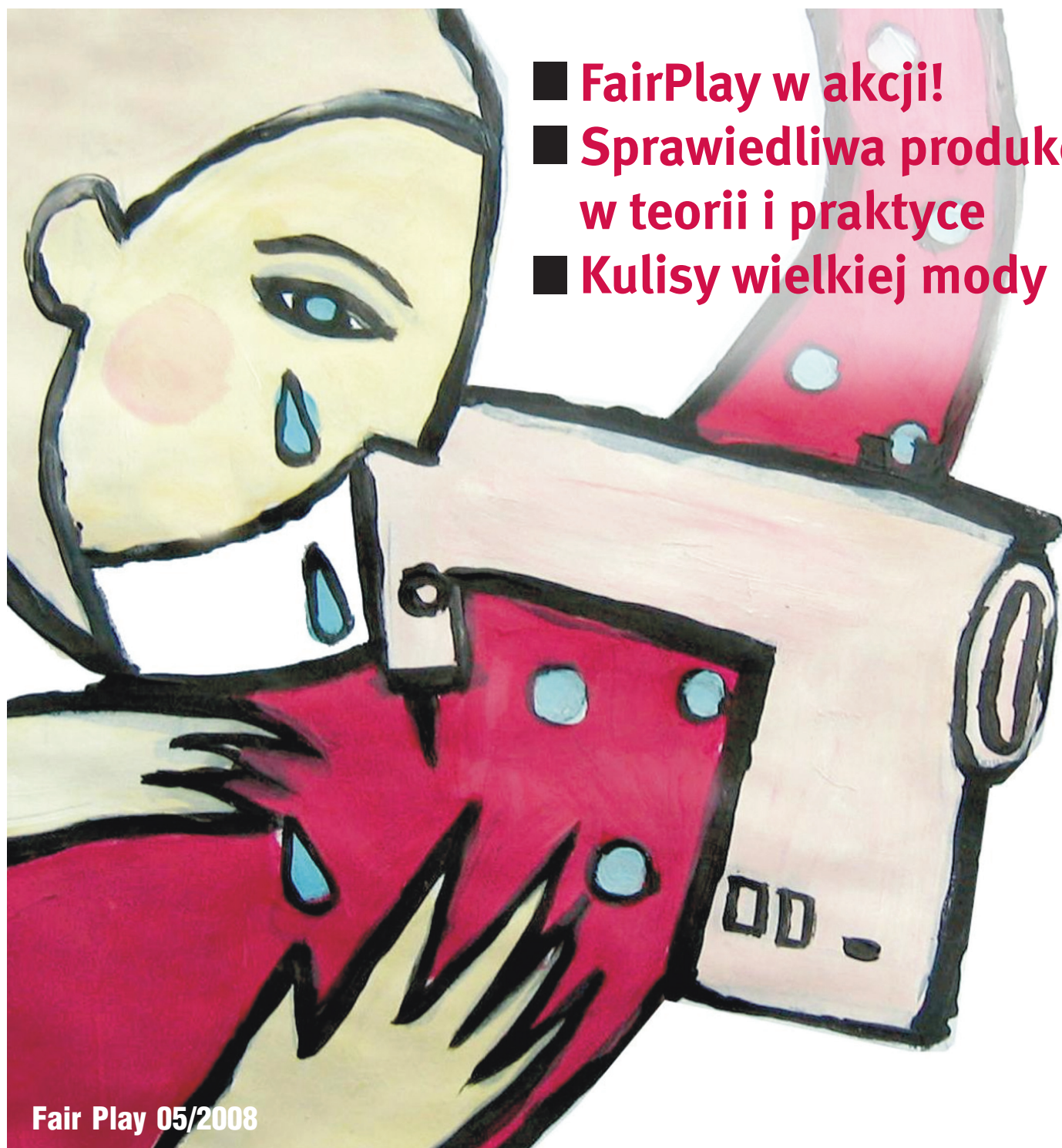




W PRODUKCJI ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH



- FairPlay w akcji!
- Sprawiedliwa produkcja w teorii i praktyce
- Kulisy wielkiej mody

Od Redakcji:

Przedstawiamy Wam już 5 numer FairPlayowego biuletynu, ostatni w tym roku.

Na początek macie okazję poczytać o naszych akcjach, warsztatach i innych działaniach w artykule 'FairPlay w akcji'. We wrześniu nasi wolontariusze pojawili się na starcie Maratonu Warszawskiego, a w listopadzie wspólnie z aktywistami i aktywistkami z Austrii i Niemiec zorganizowali happeningi pod sklepami i w sklepach Puma i Adidasa w Berlinie. W listopadzie odbył się też warsztat w Kępa Cafe w Warszawie. Mówiliśmy o alternatywach w produkcji odzieży, które większą wagę przykładają do warunków pracy. Na warsztacie zadebiutowały też nasze nowe kartki konsumenckie, które znajdziecie na ostatniej stronie. Bardzo zachęcamy do ich używania!

Etyczne alternatywy w produkcji ubrań są też głównym tematem tego numeru. Znajdziecie w nim artykuł o tym skąd się wzięły pomysły na 'sprawiedliwą' produkcję ciuchów i jak to wygląda w praktyce. Polecamy wywiad z Mathiasem Rau, który opowiada o swoim sklepie z etyczną odzieżą. Możecie dowiedzieć się jak działa takie przedsięwzięcie, skąd sprowadzane są sprzedawane w sklepie ubrania, jak potwierdzana jest ich 'etyczność' i czy znajdują nabywców w Niemczech.

