

## La scheda

**Tutte le cifre del commercio con le imprese italiane**

L'interscambio tra Italia e Bangladesh si è andato intensificando sempre più in questi ultimi anni. L'Italia importa dal Bangladesh al 90 per cento prodotti del settore tessile, come gli articoli di abbigliamento ed accessori, articoli di maglieria e prodotti in cuoio e calzature. Nel 2008, la prima voce è risultata essere quella della biancheria intima, corsetteria con un valore di 173 milioni di euro. Le tre categorie successive in ordine di valore sono state: indumenti esterni (90 milioni di euro); pullover, cardigan e altri articoli simili a maglia (83 milioni di euro) e cuoi e pelli (34 milioni di euro). Le esportazioni italiane in Bangladesh consistono soprattutto in macchinari legati all'industria tessile. Nel 2008 l'interscambio ha toccato la cifra record di 600 milioni di euro.

### REPRESSIONE

**Le autorità del Bangladesh hanno privato il Centro di Solidarietà per i lavoratori del Bangladesh dello status di ong. Lo ritengono responsabile delle proteste. Minacce di morte ai dirigenti.**

spesso non sono approfonditi.

È difficile che il consumatore italiano, soddisfatto per il prezzo contenuto di un capo di abbigliamento, si ponga il problema di come si sia realizzato. Ma ci sono organizzazioni e reti come *Compagna Abiti Puliti* che tengono alta l'attenzione dell'opinione pubblica internazionale, organizzando campagne mediatiche di sensibilizzazione sui diritti umani dei lavoratori. Ma la loro vita non è facile. Contro l'azione del Centro di Solidarietà per i lavoratori del Bangladesh (BCWS), una Ong impegnata nella difesa dei diritti del lavoro, partner locale della *Campagna Abiti Puliti* sono andate pesanti le autorità del Bangladesh: confisca dei beni, congelamento dei conti bancari e revoca dello status giuridico di Ong, arresto di un dirigente, denunce penali e minacce di morte per «aver fomentato i disordini e agitazioni nel settore dell'abbigliamento». Il BCWS e i lavoratori tessili chiedono solidarietà. ♦

### IL LINK

**IL SITO CHE PROMUOVE I DIRITTI**  
[www.abitipuliti.org](http://www.abitipuliti.org)

## Intervista a Deborah Lucchetti

# «Diritti negati dietro gli abiti griffati Attenti a comprare»

**L'esperta di economia equo-solidale: quello che succede è effetto della filiera internazionale. Si affamano i bengalesi e chiudono le nostre aziende**

R.M.

**C**osa c'è dietro l'abito che compri? Dietro la «griffe» molto spesso vi sono diritti negati e sfruttamento selvaggio. «Sono gli effetti della globalizzazione e delle politiche di delocalizzazione» spiega Deborah Lucchetti, presidente di *Fair* responsabile per l'Italia di *Campagna Abiti Puliti* emanazione di *Clean Clothes Campaign*, che da 21 anni organizza campagne per sensibilizzare consumatori e produttori sui diritti negati dei lavoratori della «filiera del tessile». «Siamo presenti in 14 Paesi europei e vi aderiscono ong, associazioni per i diritti umanitari e per il consumo responsabile, in alcuni casi anche i sindacati. Siamo collegati con 250 organizzazioni -ong e sindacati emergenti- che operano in rete nelle zone calde e dalla democrazia fragile del pianeta. Spesso correndo forti rischi, come in Bangladesh, dove i nostri partner sono stati minacciati di morte».

**Perché la vostra attenzione è centrata sul tessile?**

«Perché questo è un settore che rappresenta una lente di ingrandimento sulla globalizzazione. Il capo d'abbigliamento è un prodotto di alto consumo che usano tutti e quindi può dare ai consumatori un potere di azione e di consapevolezza di scelta. In più l'industria tessile è ad alta intensità d'occupazione, conta circa 60 milioni di addetti, in maggioranza donne. Sono caratteristiche queste che pesano negativamente sul piano dei diritti sociali compresi dalla globalizzazione».

**Che obiettivo vi ponete?**

«Organizzare i consumatori dei Paesi industrializzati. Cercare di far crescere la loro consapevolezza e attraver-

### Chi è

**La responsabile italiana della campagna Vestiti puliti**



**DEBORAH LUCCHETTI**

PRESIDENTE DI FAIR

42 ANNI

### Le cifre

**«Il settore tessile conta 60 milioni di addetti. Molte donne e bimbi»**

### L'obiettivo

**«Vanno sensibilizzati sia i consumatori che i produttori»**

so campagne di pressione sulle imprese committenti, compresi i grandi Marchi della moda, puntare a costruire un ponte solidale con i lavoratori dei Paesi dove si delocalizza per sostenere la loro azione sindacale».

**Perché chiamate in causa le aziende committenti?**

«Quello che succede in Bangladesh non è solo responsabilità dei fornito-

ri bengalesi. Ma è l'effetto delle «filieri internazionali» che sono state costruite per consentire ai grandi marchi internazionali di beneficiare di condizioni ambientali, sociali e fiscali molto vantaggiose, compreso il non rispetto dei diritti sindacali nelle zone franche. È così che si consente di realizzare prezzi decisamente competitivi: basta non contabilizzare i diritti sociali che, invece, andrebbero garantiti. Come le condizioni minime di sicurezza e di salute per i lavoratori. Non si investe sulla sicurezza anche perché i prezzi garantiti dai fornitori all'acquisto, comprese le grandi marche, sono troppo bassi. Il conflitto non è bengalese, ma internazionale. Se non va bene il prezzo in Bangladesh le produzioni vengono immediatamente spostate in Romania o in Thailandia. È questo meccanismo che fa perdurare una situazione di repressione, di povertà e di non crescita dei diritti».

**Come rispondere? Bastano i codici etici a tutela dei lavoratori imposti ai produttori locali?**

«Cambiando l'ottica dei capofila, dei distributori dei grandi marchi, case di lusso o da consumo più popolare, che decidono dove delocalizzare le produzioni e fissano i prezzi. In mancanza di normative internazionali e senza un intervento sulla filiera produttiva, i codici etici possono restare delle astratte petizioni di principio. Puntiamo ad ottenere la trasparenza e la tracciabilità del prodotto, delle sue diverse fasi di lavorazione. È indispensabile per consentire a tutti i vari soggetti di esercitare la loro pressione per costruire una nuova mondializzazione. L'altro punto è la disponibilità delle imprese committenti a rivedere le politiche dei prezzi per garantire le condizioni necessarie per applicare le convenzioni internazionali a tutela dei lavoratori. Vi è poi la parte che devono giocare le istituzioni. È all'esame del Parlamento europeo una norma sulla tracciabilità dei prodotti. È frutto della pressione dei consumatori, dei sindacati, ma anche dei piccoli e medi imprenditori, compresi quelli italiani, messi fuori mercato dalle delocalizzazioni. Si affama il bengalese e si fanno chiudere le nostre imprese».

**E le logiche del mercato?**

«Sono possibili «utili positivi». Lo abbiamo sperimentato con la filiera interamente «green», equa e tracciabile di «intimo» *Made-in-No* realizzata mettendo in rete cooperative brasiliane produttrici di cotone, aziende artigiane italiane in crisi e reti di acquisto solidale: un successo anche economico». ♦