

UNITED COLORS  
OF BENETTON

**To:** Ersilia Monti  
**Company:** Coordinamento Lombardo Nord/Sud del mondo  
**c.c.:**  
**Telephone:**  
**Fax:** 02 38002691

**From:** Bernardo Lecci  
**Company:** Benetton Group  
Fabbrica (Advertising Department)  
Via Ferrarezza, 31030 Catena di Villorba (TV)  
**Telephone:** 0422/516280  
**Fax:** 0422/516257  
**E-mail:** blecci@benetton.it

**Date:** 18/03/2004

**Pages incl.this one:** 6

**Subject:** Reinvio lettera di risposta...

**Comment:**  
Gent.ma sig.ra Monti,  
come da Lei richiesto, provvedo ad rinviare via  
fax la risposta del dott. Landi su carta intestata.  
Rimanendo a sua disposizione, Le porgo i miei  
più  
Cordiali saluti

Bernardo Lecci

Alia cortese attenzione della signora  
Ersilia Monti  
Coordinamento Lombardo Nord/Sud del mondo  
c/o Acti - Settore Pace sviluppo immigrazione  
Via della Signora. 3  
20123 Milano

Treviso, 18/03/2004

Gentili Signore,

Benetton gode, secondo voi, "di una fama immeritata di impegno sociale". Non siamo noi a doverci difendere. Lo hanno fatto, nel corso degli anni, l'Associazione per la Pace con Luisa Morgantini, SOS Racisme con Fodé Sylla, (gli atti del 1° convegno di SOS Racisme organizzato presso la sede di Fabrica sono pubblicati da Feltrinelli), il Consorzio Italiano di Solidarietà con Giulio Marcon, Simon Peres, Ad de Raad di United Nations Volunteers, Vittorio Agnoletto della Lila (Lega Italiana per la lotta contro l'Aids), il CO.IN Cooperative Integrate Roma per le persone svantaggiate, la Caritas di Lucerna e la Croce Rossa (che firmarono con Benetton la campagna "Clothing Redistribution Project"), il Medical Research Council di Johannesburg, l'Organizzazione Mondiale della Sanità con Derek Yack e Angela Roviglioni (che ha organizzato il convegno "Health" sulla salute degli adolescenti a Fabrica, il Centro di Ricerca sulla Comunicazione della Benetton), Act Up-Parigi insieme a più di quaranta Associazioni di lotta contro e sulla prevenzione dell'Aids, lo Heilpädagogisches Zentrum St. Valentin di Rapperswil con il suo direttore Karl-Heinz Basalyk, la Fao, il World Food Programme con James Morris, Arlene Mitchell, Trevor Rowe, Jeff Rowland, l'Acnur con Lionello Boscardi e Laura Boldrini, Tahar Ben Jelloun, Benedita da Silva, Predrag Matvejevic, l'Associazione Witness di Peter Gabriel, Reporter sans Frontières con Robert Menard, l'AVIS, l'organizzazione dei festeggiamenti per il cinquantenario della Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo delle Nazioni Unite con Staffan de Mistura, The Community of Neve Shalom-Wahat el Salam, The Jaffa Hospital Centre, Beth Herzfeld e l'Anti-Slavery Association a Londra, Nessuno Tocchi Caino con Sergio d'Elia e Emma Bonino, il NACDL-Gonzaga University School of Law con Speedy Rice e Elisabeth Semel, Georges Kendall del NAACP - Legal Defense Fund (USA) per la campagna mondiale contro la pena di morte.

Molte altre associazioni che hanno collaborato con Benetton sono state qui tralasciate ma abbiamo voluto citare anche nomi di

persone (da voi contattabili in qualsiasi momento) per non lasciare alcun sospetto di genericità. Sono venti anni che Benetton dedica il 70% del budget pubblicitario annuale a progetti di comunicazione su temi come il razzismo, la pace, l'ecologia, la prevenzione dell'Aids, la pena di morte, il volontariato, la fame, i problemi dei rifugiati.

Ci preme sottolineare che Benetton "comunica" su questi temi. È la comunicazione, il punto centrale di questo "impegno" di Benetton. I temi affrontati (l'Aids, il razzismo, la fame etc.) servono per affermare un principio ancora estraneo alla maggior parte dei consumatori e cioè che si possono usare i consistenti budget pubblicitari delle imprese per comunicare in modo diverso, mettendosi anche a disposizione di chi (come le varie Istituzioni che si sono associate con Benetton) avrebbe necessità di comunicare ma non può. Non so se venti anni di perseveranza in questo modo di operare bastano per conquistarsi la "fama di impegno sociale". Personalmente sono convinto di no, la Benetton e le altre grandi imprese possono fare ancora molto per sviscerare e approfondire i problemi legati alla pubblicità, alla comunicazione e alla (frequente) allocazione di enormi quantità di danaro per spingere verso una coazione a consumare in modo, questo sì, davvero "acritico". Le campagne di comunicazione Benetton rispettano, o vorrebbero rispettare, l'intelligenza dei consumatori (che per noi sono, prima di tutto, uomini e donne): ci piacerebbe riposizionare il consumo in un contesto di vita dove l'acquisto di un maglione non confligge con una coscienza sociale allertata, dove la pubblicità può essere considerata alla stregua di altri tipi di informazione (con una peculiarità o un vantaggio in più: i grandi budget di cui dispone).

