

## LA SCHIAVITÙ DEVE FINIRE! Quando la tutela dei diritti dei lavoratori diventa il modo migliore per creare valore aggiunto

### Cosa si intende per schiavitù moderna?

Il termine “schiavitù” riporta inevitabilmente a secoli passati e sembra impensabile che nel 2021 sia ancora necessario inserire questo tema nelle agende di governi e aziende. Per “schiavitù moderna” si intende lo sfruttamento di persone per ottenere un guadagno personale o commerciale, che può assumere forme quali il traffico di esseri umani, il lavoro forzato, la schiavitù per debiti, la schiavitù per discendenza, il matrimonio forzato e il lavoro minorile (Anti-slavery). Si tratta di pratiche che non conoscono confini o specificità di settore, gli abiti che indossiamo e il cibo che mangiamo ne sono spesso il frutto più amaro.

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) e la Fondazione Walk Free stimano che globalmente circa 40 milioni di persone sono attualmente coinvolte in qualche forma di schiavitù moderna; di queste, 25 milioni svolgono lavori forzati e 15 milioni sono costretti a matrimoni forzati, con una percentuale di donne e ragazze pari al 71%. Peraltro, come sottolinea Stop The Traffik, i dati citati non sono altro che una stima, poiché la natura sommersa e illecita del traffico di esseri umani rende difficile elaborare statistiche attendibili (Traffik).

Le aziende possono inconsapevolmente fungere da catalizzatore e incrementare la domanda di lavoro forzato. Per arginare questa corsa al ribasso, c'è un urgente bisogno che le imprese sviluppino una maggiore consapevolezza riguardo alle loro catene di approvvigionamento, oltre ad una normativa transnazionale che stabilisca standard comuni, così come previsto dai Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani (UNGP) e dalle linee guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali (Anti-Slavery, 2020).

### Lontano dagli Occhi, Lontano dal Cuore

Secondo i Principi Guida dell'ONU, mentre gli Stati hanno il dovere di tutela contro eventuali abusi dei diritti umani, è delle imprese la responsabilità di garantire il rispetto degli stessi, adottando misure adeguate e sanzionando eventuali violazioni. (Rights, 2011). Nonostante tali linee guida costituiscano un buon punto di partenza, una normativa extraterritoriale efficace rimane imperativa per garantire appieno il rispetto di diritti che dovrebbero essere acquisiti per tutti, ma che restano per molti ancora una conquista.

I leader del G20 e del G7, il Consiglio dei diritti umani e il Global Call to Action Against Poverty (GCAP), *inter alia*, hanno elaborato diverse iniziative per cercare di contrastare il problema. Tuttavia, l'efficacia di questi o di ulteriori accordi “*dipenderà in gran parte da come le legislazioni nazionali o i trattati internazionali includeranno due diligence obbligatorie e/o sanzioni in caso di non conformità. La presenza di tali misure potrebbe tradursi in uno sviluppo maggiormente coordinato, mentre la loro mancanza potrebbe risultare in una risposta più limitata*”. (IBA, 2019).

Questo è un nodo cruciale nella lotta alla schiavitù. Dal California Transparency in Supply Chains Act del 2010 - il primo a contrastare il lavoro forzato e il traffico di esseri umani attraverso l'introduzione di obblighi di informativa relativi alle catene di fornitura delle imprese - sono state molteplici le giurisdizioni che hanno rafforzato le rispettive normative in merito a tali obblighi di trasparenza. In particolare, attraverso la promulgazione dello UK Modern Slavery Act, il Parlamento britannico ha imposto alle imprese operanti nel Regno Unito con un fatturato pari o superiore a 36 milioni di sterline, di pubblicare un rendiconto annuale relativo alle azioni intraprese per eliminare la schiavitù dalle proprie catene di fornitura. Il governo federale degli Stati Uniti ha invece adottato l'US Trade Facilitation and Trade Enforcement Act, il quale vieta alle imprese di importare merci prodotte attraverso il lavoro forzato all'interno degli Stati Uniti e, più recentemente, l'Australian Federal e New South Wales (NSW) Modern Slavery Acts ha imposto alle imprese la pubblicazione di una dichiarazione annuale relativa alle misure intraprese dalle stesse per contrastare la schiavitù moderna a livello interno e nelle catene di approvvigionamento (Anti-Slavery, 2020).<sup>1</sup>

