

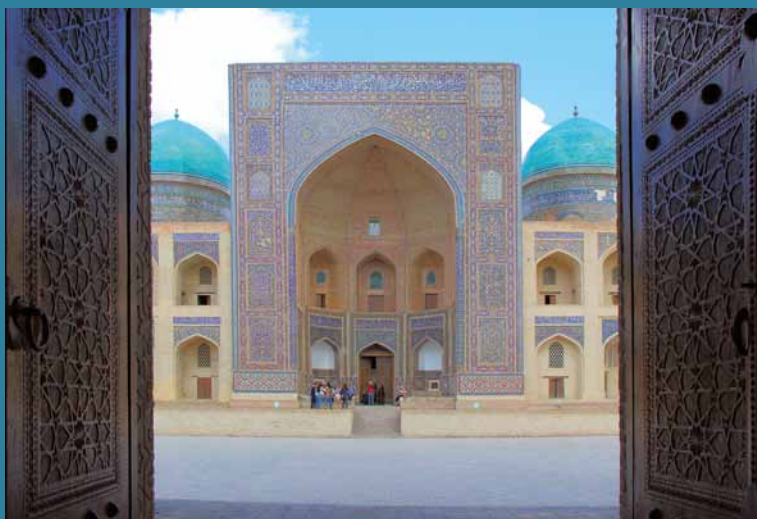
A cura di

Antonino Mantineo e Stefano Montesano

Università degli Studi “Magna Graecia” di Catanzaro
Dipartimento di Scienze Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali

L'ISLAM

Dal pregiudizio ai diritti



Atti del Campus di Studio IUS/11
Stilo 18-21 Maggio 2016

COLLANA
Diritto e Religioni
diretta da Mario Tedeschi

31

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI “MAGNA GRAECIA” DI CATANZARO

DIPARTIMENTO DI SCIENZE GIURIDICHE, STORICHE, ECONOMICHE E SOCIALI

L'ISLAM. DAL PREGIUDIZIO AI DIRITTI

Atti del Campus di Studio IUS/11
– Stilo 18-21 Maggio 2016 –

A cura di
ANTONINO MANTINEO e STEFANO MONTESANO

 LUIGI
PELLEGRINI
EDITORE

Proprietà letteraria riservata

© by Pellegrini Editore - Cosenza - Italy

Stampato in Italia nel mese di maggio 2018 per conto di Pellegrini Editore

Via Camposano, 41 - 87100 Cosenza - Tel. 0984 795065 - Fax 0984 792672

Siti internet: www.pellegrinieditore.com - www.pellegrinieditore.it

E-mail: info@pellegrinieditore.it

I diritti di traduzione, memorizzazione elettronica, riproduzione e adattamento totale o parziale, con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm e le copie fotostatiche) sono riservati per tutti i Paesi.

Esercizio di impresa, libertà di abbigliamento e identità religiosa: l'ambivalenza del velo islamico

CATERINA GAGLIARDI

1. *Premessa*

Nell'affermarsi di una società multi-culturale, multi-religiosa e multi-etnica, le politiche di inclusione delle diversità, in relazione alle quali si pone l'esigenza di un ripensamento dei principi e delle categorie concettuali fondanti la cultura giuridica occidentale¹, assumono un ruolo fondamentale nel processo di integrazione sociale.

In particolare, il perseguimento di un ordine sociale più giusto non può non tenere conto anche delle istanze provenienti dalle molteplici identità religiose e culturali. In una società pluralista, infatti, tali identità rivestono un'importanza sempre maggiore nella garanzia dell'espressione del pieno e libero esercizio dei diritti e delle libertà.

L'attuazione dei processi di coesione tra le diversità, tuttavia, diviene più complessa in presenza del sistema religioso islamico. La dimensione religiosa, che «è sempre presente nel rapporto tra individuo e società e tra ciascun individuo e Dio»², investe tutti i rapporti giuridici, anche quindi economici e commerciali³.

¹ M. D'ARIENZO, *La condizione giuridica della donna nell'Islām*, in *Il diritto di famiglia e delle persone*, 4/2002, Milano, p. 943.

² M. TEDESCHI, *Confessioni religiose/VIII) Islam*, in *Enciclopedia giuridica*, Aggiornamento XI, 2003, p. 7, e con il titolo, *L'Islām come confessione religiosa*, in *Id.*, *Studi di diritto ecclesiastico*, Jovene, Napoli, 2002, p. 84.

³ Cfr. S. FERRARI, *Lo spirito dei diritti religiosi. Ebraismo, Cristianesimo e Islam a confronto*, il Mulino, Bologna, 2002.

Così il velo tradizionale islamico⁴ rappresenta per le donne musulmane l'espressione della loro fede all'Islām in quanto il suo valore di simbolo denota la «sottomissione a Dio, nonché la separazione tra interiore ed esteriore che delimita e protegge l'ambito del sacro dal profano»⁵. Il relativo uso, pertanto, rende certamente visibile nella sfera pubblica l'adesione alle prescrizioni religiose che riflettono la diversità funzionale e naturale della donna così come concepita secondo il diritto islamico⁶. Nel mondo occidentale, in tempi più recenti, oltretutto la rilevanza del simbolo religioso del velo inizia ad interessare anche le relazioni economiche⁷. Difatti, per quanto l'evoluzione delle

