

**Clean
Clothes
Campaign**



Red de
Solidaridad de la
Maquila
Solidarity Network
www.maquilasolidarity.org



Segui il filo

Alla ricerca della trasparenza di filiera nell'industria dell'abbigliamento e delle calzature

I. Sintesi del rapporto

L'industria dell'abbigliamento e delle calzature¹ è diffusa in tutto il mondo. Gli indumenti e le scarpe venduti al dettaglio negli Stati Uniti, in Canada, in Europa e in altre parti del mondo hanno coperto notevoli distanze. Sono stati infatti tagliati e assemblati in fabbriche lontane, in Asia, nell'Europa dell'Est, nell'America Latina o in altre regioni del mondo. L'oggetto dei nostri frenetici acquisti può essere stato fabbricato solo poche settimane fa in paesi distanti come il Bangladesh o la Romania.

Quando le filiere globali sono opache, i consumatori sono privati delle informazioni indispensabili per conoscere il luogo dove sono stati fabbricati gli indumenti che indossano. L'etichetta di origine di una maglietta potrebbe riportare la dicitura "Made in China", ma questo non basta. In quale delle migliaia di stabilimenti produttivi presenti nel paese è stata confezionata? E in quali condizioni di lavoro?

La tendenza delle imprese globali dell'abbigliamento che decidono di adottare processi di trasparenza per le loro filiere² è quella di cominciare dalla pubblicazione dei nomi, degli indirizzi, e di altre importanti informazioni riguardanti i siti produttivi. La trasparenza è uno strumento di grande efficacia quando si vuole promuovere la responsabilità delle imprese nei confronti di lavoratori collocati in catene di fornitura di dimensione globale.

La trasparenza consente di identificare le aziende i cui prodotti a marchio sono stati realizzati in fabbriche nelle quali si violano i diritti dei lavoratori. I lavoratori, le organizzazioni sindacali e non governative possono rivolgersi direttamente alle aziende proprietarie dei marchi chiedendo di adottare provvedimenti per far cessare gli abusi e porvi rimedio.

Pubblicare informazioni sulla propria filiera significa generare un clima di fiducia fra i lavoratori, i consumatori, i difensori dei diritti umani e gli investitori, ed equivale a lanciare un forte messaggio che l'azienda non teme di assumersi le proprie responsabilità nel caso in cui dovessero emergere

¹ Le locuzioni "industria dell'abbigliamento" e "industria dell'abbigliamento e delle calzature" sono usate nel rapporto indifferentemente. Tutti i riferimenti all'industria dell'abbigliamento comprendono anche l'industria calzaturiera.

² Nel rapporto sono usate le locuzioni "imprese globali di abbigliamento" o "imprese di abbigliamento" per indicare aziende, rivenditori o catene distributive che vendono prodotti a marchio proprio. Molte imprese dell'abbigliamento, per esempio adidas, H&M, Levi Strauss e VF Corporation possiedono numerosi marchi.

violazioni nelle catene produttive. Rende inoltre più credibili gli impegni asseriti a favore di prassi di lavoro corrette nelle fabbriche dei fornitori³.

La necessità di disporre di informazioni sugli stabilimenti che producono per i marchi globali si è imposta drammaticamente negli ultimi anni con il verificarsi di una serie di incidenti mortali che hanno colpito l'industria dell'abbigliamento.

Il crollo dell'edificio Rana Plaza in Bangladesh il 24 aprile 2013 ha ucciso più di 1.100 lavoratori e ne ha feriti più di 2.000. L'anno prima, due incendi – uno divampato nella fabbrica Ali Enterprises in Pakistan e l'altro alla Tazreen Fashions in Bangladesh – hanno ucciso più di 350 persone e ferito gravemente molte altre. Si tratta degli incidenti col maggior numero di vittime che si siano verificati nell'industria dell'abbigliamento a causa del fuoco in quasi un secolo.

