

Coordinamento lombardo Nord/Sud del mondo

c/o ACLI settore pace/sviluppo/immigrazione
Via della Signora, 3 - 20123 Milano
tel.02/38002691- 02/26140345-fax 02/ 38002691 e mail: clnsm@bigfoot.com

Spett.le
FAMIGLIA CRISTIANA
Periodici San Paolo Srl
Via Giotto 36
20145 Milano

All'attenzione del direttore Don Antonio Sciortino

Ogg.: Benetton e il calendario 2004 di Famiglia Cristiana

Milano, 3.2.2004

Gentile Don Antonio Sciortino,

Come ogni anno, i nostri familiari abbonati a Famiglia Cristiana ci hanno fatto dono del calendario allegato alla rivista, che troviamo utile e comodo perché di piccolo formato.

Facciamo parte di un gruppo di consumo critico, Coordinamento Lombardo Nord/Sud del mondo, e ci ha fatto dispiacere trovare quest'anno fra i finanziatori dell'iniziativa editoriale, dedicata al tema della solidarietà, un'azienda che sappiamo godere di una fama immeritata di impegno sociale, che anche Famiglia Cristiana le riconosce, la Benetton Group.

Non c'è immagine patinata realizzata per una buona causa che possa convincerci della buona fede dell'azienda di Treviso su temi quali la pace, la lotta alla fame, la moralità, il rispetto delle comunità locali, della cultura. Ecco perché:

- **Pace:** non ci risulta sia mai stata smentita la notizia apparsa su La Repubblica del 27 febbraio 2003 secondo cui la nave italiana "Strada Gigante", che trasportava materiale bellico in Iraq per conto delle forze armate britanniche in preparazione della guerra, sarebbe di proprietà di una compagnia armatrice nella quale Benetton ha una partecipazione di oltre il 44%.
- **Lotta alla fame:** la multinazionale veneta sarebbe di maggior aiuto alla lotta contro la fame se, al posto di associare senza impegno il suo nome al Programma alimentare della Fao, decidesse di corrispondere a chi lavora per lei in ogni parte del mondo salari in linea con il costo della vita. Dall'indagine: "Wearing thin: the state of pay in the fashion industry, 2000-2001" condotta dall'organizzazione inglese Labour Behind the Label (www.cleanclothes.org), Benetton risulta essere, fra le aziende censite, una delle meno attente alla questione salariale nei paesi di delocalizzazione. Riferirsi costantemente ai

minimi legali locali, come fa Benetton, significa mantenere consapevolmente intere comunità al disotto della soglia di povertà.

