

Raport z działalności Stowarzyszenia Koalicja KARAT w 2009 roku

PODZIĘKOWANIA

Karat pragnie podziękować za wsparcie finansowe następującym instytucjom i organizacjom:

Komisji Europejskiej

Oxfam Novib

The Sigrid Rausing Trust

World Women's Day of Prayer – German

International Women's Rights Action Watch Asia Pacific

FILIA

Fundacji Edukacja dla Demokracji

Friedrich Ebert Stiftung

CEE Bank Watch

Open Society Institute

Ambasadzie Królestwa Niderlandów

Minority Rights Group

BREBankowi

Karat chciałby także podziękować wszystkim partnerom zaangażowanym w jego inicjatywy.

1. WPROWADZENIE I KONTEKST

Dokument ten opisuje działania i inicjatywy podejmowane przez Koalicję KARAT w 2009 roku. Odnosi się zarówno do działalności w ramach projektów, jak i działalności statutowej, i sytuuje je w szerszym kontekście strategii, celów i osiągnięć Koalicji.

Koalicja KARAT jest regionalną siecią złożoną z 57 organizacji pozarządowych oraz 11 członkiń indywidualnych z 24 krajów Środkowej, Wschodniej i Południowej Europy (w dokumencie tym zwanych „Regionem”). Pełna lista członków KARAT-u jest zawarta w

Załączniku nr 1. Koalicja powstała w 1997 roku jako odpowiedź na potrzebę współpracy między działającymi w Regionie kobietami, które dążą do postępu w przestrzeganiu ich praw i do sprawiedliwości społeczno-ekonomicznej. Walne Zgromadzenie, nieformalny Międzynarodowy Zarząd, Dyrektorka Wykonawcza, Komisja Rewizyjna oraz Zarząd Stowarzyszenia Koalicja Karat to ciała kierujące KARAT-em. Nieformalny Międzynarodowy Zarząd składa się z 7 osób wybranych przez członków Koalicji. Sekretariat Koalicji mieści się w Warszawie.

Praca ciał zarządzających jest opisana poniżej, w 6. sekcji tego dokumentu. Dodatkowo, szczegółowa struktura zarządzania KARAT-em opisana jest w Statucie dostępnym na stronie internetowej www.karat.org.

Podobnie jak w poprzednich latach, w 2009 roku KARAT skupiał się na promowaniu całościowej wizji rozwoju społecznego i ekonomicznego oraz na dążeniu do zagwarantowania, że prawa kobiet i osiągnięcia Regionu będą uznawane i niezagrożone przez procesy liberalizacji, transformacji i te aspekty rozszerzania Unii Europejskiej, które podkopują regionalną solidarność.

W 2009 roku KARAT odnosił się do kwestii wpływu obecnego kryzysu ekonomicznego na społeczno-ekonomiczną sytuację kobiet, aby szybko zareagować na najnowsze zmiany, jakie zachodzą w sferze społeczno-ekonomicznej. KARAT odniósł się do powyższych zagadnień poprzez realizację zarówno opartych na projektach, jak i statutowych działań, które podzielono na trzy grupy tematyczne: prawa kobiet, sprawiedliwość ekonomiczna, gender i rozwój. W 2009 realizowano 7 dużych i 8 mniejszych projektów. Każdy z nich zawierał element edukacyjny i albo skupiał się na edukacji i podwyższaniu świadomości ogółu społeczeństwa, albo koncentrował się na poszerzeniu wiedzy konkretnych, wybranych grup.

Rok 2009 stanowił kontynuację nie tylko, jeśli chodzi o zagadnienia poruszane przez KARAT, ale również w kontekście rozwoju organizacji. Poprzedni rok (2008) postawił przed KARAT-em wiele wyzwań. W rezultacie sukcesów fundraisingowych organizacja bardzo szybko zwiększyła budżet, liczbę wieloletnich projektów, a także liczbę pracowników w Sekretariacie. W konsekwencji mnóstwo energii Zarządu i Sekretariatu zostało skierowane na zaadaptowanie się do tych zmian, w tym na wprowadzenie poważnych zmian dotyczących sposobu, w jaki organizacja jest zarządzana. W tym kontekście rok 2009 poświęcony był stabilizacji i rozwojowi opartemu na osiągnięciach i lekcjach wyciągniętych z doświadczeń poprzednich lat.

2. GŁÓWNE OSIĄGNIĘCIA ORGANIZACJI W 2009 ROKU

W 2009 roku KARAT może się poszczycić szeregiem osiągnięć. W tym roku zakończyła się część wieloletnich projektów, w tym 2 pierwsze projekty współfinansowane przez Komisję Europejską, które realizował KARAT. KARAT rozpoczął także kilka nowych projektów.

Inne ważne osiągnięcia Koalicji to:

2.1 Opracowanie przez Koalicję pierwszego w jej historii dokumentu określającego strategię na cztery lata. (**Strategic Program for years 2009 – 2012**). Opracowanie tego dokumentu było szczególnie istotne, ponieważ stworzono bazę dla strategicznego, długoterminowego planowania działań zrzeszonych organizacji. Planowane działania mają być związane z określonymi i zidentyfikowanymi przez KARAT potrzebami i celami. Nie powinny natomiast stanowić tylko mozaiki działań, dla których udało się zebrać fundusze.

2.2 Początek przygotowań do Walnego Zgromadzenia KARAT-u, które odbędzie się w czerwcu 2010 roku w Rumunii. Z powodów finansowych ostatnie Walne Zgromadzenie odbyło się w 2003 roku i od tego czasu Koalicja, jak również środowisko, w którym działa, przeszły niezmiernie znaczące zmiany. W rezultacie bezpośrednie spotkanie członkiń, które zaowocuje statutowymi zmianami, jest bardzo potrzebne.

2.3 Po około 10 latach współpracy z CCC (Clean Clothes Campaign) oraz realizacji wielu projektów dotyczących warunków pracy kobiet zatrudnionych w przemyśle odzieżowym KARAT razem z trzema innymi polskimi organizacjami założył **Clean Clothes Polska**.

2.4 W roku akademickim 2009/2010 KARAT przeprowadził wykłady (jako oddzielne zajęcia) będące częścią podyplomowego kursu *gender mainstreaming* w Polskiej Akademii Nauk w Warszawie. Podczas zajęć „Od teorii do praktyki” KARAT przekazał studentkom, w jaki sposób teoria i myśl feministyczna oraz polityka równości płci mogą przejawiać się w projektach i działaniach prowadzonych przez organizacje pozarządowe.

2.5 Skutkiem stałych wysiłków czynionych w 2009 roku, jak również, co bardziej znaczące, we wcześniejszych latach, jest widoczna obecność Koalicji w mediach. W przypadku Polski ma to związek z projektem badającym sytuację pracowniczą zatrudnionych w supermarketach, a także z założeniem Clean Clothes Polska. W przypadku Polski i państw

Unii Europejskiej niezwykle medialny okazał się projekt „Through Their Eyes, Through Ours”.

2.6 Wzmocniono program związany z prawami człowieka w krajach WNP z Azji Centralnej poprzez pozyskanie wsparcia OXFAM Novib na kontynuację projektu w następnych 3 latach.

