

Schede di alcune fra le principali multinazionali nel settore dell'abbigliamento sportivo



Asics Corporation

Con sede in Giappone, è la quinta al mondo nel settore delle calzature sportive. Il suo motto "Far crescere una gioventù sana con lo sport" si dice sia il motivo che ha ispirato Kihachiro Onitsuka a fondare la sua impresa, dopo aver visto le condizioni terribili in cui vivevano i bambini nel Giappone del secondo dopoguerra. Asics è famosa per le scarpe da corsa high-tech e il suo marchio è diventato sinonimo della maratona.

Nel 2002 le vendite totali sono state pari a 969 milioni di dollari con un utile lordo di 22 milioni di dollari. La sponsorizzazione di un buon numero di atleti olimpionici di alto-profilo, fra questi la maratoneta Naoko Takahashi e la famosa campionessa statunitense di salto in alto Amy Acuff, dovrebbe assicurare un incremento delle vendite per tutto l'anno olimpico.

La produzione è stata spostata gradualmente dal Giappone in altri Paesi asiatici. Asics afferma di operare secondo principi di "unità per raggiungere i propri traguardi con spirito di libertà, giustizia, rispetto della dignità dell'individuo e della buona amministrazione al fine di perseguire un impegno etico continuando a creare valore per l'impresa". Asics fa sulla carta riferimenti pieni di retorica ai pro-

pri standard lavorativi, ma l'impegno nel metterli in pratica è insufficiente. In una fabbrica indonesiana citata in questo rapporto gli operai lavorano un eccessivo numero di ore, vengono puniti se non raggiungono le quote di produzione, le donne subiscono molestie sessuali, sono segnalati problemi di salute dovuti all'aria satura di polveri dei tessuti.



Fila

Azienda di origine italiana specializzata nella produzione di calzature e abbigliamento sportivo di fascia alta. È stata rilevata nel luglio 2003 dalla società statunitense Sports Brands International controllata da un fondo di investimento, ma continua a essere un nome familiare specialmente fra i consumatori più giovani. Per rilanciare il marchio e riconquistare il prestigio di un tempo, l'azienda ha investito molto in comunicazione puntando su personaggi famosi dello sport e della musica. Con un budget di oltre 70 milioni di dollari, ha potuto ingaggiare star del tennis come Jennifer Capriati e Kim Clijsters, oltre al fondista Adam Goucher.

La produzione si concentra principalmente nei Paesi dell'estremo oriente dai quali Fila, in fase di riorganizzazione interna, si propone di rifornirsi in futuro con tempi

di consegna più rapidi. Gli impegni assunti per il rispetto dei diritti sindacali sono smentiti dalle interviste ai lavoratori. Vengono infatti denunciati orari di lavoro eccessivi, multe per pezzi difettosi, attività antisindacale e minacce di licenziamento per chi rifiuta gli straordinari.



Mizuno

Il più grande produttore di articoli sportivi del Giappone e fornitore ufficiale delle divise del Comitato Olimpico Internazionale. Lo stretto legame con il movimento olimpico è il suo fiore all'occhiello. Nonostante sia, in termini di dimensioni, più piccola delle aziende concorrenti, Mizuno si è fatta un nome per la tecnologia "wave" usata nelle scarpe da corsa. Una parte della produzione è ancora effettuata in Giappone, ma la società si sta orientando verso un graduale spostamento in altre aree dell'Asia. L'amministratore delegato Masato Mizuno ha sostenuto un forte impegno dell'azienda nella protezione dell'ambiente.

Purtroppo non si può dire altrettanto per il rispetto dei diritti dei lavoratori: in Cina, nella fabbrica di un fornitore di Mizuno, gli operai raccontano di essere costretti a lavorare nei periodi di punta anche otto ore oltre l'orario regolamentare senza giorni di riposo, mentre non è garantito il salario minimo nei periodi di bassa produzione. Vengono multati per eventuali difetti di fabbricazione e pagati un tanto al pezzo a seconda della quantità di prodotto richiesta dalla direzione.



