

Amazon paghi subito tutte le lavoratrici e tutti i lavoratori



Mentre Amazon si riunisce per l'Assemblea annuale degli azionisti, le lavoratrici e i lavoratori della sua catena di fornitura protestano per le condizioni in cui sono costretti a vivere e a lavorare.

Ad oggi Amazon è il principale distributore di moda negli Stati Uniti e i suoi marchi si riforniscono attraverso una vasta rete di circa 1.400 fabbriche in tutto il mondo. Nonostante i profitti record accumulati durante la pandemia, come denunciato in un recente rapporto del **Worker Rights Consortium**, l'azienda si rifiuta di garantire che le lavoratrici e i lavoratori licenziati in questi mesi ricevano l'indennità che gli spetta.

Così come i magazzinieri e gli addetti alle consegne, le persone delle fabbriche più remote del sistema globale di sfruttamento di Amazon esigono quanto loro dovuto.

Le organizzazioni della **campagna PayYourWorkers**, insieme alla coalizione Make Amazon Pay, di cui fanno parte anche il sindacato globale UNI e il movimento Internazionale Progressista, hanno promosso per oggi una giornata di azione globale in loro sostegno: la richiesta per Amazon è di pagare subito tutte le lavoratrici e i lavoratori della sua catena di fornitura.

Tra questi, ad esempio, i lavoratori tessili sindacalizzati in Bangladesh della fabbrica Global Garments, fornitore del colosso americano. Ad ottobre ha chiuso i battenti lasciando a

casa 1.200 persone senza retribuzione o indennità di licenziamento. *“La chiusura della fabbrica ci ha portato via i mezzi per sopravvivere”* racconta Rintu Barua, addetto al controllo qualità per oltre 20 anni. *“Negli ultimi 6 mesi ho provato a cercare lavoro in molte fabbriche. Ma siccome sono stato anche un leader sindacale alla Global Garments, nessuno mi vuole assumere”*.

Oppure le lavoratrici e lavoratori in Cambogia della Hulu Garment, una fabbrica chiusa temporaneamente nel marzo 2020 lasciando a casa 1.020 persone. Al termine del periodo di sospensione, i lavoratori sono stati richiamati per sottoscrivere con l'impronta digitale un documento che avrebbe dovuto garantire loro il salario finale. In realtà conteneva una clausola nascosta con cui di fatto si dimettevano volontariamente. La Hulu Garment ha così trattenuto 3,6 milioni di dollari di indennità di licenziamento spettante a quei lavoratori.

Nel frattempo, mentre i lavoratori lottano per i propri salari non pagati, contro le attività antisindacali e le cattive condizioni di lavoro, nel 2020 grazie alla pandemia, i profitti netti di Amazon sono aumentati dell'84%, con un patrimonio netto di 314,9 miliardi di dollari

La coalizione MakeAmazonPay ha programmato oltre 50 iniziative presso i siti Amazon in 10 paesi di 5 continenti: UK, Francia, Germania, Belgio, Lussemburgo, Olanda, Bangladesh, Svizzera, Australia e Stati Uniti.

“Amazon deve pagare tutti i suoi lavoratori e lavoratrici, ovunque risiedano e qualunque sia la loro mansione. È una questione di giustizia sociale che guarda a un nuovo modello di sviluppo che metta finalmente al centro la salute e il benessere delle persone che lavorano e non i profitti e la ricchezza di pochi” dichiara Deborah Lucchetti, coordinatrice della Campagna Abiti Puliti.

La campagna #PayYourWorkers, che riunisce 200 sindacati e organizzazioni della società civile di 35 diversi Paesi, chiede ai marchi di fornire immediato sollievo ai lavoratori dell'abbigliamento e di sottoscrivere impegni vincolanti per riformare il loro settore in rovina.

Tra i 200 aderenti troviamo Filcams-CGIL, che rappresenta i lavoratori del Commercio, Turismo e Servizi e le organizzazioni FAIR, Altraqualità, Fondazione Finanza Etica, Guardavanti onlus, Movimento Consumatori, Attac Italia, Coordinamento Nord Sud del mondo, Dress the change, Equo Garantito, Fairwatch, FOCSIV, IFE Italia, Lungotavolo45, Manitese, Spin Italy.