2.7 KARAT został uznany za ważnego partnera mającego możliwość przyczynienia się do poprawy sytuacji pracujących w przemyśle odzieżowym i elektronicznym. Jest to widoczne w rosnących oczekiwaniach dotyczących udziału KARAT-u w inicjatywach związanych z tym tematem, po zakończeniu projektów akcentujących aspekty genderowe w przemyśle elektronicznym i odzieżowym.

Struktura raportu rocznego oparta jest na 4 programach tematycznych realizowanych obecnie przez KARAT (sprawiedliwość ekonomiczna, prawa kobiet, gender i rozwój, wzmocnienie organizacyjne i strategiczne). Każda sekcja w raporcie mówi zarówno o działaniach w ramach projektorów, jak i działaniach pozaprojektowych. Należy podkreślić, że większość projektów można zaklasyfikować do więcej niż jednego programu. Jednak dla przejrzystości raportu każdy projekt czy działanie zostały przyporządkowane tylko do jednego z nich.

Co więcej, niektóre działania dotyczą tego samego zagadnienia, ale realizowane są w ramach różnych projektów (np. są finansowane przez różnych donorów). Jest to spowodowane faktem, że wiele mniejszych projektów wspierało większe, zarówno jeśli chodzi o fundusze, jak i o działania.

Należy wreszcie wspomnieć, że mimo iż w każdym przypadku realizacja działań wymaga czasochłonnej pracy takiej jak budowanie partnerstwa, fundraising, tworzenie projektu itp., jak również bieżącej koordynacji i przygotowań, raport koncentruje się głównie na rezultatach tych działań i mówi o konkretnych inicjatywach przeprowadzonych w roku 2009. Szczegółowy opis aktywności związanych z koordynacją i przygotowaniem działań można znaleźć w raportach dotyczących projektów, które przygotowuje się dla konkretnych donorów.

3. PRAWA KOBIET

Program „Prawa kobiet” poświęcony jest monitoringowi implementacji międzynarodowych zobowiązań rządów (np. Konwencji w sprawie Eliminacji Wszelkich

Form Dyskryminacji Kobiet - CEDAW, Pekińskiej Platformy Działania, standardów prawnych i polityk przyjętych przez Unię Europejską). Jeden z podprogramów koncentrował się na prawach pracowniczych kobiet.

3.1 Koalicja organizacji pozarządowych z Europy Wschodniej i Azji Centralnej na rzecz Protokołu Dodatkowego do Konwencji w sprawie Eliminacji Wszelkich Form Dyskryminacji Kobiet (OP CEDAW)

Działania opisane w tej sekcji zostały zrealizowane jako część projektu „Building towards Eastern European and Central Asia NGOs Coalition on Optional Protocol to CEDAW”, sfinansowanego przez Oxfam-Novib, który rozpoczął się w lutym 2008 roku. W 2009 roku została ustanowiona współpraca między KARAT-em a organizacjami z Armenii, Azerbejdżanu, Tadżykistanu i Uzbekistanu. Jednocześnie kontynuowano współpracę z partnerami zapoczątkowaną w 2008 roku.

3.1.2 Główne osiągnięcia

- ustanowiono długoterminową strategię współpracy z International Women's Rights Action Watch IRAW Asia Pacific, organizacją zajmującą się CEDAW od ponad 15 lat
- w czasie dwóch szkoleń przeprowadzonych we współpracy z IRAW Asia Pacific 26 kobiet z 10 krajów WNP (a ponadto z Kirgistanu i Turkmenistanu) zostało przeszkolonych z zakresu posługiwania się OP CEDAW jako narzędziem wspierania walki o prawa kobiet
- kontynuacja działań związanych z dwoma regionalnymi szkoleniami nt. OP CEDAW (szkolenia, seminaria, okrągłe stoły, tworzenie scenariuszy warsztatów antydyskryminacyjnych) zaowocowała zwiększeniem siły oddziaływania grup kobiecych i doprowadziła do zwiększenia świadomości genderowej innych aktorów społecznych (np. w Tadżykistanie grupy kobiece prowadzące kampanię na rzecz ratyfikacji OP CEDAW zdobyły poparcie ministra)
- stworzono rosyjskojęzyczną wersję materiałów edukacyjnych na temat OP CEDAW, w tym przewodnik IRAW Asia Pacific, oraz przetłumaczono e-toolkit KARAT-u (www.karat.org/op_cedaw) na języki organizacji partnerskich.

3.1.3 Główne działania

3.1.3.1. *Identyfikacja partnerów wiodących i ustanowienie współpracy*

W 2009 KARAT współpracował w ramach projektu z następującymi partnerami:

- Women's Rights Center, Armenia

- Azerbaijan Gender Association “Symmetry”, Azerbejdżan
- Public Foundation “Panorama”, Tadżykistan
- “Istiqbolli Avlod”, Taszkient i jego network w 8 regionach Uzbekistanu

3.1.3.2 Spotkanie strategiczne

Spotkanie strategiczne odbyło się w dniach 27-28 marca 2009 roku. Obecnych było trzech spośród pięciu koordynatorów międzynarodowych oraz inni reprezentanci partnerów projektu z Armenii, Azerbejdżanu, Tadżykistanu, Uzbekistanu, Kirgistanu, Kazachstanu, Turkmenistanu, reprezentanci Sekretariatu KARAT-u oraz IWRAW Asia-Pacific.

3.1.3.3 Stworzenie internetowego toolkitu związanego z OP CEDAW i przerwumaczenie go na języki narodowe

Stworzony w celu dostarczenia podstawowych informacji nt. CEDAW i OP CEDAW e-toolkit został opublikowany na łatwej w obsłudze, dwujęzycznej stronie (język angielski i rosyjski). Tekst został opracowany przez KARAT i skonsultowany z partnerami projektu. Organizacje partnerskie, które posiadają strony internetową, udostępniły na nich e-toolkit w swoim języku.

3.1.3.4 Szkolenie nt. OP CEDAW

Szkolenie poświęcone OP CEDAW miało miejsce w Warszawie w dniach 15-18 września 2009 roku. Szkolenie zorganizowały wspólnie Koalicja Karat i IWRAW Asia Pacific i było one przeznaczone dla aktywistek działających w obszarze praw kobiet oraz prawniczek. W zajęciach brało udział 14 uczestniczek z Armenii, Azerbejdżanu, Tadżykistanu i Uzbekistanu oraz po jednej z Turkmenistanu i Włoch.