W artykule 'Kulisy wielkiej mody' opisujemy historię pracowników tureckich fabryk DESA produkujących dla ekskluzywnych marek takich jak Prada czy Louis Vuitton. Zostali oni zwolnieni z pracy, gdyż próbowali skorzystać ze swojego prawa do zrzeszania się w organizacji pracowniczej. Od kwietnia 2008 pracownicy demonstrują przed fabryką, trwa ich proces w tureckim sądzie i wspierająca ich międzynarodowa kampania. Tej sprawy dotyczy ostatni pilny apel Clean Clothes Campaign, który również zamieszczamy w artykule.

A na koniec, jak zwykle, porcja często zadawanych pytań i odpowiedzi na nie. W tej części kontynuujemy temat etycznej produkcji odzieży.

Życzymy miłej lektury.

Publikacja jest częścią projektu współfinansowanego przez Komisję Europejską. Treść publikacji nie jest wyrazem oficjalnego stanowiska Komisji Europejskiej.



W tym numerze:

Od Redakcji2

Fair Play w akcji

Co nowego3

Etyczna alternatywa

Sprawiedliwa produkcja w teorii i praktyce5

Czysty interes

Wywiad z Mathiasem Rau6

Kulisy wielkiej mody

Kolejny pilny apel8

Często zadawane pytania

Wiedzieć więcej10

coalition
Karat
gender equality

Koalicja KARAT

ul. Rakowiecka 39a/14, 02-521 Warszawa

www.kobietypraca.org/fairplay

e-mail: secretariat@karat.org.pl

Redakcja:

Magda Pocheć, Kasia Staszewska, Joanna Szabuńko

Biuletyn FairPlay 05/2008 wydrukowano na papierze ekologicznym

CO NOWEGO?

Fair Play W Akcji!

Koniec roku 2008 dla aktywistek i aktywistów Fair Play okazał się dość zajmujący. Akcje konsumenckie na rzecz poprawy warunków pracy przy produkcji odzieży sportowej organizowane były przy okazji warszawskich imprez biegowych ale również w samym „oku cyklonu” – sklepach Adidas i Puma w Berlinie. Dodatkowo grono aktywistów i aktywistek powiększyło się dzięki warsztatowi poświęconemu etycznym alternatywom w przemyśle odzieżowym! Oto kilka relacji:

FairPlay na Maratonie Warszawskim



Fot. KARAT

Rankiem 28 września aktywistki i aktywiści KARATu przeprowadzili akcję konsumencką na starcie 30 Maratonu Warszawskiego Flora! To właśnie stąd prawie trzy tysiące biegaczy i biegaczek ruszyło na ciężkie zmagania z królewskim dystansem. Maratończycy chętnie podpisywali się pod przygotowanym przez nas listem do przedstawicieli czołowych firm sportowych (Nike, Adidas, Puma, Asics, New Balance) wzywającym do poprawy warunków pracy w fabrykach produkujących na ich zlecenie. Rozdawaliśmy również „etyczne koszulki” wyprodukowane przez spółdzielnię kobiet w Nikaragui, w których niektórzy biegacze zdecydowali się biec. W ten sposób chcieliśmy pokazać, że produkcja odzieży sportowej

w godnych warunkach jest możliwa, a firmy będące czołowymi graczami na rynku artykułów sportowych mają realny wpływ na jakość warunków pracy swoich dostawców. Inni biegacze by wyrazić poparcie dla naszej akcji przyklejali na swoje koszulki naklejkę „100% Fair” symbolizującą prawo do bezpieczeństwa, godnej pensji i warunków pracy. Wszystkie podpisy zostały wysłane do adresatów, zdjęcia z akcji można natomiast zobaczyć on-line.

Akcja w Berlinie

W weekend 14go i 15go listopada aktywiści i aktywistki FairPlay z Polski (Koalicja KARAT), Austrii (Suedwind Agentur) oraz Niemiec (Inkota) spotkali się w Berlinie na międzynarodowym seminarium Na

rzecz sprawiedliwych warunków pracy w przemyśle odzieży sportowej. Zgłębialiśmy tam techniki teatru ulicznego (ang. *street performance*) – narzędzia, które z wielkim powodzeniem może być stosowane podczas organizowanych przez nas akcji konsumenckich. Dwudniową naukę zwieńczyliśmy wspólnym performansem pod sklepami Adidas i Puma – firm, które swoją główną siedzibę mają w Niemczech. Nawołując do wzięcia odpowiedzialności za warunki pracy przy produkcji artykułów sportowych spotkaliśmy się z zaskoczeniem pracowników sklepów i bardzo przychylną reakcją przechodniów. Film z naszej akcji można zobaczyć on-line wpisując w przeglądarkę youtube hasło „flashmob Clean Clothes PLAY FAIR”.



Fot. Inkota

Warsztat FairPlay w Warszawie

Jednodniowy warsztat *FairPlay w przemyśle odzieżowym. Czy to możliwe?* odbył się w sobotę 22 listopada w Warszawie. Główny

wzbogacić i odświeżyć swoją garderobę. Kolejny warsztat poświęcony etyce w przemyśle odzieżowym planujemy zorganizować w przyszłym roku. Dokładnych informacji szukajcie na naszej stronie internetowej!



