

SHAME IN ITALY

Grandes marques, prix astronomiques, travailleurs et travailleuses payés 4 euros de l'heure et contraints à des horaires de travail interminables : telle est la réalité qui ressort des récentes enquêtes du parquet de Milan sur Alviero Martini, Armani et Dior. Telle est la réalité qui ressort des récentes enquêtes du Parquet de Milan sur Alviero Martini, Armani et Dior. Ce sont les conditions de travail que nous trouvons dans des centaines d'usines entre Florence et Prato.

L'exploitation du travail et les mécanismes d'évasion fiscale sont désormais la norme dans les chaînes d'approvisionnement des grandes marques de mode et de luxe Made in Italy. Pourtant, le label Made in Italy permet aux marques de se présenter sur les marchés du monde entier avec une image d'excellence et de qualité, alimentant des profits faramineux.

La réalité des chaînes d'approvisionnement de la mode et du luxe cache bien plus : des lieux d'exploitation et d'abus dans une chaîne sans fin de contrats et de sous-traitances.

Nous sommes amenés à penser que les prix élevés que nous voyons dans les vitrines des magasins signifient automatiquement une plus grande protection pour ceux qui produisent ces sacs, ces chaussures ou ces vêtements. Mais en réalité, cela ne signifie que des milliards de profits supplémentaires pour les géants de la finance qui possèdent les marques.

La course aux économies maximales dans la chaîne de production ne s'arrête pas : il en résulte des produits de luxe à des coûts de production très bas, le résultat d'horaires de travail de 12 ou 14 heures, 6 jours par semaine, sans aucun droit.

Le Made in Italy n'est pas une garantie de qualité et de durabilité si les entreprises peuvent agir en toute impunité, en contournant toutes sortes de droits qui seraient garantis en Italie.

Les travailleurs ont décidé de s'organiser pour briser la chaîne d'exploitation, en exigeant de travailler 8 heures pendant 5 jours, d'avoir des contrats réguliers et des droits reconnus.

Certaines marques tentent d'arrêter la lutte contre l'exploitation, en premier lieu Montblanc, qui a décidé de fuir et de saboter la syndicalisation. Elle a transféré les commandes en refusant de dire où ("peut-être" dans une autre usine où ils travaillent 12 heures ?), entraînant un risque de licenciement dans l'usine de Campi Bisenzio où, après des années d'exploitation, les travailleurs avaient obtenu des droits qui leur étaient auparavant refusés.

Nous ne pouvons accepter que des entreprises multimilliardaires délocalisent leur production sous nos yeux pour maintenir les coûts de main-d'œuvre en dessous des minima fixés par les contrats et les lois. Le combat des travailleurs de Montblanc est notre combat.

Certains parlent aujourd'hui d'une crise dans l'industrie de la mode, en particulier en Italie. Crise de la production et des profits. Les licenciements ont déjà commencé et d'autres sont annoncés. Mais comment peut-on parler de crise quand les gens travaillent deux fois plus que les heures de travail exigées par la CCNL ? Si ceux qui travaillent n'étaient pas obligés de faire deux équipes et de rester à l'usine 84 heures par semaine, il n'y aurait pas besoin de supprimer des emplois, mais d'en créer deux fois plus. Le travail est là, mais il faut le payer.

La campagne « Shame in Italy » émane des personnes qui travaillent dans ces entreprises et qui, avec le syndicat SUDD, veulent mettre en lumière ce qui se passe dans les chaînes d'approvisionnement des grandes marques de mode. Nous demandons un changement radical dans la transparence des chaînes d'approvisionnement et une clause sociale contre les délocalisations qui garantisse les emplois de ceux qui ont été exploités pendant des années et qui décident de dénoncer et de se battre pour une vie meilleure.

Pour endiguer le pouvoir excessif des marques, de ces quelques personnes qui pensent pouvoir exploiter les personnes et les territoires en toute impunité, et ne nous laisser ensuite que des déchets. Nous invitons tout le monde à relever ce défi.