3.1.3.5 Działania na poziomie narodowym

W 2009 roku partnerzy projektu podjęli następujące działania na poziomie narodowym:

Armenia:

- szkolenie nt. OP CEDAW dla przedstawicieli organizacji pozarządowych, rzecznika praw obywatelskich itp.
- szkolenie dla prawników i sędziów

Azerbejdżan:

- 2 szkolenia z zakresu OP CEDAW adresowane do prawniczek oraz reprezentantek organizacji pozarządowych, działających w zakresie praw reprodukcyjnych

Tadżykistan:

- okrągły stół na poziomie narodowym dotyczący ratyfikacji OP CEDAW (parlamentarzyści, aktorzy społeczeństwa obywatelskiego), rozpoczęcie przez koalicję grup kobiecych kampanii na rzecz ratyfikacji OP CEDAW, w tym wystosowanie listu do prezydenta państwa
- seminarium w jednym z rejonów Tadżykistanu

Uzbekistan:

- szkolenie dla trenerów poświęcone technikom lobbowania na rzecz OP CEDAW (dla Komitetu kobiet i partnerów regionalnych)
- 10 szkoleń z CEDAW dla partnerów lokalnych w różnych regionach Uzbekistanu i 2 w Taszkencie

3.1.2.6. Końcowe spotkanie projektowe

Spotkanie miało miejsce w Warszawie w dniach 3-4 grudnia 2009 roku. Brało w nim udział 14 uczestniczek z 8 krajów zaangażowanych w projekt, a ponadto 2 reprezentantów Women's Support Center z Kirgistanu i 3 pracownice KARAT-u. Głównym celem była wymiana doświadczeń i wniosków związanych z promowaniem OP CEDAW, ewaluacja koncepcji i realizacji projektu, jak również sprawdzenie możliwych strategii przyszłej współpracy. Wszyscy uczestnicy podkreślali potrzebę dalszej współpracy dotyczącej CEDAW.

3.1.2.7. Udział w 44. sesji CEDAW

Koordynatorka projektu uczestniczyła w 44. sesji CEDAW w Nowym Jorku, w ramach programu IWRAW Asia Pacific „From Global to Local” (20-26 lipca). Ma on na celu ułatwienie udziału kobiecych grup w procesie przeglądu raportów państw nt. wdrażania Konwencji. Koordynatorka uczestniczyła także w warsztacie dla aktywistek na rzecz praw kobiet „Global to Local” (16-19 lipca).

4. SPRAWIEDLIWOŚĆ EKONOMICZNA

Działania KARAT-u w obrębie tego programu obejmują szkolenia członkiń, partnerów i innych zainteresowanych stron, produkcję podręczników i innych publikacji, badania i analizy, monitoring warunków pracy w wybranych gałęziach przemysłu, zaangażowanie w kampanie i rzecznictwo na rzecz warunków pracy oraz lobbying, także skierowany do transnarodowych korporacji.

W roku 2009 KARAT realizował działania związane ze sprawiedliwością ekonomiczną, skupiając się na następujących zagadnieniach:

- prawa pracownicze w super- i hipermarketach w Polsce,
- warunki pracy w przemyśle artykułów sportowych,
- warunki pracy w przemyśle elektronicznym.

Rok 2009 był ostatnim rokiem realizacji wszystkich powyższych projektów.

4.1. Prawa pracownicze w super- i hipermarketach w Polsce

Działania dotyczące warunków pracy i praw pracowniczych w super- i hipermarketach w Polsce były przez KARAT realizowane w ramach projektu “Labour rights protection from a gender perspective in super/hypermarkets in Poland” rozpoczętego w marcu 2008 i zakończonego w październiku 2009. Jego celem była trwała zmiana środowiska pracy w Polsce w celu wzmocnienia praw pracowniczych osób, głównie kobiet, zatrudnionych w łańcuchach super- i hipermarketowych, jak również wsparcie pracownic, tak aby były w stanie walczyć o swoje prawa. Większość funduszy zapewnił Open Society Institute, a dodatkowe wsparcie finansowe pochodziło od Friedrich Ebert Foundation.

4.1.1 Główne osiągnięcia

- stworzenie efektywnej Rady Konsultacyjnej, w której znaleźli się główni aktorzy zajmujący się poprawą przestrzegania praw kobiet zatrudnionych w łańcuchach super- i hipermarketowych
- identyfikacja luk prawnych i stworzenie rekomendacji dotyczących wszystkich zidentyfikowanych obszarów i form naruszania praw kobiet zatrudnionych w super- i hipermarketach w Polsce
- szeroki odzew medialny
- zdobycie wsparcia Państwowej Inspekcji Pracy dla działań w ramach Rady Konsultacyjnej.

4.1.2 Główne działania

4.1.2.1 Seminarium: Ochrona praw pracowniczych kobiet w super- i hipermarketach w Polsce

15 lutego 2009 r. KARAT zorganizował w Warszawie seminarium pt. „Ochrona praw pracowniczych kobiet w super/hipermarketach w Polsce”. Podczas seminarium Rada Konsultacyjna przedstawiła rekomendacje dotyczące poprawy obowiązującego prawa i jego

implementacji, mające na celu eliminację jego naruszeń. Zostały one wypracowane na podstawie wcześniejszego badania. W seminarium wzięli udział przedstawiciele związków zawodowych działających w super- i hipermarketach (NSZZ „Solidarność, OPZZ, OPZZ Konfederacja Pracy, WZZ „Sierpień’80”), organizacje pozarządowych zajmujących się tematyką kobiecą oraz prawami pracowniczymi (Feminoteka, Fundacja im. F. Eberta, Stowarzyszenie Poszkodowanych przez Wielkie Sieci Handlowe „Biedronka”, Koalicja KARAT), prawnicy (z Kancelarii Radców Prawnych Lech Obara i Współpracownicy), badaczki i naukowcy zajmujący się warunkami pracy (z Centralnego Instytutu Ochrony Pracy oraz Instytutu Medycyny Pracy w Łodzi), przedstawiciele Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej oraz Głównego Inspektora Pracy. Zaprezentowano wyniki badań oraz raport „Ochrona praw pracowniczych kobiet zatrudnionych w super i hipermarketach w Polsce” i przedyskutowano stworzone rekomendacje, które następnie wysłano do Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, Rady Ochrony Pracy i Państwowej Inspekcji Pracy.

4.1.2.2 Prawa kobiet w supermarketach: okrągły stół

Okrągły stół obradował 26 lutego. Zaproszono instytucje państwowe, organizacje pracowników i pracodawców, związki zawodowe, organizacje pozarządowe, prawników i badaczy. Co ważne, po raz pierwszy KARAT zaprosił reprezentantów łańcuchów super- i hipermarketowych do wyrażenia opinii nt. stworzonych przez Radę Konsultacyjną rekomendacji dotyczących poprawy przestrzegania praw pracowniczych. 3 marca rekomendacje i konkluzje z okrągłego stołu wysłano do Przewodniczącego Komisji Trójstronnej, premiera Waldemara Pawlaka.

4.1.2.3 Konferencja nt. warunków pracy w supermarketach

9 czerwca 2009 w Warszawie odbyła się konferencja nt. warunków pracy kobiet w supermarketach. Uczestniczyło w niej 50 osób. Celem spotkania było podkreślenie złych warunków pracy w super- i hipermarketach oraz dyskusja nt. sposobów ochrony praw pracowniczych i zapobiegania ich naruszeniom. Konferencja spotkała się z dużym zainteresowaniem mediów.