- **Moralità e valore sociale:** volgarità a sfondo erotico sono il filo conduttore di molte campagne Sisley, il marchio con cui Benetton, smessa la maschera dell'agnello, veste la pelle del lupo. Il messaggio pubblicitario di Sisley "Nothing to add" ha incontrato nel novembre 2002 la censura del Giurì dell'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria, che vi ha ravvisato la violazione degli art. 1 (lealtà pubblicitaria), 9 (violenza, volgarità, indecenza), 10 (convinzioni morali, civili, religiose e dignità della persona) e così si è espresso: "Il Giurì reputa che sia grave la responsabilità di chi l'ha confezionata [la campagna pubblicitaria] e del mezzo che l'ha diffusa: la pubblicità dei prodotti Sisley è davvero a senso unico proprio in quanto è polarizzata su temi generalmente erotici che producono un forte impatto soprattutto sul target giovanile al quale è diretta. Su questo metodo, che viene applicato con perseveranza, in dispregio di tutte le pronunce ormai numerose di questo medesimo organo giudicante, il Giurì richiama l'attenzione dei mezzi [di comunicazione] affinché interrompano una scelta metodologica di comunicazione così esasperata e nociva". Sul valore sociale delle campagne Benetton nutre forti dubbi anche il Coordinamento italiano a sostegno di Rawa (associazione delle donne afgane), che ha chiesto all'azienda di Treviso il ritiro delle immagini delle donne afgane dalla campagna pubblicitaria "Food for life", lanciata per il Programma alimentare mondiale, denunciando come foto e didascalie veicolino informazioni false sull'emancipazione femminile sotto il nuovo governo afgano.
- **Comunità locali:** Benetton è proprietaria di 900 mila ettari di terreno nella Patagonia argentina, acquistati a prezzi irrisori, dove alleva greggi di pecore per la lana. Quei luoghi però non erano disabitati, ci vivono infatti da sempre le comunità indigene mapuche, ora confinate in riserve o costrette ad abbandonare le loro terre. Ogni tanto qualche famiglia immiserita, ma decisa a sopravvivere, torna ad occupare un fazzoletto di quella che solo fino a pochi anni fa era la sua terra. Il risultato immediato è lo sgombero violento, come è accaduto nell'ottobre 2002 alla famiglia Nahuelquir-Curiñanco, a cui la polizia, intervenuta per difendere i diritti di proprietà di Benetton, ha sequestrato i beni e fatto demolire l'abitazione. La famiglia è stata denunciata dai Benetton per usurpazione. Altri indigeni mapuche sono stati rinviati a giudizio per aver partecipato a un blocco stradale nella tenuta della multinazionale con lo scopo di attirare l'attenzione sulla loro condizione. Altre otto famiglie sono attualmente in attesa di sgombero, la loro unica colpa è di vivere in una località che lo stato del Chubut, d'accordo con l'impresa italiana, vuole destinare a villaggio turistico lungo il tracciato di una antica linea ferroviaria. Le comunità locali denunciano inoltre la recinzione di terre e lo sbarramento dei passaggi che conducono ai corsi d'acqua.
- **Cultura:** sullo sfregio inferto al patrimonio artistico della città di Monza, riferisce la rivista "Medioevo" ("Tesori perduti. In nome della legge", di Filippo Cartosio, n. 6, 2002, p. 6): "Monza era deserta e soffocata dalla canicola, il 23 agosto del 2000, quando la ditta che aveva in appalto la costruzione del più grande negozio Benetton italiano sbriciolò a colpi di martello pneumatico la Casa della Luna Rossa, l'edificio ritenuto più antico di Monza, che sorgeva nel cuore del centro storico, in via Lambro. Il suo nome era dovuto alla presenza su una trave di un fregio con la luna rossa, simbolo dell'antica Modoetia Longobarda, la città di Teodolinda. Unica colpa del cadente manufatto quattrocentesco (con alcuni muri del Trecento rivelati proprio dalla demolizione) era quella di trovarsi eccessivamente a ridosso del cantiere di Benetton. L'azienda tessile veneta aveva infatti acquistato tutta l'area, compresa la storica casa "a sporto" abbandonata da 25 anni. La demolizione venne spiegata, a cose fatte, come "intervento urgente di smontaggio per preservare l'intero edificio dal crollo". Secondo Benetton, infatti, le vibrazioni avrebbero prodotto crepe tali da giustificare

l'immediato intervento "conservativo". In realtà distruttivo, come poterono constatare il giorno dopo sindaco, assessori, conservatore del duomo e giornalisti, nonché decine di monzesi sconcertati". E' certamente colpa delle istituzioni pubbliche non aver posto sotto tutela un edificio di valore storico, ma è altrettanto vero che laddove c'è sete di profitto senso civico e coscienza storica diventano zavorra inutile. Lo dimostrano, oltre al caso specifico, le tante presenze deturpanti di grandi negozi e megastore nelle più belle piazze d'Italia (vedi per esempio il contestato negozio Benetton alla Fontana di Trevi).

Vorremmo infine ricordare che nel 2002 il gruppo Benetton è stato oggetto di una campagna di boicottaggio da parte del Coordinamento Valdostano Contro il Ritorno dei TIR che imputava all'azienda, azionista di riferimento della Società Italiana Traforo Monte Bianco attraverso la finanziaria Edizione Holding, di aver esercitato un'azione di pressione nei confronti dei governi italiano e francese che avrebbe avuto il risultato di raddoppiare il passaggio di mezzi pesanti attraverso il tunnel, dopo la riapertura del traforo chiuso in seguito al grave incidente causato da un camion, contro la volontà delle popolazioni locali.

Ci dispiace continuare a vedere aziende come Benetton Group menzionate in qualità di partner finanziari di iniziative editoriali come quella di Famiglia Cristiana in virtù di non meglio definiti meriti sociali, nonostante le denunce pubbliche, ampiamente note e facilmente disponibili, che dimostrano il contrario, o che comunque segnalano zone d'ombra che sarebbe consigliabile approfondire. La scelta di un'azienda sponsor per una rivista che si rivolge alle famiglie non è un fatto banale in quanto equivale a un invito, sia pure indiretto, ai propri lettori ad accordare fiducia a una certa marca per i propri acquisti. Ci auguriamo di aver dato un contributo affinché il prossimo anno Famiglia Cristiana possa compiere scelte di partnership economica differenti.

Cordiali saluti.

p. Coordinamento Lombardo Nord/Sud del mondo

Ersilia Monti



Amalia Navoni

