



TRAINING FICHE

03. L'ABBIGLIAMENTO E I CITTADINI, LA SOCIETÀ E LA CULTURA

<i>Area</i>	<i>Abbigliamento</i>
<i>Livello</i>	<i>AVANZATO</i>
<i>Argomento</i>	
<i>Modulo</i>	
Parole chiave	Abbigliamento; Questioni sociali e culturali; Salari equi; Fast-fashion; Diritti del lavoro; Riutilizzo; Appropriazione culturale
Introduzione	Con la liberalizzazione dei mercati, i marchi di fast-fashion non hanno, di norma, una produzione propria, anche se, secondo la legge vigente, devono essere responsabili delle condizioni sociali della loro catena di lavoro. I marchi di moda hanno potuto beneficiare dell'esternalizzazione dei servizi nei Paesi che offrivano loro il miglior rapporto qualità-prezzo, schiacciando i prezzi di produzione nelle economie più vulnerabili, esentando così dalle responsabilità sulle esternalità

	<p>negative che colpiscono le comunità locali. Esempi di vantaggi abusivi sono la mancanza di protezione del lavoro, le molestie morali, fisiche e sessuali, il lavoro forzato o minorile, le condizioni di lavoro non sicure. L'Organizzazione Internazionale del Lavoro stima che una grande percentuale di 170 milioni di bambini sia costretta a lavorare per soddisfare la domanda dei consumatori in tutto il mondo. La debolezza del quadro normativo in materia di tutela del lavoro in questi Paesi è quindi una parte essenziale del modello di business del fast-fashion, ancora oggi una pratica comune a causa di un budget insufficiente e di scadenze impegnative che risultano impraticabili nel lungo periodo, in un mercato già precario e altamente competitivo.</p>
Impatto/Benefici	<p>Un consumo più responsabile, che comporta invariabilmente la limitazione o la sospensione dei consumi nei negozi di abbigliamento fast-fashion, non rende il consumatore responsabile della riduzione del salario, del licenziamento o di qualsiasi altra conseguenza che possa accadere ai dipendenti delle fabbriche di questo settore. Il modo in cui questi professionisti vengono sfruttati è dovuto solo ed esclusivamente alla precarietà con cui vengono assunti dalle fabbriche, e al prezzo disastrosamente basso che i marchi chiedono di pagare per gli ordini, come procedura strategica generalizzata. I grandi marchi del fast-fashion hanno il potere economico e spesso politico per pagare i valori del commercio equo e solidale. Gruppi come H&M o Inditex guadagnano miliardi di euro di profitti netti annui, in continua crescita dall'inizio del secolo. Il potere che il cittadino ha di contribuire a una maggiore giustizia sociale in questo settore si manifesta attraverso la consapevolezza politica e la partecipazione civica dell'individuo che converge in azioni collettive - come votare, fare una consultazione pubblica, unirsi a movimenti o organizzazioni per la trasparenza e la sostenibilità di questo settore - e quindi interrogare direttamente le aziende e i produttori sulle loro pratiche. Anche l'organizzazione e la partecipazione a eventi o corsi</p>

	<p>di formazione aumentano la consapevolezza su questi temi. Comportamenti collettivi come questi hanno un impatto maggiore sul cambiamento sistemico dell'industria della moda rispetto a comportamenti di consumo isolati.</p>
Buone pratiche	<p>Per quanto riguarda le buone pratiche, i consumatori possono consultare, tra le altre fonti, il Fashion Transparency Index per essere informati sulla posizione delle aziende in merito alla trasparenza delle loro operazioni.</p> <p>Campagne come quelle di Fashion Revolution, ovvero "Who Made My Fabric?" (Chi ha realizzato il mio tessuto?) o "Good Clothes, Fair Pay" (Buoni vestiti, giusta retribuzione) sono buone pratiche per sensibilizzare ed educare i cittadini, incoraggiandoli a essere attivi e a fare pressione sui marchi affinché siano più trasparenti nelle loro pratiche e riescano infine a cambiarle.</p> <p>Da parte delle aziende, è urgente che cambino i loro metodi di produzione e certifichino che le fabbriche in cui vengono prodotti i capi rispettino le condizioni di lavoro richieste, attuando pratiche per la protezione e l'uso sostenibile dell'acqua, del suolo e delle materie prime.</p> <p>Uno dei maggiori esempi di cattive pratiche è stato il disastro di Rana Plaza. Nel 2013, questa fabbrica di abbigliamento in Bangladesh è crollata a causa di problemi strutturali. Più di 1000 persone sono morte e oltre 2000 sono rimaste ferite. Questo incidente ha portato l'attenzione sulle condizioni di lavoro che queste persone erano costrette ad accettare ogni giorno, ma non sono stati apportati cambiamenti importanti e il giorno successivo i lavoratori sono dovuti tornare al lavoro.</p> <p>Un altro malcostume comune è l'appropriazione culturale effettuata dalle grandi aziende di moda sugli elementi etnici, folcloristici e tradizionali di altre culture, utilizzando i loro disegni ancestrali come propri. Aziende come Zara, Nike, Louis Vuitton, Carolina Herrera, Mango, Rapsodia e altre</p>

	<p>sono state accusate di aver preso disegni indigeni da Messico, Porto Rico, Panamá e altri Paesi.</p>
<p>Sfide attuali e future</p>	<p>Di fronte all'insostenibilità e alla mancanza di giustizia sociale e climatica per le comunità lungo l'intera filiera dell'industria della moda, l'Unione Europea presenta alcune misure per riutilizzare i rifiuti e ridurre le emissioni di carbonio, ma francamente meno misure per sradicare la schiavitù moderna da cui questo settore attualmente dipende.</p> <p>Le proposte per le direttive sull'economia circolare mirano anch'esse a incrementare le attività di rivendita e riutilizzo e a scindere la crescita dallo sfruttamento delle risorse attraverso l'efficienza. L'efficienza della produzione, tuttavia, dovrebbe tradursi in una migliore qualità della vita - come sostengono le attuali politiche di decrescita - e non in un aumento dei profitti.</p> <p>Le sfide future includono, tra l'altro: promuovere una regolamentazione dei profitti e una loro più equa distribuzione lungo la filiera; stabilire per legge prezzi minimi di produzione, al fine di garantire un sistema di lavoro equo che preveda salari dignitosi e permetta lo sviluppo intellettuale, creativo ed economico delle comunità; attuare una profonda rivoluzione economica, politica e culturale che dovrà fare leva su una solida transizione legislativa.</p> <p>Mentre lo scopo economico del mondo aziendale è la crescita, la cultura è per lo più assorbita dal consumismo e il prodotto di moda è tecnicamente dipendente dal lavoro. La giustizia sociale della popolazione attiva rappresenta una sfida raramente menzionata nell'ambito delle politiche governative o dei summit.</p>
<p><i>Lingua</i></p>	<p><i>Italiano</i></p>
<p><i>Partner</i></p>	<p><i>UA</i></p>

Ulteriori
riferimenti

https://www.researchgate.net/publication/284227534_Sustainable_clothing_Challenges_barriers_and_interventions_for_encouraging_more_sustainable_consumer_behaviour

<https://www.fairwear.org/stories/fair-wear-and-tiww-at-made-in-bangladesh-week>

<https://shilpaahuja.com/cultural-appropriation-in-fashion/>