volerelaluna LA POLITICA PUNTOACAPO

Tazze di caffè e lotta per la democrazia: un film per dirlo

Autore: Ezio Boero

Due film illustrano importanti vertenze sindacali negli Stati Uniti. Dopo *Union*, di Brett Story e Stephen Maing, uscito nel 2024 e girato con 300 giorni di riprese diurne e notturne durante i presìdi ai cancelli di Amazon a Staten Island, New York (primo stabilimento sindacalizzato negli USA, peraltro ancora in attesa di un contratto collettivo firmato), **recentemente è uscito *Baristas vs Billionaires***, regista Mark Mori e col sostegno finanziario dell'attore Alec Baldwin, **che racconta la storia del sindacato Starbucks Workers United** (SBWU) a partire dalla prima sindacalizzazione di una caffetteria della multinazionale, votata nel dicembre 2021 a Buffalo, nella Stato di New York.

Da allora, **si sono succeduti cinque anni di scioperi, manifestazioni, picchetti, licenziamenti e la sindacalizzazione di 12.000 addetti di 700 caffetterie**: una per una, come prevede la normativa sindacale statunitense. Una mobilitazione di base per organizzare l'ingresso del sindacato nei negozi Starbucks, che vede come protagonisti giovani baristi/e ed è stata contrastata da quella che il senatore Bernie Sanders ha definito «la campagna di *union busting* (contrasto del Sindacato, appaltato spesso ad aziende specializzate) più aggressiva e illegale nella storia moderna degli Stati Uniti». **Già nel *trailer* del film si vedono le ritorsioni aziendali e i licenziamenti di giovani organizzatori,** come i famosi "sette di Memphis" nel 2022 (poi riassunti da due provvedimenti della magistratura e ancora licenziati dalla Corte Suprema, a cui si era rivolta l'azienda). Nel film, compaiono anche **le iniziali dichiarazione strafottenti del fondatore della multinazionale, Howard Schulz**, ora presidente onorario, un tipo che declamava appartenenze progressiste, tanto che avrebbe potuto diventare Ministro del Lavoro se Hillary Clinton avesse vinto le presidenziali del 2016 contro Trump. E, infine, scorre la **trattativa per la stipula del contratto collettivo** arenata da mesi dopo l'accordo propedeutico della primavera del 2024, che prometteva l'apertura dei negoziati e la risoluzione delle controversie in sospeso. In questi 55 mesi continuano le mobilitazioni: gli scioperi articolati per negozio, l'ultimo dei quali del novembre 2025; i picchetti, necessariamente in movimento, come prevede la legge statunitense, coi cartelli che pubblicizzano lo sciopero e la richiesta alle auto che passano di dimostrare, suonando il clacson, il loro sostegno; i due bus sindacali in giro per il Paese; il sostegno delle comunità, per cui spesso la caffetteria è luogo di incontro, con presenze davanti e dentro il negozio; la raccolta di firme sulla petizione "No Contract, No Coffee"; i balli davanti al bar per divertirsi anche nel freddo, come di fronte a uno Starbucks di Pittsburgh nel dicembre 2025 …

Anche settori dell'azionariato di Starbucks hanno chiesto di dare conclusione alla vertenza che non porta certo lustro al marchio, mentre la pressione è cresciuta negli USA e anche a livello mondiale: il boicottaggio nel Medio Oriente quando l'azienda ha ostracizzato il sostegno del sindacato SBWU al popolo palestinese; la richiesta di alcuni Sindacati di lavoratori delle università (anch'essi in lotta per il rinnovo dei contratti di

lavoro) di rescindere i contratti delle macchinette del caffè Strabucks negli atenei; il pronunciamento del marzo scorso di quattro funzionari indipendenti, nominati dalle Nazioni Unite per ispezionare lo stato dei diritti a livello mondiale, che hanno denunciato Starbucks per violazione dei diritti umani, «che avvengono attraverso minacce, molestie e intimidazioni nei confronti dei lavoratori che cercano di sindacalizzarsi per raggiungere un accordo di lavoro collettivo»; la multa di 38 milioni di dollari pagata da Starbucks nel dicembre 2025 per transare un'indagine condotta dall'Agenzia per il lavoro della città di New York che aveva rilevato violazioni sistematiche delle leggi cittadine (che sono tra le migliori per i lavoratori di quelle vigenti negli USA).