Warsztat FairPlay w Warszawie, 22.11.2008

cel: przekazanie młodym konsumentom wiedzy dot. warunków pracy ze szczególnym naciskiem na etyczne alternatywy w przemyśle odzieżowym – udało nam się zrealizować dzięki sesjom pokazującym skalę problemu oraz spotkaniom z przedstawicielami etycznych / alternatywnych sklepów z Niemiec i Polski. Uczestnicy i uczestniczki warsztatu dowiedzieli się także jak mogą zaangażować się w akcje prowadzone w ramach projektu Fair Play i mamy nadzieję, że wesprą nas w naszych dalszych działaniach. Warsztat zakończył się pokazem filmu *My kupujemy, Kto płaci?* i dyskusją, w której udział wzięły reprezentantki związków zawodowych oraz organizacji pozarządowych zajmujących się edukacją rozwojową i społeczną odpowiedzialnością biznesu. Niestety żadna z polskich firm, które zaprosiliśmy do udziału w dyskusji nie pojawiła się. Praktyczny relaks po części edukacyjnej zapewniła nam wieńcząca cały dzień pracy **WYMIENIALNIA UBRANÍ**, która była świetnym sposobem na to by w etyczny i ekologiczny sposób

Weź kartkę na zakupy

Gotowe są już nowe kartki konsumenckie będące prostym sposobem na zaangażowanie się i zdobywanie informacji o tym w jakich warunkach produkowane są Twoje ubrania. Na każdej z naszych pocztówek znajdują się pytania do właścicieli sklepów dot.

przestrzegania podstawowych praw pracowniczych oraz monitorowania działalności firm przez niezależne organizacje. Zostawiając kartkę w sklepie lub wysyłając ją bezpośrednio do firmy będącej producentem popularnych w Polsce marek, dajesz wyraźny sygnał, że warunki, w jakich powstały sprzedawane tam ubrania są dla Ciebie ważne przy podjęciu decyzji o ich zakupie.

Kartkę należy wypełnić – np. wpisać nazwę sklepu, w którym ją zostawiamy, podpisać się i podać swój adres – najlepiej adres e-mail. Następnie, kartkę tę trzeba zostawić u sprzedawcy, z prośbą, by przekazał ją właścicielowi sklepu. Zachęcamy Was także do wysyłania kartek do polskich firm będących producentami tak popularnych marek jak Troll, Cropp Town, Reserved czy TATUUM, które coraz częściej przenoszą swoją produkcję do Chin i nie są monitorowane przez międzynarodowe organizacje na rzecz praw pracowniczych, jak np. Clean Clothes Campaign.

Jeśli jesteście zainteresowani używaniem kartek zajrzyjcie na naszą stronę: **www.kobietypraca.org/fairplay** lub napiszcie do nas: **fairplay@karat.org.pl**



Kilka przydatnych adresów:

LPP SA (producent Reserved, Cropp Town)
ul. Łąkowa 39/44
80-769 Gdańsk
email: lpp@lpp.com.pl

REDAN SA (producent Top Secret, Troll)
ul. Żniwna 10/14
94-250 Łódź
email: redan@redan.com.pl

KAN Sp. z o.o.
(producent TATUUM)
Ul. Wiączyńska 8a
92-760 Łódź
email: kan@kan.pl

Sprawiedliwa produkcja w teorii i praktyce

Etyczna Alternatywa

Od pewnego czasu, szczególnie na zachodzie Europy, przybywa sklepów z odzieżą nazywaną „etyczną”, „alternatywną” lub „wyprodukowaną na zasadach sprawiedliwego handlu”. Są one bezpośrednią odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na etykę w przemyśle odzieżowym ze strony konsumentów. Coraz większa popularność tego rodzaju inicjatyw to między innymi wynik prowadzonych od lat międzynarodowych kampanii zwracających uwagę na łamanie praw pracowniczych podczas produkcji noszonych przez nas ubrań.

Jako konsumenci powinniśmy wiedzieć, że inicjatywy stawiające na etykę w przemyśle odzieżowym nie są jednorodne. Aby zrozumieć o co tak naprawdę w nich chodzi warto dowiedzieć się czegoś o ich początkach. Decydujący wpływ na rozwój etycznego rynku odzieżowego miały różne zjawiska i trendy:

Fair trade: Część inicjatyw wyrosła z europejskiego ruchu na rzecz sprawiedliwego handlu. Ruch ten ma na celu zapewnienie większej równości w stosunkach handlowych przez płacenie producentom przestrzegającym minimalnych standardów społecznych, czasem także ekologicznych, uczciwej ceny za ich produkty.

Union made — inicjatywy związkowe: Trend ten zapoczątkowany został przez aktywistów ruchu „anti-sweatshop” walczącego z pracodawcami eksploatującymi pracowników w USA. Inicjatywy oparte na zasadzie Union made dowodzą, że można prowadzić w Stanach konkurencyjną firmę odzieżową, zaopatrującą się w fabrykach, w któ-

rych działają związki zawodowe, a pracownicy cieszą się pełnią podstawowych praw.

Solidarność: Część alternatyw w stosunku do ‘tradycyjnego’ przemysłu odzieżowego wyrosła także bezpośrednio z walki pracowników o swoje prawa. Przykładem jest tu Solidarity Factory - fabryka założona przez byłych pracowników Bed & Bath w Tajlandii.