4.1.2.4 Publikacje w języku angielskim

W odpowiedzi na ogromne zainteresowanie dwa raporty opracowane w ramach projektu realizowanego w 2008 roku w Polsce zostały przetłumaczone na język angielski. Chodzi o raport „Situation of female employees in super- and hypermarkets” (Warszawa 2008) oraz o skróconą wersję raportu “Work conditions and respecting of employees’ rights in supermarkets in Poland from the gender equality perspective” (Warszawa, grudzień 2008). Angielskie wersje raportu były dostępne (i dystrybuowane) w wersjach elektronicznych. Również esej “Women organising for changes in working conditions – Biedronka case” został

przetłumaczony na język angielski. Tłumaczenie raportów było możliwe dzięki wsparciu Friedrich Ebert Foundation.

4.1.2.5 Spotkanie Rady Konsultacyjnej i kobiecych organizacji pozarządowych
8 października w Warszawie odbyło się spotkanie podsumowujące projekt, z udziałem zaangażowanych w niego lub jego tematykę osób i instytucji.

4.1.2.6 Media

Jednym z największych sukcesów projektu było skupienie na nim uwagi mediów. Projekt był opisywany w prasie i w serwisach internetowych, a także przez Polskie Radio oraz stacje telewizyjne. Po konferencji ukazało się 10 artykułów poświęconych bezpośrednio omawianym podczas jej trwania zagadnieniom. KARAT miał także godzinną, prowadzoną na żywo audycję w Trzecim Programie Polskiego Radia („Klub Trójki”). W sumie w 63 przekazach medialnych wzmiankowano działania związane z projektem, rezultaty badań i rekomendacje Rady Konsultacyjnej.

4.2 Kobiety i przemysł odzieżowy – warunki pracy i świadomość konsumentcka

Działania KARAT-u dotyczące warunków pracy w przemyśle odzieżowym były w dużej mierze związane z realizacją projektu „Fair Play in sportswear industry”. Był to projekt współfinansowany przez Komisję Europejską, mający na celu zwiększenie świadomości konsumentów artykułów sportowych. Założeniem projektu była promocja sportowych zasad *fair play* także w odniesieniu do relacji pomiędzy producentami artykułów sportowych a ich pracownikami. Realizując ten projekt, KARAT kontynuował swoją współpracę z Clean Clothes Campaign – światową koalicją organizacji pozarządowych i związków zawodowych powstałą w celu poprawy warunków pracy w przemyśle odzieżowym. Rolą KARAT-u był dalszy monitoring warunków pracy w fabrykach odzieżowych w Polsce, jak również zainicjowanie kampanii konsumenckiej w Europie Środkowej i Wschodniej na podstawie doświadczeń i w ramach działania CCC. Projekt rozpoczął się w 2007 roku i zakończył w 2009. Był wdrażany we współpracy z partnerami z Austrii (Sudwind Agentur) oraz Niemiec (Inkota). Co ważne, był to jeden z dwóch projektów współfinansowanych przez KE, których realizacji podjął się KARAT.

Kwestii warunków pracy kobiet w przemyśle odzieżowym oraz odpowiedzialności firm i świadomości konsumentów dotyczyły również dwa inne projekty: „Fair Play always in fashion” finansowany przez Women’s Day of Prayer oraz inny projekt sponsorowany przez UE, wdrażany w partnerstwie z Christliche Initiative Romero (CIR) z Niemiec i Sudwind Agentur z Austrii. Ten ostatni projekt dotyczył społecznej odpowiedzialności biznesu, a KARAT był zaangażowany w jego działania związane z przemysłem odzieżowym.

4.2.1 Głównie osiągnięcia

Był to jeden z pierwszych projektów współfinansowanych przez Komisję Europejską, którego realizacji podjął się KARAT. Był to projekt duży, złożony i dotyczący nowego dla KARAT-u tematu. Sukcesem samym w sobie było jego powodzenie, potwierdzone przez zewnętrznego ewaluatora. Realizacja projektu współfinansowanego przez KE była dla KARAT-u nowym i niezwykle pouczającym doświadczeniem.

Można wskazać również szereg innych osiągnięć:

- stworzenie Clean Clothes Polska (pierwszej koalicja Clean Clothes Campaign w Europie Środkowej i Wschodniej), co pozwala na kontynuację pracy rozpoczętej w ramach projektów związanych z przemysłem odzieżowym
- zakończona powodzeniem realizacja pierwszej w Polsce kampanii konsumenckiej dotyczącej warunków pracy w przemyśle artykułów sportowych i wkład w podnoszenie świadomości konsumenckiej w Polsce
- publikacja dużej ilości materiałów (w języku polskim) dotyczących odpowiedzialnej konsumpcji artykułów sportowych, które wcześniej były niedostępne i które będą używane także po zakończeniu projektu
- stworzenie relacji współpracy ze stronami, z którymi KARAT nie pracował w przeszłości (aktywiści, związki zawodowe, firmy produkujące artykuły sportowe, uczelnie, organizacje pozarządowe) i które są aktywne, jeśli chodzi o tematykę projektu

4.2.2 Głównie działania

4.2.2.1 Networking

W roku 2009 współpraca z innymi organizacjami i osobami indywidualnymi zaangażowanymi w kampanie konsumenckie w Polsce znacznie wzmocniła się i rozwinęła. Istotnym rezultatem projektu była „formalizacja” tej współpracy poprzez ustanowienie polskiej koalicji Clean Clothes Campaign, a tym samym włączenie się do międzynarodowego networku działającego na rzecz poprawy warunków pracy w światowym przemyśle odzieżowym, społecznej odpowiedzialności biznesu i kampanii konsumenckich. To pierwsza taka koalicja w Środkowej i Wschodniej Europie, która przyłączyła się do sieci 13 podobnych koalicji funkcjonujących w innym krajach europejskich. Jej członkowie to Polska Akcja Humanitarna, Polska Zielona Sieć, Grupa eFTE Warszawa oraz KARAT (koordynator Clean Clothes Polska). 9 i 10 grudnia zorganizowano w Warszawie i w Toruniu 2 wydarzenia mające na celu launch CCP. Spotkały się z dużym zainteresowaniem konsumentów, aktywistów i dziennikarzy. Około 40 osób uczestniczyło w spotkaniu w Warszawie, a około

120 w spotkaniu w Toruniu. Około 15 dziennikarzy zrelacjonowało te wydarzenia. Nowopowstały profil koalicji na Facebooku przyciągnął ponad 400 fanów/fanek. Jest on wykorzystywany do dystrybucji różnych informacji i kampanii on-line (w tym Pilnych Apeli).

4.2.2.2 Akcje i wsparcie dla aktywistek i aktywistów

Oprócz akcji związanych z launchem CCP, KARAT organizował, współorganizował lub wspierał szereg innych wydarzeń, w tym edukacyjnych, oraz kampanii.

