004-2007

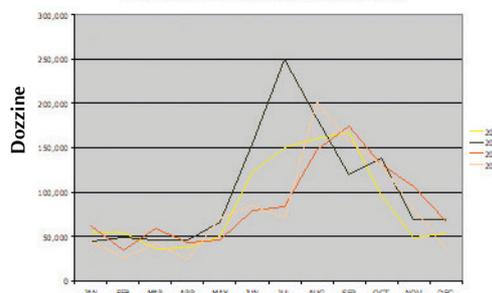


Figura 2: Stagionalità delle importazioni di tute sportive negli USA, 2004-2007

Figure 1 e 2: due esempi della stagionalità delle importazioni negli USA tra il 2004 e il 2007.

Durante i periodi di maggiore richiesta, per far fronte alle scadenze la fabbrica deve aumentare la propria produttività e impiegare maggiore manodopera. Nei periodi in cui la richiesta è scarsa, invece, il lavoro potrebbe non essere sufficiente a garantire un'occupazione a tutti i lavoratori. Le aziende hanno diversi modi di far fronte a tale "stagionalità".

Per l' "alta stagione":

- richiedono un numero eccessivo di straordinari agli operai;
- subappaltano la produzione in eccesso ad altre fabbriche.

Per la "bassa stagione":

- ricorrono a lavoratori con contratti a termine di cui possono disporre liberamente;
- usano "lavoratori in affitto" che possono licenziare facilmente.

In alcuni paesi sono previsti dei limiti all'uso incondizionato di contratti a termine e lavoro interinale.

- La legge cambogiana in materia di lavoro prevede che i contratti a termine non possano superare i due anni di durata e, pur essendo rinnovabili più di una volta, dopo due anni di contratto/i a termine i lavoratori devono essere assunti in pianta stabile.<sup>r</sup>

33 BPG produce per marchi come Fila, Prostar, Converse, Elverys Sports, Erima, Surrudge, Le Coq Sportif e Sergio Tacchini.

34 Non esiste un nome inglese ufficiale dell'azienda. Il nome originale può anche essere tradotto con "Universal Hat Company Ltd".

- In Cina, a gennaio di quest'anno, è entrata in vigore una nuova legge sui contratti di lavoro, la quale si rifà alla legislazione già esistente che vincolava le aziende a firmare un contratto con tutti i lavoratori. La nuova legge obbliga inoltre le aziende a garantire contratti a tempo indeterminato dopo non più di due contratti a termine e a versare una buonuscita proporzionata alla durata del rapporto di lavoro.<sup>5</sup> I lavoratori alle dipendenze di un unico datore di lavoro da oltre dieci anni devono passare automaticamente a un contratto a tempo indeterminato, mentre i lavoratori reclutati tramite agenzie esterne devono ottenere contratti con una durata minima di due anni.

La legislazione della Corea del Sud in materia è stata rivista nel 2007, quando la durata massima dei contratti a termine è stata fissata a due anni.

Sfortunatamente, alcune lobby internazionali del settore, in particolar modo l'American Chamber of Commerce di Shanghai e il U.S. China Business Council hanno spinto il governo cinese a ridurre le forme di tutela previste per i lavoratori nella nuova legge e hanno minacciato di lasciare il paese in caso di una ridotta "flessibilità".<sup>t</sup> Questo tipo di azione di lobby ha funzionato, al punto che alcune garanzie per i lavoratori sono state eliminate dai successivi testi di legge.<sup>u</sup> L'European Chamber of Commerce di Pechino aveva inizialmente avvertito il provvedimento, ma ha successivamente cambiato posizione in virtù delle pressioni ricevute dalla Confederazione Sindacale Europea e da altri organismi. Alcuni gruppi di affari di Hong-Kong, come la Federazione dell'Industria di Hong Kong, continuano a sollecitare modifiche della legge o deroghe.<sup>v</sup>

A Nike va riconosciuto di aver sostenuto pubblicamente le nuove modalità contrattuali. L'azienda ha infatti dichiarato di riconoscere la necessità di contratti di lavoro a lungo termine nella catena produttiva, al fine di ridurre l'abuso dei contratti a breve termine per, tra le altre cose, evitare di dover coprire i costi di assicurazioni sociali e altre indennità.<sup>w</sup>

Persino dove la legge parla chiaro possono esserci problemi, poiché non è detto che questa venga applicata. Pertanto committenti e produttori di abbigliamento sportivo dovrebbero almeno accertarsi di rispettare, e di far rispettare ai propri fornitori e subfornitori, la normativa vigente nei singoli stati sui contratti di lavoro e il lavoro interinale, e dovrebbero evitare che certi tipi di contratto siano usati per aggirare determinate disposizioni. Nel capitolo VI ci occuperemo di cos'altro possono fare le aziende per offrire forme di impiego più stabili.

## La chiusura delle fabbriche

### L'ostacolo

Negli ultimi anni una delle realtà più dure del settore dell'abbigliamento sportivo è il drastico aumento delle chiusure delle fabbriche, dovuto alle mutate modalità di produzione. Le chiusure non solo hanno un effetto sulle migliaia di lavoratori che perdono il posto e sulle loro famiglie, ma generano anche paura e incertezza nei lavoratori di altre fabbriche, i quali spesso non si fanno sentire per timore di perdere anch'essi il posto.

Con l'abbandono del sistema delle quote sulle importazioni per il settore del tessile e dell'abbigliamento, rivenditori, marchi committenti e produttori stanno riorganizzando filiere e reti di produzione su scala mondiale senza curarsi delle ripercussioni che tale ristrutturazione ha sui lavoratori, le loro famiglie, le comunità di appartenenza e i rispettivi paesi.

Ad aggravare la situazione dei tanti lavoratori che perdono l'impiego, c'è spesso l'assenza di qualsiasi forma di garanzia del diritto a una buonuscita o alle paghe arretrate. Questo può dipendere dalla cattiva amministrazione o dall'elusione degli adempimenti prescritti in caso di chiusura delle fabbriche da parte del datore di lavoro. La minaccia di chiusura viene spesso utilizzata per scoraggiare la costituzione di sindacati o per convincere i lavoratori a mentire sulle loro condizioni di lavoro quando le fabbriche ricevono le visite degli auditor mandati dai committenti.<sup>x</sup>

Sebbene alcune aziende più sensibili siano disposte a trovare soluzioni per ridurre gli effetti negativi della riorganizzazione del settore, la maggior parte si rifiuta anche solo di prendere in considerazione la possibilità di dover giustificare le proprie scelte di fronte ai lavoratori e alle comunità colpite.

### Effetti catastrofici

Il classico esempio di una catastrofica chiusura di fabbrica è quello di Hermosa Manufacturing a El Salvador, uno stabilimento che produceva per conto di Nike, Russell Athletic, adidas e Puma. Questo ha chiuso i battenti nel 2005, lasciando gli operai senza lavoro, arretrati, buonuscita, alloggi e, poiché il titolare non aveva versato allo stato i contributi, pur avendoli detratti dalle buste paga dei lavoratori, senza nemmeno assicurazione sanitaria e pensioni. A distanza di tre anni da allora, i lavoratori non sono ancora riusciti a ottenere ciò che spetta loro per legge.<sup>35</sup>

Sebbene sia il settore dell'abbigliamento sportivo a essere maggiormente colpito da una profonda riorganizzazione, anche quello delle calzature sportive, consolidatosi già

<sup>35</sup> Per una trattazione esaustiva della chiusura di Hermosa, e per le raccomandazioni per evitare altri "Casi Hermosa", si veda Maquila Solidarity Network. Emergency Assistance, Redress and Prevention in the Hermosa Manufacturing Case. 2007. Disponibile all'indirizzo: [www.maquilasolidarity.org/en/currentcampaigns/Hermosa/MSNReport](http://www.maquilasolidarity.org/en/currentcampaigns/Hermosa/MSNReport)

negli anni Ottanta, non è immune da massicce chiusure di fabbriche e trasferimenti della produzione.

- Nel novembre del 2006, in Indonesia, le fabbriche di scarpe PT Spotec e PT Dong Joe hanno chiuso lasciando a casa 10.500 operai e altri 9.000 sono stati licenziati da una terza fabbrica, PT Tong Yang. Tutti e tre gli impianti producevano per Reebok, passando poi ad adidas quando questa ha rilevato Reebok. A distanza di più di un anno da quelle chiusure e dal conseguente licenziamento di quasi 20.000 lavoratori, la maggior parte degli operai di PT Spotec e PT Dong Joe non ha ancora ricevuto la buonuscita e le altre indennità dovute. L'intervento di adidas presso PT Spotec, che ha riaperto con una nuova gestione per far riassumere gli ex dipendenti non ha ancora sortito alcun effetto.

- Il 20 dicembre 2007, dopo quasi venti anni di attività per marchi come Reebok e adidas, Elegant Top Shoes Co. Ltd. a Dongguan, Cina, ha chiuso cancellando 4.000 posti di lavoro. Molti possono essere i motivi che hanno portato alla chiusura, ma le fonti più accreditate indicano come cause principali i costi associati alla nuova legge cinese sui contratti di lavoro, i nuovi tassi di cambio (che fanno scendere il valore dei prezzi pagati dai committenti statunitensi rispetto ai costi fissi locali), e la disponibilità di manodopera ancora più a basso costo nell'interno del paese.<sup>y</sup>

Nonostante stiano scomparendo le quote sulle importazioni, che contribuivano a disperdere la produzione di abbigliamento in tutto il mondo, non è detto che un consolidamento del settore porti a una maggiore stabilità. Alcuni grandi marchi e rivenditori concentreranno una quota sempre più rilevante della loro produzione in pochi impianti leader situati in una manciata di paesi. Tuttavia, il ricorso a terzisti disposti verticalmente lungo la filiera continuerà a essere una caratteristica della loro attività. La crescita di altre imprese produttrici multinazionali con sede in Asia, di cui abbiamo parlato nel capitolo I, sta creando un modello cosiddetto "a clessidra" in virtù del quale nella strozzatura centrale sembra esserci maggiore stabilità, ma alle estremità superiore e inferiore si continuano a trovare grandi oscillazioni e pratiche di produzione instabili.

Per sviluppare un modello commerciale sostenibile nel quale né i lavoratori né i fornitori dipendano da ordini estremamente variabili e lavoro precario, i committenti e i rivenditori devono sviluppare rapporti diretti, stabili e duraturi con le fabbriche in cui avviene la produzione.<sup>36</sup> Inoltre devono adottare pratiche che diano la priorità alla tutela dei diritti dei lavoratori piuttosto che a piccole riduzioni sul prezzo unitario ottenute spostando continuamente la produzione in luoghi sempre più a buon mercato. Ripareremo di questo aspetto nel capitolo VI.

## Sostenibilità economica

La chiusura dovrebbe essere la soluzione ultima nel caso in cui una fabbrica non sia più in grado di sostenersi economicamente e siano già state tentate tutte le altre strade possibili per salvare l'attività. Non è però sempre facile identificare le responsabilità dei singoli per le decisioni che influenzano la produttività di una determinata fabbrica.

Fornitori e/o intermediari che si servono di diversi stabilimenti in uno o più paesi, ad esempio, possono scegliere a quali fabbriche assegnare le commesse, il che influisce sulla produttività e sulla sostenibilità dei singoli impianti. I committenti possono anche, più o meno volontariamente, evitare di sostenere quelle fabbriche dove gli standard in materia di lavoro sono maggiormente rispettati (soprattutto quelle che prevedono accordi per la contrattazione collettiva), causandone quindi la chiusura.

È quello che è successo alla BJ&B, fabbrica di berretti della Repubblica Dominicana. All'inizio del 2007 la casa madre sudcoreana Yupoong ha annunciato ai lavoratori la chiusura della fabbrica. Tra il 2001 e il 2002 la BJ&B era stata teatro di nascenti attività sindacali che, sostenute da organizzazioni internazionali per i diritti dei lavoratori, iniziative multistakeholder come il Worker Rights Consortium e la Fair Labor Association, e i committenti tra cui Nike, adidas e Reebok, avevano dato vita a uno storico contratto collettivo.<sup>z</sup>

Tuttavia, negli anni a seguire, Yupoong ha investito sempre meno nella BJ&B, a tal punto che alla fabbrica, che contava 2000 dipendenti nel 2001, ne restano solo 350 quando viene comunicata la chiusura, a giustificazione della quale i titolari hanno sostenuto che non era più competitiva rispetto ad altri stabilimenti Yupoong in Bangladesh e Vietnam. Nel frattempo alcuni committenti, tra cui Reebok, avevano interrotto i rapporti con la fabbrica, lasciando Nike come unico grande committente.

La fine di questa fabbrica sindacalizzata, a vantaggio di impianti Yupoong non sindacalizzati in paesi con manodopera più a basso costo, rappresenta un monito che sottolinea l'incapacità del settore di premiare la tutela dei diritti dei lavoratori con un aumento delle commesse.

Il caso BJ&B ci ricorda anche che, avendo a che fare con filiere globali, non possiamo limitarci a considerare la sostenibilità economica di un singolo impianto un motivo sufficiente a giustificarne la chiusura. Un'adeguata valutazione della sostenibilità economica di uno stabilimento deve considerare anche quali sono gli schemi che regolano l'assegnazione delle commesse da parte dei committenti, se l'entità dei prezzi pagati dagli stessi è sufficiente a garantire la tutela dei diritti dei

<sup>36</sup> I marchi committenti possono anche scegliere di acquistare e controllare direttamente i propri stabilimenti produttivi.

lavoratori presso quell'impianto, e quali sono le risorse finanziarie a disposizione della casa madre.

## Quando chiude una fabbrica

Quando la chiusura di una fabbrica non può essere evitata, il titolare e i committenti devono assumersi la responsabilità di attuare le misure più adatte a ridurre gli effetti negativi della chiusura sui lavoratori e sulle comunità di appartenenza.

Lo standard internazionale di riferimento è la Convenzione OIL 158 sulla cessazione del rapporto di lavoro per iniziativa del datore di lavoro, che sottolinea la necessità di consultare i lavoratori o i loro rappresentanti sulle alternative alla chiusura, fornire congruo preavviso ai lavoratori, versare una buonuscita, e garantire che i licenziamenti non siano effettuati sulla base di discriminazioni. La Convenzione OIL 173 sulla tutela degli interessi dei lavoratori in caso d'insolvenza del datore di lavoro dichiara che le rivendicazioni dei lavoratori rispetto alla buonuscita, o ad altre indennità dovute da parte dell'ex datore di lavoro, devono avere la precedenza su altre richieste di indennizzo secondario che il datore di lavoro può ricevere, per esempio dal governo.

Questa è solo una parte di ciò che le aziende possono e devono fare per fronteggiare gli effetti catastrofici della chiusura delle fabbriche. Ci occuperemo ancora di cosa può essere fatto nel capitolo VI.

## Salario dignitoso

### L'ostacolo

Nonostante una crescente attenzione al problema da parte di iniziative multistakeholder, difensori dei diritti dei lavoratori e numerosi studiosi, sono scarsi o nulli i progressi compiuti per assicurare ai lavoratori che producono abbigliamento sportivo salari sufficienti a far fronte ai loro bisogni fondamentali.

I lavoratori al fondo della filiera non solo sono costretti ad accettare il maggior numero di rischi connessi alla richiesta di flessibilità, ma devono anche sopportare i costi associati alla richiesta di prezzi più bassi da parte dei consumatori.

"Stiamo attraversando tempi molto difficili...", scrive un gruppo di lavoratori migranti di Shenzhen, in Cina, in una lettera ai funzionari del governo, quando nel marzo 2007 l'inflazione rende le loro già misere paghe ancora più irrisorie.<sup>aa</sup>

"Le statistiche mostrano che nel giugno 2007, e rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, il costo della vita è cresciuto del 4,4%", dice la lettera. "Per i generi alimentari e gli affitti l'aumento è superiore al 10%. Se i nostri salari riamarranno invariati o saranno ridotti, come

potremo mantenere le nostre famiglie? Come potremo risparmiare? Se non possiamo mantenere le nostre famiglie e risparmiare, allora perché lavoriamo qui?"

All'epoca il salario minimo a Shenzhen era di 700 RMB (Yuan) al mese (US\$100).<sup>37</sup> Mantenere una famiglia con questi livelli retributivi, anche se in casa fossero entrati due salari, risultava praticamente impossibile.<sup>ab</sup> Come se non bastasse, nella provincia di Guangdong il tasso di inflazione sui beni di prima necessità è salito alle stelle nell'ultimo anno, facendo precipitare il valore reale dei salari nonostante l'aumento del livello minimo stabilito per legge.<sup>ac</sup>

Per sopravvivere i lavoratori ricorrono così agli straordinari e ai premi di produzione, che possono far aumentare le loro paghe fino a una cifra compresa tra i 900 e i 1.400 RMB (US\$128-200) al mese. A titolo di confronto, a Shenzhen un paio di scarpe da corsa adidas può costare tra i 600 e i 1.200 RMB (US\$86-171), quasi l'equivalente di un mese di lavoro per gli operai che le hanno prodotte.<sup>ad</sup>

Molti lavoratori alloggiano nei dormitori delle fabbriche (spesso in stanze da dodici) e mangiano in mensa. Sebbene le giovani donne migranti, che costituiscono la maggior parte della forza lavoro, non abbiano di solito figli da mantenere, esse cercano generalmente di guadagnare abbastanza per spedire un po' di denaro alla loro famiglia di origine.

Non sono solo i lavoratori di Shenzhen a dover sopravvivere con salari da fame. In condizioni simili versano i lavoratori del settore sparsi in tutto il mondo:

- i cucitori di palloni del Pakistan affermano di ricevere tra gli 0,57 e gli 0,65 dollari americani al pezzo, cifra che non è cambiata negli ultimi sei anni, nonostante nello stesso periodo il prezzo al pubblico dei palloni sia aumentato del 40%.<sup>ae</sup>
- gli operai delle fabbriche di abbigliamento in Cambogia guadagnano in media tra i 70 e gli 80 dollari americani al mese, ivi compresi straordinari e premi di produzione, non abbastanza per garantire un livello di vita dignitoso a loro stessi e alle loro famiglie.<sup>af</sup>
- nel marzo del 2008 ad Hanoi, in Vietnam, un'ondata di scioperi ha agitato il settore delle scarpe sportive; gli operai protestavano per la perdita di potere d'acquisto delle retribuzioni, penalizzate da un tasso di inflazione a due cifre sui beni di prima necessità.<sup>ag</sup>
- In Bangladesh, dove nel 2006 sono scoppiate massicce proteste tra i lavoratori del tessile, il salario minimo è stato aumentato da 900 BDT al mese (US\$13) a 1.662,50 BDT al mese (US\$24,30). I sindacati bengalesi stimano che un salario dignitoso si aggiri intorno ai 4.800 BDT (US\$70).<sup>ah</sup>

37 A Shenzhen nell'ottobre del 2007, anche a seguito delle pressioni esercitate da lavoratori come gli autori di questa lettera, il salario minimo è stato alzato a RMB750 al mese.