Movimento Consumatori sostiene la campagna #payyourworkers



labourbehindthelabel.org

Una coalizione di oltre 200 organizzazioni chiede ai marchi e ai distributori della moda di pagare alle lavoratrici e ai lavoratori tessili quanto dovuto: rinunciando soltanto a 10 centesimi di profitto su ciascuna t-shirt venduta, aziende come Amazon, Nike e Next potrebbero permettere a queste persone di sopravvivere alla pandemia. Sul nuovo sito della coalizione PayYourWorkers.org, tutte le informazioni e le richieste ai marchi.

Milioni di lavoratori hanno lottato per sfamare le proprie famiglie da quando i marchi li hanno abbandonati lo scorso marzo. Le aziende hanno risposto alla crisi rifiutandosi di pagare gli ordini e utilizzando la diminuzione della domanda di abbigliamento per ottenere prezzi ancora più bassi dai fornitori. Questo ha comportato una diffusa perdita di posti di lavoro e di reddito, spingendo tante persone sempre più a fondo nella povertà e nella fame.

A un anno dall'inizio della crisi, molti marchi sono tornati a fare profitti, raggiungendo persino traguardi record, mentre i lavoratori nelle loro catene di fornitura lottavano per sopravvivere. Next e Nike sono dei cosiddetti "Super Winners" essendosi ripresi rapidamente dalle perdite della pandemia e iniziando a realizzare nuovamente profitti. Amazon ha fatto ancora meglio e ha registrato un aumento di quasi il 200% dei profitti, salendo a ben 6,3 miliardi di dollari nel primo anno della pandemia. Queste aziende possono e devono garantire che i lavoratori non paghino il prezzo della pandemia con i loro salari di povertà.

La campagna #PayYourWorkers, che riunisce 200 sindacati e organizzazioni della società civile di 35 diversi Paesi, **tra cui Movimento Consumatori**, chiede ai marchi di fornire immediato sollievo ai lavoratori dell'abbigliamento e di sottoscrivere impegni vincolanti per riformare il loro settore in rovina.

"In filiere e consumi globalizzati – spiega Alessandro

Mostaccio, segretario generale MC – non è più possibile che le aziende giochino a ‘nascondersi’ dietro la ‘lontananza’ del luogo di produzione da quello di consumo. A filiere globali deve corrispondere una trasparenza globale. E’ questo che chiedono i consumatori. E’ questo che esigiamo!”

In particolare, la campagna chiede che aziende come Amazon, Nike e Next paghino quanto dovuto ai lavoratori durante la pandemia, rispettino il diritto di organizzarsi e i contratti collettivi, si assicurino che i lavoratori non vengano mai più lasciati senza un soldo se la loro fabbrica fallisce aderendo alla proposta di fondo negoziato di garanzia per le indennità di fine rapporto e disoccupazione. Sophorn Yang, presidente della Cambodian Alliance of Trade Unions, ha dichiarato: “I lavoratori in Cambogia hanno perso milioni di dollari di salari durante la pandemia a causa delle azioni dei marchi. È tempo che le aziende riconoscano la posizione di potere che occupano nelle catene di fornitura di abbigliamento e calzature e si assumano la responsabilità dei salari dei lavoratori che gli garantiscono miliardi di dollari di profitti ogni anno”.