Prima che queste tragedie accadessero, sostanzialmente non esistevano informazioni sulle imprese. L'unico modo per identificarle e richiamarle alle loro responsabilità era intervistare i sopravvissuti e rovistare fra le rovine degli edifici alla ricerca delle etichette dei prodotti.

Un concetto di responsabilità di impresa che costringe a cercare a mani nude le prove della presenza di un marchio sul luogo di un incidente è l'antitesi del principio di “trasparenza”.

Negli ultimi dieci anni è cresciuto il numero delle imprese dell'abbigliamento che pubblicano sui loro siti internet informazioni riguardanti i siti di produzione dei fornitori. Adidas, Levi Strauss, Nike, Patagonia e Puma lo fanno da oltre dieci anni, e a questi marchi si sono aggiunti nel corso del tempo altre aziende e distributori con prodotti a marchio proprio⁴.

Man mano che le imprese del settore l'hanno fatta propria, la trasparenza di filiera è diventata il primo requisito di una condotta di impresa responsabile. Si sta sempre più affermando il principio secondo il quale perseguire l'etica negli affari comporta la necessità di rendere pubblici i luoghi dove è avvenuta la produzione.

³ Le locuzioni “fabbriche dei fornitori” e “aziende terziste” si riferiscono a fabbriche che effettuano la produzione di abbigliamento e calzature, e differiscono dal termine “fornitori” che qualche impresa di abbigliamento utilizza con il significato di “venditori”.

⁴ Nella grande e piccola distribuzione si vendono normalmente abbigliamento e calzature di differenti marchi. Solo alcuni sono a marchio proprio. Per esempio, una catena di vendita al dettaglio di calzature può vendere tanto prodotti che portano il suo nome quanto quelli di altre aziende come adidas, Nike e Puma.

La trasparenza di filiera nell'industria dell'abbigliamento

Fino a poco meno di vent'anni fa nessuna grande impresa del settore rendeva pubblica la sua struttura produttiva a livello mondiale. L'identità delle aziende terziste era considerata un dato sensibile e si temeva di esporsi a uno svantaggio competitivo rivelandola.

Fra la fine degli anni Novanta e l'inizio degli anni Duemila i principali marchi sportivi, Nike e adidas, hanno cominciato a rendere noti i nomi e gli indirizzi delle fabbriche che producevano abbigliamento e calzature per le università americane⁵, in seguito a una campagna di pressione promossa da una rete studentesca, United Students Against Sweatshop (USAS), in decine di campus degli Stati Uniti. Nei contratti di licenza sottoscritti per le proprie squadre, le amministrazioni universitarie avevano inserito l'obbligo di trasparenza della filiera produttiva.

Nike e adidas hanno fatto seguito a questo primo passo pubblicando nel 2005 la lista completa delle loro aziende terziste in tutto il mondo.

Negli ultimi dieci anni è cresciuto il numero di imprese di abbigliamento e calzature di livello internazionale che hanno cominciato a rendere di pubblico dominio la loro rete produttiva. A queste imprese appartengono marchi nordamericani come Levi Strauss e Patagonia, che non hanno rapporti commerciali con le università americane, oltre ad un certo numero di imprese europee.

Le imprese che hanno reso pubblica la lista dei fornitori nel 2016

Di seguito riportiamo i nomi che figurano fra i principali marchi e distributori che hanno pubblicato informazioni sulla loro filiera produttiva. La lista è aggiornata al dicembre 2016 e non è esaustiva⁶.

adidas, C&A, Columbia Sportswear, Cotton On Group, Disney, Esprit, Forever New, Fruit of the Loom, Gap Inc., G-Star RAW, Hanesbrands, H&M Group, Hudson's Bay Company, Jeanswest, Levi Strauss, Lindex, Marks and Spencer, Mountain Equipment Co-op, New Balance, Nike, Pacific

⁵ William McCall, *Nike discloses factory locations*, Washington Post, 8 ottobre 1999. http://www.washingtonpost.com/wp-srv/aponline/19991008/aponline182943_000.htm (ultimo accesso 21 marzo 2017).