Sebbene tali misure abbiano rappresentato un considerevole passo in avanti, è evidente la mancanza di “impatto” delle stesse. In Francia, per esempio, una legge del 2017 ha reso obbligatorio per le aziende globali l'istituzione di un “Piano di vigilanza” volto a prevenire, tra le altre, gravi violazioni dei diritti umani e delle libertà fondamentali. Tuttavia, la sanzione originariamente prevista (fino a 30 milioni di Euro) è stata rimossa. Il citato UK Act “non contiene alcuna disposizione relativa al contenuto del rendiconto, né prevede sanzioni o misure coercitive nei confronti delle società che pubblicano dichiarazioni concise e/o che si attivano limitatamente per combattere la schiavitù all'interno della loro struttura aziendale” (IBA, 2019).

Per quanto riguarda l'Unione europea, nell'aprile 2020 il Commissario europeo per la giustizia ha annunciato che l'UE introdurrà nel 2021 una legislazione relativa alla *due diligence* sostenibile obbligatoria per le imprese, parte integrante del piano d'azione 2021 della Commissione e dell'European Green Deal. Nell'ottobre 2020 la Commissione ha avviato una consultazione pubblica sulla *governance* aziendale sostenibile,

---

<sup>1</sup> Per maggiori informazioni si rimanda al seguente indirizzo: <https://www.business-humanrights.org/en/latest-news/eu-commissioner-for-justice-commits-to-legislation-on-mandatory-due-diligence-for-companies/>

conclusasi l'8 febbraio 2021. Il Commissario ha promesso che la nuova normativa richiederà alle imprese di effettuare controlli sulle proprie catene di approvvigionamento e di verificare se le attività condotte dalle stesse possano risultare lesive dei diritti umani, al fine di identificare, prevenire, mitigare e rispondere delle violazioni degli stessi e dei danni ambientali legati alle operazioni dell'impresa, delle filiali o relative alle *supply chains*. Le aziende dovranno pubblicamente riferire rispetto ai rischi identificati e alle misure adottate per gestire gli stessi, dimostrando agli investitori, ai consumatori e alle comunità locali di essere dedite a un *business* responsabile e sostenibile (Centre, 2020).

Tuttavia, questa nuova tendenza verso il *reporting* obbligatorio e la divulgazione non finanziaria non è esente da critiche<sup>2</sup> e il rischio di *greenwashing* ([qui il link ad un nostro contributo sul tema](#)) rimane dietro l'angolo (Amaro, 2020).

## Soluzioni Globali per Problemi Trasversali

### a. Trasparenza e marchi di certificazione

Nonostante la trasparenza porti con sé alcune sfide, come costi aggiuntivi e mancanza di efficaci meccanismi di applicazione della legge (come discusso *supra*), i consumatori stanno diventando estremamente sensibili al tema, e le aziende di ogni settore dovrebbero prestarvi ascolto. Di seguito le ragioni principali:

- i. Brand più forti. La trasparenza accresce la riconoscibilità del brand e *“incentiva le aziende a riorganizzare le loro catene di approvvigionamento”* (Gehman, 2016), rafforzando i rispettivi marchi. Un maggiore riconoscimento positivo del brand tra i consumatori può essere ottenuto utilizzando marchi di certificazione sull'etichettatura dei prodotti. Nell'industria della moda, FAIR TRADE CERTIFIED® e GOODWEAVE® sono i principali. *“L'utilizzo di marchi di certificazione ... per certificare le condizioni in cui il prodotto è stato realizzato permetterebbe di ottenere un miglioramento delle condizioni di*