W czerwcu w Warszawie odbyło się seminarium, na którym aktywiści/aktywistki i konsumenci/konsumentki spotkali się z projektantką ubioru, która posiada doświadczenie w pracy zarówno dla największych polskich marek obecnych na globalnym rynku i produkujących w krajach rozwijających się, jak i dla małych firm szyjących w Polsce. Uczestnicy i uczestniczki seminarium obejrżeli również film „Nasza ulica” ukazujący wpływ, jaki na pracownice przemysłu odzieżowego z Łodzi wywarła transformacja Polski, która z kraju produkcyjnego stała się nagle krajem głównie konsumenckim. Odbyła się także dyskusja, a po spotkaniu uczestnicy i uczestniczki zaangażowali się w akcję wysyłania kartek do największych polskich firm odzieżowych.

W związku z obchodami Światowego Dnia Godnej Pracy (7 października) KARAT przeprowadził warsztat nt. warunków pracy i kampanii konsumenckich. Był on skierowany do organizacji pozarządowych, mediów oraz aktywistów i stanowił część wydarzenia przygotowanego przez Polską Akcję Humanitarną, organizację partnerską. KARAT wsparł także kampanię na rzecz godnej pracy prowadzoną przez NSZZ Solidarność.

W Międzynarodowym Dniu Sprawiedliwego Handlu aktywiści i aktywistki współpracujący z KARAT-em przeprowadzili z jego wsparciem szereg akcji podnoszących świadomość społeczną (warsztaty, pisanie Pilnych Apeli, wysyłanie kartek konsumenckich itp.). KARAT zorganizował warsztat w ramach cyklicznego programu edukacyjnego „Wszechnica Gender i Polityka” prowadzonego przez Łódzkie Centrum Społeczne i Nieformalną Grupę Łódź Gender (5 grudnia). KARAT wsparł akcje aktywistów z Poznania, Krakowa i Wrocławia, dostarczając im materiały edukacyjne i kampanijne oraz prezentacje. KARAT wraz ze swymi aktywistami uczestniczył też w konferencji nt. etyki w przemyśle odzieżowym zorganizowanej przez Politechnikę Łódzką we współpracy z Polską Akcją Humanitarną, a także w spotkaniach z pracownikami z Bangladeszu, które odbyły się w kilku polskich miastach w maju 2008.

KARAT dostarczał informacji oraz przekazywał materiały edukacyjne organizacjom pozarządowym, związkom zawodowym, szkołom i osobom indywidualnym. Szereg

organizacji pozarządowych oraz szkół korzysta z materiałów wyprodukowanych w ramach projektu. Wykorzystują je w swoich programach edukacyjnych i publikacjach.

4.2.2.3 Seminarium dla multiplikatorów „Made in Eastern Europe”, Warszawa, 26-27 czerwca 2009, 36 uczestników (głównie z Niemiec, Austrii i Polski)

KARAT zorganizował seminarium „Made in Eastern Europe” dla multiplikatorów z Austrii, Niemiec i Polski. Program zawierał prezentacje, dyskusje, pokaz filmu oraz warsztaty. Poruszono zagadnienia takie jak przemysł odzieżowy i kampanie konsumenckie w Europie Środkowej i Wschodniej oraz studium przypadków z Polski, Rumunii i Macedonii (prezentacje ekspertów z tych krajów). W seminarium wzięło udział 36 multiplikatorów i 3 zewnętrznych ekspertów.

4.2.2.4 Seminarium dla aktywistów „Made by Women” i spotkanie konsorcjum projektu, Łódź, 16-18 października 2009

17-18 października KARAT zorganizował seminarium dla aktywistów „Made by Women”, które odbyło się w Łodzi – polskim zagłębiu przemysłu odzieżowego. Seminarium poświęcone było genderowym aspektom kwestii warunków pracy, społecznej odpowiedzialności biznesu i świadomości konsumenckiej w kontekście przemysłu odzieżowego.

W czasie seminarium uczestnicy i uczestniczki mogli pogłębić swoją wiedzę nt. genderowych aspektów problemów, nad którymi pracują, zaplanować „wrażliwą genderowo” akcję, porozmawiać z praktykami takimi jak projektantka ubioru i szwaczka, obejrzeć film ukazujący przemiany przemysłu odzieżowego w Polsce i ich wpływ na pracownice. W seminarium wzięło udział 10 osób z Austrii, 11 z Niemiec i 13 z Polski.

4.2.2.5 Publikacje: „Nabijanie kasy” („Cashing Inn”), dodruk podręcznika dla aktywistów „Mój styl, moja odpowiedzialność”

KARAT opublikował (500 kopii) polską wersję raportu „Cashing In”, pod tytułem „Nabijanie kasy”. Jest to publikacja Clean Clothes Campaign dotycząca praktyk biznesowych stosowanych w przemyśle odzieżowym przez sieci wielkich detalistów takie jak Walmart, Carrefour, Tesco, Aldi i Lidl.

KARAT dodrukował także 500 kopii powstałego w ramach projektu w 2007 roku podręcznika dla aktywistów „Mój styl, moja odpowiedzialność”. Zapotrzebowanie na tę publikację okazało się ogromne, dlatego po wyczerpaniu nakładu KARAT podjął decyzję, by ją uaktualnić i wydrukować ponownie.

4.2.2.6 Produkcja materiałów

W 2009 roku Karat opublikował 4 numery biuletynu „Fair Play”. Dodatkowo KARAT wyprodukował około 115 stron artykułów, narzędzi kampanijnych i innych materiałów informacyjnych, które zostały przetłumaczone i wykorzystane w publikacjach, na stronie internetowej, w kampaniach itp. Wiele materiałów zostało na bieżąco przetłumaczonych na język polski. Dotyczy to artykułów przeznaczonych na stronę internetową i do biuletynu, Pilnych Apeli i innych tekstów, które po przetłumaczeniu opublikowano w elektronicznej wersji, umieszczono na stronie internetowej i rozdyskrebowano drogą poczty elektronicznej. W ciągu ostatniego roku strona internetowa projektu była regularnie aktualizowana – zarówno wersja polska: www.kobietypraca.org/fairplay, jak i angielska: www.womenslabour.org/fairplay.

4.2.2.7 Lobbying skierowany do firm oraz instytucji sportowych

W ramach projektu KARAT wydrukował 10000 kartek konsumenckich. Wiele z nich zostało wysłanych do głównych polskich firm odzieżowych, m.in. podczas akcji organizowanych przez różnego rodzaju aktywistów, organizacje i szkoły. Na listy wysłane pod koniec 2008 roku oraz na kartki konsumenckie odpowiedziała jedna z największych polskich firm odzieżowych LPP, co dało początek dialogowi z nią. KARAT we współpracy z organizacjami zaangażowanymi w działalność Clean Clothes Polska zamierza kontynuować ten dialog i będzie starał się spotkać z przedstawicielami firmy. Co więcej, w grudniu 2009 ponownie wysłano listy do 31 firm. Do listów dołączono broszurę „Kodeksy postępowania a prawa pracownicze”.

4.2.2.8 Współpraca z mediami

W 2009 roku wydano 2 komunikaty prasowe: 7 października (Światowy Dzień Godnej Pracy połączony z rozpoczęciem kampanii Asia Floor Wage wspieranej przez Clean Clothes Campaign) i 9 grudnia (launch Clean Clothes Polska połączony ze spotkaniem edukacyjnym oraz konferencja prasowa współorganizowana przez KARAT). Efektem ostatniego komunikatu było 11 artykułów prasowych (w tym artykuły on-line), 1 relacja radiowa i 2 telewizyjne. KARAT współpracuje bliżej z 4 dziennikarzami, a 250 innych dziennikarzy otrzymuje informacje o wydarzeniach związanych z projektem.