Puma

Con sede in Germania, produce calzature e abbigliamento sportivo. Ha avuto una crescita da record ed è oggi il sesto produttore mondiale di articoli sportivi. Diventata un modello da imitare per essere riuscita a coniugare moda e prestazioni tecniche, sta tallonando da vicino Nike, Reebok e Adidas. Puma dichiara di aver raddoppiato nel 2003 i profitti annui, passati da 150 a 320 milioni di dollari. Si avvale di tre centri propri di approvvigionamento chiamati World Cat che sono in contatto diretto con i fornitori. Il 90% delle calzature ed il 60% degli articoli di abbigliamento proviene da Cina, Thailandia, Malesia, Vietnam e Cambogia; il resto è prodotto in Romania, Bulgaria, Turchia, Portogallo, Italia, Paraguay e Usa.

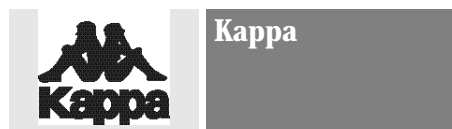
Per quanto riguarda le condizioni di lavoro, Puma ha compiuto passi promettenti in direzione di un maggiore impegno. Un team si dedica in modo specifico al controllo e all'approvazione dei nuovi fornitori oltre che all'ispezione di quelli già operanti. Sono stati organizzati dei corsi di formazione per gli operai con la collaborazione di organizzazioni locali. Nel gennaio 2004, Puma è entrata a far parte della Fair Labour Association. L'enfasi posta sull'adeguare i costi, i tempi di consegna e la flessibilità del lavoro all'esigenza di aumentare i profitti mette però a dura prova la resistenza dei lavoratori, come dimostrano le testimonianze raccolte in questo studio. Le modalità di acquisto seguite finora pregiudicano la conformità al

codice di condotta. Poiché Puma intende mantenere di qui al 2006 i suoi tassi di crescita ai livelli attuali, deve impegnarsi in una seria autocritica per assicurare che “gli standard che ha adottato non siano solo fumo” (dal Rapporto di Sostenibilità 2003)



Nata nel 1973 come azienda a conduzione familiare per la produzione di scarpe da tennis, Lotto è diventata un marchio internazionale che vende scarpe da tennis e abbigliamento per l'atletica e il calcio in 70 Paesi. Oggi di proprietà di Italy Sport Design, nel 2002 ha fatto registrare vendite per 277,9 milioni di dollari con profitti pari a 6,4 milioni. Lotto rimane un grande nome nel campo del tennis e ha sponsorizzato più di 100 tennisti, fra cui Boris Becker, Martina Navratilova e Thomas Muster. Entra in seguito nel settore del calcio sponsorizzando squadre di livello mondiale, come la nazionale olandese, il Milan e la Juventus. Lotto ha delocalizzato tutta la produzione, i suoi fornitori hanno sede in Indonesia, Vietnam, Cina, Cambogia, Filippine e Turchia. Le testimonianze raccolte in tre diversi Paesi documentano livelli salariali al di sotto della soglia di sussistenza, multe e decurtazione della paga per chi si ammala, abusi fisici e verbali, attività antisindacale, eccessivi carichi di lavoro e straordinari non pagati per i lavoratori precari. Lotto deve prendere seri provvedimenti contro questo tipo di sfruttamento e adottare iniziative efficaci per dimostrare che non tollererà abusi nella produzione degli articoli

che portano il suo marchio.



Azienda italiana che produce, commercializza e distribuisce un'ampia gamma di articoli di abbigliamento e scarpe per lo sport, il calcio e il tempo libero. Kappa è un marchio del gruppo BasicNet nato nel 1994 con sede a Torino. Il gruppo ha centralizzato le funzioni di *marketing*, ricerca e sviluppo, finanza e servizi informatici, mentre si affida per gli approvvigionamenti a LF Basic Group, una *joint venture* con LI & Fung, società di intermediazione commerciale con sede a Hong Kong.