⁴ Si rinvia, *ex plurimis*, a S. CARMIGNANI CARIDI, *Libertà di abbigliamento e velo islamico*, in *Musulmani in Italia: la condizione giuridica delle comunità islamiche*, a cura di S. FERRARI, il Mulino, Bologna, 2000; J. LUTHER, *Il velo scoperto dalla legge: tavole di giurisprudenza costituzionale comparata*, in *olir.it*, 2004; S. DIENI, A. FERRARI, V. PACILLO (a cura di), *Simboli religiosi e conflitti nelle società multiculturali*, Giuffrè, Milano, 2006; S. FERRARI, *Islam ed Europa. I simboli religiosi nei diritti del vecchio continente*, Carocci, Roma, 2006; P. CAVANA, *Laicità e simboli religiosi*, in AA.VV., *Lessico della laicità*, a cura di G. DALLA TORRE, Edizioni studium, Roma, 2007; N. FIORITA, *Libertà religiosa e società multiculturali: il caso del velo islamico*, in *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*, Rivista telematica www.statoechiese.it, giugno 2008; C. CARDIA, *Le sfide della laicità. Etica, multiculturalismo, islam*, San Paolo Edizioni, Cinisello Balsamo, 2011; ID., *Il simbolo religioso e culturale*, in *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*, Rivista telematica www.statoechiese.it, n. 23/2012; A. LICASTRO, *I mille splendidi volti della giurisprudenza della Corte di Strasburgo: "guardarsi in faccia" è condizione minima del "vivere insieme"*, *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*, Rivista telematica www.statoechiese.it, n. 28/2014; N. COLAIANNI, *Simboli religiosi e processo di mediazione*, in *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*, Rivista telematica www.statoechiese.it, n. 1/2014; A. MOTILLA, *Vestimenta y simbolos religiosos en el Derecho laboral español*, in *Quaderni di diritto e politica ecclesiastica*, n. 2/2016.

⁵ M. D'ARIENZO, *op. cit.*, p. 947.

⁶ *Ivi*, p. 945.

⁷ M. GRADOLI, M. DEL CARMEN DE LA ORDEN DE LA CRUZ, P. SÁNCHEZ GONZÁLEZ, *Vie inclusive dei musulmani in Europa: marketing halal e banca islamica*, in *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*, Rivista telematica www.statoechiese.it, n. 24/2016, affermano come la presenza in Europa dei musulmani, spesso esclusi dalla vita sociale e civile, richieda un impegno sempre maggiore da parte dei *policy maker* nella formulazione di specifiche politiche inclusive. Non più affrontata soltanto come una questione di libertà religiosa, gli Autori ritengono necessaria una inclusione sociale che avvenga anche a

tecniche di garanzia delle differenze sia stata sinora rivolta principalmente verso una tutela del diritto di libertà religiosa, quale tutela dell'identità specifica e, dunque, della diversità⁸, la promozione del pluralismo religioso che connota il regime della contrattazione privatistica induce a riflettere maggiormente sull'influenza delle logiche di mercato nello sviluppo dei processi culturali e sociali di integrazione. Come afferma autorevole dottrina, nel delinarsi di una 'nuova' politica economica, «il riferimento alla propria storia e la centralità degli aspetti religiosi appariranno determinanti per dare delle risposte e un significato alla condizione umana che, diversamente, non ne avrebbe alcuno»⁹.

Pur tuttavia, le diverse reazioni nei Paesi occidentali all'uso del velo, e più in generale alle abitudini religiose nel campo dell'abbigliamento, continuano ad essere sintomatiche del contrapporsi di culture ed etnie diverse, potenzialmente conflittuali.

Nel mercato del lavoro, in una prospettiva di intangibilità della libertà negoziale nelle relazioni contrattuali tra i privati, è possibile ancora ravvisare casi di discriminazione religiosa originati dalla copertura del capo da parte delle donne musulmane. Diversamente nel mercato dei beni e dei servizi¹⁰, tra cui

livello economico/finanziario. Ciò sul presupposto che «l'inclusione finanziaria di un gruppo sociale e l'elaborazione di un'offerta appropriata di prodotti e servizi nel mercato favoriscono la crescita inclusiva, promuovono lo sviluppo delle imprese, aumentano il tasso d'istruzione del gruppo, i suoi consumi e l'occupazione».

⁸ Secondo tale impostazione, M. TEDESCHI, *op. cit.*, p. 22, afferma che il diritto di libertà religiosa è stato rapportato alla «sistematica dei rapporti tra Stato e Chiesa, come ai contributi teorici delle confessioni», ed auspica che si «possano reperire nuove e diverse forme di tutela della libertà religiosa, conformi ad esigenze più attuali e moderne».

⁹ *Ivi*, p. 92.

¹⁰ Negli ultimi decenni, le istituzioni finanziarie occidentali hanno sviluppato prodotti, servizi ed istituti dedicati al mondo islamico, creando anche delle *islamic window*, ossia delle strutture interne separate, sia giuridicamente che contabilmente, che offrono servizi di finanza islamica.

Numerose aziende europee producono prodotti alimentari *halal*. Come affermano A. FUCCILLO, F. SORVILLO, L. DECIMO, *Diritto e religioni nelle scelte alimentari*, in *Stato*,

appunto quello dei capi di abbigliamento femminile, inizia a delinarsi una strategia di *marketing* inclusiva che si conforma alle istanze religiose connesse alla identità islamica.

Considerando la presenza di soggetti economici le cui scelte sono dettate dai precetti normativi della confessione religiosa di appartenenza, la teoria del 'libero mercato'¹¹ pare comprimere e non esaltare l'esercizio delle libertà individuali¹². Da qui l'esigenza di una economia di mercato¹³ che, fondata su principi

Chiese e pluralismo confessionale, Rivista telematica www.statoechiese.it, n. 18/2016: «Il settore alimentare religiosamente orientato è chiaramente uno dei principali settori in cui si esplica il potere di acquisto del consumatore-fedele. (...) Alimentarsi diviene un complesso esercizio di libertà, che coinvolge bisogni primari, diritti fondamentali, modo di essere della persona, e atteggiamenti culturali». Si parla, infatti, di libertà religiosa alimentare in AA. VV., *Cibo, religione e diritto. Nutrimo per il corpo e per l'anima*, a cura di G. CHIZZONITI, Libellula, Tricase, 2015. Per ulteriori approfondimenti, *ex plurimis*, cfr. E. PACE, *Sfere religiose del gusto*, in *Cibo cultura e identità* (a cura di F. NERESINI, V. RETTORE), Carocci, Roma, 2008; G. CHIZZONITI, M. TALLACCHINI, *Cibo e religione: diritto e diritti*, in *Quaderni del Dipartimento di Scienze Giuridiche*, Università Cattolica del Sacro Cuore - sede di Piacenza, Libellula Tricase, 2010; A. FUCCILLO, *Il cibo degli dei. Diritto, religioni, mercati alimentari*, Giappichelli, Torino, 2015.