4.3 Warunki pracy w przemyśle elektronicznym

Działalność KARAT-u związana z aspektem genderowym i warunkami pracy w przemyśle elektronicznym była realizowana w ramach dwóch projektów. Najważniejszym z nich był MakeITfair, czyli europejska kampania dotycząca telefonów komórkowych, laptopów i odtwarzaczy mp3. Projekt rozpoczął się w 2007 roku i zakończył w 2009. Rola KARAT-u polegała przede wszystkim na koordynacji badań dotyczących warunków pracy w przemyśle odzieżowym (gdzie większość pracowników produkcji stanowią kobiety) w

Polsce, Czechach i na Węgrzech, na organizowaniu warsztatów dla organizacji pozarządowych i instytucji w Polsce oraz na dystrybucji materiałów edukacyjnych i zwiększających świadomość. Projekt był prowadzony w partnerstwie z innymi organizacjami z terenu UE, a liderem było SOMO z Holandii. Drugim projektem był "ProcureITfair" skupiający się na podnoszeniu świadomości na temat związku pomiędzy warunkami pracy produkcji IT a zakupami dokonywanymi przez instytucje publiczne. Oba projekty były finansowane przez Komisję Europejską.

4.3.1 Główne osiągnięcia

Można wskazać 2 główne osiągnięcia projektu. Pierwsze dotyczy aspektu organizacyjnego. Wraz z projektem „Fair Play” był to pierwszy projekt współfinansowany przez Komisję Europejską, którego realizacji, w partnerstwie z innymi organizacjami, podjął się KARAT. W związku z tym projekt dał KARAT-owi możliwość zdobycia doświadczenia w tej dziedzinie. Drugim osiągnięciem było poruszenie kwestii nieznanej do tej pory w Europie Środkowej i Wschodniej, czyli warunków pracy kobiet w przemyśle elektronicznym, i połączenie jej z innym nowym dla Regionu zagadnieniem – świadomością konsumencką. W konsekwencji projekt przyczynił się do wzrostu świadomości konsumentów w Polsce, Czechach i na Węgrzech dotyczącej roli, jaką mogą odegrać w poprawie warunków pracy kobiet zatrudnionych w przemyśle elektronicznym. Co więcej, zainteresowanie problematyką, którą podejmował projekt, w czasie jego trwania stale wzrastało. Z KARAT-em kontaktowało się wiele osób zainteresowanych udziałem KARAT-u w szkoleniach (w roli prowadzących) i w innych wydarzeniach związanych z warunkami pracy kobiet w przemyśle elektronicznym. W 2010 roku KARAT uczestniczył już w jednym takim wydarzeniu i planuje kontynuować swoje zaangażowanie na tym polu, o ile statutowe obowiązki Koalicji oraz zasoby ludzkie na to pozwolą.

4.3.2 Działania w ramach projektu

4.3.2.1 Szkolenie w Budapeszcie

17 lutego KARAT zorganizował sesję szkoleniową w Budapeszcie. W warsztacie uczestniczyli multiplikatorzy z Węgier, Polski i Czech. Moderatorem był Germanwatch. Uczestnikom zapewniono materiały po czesku, polsku i węgiersku. Ważnym osiągnięciem szkolenia była decyzja szeregu organizacji z Polski, Czech i Węgier, które postanowiły zaangażować się w kampanię.

4.3.2.2 Produkcja i dystrybucja materiałów zwiększających świadomość

- aktualizacja dla partnerów projektu dotycząca warunków pracy w Polsce (wywiady przeprowadzone w Łodzi z pracownikami DELL-a).
- dystrybucja 60 kopii raportu "Gender aspects. Production of next – generation electronics in Poland"

- produkcja i dystrybucja elektronicznej wersji oraz drukowanej wersji streszczeń 3 raportów dotyczących społeczno-ekonomicznych oraz środowiskowych konsekwencji wydobywania surowców na potrzeby produkcji IT - 1500 kopii (po 500 po polsku, czesku i węgiersku)
- artykuł „Marzenie o sprawiedliwym telefonie komórkowym” w „Bez dogmatu” (nakład 1500 egzemplarzy).
- tłumaczenie i dystrybucja przewodników dla konsumentów („Chiny nawołują: makeITfair!” and „IT na zielono”) po polsku, czesku i węgiersku. Dalsza dystrybucja przewodników wyprodukowanych w poprzednich latach. W sumie w 2009 roku wydrukowano i rozdystrybuowano 6000 kopii przewodników (po 1000 przewodników nr 3 i 4 po polsku, czesku i węgiersku).
- stworzenie i wypromowanie polskiej i węgierskiej wersji quizu internetowego makeITfair oraz scenariusza warsztatu dla nauczycieli
- dystrybucja podkładek pod mysz, przypinek i nalepek z przesłaniem “nie jesteśmy maszynami” oraz nalepek “Made in Congo”

4.3.2.3 Produkcja i dystrybucja raportów nt. warunków pracy w sektorze IT na Węgrzech i w Polsce

W 2008 roku przeprowadzono badanie warunków pracy w produkcji IT na Węgrzech i w Rumunii. W 2009 roku jego wyniki ujawniono i upowszechniono. W przypadku Rumunii wyniki badań opublikowano w wersji elektronicznej pod tytułem „Labour Rights in Global Production Networks. An Analysis of the Apparel and Electronics Sector in Romania”.

4.4 Inne działania

KARAT opracował dla CEE Bankwatch Network i jego partnerów *terms of reference* dotyczące badań nad przestrzeganiem praw pracowniczych w supermarketach, które otrzymały wsparcie finansowe od Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju. Badanie miało skupić się przede wszystkim na analizie możliwych rozbieżności między prawami pracowniczymi a warunkami pracy kobiet i mężczyzn zatrudnionych w supermarketach.

5. GENDER I ROZWÓJ

Ważnym elementem działań KARAT-u w ramach tego projektu jest sprzeciwienie się uproszczonemu podziałowi Północ-Południe, często przywoływanemu w kontekście rozwoju, gdyż podejście to pomija znaczenie problematyki gender i rozwoju w Europie Wschodniej, na Bałkanach i w Azji Środkowej. Należy zauważyć, że szereg działań KARAT-u dotyczących sprawiedliwości ekonomicznej i opisanych w poprzedniej części raportu (zwłaszcza te

związane z warunkami pracy w przemyśle odzieżowym i przy produkcji elektroniki) to projekty edukacji rozwojowej. Inne działania związane z edukacją rozwojową są opisane poniżej.