La distribuzione è gestita da 38 licenziatari che operano in 83 Paesi. Kappa ha conquistato una grossa fetta del mercato dell'abbigliamento sportivo, che ha fruttato nel 2002 ricavi per 144,473 milioni di dollari e utili lordi pari a 7,568 milioni di dollari.

Grossi investimenti sono stati fatti nelle sponsorizzazioni, in particolare nel calcio. Kappa è sponsor della nazionale del Galles e fino al 2002 ha sponsorizzato la nazionale italiana. Tramite LF Basic Group, la produzione è completamente affidata a fornitori esteri in numerosi Paesi quali Taiwan, India, Thailandia, Cina, Vietnam, Indonesia, Isole Mauritius, Turchia e Romania. LF Basic Group è responsabile dell'attuazione del codice di condotta adottato da BasicNet. Il codice prescrive che i lavoratori siano messi al corrente del contenuto del codice stesso. Qualora siano accertate violazioni, devono essere effettuate ispezioni sul posto e adottate misure

correttive. Le prove raccolte, però, dimostrano l'esistenza di condizioni di sfruttamento in fabbriche cinesi e turche che producono per Kappa: minacce di licenziamento per chi partecipa ad attività sindacali, obbligo di effettuare gli straordinari, anche per otto ore oltre il normale orario di lavoro durante il periodo di massima produzione, periodo durante il quale agli operai è impedito di licenziarsi. I lavoratori hanno riferito di ignorare l'esistenza del codice di condotta. Kappa sembra aver investito molto nell'elaborazione di un complesso programma per la verifica dell'attuazione del suo codice, ma deve fare in modo che l'impegno assunto sia rispettato e non sia contraddetto dalle sue politiche commerciali. Kappa è stata oggetto nel 2002 di una campagna internazionale promossa dalla Rete di Lilliput per indurla a rispettare la risoluzione dell'Oil che dal 2000 chiede espressamente alle imprese di non investire in Birmania.



Azienda leader nel mercato del calcio con sede in Gran Bretagna. Umbro produce, commercializza e distribuisce un'ampia gamma di prodotti per attività sportive e per il tempo libero. Sponsorizza alcune squadre di livello mondiale come la nazionale inglese di calcio e celebri campioni come il giocatore del Liverpool Michael Owen. Fondata nel 1920, è stata comprata nel 1999 dal fondo di investimento Doughty Hanson & Co. per 90 milioni di sterline ed è al momento di nuovo in vendita al prezzo di 300 milioni. Non esistono informazioni pubbliche sull'entità del-

le vendite e dei profitti perché l'azienda è a capitale privato. I prodotti Umbro vengono fabbricati per lo più in Cina e Vietnam.

Dopo essere stata oggetto nel 1997 di una campagna contro lo sfruttamento del lavoro minorile nella produzione di palloni da calcio e di altre campagne contro lo sfruttamento del lavoro, Umbro ha inserito un codice di condotta nei contratti con i fornitori. L'azienda afferma di svolgere ispezioni regolari nelle fabbriche per verificare il rispetto del codice e di collaborare in questo senso con i suoi fornitori. In una lettera del 30 maggio 2003, Umbro dichiara “Umbro prende sul serio la sua responsabilità riguardo ai processi di fabbricazione dei propri articoli. Noi lavoriamo con aziende produttrici che comprendono e sono in grado di soddisfare le nostre richieste di qualità e di garanzie sociali”.

Ma i dipendenti di numerose fabbriche che producono per Umbro non hanno mai avuto prove tangibili delle buone intenzioni proclamate. La nostra indagine dimostra che gli operai lavorano spesso una media di 15 ore al giorno, sette giorni la settimana nel periodo di punta, con eccessive quote di produzione e obbligo di ore straordinarie non retribuite, paghe di 5 dollari al mese durante il periodo di bassa produzione, multe per difetti di fabbricazione e licenziamenti senza indennità.

Per essere credibile Umbro deve fare un'analisi seria delle proprie strategie e linee di condotta. In modo particolare deve valutare seriamente se le pressioni esercitate sui fornitori in materia di prezzi, consegne e flessibilità non rendano più difficile mettere in pratica il suo codice di condotta.