---

<sup>2</sup> *“Alcuni credono che le normative sulla trasparenza della catena di approvvigionamento non rappresentino un vero cambiamento rispetto al modello prevalente di CSR, mentre altri si oppongono a una maggiore regolamentazione e supervisione in quanto interventi statali non necessari, credendo che gli interventi guidati dall'industria abbiano le migliori possibilità di successo. In realtà, è una combinazione di leadership aziendale e regolamentazione in tale settore che aiuterà a garantire che tutti i partecipanti al mercato raggiungano standard accettabili”* Chris Burkett, *What are multinationals doing to champion rights of millions trapped in modern-day slavery?*, The Guardian, disponibile al seguente indirizzo: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2015/feb/20/trafficking-labour-corporations-compliance-human-rights>.

*vita e delle comunità dei lavoratori delle fabbriche, e garantirebbe maggiore trasparenza ai consumatori” (Gehman, 2016). La trasparenza dimostra anche la responsabilità sociale delle imprese, permettendo loro “di evitare onerosi controlli governativi” (Gehman, 2016).*

- ii. Riduzione del rischio di controversie e migliori condizioni per i lavoratori. Le aziende stanno diventando più consapevoli di ciò che accade nelle loro catene di approvvigionamento, il che riduce i rischi di controversie e i relativi costi e danni alla reputazione del brand. Naturale conseguenza è il miglioramento delle condizioni di lavoro dei lavoratori.
- iii. Consumatori soddisfatti. I consumatori vogliono prodotti di ottima qualità al miglior prezzo possibile, ma desiderano anche sentirsi appagati da quanto acquistato - e la trasparenza contribuisce a migliorare e rafforzare la percezione circa la bontà di un acquisto effettuato.

b. Codici di buona condotta aziendale

Come risposta alla domanda dei consumatori, le aziende hanno implementato codici di condotta che stabiliscono le condizioni lavorative standard per i loro fornitori internazionali. Tuttavia, la questione chiave è riuscire a passare dalle parole ai fatti. *“Gli Sweatshops sono proibiti praticamente in ogni codice di condotta, eppure esistono ancora” (Gehman, 2016).*

### **Quando l'industria della moda sa essere “Fuori Moda”**

Come è possibile che una splendida camicia ricamata a mano costi meno di 10 dollari? Chi produce gli abiti che acquistiamo? E dove? ... L'industria della moda ha *“un'enorme influenza sulla società e sull'ambiente” (Brewer, 2019)*, e i consumatori stanno iniziando a porsi delle domande. Aziende come Benetton, Vivienne Westwood e Stella McCartney sono *“well-known champions”* della promozione delle questioni sociali e ambientali (Brewer, 2019). Tuttavia, essi sono l'eccezione in un settore che può prevedere pratiche sostanzialmente nocive non solo nei confronti dell'ambiente, ma anche dei lavoratori in esso impiegati. Infatti, *“la schiavitù nel mondo della moda può concretizzarsi in diverse forme, dalla raccolta del cotone per la realizzazione di una maglietta ... alla creazione del prodotto finale. La differenza tra schiavitù e sfruttamento estremo può essere molto vaga e l'industria della moda corre sul filo del rasoio” (Clay, 2021).*

I brand del mondo della moda non hanno in genere pieno controllo sulle loro catene di approvvigionamento, il che rende particolarmente difficile riuscire a gestire la schiavitù e le ulteriori problematiche lavorative ad esse connesse. Tuttavia, è imperativo che i brand investano maggiore tempo e denaro in tali questioni. Il marchio costituisce per un'azienda uno dei suoi *asset* più importanti ed eventuali violazioni riscontrate a livello lavorativo costituiscono una minaccia diretta al valore dello stesso. Diversi brand di abbigliamento di fama mondiale lo hanno sperimentato in prima persona. Nel 1991, Levi Strauss & Co. scoprì che alcune delle sue fabbriche di abbigliamento in Bangladesh impiegavano lavoro minorile. Invece di rescindere i relativi contratti o di licenziare la totalità dei lavoratori minorenni, l'azienda prese atto della realtà di quella particolare società (dove un bambino mantiene un'intera famiglia con il suo salario) ed elaborò un piano per cui, tra le altre cose, *“le fabbriche avrebbero dovuto pagare ai bambini attualmente impiegati stipendi e benefit mentre gli stessi continuavano a frequentare la scuola, accettando di offrire loro un lavoro a tempo pieno al raggiungimento dell'età lavorativa legale”* (Gehman, 2016).