M. CARNI, *Intermediazione e contratti assicurativi*, in *Democrazie e religioni. Libertà religiosa diversità e convivenza nell'Europa del XXI secolo* (a cura di E. CAMASSA), Editoriale Scientifica, Napoli, 2016, p. 257 ss., analizza l'intermediazione assicurativa innanzi alla eventuale richiesta di contratti che rispecchino i principi della finanza islamica e rileva come non poche compagnie si stiano orientando verso polizze *Shari'ah Compliant*.

¹¹ Come afferma M. D'ARIENZO, *I fondamenti religiosi della finanza islamica*, in *Diritto e Religioni*, n. 1/12, p. 191: «Il processo di secolarizzazione, e la conseguente distinzione tra l'ambito secolare e quello religioso, ha prodotto nella percezione diffusa del mondo occidentale una netta separazione tra la religione che nutre e alimenta lo spirito, o meglio, l'anima, e l'economia che riguarda gli aspetti prettamente materiali del vivere sociale. (...) Il liberalismo economico in tal senso può essere letto non soltanto come teoria del libero mercato, ma anche come libertà del mercato da dottrine di natura etica, politica o anche religiosa».

¹² A. FUCCILLO, *I mercanti nel tempo. Economia, diritto e religione*, (a cura di A. FUCCILLO), Giappichelli, Torino, 2011, p. 8: «La religione inizia sempre più a proporsi come argine agli eccessi dell'economia di mercato, spingendo verso l'assunzione di uno spirito capitalistico nuovo, ovvero di una nuova etica capitalistica che contemperì le esigenze del profitto con quelle di giustizia sociale».

¹³ Come afferma S. SABATINI, *Economia ed etica oltre Weber*, in *La Società*, n. 6/2010, p. 855: «Si tratta del superamento della rigida distinzione tra la sfera dell'econo-

di equità, esprima e sia al servizio delle libertà dell'individuo e della sua crescita in termini sostenibili¹⁴, tanto da ritenersi auspicabile il recupero di «un'«etica economica» proprio al fine dello sviluppo di una società globalmente aperta, ma soprattutto essenzialmente più giusta»¹⁵.

2. *Il velo islamico tra fede e industria della moda*

Nel perseguimento di un'economia di mercato che contemperi la logica del profitto con l'esigenza di tutelare le libertà dell'individuo, è bene rilevare il delinearsi di un nuovo approccio economico che tende a caratterizzare le politiche di impresa con maggiore sensibilità verso le istanze religiose delle comunità islamiche. Nei Paesi occidentali, in una prospettiva di significativa apertura delle logiche imprenditoriali rispetto al fattore religioso, la rilevanza del velo tradizionale islamico ha ispirato una strategia di *marketing* in netta controtendenza rispetto ad una precedente strategia di disinteresse al rapporto tra fede e industria della moda¹⁶.

micamente conveniente a quello dell'eticamente corretto. Il principio francescano della comunità fraterna e della partecipazione può intervenire a colmare il profondo distacco dell'economia contemporanea – come rileva l'enciclica di Benedetto XVI *Caritas in veritate* – dalla tradizionale vita economica, fondata sull'umanesimo civile».

¹⁴ BENEDETTO XVI, Enciclica *Caritas in veritate*, n. 36, in [vatican.va/.../benedict-xvi/it](http://vatican.va/benedict-xvi/it).

¹⁵ M. D'ARIENZO, *ult. op. cit.*, p. 198.

¹⁶ Da ultimo *Dolce & Gabbana* ha proposto una collezione dedicata alle donne musulmane, anche se già nel 2014 *DKNY* e *Tommy Hilfiger* hanno ideato collezioni per il periodo del *Ramadan*. Nella stessa direzione *Valentino*, *Yohji Yamamoto*, *Uniqlo* e *Mango* hanno lanciato collezioni *arab oriented*. In particolare, nel 2008 *Giuseppe Miroglio* ha acquistato il 50% del gruppo turco *Ayaydin*, creando una *joint-venture* che ha dato vita a tre marchi: *Ipekyol*, *Twist* e *Machka*. La notizia è rinvenibile in <http://thefielder.net>.

In Francia, ove rigida è la separazione tra lo Stato e i culti, la proposta nelle vetrine del *look* islamico ha suscitato reazioni differenti. *Ece Ege*, la creatrice franco-turca della *maison Dike Kayek*, ritiene che: «È ora di finirla con quest'opposizione fra fede

Rilevante, in tal senso, l'affermarsi della *iFash*, ovvero *Islamic fashion*¹⁷. Con tale definizione sono da intendersi le collezioni le quali, tenendo conto delle tradizioni che connotano i diversi gruppi culturali, sono dedicate più specificamente al velo, all'*hijab* e all'*abaya*. Ne risulta una logica di mercato che si sviluppa nel rispetto dei canoni di modestia dettati dalla *Shari'ah* e delle linee-guida islamiche in tema di *Halal Fashion*, tra cui si annovera relativamente alle regole della produzione l'uso limitato della seta e del cuoio proveniente da animali non ritualmente macellati¹⁸.

