

Le capitalisme mondial est-il moral ? En fait, la question ne se pose plus depuis longtemps pour ceux qui en tirent le plus grand profit et, particulièrement, par le moyen d'une indifférence marquée à **la question sociale, désormais grande absente des réflexions néolibérales et peu évoquée dans nos sociétés de consommation** : il est vrai que le principe même de celles-ci insiste plus sur la consommation et sa croissance, véritable aune et condition de la santé d'une économie quand elle ne devrait être, en une société humaine, qu'un élément d'appréciation et éventuellement d'amélioration des conditions de vie des personnes et des familles.

Ainsi, tout à la joie de la victoire sportive de l'équipe de France de balle-au-pied, peu de journalistes et d'économistes ont signalé **l'indécence de l'équipementier** de celui-ci, une multinationale états-unienne au patronyme grec signifiant la victoire. En effet, Nike va bientôt mettre en vente pour le grand public et

au prix de 140 euros

un maillot frappé des deux étoiles de champion de monde, maillot dont

le coût de production

, selon le

Journal du Dimanche

(22 juillet 2018),

équivalait à... 3 euros

! Comme le souligne

Le scandale social des maillots aux deux étoiles.

Écrit par Jean-Philippe
Mardi, 31 Juillet 2018 14:41

Le canard enchaîné

, voici une belle « culbute en or », au seul bénéfice de la multinationale peu regardante, pourrait-on croire naïvement, sur les conditions sociales de la production de ces maillots.



Dans son édition du 25 juillet, le journal satirique précise un peu les choses et renseigne sur ce qui permet d'atteindre un si bas niveau de coût pour un si grand profit envisagé : « **La fabrication en masse de la tunique bleue (...) ne sera pas vraiment made in France, mais... made in Thailand.**

» Rien que cette simple phrase nous indique que la victoire des Bleus n'est pas forcément une bonne affaire pour l'industrie textile française qui, pourtant, aurait bien besoin d'un bon bol d'air, et que cette importation d'un maillot fabriqué loin de la France sera plus coûteuse sur le plan environnemental et commercial que ce qu'il pourra rapporter à la France :

coût environnemental

en fonction des milliers de kilomètres qui sépareront le lieu de production de l'espace de consommation, et qui se traduit par une pollution atmosphérique loin d'être négligeable en fin de compte ;

coût commercial

car cela fera encore pencher un peu plus la balance du commerce extérieur du côté du déficit, déjà beaucoup trop lourd pour notre économie ; mais aussi

coût social

car, en privant nos industries textiles locales de cette commande, cette fabrication « mondialisée » en Thaïlande fragilise un peu plus l'emploi français dans cette branche d'activité... Et que l'on ne nous dise pas que cette fabrication lointaine est ce qui permet de vendre « à bas coût » (sic !) ces maillots aux deux étoiles si longtemps espérées : non, elle permet juste de dégager de plus grands profits pour la multinationale et ses actionnaires, un point c'est tout ! L'on touche là à « l'hubris », à

la démesure du capitalisme

(1)

et de ses « élites »

, incapables de retrouver la juste mesure qui, tout compte fait, est la condition de l'équilibre et de la bonne santé de nos sociétés ordonnées.

Mais au-delà du coût social proprement français, il est juste aussi de s'intéresser à celui qui, plus lointain, ne peut néanmoins nous laisser indifférent : **Le Canard enchaîné** nous livre quelques informations supplémentaires qui devraient indigner tout homme soucieux de son prochain. Ainsi en Thaïlande, la production se fera «

plus précisément dans le nord-est du pays, où les salaires dans les ateliers de production (180 euros par mois) sont inférieurs à ceux de la capitale (250 euros)

». Ces salaires sont évidemment à comparer au prix final de ce maillot à la vente en France et, aussi, aux salaires ouvriers des pays européens et de la France, considérés comme « trop élevés » par ceux qui touchent des millions d'euros annuels pour « diminuer les coûts » et qui, souvent, sont les mêmes, qui n'ont à la bouche que le mot de compétitivité pour mieux servir leur cupidité...