⁶ Se si escludono le informazioni raccolte dai gruppi di pressione, non esiste un archivio centralizzato ad accesso pubblico che tenga traccia dei nomi delle imprese che rendono nota la loro struttura produttiva. La lista che presentiamo riporta gli ultimi aggiornamenti pubblicati da The Fashion Revolution, marzo 2017 <http://fashionrevolution.org/transparency-is-trending/> (ultimo accesso 20 marzo 2017).

Per informazioni sulle aziende statunitensi che producono su licenza e rendono noti i nomi dei loro terzisti, vedi il sito internet di Worker Rights Consortium <http://www.workersrights.org/search/> (ultimo accesso 1° aprile 2017); informazioni raccolte da International Labor Rights Forum, aggiornate ad aprile 2017, <http://laborrights.org/apparelcompanychart> (ultimo accesso 6 aprile 2017).

Brands, PAS Group, Patagonia, Puma, Specialty Fashion Group, Target USA, VF Corporation, Wesfarmers Group (Kmart and Target Australia, and Coles), e Woolworths.

Il rapporto che presentiamo traccia un bilancio della trasparenza di filiera a quattro anni dai gravi incidenti industriali avvenuti in Bangladesh e in Pakistan, che hanno scosso l'industria dell'abbigliamento. Nata con l'intento di rilanciare questo processo ed elaborare una serie di standard minimi, una coalizione di gruppi a difesa dei diritti umani e del lavoro ha rivolto a 72 imprese la richiesta di aderire concretamente ad un'"iniziativa per la trasparenza" e ha invitato le imprese che hanno deciso di non farlo a motivare la loro scelta. Alle imprese che hanno risposto favorevolmente è stato chiesto di fornire informazioni dettagliate sulle procedure adottate per la trasparenza. Il rapporto illustra le motivazioni e l'urgenza che hanno dato vita a questo progetto, e analizza le risposte ricevute dalle imprese che sono state contattate. Nell'appendice I sono riportate informazioni supplementari sulle imprese contattate, le ragioni per le quali sono state selezionate, e il processo di lavoro della coalizione.

Le procedure adottate per la trasparenza di filiera differiscono notevolmente da un'impresa all'altra. Ci sono imprese che, pur avendo optato per la trasparenza, pubblicano informazioni incongruenti. Altre rifiutano completamente di dare conto della loro struttura produttiva o forniscono informazioni insufficienti. Le ragioni di natura commerciale addotte dalle imprese che non praticano la trasparenza sono smentite dall'esperienza di realtà concorrenti che hanno dimostrato come i benefici che si ottengono praticandola siano superiori ai rischi percepiti.

Se anche l'industria dell'abbigliamento ha capacità di intervento di gran lunga più efficaci per garantire il rispetto dei diritti umani lungo tutta la sua filiera, è pur vero che l'"iniziativa per la trasparenza" rappresenta un tassello importante nella prospettiva più generale di un miglioramento complessivo della responsabilità di impresa nel settore dell'abbigliamento.

La coalizione della società civile a favore della trasparenza nell'industria dell'abbigliamento

Nove organizzazioni a difesa dei diritti umani e dei lavoratori hanno dato vita nel 2016 a una coalizione che si propone di favorire processi di trasparenza nelle catene produttive dell'industria dell'abbigliamento. I suoi membri sono:

- Sindacati internazionali: IndustriALL Global Union, International Trade Union Confederation, UNI Global Union
- Organizzazioni internazionali a difesa dei diritti umani e dei lavoratori, attive nel settore dell'abbigliamento: Human Rights Watch, Clean Clothes Campaign, Maquila Solidarity

Network, Worker Rights Consortium, International Corporate Accountability Roundtable,
International Labor Rights Forum

La coalizione ha promosso l'“iniziativa per la trasparenza” come requisito minimo nel processo di trasparenza della filiera, la quale si basa sulle prassi aziendali corrette già in atto.