D'altra parte, il conformarsi dei principali *brand* ai precetti islamici in materia di abbigliamento femminile ben sottintende un'attenzione diretta al perseguimento di determinati obiettivi economico-finanziari¹⁹. Le strategie di investimento ispirate al

e moda (...). Ignorare queste donne, significa escluderle». La notizia è rinvenibile in [blitzquotidiano.html](#).

¹⁷ S. SCHIRINZI, *Il velo e la moda*, in [rivistastudio.html](#). Per ulteriori approfondimenti UNIVERSITY OF THE ARTS LONDON. LONDON COLLEGE OF FASHION, *Modest dressing. Faith-based fashion and internet retail*, Reina Lewis, 2011.

¹⁸ In particolare, in http://ifdcouncil.org/IFDC_Research_Booklets/Halal_Fashion sono indicati i criteri che caratterizzano la produzione e il *design halal*:

Halal Fashion Production Values

Ingredients, manufacturing process, supply chain and financial services adhere to standards based on Islamic values. For example:

- Restriction on the use of leather from livestock not slaughtered dhabibah;
- Restriction of the use of silk;
- Fair treatment of all production workers;
- There is no global authority on halal certification. While some governments have their own certification boards, others do not;
- Thus, consumers are left to decide and determine according to their own guiding principles.

Halal Fashion Design Values

- Driven by the underlying Islamic value to preserve modesty;
- The way in which this tradition is exercised differs across regions and cultural groups; the variation is in the local colour and heritage;
- Good quality clothing as to celebrate the blessing bestowed upon them.

¹⁹ Di rilievo, in tal senso, la tendenza delle economie di impresa di associare da sempre, in virtù del condizionamento sui consumi del fattore religioso, il potere di

simbolo del velo, infatti, mirano indubbiamente alla massimizzazione del profitto in considerazione della sempre più crescente presenza islamica nei mercati occidentali. Ciò che però più rileva nella realizzazione di tale obiettivo di impresa non può non ritenersi, quale effetto derivato di una simile apertura del settore economico della moda, la tutela indiretta delle opzioni religiose della donna di fede islamica²⁰. In diversi termini, ne consegue una logica imprenditoriale la quale, senz'altro efficace sul piano della inclusione sociale, tende a superare la sua neutralità rispetto al fattore religioso così che ne risulta indirettamente tutelata l'identità religiosa e culturale di appartenenza.

A supporto di tale strategia di *marketing* è stato istituito il cd. *Islamic Fashion Design Council*²¹. Oltre alla interazione con i mercati occidentali, tra i fattori di crescita del settore della moda islamica, il Consiglio di *Dubai* ritiene necessario anche il supporto in diverse aree socio-economiche. In tale prospettiva, ad

acquisto del consumatore a determinati periodi dell'anno in cui ricorrono le tradizionali festività religiose. In tale prospettiva, può leggersi il cd. *Ramadan Rush*, proiettato a soddisfare la domanda che si registra nel periodo del digiuno in cui la donna è solita indossare, al tramonto, abiti e accessori particolari, oltre che adatti alla ricorrenza. La notizia è rinvenibile in <http://www.ansa.it>.

²⁰ In tale prospettiva, è interessante richiamare i principi della *cd.* teoria delle economie religiose o analisi economica della religione. E. DIENI, in *Diritto & Religione vs. «nuovi» paradigmi. Sondaggi per una teoria postclassica del diritto ecclesiastico civile* (a cura di A. ALBISETTI, G. CASUSCELLI, N. MARCHEI), Giuffrè, Milano, 2008, p. 39 ss., evidenzia come nel mercato, in cui interagiscono domanda e offerta di beni e servizi cui è attribuito un valore, «una pluralità di agenzie offrono beni e servizi – credenze, dottrine, pratiche – intesi a soddisfare bisogni religiosi specifici e differenziati degli individui».

²¹ *L'Islam Fashion Design Council*, in tal senso, partecipa ad eventi quali il *World Islamic Economic Forum*, il *Global Islamic Economic Summit*, l'*Islamic Society of North America* e la *Fashion Week*. Con riferimento a quest'ultimo settore, l'*Ifdc* si preoccupa di organizzare campagne di moda islamica in occasione di eventi locali come il *Dubai Shopping Festival*, ma soprattutto reputa essenziale la collaborazione con altre città della moda come *New York*, *Londra* e *Parigi*. Il Presidente Alia Khan reputa che «it's our Consumer participants who have the important role of helping us to satisfy the demands of this overwhelming industry where Islamic fashion alone is headed toward a \$484 billion market». Le notizie sono rinvenibili sul sito ufficiale dell'*Islamic Fashion Design Council*: www.ifdc.it.

esempio, può annoverarsi il sostegno alla partecipazione delle atlete di fede islamica agli eventi sportivi di carattere internazionale, fornendo il velo come capo indispensabile dell'abbigliamento professionale²².

Si profila, in conclusione, un importante rapporto tra esercizio di impresa, libertà di abbigliamento e identità religiosa, potendosi considerare le scelte di acquisto della donna musulmana una delle possibili estrinsecazioni della propria libertà in adesione alle opzioni religiose.

3. *Pregiudizio, discriminazione e velo islamico nel rapporto di lavoro*

Diversa appare nel rapporto di lavoro nell'impresa la simbolica del velo tradizionale islamico se si considerano le ipotesi in cui quest'ultimo, indossato dalla lavoratrice, viene spesso concepito come segno di identità specifica, con il possibile ravvisarsi di effetti discriminatori.

La questione dell'uso del simbolo religioso sul luogo di lavoro rimane talvolta irrisolta in quanto per lo più affidata alla negoziazione contrattuale delle parti. Tali problematiche si presentano ancora più complesse nel sistema di accesso all'occupazione dal momento che il rifiuto di non utilizzare il velo può condizionare la volontà del datore di lavoro verso l'accettazione o il rifiuto della candidatura che gli venga presentata²³.