- In Turchia, si stima che il salario prevalente nel settore sia inferiore alla metà di un salario dignitoso.<sup>ai</sup> In un'economia globalizzata, i salari inadeguati non sono il semplice risultato di fattori economici locali. I governi e i produttori locali sono pienamente consapevoli che, se il salario minimo o quello prevalente nel settore migliora in un paese, esiste il rischio concreto che le imprese multinazionali spostino la produzione in un paese in cui la manodopera costa meno. Ricordate la chiusura di BJ&B nella Repubblica Dominicana a favore di altri impianti Yupoong in Vietnam e Bangladesh? All'epoca i salari di BJ&B erano pari a circa 125,79 dollari americani al mese, mentre in Bangladesh gli operai ricevevano 49,88 dollari al mese, 24 centesimi l'ora.<sup>aj</sup>

### Perché l'industria dell'abbigliamento sportivo non paga salari dignitosi?

Quando viene loro chiesto perché non pagano salari dignitosi, le aziende rispondono adducendo le seguenti motivazioni:

- i salari devono essere determinati dalle forze di mercato nei luoghi di produzione e/o dalla contrattazione collettiva;
- determinare un salario dignitoso è complicato e non esiste un metodo affidabile per farlo.

### Forze di mercato e contrattazione collettiva

Secondo la Fair Labor Association (FLA), alla quale aderiscono molte aziende produttrici di abbigliamento sportivo, l'esperienza insegna quanto sia difficile, se non impossibile, stabilire un salario dignitoso a scala regionale.<sup>ak</sup> FLA sostiene di dover creare degli incentivi e formare i lavoratori affinché si diano delle rappresentanze in grado di contrattare i livelli retributivi più consoni al contesto sociale ed economico dei rispettivi paesi.<sup>al</sup>

Purtroppo gli ostacoli alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva che abbiamo illustrato non consentono questa possibilità, almeno nel breve termine, soprattutto data la propensione delle aziende a spostare la produzione dove questi diritti fondamentali sono negati.

Inoltre, la capacità dei mercati locali di stabilire livelli adeguati per i salari è estremamente limitata, soprattutto se consideriamo il fatto che la produzione non è costretta entro i confini nazionali e gli attori più influenti del sistema hanno facoltà di trasferirla altrove non appena riscontrino un aumento dei salari o di altri costi di produzione. Sostenere che è compito delle amministrazioni locali fissare salari adeguati, senza che ci sia un chiaro impegno da parte di investitori e committenti a mantenere la produzione in un paese, è

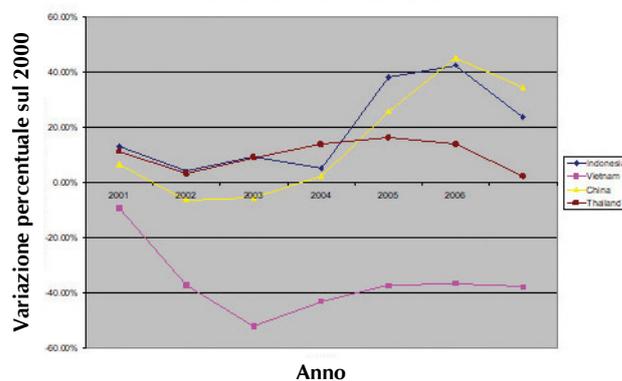
quanto meno ipocrita.<sup>38</sup>

### Prezzi pagati ai fornitori

“Oggi prezzo, qualità e consegna non sono più variabili. Oggi il committente deve rispettare un prezzo fisso, uno standard di qualità fisso e una data di consegna fissa. Se il produttore non riesce a stare dentro al prezzo stabilito dal committente quest'ultimo andrà altrove.”<sup>am</sup> – David Birnbaum, analista industriale, ottobre 2006.

I dati sui prezzi pagati dai committenti ai fornitori sono segreti custoditi gelosamente. Questo non consente di confermare con certezza le informazioni di carattere aneddotico disponibili sulle politiche dei prezzi. Tuttavia, sono diffusi i riscontri della tendenza al ribasso dei prezzi pagati nel settore dell'abbigliamento sportivo.

La figura 3 mostra come sia cambiato per i singoli paesi fornitori il valore del prezzo di importazione negli Stati Uniti per paio di scarpe. Come si noterà, nonostante le fluttuazioni, nel 2007 questo è crollato in tutti e quattro i maggiori paesi produttori.<sup>an</sup> In Indonesia, dove secondo alcune fonti i costi di produzione sarebbero aumentati del 3,5% annuo,<sup>ao</sup> il valore locale del prezzo medio di importazione pagato dai committenti statunitensi è sceso quasi del 19% solo l'anno scorso.



Variazione percentuale del valore locale dei prezzi di importazione negli USA di scarpe sportive

Secondo le stime OIL, i prezzi pagati ai produttori cambogiani di abbigliamento sono crollati del 4,47% tra il 2004 e il 2005. L'OIL riferisce che un marchio leader nel settore avrebbe confermato questa tendenza dichiarando un aumento del 60% dei pezzi prodotti in Cambogia per una riduzione media del prezzo del 7% per pezzo.<sup>ap</sup> L'Associazione cambogiana dei produttori di abbigliamento ha di recente stimato un calo dei prezzi intorno al 10% per il periodo 2006-2007 e ha dichiarato che i prezzi continuano a scendere.<sup>aq</sup>

Naturalmente i prezzi pagati ai fornitori variano da paese a paese e da fornitore a fornitore, e il loro valore locale

38 Tuttavia i governi hanno la responsabilità di stabilire dei salari minimi secondo quanto disposto dalle convenzioni OIL 26 e 131

dipende anche dalle fluttuazioni dei tassi di cambio. In Cina, ad esempio, si parla di aumento dei prezzi,<sup>ar</sup> nonostante questi siano ancora bassi se confrontati con la media internazionale,<sup>as</sup> e il loro valore locale possa essere stato compensato da un aumento del tasso di cambio a favore dello yuan cinese.

I produttori di articoli sportivi di Jalandhar, in India, hanno dichiarato a Play Fair che il dollaro in calo ha influito sui loro risultati intaccando in modo significativo i profitti.<sup>at</sup> Inoltre, secondo un produttore, il costo del PVC, fabbricato in India con petrolio importato, è “più che raddoppiato”.<sup>au</sup> Sebbene questi stessi produttori abbiano dichiarato di non aver addossato le perdite ai lavoratori riducendo le tariffe per pezzo prodotto, almeno due lavoratori hanno affermato di aver assistito a un calo delle tariffe negli ultimi mesi, citando il crollo del dollaro come causa principale.<sup>av</sup>

### Definizione di salario dignitoso

Trovare un accordo sulla definizione di salario dignitoso è stato molto difficile. Forse la definizione più diffusa è quella secondo la quale il salario deve essere sufficiente a soddisfare i bisogni fondamentali dei lavoratori e delle loro famiglie, oltre a garantire un reddito per spese discrezionali.<sup>aw</sup> Come questo si misuri nella pratica è una questione piuttosto dibattuta, che ha generato nel corso degli anni un gran numero di formule matematiche e approcci diversi. Persino a livello terminologico non si trova una convergenza; per esempio quali sono esattamente i “bisogni fondamentali”?<sup>39</sup>

Anziché concentrarsi sul problema astratto di dover trovare una formula che calcoli il salario dignitoso, i marchi committenti, i rivenditori e le iniziative multistakeholder del settore dovrebbero occuparsi del problema molto pratico di come portare i salari degli operai a un livello che rifletta almeno quanto stimato per i singoli stati, e non lasciare che i salari rimangano a livelli da fame mentre gli esperti in materia continuano a litigare sulle formule.

Rispetto al miglioramento delle paghe, i grandi marchi e la maggiore iniziativa multistakeholder che li rappresenta,

39 Esistono standard internazionali da tenere in considerazione, tuttavia l'articolo 23.3 della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo sancisce che: “ogni individuo che lavora ha diritto ad una remunerazione equa e soddisfacente che assicuri a lui stesso e alla sua famiglia un'esistenza conforme alla dignità umana...”. L'articolo 25.1 recita: “ogni individuo ha il diritto ad un tenore di vita sufficiente a garantire la salute e il benessere proprio e della sua famiglia, con particolare riguardo all'alimentazione, al vestiario, all'abitazione, e alle cure mediche e ai servizi sociali necessari...”. Nel 1928 l'OIL ha approvato la Convenzione 26 che obbligava gli stati firmatari a costituire un organismo per la determinazione del salario minimo. Nel 1970 l'OIL ha approvato la Convenzione 131 sulla fissazione del salario minimo, secondo la quale il salario minimo deve essere fissato a un livello che permetta al lavoratore di soddisfare tutti i bisogni primari propri e della propria famiglia, tenendo conto dei parametri economici e sociali del paese interessato.

FLA, rispondono così:

- i singoli committenti non hanno il potere di esigere salari più alti presso le fabbriche dei fornitori;
- i salari aumenteranno con l'aumento della produttività e il miglioramento delle competenze.

Allo stesso tempo, i produttori di abbigliamento sportivo dichiarano di non poter aumentare le paghe finché i prezzi pagati dai committenti continueranno a essere così bassi.

### La produttività non è la panacea di tutti i mali

Alcuni tra i principali marchi dello sport riconoscono la necessità di salari più alti, ma tendono a guardare a migliore efficienza e produttività come alla soluzione per aumentare i margini e quindi anche i salari degli operai. A tale scopo, grandi nomi come Nike e adidas stanno lavorando con i loro principali fornitori per introdurre i cosiddetti sistemi di “produzione snella” (lean manufacturing).

Questi sistemi si servono di gruppi di lavoratori che realizzano il prodotto per intero, dall'inizio alla fine, invece di ripetere meccanicamente le stesse mansioni all'interno di una lunga catena di montaggio. Sebbene questo tipo di sistema tenda a essere più flessibile, e dunque più produttivo, non ci sono dati concreti che dimostrino un aumento automatico del salario o del reddito totale dei lavoratori in seguito alla sua introduzione.

Un'indagine condotta in una fabbrica di calzature sportive in Cina, recentemente passata a un sistema di produzione snella, mostra notevoli miglioramenti in termini di efficienza, flessibilità, qualità e redditività, non compensati tuttavia da altrettanti evidenti benefici sul piano retributivo e delle ore lavorate.<sup>ax</sup> Se intervistati singolarmente o all'interno di focus group, gli operai hanno inoltre raccontato di essere sottoposti a maggiori sollecitazioni per incrementare la produzione e di subire livelli individuali di stress sempre più elevati.<sup>ay</sup>

Lo stress aumenta anche a causa dell'introduzione di premi di produzione di gruppo, per ottenere i quali i lavoratori si concedono meno pause e sono costretti a mantenere gli stessi ritmi dei colleghi.<sup>az</sup> Secondo l'indagine, nel primo semestre del 2006 in alcuni reparti dell'azienda gli operai hanno lavorato fino a 274 ore al mese.<sup>ba</sup>

Altre ricerche evidenziano come le aziende che si servono di un sistema di produzione snella abbiano aumentato le retribuzioni,<sup>bb</sup> tuttavia non presentano dati concreti sugli aumenti in busta paga e non spiegano come questi siano ottenuti. Secondo uno degli studi più citati, i premi di produzione erogati in molte fabbriche cinesi hanno lo scopo di integrare le buste paga per i normali orari di

lavoro, ma l'unico risultato che emerge dagli aumenti registrati è che un maggior numero di lavoratori riesce a conseguire il salario minimo legale.<sup>bc</sup>

A differenza di quanto detto finora, un'interessante ricerca in due fabbriche messicane che producono per Nike ha riscontrato paghe più elevate nella fabbrica con produzione snella, dato in parte attribuibile al fatto che gli obiettivi di produzione vengono calcolati collettivamente invece che individualmente.<sup>bd</sup> Come sottolinea però l'autore della ricerca:

*"è importante non confondere i piani: sebbene una produzione snella si presti a un tipo di gestione che favorisce la formazione e dà autonomia ai singoli gruppi di lavoro, non c'è un nesso preciso tra questo tipo di organizzazione della produzione e migliori condizioni di lavoro."*<sup>be</sup>

Tenendo presente questo avvertimento, nel prossimo capitolo vedremo come, in certe fabbriche cinesi di calzature sportive che hanno adottato il modello snello, gli obiettivi di produzione siano stati portati a quote irraggiungibili, con conseguente aumento del livello di stress e mancato adempimento della promessa di salari migliori.

Nike ha esaltato i vantaggi della produzione snella nel suo ultimo rapporto sulla responsabilità sociale di impresa, sottolineando come l'azienda e tutti i suoi fornitori abbiano tratto notevoli benefici dal nuovo modello di produzione. Tali benefici si traducono per Nike in circa 15 centesimi di dollari di risparmio su ogni paio di scarpe prodotte in un periodo superiore ai dodici mesi. L'azienda sostiene di reinvestire tale risparmio in "strategie di crescita". I terzisti sembrano non rendere noto a Nike come investono tali risparmi.<sup>bf</sup>

Aumentare la produttività, ridurre gli sprechi e migliorare l'organizzazione dei posti di lavoro sono senza dubbio obiettivi importanti, purché non abbiano effetti negativi sulla salute dei lavoratori.<sup>40</sup> Il conseguimento di tali obiettivi è più che auspicabile se comporta anche un aumento dei salari. Al momento, però, non è ancora chiaro se la produttività sia di fatto quella panacea per i bassi salari che molte aziende ritengono essere.

Per essere più precisi, anche se la riorganizzazione della produzione può portare a un livello più elevato di produttività, e anche se questo può essere ottenuto senza aumentare oltre misura la già notevole pressione sui lavoratori e la durata dei loro straordinari, nessuno è ancora in grado di garantire che eventuali risparmi ottenuti con il sistema di produzione snella siano utilizzati nell'interesse dei lavoratori. Di fatto, senza

la contrattazione collettiva e/o misure concrete di redistribuzione, non c'è alcun motivo per ritenere che costi minori si traducano in qualcosa di diverso dall'aumento dei profitti per i produttorie/o alla diminuzione dei costi per i marchi committenti.



40 Gli effetti sulla salute e la sicurezza dei lavoratori includono una maggiore esposizione ad agenti chimici e rumore, nonché effetti ergonomici o legati allo stress. Si veda Brown, Garrett and O'Rourke, Dara. "Lean Manufacturing Comes to China." International Journal on Occupation and Environmental Health 2007: 13

## note

- a Si veda Nike. FY05-06 Corporate Responsibility Report, pp43-44, e la risposta adidas-Salomon alla lettera di Oxfam, 12 e 20 agosto 2005, citate in Connor, Tim e Kelly Dent. Offside! Labour rights and sportswear production in Asia. Oxfam International, 2006, p76
- b Worker Rights Consortium. Assessment re Jerzees Choloma (Honduras). 3 ottobre 2007. Disponibile all'indirizzo: [http://www.workersrights.org/Freports/Jerzees\\_Choloma\\_Report\\_10-03-07.pdf](http://www.workersrights.org/Freports/Jerzees_Choloma_Report_10-03-07.pdf)
- c Junya Yimprasert. Football Workers in Thailand. Thai Labour Campaign, versione del 6 febbraio 2008
- d Fair Labor Association. PAXAR: Collective Bargaining Details and Reactions. 10 marzo 2007. Disponibile all'indirizzo: [http://www.fairlabor.org/all/complaint/Reports/Paxar\\_report\\_3.13.07.pdf](http://www.fairlabor.org/all/complaint/Reports/Paxar_report_3.13.07.pdf)
- e Connor, Tim. Rewriting the Rules: The Anti-Sweatshop Movement; Nike, Reebok and adidas' Participation in Voluntary Labour Regulation; and Workers Right to Form Trade Unions and Bargain Collectively, 2008, inedito, pp229-232
- f Connor, Tim. pp242-248
- g Connor, Tim, e Kelly Dent. Offside! Labour Rights and Sportswear Production in Asia. Oxfam International, 2006
- h Connor, Tim e Kelly Dent. pp. 41-42
- i Fabbriche 11,12,14,18,19, dati Play Fair
- j Fair Labor Association. Tracking Chart 12023286BV. 2007
- k Thai Centre for Labour Rights research, intervista a quattro operai e un caporeparto, 12 agosto 2006
- l Intervista a sei operai della BPG I e tre operai della BPG II a cura di Sam Maher, Labour Behind the Label Coalition, Jakarta, 9 dicembre 2007
- m Better Factories Cambodia. Quarterly Newsletter. No. 6, ottobre 2006, p 1
- n Better Factories Cambodia. 19th Synthesis Report on Working Conditions in Cambodia's Garment Sector. 31 ottobre 2007. p.14
- o Better Factories Cambodia. 18th Synthesis Report on Working Conditions in Cambodia's Garment Sector. 31 ottobre 2007. p.14
- p ND Daily. "I feel like I've been sold up the river", 21 novembre 2007. [http://www.nddaily.com/G/html/2007-11/21/content\\_315110.htm](http://www.nddaily.com/G/html/2007-11/21/content_315110.htm)
- q Junya Yimprasert, "Football Workers in Thailand," Thai Labour Campaign, versione del 6 febbraio 2008
- r Cambodian Arbitration Council. Arbitral Award 10/03. 23 Luglio 2007. p.2 e Cambodian Arbitration Council. Arbitral Award 02/04. 16 aprile 2004. pp 11-12
- s China Labour Bulletin. Press Release. 29 giugno, 2007. <http://www.clb.org.hk/en/node/46541>
- t Global Labor Strategies. Behind the Great Wall of China: US Corporations Opposing New Rights for Chinese Workers. Ottobre 2006. p4
- u Global Labor Strategies. Undue Influence: Corporations Gain Ground in Battle Over China's New Labor Law. Marzo 2007. pp14-20
- v Tsang, Denise. "Legislators in plea to Beijing over new trade, labour laws" South China Morning Post, 3 marzo 2008.
- w Nike, Inc. Letter to James Zimmer, Chair, American Chamber of Commerce, China. 17 gennaio 2007. p.3
- x Connor, Tim. p256
- y ND Daily. "New labour law evaded: Shoe factory closes, dismisses workers." 23 novembre 2007. Disponibile all'indirizzo: [http://www.nddaily.com/B/html/2007-11/23/content\\_317764.htm](http://www.nddaily.com/B/html/2007-11/23/content_317764.htm)
- z Clean Clothes Campaign. "Nike Supplier Closes Union Factory, Shifts Work to Vietnam" in Peacework Magazine, ottobre 2007. Available at: <http://www.peaceworkmagazine.org/nike-supplier-closes-unionized-factory-shifts-work-vietnam>
- aa Citato in IHLO. "Give it or we leave it: migrant workers' quest for higher legal minimum wages", novembre 2007. Disponibile all'indirizzo: <http://ihlo.org/LRC/WC/281107.html>
- ab China Labour Watch, Statement in response to Adidas' reply towards China Labor Watch's recent report. 13 dicembre 2007. <http://www.chinalaborwatch.org/20071213statement.htm>
- ac China Labour Bulletin. Wages in China. 21 febbraio 2008. <http://www.china-labour.org.hk/en/node/100206>
- ad Morgan Stanley Research. China Branded Sports Apparel and Footwear. 31 agosto 2007. p.23
- ae Siegmann, Karin Astrid. Case Study: Soccer Ball Production for Nike in Pakistan. Inedito, 12 novembre 2007
- af US Department of State. Country Reports on Human Rights Practices, 2006. 6 marzo 2007. <http://www.state.gov/g/drl/rls/hrrpt/2006/78769.htm>
- ag Symon, Andrew. "Inflation tests Vietnam's growth", Asia Times, 18 March 2008. [http://www.atimes.com/atimes/Southeast\\_Asia/JC18Ae02.html](http://www.atimes.com/atimes/Southeast_Asia/JC18Ae02.html)
- ah Miller, Doug e Williams, Peter. What Price a Living Wage (DRAFT dicembre 2007 – inedito)
- ai Lally, Ann. Wages in Turkey's Garment and Textile Sector. JO-IN Project, luglio 2005. p20
- aj Dati del Worker Rights Consortium, 2007.
- ak <http://www.fairlabor.org/faq#sq9>
- al Fair Labor Association. Issues and Comments on the DSP. 16 febbraio 2006
- am Birnbaum, David. "How factories can ease the cost squeeze." Just-style.com, 3 ottobre 2006
- an Dati USITC sulle importazioni. Prezzi (statunitensi) al pubblico per paio regolati in base al tasso annuale medio di cambio per ogni paese esportatore.
- ao Tuan, Ngo. "Indonesia: 2007 footwear exports seen below targets", just-style.com, 17 settembre 2007
- ap International Labour Organization. Cambodian garment industry: one year later. Maggio 2006
- aq Loo, Ken. Letter to Mr. Chea Mony, President, Free Trade Union. 3 gennaio 2008. Trattandosi di una risposta alla minaccia del sindacato di scioperare per un aumento del 10% del salario minimo, la cifra va presa cum granum salis.
- ar Birnbaum, David. "How factories can ease the cost squeeze." Just-style.com, 3 ottobre 2006
- as Flanagan, Mike. "China in no rush to cut clothing prices" just-style.com, 12 dicembre 2005
- at Intervista realizzata da Play Fair con i produttori di articoli sportivi di Jalandhar, 19-20 dicembre, 2007
- au Intervista realizzata da Play Fair con Raghunath Singh Rana
- av Intervista realizzata da Play Fair con lavoratori a domicilio a Jalandhar, 20 dicembre, 2007
- aw Jo-In Project. Draft Code of Labour Practice
- ax Brown, Garrett and O'Rourke, Dara. "Lean Manufacturing Comes to China". International Journal on Occupation and Environmental Health 2007: 13. p251
- ay Ibid, p252
- az Ibid, p254
- ba Ibid
- bb Si veda ad esempio Locke, Richard Fei Qin, e Alberto Brause. Does Monitoring Improve Labor Standards?: Lessons from Nike. MIT Sloan Working Paper No. 4612-06. Luglio 2006. p.37 e Fair Labor Association. Training Needs Analysis: China. Gennaio 2006. p5.
- bc Impact Limited. Changing Over Time: Tackling Supply Chain labour issues through business practice. 2004, p18
- bd Locke Richard, Romis Monica. Beyond Corporate Codes of Conduct: Work Organisation and Labor Standards in Two Mexican Garment Factories. MIT Sloan School of Management, Inverno 2007, p56
- be Ibid, p59
- bf Nike. FY06-06 Corporate Responsibility Report. p.48