Trade not aid: Handel zamiast pomocy: Inicjatywy stawiające na etykę mogą także podejmować próbę stworzenia zatrudnienia i bezpośredniego dopływu pieniędzy do krajów rozwijających się (np. Edun). Inicjatywy oparte na idei ‘trade not aid’ mogą, ale nie muszą, zajmować się problemami dotyczącymi warunków pracy lub stosunków handlowych w łańcuchu dostaw w przemyśle odzieżowym.

Eko-moda: W ostatnich latach pojawia się coraz więcej małych firm koncentrujących się na ekologicznych aspektach produkcji ubrań na różnych etapach produkcji - od produkcji tkanin do recyklingu. Firmy tego rodzaju mogą, ale nie muszą, zajmować się problemami warunków pracy lub stosunków handlowych w łańcuchu dostaw w przemyśle odzieżowym.

Małe firmy kontra korporacje

Listę tę należałoby także uzupełnić o rozróżnienie oddolnego podejścia do etycznej produkcji odzieży prezentowanego przez małe firmy oraz podejścia prezentowanego przez duże firmy



Fot. Zuendstoff

i korporacje.

Te ostatnie coraz częściej zainteresowane są tym by konsumenci nie kojarzyli ich wizerunku z eksploatacją pracowników i zniszczeniem środowiska. Dla przykładu: Nike - jedna z największych firm na rynku artykułów sportowych - dla niektórych swoich serii używa jedynie materiałów ekologicznych i pochodzących z recyklingu (Nike Considered series). Faktem jest, że produkty te mają szansę dotrzeć do ogromnej rzeszy konsumentów i motywować inne korporacje do zmiany. Sceptycy zwracają jednak uwagę na to, że w centrum zainteresowania jest tu ochrona środowiska a nie poszanowanie praw pracowniczych. Co więcej, troska o aspekty ekologiczne i społeczne często jest jedynie elementem strategii PR odpowiadającej na zainteresowanie konsumentów, jak również formą odparcia zarzutów organizacji pracowniczych i ekologicznych, nie oznacza rzeczywistej poprawy warunków pracy.

Inne podejście do etycznej produkcji możemy znaleźć wśród małych firm. W odróżnieniu od dużych korporacji, nie traktują realizowania podstawowych praw pracowniczych jako części strategii marketingowej. Ich praca skupiona jest raczej na gwarantowaniu godnych warunków pracy oraz ochronie środowiska. Jest to działanie podejmowane dobro-

* Clean Clothes Campaign

Sieć organizacji pozarządowych, związków zawodowych, pracowników, konsumentów i aktywistów działająca na rzecz praw pracowniczych w przemyśle odzieżowym. Działa w 12 krajach Europy oraz wielu krajach produkcyjnych, głównie w Azji.

wolnie, a nie będące efektem presji wywieranej przez konsumentów. Tego rodzaju firmy zachęcają do powstawania oraz wzmacniają małe kooperatywy produkcyjne, które tak samo jak na aspekt ochrony środowiska zwracają uwagę na przestrzeganie praw pracowniczych. Aktywnie poszukują zakładów produkcyjnych, w których odzież produkowana jest w etycznych warunkach. Choć tego rodzaju małych firm jest coraz więcej, ich produkty nadal zorientowane są jednak na rynek niszowy.

Co na to Clean Clothes Campaign?

- Zdaniem Clean Clothes Campaign* najlepszym sposobem na wyważoną i długotrwałą poprawę warunków pracy jest zdolność pracowników do organizowania się i obrony swoich praw. Umożliwiają to inicjatywy związkowe i solidarnościowe oraz niektóre modele fair trade.

Aby te działania były naprawdę efektywne, powinny być połączone z płaceniem dostawcom

uczciwych cen, utrzymywaniem z nimi długotrwałych i partnerskich relacji z odpowiednim czasem realizacji zamówień oraz realnymi wymaganiami w stosunku do swoich pracowników. Swoje postulaty ale także konkretne propozycje efektywnych rozwiązań Clean Clothes dyskutuje zarówno z małym, „alternatywnymi” producentami, jak również z głównymi światowymi firmami odzieżowymi. Wspiera wszelkie inicjatywy dążące do trwałej i systemowej poprawy warunków pracy w całym łańcuchach produkcji ubrań.

Wywiad z Matthiasem Rau

Czysty interes

Rośnie liczba osób, które kupując swoje ubrania chce mieć pewność, że nie wspierają producentów łamiących prawa pracowników. W wielu krajach znajdują oni coraz więcej miejsc gdzie dostępne są ubrania wyprodukowane z poszanowaniem praw pracowniczych i środowiska. Jednym z nich jest sklep firmy Zuendstoff. GLOBAL STREETWEAR we Freiburgu (Niemcy), prowadzący sprzedaż również przez Internet. Więcej o tym, jak produkcja i kupowanie 'fairwear' wygląda w praktyce dowiedzieć się z wywiadu z Matthiasem Rau, przedstawicielem Zuendstoff. Czekamy na podobne inicjatywy w Polsce

Matthias, jesteś jednym z założycieli firmy zuendstoff. GLOBAL STREETWEAR. Czy mógłbyś nam powiedzieć skąd wziął się pomysł otwarcia tego typu sklepu i jak obecnie działa zuendstoff?