5.1 Poszerzanie świadomości społecznej na temat problemów rozwojowych stojących przed kobietami z krajów wschodniego sąsiedztwa UE, Bałkanów i Azji Środkowej

Działania opisane poniżej były wdrażane jako elementy składowe projektów „Through Their Eyes, Through Ours. Raising public awareness about development problems faced by women from developing countries in the EU Eastern Neighbourhood, Balkans and Central Asia” oraz „Economic rights of women are human rights! Promotion of economic rights of women in the context of development in the countries of Central Asia and Eastern Europe: Azerbaijan, Armenia, Belarus, Georgia, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Ukraine, Uzbekistan, Macedonia, Serbia, Montenegro, Albania, Bosnia and Herzegovina, Moldova” sponsorowanego przez Minority Rights Group. Projekt „Through Their Eyes, Through Ours” jest inicjatywą przewidzianą na 3 lata, która rozpoczęła się w 2008 roku i jest wdrażana przez KARAT jako organizację wiodącą w partnerstwie z WIDE, Gender media Caucasus, WOMNET, Permaculture, Peacebuilding Centre Ppc Shtip oraz Center for Communication and Development. Celem projektu jest poszerzenie świadomości w UE, w szczególności w nowych krajach członkowskich z Środkowej i Wschodniej Europy, na temat problemów rozwojowych stojących przed kobietami w sąsiednich krajach rozwijających się w Europie Wschodniej, Azji Środkowej oraz na Bałkanach. Głównym fundatorem projektu jest Komisja Europejska. Pozostałymi sponsorami opisanych poniżej działań wdrażanych w 2009 roku były: Fundacja BRE Bank, OXFAM Novib.

5.1.2 Główne osiągnięcia projektu

- wyjątkowo rozległy (geograficznie) zakres działań w obrębie projektu (wystawa oraz inne poszerzające świadomość materiały)
- zaangażowanie dużej liczby członkiń KARATU oraz kobiet z regionu w różne aspekty projektu
- zdobycie ważnego doświadczenia, jeśli chodzi o pełnienie funkcji organizacji wiodącej dużego projektu finansowanego przez Komisję Europejską
- wypracowanie narzędzi poszerzania świadomości, które mogą być wykorzystane po zakończeniu projektu (wystawa, bank zdjęć, film na portalu YouTube itp.)

5.1.3 Główne działania w projekcie

5.1.3.1 Wystawa w krajach UE

Wystawa, która powstała w wyniku konkursu fotograficznego, mającego miejsce w 2008 roku, została pokazana w sześciu miejscach w czterech różnych krajach. Wystawa składała się z 39 dużych fotografii i miała na celu podważenie pokutujących stereotypów związanych z problemami społeczno-ekonomicznymi doświadczanymi przez kobiety z krajów wschodniego sąsiedztwa UE, Bałkanów oraz Azji Środkowej, oraz mobilizację ogółu społeczeństwa UE na rzecz strategii wrażliwych na problemy genderowe oraz polityki na rzecz rozwoju. Wystawa była pokazywana w:

- Warszawie (inauguracja wystawy w Bibliotece Uniwersytetu Warszawskiego, 23 stycznia - 8 lutego). Wystawa została obejrzana przez około 8000 osób.
- Poznaniu (przestrzeń wystawowa Fundacji SPOT, 5-15 marca). Wystawa została obejrzana przez około 700 osób.
- Bratysława, Słowacja (foyer Apollo Business Centre, 11-29 maja). Wystawa została obejrzana przez około 5000 osób..
- Berlin, Niemcy (European Academy, 2-4 lipca) Wystawa została obejrzana przez około 3000 osób.
- Bonn, Niemcy (Public Library, 25 września – 5 października). Wystawa została obejrzana przez około 300 osób.
- Genewa, Szwajcaria (Palais des Nations, jako wydarzenie związane z UN-ECE Beijing + 15 Regional Review Meeting, 30 października – 5 listopada). Wystawa została obejrzana przez około 3000 osób.

5.1.3.2 Produkcja i dystrybucja materiałów dot. edukacji globalnej

Podczas wymienionych wyżej wydarzeń, jak również na innych spotkaniach organizowanych przez KARAT bądź przy okazji uczestnictwa KARAT-u w różnych wydarzeniach, rozdyskrebowano wiele materiałów mających na celu podniesienie świadomości na temat ekonomicznej sytuacji kobiet z krajów wschodniego sąsiedztwa UE, Bałkanów oraz Azji Środkowej. Miała też miejsce dystrybucja za pomocą przesyłek pocztowych. Wszystkie materiały z wyjątkiem kalendarzy zostały wyprodukowane w pierwszym roku projektu. Wskaźniki dotyczące dystrybucji:

- publikacja wystawowa (po angielsku, polsku, czesku, słowacku) – w sumie 1900 kopii
- Womnet wyprodukował i rozdyskrebowował katalog wystawowy ze zdjęciami i ich opisem
- rozdyskrebowano 2000 egzemplarzy 5 różnych pocztówek ze zdjęciami z konkursu fotograficznego i z przesłaniem dotyczącym sytuacji ekonomicznej kobiet w krajach rozwijających się (po polsku i po słowacku)

- rozesłano 500 egzemplarzy kalendarza na rok 2010 z 12 fotografiami ukazującymi kobiety i nawiązującymi do kwestii ekonomicznej sytuacji kobiet w krajach rozwijający się
- poprzez stronę internetową oraz e-mail rozdystrybuowano zamieszczony na portalu YouTube film o prawach ekonomicznych kobiet z rozwijających się krajów Regionu

5.1.3.3 Narzędzia internetowe i współpraca z mediami

Działania podnoszące świadomość były prowadzone również za pomocą narzędzi internetowych:

- Wszystkie publikacje oraz zdjęcia znalazły się na stronie KARAT-u.
- Część informacji znalazła się na stronach organizacji partnerskich (po niemiecku i słowacku).
- Stworzono film nt. ekonomicznych praw kobiet i zamieszczono na portalu YouTube.
- Stworzono w Power Poincie prezentację ze zdjęciami oraz hasłami dotyczącymi społeczno-ekonomicznych problemów kobiet i rozdystrybuowano ją wśród organizacji członkowskich, innych organizacji itd.
- Powstał profil na Facebooku, którego fanami/fankami jest obecnie 180 osób.

Utrzymywano stały kontakt z mediami, aby skłonić je do podejmowania tematyki problemów ekonomicznych kobiet z Regionu. Wprawdzie zainteresowanie mediów było największe w czasie, gdy odbywała się wystawa, jednak także w innych okresach media mówiły i pisały o projekcie.

5.2 Zdobywanie poparcia dla wrażliwej genderowo europejskiej współpracy rozwojowej w nowych krajach członkowskich

3-letni projekt „Building Support in New Member States (NMS) for Gender-sensitive and responsive European Development Co-operation” jest w Regionie pionierską inicjatywą, która ma na celu włączenie głosów kobiet z nowych państw członkowskich UE do debaty o unijnej współpracy rozwojowej. Głównym celem projektu jest uczynienie organizacji pozarządowych zajmujących się prawami kobiet zdolnymi do rzecznictwa na rzecz pełnej implementacji unijnej polityki równości płci w rządowych programach pomocy rozwojowej, jak również inicjacja współpracy na linii Południe-Wschód-Północ w kwestii praw kobiet i rozwoju. Organizacją wiodącą jest w projekcie One World Action z Wielkiej Brytanii. Działania projektu będą realizowane w partnerstwie z KARAT-em i przy współpracy z czterema organizacjami członkowskim KARAT-u z Bułgarii, Czech, Słowacji i Rumunii.