## Capitolo IV: dietro le quinte del maggiore produttore al mondo di calzature sportive

Probabilmente alcuni di voi ricorderanno la storia delle 56 donne vietnamite che producevano scarpe per Nike e che nel 1996 furono fatte correre per 4 chilometri intorno alla fabbrica per non aver indossato scarpe “regolamentari” sul posto di lavoro. A differenza degli atleti olimpici, queste donne non hanno vinto alcuna medaglia, anzi dodici di loro sono state portate in ospedale dopo essere svenute.<sup>a</sup>

Le donne lavoravano in uno stabilimento di proprietà del Pou Chen Group, il gigante taiwanese dell’abbigliamento sportivo fondato nel 1969 dalla famiglia Tsai. All’inizio l’azienda produceva semplici sandali e ciabatte di gomma, ma in quarant’anni è diventata, insieme alla controllata Yue Yuen, il maggiore produttore di scarpe sportive al mondo, con circa 300.000 lavoratori.<sup>b</sup> Eppure, nonostante un paio di scarpe su sei sia fatto in una fabbrica Yue Yuen,<sup>c</sup> la maggior parte dei consumatori occidentali non ne ha mai sentito parlare.

Yue Yuen produce scarpe per oltre 30 multinazionali, tra cui Nike, adidas, Reebok, Puma, Fila, ASICS, New Balance e Converse. Produce anche per alcune marche di calzature non sportive, come Timberland, Rockport, Clarks e Dr Martens, e intrattiene con molte di loro rapporti commerciali ormai consolidati.

Yue Yuen è il tipico esempio di impresa produttrice multinazionale di cui abbiamo parlato nel capitolo I ed è fondamentale saperne di più per conoscere meglio le dinamiche del mercato in cui opera.

### Yue Yuen si aggiudica il primo posto

Adidas ha cominciato ad acquistare da Pou Chen nel 1979 e lo fa tuttora.<sup>d</sup> Dal 1985 Pou Chen è il produttore principale di Reebok e dall’inizio degli anni Novanta anche il maggiore fornitore di Nike.

La scarsità di manodopera, l’aumento dei salari e la rivalutazione monetaria hanno indotto Pou Chen a spostare la produzione in Cina (dal 1988), Indonesia (dal 1993) e Vietnam (dal 1995). Yue Yuen controlla anche alcune linee di produzione negli Stati Uniti, dove fa scarpe per New Balance.<sup>e</sup>

L’artefice di una tale espansione, ovvero la Yue Yuen Industrial Holdings, è nata nel 1988 per iniziativa di Tsai Chi Jen, fratello del fondatore di Pou Chen, per favorire la “colonizzazione” della Cina.



Nel 2007 Yue Yuen gestiva in Cina 210 linee di produzione,<sup>f</sup> che davano lavoro al 70% della manodopera totale impiegata dall'azienda.<sup>g</sup> Nel 2002, secondo il China Labour Watch, gli impianti cinesi di Yue Yuen impiegavano tra i 40.000 lavoratori in bassa stagione e i 50.000 in alta stagione.<sup>h</sup>

Si stima che nei prossimi anni la Cina continuerà a essere il maggior produttore di Yue Yuen, anche se alcune linee potrebbero essere trasferite nelle zone interne del paese, dove la manodopera costa ancora meno, e altre siano in fase di trasferimento in Vietnam e Indonesia.<sup>i</sup>

Yue Yuen è presente in Indonesia dal 1993, anno in cui ha investito 100 milioni di dollari nel complesso produttivo Nikomas Gemilang, conosciuto anche come "Niketown". Sono circa 43.000 i lavoratori (l'85% dei quali donne) che producono scarpe per Nike, adidas, Puma ed Ecco nel complesso di 50 edifici situato vicino a Jakarta, mentre altri 4.000 fanno scarpe per Nike Converse in un secondo impianto a Sukabumi.<sup>j</sup> La produzione delle fabbriche Nikomas è nettamente divisa in base all'impresa committente, vale a dire che le linee di produzione di adidas, Puma e Nike sono ubicate in edifici diversi.

L'industria delle calzature sportive è uno dei settori più fiorenti dell'export vietnamita. Nel 1990, il Vietnam ha esportato 750.000 paia di scarpe, cifra che nel 1998 ha toccato i 140 milioni di paia.<sup>k</sup> Yue Yuen ha cominciato a produrre in Vietnam nel 1995 ed è arrivata a gestire 117 linee di produzione nel 2006, facendo del Vietnam il suo secondo polo produttivo dopo la Cina.<sup>41</sup>

Uno dei motivi per cui il Vietnam è diventato un paese centrale per Yue Yuen è la normalizzazione dei rapporti commerciali con gli Stati Uniti e il suo ingresso nella WTO, a seguito del quale sono state ridotte o eliminate le tariffe doganali e sono stati intensificati gli scambi commerciali. Inoltre il costo della manodopera vietnamita è decisamente più basso di quello della manodopera cinese.

#### Altri produttori asiatici di calzature sportive

##### Feng Tay

Sede principale: Taiwan  
 Clienti: partner strategico di Nike  
 Dipendenti: 45.000 operai<sup>l</sup>  
 Paesi produttori: Cina, Vietnam, India  
 Investimenti recenti: 4 impianti in India del valore di 73,8 milioni di dollari<sup>m</sup>  
 Quota del mercato globale: 5,5%<sup>n</sup>  
 Quota Nike per volume di vendite: 15%

##### Stella International

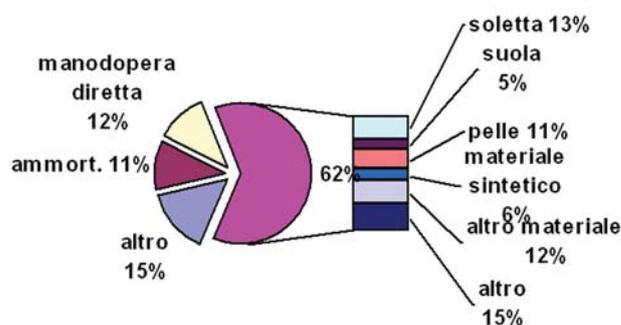
Sede principale: Taiwan  
 Clienti: Reebok (adidas), Nike, Sears, Timberland, Clark  
 Vendite: 779,3 milioni di dollari  
 Utili: 91,4 milioni di dollari (2006)  
 Dipendenti: 50.000 operai in 6 impianti nella provincia di Guangdong, in Cina

## Il modello Yue Yuen

A differenza dei piccoli produttori, Yue Yuen ha utilizzato le economie di scala per ridurre i costi medi di produzione, rafforzando così la propria posizione come leader mondiale del settore. Le dimensioni e l'organizzazione di Yue Yuen consentono all'azienda di rispondere prontamente a ordinativi urgenti e di ridurre il tempo necessario ad adattare i processi di lavorazione a nuove tipologie di prodotto.

Nonostante la sua sterminata manodopera, l'azienda è riuscita a mantenere basso il costo del lavoro. Come mostra la figura 4, i costi della manodopera diretta per il 2004 rappresentano solo il 12% dei costi totali unitari. Secondo stime più recenti di Nike (uno dei maggiori clienti di Yue Yuen), i costi della manodopera per la produzione di calzature sportive rappresenterebbero solo il 10% del prezzo unitario del prodotto.<sup>o</sup> A titolo di confronto, nel 2006 il costo della manodopera diretta presso Anta Sports era pari al 14,5% del prezzo unitario del prodotto.<sup>p</sup>

Yue Yuen - Ripartizione dei costi 2004



Fonte: Morgan Stanley, 19 gennaio, 2005, 'Yue Yuen Industrial'

Figura 4

Yue Yuen ha anche messo in piedi una rete di distribuzione in rapida crescita che conta numerosi grandi distributori e centinaia di dettaglianti, che vendono abbigliamento e calzature in città come Pechino, Guangzhou, Shanghai, Shenzhen e Dalian. Per il 2009 l'azienda conta di gestire 3.000 punti vendita.

## Profitti e prezzi

Il volume delle vendite di Yue Yuen è schizzato da 197 milioni di dollari nel 1992 a 4,1 miliardi di dollari nel 2007.<sup>q</sup> Nello stesso arco di tempo, gli utili della società sono saliti da 95 a 387 milioni di dollari, superando di fatto gli utili di molti grandi marchi del settore.

Le dimensioni di Yue Yuen, e i tanti servizi aggiuntivi che garantisce ai suoi clienti, ne rafforzano il potere contrattuale all'interno della filiera, tanto che, persino in un momento in cui l'aumento dei costi delle materie

41 Attualmente l'azienda controlla 210 linee in Cina, 117 in Vietnam e 71 in Indonesia. Si veda Yue Yuen Industrial (Holdings) Ltd. Annual Report, 2007. p15

prime potrebbe comprimere i margini della società, gli analisti rilevano che Yue Yuen è in grado di trasferire tale aumento sui clienti, seppure con uno scarto temporale che va dai 3 ai 6 mesi.<sup>r</sup> Ciò sarebbe impensabile per produttori più piccoli, che a parità di incremento dei costi verrebbero probabilmente espulsi dal mercato.<sup>s</sup>

Ma se Yue Yuen è così potente, allora perché i suoi operai non ricevono ancora un salario dignitoso?

## L'altra campana: cosa dicono i lavoratori

Pur avendo alle spalle 15 anni di codici di condotta dei committenti, e dal 2005 il proprio codice di condotta e un programma per la responsabilità sociale di impresa, Yue Yuen non paga ancora un salario dignitoso ai propri dipendenti. Addirittura, come ha rilevato Play Fair, in molti casi i lavoratori non ricevono nemmeno il salario minimo garantito per legge.

*"In passato non si parlava che di poter picchiare o meno i propri dipendenti. Ora invece parliamo di come festeggiare i loro compleanni." – Thomas Shih, vicedirettore di un impianto Yue Yuen in Cina.<sup>t</sup>*

"Tutti parlano sempre di diritti umani e previdenza sociale. Ma nel 1989 nessuno lo faceva. Era quello il mio momento d'oro, nessuno metteva paletti." – Allen Lee, direttore presso l'impianto Yue Yuen di Pou Chen nella Cina meridionale.<sup>u</sup>

Tra il settembre del 2006 e l'agosto del 2007, Play Fair ha condotto una ricerca a tappeto sulle condizioni di lavoro sul territorio cinese, che ha interessato tredici fabbriche di proprietà di Yue Yuen, tre partecipate e quattro terzisti di Yue Yuen/Pou Chen.<sup>42</sup> Inoltre, nel gennaio del 2008, sono stati esaminati due stabilimenti produttivi Yue Yuen in Indonesia.<sup>43</sup> Di seguito vengono presentate alcune delle scoperte fatte e delle testimonianze raccolte.<sup>44</sup>

### Lunghi orari e continue pressioni

*"Sono stanca morta," dice a Play Fair un'operaia della fabbrica Yue Yuen di Dongguan, in Cina. Fabbrica scarpe per New Balance. "Noi due dobbiamo incollare*

42 Play Fair ha intervistato 15 lavoratori per fabbrica, includendo tra questi almeno un lavoratore per reparto di produzione. Il rapporto uomini/donne per i soggetti intervistati è di 3 a 7. Tutte le interviste sono state condotte all'esterno della fabbrica, presso le comunità di appartenenza dei lavoratori o nelle loro abitazioni. È stata inoltre utilizzata documentazione di varia natura, tra cui profili aziendali, relazioni, articoli di giornale, annunci in rete e testi promozionali.

43 Play Fair ha intervistato 11 lavoratori (6 donne e cinque uomini), suddivisi in 3 focus group e 2 interviste individuali. I lavoratori, di età compresa tra i 20 e i 38 anni, avevano in media 25 anni. Tutti lavoravano per Yue Yuen da più di un anno, con una media di sei anni e cinque mesi.

44 Si noti che in questa sezione del rapporto non vengono utilizzati i nomi esatti delle fabbriche per tutelarne i lavoratori. Ogni fabbrica è identificata nelle note di chiusura da un numero progressivo.

*120 paia di scarpe all'ora... Lavoriamo senza tregua e se non siamo abbastanza veloci, non riusciamo a fornire suole per la fase successiva. E se rallentiamo, rallenta tutta la catena di montaggio. Per questo i supervisori ci stanno addosso, ci assillano continuamente. Siamo stanche e sporche."<sup>v</sup>*

Gli elevati obiettivi di produzione costringono i lavoratori a ridurre la pausa pranzo e spesso ad abolire le pause all'interno dei turni. Il lavoro che veniva portato a termine in dieci ore adesso deve essere fatto in nove. Anche se la fabbrica può affermare di aver ridotto le ore di straordinario, come richiesto dai codici di condotta di molti committenti, ai lavoratori viene chiesto di produrre lo stesso numero di pezzi, fino allo sfinimento.

In una fabbrica Yue Yuen, che produceva componenti per scarpe a marchio adidas, New Balance, Nike, Timberland e Reebok, il limite per le ore di straordinario era ufficialmente fissato a due. Allo stesso tempo, però, la pausa pranzo era stata dimezzata in modo da assicurare che i lavoratori potessero completare la quota di produzione prevista, di fatto aggiungendo altri 30 minuti alla giornata lavorativa senza pagarli come straordinario.<sup>w</sup>

Gli operai in un altro stabilimento hanno dichiarato di non avere alcun giorno libero nei periodi di punta, denuncia questa che accomuna i lavoratori di molti tra impianti diretti e terzisti di Yue Yuen.<sup>x</sup>

Tenere sotto controllo gli straordinari sembra essere una delle richieste principali di molti committenti. In Indonesia, alla Nikomas, le azioni volte a controllare l'abuso di straordinari sono state negoziate con il sindacato e su alcune linee di montaggio le condizioni sono migliorate. Ma sono ancora molti i lavoratori che denunciano questo tipo di problema.

*"È vero che Nike e adidas stanno cercando di essere severe [rispetto agli eccessivi straordinari]," ci ha detto un operaio. Gli obiettivi di produzione per la giornata e gli straordinari richiesti per raggiungerli sono comunicati per iscritto agli operai nelle istruzioni mattutine. "Ma sembra esserci una trappola", dice l'operaio. "Per esempio, quando nella comunicazione sugli straordinari si dice che questi devono essere di due ore, vuol dire che gli straordinari registrati sono di due ore, anche se noi ne abbiamo fatte tre."*

Esiste inoltre quello che si chiama "orario fedeltà", secondo il quale gli operai sono tenuti a presentarsi 15 minuti prima dell'inizio del loro turno per fare ginnastica, pulire e preparare le macchine, e a lavorare altri 15 minuti dopo la fine del turno. Si tratta in tutto di mezz'ora di straordinario non pagato.<sup>y</sup>

*"Le donne con figli sono più vulnerabili," dice una delle donne che lavora sulla linea Puma. "Gli*

eccessivi straordinari sottraggono tempo alla famiglia”.