A seguito di questa politica, il brand Levi's ha visto rafforzata e valorizzata la percezione del marchio, riconosciuto come portatore di una soluzione consapevole e costruttiva a un problema sociale drammatico. Al contrario, Gap, Inc. non ha ottenuto un altrettanto positivo riscontro, a causa del fatto che a conclamare le irregolarità fosse stata una terza parte e non l'azienda stessa. Nel 2007, un giornale britannico denunciò lo sfruttamento di lavoro minorile in uno *sweatshop* di Delhi. Per salvaguardare la sua reputazione, Gap annunciò l'adozione di un apposito programma e il suo impegno ad eliminare il lavoro minorile nella produzione dei suoi prodotti; tuttavia, nonostante gli sforzi, lo scandalo danneggiò comunque la reputazione e il valore del marchio. Inoltre, anni dopo lo stesso giornale scoprì altri *sweatshops*, portando alla creazione di una *“Human Rights Policy”* interna. *“L'Institute for Global Labor and Human Rights ha riferito nel 2013 che Gap vendesse abiti prodotti in uno sweatshop del Bangladesh”* (Gehman, 2016).

## Conclusioni Bibliografia

Catene di approvvigionamento complesse, lavoratori migranti, subfornitori e una maggiore necessità di contenere i costi sono solo alcuni dei fattori ad alto rischio che dirigenti e amministratori devono prendere in considerazione nella creazione delle strategie di *business*. Le imprese di tutto il mondo sono ormai consapevoli delle dimensioni globali assunte dalla schiavitù moderna e dovrebbero intensificare i loro sforzi per affrontare questa problematica. Ora più che mai, le aziende dovrebbero dotarsi di esperti dedicati all'analisi e al controllo delle loro catene di approvvigionamento, così come di team legali specializzati che capiscano le esigenze dei loro clienti, conoscano l'industria e siano costantemente aggiornati rispetto alle vigenti normative applicabili. Una consulenza legale e un'assistenza a livello di *compliance* da parte di avvocati esperti possono aiutare a rafforzare il marchio, a ridurre i rischi di

possibili controversie, oltre che a massimizzare il valore reputazionale percepito da parte dei clienti.

## Bibliografia

Amaro, S. (2020). Unregulated 'greenwashing'? ESG investing is under the microscope as the money rolls in. *Tratto da* CNBC: <https://www.cnbc.com/2020/10/14/esg-investing-meaning-is-under-the-microscope-as-the-money-rolls-in.html>

Anti-Slavery (2020). A call for European Union legislation on mandatory human rights and environmental due diligence, to prevent forced and child labour in global supply chains. *Tratto da*: <https://www.google.it/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwluLj05N3uAhWK3OAKHQy7Cq4QFjAAegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fwww.antislavery.org%2Fen-legislation%2F&usg=AOvVaw1PeJRw93CRIHKIw1gBe2ox>

Anti-slavery (s.d.). What is modern slavery? *Tratto da*: <https://www.antislavery.org/slavery-today/modern-slavery/>

Brewer, M. K. (2019). Slow fashion in fast fashion world: Promoting sustainability and responsibility. *Laws*, 8(4), 1-9.