Pomysł założenia firmy działającej na zasadach sprawiedliwego handlu narodził się, kiedy z Saschą studiowaliśmy nauki polityczne i społeczne. Nasz plan wyglądał następująco: sprowadzać orga-



Sklep Zuendstoff we Freiburgu (Fot. Zuendstoff)

niczne T-shirty z Nikaragui od firm należących do Kobięcych Stowarzyszeń Pracowniczych i sprzedawać je różnego rodzaju stowarzyszeniom, organizacjom pozarządowym oraz zespołom muzycznym by te mogły umieszczać na nich swoje nadruki. Kiedy już skontaktowaliśmy się ze Stowarzyszeniami i dowiedzieliśmy się, że cały proces jest dość cza-

sochłonny, założyliśmy sklep internetowy zuendstoff-clothing.de, aby sprzedawać etyczne ubrania marek takich jak THTC, NoSweat itp. W gruncie rzeczy nadal pracujemy w ten sam sposób co 2 lata temu, jesteśmy małą firmą składającą się z 2 osób. Ostatnio przenieśliśmy się w nowe, fajne miejsce, które dzielimy z naszym kolegą projektantem i drukarzem. W lipcu otworzyliśmy tam sklep.

Od kogo kupujecie ubrania, którymi handlujecie? Skąd pewnośc, że zostały one wykonane w odpowiednich warunkach z pełnym poszanowaniem praw pracowników? Czy możecie powiedzieć coś więcej na temat przyznawania certyfikatów?

Naszym celem jest import koszulek z Nikaragui. Posiadają one certyfikaty produkcji organicznej, nie mają jednak certyfikatów poszanowania warunków pracy. Dzieje się tak dlatego, że spółdzielnie te należą do pracowników, którzy sami wyznaczają sobie płace, a także godziny pracy. Większość innych firm z jakimi współpracujemy posiadają certyfikaty produkcji organicznej lub sprawiedliwego handlu wydane przez FLO (Fairtrade Labelling Organizations), a warunki pracy są zgodne ze standardami takimi jak SA8000, inicjatywy MadeBy, bądź fundacji FairWear. W sumie może być to czasem mylące dla klienta, jako że nie posiadamy jednego rodzaju oznaczenia dla wszystkich produktów, tylko wiele różnych. Jednak dla nas najważniejsze jest, aby firmy były przejrzyste w kwestii gdzie i jak produkują swoją odzież.

Klienci przeważnie obawiają się, że ubrania wyprodukowane zgodnie z zasadami sprawiedliwego handlu są droższe niż zwykłe ubrania. Czy te obawy są zawsze uzasadnione?

Nie, nie zawsze. To zależy to od tego z czym porównujemy ceny. Na pewno odzież etyczna jest droższa od tanich ubrań z C&A czy H&M, ale z drugiej strony etyczne rzeczy można kupić od Kuyichi, Terra Plana lub Veja w takiej samej cenie jak džinsy Levisa, Die-sela, czy buty Nike.

Czy mógłbyś nam powiedzieć, coś więcej o sytuacji w Niemczech? Czy klienci są zainteresowani kupowaniem etycznych ubrań?

Już od lat siedemdziesiątych biznes etyczny był tu dość popularny, ale tylko w ramach produktów spożywczych lub rzemie-



Pracownica Zona de Comercio Justo (fot. Zuendstoff)

ślniczych. Ubrania w tej branży to nadal nowość. Na szczęście media coraz bardziej interesują się tego typu działalnością, co owocuje swojego rodzaju modą. Niestety ludzie nadal bardziej zainteresowani są aspektem ekologicznym (organiczna bawełna), a nie warunkami pracy. Bawełna organiczna jest oczywiście ważna, ale jest to tylko jeden z elementów łańcucha produkcji. Na pewno jednak można zarobić na tego typu odzieży. Większość małych firm, jak my, zaczęła z dużą dozą entuzjazmu, ale małym kapitałem. Zabiera więc to trochę czasu zanim zobaczy się zysk. Są jednak też duże firmy, które zabrały się

za to bardziej profesjonalnie..

To może na zakończenie mógłbyś nam powiedzieć coś o sobie...

O mnie? Hmm, nie ma za dużo do opowiadania. Urodziłem się w 1977 roku na wsi w centralnych Niemczech, w rodzinie klasy średniej. Szkoła, służba cywilna, uniwersytet, który ukończyłem w 2006 roku. Założyłem zuendstoff. GLOBAL STREETWEAR i od tamtej pory cierpię na brak błyskotliwych pomysłów ;)

Sklep Mathiassa można odwiedzić we Freiburgu lub w internecie na stronie: <http://www.zuendstoff-clothing.de>

Fabryka etycznych koszulek

Kobieca kooperatywa Zona de Comercio Justo (Fairtrade Zone) z Ciudad Sandino w Nikaragui założona została w 1999 r. z pomocą amerykańskiej organizacji pozarządowej CDCA (Center for Development in Central Africa). Od 2001 r. szyje odzież z bawełny (głównie koszulki) na eksport do USA i Europy. Kooperatywa liczy 16 członków i zatrudnia od 30 do 60 pracowników (głównie kobiety) szyjących ok. 20.000 koszulek na miesiąc. O wysokości pensji, godzinach pracy, przyjęciu nowych członków oraz inwestycjach decyduje odbywające się raz w miesiącu walne zebranie członków. Tydzień pracy kooperatywy liczy 40 godzin a pensja minimalna waha się od 125\$ do 240\$, przy czym 2/3 członków zarabia więcej. Nadgodziny (maksimum 20 w tygodniu) płacone są podwójnie. Pracownicy mogą liczyć także na świąteczny bonus w postaci tzw. „trzynastki”. Wszyscy są ubezpieczeni, mają prawo do 28 dni wakacji w roku i płatnego dnia na wypadek choroby kogoś z rodziny. Kobietom przysługuje 3miesięczny urlop macierzyński.