### Provvedimenti disciplinari e violenza verbale

Molte delle fabbriche esaminate usano un sistema di sanzioni nei confronti dei lavoratori che non rispettano gli standard di qualità. In alcuni casi sono multati anche i supervisori, che aggiungono un ulteriore carico di pressione sui lavoratori,<sup>z</sup> e in 10 delle fabbriche scrutinate i lavoratori hanno lamentato il ricorso alla violenza verbale.<sup>aa</sup>

In una fabbrica cinese che produce per ASICS, gli operai non in grado di raggiungere la quota di produzione stabilita dovevano scrivere una relazione “psicoanalitica” alla direzione indicando i motivi del loro fallimento e impegnandosi a fare meglio il giorno successivo.<sup>ab</sup>

Violenze fisiche e verbali sono state denunciate anche presso gli impianti adidas e Puma alla Nikomas. Un lavoratore ha raccontato di un episodio in cui sarebbe stato lanciato un cronometro contro un collega dell’unità Puma, mentre sulla linea di produzione adidas i lavoratori che si rifiutavano di fare gli straordinari venivano trasferiti a lavori più degradanti a contatto con agenti chimici e gomma o fatti rimanere in piedi alla linea di montaggio per ore e ore.<sup>ac</sup>



Stabilimento Joyful Long Sports (Dongguan) in Cina.  
Entrata principale e striscione con offerta di lavoro. (Marzo 2008)

### Condizioni di lavoro pericolose

Oltre alle patologie legate allo stress da eccessivo lavoro,<sup>ad</sup> molti dei lavoratori delle fabbriche esaminate hanno dichiarato che, anche quando venivano riforniti di indumenti di protezione e attrezzature di sicurezza, tendevano a non usarli per non rallentare la produzione.<sup>ae</sup>

Gli operai di altre fabbriche cinesi hanno lamentato esposizione ad agenti chimici, dermatiti da contatto e disturbi di stomaco.<sup>af</sup> Le necessarie attrezzature di sicurezza inoltre venivano fornite solo in alcuni stabilimenti.

Negli impianti sindacalizzati della Nikomas, in

Indonesia, i lavoratori hanno detto che l’attrezzatura di sicurezza è sempre disponibile e ci sono segnali di pericolo ovunque, che spiegano anche i rischi derivanti dal contatto con determinate sostanze chimiche. Tuttavia, una delle operaie impiegate sulla linea Puma ha rivelato a Play Fair che lei e le sue colleghe sono tenute a lavare le mascherine di carta che indossano finché non si consumano. “Non è facile chiedere una nuova mascherina. Restituiamo quella usata e a volte brontolano prima di consegnarcene una nuova.”

Un problema diffuso, riscontrato in molti dei posti esaminati, è l’inosservanza dei quattro schemi assicurativi previsti per legge, relativi a previdenza sociale (pensione), assicurazione contro malattia e infortuni, indennità di invalidità e di maternità.<sup>ag</sup> In molti fabbriche, i lavoratori non sapevano se erano stati assicurati contro gli infortuni né quali fossero i loro diritti in caso di incidenti.<sup>ah</sup>

Secondo quanto riferito dalla stampa, rivendicazioni su assicurazione, previdenza sociale, condizioni di lavoro sicure e salari sono state la miccia di una protesta che, nel marzo 2006, ha fatto incrociare le braccia, a 8.000 lavoratori di un impianto Pou Chen in Vietnam.<sup>ai</sup>

### Salari bassi

Di solito ai lavoratori viene corrisposto un salario base integrato da vari premi legati, per esempio, al numero dei pezzi prodotti, e al numero di presenze in servizio.

Nel settembre 2006, quando in Cina è stato aumentato il salario minimo, la direzione di molti stabilimenti diretti e di terzisti di Yue Yuen ha risposto aumentando le quote di produzione e riducendo i premi e altri incentivi. Alcune fabbriche hanno aumentato le detrazioni nelle buste paga per alloggio, vitto e altri servizi.<sup>aj</sup> Dunque, nonostante l’aumento del salario minimo, molti operai ricevono oggi quanto ricevevano prima della nuova legge, se non meno.

A Dongguan, nel settembre 2006, quando la paga minima è stata aumentata a 690 RMB (US\$97) al mese, una fabbrica Yue Yuen fornitrice di adidas ha aumentato la quota di produzione a 75 paia l’ora, quota difficilmente raggiungibile dagli operai. Di conseguenza, sono stati ridotti i premi di produzione e molti lavoratori si sono lamentati di ricevere in busta paga, dopo le detrazioni per vitto e alloggio, meno di prima. Lo sciopero dell’ottobre del 2006 non è riuscito a far rivedere la decisione di aumentare le quote.<sup>ak</sup>

In una fabbrica terzista di Yue Yuen, che produce componenti per scarpe a marchio Reebok, Timberland, New Balance e Columbia Sportswear, i lavoratori sono pagati esclusivamente a cottimo, il che significa che il loro salario varia a seconda del numero di pezzi prodotti. I lavoratori di questo impianto ricevono in media 500-600 RMB (US\$71-\$86) al mese, meno del salario minimo.

Da questi vanno sottratti 155 RMB (US\$22) al mese per l'alloggio nei dormitori aziendali, dove si dorme in 12 in una stanza e ci sono docce e servizi igienici ogni due piani.<sup>al</sup>

**昌业隆集团**

招工

生于起薪 850 元/月  
生手上限 1200 元/月  
熟手 1800 元/月以上  
食飯時入廠提供補食  
電話: 13925819712

**昌业隆集团**是一家大型港资企业, 现有员工3000余人, 工厂位于东莞市常平镇苏坑管理区, 地理位置北通广州, 南达珠海、澳门、香港, 交通十分方便, 工厂采用韩国、日本和台湾的先进生产技术, 员工考勤实行电子刷卡, 推崇“客户至上, 品质第一, 以人为本, 与时俱进”的管理理念。

工厂主要业务是生产及出口体育用品。产品包括: 足球、排球、美式足球、棒球、护膝及球手套。集团内部环境优美, 集宿舍、饭堂、娱乐为一体的员工休闲空间。有员工图书室、篮球场、乒乓球台、羽毛球馆、医疗室和投影厅等福利设施。

**集团因扩大生产, 大量招收普工, 录用条件如下:**

初中文化, 身体健康, 勤劳务实, 服从管理。凡是来厂应聘者请持本人真实有效身份证。

待遇: 一般工资在800-1800元之间, 每月按时发放工资。

联系人: 黄小姐  
电话: 0769-83333308转140  
地址: 东莞市常平镇苏坑管理区昌业隆工业城

**Stabilimento Joyful Long Sports (Dongguan) in Cina: Avviso con offerta di impiego e sommaria descrizione della fabbrica appeso fuori dallo stabilimento. Sul foglietto appeso in alto a destra è riportato i valori delle paghe che vanno dai 850 ai 1800 yuan. (Marzo 2008)**

## Condizioni migliori da Yue Yuen

La pressione da parte dei committenti sembra aver ammorbidito i provvedimenti disciplinari adottati da Yue Yuen e aver consentito una riduzione degli straordinari e un miglioramento delle condizioni dei dormitori di cui usufruiscono i lavoratori migranti.<sup>am</sup> Alcune fabbriche hanno fatto notevoli progressi in materia di salute e sicurezza e hanno mostrato di aderire alle disposizioni di legge relative alla previdenza sociale, alle indennità per gli infortuni e al trattamento in caso di maternità. Tuttavia sono ancora scarsi o nulli i progressi rispetto ai salari.

### Perché non pagare un salario dignitoso?

Il settore delle calzature sportive è strutturalmente diverso da quello dell'abbigliamento sportivo per i seguenti motivi:

- è fortemente consolidato. Nike e adidas controllano circa il 60% della vendita al dettaglio. Negli ultimi anni Nike ha acquistato marchi più piccoli come Converse e Umbro, mentre adidas ha acquistato Reebok. Puma è stata a sua volta acquistata dalla holding francese del lusso PPR;

- la produzione delle calzature sportive necessita di grandi fabbriche, di grandi capitali, ed è relativamente difficile da avviare e trasferire;

- Yue Yuen copre una notevole fetta della

produzione mondiale.<sup>45</sup> Nonostante la distanza e la dislocazione del lavoro, il processo produttivo che coinvolge Yue Yuen e i suoi clienti è altamente integrato e relativamente stabile. La stabilità dei rapporti commerciali facilita azioni coordinate rispetto ai cosiddetti “cash standards”, come ad esempio i salari;

- sia Yue Yuen che i suoi clienti sono società molto redditizie.

Molti dei marchi committenti nel settore dell'abbigliamento sportivo sono membri di FLA. Questo significa che l'azione congiunta tra committenti e fornitori per aumentare i salari al giusto livello è una possibilità concreta. Quello che manca o è impegno e volontà politica per farlo.

Ci occuperemo ancora di questo problema nei capitoli VI e VII.



45 Sebbene non sia facile ottenere dati precisi, gli analisti stimano che il 25-30% delle scarpe Nike siano prodotte da Yue Yuen, la quale coprirebbe anche il 15-20% della produzione sia di adidas che di Reebok. Nel complesso almeno il 40% della produzione di Yue Yuen sarebbe destinata a questi tre marchi. (Citigroup. Yue Yuen – Shoes to Choose. 16 novembre 2004). La stessa Yue Yuen stima che il 54% delle sue vendite è diretto a cinque grandi clienti, di cui il principale acquisterebbe da solo una quota pari al 22% (Yue Yuen Industrial (Holdings) Ltd. Annual Report, 2007. p.27).

## note

- a Indian Express 27 agosto 1997
- b Yue Yuen Industrial (Holdings) Ltd. Annual Report, 2007
- c Il Presidente David Tsai citato in: Hung, Alice, "Shoe maker Pou Chen keeps one foot on Taiwan terrain" in Indian Express Newspaper. 25 agosto 1997
- d Questa sezione è basata su: Merk, Jeroen, (2008) "Restructuring and Conflict in the Global Athletic Footwear Industry: Nike, Yue Yuen and Labour Codes of Conduct, in: Taylor, Marcus (ed.) Global Economy Contested: Finance, Production and the International Division of Labour, Routledge, 2008
- e Yue Yuen Industrial (Holdings) Ltd. Annual Report, 2007, p108-110
- f Yue Yuen Industrial (Holdings) Ltd. Annual Report, 2007, p15
- g Bloomberg news, 26 febbraio 2001
- h Li Qiang. Nike, Adidas, Reebok and New Balance Made in China, China Labor Watch. Hong Kong. 2002
- i Yue Yuen Industrial (Holdings) Ltd. Annual Report, 2007. p10, 23
- j Dati Play Fair, gennaio 2008
- k Edington, Juliet. Consultations with Footwear Factory Workers (Report of a Pilot Study). Action Aid Vietnam, Hanoi. 2001
- l Rothenberg-Aalami, Jessica. 'Coming full circle? Forging missing links along Nike's integrated production networks', Global Networks 4, 4. 2004. pp335-354
- m India Business Insight, 8 giugno 2007
- n Taiwan Economic News, "Pou Chen, Feng Tay posted mixed growth in 5-month revenue". 10 giugno, 2002
- o Nike. China 2008 Corporate Responsibility Reporting Supplement. 11 marzo 2008. p18
- p Morgan Stanley Research. China Branded Sports Apparel and Footwear. 31 agosto 2007. p61
- q Yue Yuen Industrial (Holdings) Ltd. Annual Report, 2007. p49
- r Deutsche Bank, Mid/Small Caps Yue Yuen. 30 novembre 2004
- s ABN-AMRO. Yue Yuen Industrial Holdings. 18 gennaio, 2006
- t Financial Times, 4 febbraio 2003
- u Citato in: Manning, Jeff. "Huge subcontractors find they must dance the tune Nike calls Suppliers are dependent on – and increasingly monitored by - the footwear and apparel giant", The Oregonian staff, 17 settembre 2000
- v Fabbrica 12, dati Play Fair, 2007.
- w Fabbrica 1, dati Play Fair, 2007
- x Fabbriche 3, 8, 17, dati Play Fair, 2007
- y Resoconto di un seminario ITGLWF tenutosi a Jakarta il 16 e il 17 marzo 2008 (inedito)
- z Fabbriche 3, 10, 12, 13, 17, dati Play Fair, 2007
- aa Fabbriche 3, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, dati Play Fair, 2007
- ab Fabbrica 17, dati Play Fair, 2007
- ac Resoconto di un seminario ITGLWF tenutosi a Jakarta il 16 e il 17 marzo 2008 (inedito)
- ad Fabbriche 3, 12, dati Play Fair, 2007

ae Fabbrica 3, dati Play Fair, 2007

af Fabbriche 1, 8, 12, 13, dati Play Fair, 2007

ag Legge sull'occupazione, articolo 3. Si veda anche l'Opinione dell'amministrazione comunale di Zhuji sulla tassa per il miglioramento della previdenza sociale, Zhuzhengbanfa. N. 50, Par. 1. 2007

ah Fabbriche 2, 4, 5, 9, 10, 11, 13, 15, 18, 19, 20, dati Play Fair, 2007

ai Anh Thu-Hoang Nam. Talk Around Town. Vietnam News. 12 aprile 2006. Disponibile all'indirizzo: <http://vietnamnews.vnagency.com.vn/show-article.php?num=01TAL120406>

aj Fabbrica 4, dati Play Fair, 2007

ak Fabbrica 15, dati Play Fair, 2007

al Fabbrica 8, dati Play Fair, 2007

am Miller, D. 'Preparing for the long haul: Negotiating International Framework Areements in the Global Textile, Garment and Footwear Sector', Global Social Policy, 4 (2), 2004. pp215-239



## Capitolo V: palloni da calcio oltre Sialkot



A differenza delle imponenti fabbriche di scarpe di Yue Yuen di cui si è parlato nel capitolo precedente, la produzione di palloni da calcio ha interessato tradizionalmente i cucitori a mano, molti dei quali lavorano a domicilio, cucendo pannelli prima di mandarli alle fabbriche per il controllo e l'imballaggio.

La lotta per la tutela dei diritti dei lavoratori nella produzione di palloni da calcio, e di altri palloni gonfiabili, è stata condotta principalmente per la città di Sialkot, in Pakistan, e a giusto titolo: la città è responsabile della produzione di circa l'80% dei palloni cuciti a mano nel mondo.<sup>a</sup>

L'attenzione dei media per il lavoro minorile a Sialkot, negli anni Novanta, ha portato a una maggiore consapevolezza e attenzione per le condizioni a Jalandhar in India<sup>b</sup>, un centro ben più piccolo per la produzione di articoli sportivi cuciti a mano che si trova appena al di là del confine.<sup>c</sup>

Più recentemente, sono nati centri per la produzione di palloni da calcio in Cina, Thailandia, Vietnam e altri paesi. La capacità di questi nuovi centri di produrre palloni a basso costo, cuciti a macchina, consentendo un notevole risparmio rispetto agli altri paesi dell'Asia meridionale,<sup>46</sup> e/o palloni di elevata qualità "termosaldati" per i quali i produttori della stessa regione non hanno ancora acquisito la tecnologia necessaria, hanno accresciuto l'incertezza che regna in India e Pakistan<sup>d</sup> per il futuro del settore.

## Produzione di palloni a Jalandhar, India<sup>47</sup>

Secondo i rapporti riguardanti questo settore, Jalandhar e la vicina città di Meerut sono responsabili da sole per il 75-80% della produzione di palloni in India.<sup>e</sup> Nel 2004 le esportazioni indiane di articoli sportivi hanno raggiunto la quota di 100 milioni di dollari; il 43% di queste esportazioni era costituito da palloni da calcio.<sup>f</sup>

### Struttura del settore

"Il lavoro era basato interamente su centri di cucitura e fabbriche [fino a] 30 anni fa" ha dichiarato un funzionario del sindacato dei lavoratori Lal Janda, anch'egli cucitore di palloni da calcio negli ultimi 45 anni. "I lavoratori cucivano in massa nelle fabbriche. Si lavorava anche nei centri di cucitura con ciascun centro che impiegava da 10 a 30 operai."<sup>g</sup>

Quando la domanda di palloni in pelle diminuì, la produzione passò dai pannelli in pelle tagliati a mano con fori praticati manualmente a palloni realizzati con pannelli tagliati a stampo e già perforati,<sup>h</sup> che necessitavano di un grado di abilità inferiore e garantivano un costo più basso per i marchi committenti.

Il passaggio ai palloni sintetici gettò le basi per l'impiego di una forza lavoro molto più informale, che poteva essere pagata in base ai pezzi prodotti, piuttosto che con un salario fisso che doveva essere versato anche se non c'era alcun ordine da soddisfare.<sup>i</sup> Sembrò anche opportuno spostare la produzione direttamente a casa dei lavoratori piuttosto che in fabbriche con controlli della qualità severi e costi operativi elevati. Il coinvolgimento dei bambini nella produzione di palloni da calcio è quindi parte di una storia più lunga legata a un processo di informalizzazione della produzione.

### Fabbriche

La maggior parte delle fabbriche che produce palloni da calcio a Jalandhar ha pochi dipendenti permanenti oltre a coloro che sono occupati nei processi produttivi che devono essere eseguiti in loco (taglio e stampa dei pannelli, imballaggio dei palloni ecc.).

Secondo un lavoratore di una di queste fabbriche, tutti i nuovi assunti lavorano solo con contratti a breve termine o sono alle dipendenze dirette di intermediari.<sup>j</sup> I datori di lavoro intervistati, che impiegano direttamente cucitori,

46 Entrambi i centri di produzione, specialmente la Cina, producono anche palloni cuciti a mano ma non è chiaro se hanno la possibilità di offrire prezzi più bassi rispetto ai centri dell'Asia meridionale.