Quand les profits de quelques uns se font sur le dos de beaucoup, et sans volonté d'un minimum de partage des richesses produites, il y a là quelque chose d'insupportable pour le cœur comme pour l'esprit

, et qui devrait provoquer une juste et sainte colère dans toute société normalement et humainement constituée. Mais, la Société de consommation repose sur une sorte d'addiction à la consommation elle-même, sur cette tentation permanente et toujours renouvelée dans ses objets, sur la possession individualisée qui en fait oublier les autres et la mise en commun, sauf en quelques espaces dédiés et pour quelques services de plus en plus marchandisés et privatisés... Du coup, les consommateurs n'ont guère de pensée pour les producteurs, et le mécanisme de séparation, voire de complète ségrégation entre les deux catégories, fonctionne comme une véritable protection du Système en place. D'ailleurs, le mécanisme de la Société de consommation valorise, en tant que tels, les consommateurs, quand les producteurs eux-mêmes, à quelque échelle qu'ils se trouvent mais surtout quand ils sont au bas de celle-ci, sont de plus en plus la variable d'ajustement, celle qui est la plus pressurée et la moins médiatisée :

les classes ouvrières et paysannes font les frais d'une telle société où la marchandise à vendre et le profit à en tirer l'emportent sur le travail qui a permis de la fabriquer et, éventuellement, de la qualifier

. Le problème, dans les pays dits « en développement », c'est que l'on a réussi à convaincre ces classes laborieuses (et ce qualificatif me semble particulièrement approprié ici) que leur condition misérable d'aujourd'hui est le passage obligé vers le statut de consommateurs de plein droit... Ce sont des

classes sacrifiées

mais, surtout, des

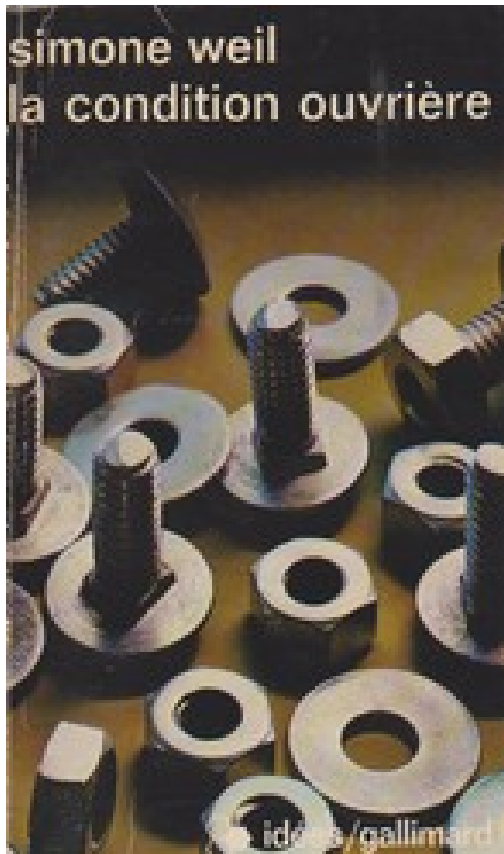
classes sacrificielles

, persuadées que leur sacrifice du jour est l'annonce d'un sort meilleur pour leurs enfants, ce qui n'est pas entièrement faux (si l'on se place dans le temps de deux ou trois générations) sur le plan des conditions de travail et de vie, mais s'accompagne d'une aliénation à la consommation, à l'argent qui en fixe le degré quantitatif et sur lequel le sort de chacun semble désormais indexé...

Ce que signale aussi l'article du **Canard enchaîné**, c'est l'absence de droit syndical et la limitation effective du droit d'expression et de manifestation dans le cadre du travail dans les usines de Thaïlande, qui rappellent **les entraves à la défense des droits du travail et des travailleurs mises en place, en France, par la Révolution française elle-même à travers ses lois antisociales de 1791**, du décret d'Allarde à la loi Le Chapelier, interdisant toute association ouvrière et tout droit de grève ou de manifestation aux ouvriers... «
La devise dans ces usines ? « Réduction des minutes passées par ouvrier sur chaque maillot, automatisation et films ultratendus », rapporte l'ONG Clean Clothes. En prime, interdiction pour tout employé de communiquer sur les conditions de travail et d'adhérer à un syndicat.
» En somme, une forme **d'esclavage** salarié pour faciliter les profits de l'entreprise états-unienne, milliardaire en bénéfices...

Le scandale social des maillots aux deux étoiles.

Écrit par Jean-Philippe
Mardi, 31 Juillet 2018 14:41



Le scandale social des maillots aux deux étoiles. Une enquête sur le travail et la condition ouvrière. Simone Weil. Gallimard. 2018. 128 pages. 12,90 €. ISBN 978-2-07-100000-0. <https://www.gallimard.fr/9782071000000>