KOLEJNY PILNY APEL

Kulisy wielkiej mody



Protest pracowników DESY (Fot. Clean Clothes Campaign)

Mylą się Ci, którzy myślą że wysokie ceny toreb czy rękawiczek ekskluzywnych marek bezpośrednio przekładają się na pensje pracowników i lepsze warunki pracy. Dowodem na to jest historia DESY – tureckiego podwykonawcy takich marek jak Prada, Mulberry, Louis Vuitton, Marks and Spencer, Aspinalls of London czy Samsonite. Od kwietnia 2008 r. pracę w niej straciło już ponad 40 osób. Powodem była przynależność do niezależnego związku zawodowego Deri Is.

W swoich dwóch fabrykach w Düzce i Sefakoy oraz w garbarni w Corlu DESA zatrudnia około 1200 pracowników. Ponad połowa z nich to kobiety pracujące w szczególnie trudnych warunkach. Represje rozpoczęły się pod koniec kwietnia 2009 po tym jak ponad setka z nich postanowiła dołączyć do Tureckiego Związku Pracowników Przemysłu Skórzanego (Deri Is Sendikası, Leather Workers' Union). Jak informuje Clean Clothes Campaign, menadżerowie fabryki próbowali zmusić do 'dobrowolnej rezygnacji' 5 osób zaangażowanych w działania związkowe, zastraszając je i stosując przemoc fizyczną. Choć pracownicy Ci wcześniej byli nagradzani za sumienną pracę, ofi-

cialnym powodem zwolnienia miała być ich nieefektywność, niewypełnianie poleceń zwierzchników, nieobecności oraz nie przyjmowanie nadgodzin. Farsa jednak nie trwała długo. Już 1 maja właściciel DESY Burak Celet, zorganizował spotkanie z pracownikami na którym powiedział otwarcie *Nie chcemy pracować z członkami związku. Związkowcy nie powinni być jednak niczego obawiać, mogą nadal pracować jeśli zrezygnują z członkostwa.*

Menadżerowie narzekają, że rotacja pracowników w DESIE jest niezwykle wysoka. Nawet krótki opis panujących tam warunków pracy wyjaśnia nam dlaczego... Pracownicy DESSY skarżą się przede wszystkim na wyczerpujące nadgodziny. Praca bez przerwy przez 36 godzin nie jest tam rzadkością. Niektórzy dochodzą nawet do 220 godzin w miesiącu. Kolejnym problemem są niskie płace. Pracownicy w Düzce pracują za tzw. pensję minimalną, która w Turcji w najlepszym razie wystarcza na zaspokojenie jedynie połowy podstawowych potrzeb życiowych. Większość z nich nie ma ubezpieczenia zdrowotnego, odmawia się im prawa do dnia wolnego nawet w wypadku śmierci czy choroby kogoś z rodziny. Kobietom nie

przyznaje się urlopów macierzyńskich, wiele z nich musi więc rezygnować z pracy by móc zająć się dziećmi. Listę nadużyć kończy niestosowanie się do podstawowych regulacji dot. bezpieczeństwa i higieny pracy, od braku wentylacji przez niedostateczną ilość toalet do zanieczyszczonej wody pitnej. W przypadku gdy pracownicy upominają się o swoje prawa, grozi się im zwolnieniem.

Krótką historia związku...

Do kwietnia 2008 roku pracownicy DESY nie myśleli o tym by dołączyć do związku. Sytuacja zmieniła się w momencie gdy nowy departament HR zlikwidował i tak nieliczne kanały komunikacji dzięki którym pracownicy mogli wyrazić swoje sugestie czy porozmawiać o nurtujących ich problemach (pudełko skarg i wniosków, zebrania pracowników). Wstąpienie do niezależnego związku było próbą ochrony swoich praw, która nie spotkała się ze zrozumieniem ze strony kierownictwa. Od 6 miesięcy prowadzi ono otwartą i konsekwentną kampanię prześladowania związkowców. W swojej manifestacji siły menadżerowie posunęli się nawet do wprowadzenia policji na teren fabryki. Pracownicy jednak wciąż bronią prawa do organizowania się na codziennych demonstracjach przed fabryką w Düzce. Naraża to ich na ciągłe represje i aresztowania.

Sprawa Emine...

Emine Arslan pracowała w DESIE przez osiem lat zanim zdecydowała się wstąpić do Deri Is. Głównym powodem tej decyzji były wyczerpujące i obowiązkowe nadgodziny. Emine zaczęła rozmawiać o związku ze swoimi kolegami i ko-



leżankami, którzy wkrótce zdecydowali się na rejestrację na liście członkowskiej. Nie trwało to jednak długo. W ciągu jednego dnia otrzymała 3 ostrzeżenia i została zwolniona.

Dzień po zwolnieniu Emine wraz z innymi reprezentantami związku wróciła do DESY prosząc o spotkanie z kierownictwem, którego jej odmówiło. Od tego czasu Emine razem ze swoimi dziećmi oraz innymi zwolnionymi demonstruje przed fabryką domagając się swoich praw.