47 Ai fini del presente studio, i ricercatori del Centre for Education and Communication (CEC) e altri ricercatori Play Fair hanno parlato con vari stakeholder a Jalandhar: un totale di sette produttori, a volte con i loro dirigenti, tre subfornitori, due dirigenti sindacali e 11 tra lavoratori a domicilio e operai di centri di cucitura e fabbriche. La maggior parte dei produttori intervistati produce per il mercato nazionale ed estero e, mentre il grosso della produzione destinata all'esportazione è per marchi europei e australiani, molti possiedono anche marchi propri che esportano principalmente nell'Europa orientale e nell'Africa orientale e meridionale.

hanno dichiarato che, per la maggior parte dei casi, tali lavoratori sono stati assunti con contratti a tempo determinato e pagati in base al numero di pezzi prodotti.<sup>k</sup>

Le donne rivestono un ruolo subordinato nel settore dei palloni da calcio di Jalandhar in termini di tipologia e qualità del lavoro che viene loro assegnato. Dopo il passaggio dalla produzione a domicilio a quella dei centri di cucitura, la partecipazione femminile nel settore è scesa dal 50% del 1997 a circa il 20% di sei anni più tardi.<sup>l</sup>

### Centri di cucitura

Il segretario generale del sindacato di Punjab Sports Goods ha dichiarato ai ricercatori di Play Fair che: “I centri di cucitura non sono altro che estensioni delle fabbriche”. Ha affermato che i centri sono strutturati in modo tale da evitare l’applicazione delle normative sul lavoro che consentirebbero ai lavoratori di fruire dei trattamenti assicurativi e previdenziali, di meccanismi di risoluzione delle controversie e garanzie di stabilità.<sup>m</sup>

In effetti, un subfornitore che dirige un centro di cucitura ha ammesso che l’affitto, l’energia elettrica e gli altri costi legati all’uso degli immobili sono pagati dall’impresa produttrice committente, mentre lui si occupa solo della manodopera. Tuttavia, il centro è registrato a suo nome, permettendo quindi al committente di negare qualunque responsabilità legale nei confronti dei lavoratori. Il centro impiega 18 lavoratori (16 uomini, 2 donne) che producono 100 palloni al giorno. Vengono retribuiti per pezzo, tra i 36 e i 39 INR (US\$0,90-0,97) per un pallone di prima qualità, e 30 INR (US\$0,75) per i palloni più economici.<sup>n</sup>

### Aziende di subfornitura

I produttori hanno parlato anche del loro rapporto con i subfornitori. Mentre un produttore che produce per Regent, Mitre e Dunlop incoraggia i lavoratori a cucire direttamente da casa, la maggioranza dei produttori utilizza da 18 a 30 subfornitori, che dirottano la produzione nelle case o dirigono loro stessi centri di cucitura.

Play Fair ha parlato con due subfornitori che utilizzano cucitori che lavorano a domicilio. Entrambi erano stati a loro volta cucitori di palloni da calcio; uno di questi aveva perso il lavoro dopo aver subito l’amputazione di un dito in un incidente. Ogni subfornitore ritira i pezzi per 100 palloni al giorno e li distribuisce a una squadra di 20-30 persone che lavorano da casa, la maggioranza delle quali sono donne. Il reddito dei subfornitori deriva dalla commissione fissa che la fabbrica paga e che va da 2 a 2,50 INR (US\$ 0,05-0,06) per pallone, a seconda della qualità.<sup>o</sup>

### Sindacati

I lavoratori, e persino i produttori, hanno descritto strategie per ostacolare l’attività sindacale, ivi compresi il licenziamento e la retrocessione dei leader e degli iscritti ai sindacati, sbarazzarsi dei reparti fortemente sindacalizzati e subappaltare il lavoro, relegare in posizione subordinata i sindacati allo scopo di eliminare la contrattazione collettiva.<sup>p</sup>

### Salari e tariffe unitarie a Jalandhar

Quando i produttori iniziarono a subappaltare il lavoro circa 20 anni fa, gli operai a domicilio persero il controllo della negoziazione delle condizioni di lavoro e dei salari, e i sindacati furono privati anche della vigilanza sui prezzi pagati al pezzo. In un sistema in cui i subfornitori ricevevano commissioni fisse per ogni singolo pallone, questi non erano assolutamente incentivati a contrattare con decisione durante i negoziati annuali; il risultato fu un’inevitabile stagnazione della tariffa unitaria.

I subfornitori hanno riferito che per lo stesso tipo di pallone, imprese produttrici diverse pagano prezzi di commessa diversi: la tariffa può variare da 28 a 39 INR (US\$0,70-0,97) per un pallone di prima qualità e da 14 a 16 INR (US\$0,35-0,40) per un pallone di gomma economico. Normalmente esiste più di un livello di subappalto, e in questi casi, i subfornitori che si trovano più in basso nella catena di produzione trattengono una commissione per sé ad ogni passaggio causando un’ulteriore erosione della tariffa unitaria.<sup>q</sup>

### Salari nelle fabbriche

Nelle fabbriche, anche se i prezzi pagati per singolo pezzo sono notevolmente più elevati rispetto a quelli corrisposti ai lavoratori a domicilio, specialmente grazie all’eliminazione della commissione del subfornitore (40 INR (US\$1) per un pallone da calcio di prima qualità e 30 INR (US\$0,75) per un pallone di qualità inferiore), è comunque sorprendente che i cucitori debbano ancora procurare il filo utilizzato per cucire a un costo di 2 – 2,50 INR (US\$0,05-0,06) per pallone. E’ quanto ha raccontato un cucitore, assunto con contratto a tempo determinato, pagato a cottimo, che riesce a completare un massimo di 10 palloni al giorno, a seconda del tipo di pallone.<sup>r</sup> Un altro lavoratore, il cui reddito è di molto al di sopra del salario minimo, ha sostenuto di essere ancora obbligato a portare del lavoro di cucitura a casa dalla sua famiglia per poter sbarcare il lunario.<sup>s</sup>

### Salari nei centri di cucitura

I ricercatori hanno intervistato due lavoratori occupati in centri di cucitura diretti da subfornitori. I salari e la certezza del lavoro erano notevolmente inferiori

rispetto alle fabbriche. La tariffa unitaria per i palloni da calcio era inferiore di 3 - 10 INR (US\$0,07-0,10), a seconda della qualità del pallone.<sup>48</sup> Come ha spiegato un lavoratore: “non esiste alcuna garanzia di avere il lavoro anche domani e tutto dipende dal buon cuore dell'appaltatore”.

I lavoratori intervistati hanno dichiarato di non essere in grado di sopravvivere solamente con i salari derivanti dal centro di cucitura. Entrambi hanno affermato di portare a casa lavori di cucitura per le loro famiglie in modo da integrare il reddito familiare.<sup>t</sup>

### Salari per i lavoratori a domicilio

Come è prevedibile, le tariffe pagate ai lavoratori a domicilio sono persino inferiori a quelle offerte nei centri di cucitura. I lavoratori hanno dichiarato di ricevere 30 - 35 INR (US\$0,75-0,88) per un pallone a tre strati e 32 pannelli e tra 14 e 22 INR (US\$0,35-0,55) per un pallone fatto con pannelli di gomma a due strati.<sup>u</sup>

“Non c'è stato nessun aumento della tariffa negli ultimi cinque anni”, ha spiegato un cucitore che accetta lavoro direttamente da una fabbrica che produce per Mitre, Gilbert e i club delle squadre di calcio dell'Arsenal e del Manchester United. “Dobbiamo accettare quello che l'appaltatore ci offre visto che non abbiamo altra scelta”.

Le commesse, e quindi i guadagni, sono estremamente variabili in questo settore. Due produttori hanno menzionato specificamente aumenti di produzione del 30-50% quando vengono organizzati eventi sportivi come la Coppa del Mondo e i Giochi Olimpici.<sup>v</sup>

“Non abbiamo nessun risparmio e non ci resta nulla per affrontare eventuali emergenze,” ha dichiarato un cucitore di palloni da calcio di cinquant'anni. Ci sono pochi, se non addirittura nessun meccanismo di protezione per i lavoratori a domicilio: ammalarsi o subire un incidente sono considerate vere e proprie catastrofi. “Ho perso tutti i gioielli di mia moglie, che avevo impegnato per avere del denaro in prestito che non ho potuto restituire,” ha affermato il cucitore. “Una volta ho dovuto affittare la mia cucina a gas per trovare i soldi necessari per pagare le improvvise spese sanitarie di mia moglie. Si tratta di una situazione comune per tutti noi. Un mio amico ha addirittura dovuto vendere il suo sangue per trovare i soldi che gli mancavano per affrontare un'emergenza.”<sup>w</sup>

Alcune raccomandazioni specifiche per Jalandhar

- I produttori devono attuare tutte le misure

necessarie per far sì che le tariffe e le condizioni di lavoro offerte ai lavoratori dai propri subfornitori siano eque e uniformi. Le tariffe pagate per un pallone da calcio devono essere affisse fuori dalle fabbriche. I produttori devono offrire la possibilità ai lavoratori di ritirare i kit per la cucitura dei palloni da calcio direttamente dalle fabbriche, piuttosto che dagli appaltatori.

- I marchi devono affrontare il problema delle violazioni del diritto di associazione, in particolar modo della repressione dell'attività sindacale.

- I marchi e i fornitori devono assicurarsi che i prezzi pagati siano in linea con le fluttuazioni monetarie e con il tasso d'inflazione, e far sì che le perdite eventuali non danneggino i lavoratori, per esempio con riduzioni della tariffa unitaria.

- Tutti gli interventi devono tenere in giusta considerazione la vulnerabilità delle donne lavoratrici.

- I marchi devono promuovere il trattamento paritario di tutti i lavoratori impegnati in mansioni simili, nelle fabbriche, nei centri di cucitura o a domicilio, ivi compresi i salari e i contributi previdenziali.

### Produzione di palloni da calcio in Cina

La capacità della Cina di adattarsi più velocemente alle nuove tecnologie di cucitura a macchina e di applicarle in modo più efficiente e su vasta scala rispetto agli altri paesi produttori di palloni da calcio ha portato a una crescita rapida in questo mercato.<sup>x</sup> Attualmente i produttori cinesi di palloni da calcio producono principalmente palloni promozionali. Anche se i palloni promozionali rappresentano un'ampia fetta della produzione mondiale di palloni da calcio, non godono tuttavia del prestigio e delle elevate tariffe normalmente associati ai palloni da gara. Molti operatori del settore prevedono che a breve anche i palloni da gara verranno fabbricati con l'ausilio delle macchine e questo collocherà la Cina in una posizione avvantaggiata per rilevare una fetta ancora maggiore della produzione mondiale di palloni da calcio.<sup>y</sup>

Tra ottobre e dicembre 2007, Play Fair ha studiato le condizioni di due tipiche fabbriche di palloni da calcio nella regione del delta del Fiume delle Perle: Joyful Long Sports Manufactory e Kuan Ho Sporting Goods.<sup>49</sup>

Joyful Long produce diversi palloni e attrezzature sportive per adidas,<sup>z</sup> Nike, Umbro, Fila, Miter, Lotto, Puma, Diadora, Frankin, Wilson, Everlast e Domyos.<sup>aa</sup> L'impresa ha quattro edifici con diverse catene di montaggio, e possono esserci differenze fra le linee di produzione che servono i diversi marchi.

Kuan Ho, che sostiene di essere la più grande società di produzione di palloni in Cina, grazie alla produzione di 2 milioni di palloni al mese,<sup>ab</sup> lavora per adidas, Lotto,

48 Non esiste una definizione univoca di “prima qualità” e “bassa qualità” e ciò rappresenta sicuramente un fattore importante nell'ampio ventaglio di tariffe applicate per singolo pallone.

49 Play Fair ha intervistato sette donne e cinque uomini presso Kuan Ho, di età compresa fra i 21 e i 30 anni. Presso Joyful Long sono stati invece intervistati dieci uomini e cinque donne, la maggior parte di età inferiore ai 30 anni.

Spalding, Wilson, Mikasa, Mizuno, Rawlings e Baden.<sup>ac</sup>

## Salari e orari di lavoro

Nella fabbrica di Joyful Long, la maggior parte degli operai lavora sette giorni a settimana. “Siamo molto stanchi fisicamente e siamo sfiniti psicologicamente. Vorremmo avere del tempo per riposarci e divertirci”, ha dichiarato un lavoratore della fabbrica di Joyful Long.

“Quando siamo così sfiniti”, ha continuato l’operaio, “possiamo trovare del tempo per riposarci solamente decidendo di assentarci. Tuttavia, secondo le regole della fabbrica, se ci assentiamo per tre giorni consecutivi riceviamo una multa. E quindi se siamo stanchi fisicamente decidiamo generalmente di stringere i denti.”

Nonostante l’ingente numero di ore lavorate nella fabbrica Joyful Long, spesso nell’ordine di 330 ore al mese, gli operai ricevono una media di 800-1.000 RMB (US\$114-142) al mese, circa il 54% del salario minimo garantito per legge. Inoltre, i lavoratori fanno presente che il pagamento del salario è sistematicamente ritardato di quaranta giorni, violando le leggi nazionali.

I lavoratori di Kuan Ho godono di condizioni leggermente migliori: lavorano sei giorni a settimana e hanno una media di 80 ore di straordinario ogni mese. Anche se queste ore vanno ben oltre il limite consentito dalla legge, sarebbero, a detta di molti operai, tra le migliori di tutta la regione industriale del delta del Fiume delle Perle.<sup>ad</sup>

I salari di Kuan Ho sono anche migliori rispetto a Joyful Long, con una media di 1.000–1.500 RMB (US\$142-213) al mese per circa 260 ore di lavoro. I salari vengono pagati regolarmente.

Nonostante ciò, in nessuna delle due fabbriche la retribuzione delle ore di straordinario è a norma di legge.

“So che posso guadagnare solo 2-3 yuan all’ora alla Joyful Long,” ci ha detto un lavoratore. Il salario minimo mensile a Dongguan corrisponde a circa 4,20 RMB all’ora (US\$0,60). “Secondo me, la cosa peggiore è che non ci sia nessun incentivo per chi fa straordinari in questa fabbrica. Anche se lavoro durante i fine settimana, riesco a ottenere solo la retribuzione ordinaria.”

## Salute e sicurezza sul lavoro

Sia presso Joyful Long che Kuan Ho i lavoratori intervistati erano seriamente preoccupati di possibili effetti negativi a breve e lungo termine sulla salute a causa di varie sostanze chimiche impiegate in vari reparti, come nella serigrafia, nella stratificazione (in cui lo strato esterno del pallone viene attaccato allo strato interno) e nei reparti

che producono palloni di plastica. La maggior parte dei lavoratori ha dichiarato di non essere a conoscenza delle sostanze con cui entra in contatto quotidianamente e dice di soffrire di allergie cutanee e problemi respiratori.

Alcuni lavoratori presso la Joyful Long, in particolar modo nei reparti che si occupano di serigrafia, dichiarano che non sarebbero in grado di completare la loro quota di produzione giornaliera se indossassero sempre i dispositivi di sicurezza.<sup>ae</sup>

Gli operai della Joyful Long non sono coperti da programmi assicurativi obbligatori per legge, che includono l’indennizzo in caso di infortunio, la previdenza sociale e il congedo per maternità. Sebbene possano recarsi in strutture mediche aziendali, i costi delle visite e di tutti i farmaci vengono detratti dai loro salari.

## Libertà di associazione

I lavoratori interpellati affermano che non esiste nessuna attività sindacale nelle due fabbriche. La maggior parte degli operai non conosce i propri diritti a una rappresentanza sindacale.

Entrambe le fabbriche dispongono di un comitato di lavoratori incaricato di individuare e affrontare eventuali problemi, ma né presso la Joyful Long né presso la Kuan Ho questi comitati sembrano essere particolarmente attivi o efficaci. Alla Joyful Long i membri del comitato sono nominati dalla dirigenza. I lavoratori sostengono che l’esistenza del comitato è finalizzata a gettare fumo negli occhi agli ispettori.

## Inganni e false dichiarazioni agli auditor mandati dal committente

“Ho firmato due ricevute di pagamento quando ho ricevuto il mio salario di settembre il 10 novembre”, ha dichiarato un operaio della Joyful Long a Play Fair. “Su uno di questi fogli era scritto che avevo ricevuto 400 RMB [US\$57], che corrispondeva alla verità. Secondo l’altro foglio avrei ricevuto 900 RMB [US\$128]. Ma quello era stato scritto per gli ispettori.”<sup>af</sup>

Inoltre gli operai sostengono di essere stati addestrati a rilasciare dichiarazioni mendaci rispondendo alle domande degli auditor, per permettere alla fabbrica di superare i controlli. I lavoratori che si prestano a dichiarare il falso agli ispettori ricevono una somma compresa tra 30 e 60 RMB (US\$0,75-1,50); i lavoratori che dicono la verità vengono multati o licenziati.<sup>ag</sup>

## Produzione di palloni da calcio in Thailandia

La Thailandia è salita alla ribalta nella produzione di palloni da calcio nel 2006, quando adidas ha fatto produrre in questo paese palloni tecnologicamente avanzati, destinati alle partite della Coppa del Mondo del 2006.<sup>ah</sup> Questi palloni erano prodotti da Molten Thailand, un'azienda di palloni sportivi di proprietà giapponese.<sup>ai</sup>

### Il ruolo della tecnologia della fusione termica

I palloni ufficiali delle partite della Coppa del Mondo 2006 della adidas, chiamati "Teamgeist", sono stati prodotti utilizzando una nuova tecnologia: la saldatura termica dei pannelli del pallone, che sostituisce le operazioni di cucitura.<sup>aj</sup> Fino a poco tempo fa i palloni erano esclusivamente cuciti a mano o a macchina.<sup>ak</sup>

La Coppa del Mondo 2006 è stata la prima competizione calcistica di alto livello a utilizzare palloni non cuciti a mano.<sup>al</sup> Secondo alcuni addetti ai lavori, questa decisione ha segnato un cambiamento di rotta verso un progressivo abbandono dei palloni cuciti a mano nei tornei professionistici. A due anni di distanza, comunque, non è ancora chiaro se il settore si orienterà verso l'utilizzo esclusivo di palloni saldati termicamente. Se questo dovesse avvenire, la Thailandia avrà un notevole vantaggio competitivo sul Pakistan e l'India, paesi ancora legati alla cucitura a mano e privi di tecnologia per la fusione a macchina; oltre che sulla Cina, che produce palloni di bassa qualità cuciti a mano e a macchina.<sup>50</sup>

### Salari, condizioni di lavoro e libertà di associazione

La Thai Labour Campaign (TLC) nel 2006 ha pubblicato un rapporto sulle condizioni di lavoro in due fabbriche che producono palloni da calcio nella zona industriale costiera a est del paese.<sup>am</sup> The Life of Football Factory Workers in Thailand evidenzia i problemi legati ai salari e alla libertà di associazione alla Molten Thailand, che ha prodotto i palloni Teamgeist di adidas, e alla Mikasa Industries, che produce palloni da calcio per il proprio marchio.