5.2.1 Działania projektu

5.2.1.1 Pierwsze spotkanie partnerów projektu

Pierwsze spotkanie partnerów projektu odbyło się w Warszawie 16-17 czerwca. Przedyskutowano cele i ustalono plan działań, a także wymyślono bardziej „przyjazną” nazwę projektu – Connect!

5.3 Social Watch

Projekt *Promoting Social Development: Building Capacities of Social Watch Coalitions* był wieloletnim projektem, który KARAT zaczął realizować w marcu 2008 we współpracy z organizacjami partnerskimi z Włoch (UCODEP) i z Czech (EAP). Rolą KARAT-u była mobilizacja organizacji społeczeństwa obywatelskiego w Polsce w celu stworzenia Polskiej Koalicji Social Watch. KARAT był także zaangażowany w produkcję publikacji Social Watch. Działania opisane poniżej były realizowane dzięki funduszom zapewnionym przez Komisję Europejską oraz Fundację Edukacji dla Demokracji.

5.3.1 Główne osiągnięcia

Głównym osiągnięciem projektu było stworzenie silnej koalicji polskich organizacji pracującej nad kwestią rozwoju społecznego (Polska Koalicja Social Watch).

5.3.2. Główne działania

5.3.2.1 Szkolenie z działań kampanijnych, rzecznictwa i pracy z mediami

Szkolenie miało miejsce 26 marca w Warszawie. Uczestniczyło w nim 13 osób – obecni i ewentualni członkowie Koalicji. Szkolenie składało się z 2 części (media oraz kampanie i lobbying), każdą z nich prowadził inny trener.

5.3.2.2 Szkolenie nt. Perspektywy genderowej w międzynarodowej współpracy rozwojowej

Szkolenie odbyło się 24 listopada w Warszawie i poprowadziły je trenerki współpracujące z KARAT-em oraz z organizacją One World Action..

5.3.2.2 Wkład do raportu

KARAT koordynował powstanie wkładu do europejskiego raportu Social Watch nt. migracji oraz do międzynarodowego raportu Social Watch nt. globalnego kryzysu finansowego. Tekst napisali eksperci związani z Polską Koalicją Social Watch.

5.3.2.3 Produkcja i launch raportu krajowego

Powstał Polski Raport Social Watch „Rozwój społeczny”. Wydrukowano 510 kopii.

5.3.2.4 *Produkcja publikacji „Miniprzewodnik po współpracy rozwojowej z perspektywy równości płci”*

5.3.2.4 *Promocja i dystrybucja materiałów kampanijnych i współpraca z mediami*

Materiały kampanijne zostały zaprezentowane w formie elektronicznej 8 marca 2009 roku. Do mediów rozesłano komunikat prasowy (głównie nt. *Gender Equity Index*). Materiały przekazano parlamentarzystom, organizacjom pozarządowym, naukowcom, studentom i mediom. Około 6000 z 7500 kopii rozdystrybuowano do końca 2009 roku.

W szeroko dystrybuowanym newsletterze przeznaczonym dla Trzeciego Sektora (Pomocnik NGO) ukazał się artykuł nt. Koalicji.

6. WZMOCNIENIE STRATEGICZNE I ORGANIZACYJNE

6.1. Integracja i mobilizowanie organizacji członkowskich

W 2009 roku 2 organizacje (z Azerbejdżanu i Kazachstanu) dołączyły do KARAT-u. Wysiłki na rzecz wzmocnienia koalicji poprzez networking, podjęte na mocy decyzji strategicznej w 2008 roku i kontynuowane w 2009 roku, przynoszą widoczne efekty. Dzięki położeniu nacisku na komunikację z członkami (poprzez grupy mailingowe oraz „KARAT News”) oraz na angażowanie możliwie jak największej liczby członków w działania związane z implementacją projektów realizowanych przez Karat, organizacje członkowskie wciąż zwiększają swoje zaangażowanie w pracę Karatu, zgodnie ze swoimi zainteresowaniami.

Pod tym względem najważniejszymi projektami były „OP-CEDAW“, „Through Their Eyes Thought Ours” oraz „Connect”. Dyskusja na temat Walnego Zgromadzenia planowanego na czerwiec 2010 również odegrała ważną rolę, jeśli chodzi o angażowanie członków KARAT-u w działalność koalicji. W listopadzie do 57 organizacji członkowskich rozesłano kwestionariusze dotyczące ich działalności. Okazało się, że 3 z nich zostały zlikwidowane, a pozostałe 54 są wciąż aktywne i zainteresowane współpracą z Koalicją. Kraje, na terenie których najwięcej organizacji członkowskich KARAT-u, to Macedonia (5) oraz Rumunia, Rosja i Serbia (4). Do KARAT-u należy także 11 indywidualnych członków, najwięcej z Polski (5).

Jak już wspomniano, narzędzia komunikacyjne odegrały istotną rolę w podtrzymywaniu kontaktu z członkiniami i zapewnieniu im możliwości udziału w procesie kształtowania długoterminowej strategii Koalicji. Co ważne, w każdym numerze *KARAT news* pojawiały się co najmniej 3 wiadomości od organizacji członkowskich. W 2009 roku opublikowano 9 numerów „KARAT News”. Przybyło 195 subskrybentów „KARAT News”.

6.2. Zarządzanie

Styczniowe spotkanie Zarządu

23-23 stycznia w Warszawie spotkały się byłe oraz nowo wybrane członkinie Zarządu. Poza omówieniem raportu z Sekretariatu oraz bieżących spraw, spotkanie poświęcone było dalszym pracom nad programem KARAT-u na lata 2009-2012, opartym na celach tematycznych.

Listopadowe spotkanie Zarządu

Kolejne spotkanie miało miejsce 19-20 listopada. Omówiono raport z Sekretariatu, bieżące sprawy oraz przyjęto nowych członków. Co istotne, członkinie Zarządu opracowały strategię Walnego Zgromadzenia Koalicji oraz konferencji WIDE'u. Oba te wydarzenia ugości rumuńska organizacja członkowska KARAT-u AUR w czerwcu 2010.

Bieżąca komunikacja

Dyrektorka wykonawcza oraz asystentka ds. networking zapewniały bieżącą komunikację ze strony Zarządu, wynikającą z jego statutowego obowiązku, jak również bieżące informowanie Zarządu przez członkinie.

6.3. Sekretariat

Liczba pracowników od końca 2009 roku zmniejszyła się, co ma związek z zakończeniem 4 dużych projektów. Obecnie w Sekretariacie zatrudnione jest 7 osób na pełen etat i 2 osoby na część etatu, a kolejne 2 osoby to stali współpracownicy. Liczba projektów także uległa redukcji. W tej chwili KARAT realizuje 3 duże projekty, 4 uzupełniające i 2 mniejsze (w 2009 roku było to 7 dużych projektów i 8 uzupełniających/dodatkowych).