

## **Una nuova strategia per conquistare il salario dignitoso nell'industria mondiale della moda**

Siamo una grande coalizione di sindacati, centri per il lavoro, ONG, e altri difensori dei diritti dei lavoratori, che si sono uniti per elaborare e avanzare una proposta per un accordo sui salari legalmente vincolante ed esigibile. Vi chiediamo di sostenerci e di impegnarvi al nostro fianco.

I vestiti che indossiamo sono fabbricati da milioni di persone da un capo all'altro del mondo, in gran parte donne non bianche, che ricevono paghe miserevoli, insufficienti a soddisfare le loro necessità primarie. I salari sotto la soglia della povertà, che hanno fatto la fortuna dell'industria mondiale della moda, hanno conseguenze drammatiche sulle loro vite e su quelle delle loro famiglie. Per la pura sopravvivenza le lavoratrici e i lavoratori sopportano orari di lavoro estenuanti, sono quasi sempre malnutriti e non possono permettersi né le cure mediche necessarie né un'istruzione adeguata per i figli. Molti non dispongono neppure di alloggi decorosi o di acqua potabile pulita. E solo per acquistare generi di prima necessità, capita sovente che debbano contrarre debiti con prestatori informali o con i negozianti a tassi di interesse elevati. Anziché favorire l'uscita dalla povertà, uno dei principali benefici promessi dalla globalizzazione, l'industria dell'abbigliamento non fa che imprigionare i lavoratori in un circolo vizioso di debiti e disperazione.

Tutto questo non è frutto del caso, ma la diretta conseguenza delle politiche di acquisto dei marchi e dei distributori, che sono collocati alla sommità della filiera produttiva, e della ricerca incessante di costi sempre più bassi per massimizzare i profitti. Le grandi imprese del settore affidano la realizzazione dei loro prodotti a una vasta e mutevole rete di fabbriche e di laboratori in ogni parte del mondo e mettono i loro fornitori uno contro l'altro per costringerli a competere sul prezzo e sui tempi di consegna. Per conservare gli ordini acquisiti i fornitori devono ridurre i costi al minimo e il modo più semplice è ignorare le leggi del lavoro e soffocare qualsiasi richiesta di aumento salariale. I governi, desiderosi di attrarre capitali stranieri, distolgono lo sguardo e fissano i minimi salariali ben al di sotto delle necessità della vita pur sapendo di violare le norme internazionali sui diritti umani e del lavoro. Sono pertanto le politiche di prezzo dei marchi a favorire gli abusi perché esse sono concepite in modo tale da premiare i fornitori e i governi che abbattano i costi e punire quelli che vogliono agire correttamente.

I governi di pressoché tutti i paesi produttori (compresi i paesi membri della UE) hanno fissato i minimi salariali a livelli che corrispondono a meno di un terzo del valore stimato per il salario dignitoso. Ciò significa che, anche nell'ipotesi di accordi molto favorevoli, non sarà mai possibile per le organizzazioni sindacali di questi paesi, sempre che sia loro concesso sedersi a un tavolo di contrattazione, risalire la china verso l'equità salariale per progressivi incrementi negoziali.

Mentre i lavoratori in ogni parte del mondo andavano organizzandosi, i consumatori e gli attivisti venivano a conoscenza della dura realtà e si univano al movimento internazionale che reclama dalle imprese un cambiamento di rotta. In difesa della loro immagine, i marchi e i distributori hanno creato i cosiddetti programmi di Responsabilità sociale di impresa (RSI), un tentativo di autoregolamentazione che non ha prodotto miglioramenti tangibili per i lavoratori ma è servito solo a ripulire la reputazione aziendale. Le norme del lavoro accolte nei programmi di RSI sono

regolarmente ignorate. Da quando i primi marchi hanno inserito nei loro codici di condotta il diritto a un salario dignitoso, un'intera generazione di lavoratori è rimasta imprigionata nella trappola della povertà. Molte imprese hanno risposto alle pressioni dei consumatori facendosi pubblicamente paladine del salario dignitoso senza per questo smettere di pretendere dai propri fornitori prezzi sempre più bassi. Le energie investite nel confondere le idee mirano a un solo obiettivo: i consumatori e i lavoratori esigono cambiamenti, i marchi rispondono con impegni di facciata.

Le organizzazioni della società civile, gli investitori e persino i governi richiamano con sempre maggiore insistenza i marchi alle loro responsabilità nel quadro dei Principi guida delle Nazioni Unite per le imprese e i diritti umani affinché nelle loro filiere sia rispettato il diritto al salario dignitoso. Tale responsabilità è svincolata dalla capacità o dalla volontà degli stati di innalzare i salari minimi legali a livelli equi. E sussiste a prescindere dal rispetto delle leggi nazionali che disciplinano la tutela dei diritti umani. Negli ultimi dieci anni, grazie al lavoro di studiosi e ricercatori, sono stati messi a punto diversi metodi di calcolo del salario dignitoso; le organizzazioni sindacali hanno avanzato proposte concrete in molti paesi e in Asia hanno elaborato un metodo di calcolo, l'Asia Floor Wage, valido in ambito regionale, con la richiesta ai marchi di pagare la differenza fra il minimo legale e un livello salariale dignitoso. La proposta che vi presentiamo tiene conto di quanto è stato fatto finora per arrivare a una formula che colmi il divario.