Il rapporto rileva la disparità di trattamento riservata ai lavoratori. Mentre infatti gli operai più anziani impiegati direttamente da Molten erano retribuiti con un salario che soddisfaceva le loro esigenze mensili (valutato da TLC intorno a 7.310-8.680 THB al mese), i nuovi assunti ricevevano un salario di 4.500 THB (US\$144). I lavoratori

dipendenti da terzi erano quelli con le condizioni peggiori: percepivano solo il salario minimo senza alcun incentivo mensile o premio. Dovevano anche pagare di tasca propria per le loro uniformi. Adidas ha annunciato che questa pratica è stata abolita in seguito alle rivelazioni di TLC.<sup>an</sup>

In risposta al rapporto 2006, adidas ha confermato i salari menzionati da TLC, ma sostiene che la fabbrica è conforme alle normative governative relative ai salari minimi. TLC ha risposto che dal momento che il salario minimo non è sufficiente a soddisfare le esigenze di base degli operai, questi sono obbligati a fare molte ore di straordinario per sopravvivere.<sup>ao</sup>

Quando è stato scritto il rapporto, nella ditta Mikasa esisteva da due anni un sindacato che, secondo TLC, ha contribuito alla crescita dei salari, dei contributi e degli altre indennità a favore dei lavoratori.<sup>ap</sup> Tuttavia, gli operai affermano che il sindacato è stato in seguito stroncato per effetto delle continue vessazioni subite dai suoi dirigenti e dagli iscritti, compresa una causa legale che aveva l'obiettivo di destituire il suo presidente (poi ritirata).<sup>aq</sup> Quando tre membri del comitato sindacale hanno protestato, sono stati citati in giudizio dai titolari della fabbrica per diffamazione, così come TLC.<sup>51</sup>

Waraporn Rakthai, presidentessa del sindacato, è stata costretta a lavorare in completa solitudine per due anni.<sup>ar</sup> "Sono sempre sola" ha dichiarato nell'aprile 2007. "Nessun operaio o iscritto al sindacato ha il coraggio di rivolgermi la parola sul posto di lavoro o persino in mensa. Tutti hanno paura di cacciarsi nei guai parlando con me".

Rakthai è stata licenziata nel febbraio 2008.<sup>as</sup> A quel punto, il sindacato Mikasa si era completamente dissolto: la maggior parte dei dirigenti e dei suoi iscritti sono stati costretti a rassegnare le dimissioni, mentre il resto è stato licenziato.

Nel gennaio 2007 la Commissione Nazionale Thailandese per i Diritti Umani ha decretato che Mikasa Industries aveva interferito con le attività del sindacato fino a sopprimerlo. Aveva inoltre agito al fine di sbarazzarsi del suo presidente e aveva violato i diritti dei lavoratori thailandesi e la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo.<sup>at</sup> Tuttavia, il verdetto della commissione non è legalmente vincolante per l'azienda.

50 L'Autorità per lo Sviluppo delle Piccole e Medie Imprese del Pakistan ha annunciato che appoggerà la creazione di un nuovo Centro di Sviluppo Industrie Sportive (SIDC) che introdurrà la tecnologia di termosaldatura dei palloni a Sialkot. Il Pakistan attualmente non è ancora in grado di produrre palloni termosaldati. Si veda Associated Press of Pakistan, "Smeda plans to modernize sports goods industry," The Post, 25 febbraio 2008

51 La causa è stata ritirata dalla dirigenza all'inizio di quest'anno.



Operai in Thailandia.

## note

- a Sports Goods Industry in India, disponibile all'indirizzo: <http://www.sporting-goods-industry.com/manufacturing-region-india/>
- b Donnelly, Peter e Leanne Petherick, "Workers' Playtime? Child Labour at the Extreme of the Sporting Spectrum," in *Sport, Civil Liberties and Human Rights*, Richard Giulianotti e David McArdle (a cura di), Routledge 2006, pp9-30, pp11-12
- c Jalandhar Online, sito ufficiale della città di Jalandhar, disponibile all'indirizzo: [http://jalandhar.nic.in/html/sports\\_goods\\_industry.htm](http://jalandhar.nic.in/html/sports_goods_industry.htm)
- d E E.g. Mahmud, Sarmad. "Soccer Ball Industry Seeks R&D Facilities," in *The Business Recorder*. 29 dicembre 2006
- e Industry Overview, Sports Goods Industry in India, disponibile all'indirizzo: <http://www.sporting-goods-industry.com/manufacturing-region-india/>
- f Sito ufficiale dell'Expo Indiano 2008 delle materie prime per l'industria degli articoli sportivi. <http://www.sportsbsm.com/About%20the%20Expo.html>
- g Centre for Education and Communication. "Labour Rights and Sportswear Production in India: A Study of the Soccer Ball Industry in Jalandhar," febbraio 2008, p8
- h Produttore anonimo di articoli sportivi a Jalandhar (di seguito "produttore di articoli sportivi"). Intervista realizzata da Play Fair il 20 dicembre 2007
- i Ibid
- j Centre for Education and Communication, pp19-20
- k Intervista al produttore di articoli sportivi.
- l Khan, Farzad R., Kamal A. Munir e Hugh Willmott, "A Dark Side of Institutional Entrepreneurship: Soccer Balls, Child Labour and Post Colonial Impoverishment," *Organizational Studies* 2007; 28; 1055, p4
- m Centre for Education and Communication, p13
- n Centre for Education and Communication, pp34-35
- o Centre for Education and Communication, pp32-34
- p Intervista a Ragesh Thapa. Intervista al produttore di articoli sportivi
- q Centre for Education and Communication, p11
- r Centre for Education and Communication, p20-21
- s Centre for Education and Communication, pp19-20
- t Centre for Education and Communication, pp22-24
- u Centre for Education and Communication, pp27-32
- v Intervista a un produttore di palloni da calcio a Jalandhar, realizzata da Play Fair il 19 dicembre, 2007; Centre for Education and Communication,
- w Centre for Education and Communication, p28
- x Interviste agli attuali e ai precedenti dirigenti di alcuni marchi di articoli sportivi realizzate tra ottobre e dicembre 2007.
- y Ibid.
- z Nella lista dei fornitori adidas l'azienda è iscritta come Chang Ye Long
- aa <http://www.hnyp.cn/detail?id=85083> (Ultimo accesso: 11 gennaio 2008)
- ab Dati Play Fair, dicembre 2007
- ac <http://www.104info.com.tw/comp/5551210000.htm#01> (Ultimo accesso: 12 gennaio 2008)
- ad Dati Play Fair, dicembre 2007
- ae Dati Play Fair, dicembre 2007
- af Dati Play Fair, dicembre 2007
- ag Dati Play Fair, dicembre 2007
- ah Fuller, Thomas. "In a steamy Thai factory, soccer ball makers put their stamp on the World Cup," *International Herald Tribune*, 3 luglio 2006, disponibile all'indirizzo: <http://www.ihf.com/articles/2006/07/02/business/ball.php?page=1>
- ai Ibid.
- aj Si vedano le informazioni sul prodotto disponibili all'indirizzo: <http://www.shopadidas.com/product/index.jsp?productId=2172332> (Ultimo accesso: 10 marzo 2008)
- ak Rawsthorn, Alice. "A quest for perfection for the most basic thing: A ball," *International Herald Tribune*, 26 giugno 2006, 19 (la storia dei palloni utilizzati ai mondiali)
- al Ibid.; si veda anche Bruno Giussani, "A Face-Lift for Soccer Balls," *BusinessWeek.com*, 7 aprile 2006, disponibile all'indirizzo: [http://www.businessweek.com/innovate/content/apr2006/id20060407\\_132857.htm?chan=innovation\\_innovation+%2B+design\\_euroscan](http://www.businessweek.com/innovate/content/apr2006/id20060407_132857.htm?chan=innovation_innovation+%2B+design_euroscan)
- am Junya Lek Yimprasert, "The Life of Football Factory Workers in Thailand," *Thai Labour Campaign*, 30 giugno 2006
- an Risposta di adidas a "The Life of Football Factory Workers in Thailand". 25 luglio 2006. Disponibile all'indirizzo: <http://www.cleanclothes.org/companies/adidas06-07-25.htm>
- ao <http://www.cleanclothes.org/companies/adidas06-07-25.htm>
- ap Junya Lek Yimprasert, "The Life of Football Factory Workers in Thailand," *Thai Labour Campaign*, 30 giugno 2006, p9
- aq Junya Yimprasert, "Football Workers in Thailand," *Thai Labour Campaign*, versione del 6 febbraio 2008
- ar Junya Yimprasert. *Football Workers in Thailand*. *Thai Labour Campaign*, versione del 6 febbraio 2008
- as Junya Yimprasert, "Football Workers in Thailand," *Thai Labour Campaign*, versione del 6 febbraio 2008, p12
- at Junya Yimprasert. *Football Workers in Thailand*. *Thai Labour Campaign*, versione del 6 febbraio 2008

## Capitolo VI: “Impossible is nothing!”

Parafrasando il motto di adidas, secondo cui “niente è impossibile”, abbiamo buoni motivi per ritenere che laddove esiste una volontà autentica delle parti di impegnarsi con serietà e decisione, gli ostacoli descritti nei precedenti capitoli possono essere facilmente superati.

Nel 2004 Play Fair ha presentato all'intero settore un Programma di lavoro che intendeva favorire cambiamenti reali in vista dei Giochi Olimpici di Pechino del 2008. È con profonda delusione che constatiamo che l'intero settore non è stato all'altezza della sfida.

Oggi, alla vigilia delle Olimpiadi di Pechino, intendiamo ritornare nel dettaglio su quattro principali aree di intervento, focalizzate nel nostro Programma di lavoro, nelle quali crediamo si possano ottenere dei cambiamenti reali, che apriranno la strada a miglioramenti sostenibili per i diritti dei lavoratori nell'industria dello sport: la ricerca di una soluzione alla mancanza di libertà di associazione e del diritto alla contrattazione collettiva; alla precarietà occupazionale e all'impatto della chiusura delle fabbriche, per la crescita dei salari e di altre forme aggiuntive di retribuzione fino a un livello che possa soddisfare le esigenze di base dei lavoratori. Per conseguire questi obiettivi, le imprese sportive dovranno intraprendere percorsi concreti e misurabili, in stretta collaborazione con le iniziative multistakeholder, i sindacati, le organizzazioni non governative e i governi.

Molti passi sono già stati compiuti, seppure in misura ancora limitata, dall'industria dello sport. Facendo tesoro di queste esperienze, è possibile immaginare di conseguire sostanziali cambiamenti sul piano delle condizioni lavorative di qui ai prossimi giochi olimpici di Vancouver 2010 e di Londra 2012.

### 1. Libertà di associazione e contrattazione collettiva

È di fondamentale importanza che i marchi sportivi, che si servono degli stessi partner commerciali, imparino a rispondere in modo rapido ed efficace alle denunce di violazione dei diritti sindacali basilari, come quelle descritte nel capitolo III.

Negli ultimi anni ci sono stati chiari esempi di azioni sinergiche per ottenere la reintegrazione di lavoratori licenziati per aver tentato di organizzarsi e/o contrattare collettivamente:

- Nella fabbrica Star in Honduras, 55 membri del sindacato, licenziati subito dopo la registrazione del loro sindacato nel novembre 2007, sono stati reintegrati grazie a un accordo raggiunto sull'onda di una campagna

di solidarietà internazionale, e sottoscritto da Nike, dai lavoratori, dalla Federazione Unitaria dei Lavoratori Onduregni (FUTH), e dalla Confederazione Unitaria dei Lavoratori Onduregni (CUTH).

- Nella fabbrica Jerzees Choloma in Honduras, Russell Athletic ha accettato di reintegrare i lavoratori licenziati nel 2007 per attività sindacale, con pagamento delle mensilità arretrate, dopo l'intervento degli organismi statunitensi Worker Rights Consortium (WRC) e Fair Labor Association (FLA), e ha collaborato con il sindacato in un programma di sostegno dei lavoratori licenziati.<sup>a</sup>

- Su richiesta di una ONG thailandese, il Centro per la Formazione e i Servizi Informativi per il Lavoro (CLIST), Nike e FLA sono intervenuti in una controversia nella fabbrica MSP Sportswear e hanno svolto un ruolo positivo nel processo di reintegrazione dei dirigenti sindacali licenziati. Inoltre, hanno trovato un accordo per designare una terza parte neutrale in funzione di mediatore per qualunque vertenza futura.

Ci sono stati tentativi, come per esempio il Central America Project di FLA, per risolvere a livello regionale o nazionale il problema delle liste di proscrizione di iscritti al sindacato tramite la formazione dei dirigenti e procedure di assunzione meno discriminatorie.

Tuttavia, la serie infinita di abusi perpetrati presso le fabbriche di abbigliamento sportivo suggerisce la necessità di misure più efficaci e preventive, che non si limitino a reprimere i comportamenti antisindacali, ma instaurando un clima favorevole al libero esercizio del diritto di associazione dei lavoratori, impediscano di dovere intervenire solo dopo che le crisi si sono verificate.

### Prendere l'iniziativa

Il primo esempio al quale il settore deve guardare è alla risoluzione del caso Jerzees Choloma: Russell Athletic si è impegnata a far pervenire un avviso ai lavoratori di tutti i suoi impianti in cui garantisce di rispettare i diritti dei lavoratori in relazione alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva.<sup>b</sup>

#### Garanzia del diritto di organizzazione (sul modello della dichiarazione di Russell Athletic)

“L'azienda - nome - rispetta il diritto dei lavoratori di formare o affiliarsi ad organizzazioni liberamente scelte, ivi compresi sindacati, e di negoziare un contratto collettivo di lavoro. L'azienda rispetta il diritto dei suoi lavoratori di associarsi liberamente, organizzarsi e negoziare contratti collettivi e non interferisce in nessun modo con queste attività. L'azienda non interverrà nella decisione dei lavoratori di diventare membri di una organizzazione o di partecipare alle attività di qualunque organizzazione. I dipendenti dell'azienda non saranno soggetti a nessun trattamento discriminatorio o disciplinare o ad azioni punitive in seguito all'esercizio del loro diritto di contrattazione collettiva. Tutti i supervisori o i dirigenti che non aderiranno a questa linea politica subiranno dei provvedimenti disciplinari. L'azienda garantisce che i rappresentanti delle suddette organizzazioni possano avere rapporti con i propri dipendenti. Inoltre l'azienda dovrà attuare qualunque accordo sottoscritto con le organizzazioni dei lavoratori.

Tutti gli altri produttori di abbigliamento sportivo devono anch'essi distribuire un' analoga "Garanzia del Diritto di Organizzazione" ai lavoratori dei loro impianti di produzione sparsi per il mondo (vedi riquadro). I marchi e i rivenditori, da parte loro, dovranno esigere che i fornitori distribuiscano un modello di Garanzia di questo tipo e gli organismi multistakeholder del settore verificheranno che i contenuti siano comunicati in modo appropriato a tutti i lavoratori.

Inoltre, al fine di assicurare che i lavoratori possano scegliere liberamente i sindacati da cui farsi rappresentare, committenti e fornitori dovranno richiedere che tra i dirigenti delle fabbriche e i sindacati del settore siano stipulati accordi per consentire il libero accesso al sindacato.<sup>52</sup>

### Formazione dei lavoratori

Ci sono già stati notevoli sforzi in questo ambito da cui possiamo imparare e su cui possiamo costruire il futuro. I programmi di formazione dei lavoratori sui loro diritti sono già stati attivati dai maggiori marchi di abbigliamento sportivo, dai fornitori e dalle iniziative multistakeholder, così come la formazione dei dirigenti circa le loro responsabilità.

Sempre più aziende fornitrici di servizi, comprese quelle che offrono servizi di verifica e monitoraggio, dichiarano di fornire anche programmi di formazione. Ma il riscontro dai lavoratori non lascia molto spazio all'ottimismo. Considerando le restrizioni alle attività delle organizzazioni della società civile, sembra difficile credere che, per esempio in Cina, esistano gruppi di promozione dei diritti dei lavoratori affidabili e indipendenti con cui impegnarsi nello sviluppo di programmi di formazione dei lavoratori. Tuttavia questi gruppi esistono e ritengono che la formazione, con gli opportuni contenuti, prassi e obiettivi possa contribuire notevolmente al miglioramento dei diritti dei lavoratori nella Cina continentale.

Prima di impegnarsi in programmi di formazione dei lavoratori, i marchi dell'abbigliamento sportivo, le iniziative multistakeholder e i produttori devono, in collaborazione con sindacati, ONG e formatori, sviluppare gli strumenti per valutare l'impatto della formazione sui lavoratori e sui dirigenti oltre agli strumenti per riportare in modo trasparente i risultati ottenuti alle parti interessate

### Pratiche di approvvigionamento e acquisto

Le misure che i committenti devono intraprendere per creare un clima più favorevole alla libertà di associazione devono comprendere:

- ordini preferenziali in fabbriche sindacalizzate;
- contratti di fornitura stabili e a lungo termine con fabbriche sindacalizzate;
- un incentivo misurabile nei prezzi unitari per le fabbriche con contratti collettivi di lavoro.

Nel capitolo III abbiamo raccontato come alcune associazioni imprenditoriali statunitensi siano intervenute contro l'aumento delle tutele previste dalla nuova legge sul lavoro in Cina, mentre altre si sono pubblicamente dissociate da questi tentativi. I committenti e i fornitori devono prendere posizione in modo efficace e inequivocabile a favore del diritto dei lavoratori di associarsi liberamente e di contrattare collettivamente. Questa posizione deve essere comunicata chiaramente ai governi che continuano a limitare i diritti fondamentali dei lavoratori.

In linea con le raccomandazioni di Play Fair 2008, Nike ha recentemente esortato i governi a "riconoscere e rispettare i principi contenuti nelle convenzioni dell'OIL 87 e 98 sulla libertà di associazione e la contrattazione collettiva".<sup>c</sup> Tutti gli altri marchi sportivi dovrebbero adottare una posizione simile, e farsi interpreti verso tutti i governi dell'esigenza di ratificare formalmente queste convenzioni.