Menadżerowie próbowali już różnych sposobów by zmusić

Emine do milczenia. Dwa razy oferowali jej łapówkę, ostatni raz 15.000 euro w październiku 2008, nakłaniając do wycofania złożonej przez nią sprawy o bezpodstawne zwolnienie oraz zakończenia demonstracji przed bramą fabryki. Kiedy to nie poskutkowało, zaczęto grozić jej rodzinie.

Kampania trwa

Podczas gdy DESA nadal spokojnie produkuje towary dla luksusowych marek, pracownicy na codziennych demonstracjach przed wejściem do fabryki nie przestają domagać się przywrócenia do pracy i respek-

towania prawa do wolnego zrzeszania się. Międzynarodowe Zrzeszenie Pracowników Przemysłu Tekstylnego, Odzieżowego i Skórzanego (ITGLWF) oraz Clean Clothes Campaign (CCC) w ciągu ostatnich sześciu miesięcy skontaktowały się z większością firm zapatrujących się w DESIE. Niestety, żadna z nich nie podjęła jakiegokolwiek akcji by zapewnić przestrzeganie praw pracowniczych u swoich dostawców. Emine i inni pracownicy wnieśli pozwy w tej sprawie. Sąd nadal je rozpatruje.



Protest Clean Clothes Campaign w Istambule (Fot: Joanna Szaburko)

Pilny Apel: Związki Zawodowe są prawem nie przywilejem !

Najwięksi klienci DESY: Mulberry, Nicole Fahri, Samsonite, Luella, Aspinals of London oraz Louis Vuitton odmówili przyjęcia na siebie odpowiedzialności za warunki pracy w fabryce. Zarówno Prada jak i Mulberry twierdzą, że po zapoznaniu się ze sprawą nie znaleźli w DESIE żadnego problemu. Nie jest to dziwne, jako że nie spotkali się z żadnym z pracowników. French Connection (właściciel Nicole Fahri) przyznało CCC, że zapoznano się ze sprawą, ale nie podjęło żadnego działania. Wreszcie, Luella, Louis Vuitton, Aspinals of London czy Samsonite nigdy nie odpowiedziały na wysłane przez CCC i ITGLWF listy.

Wyraż swoje poparcie dla pracowników DESY wzywając wyżej wymienione firmy do:

Uczestnictwa w dialogu z dostawcami i pracownikami koordynowanego przez ITGLWF

Współpracy z innymi zaopatrującymi się tam markami by skłonić kierownictwo DESY do:

Przywrócenia do pracy pracowników zwolnionych za działalność związkową

Natychmiastowego zaprzestania kampanii anty-związkowej

Przekazania każdemu pracownikowi listu gwarantującego respektowanie prawa do zrzeszania się

Zaakceptowania związku Deri Is jako partnera w dialogu społecznym

Wprowadzenia procedur gwarantujących właściwe relacje między pracownikami i kierownictwem, włączając system skarg, warunki zwolnień itd. I zastosowania się w tej kwestii do obowiązujących międzynarodowych standardów prawa pracy, zwłaszcza prawa do zrzeszania się pracowników i układów zbiorowych.

By podpisać się pod pilnym apelem do firm odwiedź naszą stronę internetową: <http://www.kobietypraca.org/fairplay/>

WIEDZIEĆ WIĘCEJ...

Często Zadawane Pytania:

Gdzie mogą znaleźć ubrania z certyfikatem sprawiedliwego handlu (fairtrade)?

Niestety ubrań z tego rodzaju certyfikatem jeszcze nie ma. Wynika to z problemu zastosowania modelu certyfikacji fairtrade używanego przez FLO (FairTrade Labeling Organizations) do przemysłu tekstylnego, w którym do czynienia mamy z rolnictwem oraz produkcją. Na to wszystko nakłada się jeszcze skomplikowany łańcuch dostaw. I tak jeansy zaprojektowane w Szwajcarii, szyje się na Filipinach, z materiału wyprodukowanego w Polsce z bawełny pochodzącej z Kazachstanu przerobionej na nici w Chinach. Metki do jeansów pochodzą z Francji, guziki z Włoch, a jeansy wycierane są w Grecji. Natomiast zgodnie z modelem certyfikacji każde ogniwo produkcji spełniać powinno standardy Międzynarodowej Organizacji Pracy oraz realizować główne zasady fairtrade do których należą:

- Szacunek i troska dla ludzi i środowiska, stawianie ludzi przed zyskiem;
- Tworzenie producentom środków i możliwości w celu poprawy ich warunków życia i pracy;
- Rozwój obustronnie korzystnych relacji pomiędzy sprzedawcami i nabywcami;
- Płacenie przez kupujących ceny, która zapewnia producentom sprawiedliwe wynagrodzenie za ich pracę i akceptowalny zwrot kosztów dla organizacji marketingowej;
- Wzrost świadomości na temat sytuacji kobiet i mężczyzn jako producentów i handlowców;
- Promocja równych szans dla kobiet;
- Ochrona praw kobiet, dzieci i ludności miejscowej

Ze względu na skomplikowany proces produkcji niezależna kontrola każdego ogniwa jest dziś jeszcze

bardzo trudna. Można bowiem skontrolować proces produkcji bawełny, trudniej natomiast dotrzeć do sieci podwykonawców, którym firmy odzieżowe zlecają inne części produkcji. Dlatego też, jeśli uda Wam się spotkać ubranie z metką 'fairtrade' – prawdopodobnie będzie to oznaczać, że bawełna, z której zostało ono uszyte została wyprodukowana z poszanowaniem zasad fairtrade. Takiej pewności nie można mieć jednak co do innych ogniw łańcucha. Pamiętajcie jednak, że etyczna odzież nie musi mieć koniecznie znaczka 'fairtrade'. W fabrykach zarządzanych bezpośrednio przez pracowników to oni sami decydują o swoich pensjach i inwestycjach.