“Abbiamo calcolato che se i marchi rinunciassero a intascarsi solo dieci centesimi per t-shirt potrebbero garantire ai lavoratori dell’abbigliamento il reddito di cui hanno bisogno per sopravvivere alla pandemia e rafforzare le protezioni contro la disoccupazione per il futuro. Questa proposta è realizzabile subito mentre salari dignitosi dovranno essere il prossimo obiettivo per tutta l’industria, non appena il picco della crisi si attenuerà. I marchi e distributori che affermano il contrario, stanno antepoendo i profitti al benessere dei loro lavoratori ” ha concluso Deborah Lucchetti, coordinatrice della Campagna Abiti Puliti, **che vede tra i suoi aderenti anche Movimento Consumatori.**

ULTERIORI INFO SULLA CAMPAGNA

Stop TTIP



Il TTIP, Transatlantic Trade and Investment Partnership, il trattato di libero scambio tra Unione europea e Stati Uniti d'America, lanciato ufficialmente nel luglio 2013 e

portato avanti in modo opaco e segreto dalla Commissione europea e dall'Amministrazione statunitense, disegna un quadro di pesante deregolamentazione dove obiettivo principale non saranno tanto le barriere tariffarie, già abbastanza basse, ma quelle non tariffarie, che riguardano gli standard di sicurezza e di qualità di aspetti sostanziali della vita di tutti i cittadini: l'alimentazione, l'istruzione e la cultura, i servizi sanitari, i servizi sociali, le tutele e la sicurezza sul lavoro.

Con l'alibi di un'omogeneizzazione delle normative e la falsa illusione di risollevare l'economia dell'Europa, si assisterà ad una progressiva corsa verso il basso in cui saranno i cittadini e l'ambiente a farne principalmente le spese in un processo che porterà alla progressiva mercificazione di servizi pubblici e di beni comuni. Un rischio che viene tenuto sottotraccia a causa di trattative svolte a porte chiuse, sotto la forte pressione delle lobby delle industrie private senza un coinvolgimento efficace dei parlamenti e del congresso e senza che i cittadini vengano adeguatamente informati.

Tra i principali obiettivi del negoziato, c'è la tutela dell'investitore e della proprietà privata, grazie alla costituzione di un organismo di risoluzione delle controversie, un vero e proprio arbitrato internazionale, cui

le aziende potranno appellarsi per rivalersi su governi colpevoli, a loro dire, di aver ostacolato la loro corsa al profitto. Qualsiasi regolamentazione pubblica che tuteli i diritti sociali, economici e ambientali, con la scusa della tutela della competizione e degli investimenti, rischierà di soccombere dinanzi alle esigenze delle aziende e dei mercati, tutelate da sentenze che saranno a tutti gli effetti inappellabili. Per questo, i sostenitori della campagna "STOP TTIP" (tra cui Movimento Consumatori) hanno deciso di mobilitarsi per opporsi a un disegno politico che ha nella mercificazione dei diritti e nella tutela dei mercati il suo obiettivo principale. I promotori della campagna si appellano a tutte le forze sociali, sindacali e politiche del nostro Paese, perché convergano su una mobilitazione comune per fermare il negoziato TTIP, esattamente come successe alla fine degli anni '90 con l'accordo multilaterale sugli investimenti, nel decennio scorso con la direttiva Bolkestein, o più recentemente con il negoziato Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), il trattato che con la scusa della lotta alla "pirateria" informatica e della salvaguardia del diritto d'autore avrebbe attentato al diritto alla privacy e al libero accesso alla rete dei cittadini. Ribellarsi ora al TTIP, un trattato che antepone la logica del profitto illimitato alla tutela dei diritti inalienabili sanciti formalmente nelle convenzioni europee e internazionali, vuol dire assumersi la responsabilità di determinare un cambiamento che sia a beneficio di tutti e non ad appannaggio dei soliti noti.

"Il TTIP – spiega Alessandro Mostaccio, segretario generale di Movimento Consumatori – è qualcosa di più di una semplice trattativa di liberalizzazione commerciale, perché rischia di completare l'opera di deregolamentazione di interi settori economici, rafforzando il potere delle grandi corporation su cittadini e sulle loro nazioni (ad esempio, permettendo che un Paese debba pagare risarcimenti a una multinazionale se adotta una legge di tutela ambientale considerata