Stiamo toccando temi complessi. Chi lo avrebbe mai detto che sarebbe stato possibile farlo con la pubblicità, che ci ha abituato, da quando è nata, a stereotipi di comportamento che poco hanno a che fare con la realtà, con la "vita vera"?

È per me interessante rilevare la precisione (stavo per dire l'"accanimento") con la quale monitorate i comportamenti della Benetton. È sacrosanto: se si comunica in questo modo si deve (o si dovrebbe) essere imprevedibili. La Benetton cerca la coerenza, tende verso una coerenza di comportamento, proprio come un essere umano. Si ripete spesso che anche un'impresa può, deve essere un "soggetto sociale", che deve mediare la ricerca del profitto con l'etica. Proprio come una persona. Ed è nella ricerca di questa coerenza (che può a volte non essere "granitica", proprio come accade in noi esseri umani) che mi accingo a dare risposte il più possibile precise alle vostre contestazioni.

### Pace

La nave italiana "Strada gigante" non portava materiale bellico in Iraq, bensì materiali da campo (cucine e strutture sanitarie). In ogni caso è complicato attribuire una responsabilità alla Benetton. È "21 Investimenti", una società di edizione Holding (che controlla anche Benetton Group) ad avere una partecipazione finanziaria, minoritaria e non di controllo, in un fondo che gestisce un

Armatore attivo nel mercato dei Noii internazionali. È pertanto improprio accusare la Benetton di avere a che fare con società o attività implicate con la guerra in Iraq. A molti cittadini risparmiatori, che potrebbero avere investito, tramite la propria banca, in questo "fondo", potrebbero essere mosse le stesse accuse. Si andrebbe così a configurare un'aberrante interpretazione della responsabilità oggettiva.

#### Lotta alla fame

La Benetton impone l'osservanza delle disposizioni che regolano i rapporti di lavoro nei diversi Paesi. Come potrebbe essere altrimenti? E che cosa si intende per "estero"? In Ungheria e in Croazia, dove Benetton è presente, le disposizioni che regolano il lavoro sono già in linea con l'Unione Europea (che accoglierà presto al suo interno queste due Nazioni). Nell'ambito del suo sistema di Relazioni Industriali la Benetton ha assunto la trasparenza come valore e conseguentemente fornisce alle Organizzazioni Sindacali, su tale delicata materia, le coordinate dei siti produttivi che si integrano nel processo manifatturiero collegate alle nostre piattaforme estere (ivi compresa la Tunisia che non farà parte della CE, oltre a Ungheria e Croazia). Per ciò che riguarda la campagna sull'emergenza "fame", è il World Food Programme che ha dettato regole ed esecuzione di questo progetto.

#### Moraltà e valore sociale

La storia e la comunicazione di United Colors of Benetton, la costruzione del suo valore di marchio, non ha nulla a che fare con la storia e la comunicazione di Sisley che persegue una sua strategia di immagine "moda" in maniera del tutto autonoma e distaccata.

#### Comunità locali

Il riferimento all'episodio che coinvolse la famiglia Nahuelquir-Curifaco è male raccontato. Questa famiglia entrò senza alcun titolo nelle terre di Compañia de Tierras, occupandole abusivamente per costruirvi un'abitazione. Il Tribunale diede ragione a Compañia de Tierras rimuovendo l'occupazione abusiva di terre che non appartenevano alla famiglia Nahuelquir-Curifaco.

Il problema della rivendicazione di alcune terre da parte degli Indios Mapuche fa riferimento a fatti della seconda metà del 1800. Si tratta di un problema seguito dalle autorità argentine, ma che nulla ha a che fare con Compañia de Tierras.

Per quanto riguarda le otto famiglie di cui si parla, queste si trovano al di fuori delle terre di Compañia de Tierras. Edizione Holding e Compañia de Tierras non hanno alcuna intenzione di costruire un villaggio turistico né sulle terre di propria competenza, né al loro esterno. Queste otto famiglie si trovano comunque su terre di proprietà del governo argentino, quindi Compañia de

UNITED COLORS  
OF BENETTON

UNITED COLORS  
OF BENETTON

Tierras non sa nulla di ciò che il governo argentino vorrà decidere a riguardo.

È assolutamente falso che la Compagnia de Tierras sia proprietaria di una tenuta in cui si trovano gli indigeni della colonia Mapuche e che questi siano stati allontanati dai loro territori. Questa informazione è stata verificata il 2 Aprile 1998 dall'Istituto Nazionale per la Protezione degli Indigeni. Le terre della Colonia Cushamen (territorio della comunità Mapuche), nelle quali si trova il villaggio di Vuelta del Rio, sono formalmente e legalmente separate dai territori del Gruppo Benetton.