Tanto emerge dalla sentenza della Corte di Appello di Milano

²² La catena britannica *Mark & Spencer* ha proposto sul mercato i *burkinis*, ovvero i costumi da bagno dotati di *hijab* che coprono completamente il corpo. *Ruqsana Begum*, campionessa di *kickboxing* britannica e di fede islamica, ha ideato una linea di abbigliamento sportivo che prevede anche il *hijab*. Le notizie sono rinvenibili in www.ifdc.it.

²³ V. PACILLO, *Contributo allo studio del diritto di libertà religiosa nel rapporto di lavoro subordinato*, Giuffrè, Milano, 2003, p. 98.

del 2016²⁴. Il caso ha riguardato una giovane italiana la quale, figlia di genitori egiziani e di religione islamica, a seguito di una proposta di lavoro per volantinaggio, ha presentato la propria candidatura con l'allegazione di una fotografia in cui è ritratta con il capo coperto. Sebbene in possesso dei requisiti richiesti, la manifestata indisponibilità di lavorare senza il velo ha implicato l'esclusione dalla preselezione.

Il Tribunale di Lodi ha escluso la sussistenza di effetti discriminatori in quanto, per come affermato in sentenza, è da considerarsi «legittima richiesta del selezionatore di presentare al cliente candidate aventi caratteristiche di immagine non compatibili con la richiesta di indossare un copricapo»²⁵. La Corte di Appello di Milano ha, al contrario, ritenuto ravvisarsi nella condotta contestata una discriminazione diretta non trovando applicazione, nel caso di specie, alcuna delle *cd.* cause di giustificazione previste dall'art. 2, lett. b) della direttiva n. 78/2000. Non è ravvisabile, a giudizio della Corte di Appello, alcuna disparità di trattamento per motivi religiosi nelle ipotesi in cui il non indossare il velo islamico venga considerato requisito essenziale e determinante della prestazione ai sensi dell'art. 3 D. Lgs. n. 216/2003²⁶. In caso contrario, il pregiudizio avverso il simbolo religioso implica la lesione del diritto di accedere al

²⁴ La Corte di Appello di Milano, con la sentenza del 20.05.2016, ha dichiarato «il carattere discriminatorio del comportamento della società appellata consistente nel non aver ammesso l'appellante alla selezione per la prestazione di *hostess* (...) a causa della sua decisione di non togliere il velo». Il testo della sentenza è disponibile in giustizia.it.

²⁵ Tribunale di Lodi, sentenza n. 1558/14.

²⁶ D. Lgs. n. 216/2003, art. 3: «Nel rispetto dei principi di proporzionalità e ragionevolezza e purché la finalità sia legittima, nell'ambito del rapporto di lavoro o dell'esercizio dell'attività di impresa, non costituiscono atti di discriminazione ai sensi dell'art. 2 quelle differenze di trattamento dovute a caratteristiche connesse alla religione, alle convinzioni personali, all'handicap, all'età o all'orientamento sessuale di una persona, qualora, per la natura dell'attività lavorativa o per il contesto in cui essa viene espletata, si tratti di caratteristiche che costituiscono un requisito essenziale e determinante ai fini dello svolgimento dell'attività medesima».

lavoro, nonostante il credo religioso, in condizioni di assoluta eguaglianza.

Per quanto l'adozione di nuove tecniche pre-assuntive²⁷, quasi generalmente connotate dall'oralità, renda sempre più difficoltoso individuare e provare la eventuale condotta discriminatoria²⁸, il sistema giuridico italiano si è sempre preoccupato di tutelare le convinzioni religiose del lavoratore, e anche del solo aspirante lavoratore, attraverso la previsione del divieto di indagine sulle opinioni politiche, sindacali e religiose del soggetto nonché su tutti i fatti non rilevanti ai fini della valutazione della relativa attitudine professionale.

È convinzione generale che l'art. 8 della Legge n. 300 del 20 maggio 1970 espliciti un ruolo di primaria importanza nell'ottica di garantire il diritto alla libera autodeterminazione della personalità individuale, oltre che il rispetto dei convincimenti interiori e delle loro estrinsecazioni esterne nelle diverse fasi di un rapporto di lavoro, sia pubblico che privato. Tuttavia, per come affermato in dottrina, il richiamato disposto normativo, preposto a tutelare la sfera della riservatezza (*cd. privacy*), pare garantire l'irrelevanza della identità religiosa nella fase pre-assuntiva dell'aspirante lavoratore che mantenga un riserbo circa le proprie convinzioni e non anche di colui la cui appartenenza confessionale risulti palesemente desumibile dall'utilizzo di simboli. In tale ultima ipotesi, la discrezionalità del datore di lavoro nel meccanismo della *cd.* assunzione diretta non sembra trovare alcun limite di operatività nel sancito principio di irrilevanza

²⁷ Nella fase di selezione, è particolarmente in uso il sistema del colloquio o dell'intervista così come la compilazione di *test* o di questionari con le relative interferenze. Orbene, il problema della legittimità di tali strumenti, funzionali a verificare l'attitudine professionale del futuro dipendente attraverso manifestazioni verbali o scritte di propri convincimenti ed impostazioni anche attinenti al relativo aspetto caratteriale, può ritenersi risolvibile attraverso una verifica del singolo caso.

²⁸ R. BENIGNI, *L'identità religiosa nel rapporto di lavoro. La rilevanza giuridica della 'fede' del prestatore e del percettore d'opera*, Jovene, Napoli, 2008, p. 34.

delle opinioni religiose dell'aspirante prestatore di lavoro²⁹.

