

## La situazione: le manifatture del Bangladesh

Negli ultimi 25 anni l'industria tessile del Bangladesh è cresciuta a partire da un livello praticamente nullo, fino a diventare l'industria più grande del paese. Nel 1977, c'erano solo otto fabbriche d'abbigliamento nello stato. Oggi, ce ne sono almeno 4.000, che impiegano **2 milioni di lavoratori** e generano il 76% del valore totale delle esportazioni. I due milioni di lavoratori del settore provengono, per la maggior parte, da un **ambiente rurale** e contadino, emigrati alla ricerca di lavoro in grandi città come Dacca, Chitagon, Narayangong, Savar e Tongi-Gazipur.



### Salari minimi orari per Paese (cent. di € per ora)

Bangladesh	7.8
China	10
India	20.7
USA	395
UK	738
France	816

La periferia di Dacca è punteggiata di decine di fabbriche tessili dove operai ed operaie lavorano giorno e notte in **condizioni molto difficili**. La **settimana lavorativa media è di 80 ore** e, secondo il rapporto dell'organizzazione britannica "War on Want", molte donne sono regolarmente obbligate a lavorare tra le **14 e le 16 ore al giorno**. L'igiene è carente e gli operai sono spesso chiusi a chiave nelle fabbriche durante i turni. Questo ha portato alla morte di lavoratori in **incendi o cedimenti strutturali** degli edifici. A febbraio e marzo 2006, 100 operai sono stati uccisi da incendi e crolli di edifici e fabbriche costruite male.

## SHB, l'eccezione: una manifattura etica

Le T-shirt sono realizzate in Bangladesh da **SHB**, una manifattura di Dacca che si contraddistingue per le **migliori condizioni di lavoro, di salario e per i progetti di sviluppo sociale** che ha attivato. Impiega **500-550 operai**, tra semplici e specializzati, per il 90% donne che confezionano capi in maglieria effettuando tutte le fasi: taglio, cucitura e rifinitura. Per questi motivi SHB è stata scelta da Aarong, il braccio commerciale di Brac, la più importante ONG del Bangladesh, per produrre le T-shirt da inserire nel circuito del commercio equo, importate da altraQualità, cooperativa di commercio equo solidale e utilizzate per il merchandising della sezione italiana di Amnesty International. Al rapporto commerciale si è unito ben presto un progetto di **sviluppo socio-sanitario** che unisce le competenze delle ONG Aarong e Brac sul territorio, lo sviluppo dei prodotti e la capacità distributiva di altraQualità e la volontà di organizzazioni italiane di completare il circolo virtuoso utilizzando, per le proprie raccolte fondi, prodotti di merchandising etici.