Compagnia de Tierras dà lavoro in forma diretta a circa 250 persone. Parte della manodopera è discendente o relazionata ai cittadini della Colonia Cushamen e questi impiegati godono degli stessi benefici di carattere salariale e sociale di cui godono gli altri impiegati dell'azienda, senza nessun tipo di discriminazione. Inoltre Compagnia de Tierras sta realizzando migliorie dal punto di vista produttivo, in particolare per quanto riguarda il livello di miglioramento genetico degli ovini dell'estancia Leleque. Gli investimenti realizzati hanno avuto un impatto economico sulle economie della regione: impiego di mano d'opera, miglioria delle condizioni di lavoro, azioni con positivo impatto sociale. Da anni viene anche portata avanti un'intensa attività di forestazione.

Compagnia de Tierras non ha deviato il corso del fiume Chubut, che per una parte scorre all'interno della tenuta agricola "El Malten". Il letto naturale del fiume Chubut non è mai stato modificato, semplicemente si separa da esso un canale che ritorna poi a sfociare nel suddetto fiume. La ramificazione del fiume Chubut esiste da oltre 70 anni. Da questo canale si estrae l'acqua necessaria per l'uso domestico, per l'irrigazione di praterie e per l'abbeveraggio degli animali. Questa estrazione rappresenta una minima parte della portata totale d'acqua del fiume, affermazione comprovata dalla relazione del 28 febbraio 1997 svolta dall'ufficio di Risorse Idriche della Provincia del Chubut.

È falsa l'informazione secondo la quale il ruscello Lepa sarebbe stato interrotto ed impoverito per favorire il beneficio della tenuta della Compagnia de Tierras. Quest'ultimo è alimentato dalla portata d'acqua dei ruscelli Mallonco, Madera, Rodeo, La Cancha ed altri ruscelli minori, i quali durante l'estate sono praticamente secchi a causa dello scarso disgelo in annate di poca neve, elemento che origina un calo naturale del letto del ruscello Lepa. Tutto ciò è comprovato da un'indagine della polizia locale che in seguito ad un sopralluogo svolto in quella zona non ha riscontrato alcuna anomalia.

### Cultura

Le informazioni riportate sui fatti di Monza sono errate. Il Gruppo Benetton, come riportato, ha acquistato l'immobile in questione in una situazione di estremo degrado, tale da poter compromettere irrimediabilmente la conservazione dello stesso. Grazie a un minuzioso studio è stata prodotta una importante

Villa Minelli  
31050 Ponzano, Treviso, Italia  
Tel. +39 0422 515111  
Fax +39 0422 969501  
<http://www.benetton.com>

documentazione analitica e fotografica che ha consentito di mettere a punto il progetto di recupero e restauro. La parete verticale della Casa della Luna Rossa è stata smontata perché in procinto di crollare, come testimoniano le documentazioni ufficiali intercorse tra la direzione dei lavori e l'amministrazione comunale. Tale opera di smontaggio ha preservato l'intero edificio dal crollo e ha soprattutto consentito di recuperare integralmente tutta la struttura lignea, principale caratteristica della casa. Sono stati inoltre recuperati i parapetti in ferro, le soglie, gli infissi, i mattoni ancora utilizzabili, le mensole in legno del tetto.

Il tutto è stato ricostruito nelle parti smontate esattamente com'era in origine, con materiali e tecniche costruttive che rispettassero l'epoca dell'edificio, come d'altronde conferma l'approvazione del progetto da parte della Soprintendenza per i Beni Ambientali e Architettonici di Milano e del Ministero per i Beni e le Attività Culturali che hanno preventivamente concordato le condizioni del restauro e seguito i lavori.



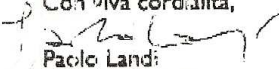
### Traforo del Monte Bianco

Le accuse mosse ad Autostrade, di cui Edizione Holding è uno degli azionisti, sono false. Premesso che le decisioni in materia di volumi di traffico nel traforo del Monte Bianco sono prese dai governi di Italia e Francia, dopo la riapertura del traforo, rimasto a lungo chiuso per il tragico incidente del 24 marzo 1999, il traffico pesante di passaggio è meno della metà del traffico pesante che vi transitava in precedenza e per decisione dei governi italo-francesi non raggiungerà mai più i livelli precedenti all'incidente del 1999.

Collaborando con Famiglia Cristiana alla realizzazione del Calendario della Solidarietà, la Benetton non ha rivendicato alcun merito sociale. Ha semmai accennato alle sue ventennali (ripeto "ventennali") campagne di sensibilizzazione su alcuni temi di rilevanza "sociale".

Ognuno indirizza le proprie energie come meglio crede. Non saranno le vostre legittime contestazioni a far retrocedere la Benetton verso modelli di comunicazione stereotipati (ogni volta che qualcuno si impegna a costruire qualcosa di nuovo o di diverso c'è sempre qualcun altro che, puntigliosamente, si ingegna a distruggerglielo). Le richieste di chiarimenti e il dialogo sono invece importanti per avanzare nella ricerca di un modello di impresa moderno, attento al contesto dei valori in cui si trova ad operare.

Con viva cordialità,

  
Paolo Landi

(Direttore Pubblicità Gruppo Benetton)