### Bilanci

Infine, per valutare l'efficacia degli sforzi fatti, l'industria dell'abbigliamento sportivo deve stilare rapporti sulla presenza di sindacati e contratti collettivi di lavoro nelle filiere e sulla percentuale (aggregata) della loro produzione collocata in queste fabbriche.<sup>53</sup> I committenti e i fornitori dovranno altresì misurare e riferire alle parti interessate la quota di produzione assegnata in paesi dove la libertà di associazione è limitata per legge, con l'obiettivo di arginare l'ulteriore espansione della produzione in aree dove i codici di condotta aziendali non possono essere applicati efficacemente.<sup>54</sup>

## 2. Lavoro precario

Un'inversione di tendenza nell'abuso di manodopera con contratto a breve termine si è registrata nella fabbrica PCCS Garment in Cambogia, in virtù di un accordo

52 Un esempio di questo tipo di accordo è quello sottoscritto fra il gigante dei jeans Nien Hsing e il Lesotho Clothing and Allied Workers Union. Si veda: Trade Union Research Project and the Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO). A Call to Action: Organizing Garment Workers in Southern Africa. Clean Clothes Campaign, 2003. pp27-29, available at <http://www.cleanclothes.nl/ftp/GarmentWorkersSA.pdf>

53 Questo provvedimento è già parte integrante delle istruzioni per la rendicontazione della Global Reporting Initiative (misura AF29)

54 Adidas ha fornito nel 2005 a Oxfam una serie di dati dai quali risulta che il 52% della sua produzione è realizzata in paesi dell'estremo oriente che non garantiscono l'esercizio dei diritti sindacali, e che tale quota è cresciuta del 3% fra il 2002 e il 2004 (si veda: see Connor, Tim and Kelly Dent. Off-side! Labour rights and sportswear production in Asia. Oxfam International, 2006, p77)

finalizzato dalla dirigenza della fabbrica con adidas e il Worker Rights Consortium. Nel 2007 la maggior parte della manodopera con occupazione precaria è passata a tempo indeterminato. I contratti a breve termine possono essere stipulati solo se esiste un piano chiaro e ben definito che ne giustifichi l'utilizzo.<sup>d</sup>

Queste misure attuate dalla PCCS Garment, in collaborazione con adidas, devono essere imitate da altri committenti e fornitori nel settore dell'abbigliamento sportivo quando i livelli di precariato diventano eccessivi. Adidas ha comunicato anche il suo impegno per ridurre i contratti a termine alla Molten Thailand (vedi cap. V) Considerando l'esempio del recente miglioramento dei diritti dei lavoratori in Cina, l'industria dello sport dovrebbe assumere una posizione chiara a sostegno di una regolamentazione delle forme contrattuali e proibire espressamente nei codici di condotta aziendali e delle iniziative multistakeholder tipologie di impiego che servano a eludere gli adempimenti obbligatori in materia di previdenza sociale.

Adidas, per esempio, ha dichiarato che si batterà per il lavoro in pianta stabile degli operai che sono assunti con contratti a breve termine "per evitare responsabilità legali",<sup>e</sup> il che costituisce un importante passo in avanti. Quanto alla linea politica di adidas, l'azienda "scoraggia attivamente l'uso di manodopera con contratto temporaneo nella filiera."

È ancora più importante, tuttavia, che il settore affronti il problema dell'instabilità degli ordini che incoraggia le fabbriche a cercare una forza lavoro sempre più flessibile. I committenti devono fare tutti gli sforzi necessari per regolare le pratiche di acquisto in modo da:

- sviluppare contratti di fornitura stabili e a lungo termine con i fornitori;
- assicurarsi che le scadenze dei pagamenti siano stabilite in tutti i contratti di fornitura e che i pagamenti siano effettuati in modo puntuale;
- scaglionare, dove possibile, gli ordini nell'arco di un anno per ridurre le fluttuazioni stagionali;
- stabilire tempi di preavviso ottimali per le modifiche d'ordine in corso d'opera o per nuovi ordini, tali da consentire ai fornitori di operare aggiustamenti senza ricorrere a straordinari illegali, lavoro precario, subappalto;
- modificare, se necessario, le date di evasione degli ordini.

### 3. La chiusura delle fabbriche

Ci sono delle richieste immediate che devono essere fatte alle aziende di articoli sportivi almeno per ridurre l'impatto negativo della chiusura di stabilimenti.

Quando il produttore canadese di T-shirt Gildan Activewear annunciò la chiusura di due stabilimenti

nello stato di Coahuila nel Messico settentrionale nel marzo 2007, l'azienda iniziò una serie di trattative con l'organizzazione locale per i diritti dei lavoratori (SEDEPAC) e con la Maquila Solidarity Network del Canada sugli indennizzi e le misure assistenziali da fornire ai 1300 lavoratori che sarebbero rimasti disoccupati. L'accordo raggiunto ha garantito una serie di ammortizzatori sociali: copertura sanitaria di un anno per gli ex-lavoratori, una buonuscita maggiorata per mancato preavviso e un contributo finanziario per un programma governativo di formazione professionale.

Come principio generale dovrebbe essere d'obbligo trattare con il sindacato di riferimento per ricercare alternative alla chiusura, o almeno, i termini della chiusura.

Sono stati fatti passi avanti per lo sviluppo di un manuale di buone pratiche contenente una serie di misure concrete attuabili da committenti, fornitori e governi per ridurre il rischio di chiusura degli stabilimenti, o almeno ridurre gli effetti negativi nel caso in cui questa non si possa evitare. Queste linee guida enfatizzano la necessità di una collaborazione efficace tra committenti, fornitori, organizzazioni sindacali e ONG lungo tutta la catena di fornitura.

- Il Forum MFA<sup>55</sup> ha pubblicato il Collaborative Framework, che comprende linee guida sulle responsabilità dei committenti e dei produttori prima e dopo la chiusura o l'abbandono delle fabbriche: <http://www.mfa-forum.net/docs/Collaborative.pdf>
- La Clean Clothes Campaign ha pubblicato un bollettino on-line sulle chiusure intitolato: Expectations in relation to Factory Closures and Mass-Dismissals, disponibile all'indirizzo: [www.cleanclothes.org/ftp/07-09\\_CCC\\_E-bulletin\\_Closures\\_and\\_Mass\\_dismissals.pdf](http://www.cleanclothes.org/ftp/07-09_CCC_E-bulletin_Closures_and_Mass_dismissals.pdf)
- La Maquila Solidarity Network ha pubblicato una serie di richieste relative alla chiusura degli stabilimenti intitolata What do Labour Rights Groups Expect from Retailers, Manufacturers and Government?, disponibile all'indirizzo: [www.maquilasolidarity.org/issues/ca/closures](http://www.maquilasolidarity.org/issues/ca/closures)

I tre documenti partono dal concetto che le chiusure non sono inevitabili e che, qualora non si trovino soluzioni alternative, i lavoratori non devono essere privati di quanto spetta loro per legge.

Alcune delle misure proposte prevedono di:

- mantenere, quando è possibile, inalterata la quota totale degli approvvigionamenti effettuati nel paese preso in considerazione;
- valutare tutte le possibili soluzioni al fine di

<sup>55</sup> Il Forum MFA comprende rivenditori e marchi, sindacati, ONG e istituzioni pubbliche multilaterali e nazionali che intendono individuare e promuovere strategie di collaborazione a sostegno delle industrie nazionali di abbigliamento più vulnerabili e un maggiore rispetto per i diritti dei lavoratori nel periodo post-quota. Per ulteriori informazioni: <http://www.mfa-forum.net/>

evitare tagli o chiusure, collaborando e trattando con i rappresentanti dei lavoratori;

- quando vi è una riorganizzazione, adottare strumenti di programmazione e collaborare con i fornitori e con gli altri committenti per alleviare l'impatto negativo della decisione di abbandonare o chiudere uno stabilimento;
- monitorare il comportamento dei fornitori in relazione al pagamento puntuale e regolare dei salari e dei contributi previdenziali richiesti dalla legge;
- assicurare, in maniera costante, che siano disponibili risorse sufficienti per soddisfare le necessità dei dipendenti in caso di ridimensionamento o chiusura.

Le imprese del settore dovrebbero meglio valutare e comunicare le politiche di acquisto adottate. Per esempio, dovrebbero dichiarare pubblicamente la durata media del loro rapporto con i partner commerciali e fornire statistiche dettagliate sul numero di fabbriche con cui hanno lavorato per un certo numero di anni (es. 1, 3, 5 o più anni) e dove sono ubicate. Una rendicontazione trasparente sui processi di transizione e di dismissione aiuterebbe a sviluppare sinergie con altri committenti e stakeholder e stimolerebbe l'adozione di buone prassi anche tra altre aziende del settore.

#### 4. Salario dignitoso

I marchi, i rivenditori e le iniziative multistakeholder come FLA hanno puntato sul miglioramento della produttività che, a loro avviso, genererebbe aumenti dei salari senza influenzare il prezzo.

Sfortunatamente, come abbiamo constatato nel capitolo IV, una maggiore produttività nell'impresa Yue Yuen ha portato a uno stress lavorativo maggiore e a una diminuzione della retribuzione dei lavoratori che non riuscivano più ad ottenere i premi di produzione. I dati provenienti dagli stabilimenti Yue Yuen dimostrano anche il pericolo di fare affidamento esclusivamente sui meccanismi di regolazione dei salari minimi, dal momento che le fabbriche possono eliminare facilmente altre voci retributive vanificando gli effetti positivi di un aumento del salario minimo.

È stato anche notato che i tentativi di aumentare i salari facendo riferimento solamente a un attore della filiera hanno forti probabilità di non avere successo. I marchi e i rivenditori non possono semplicemente aumentare i prezzi pagati senza un meccanismo che garantisca che i margini maggiori siano destinati ai salari dei lavoratori. Allo stesso tempo, i proprietari delle fabbriche non aumenteranno i salari senza avere la certezza che i committenti non dirotteranno la produzione altrove quando dovranno essere sostenuti costi supplementari. Dal canto loro i sindacati, quando ci sono, non possono negoziare salari più alti, se lo stabilimento è condizionato eccessivamente da pressioni competitive.

Tutte queste costrizioni sui salari sono la conseguenza di un modello imprenditoriale specifico, favorito dall'industria degli articoli sportivi. Una delle sfide del settore negli anni a venire è cambiare questo modello non sostenibile in modo che diventi possibile garantire un salario dignitoso.

Sappiamo che non succederà immediatamente, tuttavia ci sono diverse iniziative che il settore può e deve intraprendere da subito, per poter offrire ai lavoratori salari e trattamenti economici aggiuntivi che rientrino nella categoria delle stime di salario dignitoso per le regioni dove gli articoli sportivi sono prodotti.

#### Calcolare il salario dignitoso

Un approccio funzionale per determinare i livelli salariali in un particolare contesto locale è l'utilizzo delle "scale salariali" ("wage ladders") usate per la prima volta nel progetto Jo-In<sup>56</sup> in Turchia che, accantonando il problema di come calcolare teoricamente al meglio un salario dignitoso, si concentra invece su come migliorare i salari per poter garantire tale livello di salario nel tempo.

Nell'applicazione pratica del progetto in Turchia, si è iniziato con la valutazione dei livelli salariali correnti in un particolare contesto locale. I partecipanti al progetto hanno poi individuato una serie progressiva di livelli: dal salario minimo legale al salario industriale prevalente, al salario negoziato, al salario dignitoso delle diverse iniziative multistakeholder fino al salario dignitoso definito dai sindacati locali.<sup>f</sup>

Una volta sviluppata la "scala salariale" per un particolare paese o regione, si possono analizzare le "effettive strategie per migliorare i livelli salariali (es. aumentare i prezzi pagati, migliorare la produttività, migliorare i sistemi di gestione, o applicare schemi di condivisione dei costi)."<sup>g</sup>

Le scale salariali dovranno essere modificate regolarmente tenendo conto dei cambiamenti negli indici di prezzo al consumo per l'area considerata in modo tale che sia anche possibile determinare se i salari dei lavoratori sono in linea con l'inflazione.

#### Risalire la scala

In presenza di sindacati, i committenti devono fare tutto il possibile per garantire aumenti dei salari tramite contrattazione collettiva condividendo (in modo

<sup>56</sup> Il Joint Initiative on Corporate Accountability and Worker Rights (Jo-In) è stato un progetto attuato in Turchia tra il 2003 e il 2007 da sei iniziative multistakeholder e organizzazioni per i diritti dei lavoratori per individuare le buone prassi e fornire linee guida a sostegno dello sforzo globale atto a conseguire condizioni di lavoro migliori e produrre risultati tangibili in Turchia.

confidenziale) i dati sui prezzi pagati al fornitore. La formazione generale della dirigenza e la promozione della contrattazione collettiva presso i fornitori dovrebbero essere strumenti utili nello sviluppo di relazioni industriali mature nelle fabbriche di articoli sportivi, compresa la contrattazione sui i salari.

Su base individuale, i committenti possono anche impegnarsi ad accordare preferenze nella pianificazione degli ordini ai fornitori e alle fabbriche che soddisfano gli standard più elevati in merito ai salari, secondo la scala salariale fissata per ciascuna regione, e questo dovrebbe incentivare i fornitori ad adeguarsi a livelli di standard più elevati.

### Studiare prezzi e produttività

Prima di decidere in maniera semplicistica di puntare solo sulla produttività, le aziende dovrebbero commissionare, magari attraverso iniziative multistakeholder, come la FLA, la Ethical Trading Initiative (ETI), la Social Accountability International (SAI) e/o la FairWear Foundation (FWF), uno o più studi indipendenti sui metodi di produzione snella, per determinare se siano in grado di garantire aumenti dei salari senza condizionare negativamente i lavoratori.

Parimenti, occorre effettuare ulteriori ricerche sulla questione dei prezzi pagati dai committenti ai fornitori, per verificare se questi siano sufficienti per permettere ai fornitori di coprire i costi derivanti dal rispetto degli standard sociali contenuti nei codici di condotta delle imprese e promossi delle iniziative multistakeholder (compresi quelli relativi ai salari dignitosi).

I committenti e i fornitori devono commissionare congiuntamente uno studio indipendente sui prezzi pagati ai fornitori, per il quale devono fornire (in modo confidenziale) dati sui prezzi e altre informazioni che possano essere utili per determinare se i prezzi pagati ai fornitori sono sufficienti per permettere alla dirigenza di impresa di rispettare i codici etici aziendali e quelli delle iniziative multistakeholder e offrire salari sufficienti che soddisfino le esigenze di base dei lavoratori.

### Sforzi collaborativi

Una delle argomentazioni utilizzate contro un'azienda che adotta gli standard del salario dignitoso è che un committente singolo non ha la capacità di assicurare miglioramenti salariali in una fabbrica che produce per diversi committenti. L'influenza di un singolo committente è limitata in questi casi, secondo le aziende, dal momento che gli sforzi potrebbero non essere imitati dagli altri committenti.

Per questa ragione i committenti devono collaborare per migliorare i salari.

La collaborazione è ora accettata dai committenti, come quelli che condividono informazioni riguardanti gli audit (al fine di ridurre il numero di ispezioni in uno stabilimento), o quelli che collaborano con FLA o altri iniziative multistakeholder per offrire un'adeguata formazione alla dirigenza.<sup>57</sup> Nike si è pubblicamente impegnata "a guidare la collaborazione multi-marchio su questioni relative alla conformità per il 30 per cento della [sua] filiera" entro il 2011.<sup>h</sup>

I committenti possono iniziare a implementare uno standard per il salario dignitoso individuando le fabbriche in cui, individualmente e/o collettivamente, si ottiene almeno il 75% della produzione.<sup>i</sup>

Usando la scala salariale come principio guida, i committenti possono impegnarsi a conseguire l'obiettivo di aumentare sostanzialmente i salari dei lavoratori e altri trattamenti economici nel tempo. Quindi, come singolo committente, ogni azienda negozierà con il fornitore le misure necessarie per conseguire gli obiettivi, proporzionalmente alla sua quota di produzione.

In caso di presenza di sindacati nella fabbrica, questi devono essere coinvolti nel processo di negoziazione delle misure per aumentare salari e altre forme di retribuzione.

I committenti e/o le iniziative multistakeholder a cui i committenti aderiscono devono monitorare il processo per assicurare che gli aumenti dei salari non siano ottenuti a scapito di altri vantaggi economici o determinando la violazione di altri standard lavorativi come ad esempio le norme sugli orari di lavoro.

### note

a Nova, Scott. Memo to Primary Contacts at WRC Affiliate Colleges and Universities. 30 gennaio 2008

b Nova, Scott. Memo to Primary Contacts at WRC Affiliate Colleges and Universities. 30 gennaio 2008

c Nike. China 2008 Corporate Responsibility Reporting Supplement. 11 marzo 2008, p.22

d Worker Rights Consortium. PCCS Garment: Findings, Recommendations and Status Report. 15 gennaio 2008. p8

e Email di adidas, 2005, citata in Connor, Tim e Kelly Dent. Offside! Labour rights and sportswear production in Asia. Oxfam International, 2006, p76.

f "Jo-In Explanatory Note on the Treatment of the Living Wage Common Code Element during the Jo-In Pilot Project in Turkey's Garment Industry – 2006-2007," [www.jo-in.org/pub/docs/Jo-In-%20Explanatory%20Note%20or%20Living%20Wages.pdf](http://www.jo-in.org/pub/docs/Jo-In-%20Explanatory%20Note%20or%20Living%20Wages.pdf).

g Jo-In Interim Report, maggio 2007, p19, [www.jo-in.org/english/belgeler.asp](http://www.jo-in.org/english/belgeler.asp)

h Nike. China 2008 Corporate Responsibility Reporting Supplement. 11 marzo 2008, p.7

i Miller, Doug and Peter Williams. What Price a Living Wage? Versione inedita, 25 settembre 2007.

57 La collaborazione per migliorare i salari può essere tuttavia limitata da provvedimenti anti-trust degli Stati Uniti; quindi bisogna lavorare in questo ambito in modo che i committenti non corrano rischi legali.

## Capitolo VII: obiettivi per i diritti dei lavoratori

Play Fair 2008 chiede alle imprese dell'industria sportiva e alle iniziative multistakeholder di impegnarsi subito per adottare una serie di misure specifiche volte a far sì che durante i prossimi Giochi Olimpici, fra due e quattro anni, i lavoratori possano aspettarsi miglioramenti concreti nei loro salari e nelle condizioni di lavoro, piuttosto che altri due o quattro anni di discussioni sterili e impegni solo sulla carta.

La tabella che segue raggruppa alcune iniziative pratiche che il settore può adottare per risolvere le quattro questioni fondamentali affrontate in questo rapporto. Per ogni azione abbiamo identificato attori principali e obiettivi specifici. Sebbene siano i marchi e le iniziative multistakeholder a dover stabilire i propri obiettivi alla luce delle loro realtà aziendali, abbiamo proposto degli obiettivi minimi che riteniamo

decisamente accettabili.

Tali azioni non esauriscono l'impegno richiesto alle imprese per risolvere i problemi aperti all'interno delle loro filiere produttive. Infatti, già nel 2004, la Play Fair Alliance ha redatto un Programma di lavoro dettagliato per il settore dell'abbigliamento sportivo.<sup>a</sup> Play Fair 2008 rivolge una serie di richieste a vari stakeholder (ivi compresi il CIO, i governi e l'industria sportiva) con l'obiettivo di riportare in evidenza l'importanza di retribuzioni corrette, di rapporti di lavoro riconosciuti e di misure concrete per la tutela della libertà di associazione e della contrattazione collettiva. Sono oltre 100 le organizzazioni che hanno sottoscritto queste richieste.

Le azioni proposte in questo rapporto rappresentano dunque una serie di passi ben precisi da compiere come parte integrante di un più ampio programma di intervento.