Tuttavia, ben si può rinvenire tale limite nel D. Lgs. n. 261 del 2003³⁰, adottato in recepimento della direttiva 2000/78/CE, oltre che nell'art. 43 del D. Lgs. n. 286 del 1998 che, nel contemplare una clausola generale di non discriminazione, reputa come discriminatorio ogni comportamento che, direttamente o indirettamente, comporti una distinzione, esclusione, restrizione o preferenza basata sulla razza, le convinzioni e le pratiche religiose. Più specificamente, comprendendo tra le condotte vietate anche i comportamenti discriminatori di cui all'art. 15 Stat. Lav., l'art. 43 del TU, comma 2, lett. c) individua quale soggetto autore di una discriminazione «chiunque illegittimamente imponga condizioni più svantaggiose o si rifiuti di fornire l'accesso all'occupazione (...) allo straniero regolarmente soggiornante in Italia soltanto in ragione della sua condizione di straniero o di appartenente ad una determinata razza, religione, etnia o nazionalità»³¹.

Gli strumenti di garanzia predisposti dalla normativa antidiscriminatoria, intesa quale limite generale all'esercizio dei poteri imprenditoriali, sono preordinati a delimitare quella discrezionalità di cui gode il datore di lavoro nella scelta del prestatore d'opera, nell'intento di evitare l'esclusione dal mondo del lavoro di soggetti in ragione della propria appartenenza religiosa. Tanto più con riferimento alle ipotesi in cui lo svolgimento della presta-

²⁹ V. PACILLO, *ult. op. cit.*, p. 121.

³⁰ D. Lgs. n. 261/2003, art. 3, co. 1: «Il principio di parità di trattamento senza distinzione di religione, di convinzioni personali, di handicap, di età e di orientamento sessuale si applica a tutte le persone sia nel settore pubblico che privato ed è suscettibile di tutela giurisdizionale secondo le forme previste dall'art. 4, con specifico riferimento alle seguenti aree: a) accesso all'occupazione e al lavoro, sia autonomo che dipendente, compresi i criteri di selezione e le condizioni di assunzione (...)».

³¹ È bene rilevare che l'ambito di applicazione delle norme di tutela antidiscriminatoria prevista dagli artt. 43 e 44 T.U. è stato espressamente esteso dal nostro legislatore anche nei confronti dei cittadini italiani, degli apolidi e dei cittadini di altri Stati membri dell'Unione Europea.

zione lavorativa implichi relazioni con il pubblico, rispetto alle quali la preminenza della tutela del diritto di libertà religiosa è reputata dall'imprenditore confliggente con la logica del profitto.

Nei casi in cui l'uso del velo islamico origini la condotta discriminatoria della controparte contrattuale, tuttavia le previste azioni positive non sembrano favorire l'inclusione lavorativa attraverso la previsione dell'obbligo a carico del danneggiante di predisporre ed offrire un'analogo opportunità di lavoro al soggetto danneggiato.

Se, infatti, si tiene conto del sistema di tutela previsto dall'azione civile contro la discriminazione *ex art. 28*, comma 5, del D. Lgs. 150/2011³² il quale, deputato ad affiancarsi a quello predisposto dall'art. 15 St. Lav.³³, dispone che il giudice, con l'ordinanza che definisce il giudizio, può ordinare la cessazione del comportamento discriminatorio e condannare il convenuto al risarcimento del danno anche non patrimoniale, ben si intuisce come il soggetto discriminato non possa esigere alcunché innanzi ad una mancata selezione da parte del datore di lavoro per motivi religiosi, se non il mero ristoro dei danni ingiustamente patiti.

³² Il D. Lgs. n. 150/2011 disciplina l'*iter* processuale delle controversie in materia di discriminazione di cui all'art. 44 del D. Lgs. n. 286/98 (discriminazioni per motivi razziali, etnici, nazionali e religiosi), quelle di cui all'art. 4 del D. Lgs. n. 215/2003 (discriminazioni fondate sulla razza o l'origine etnica), quelle di cui all'art. 4 del D. Lgs. n. 216/2003 (discriminazioni nell'ambito lavorativo e fondate sul credo religioso o le convinzioni personali, la disabilità, l'orientamento sessuale, l'età), quelle di cui all'art. 3 della Legge 01.03.1967 (discriminazioni delle persone con disabilità anche al di fuori dell'ambito lavorativo) e quelle di cui all'art. 55 *quinques* del D. Lgs. 11.04.2006, n. 198 (discriminazioni fondate sul genere nell'ambito dell'accesso ai beni e servizi offerti al pubblico).

³³ *Statuto dei lavoratori*, art. 15: «È nullo qualsiasi patto od atto diretto a: a) subordinare l'occupazione di un lavoratore alla condizione che aderisca o non aderisca ad una associazione sindacale ovvero cessi di farne parte; b) licenziare un lavoratore, discriminarlo nella assegnazione di qualifiche o mansioni, nei trasferimenti, nei provvedimenti disciplinari, o recargli altrimenti pregiudizio a causa della sua affiliazione o attività sindacale ovvero della sua partecipazione ad uno sciopero. Le disposizioni di cui al comma precedente si applicano altresì ai patti o atti diretti ai fini di discriminazione politica, religiosa, razziale, di lingua o di sesso, di handicap, di età o basata sull'orientamento sessuale o sulle convinzioni personali».

Ciò sul presupposto che la pronuncia giurisdizionale, finalizzata appunto a statuire circa gli effetti discriminatori lamentati in merito alla fase preselettiva, non può oggettivamente riflettersi su un rapporto di lavoro mai intrapreso, né la statuizione, stante il dettato normativo, potrebbe dirsi costituiva di un vincolo contrattuale non in essere. Ne consegue che la nullità dell'atto diretto a ledere in qualsiasi modo la posizione dell'aspirante lavoratore per motivi legati alla religione, ai sensi dell'art. 15 St. Lav., implichi una tutela satisfattiva meramente teorica.