Jak mogę włączyć się w kampanię na rzecz FairPlay w przemyśle odzieżowym ?

Jest wiele sposobów zaangażowania się. Jednym z nich są e-mejlowe pilne apele, które dostajemy od pracowników zatrudnionych w fabrykach produkujących na zlecenie międzynarodowych firm odzieżowych. Wysyłając mejle do firm odpowiedzialnych za naruszenia wspieramy pracowników w walce o ich prawa (np. żądanie przywrócenia do pracy pracowników zwolnionych za zorganizowanie strajku). Innym sposobem jest branie udziału w ulicznych akcjach konsumenckich organizowanych w ramach projektu FairPlay. Dołączając do nas pomagasz szerzyć wiedzę na temat warunków pracy w przemyśle odzieżowym w Polsce. Co jeszcze ? Zadawaj pytania pracownikom sklepów, w których robisz zakupy. Przykładowe kwestie do poruszenia to:

- Skąd pochodzi to ubranie ?
- Czy wie Pan/ Pani ile zapłacono osobie, która je uszyła ?
- Czy firma przestrzega wolności zrzeszania się pracowników

i oferuje im płacę pozwalającą na zaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych (tzw. living wage) ?

- Czy firma stosuje strategię społecznej odpowiedzialności biznesu oraz kody postępowania (ang. Code of Conducts)
- Czy działania firmy są monitorowane przez niezależne organizacje ?
- Czy raporty z monitoringu są publicznie dostępne ?

Oczywiście, w większości przypadków pracownicy sklepu nie będą znali odpowiedzi na te pytania. Jeśli jednak będziemy domagać się odpowiedzi, managerowie będą w końcu zmuszeni zadać te same pytania osobom, które w firmie odpowiadają za zlecenie produkcji. W ten sposób wywieramy pozytywną konsekwentną presję zmiany!

Czy pracownicy chcą byśmy działali na ich rzecz ? Mogą stracić pracę, a teraz przynajmniej ją mają i zarabiają pieniądze.

Warunkiem rozpoczęcia kampanii przez Clean Clothes jest wyraźna prośba ze strony pracowników. To oni o tym decydują ! Niepewność zatrudnienia jest jednym z największych problemów, z którymi pracownicy muszą się mierzyć niezależnie od międzynarodowego poparcia dla ich sprawy. Praca, którą mają stawia ich w miarę uprzywielejoną sytuacją –dlatego tak wiele osób jest od niej zależnych. To jednak, że praca jest wielką wartością nie jest żadnym wytłumaczeniem nadużyć, których dopuszczają się firmy. Wiele pracowników za musi za nią płacić ogromną cenę: kiepski stan zdrowia, wyczerpanie, rozpad rodziny. Każdy z nas ma prawo do pracy w dobrych warunkach i pensji za którą można godnie żyć. ■

Dobrze uszyte?

Do właściciela/właścicielki sklepu:

.....
nazwa sklepu

Szanowna Pani, Szanowny Panie,

Chętnie robię zakupy w Państwa sklepie,
dlatego chcę mieć pewność, że ubrania,
które u Państwa kupuję są produkowane „fair”.
Warunki pracy w jakich pracują osoby szyczące
sprzedawaną przez państwa odzież
nie są obojętne mnie ani innym klientom
Państwa sklepu.

W związku z tym chciałabym/chciałbym się
dowiedzieć:

— Czy w fabrykach produkujących sprzedawane
przez Państwa ubrania przestrzega się podstawowych
praw pracowniczych dotyczących:
czasu pracy, bezpieczeństwa, wolności zrzeszania się
pracowników i wynagrodzenia?

— Czy jakaś niezależna organizacja monitoruje
przestrzeganie tych norm w firmie, której produkty
Państwo sprzedają?

Bardzo liczę na Państwa odpowiedź.
Serdeczne pozdrawiam

.....
imię, nazwisko, adres lub e-mail zwrotny

Koalition
Karat
gender equality

www.karat.org

www.kobietypraca.org/fairplay

Do właściciela/właścicielki sklepu:

.....
nazwa sklepu

Szanowna Pani, Szanowny Panie,

Chętnie robię zakupy w Państwa sklepie,
dlatego chcę mieć pewność, że ubrania,
które u Państwa kupuję są produkowane „fair”.
Warunki pracy w jakich pracują osoby szyjące
sprzedawaną przez państwa odzież
nie są obojętne mnie ani innym klientom
Państwa sklepu. W związku z tym
chciałabym/chciałbym się dowiedzieć:

— Czy w fabrykach produkujących sprzedawane
przez Państwa ubrania przestrzega się podstawowych
praw pracowniczych dotyczących:
czasu pracy, bezpieczeństwa, wolności zrzeszania się
pracowników i wynagrodzenia?

— Czy jakaś niezależna organizacja monitoruje
przestrzeganie tych norm w firmie,
której produkty Państwo sprzedają?

Bardzo liczę na Państwa odpowiedź.
Serdeczne pozdrawiam,

.....
imię, nazwisko, adres lub e-mail zwrotny

Karat
coalition
gender equality

www.karat.org

www.kobietypraca.org/fairplay