### note

a Il Programma di lavoro del 2004 è disponibile all'indirizzo: [www.fairolympics.org/background/programme\\_of\\_work.pdf](http://www.fairolympics.org/background/programme_of_work.pdf)



		Responsabilità primaria			Obiettivi	
PlayFair 2008 Richieste	Azioni	Marchio	Fornitore	MSIs	Vancouver 2010	London 2012
<b>A. Libertà di associazione e contrattazione collettiva</b>						
Prendere immediate misure per garantire il rispetto del diritto dei lavoratori di costituire sindacati e di stipulare contratti collettivi lungo tutta la filiera produttiva.	A1. Al fine di instaurare un clima favorevole all'esercizio della libertà sindacale e della contrattazione collettiva lungo la filiera produttiva, esigere dai fornitori l'adozione della "Freedom of association policy" e darne comunicazione ai lavoratori nella loro lingua sotto forma di una "Garanzia del diritto di organizzazione sindacale". Verificare che il provvedimento sia stato correttamente applicato.	●	■	▼	Provvedimento adottato da almeno il 30% dei fornitori e verificato in sede di ispezioni condotte dal committente o dagli organismi multistakeholder (MSIs)	Provvedimento adottato dal 100% dei fornitori e verificato in sede di ispezioni condotte dal committente o dagli organismi multistakeholder (MSIs)
Mantenere la produzione in fabbriche sindacalizzate e, ad ogni successiva espansione, preferire aree geografiche dove i diritti sindacali sono effettivamente rispettati	A2. In collaborazione con i sindacati e con ong affidabili, promuovere programmi di apprendimento e di formazione in tema di libertà sindacale e di contrattazione collettiva rivolti ai lavoratori e al personale dirigente, realizzati da terze parti indipendenti.	●		●	In almeno il 50% degli stabilimenti produttivi.	In tutti gli stabilimenti produttivi.
Mettere in atto un sistema di relazioni industriali funzionante affinché le condizioni di lavoro siano conformi agli standard internazionali o alla legislazione nazionale, a seconda di quale fornisce il maggior grado di protezione.	A3. Elaborare strumenti di valutazione dei risultati dei programmi formativi e richiedere una rendicontazione quantitativa e trasparente da parte delle imprese associate.			●		Adeguate i programmi formativi ai criteri di valutazione d'impatto
	A4. Predisporre procedure agevoli e sicure mediante le quali i lavoratori possano presentare denunce ai committenti sulle violazioni della libertà di associazione e del diritto alla contrattazione collettiva, accompagnate da misure correttive trasparenti	●		●	In tutti gli stabilimenti produttivi.	In continuo aggiornamento
	A5. Incentivare i fornitori che hanno stipulato un contratto collettivo aziendale con un sindacato	●				Effettuare una valutazione dei progressi

<sup>1</sup> ● indica la responsabilità principale, individuale o in associazione con terzi ■ indica la responsabilità per l'attuazione ▼ indica la responsabilità per la verifica.

PlayFair 2008 Richieste	Azioni	Responsabilità primaria				Obiettivi	
		Marchio	Fornitore	MSIs	Vancouver 2010	London 2012	
	<p>indipendente, attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★ Ordini preferenziali;</li> <li>★ Contratti di fornitura di lunga durata;</li> <li>★ Premi calcolati sul prezzo unitario pagato.</li> </ul> <p>A6. Richiedere alle imprese associate una rendicontazione quantitativa della presenza sindacale e dei contratti collettivi in essere con i fornitori (numero delle fabbriche interessate e rispettiva quota produttiva).</p> <p>A7. Rendere pubblica la quota produttiva assegnata ad aree geografiche dove la libertà di associazione e la contrattazione collettiva sono limitate per legge.</p> <p>A8. Fornire agibilità ai sindacati affinché possano informare i lavoratori dei loro diritti in materia di associazione e contrattazione collettiva.</p> <p>A9. Richiedere la sottoscrizione di "accordi di accesso" fra la direzione aziendale e le organizzazioni sindacali locali.</p> <p>A10. Dove esistono rappresentanze sindacali, stimolare la definizione concordata fra sindacati e direzione aziendale di procedure per la presentazione di denunce da parte dei lavoratori, regole e procedure relative ad assunzioni, licenziamento, promozioni, disciplina, agibilità sindacale, e risoluzione dei conflitti.</p> <p>A11. Nei paesi dove l'attività sindacale non è limitata per legge, ma sono permesse anche forme alternative di rappresentanza, garantire che queste ultime siano conformi ai principi stabiliti dalla convenzione OIL n. 135.</p> <p>A12. Nei paesi dove la libertà di associazione e la contrattazione collettiva sono limitate per legge, promuovere iniziative che agevolino l'esercizio di questi diritti, per esempio incoraggiando forme di autorganizzazione dei lavoratori, che siano coerenti con i principi di libertà associativa e di rispetto dei diritti umani.</p>						<p>compiuti e, se necessario, aumentare gli incentivi.</p> <p>In continuo aggiornamento</p> <p>In continuo aggiornamento</p> <p>In continuo aggiornamento</p> <p>In continuo aggiornamento</p> <p>In almeno il 25% degli stabilimenti produttivi.</p> <p>Negli stabilimenti produttivi di pertinenza.</p> <p>In continuo aggiornamento</p> <p>In continuo aggiornamento</p>

PlayFair 2008 Richieste	Azioni	Responsabilità primaria			Obiettivi	
		Marchio	Fornitore	MSIs	Vancouver 2010	London 2012

A13. Nei paesi dove la libertà di associazione e la contrattazione collettiva sono limitate per legge, esprimere pubblico sostegno a riforme volte a modificare in modo positivo la legislazione vigente.

●

●

●

●

●

In continuo  
aggiornamento

## B. Lavoro precario

Provvedere affinché il lavoro, ad ogni livello della filiera, sia prestato nell'ambito delle tutele garantite da un rapporto di lavoro regolare e secondo standard di lavoro riconosciuti a livello internazionale.

B1 Effettuare assunzioni regolari e provvedere affinché ogni lavoratore riceva una lettera di assunzione formale con l'indicazione precisa dei termini contrattuali.

●

▼

In continuo  
aggiornamento100% dei  
lavoratori

B2. Eliminare le forme di lavoro interinale prestato per lo svolgimento delle attività primarie dell'azienda<sup>2</sup>

●

●

In continuo  
aggiornamento100% dei  
lavoratori

B3. Assicurare che i lavoratori assunti per le attività primarie dell'azienda ricevano contratti a tempo indeterminato, e che:

▼

●

▼

In continuo  
aggiornamentoAlmeno il 95%  
dei lavoratori

- l'impiego di manodopera a tempo determinato risponda ad esigenze aziendali circoscritte che lo giustificano;

- I lavoratori assunti a tempo determinato percepiscano la stessa retribuzione e lo stesso trattamento dei lavoratori a tempo indeterminato a parità di mansioni;

- Allo scadere del secondo rinnovo contrattuale o del secondo anno consecutivo dall'assunzione a tempo determinato, il lavoratore sia automaticamente assunto a tempo indeterminato con il terzo contratto;

- Se la legislazione locale fornisce maggiori garanzie, prevalgano le norme più favorevoli al lavoratore.

B4. Inserire una clausola nei codici di condotta che

●

●

●

<sup>2</sup> Per attività primarie di un'azienda si intendono i servizi per i quali ha ricevuto le commesse: taglio, cucitura, ecc. Le attività secondarie possono includere i servizi appaltati all'esterno non integrati nelle funzioni commerciali, come per esempio il servizio di mensa.

PlayFair 2008 Richieste	Azioni	Responsabilità primaria			Obiettivi	
		Marchio	Fornitore	MSIs	Vancouver 2010	London 2012

proibisca la somministrazione di manodopera o il falso apprendistato, intesi ad eludere gli obblighi di legge.

B5. Fornire direttive alle imprese associate sul trattamento del lavoro precario e incorporare i relativi parametri nei documenti di valutazione di conformità (Compliance Benchmarks)	●	●	●	●	●	Prodotte direttive e incorporare i parametri nei benchmarks
B6. Sottoscrivere con i fornitori contratti stabili, di lunga durata.	●	●	●	●	●	Almeno il 40% degli stabilimenti produttivi
B7. Inserire nei contratti di fornitura scadenze precise per il pagamento dei prezzi di commessa e che queste siano rispettate.	●	●	●	●	▼	Tutti gli stabilimenti produttivi
B8. Stabilire tempi di preavviso ottimali per modifiche d'ordine in corso d'opera o per nuovi ordini, che consentano ai fornitori di operare aggiustamenti senza ricorrere a straordinari illegali, lavoro precario, subappalti.	●	●	●	●	●	Almeno il 60% degli stabilimenti produttivi
B9. Esprimere pubblico sostegno a riforme volte a limitare l'uso di contratti di lavoro a tempo determinato	●	●	●	●	●	Tutti i nuovi ordini e tutte le modifiche agli ordini in corso

### C. Chiusure di fabbriche

C1. Elaborare e adottare ufficialmente politiche e procedure intese a dare attuazione al <i>Collaborative Framework</i> del MFA Forum, fra cui tutte le misure prescritte dalla Clean Clothes Campaign e dalla Maquila Solidarity Network e dame comunicazione ufficiale.	●	●	●	●	●	Adottare politiche e procedure ufficiali
C2. Rendere pubblica la quota di produzione assegnata in ogni paese.	●	●	●	●	●	In continuo aggiornamento
C3. Rendere pubblici la durata media dei contratti di fornitura, dati statistici aggiornati sul numero di aziende con le quali la società ha collaborato per un numero progressivo di anni (es. 1, 3, 5 o più anni) e dove sono situate.	●	●	●	●	●	In continuo aggiornamento
C4. Rendere pubblici i criteri di selezione dei	●	●	●	●	●	In continuo

PlayFair 2008 Richieste	Azioni	Responsabilità primaria				Obiettivi	
		Marchio	Fornitore	MSIs	Vancouver 2010	London 2012	

fornitori/venditori, gestione e/o cancellazione degli stessi; criteri di approvazione di nuovi fornitori; correlazione fra scelta dei fornitori e requisiti di RSI; strategia per mitigare gli esiti della cancellazione di fornitori.

aggiornamento

### D. Salario dignitoso

Attuare misure concrete in tema di salario dignitoso (assicurare che i fornitori non trattengono depositi in denaro e corrispondano i salari senza ritardi)

- |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| D1. Incorporare il concetto di salario dignitoso nel codice di condotta.  | ● | ● | ●   | ● |   |
| D2. Inserire nei contratti di fornitura scadenze precise per il pagamento dei prezzi di commessa e che queste siano rispettate.   | ● | ▼ | 100% dei contratti di fornitura   |   | In continuo aggiornamento   |
| D3. Commissionare a terze parti indipendenti una revisione dei prezzi pagati ai fornitori per determinare se siano sufficienti a garantire la conformità con gli standard internazionali del lavoro e a corrispondere retribuzioni tali da soddisfare i bisogni primari dei lavoratori.   | ● |   | Su un campione rappresentativo di stabilimenti produttivi per paese e tipologia di prodotto |   | Dove applicabile.   |
| D4. Fornire informazioni, in forma confidenziale, ai rappresentanti dei lavoratori impegnati in processi negoziali con le aziende sul prezzo unitario pagato ai fornitori   | ● |   | Dove applicabile.   |   |   |
| D5. Collaborare con sindacati, fornitori e ong per elaborare una scala salariale che quantifichi il salario dignitoso per ciascun paese o regione   | ● | ● | Elaborare la scala salariale per il 40% dei paesi fornitori                                 | ● | Elaborare la scala salariale per la restante quota di paesi. Raggiungere un parametro standard di salario dignitoso per almeno il 25% degli stabilimenti produttivi |
| D6. Impegnarsi a raggiungere il salario dignitoso: <ul style="list-style-type: none"> <li>★ Collaborando con altre imprese committenti (anche attraverso una MSI) per individuare dei fornitori la cui produzione esse controllino collettivamente per più del 75% con ordini regolari;</li> <li>★ Agevolare il processo negoziale fra sindacato e fornitori, creando organismi appositi, allo scopo di inserire il parametro di salario dignitoso nella struttura retributiva delle fabbriche di riferimento.</li> </ul> | ● | ● | Individuare i fornitori e avviare le trattative   | ● |   |

PlayFair 2008 Richieste	Azioni	Responsabilità primaria				Obiettivi	
		Marchio	Fornitore	MSIs	Vancouver 2010		London 2012
	<p>♦ Discutere individualmente con i fornitori i provvedimenti necessari a definire l'entità del salario dignitoso in rapporto alla quota di produzione di ciascuno.</p> <p>D7. Privilegiare il ricorso a fornitori che raggiungono gli standard più elevati nella scala salariale riferita alla loro regione.</p> <p>D8. Commissionare uno o più studi indipendenti sui sistemi di "produzione snella" per stabilire se essi generano incrementi salariali derivanti dalla migliorata efficienza del ciclo produttivo senza comportare un aumento di ritmi, ore lavorate o stress fisico</p> <p>D9. Monitorare il ricorso a quote di produzione individuali per assicurare che vengano aumentate solo a fronte di rilevanti progressi tecnologici o di processo nella produzione o di maggiori competenze professionali acquisite. Far sì che agli aumenti salariali non corrispondano perdite economiche sotto altre forme</p> <p>D10. Farsi interpreti presso i governi nazionali dell'esigenza di aumentare i salari minimi legali secondo quanto prescritto dalla convenzione OIL n. 131</p>						
		●	▼	●	Documentare gli aumenti riscontrati nei livelli salariali in ogni paese di fornitura ●	Documentare ulteriori aumenti riscontrati nei livelli salariali in ogni paese di fornitura ●	
		▼	●	▼	●	●	In continuo aggiornamento
		●	●	●	●	●	In continuo aggiornamento

## Postfazione all'edizione italiana

Questo importante report presenta azioni e obiettivi molto chiari per l'intero settore sportivo, finalizzati a cambiare le condizioni di lavoro di migliaia di lavoratrici e lavoratori nel mondo; chiama a riflettere le aziende direttamente citate, ma vale per l'insieme delle imprese che operano sia in termini di produzione che di commercializzazione nei mercati internazionali.

Tutelare, rappresentare ed estendere i diritti sociali minimi previsti dall'OIL è il cuore dell'azione sindacale svolta dalla federazione europea dei tessili in questi anni, anche attraverso la negoziazione per l'adozione e il rispetto dei codici di condotta in tutte le fasi della produzione nelle filiere produttive. La campagna PlayFair è un ulteriore e importante lavoro coerente con gli obiettivi del nostro mestiere quotidiano. E' anche convergente con la nostra azione di costruire il rispetto delle persone, ovunque nel mondo, senza demonizzare la globalizzazione, senza difendersi dai processi di cambiamento in atto nelle imprese europee, ma operando per far mettere in campo politiche di responsabilità sociale da parte delle imprese per un lavoro decente nelle filiere internazionali.

Facile forse da dire. Certo. Ma considero un passo avanti, diffondere questo report, sensibilizzare, far conoscere! Sicuramente utile per quanti lavorano, quotidianamente, per orientare le scelte allo sviluppo eticamente sostenibile.

Scegliere lo sviluppo sostenibile significa scegliere la qualità totale del prodotto, del processo, del territorio in cui si opera, in cui si vende, da cui si prendono le materie prime, fino ai paesi dove si sub-appalta. Rispetto quindi delle persone, dell'ambiente, dei diritti umani e del lavoro. E in una discussione come questa ci deve essere spazio anche per tornare a ragionare di etica.

Etica: cioè criteri in base ai quali si giudicano i comportamenti e le scelte delle persone, delle imprese, delle istituzioni, delle società. E' Aristotele che per primo parla di etica nello studio sulla condotta degli uomini; Hegel nella Filosofia del diritto, introduce la distinzione tra moralità e eticità. La moralità è l'aspetto soggettivo della condotta delle persone e penso attenga ai singoli individui; mentre l'eticità indica l'insieme di valori e regole per il corretto vivere e produrre, oltre che convivere in società, cioè nel mondo.

Nel mondo globale di oggi bisogna scegliere come produrre; è una scelta culturale, politica, industriale che deve essere compiuta dalle imprese, e sostenuta dalle istituzioni.

Una scelta sul come stare nella liberalizzazione dei mercati, nella competizione internazionale, nell'interdipendenza delle economie: un'opzione di campo e di convenienza. Una convenienza certo da costruire, sostenere, allargare e portare in ogni luogo dove si produce, si commercializza, si crea un rapporto

tra prodotto e consumo.

Non si vende alle popolazioni, o a parte di esse, se non vivono in economie sane, che crescono, che costruiscono benessere durevole.

E' vantaggioso, può essere vantaggioso anche per il profitto creare le condizioni per una produzione pulita e rispettosa dei valori dell'etica. Rispetto delle persone e dell'ambiente in cui si vive.

Qui sta la politica, qui sta l'azione del sindacato e della campagna PlayFair, che deve assumere nella sua azione quotidiana la dimensione delle politiche globali. Negoziare con piattaforme e contenuti che sostengono l'estensione dei diritti sociali, del rispetto della salute e dell'ambiente, consapevoli che non c'è futuro per i diritti conquistati in un paese, in un continente, se non vengono estesi anche a chi non li ha.

Qui sta la scelta di non produrre sfruttando i lavoratori con salari e condizioni di lavoro disumani, come questo report denuncia.

Amo utilizzare una frase di Rita Levi Montalcini per far meglio comprendere il radicale cambiamento che dobbiamo affrontare, e che dobbiamo anche proporre all'insieme dei soggetti sociali, economici ed istituzionali con cui intendiamo promuovere patti e accordi.

Dice il premio nobel "il nostro modo di vivere e di pensare, il nostro modo di produrre, di consumare e di sprecare non sono compatibili con i diritti dei popoli dell'intero globo. I meccanismi perversi dell'attuale modello di sviluppo provocano l'impoverimento, il depredamento degli ecosistemi, la negazione delle soggettività e delle differenze".

Ne consegue, anche dal mio punto di vista, così come emerge da questo report, la sfida alle imprese per una "produzione pulita", poichè la prima fondamentale innovazione riguarda il profilo complesso di quello che noi siamo abituati a chiamare sviluppo di qualità. Dobbiamo assumerci pienamente e quotidianamente lo sviluppo eticamente sostenibile, intrecciare costantemente qualità etica e qualità competitiva.

Non c'è una qualità del prodotto senza che anche ci sia nei processi produttivi, il rispetto dei diritti dei lavoratori, il rispetto della loro salute, il rispetto dell'ambiente per tutti.

L'etica, quindi, da questo punto di vista, deve segnare i limiti e le frontiere della sostenibilità economica, della competitività corretta e sostenibile.

E' questo l'orizzonte reale e concreto dell'azione messa in campo per le imprese dell'abbigliamento sportivo che saranno presenti a Pechino.

Valeria Fedeli

Presidente Federazione Sindacale Europea del Tessile Abbigliamento e Cuoio





ITUC CSI IGB

con il contributo di:  
 Filtea-CGIL, Femca-CISL, Uilta-UIL  
 e di