Sempre in relazione al lavoro con il pubblico, diversamente dalla situazione appena descritta, effetti discriminatori potrebbero al contrario configurarsi nel caso in cui sia il datore di lavoro a prevedere l'uso del velo islamico da parte delle dipendenti qualora lo richieda il luogo ove la prestazione lavorativa deve essere espletata. L'imposizione del simbolo religioso, rispetto alla quale il datore di lavoro tende ad adeguarsi nel perseguimento degli obiettivi di impresa, incide sulla posizione delle lavoratrici. Queste ultime, infatti, sono tenute a conformarsi ai dettami di una confessione religiosa presumibilmente diversa da quella di appartenenza, nell'adempimento degli obblighi contrattuali sulle stesse gravanti.

Ne risulta, dunque, inevitabilmente coinvolta la libertà di coscienza. Difatti, l'inadempimento della lavoratrice potrebbe probabilmente ricondursi ad una ipotesi di obiezione la quale, pur non tutelabile in mancanza di una espressa previsione di legge, potrebbe trovare tutela in pattuizioni integrative del contratto di lavoro.

Una simile ipotesi ha interessato le *hostess* della compagnia di volo *Air-France* le quali, nel collegamento Parigi-Teheran sono vincolate in forza di una circolare interna a coprire il capo con il velo non appena giunte in aeroporto iraniano, in osservanza della Legge in vigore³⁴.

³⁴ La notizia è rinvenibile in www.repubblica.it/economia/2016/04/05/news/air_france_velo_iran.

Opportuna, a tutela del diritto di libertà religiosa delle dipendenti, la decisione della società di rimettere alla volontà delle stesse lo svolgimento del turno di lavoro che implica l'uso del velo islamico, senza che il rifiuto della prestazione lavorativa da parte delle altre possa tradursi nell'applicazione di sanzioni disciplinari. È, dunque, l'autonomia contrattuale delle parti che interviene a garanzia della personalità e dei diritti di coscienza della prestatrice di lavoro, rivelandosi lo schema del rapporto negoziale un «utile rimedio per l'affermazione della propria libertà religiosa»³⁵.

Dall'analisi delle vicende richiamate emerge come le reazioni del mercato del lavoro siano strettamente connesse a strategie di natura imprenditoriale per le quali sembra prevalere la logica del profitto. Ne consegue il prodursi di palesi effetti discriminatori e compressioni della libertà di coscienza dei soggetti coinvolti nei casi in cui non operi lo strumento della contrattazione privatistica attraverso la previsione di apposite clausole.

4. *Brevi riflessioni conclusive*

Nell'economia di mercato l'ambivalenza del velo islamico lascia ancora aperte diverse problematiche nelle ipotesi in cui il relativo uso integri una condizione ostativa al pieno esercizio dei diritti e delle libertà.

La vicenda della donna musulmana con il capo coperto, esclusa dalle procedure selettive, denota gli effetti discriminatori di una condotta aziendale che percepisce il velo come segno distintivo, tale da arrecare pregiudizio al relativo profitto dell'azienda. Emerge, dunque, quella funzione di separazione legata al velo islamico non solo tra interiore ed esteriore, ma anche tra culture diverse, e di conseguenza tra mercati diversamente

³⁵ A. FUCCILLO, *L'attuazione privatistica della libertà religiosa*, Jovene, Napoli, 2005, p. 110.

connotati per usi e tradizioni.

D'altra parte, l'attenzione al velo tradizionale islamico e lo sviluppo indiretto di politiche d'inclusione attraverso la predisposizione di un *business* più sensibile alle opzioni religiose possono considerarsi l'occasione per il superamento di barriere e l'affermarsi di nuove sinergie tali da concorrere a tutelare il diritto alla libera espressione dei propri convincimenti religiosi anche nelle relazioni economiche.

Con l'affermarsi di tali logiche imprenditoriali, il mercato occidentale della moda concorre al processo di integrazione sociale della donna musulmana, favorendo una tutela indiretta del suo diritto di libertà religiosa. Al tempo stesso, si delineano importanti strategie di investimento che hanno indotto a considerare la commercializzazione dei prodotti *halal* «la via islamica al capitalismo»³⁶.

Duplice, pertanto, pare essere l'effetto di tali strategie di *marketing* religiosamente orientate. Consapevoli di come il fattore religioso condizioni il potere di acquisto, le imprese che offrono servizi o prodotti ispirandosi ai precetti islamici non solo si «ammantano di una positiva “patente di difesa di libertà”»³⁷, ma operando secondo un siffatto approccio economico, accrescono indubbiamente le rispettive possibilità di sviluppo «poiché il senso di appartenenza porta ad omologarsi al gruppo (...), il che può comportare effetti positivi (...), ma anche decisivi condizionamenti dei consumi»³⁸.

Lo sviluppo di logiche di mercato così concepite concorre, seppur indirettamente, ad una equa inclusione sociale, senza che ne risulti compressa l'identità religiosa islamica. L'esercizio di

³⁶ È quanto si è affermato in occasione degli eventi organizzati a Torino e dedicati al mondo musulmano, in particolare alla *Islamic Fashion*: il *Turin Islamic Economic Forum* e l'*Islamic Financial Innovation Workshop*.

³⁷ A. FUCCILLO, *Il cibo degli dei. Diritto, religioni, mercati alimentari*, cit., p. 109.

³⁸ *Ivi*, p. 40.

impresa ispirato alla produzione di beni e servizi religiosamente orientati consente di approdare ad un sistema che può contribuire all'affermazione di principi tali da garantire la giusta convivenza nelle relazioni economiche anche tra le diversità di valori di natura religiosa e culturale.