***Baristas vs Billionaires* ripropone il tradizionale progressismo di Hollywood** (uno dei luoghi più sindacalizzati della Nazione), la lotta di Davide contro Golia, delle persone "comuni" contro l'oligarchia; o meglio, come dicono là, contro l'arroganza delle multinazionali, *the corporate greed*, un termine che compare spesso nei discorsi dei progressisti statunitensi.

Anche nella Corea del Sud, Starbucks si è trovata di fronte a una massiccia contestazione e boicottaggio: in questo caso, **della campagna pubblicitaria "Tank Day"**, tesa a promuovere l'acquisto di bicchieri e tazze di metallo da collezione, vendute da Starbucks nel mondo. Tale campagna è **iniziata spudoratamente il 18 maggio, giorno in cui i coreani commemorano l'inizio, nel 1980, del movimento contro la dittatura del regime militare**, avvenuto a Gwangju, la sesta città del Paese, a 270 km a sud-ovest di Seul. La campagna di pubblicità delle tazze ha abbinato la data "5/18" con lo slogan "Tank Day", evocando esplicitamente (in inglese, *tank* significa anche carro armato) la repressione con veicoli blindati che, con un vero e proprio massacro, procurò un numero di vittime valutato in due migliaia. Senza alcun ritegno, tra le frasi utilizzate per la pubblicità c'era "*thwack on the desk*", facilmente ricollegabile alla morte per tortura dell'attivista studentesco Park Jong-chul e al "colpo sulla scrivania" con cui lo studente fu ucciso da un ufficiale (graziato poi per l'assassinio). **I dieci giorni di rivolta diffusasi in Corea avevano procurato centinaia di morti e feriti da varie armi ma anche la caduta della dittatura e la convocazione di libere elezioni**. Della squallida pubblicità è responsabile E-Mart Inc. (Shinsegae Group), a cui Starbucks aveva venduto nel 2021 la propria quota delle attività in Corea, lodandone «la condivisione dei valori e l'impegno per un'esperienza positiva per i partner» (così vengono chiamati dall'azienda i dipendenti) e «l'impegno nella gestione della comunità». La società affidataria del marchio ha dovuto licenziare il proprio amministratore delegato e il dirigente che ha realizzato la campagna, che è stata ritirata dalla diffusione. **Il sindacato Mart Industry Labour Union**, che rappresenta i lavoratori del settore commerciale coreano e che da subito era intervenuto contro la pubblicità, **ha chiesto anche a Shinsegae Group di interrompere le sue narrazioni da destra estrema**. Non dimenticando che il presidente del gruppo, Chung Yong-jin, è un fervente anticomunista (non lontano ideologicamente da chi imputò la rivolta del 1980 alla Corea del Nord), e ha stretti legami con la famiglia Trump, appoggiando "Build Up Korea", un'organizzazione reazionaria modellata sul movimento statunitense

MAGA.

È inevitabile sottolineare, sia nella descrizione della vertenza sindacale in Starbucks USA effettuata nel film *Baristas vs Billionaires* che nell'elogio della repressione contenuto della campagna pubblicitaria coreana, che "i diritti dei lavoratori sono diritti umani" e una delle cartine di tornasole, sebbene spesso passata in secondo piano, per valutare lo stato della democrazia in una Nazione.

Fonti principali:
M. Alvarez, *Baristas, Billionaires, and (Alec) Baldwin*, jn These Times, 21 maggio
https://www.baristasvsbillionaires.com/
https://youtu.be/9TmOBo2C6IY
R. Rashid, *Starbucks Korea CEO dismissed over ad evoking massacre of pro-democracy protesters*, The Guardian, 18 maggio