È tempo che i marchi facciano seguire alle parole i fatti. La soluzione è semplice: se si vogliono innalzare le retribuzioni a livelli di equità, i fornitori devono essere pagati di più per gli ordini che ricevono; i lavoratori devono poter esercitare il diritto di organizzarsi e contrattare con i datori di lavoro gli aumenti salariali che i maggiori introiti rendono possibili; gli impegni assunti dai marchi devono essere vincolanti perché la volontarietà ha dimostrato di non produrre cambiamenti.

Negli ultimi due anni, la Clean Clothes Campaign, l'Asia Floor Wage Alliance e il Worker-driven Social Responsibility Network, in rappresentanza di una vasta rete di sindacati, gruppi di pressione, ONG e altri attori sociali, si sono uniti per elaborare una richiesta concreta d'azione:

I marchi devono pagare un contributo economico a sostegno del salario dignitoso per ogni loro ordine d'acquisto. La cifra terrà conto di due fattori: 1) La differenza media esistente fra il salario minimo legale e il salario dignitoso stimato nei paesi produttori; 2) La percentuale media del prezzo di un capo di abbigliamento destinata a remunerare il lavoro. Il contributo per il salario dignitoso sarà versato dal marchio al fornitore e da questi distribuito equamente a tutti i dipendenti registrandolo nella busta paga. Se è presente un sindacato indipendente, il fornitore sarà tenuto a definire le modalità di erogazione del contributo per via negoziale. Il contributo si applica ad ogni paese dal quale il marchio si rifornisce in modo da evitare che i paesi che lo adottano per primi vengano penalizzati rispetto ai paesi concorrenti.

Il pagamento del contributo per il salario dignitoso e l'erogazione ai lavoratori sarà monitorata dai firmatari dell'accordo che possono delegare tale compito a un organismo indipendente di terza parte costituito allo scopo. I lavoratori avranno accesso 24 ore al giorno a canali predisposti per consentire la segnalazione di violazioni.

A differenza dei codici di condotta volontari, questo programma sarà fatto osservare mediante un accordo vincolante sottoscritto dai sindacati che sono diretta espressione dei lavoratori, dai gruppi

per la difesa dei diritti dei lavoratori e dalle imprese. L'accordo conterrà disposizioni per una forte protezione del diritto di organizzazione sindacale, elemento cruciale affinché i lavoratori possano far sentire la loro voce. I marchi firmatari avranno l'obbligo di interrompere i rapporti commerciali con qualsiasi fornitore che non versi ai lavoratori il contributo al salario dignitoso o che non dia attuazione al piano correttivo prescritto dall'organismo di vigilanza, anche nei casi di violazione del diritto di organizzazione sindacale. L'imposizione di conseguenze rilevanti alle infrazioni dell'accordo serve a far prendere atto ai marchi che gli impegni sottoscritti vanno presi seriamente, pena procedimenti di natura legale.

Il modello che proponiamo è quello degli Enforceable Brand Agreements (EBA, accordi vincolanti per i marchi) e della Worker-driven Social Responsibility (WSR, responsabilità sociale ad iniziativa dei lavoratori), un approccio innovativo che, come dimostrano l'Accordo sulla prevenzione degli incendi e la sicurezza degli edifici in Bangladesh e il Fair Food Program, è riuscito a migliorare enormemente le condizioni di sicurezza e di vita di chi lavora nelle filiere internazionali. I risultati conseguiti fanno ben sperare nella ricerca di soluzioni al problema dei salari di povertà nell'industria dell'abbigliamento.

I sindacati che sono diretta espressione dei lavoratori nomineranno propri rappresentanti alla stipulazione degli accordi, dei quali diventeranno firmatari, mentre le organizzazioni della società civile, in qualità di testimoni riconosciuti, avranno il compito di vigilare sulla loro applicazione monitorandone il processo e relazionando sui progressi. In virtù dell'accordo che hanno sottoscritto, i marchi potranno dimostrare di agire in conformità agli obblighi di dovuta diligenza per mitigare i rischi di violazione dei diritti umani e porvi rimedio.

Si tratta di una proposta ambiziosa che la nostra coalizione si prepara a rendere pubblica con il lancio di un sito web. Sappiamo che i marchi e i distributori opporranno una strenua resistenza a cedere anche solo una piccolissima parte dei loro profitti. Non sarà né facile né immediato generare un cambiamento di questa portata nell'industria della moda e il percorso sarà irto di ostacoli. Ma se avremo successo, otterremo una trasformazione radicale di questo settore, tale da consentire a milioni di lavoratrici e lavoratori di uscire finalmente dalla povertà. Le lavoratrici e i lavoratori hanno bisogno di un salario dignitoso adesso. Contiamo sul vostro sostegno.