Indice

Introduzione dei lavori di SALVATORE BERLINGÒ pag. 7

PARTE PRIMA

L'ISLAM TRA COSTITUZIONALISMO E FONDAMENTALISMO

STEFANO MONTESANO

L'identità islamica tra radicalismo e occidentalismo

Brevi riflessioni a margine del Campus di Studio. » 15

NICOLA FIORITA E DONATELLA LOPRIENO

Islam e costituzionalismo » 37

EUGENIO SANTOSTASI

La libertà religiosa, tra Islām e costituzionalismo:

ultimi sviluppi nel caso egiziano » 67

DOMENICO BILOTTI

Rovesciare Babilonia? Sull'ambigua legittimazione

giuridica del neofondamentalismo » 83

LUIGI MARIANO GUZZO

Il concetto di diritto nel sufismo » 105

PARTE SECONDA

ISLAM E SOCIETÀ CIVILE

MARIA D'ARIENZO

La contrattualistica islamica in un'economia globalizzata » 121

CATERINA GAGLIARDI

Esercizio di impresa, libertà di abbigliamento

e identità religiosa: l'ambivalenza del velo islamico » 151

FRANCESCA OLIOSI

L'affermazione dei diritti al riparo dai pregiudizi:

la sentenza della Consulta sulla legge regionale veneta. pag. 167

NATASCIA MARCHEI

Edilizia di culto: le nuove leggi regionali “antimoschee” » 183

MARCO PARISI

Questioni giuridiche dell'istruzione privata islamica

nell'ordinamento scolastico italiano » 203

FABIO BALSAMO

La necessità di una legge a garanzia di livelli “essenziali”

di godimento del diritto di libertà religiosa per i fedeli

islamici e dei culti privi di intesa. » 239

Postfazione e chiusura dei lavori di Antonino Mantineo » 259

Autori » 275

*Stampato da
Pellegrini Editore - Cosenza*

Il volume raccoglie gli atti del Campus di Studi IUS/11 svoltosi a Stilo dal 18 al 21 Maggio del 2016. Nella tre giorni del Campus sono intervenuti studiosi di diversa provenienza scientifica ed accademica, che si sono confrontati sul complesso tema relativo all'Islam. In particolare, nella prima parte del volume, dal titolo "*L'Islam tra costituzionalismo e fondamentalismo*", si collocano i contributi che analizzano sotto più profili (politici, giuridici e teologici) il rapporto tra la religione islamica e la dimensione politico-istituzionale occidentale, con particolare riguardo alla proiezione della stessa religione nella sfera pubblica e politica italiana.

Nella seconda parte del volume, dal titolo "*Islam e società civile*", si evidenziano gli aspetti afferenti all'identità religiosa (individuale e collettiva) islamica, così come si introiettano nelle dinamiche socio-economiche e nella società civile in generale: scuola, luoghi di culto, abbigliamento. In questo senso, emerge una complessità di fondo del mondo islamico, che necessita di chiavi di lettura sempre più ancorate ad un'idea di confronto, nella consapevolezza che la ricerca e lo studio costituiscano la base irrinunciabile ai fini di qualsiasi edificazione del sapere.

ANTONINO MANTINEO è professore ordinario di Diritto Ecclesiastico presso l'Università "Magna Græcia" di Catanzaro, afferendo al Dipartimento di Scienze Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali, ove insegna, pure il Diritto Canonico e la Storia delle Religioni. Presso la stessa Università è Direttore del Master in "Beni culturali e Beni ecclesiastici: analisi, gestione e *fund raising*", Coordinatore del Centro di Ricerca in Storia e Politiche dell'Integrazione Europea e componente il Collegio di dottorato in Teoria Generale del Diritto. Promotore del Campus in Multiculturalismo e fattore religioso, rivolto a giovani studiosi delle Università italiane, la cui prima edizione si è svolta a Stilo (RC) nei giorni 18-21 Maggio 2016. È segretario dell'ADEC – Associazione dei docenti universitari della disciplina giuridica del fenomeno religioso.

Ha pubblicato diversi lavori monografici: *La condanna della mafia nel recente Magistero: profili penali e canonistici e ricadute nella prassi ecclesiale delle Chiese di Calabria e Sicilia*, Pellegrini, Cosenza 2016; *Enti ecclesiastici ed enti non profit. Specificità e convergenze*, Giappichelli, Torino 2001; *Le Università cattoliche nel diritto della Chiesa e dello Stato*, Giuffrè, Milano 1995; *Le confraternite: una tipica forma di associazione laicale*, Giappichelli, Torino 2008. È stato curatore di diversi lavori collettanei, tra i quali: *Insegnamenti ed insegnanti di religione nella scuola pubblica italiana* (Atti del Convegno ADEC, Catanzaro 25-27 Ottobre 2012); *La speranza torna a parlare. Appunti in tempo di crisi*, La Meridiana, Molfetta, 2014.

STEFANO MONTESANO è Dottore di Ricerca in Teoria del Diritto e Ordine Giuridico Europeo. È Cultore delle materie afferenti al SSD IUS/11 e collaboratore per la Cattedra di Diritto Ecclesiastico e Canonico dell'Università "Magna Græcia" di Catanzaro, Dipartimento di Scienze Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali. È stato co-promotore/organizzatore della prima edizione del Campus di Studi svoltosi a Stilo (18-21 Maggio 2016) dal titolo "*L'Islam. Dal Pregiudizio ai diritti*", nonché co-curatore della presente raccolta. Docente incaricato presso il Master in "Beni culturali e Beni ecclesiastici: analisi, gestione, *fund raising*", e nella Scuola di Specializzazione delle Professioni Legali della medesima università, è autore di saggi e articoli sul tema della laicità e della libertà religiosa, dell'insegnamento del fattore religioso nella scuola pubblica italiana, e sul rapporto tra diritto e religioni in Europa. È stato tra i curatori del volume *Insegnamenti ed insegnanti di religione nella scuola pubblica italiana* (Atti del Convegno ADEC, Catanzaro 25-27 Ottobre 2012), Giuffrè, Milano 2014.

ISBN 978-88-6822-628-2



9 788868 226282

Foto di Giovanni Consarino
Particolare di Bukhara (Uzbekistan), 2018

€ 25,00