Centre, B. (2020). EU Commissioner for Justice commits to legislation on mandatory due diligence for companies. *Tratto da*: <https://www.business-humanrights.org/en/latest-news/eu-commissioner-for-justice-commits-to-legislation-on-mandatory-due-diligence-for-companies/>

Clay, A. (2021). Modern Day Slavery in the Fashion Industry. *Tratto da*: <https://thefashionglobe.com/modern-day-slavery-in-the-fashion-industry#:~:text=Slavery%20in%20the%20ofashion%20world,industry%20walks%20a%20fine%20line>

Gehman, L. (2016). Achieving transparency: Use of certification marks to clean up the fashion industry's supply chains. *Drexel Law Review*, 9(1), 161-192.

Global Slavery Index, W. F. (s.d.). Global Slavery Index. *Tratto da*: <https://www.globalslaveryindex.org/>

IBA (2019). Tackling Modern Slavery. *Tratto da*: <https://www.ibanet.org/Article/NewDetail.aspx?ArticleUid=bb9oad4e-a017-4285-b6ed-cdbofcea9641>

- ILO (2017). Global Estimates of Modern Slavery. *Tratto da:* [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/publication/wcms\\_575479.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/publication/wcms_575479.pdf)
- Laura Gauer Bermudez, A. S. (2020). Modern Slavery Research Methods: Enabling Data-Driven Decisions. *Tratto da:* <https://www.cfr.org/blog/modern-slavery-research-methods-enabling-data-driven-decisions>
- R. Wright, P. Nilsson. How Boohoo came to rule the roost in Leicester's underground textile trade, Financial Times, 2020. *Tratto da:* <https://www.ft.com/content/bbe5dfc5-3b5c-41d2-9637-50e91c58b26b>
- Reuters (2019). Italian police uncover Naples sweatshop linked to luxury groups, 2019. *Tratto da:* <https://news.trust.org/item/20191119091035-cbk9a/>
- Rights, U. N. (2011). Guiding Principles on Business and Human Rights. *Tratto da:* [https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr\\_e\\_n.pdf](https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_e_n.pdf)
- Traffik, S. T. (s.d.). Scale of the issue. *Tratto da:* <https://www.stopthetraffik.org/about-human-trafficking/the-scale-of-human-trafficking/>

### **Qualche informazione su Curtis, Mallet-Prevost, Colt & Mosle LLP (“Curtis”)**

Curtis è uno studio legale leader a livello internazionale. Con sede principale a New York, Curtis conta 16 uffici tra Stati Uniti, America Latina, Europa, Medio Oriente ed Asia. Lo Studio rappresenta una vasta gamma di clienti, tra cui società multinazionali e istituzioni finanziarie, governi e società statali, gestori delegati, fondi sovrani, aziende a conduzione familiare, individui ed imprenditori.

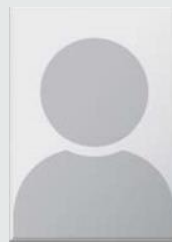
Per ulteriori informazioni, si prega di visitare il sito [www.curtis.com](http://www.curtis.com).

Avviso alla gentile Clientela: il materiale qui contenuto rappresenta unicamente una revisione generale degli argomenti trattati e non costituisce parere legale. Pertanto, sul suo contenuto non dovrebbe basarsi alcuna decisione legale o commerciale.

Per qualsivoglia questione inerente al significativo sviluppo normativo oggetto della presente, si prega di contattare gli Avvocati referenti di seguito indicati:



**Daniela Della Rosa**  
Partner  
[ddellarosa@curtis.com](mailto:ddellarosa@curtis.com)  
Milan: +39 02 7623 2057



**María H. De La Peña**  
Associate  
[mdelapena@curtis.com](mailto:mdelapena@curtis.com)  
Buenos Aires: +54 11 5196 8300



**Nicoleta Timofti**  
Partner  
[ntimofti@curtis.com](mailto:ntimofti@curtis.com)  
Geneva: +41 22 718 3505



**Jason Wright**  
Partner  
[jwright@curtis.com](mailto:jwright@curtis.com)  
New York: +1 212 696 8833