restrittiva). Chi ha più da perdere è l'Europa a tutto vantaggio delle multinazionali USA. Stiamo parlando di finanza, servizi pubblici, sicurezza alimentare e agricoltura (ad esempio, le norme sulle tipicità, sui pesticidi, sugli OGM, sugli ormoni nelle carni in Europa sono sicuramente molto più restrittive di quelle americane), proprietà industriale. Ad oggi non sappiamo qual è la posizione dell'Italia in Europa. Movimento Consumatori chiede che l'Italia chiarisca la propria posizione e imponga all'Ue la desecretazione dei contenuti dei trattati, dimostrando di avere a cuore la libertà di informazione ed il rispetto stesso delle istituzioni democratiche italiane (in primis il Parlamento). Fino a quando non verranno resi pubblici i contenuti degli accordi, Movimento Consumatori aderisce con forza alla campagna "STOP TTIP", ringraziando le organizzazioni no profit italiane e internazionali che già da qualche mese hanno iniziato ad allertarsi e oggi anche a coordinarsi".

Testo ICE depositato alla Commissione Europea (traduzione ufficiale)

Vietare il glifosato

Titolo: Vietare il glifosato e proteggere le persone e l'ambiente dai pesticidi tossici

Oggetto: Si invita la Commissione europea a proporre agli Stati membri l'introduzione di un divieto di utilizzare glifosato, a riformare la procedura di approvazione dei pesticidi e a fissare obiettivi di riduzione obbligatori al livello dell'UE per quanto riguarda l'uso dei pesticidi.

***Obiettivi principali:** Vietare gli erbicidi a base di glifosato, una sostanza messa in relazione con il cancro negli esseri umani e con il degrado degli ecosistemi; garantire che la valutazione scientifica dei pesticidi per l'approvazione regolamentare dell'UE si basi unicamente su studi pubblicati, che siano commissionati dalle autorità pubbliche competenti anziché l'industria dei pesticidi; fissare obiettivi di riduzione obbligatori per l'uso dei pesticidi al livello dell'UE, in vista di un futuro senza pesticidi.*

Cosa è un ICE e il contesto dell'ICE contro il glifosato

Cos'è un ICE

L'iniziativa dei cittadini europei (ICE) è uno strumento per chiedere che la Commissione europea proponga una legislazione in una delle materie di competenza dell'UE. Un ICE deve essere firmata da almeno un milione di cittadini dell'Unione europea con soglie minime raggiunte in almeno sette Stati membri.

Il contesto dell'ICE contro il Glifosato

Nel corso dell'ultimo anno e mezzo, la campagna contro la ri-approvazione del glifosato ha mobilitato in modo impressionante l'opinione pubblica in molti paesi dell'UE. Grazie alla collaborazione di una rete di organizzazioni e iniziative, si è riusciti a bloccare i piani della Commissione per rinnovare la licenza glifosato per altri 15 anni. Anche l'estensione tecnica di 18 mesi della licenza per l'uso del glifosato proposta dalla Commissione non è riuscita a vincere con una maggioranza qualificata degli Stati membri dell'UE. Questo è stato un grande risultato! La Commissione ha

decretato ancora una proroga di 18 mesi per attendere la decisione dell'Agenzia europea delle sostanze chimiche (ECHA) su una possibile classificazione del glifosato, che si pronuncerà entro novembre 2017. La Commissione deciderà se rinnovare la licenza per il glifosato – e in caso affermativo, a quali condizioni – entro la fine del 2017 al massimo.

Una campagna basata su un ICE consentirà di utilizzare questo tempo prima della classificazione dell'ECHA per continuare a mobilitare l'opinione pubblica e portare la battaglia contro i pesticidi ad un livello successivo.

L' Ice contro il glifosato ha le seguenti finalità:

Formare una rete europea di organizzazioni per fare pressione sulla Commissione europea e sui singoli stati membri per vietare l'uso del glifosato

Collegare il dibattito sul glifosato con le più ampie domande di riforma delle procedure di autorizzazione e di obiettivi vincolanti di riduzione dell'uso di pesticidi in Europa

Garantire che si mantenga alta l'attenzione sulla decisione che il parlamento europeo dovrà prendere sulla ri-approvazione dell'uso del glifosato

Difendere il principio di precauzione, in connessione con le campagne contro il ttip e ceta Rafforzare l'idea di un'Europa in cui cittadini possano essere parte attiva