



FLAICA UNITI – CUB

FEDERAZIONE LAVORATORI AGRO-INDUSTRIA COMMERCIO E AFFINI UNITI

Corso Marconi 34, 10125 Torino

Tel/fax 011.655.897

flaica@cubpiemonte.org

www.cubpiemonte.org

I SALVATI E I SOMMERSI

Dopo il fulmine a ciel sereno (solo per chi non ha voluto ascoltare il meteo) che tanta ansia e agitazione ha scatenato, pare sia tornato il sereno.

Così convincenti sono state le rassicurazioni da parte dell'azienda e da parte di coloro che si arrogano il diritto di essere rappresentanti unici dei lavoratori, che la pace regna sovrana.

Come se non fosse successo nulla, come se gli 82 esuberanti della provincia di Torino non fossero mai esistiti, come se ognuno avesse vinto la lotteria del posto di lavoro e gli esuberanti non esistessero o fossero comunque gli altri.

Siete davvero sicuri che:

preparare la lista dei colleghi candidati al licenziamento da suggerire al tagliatesta di Media Market; sentirsi al sicuro perché iscritti al sindacato, quello “giusto”; aspettare di vedere cosa succede per poi decidere che fare, rischiando di correre dietro ad un treno già partito; fingersi morti come le capre spaventate; confidare che mamma Media World li proteggerà sia il modo giusto di affrontare la situazione? In tutto questo bailamme gli unici che sembrano sapere quello che fanno sono i vertici dell'azienda, che dietro alla cortina fumogena della dichiarata disponibilità a trattare e l'annuncio di nuovi incontri coi sindacati, quelli “giusti”, attua la chiusura del punto vendita di Roma, mette in mobilità 6 lavoratori del punto vendita di Pisa e pare voglia anticipare la chiusura del negozio di Genova, il tutto alla faccia di accordi, procedure e sindacati “giusti”.

A fronte di tutto questo sei così sicuro di essere al riparo dall'onda di piena?

Sei così sicuro che l'argine terrà? Sei così sicuro di far parte del popolo dei salvati?

Sei così sicuro che i sommersi saranno gli altri? Sei così sicuro che la tua scialuppa non sia fatta di illusioni?

Noi no. Tutte queste certezze non le abbiamo e non le vogliamo. Preferiamo pensare al peggio e prepararci ad affrontarlo in tempo. Anche al costo di fare la figura dei menagramo, anche al costo di gettare le armi di fronte alla bontà dell'azienda e degli accordi.

Noi siamo legati alla saggezza popolare che recita: a pensare male si fa peccato, ma spesso ci si azzecca!