

FAIR



PLAY

W PRODUKCJI ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH

Nowy projekt:

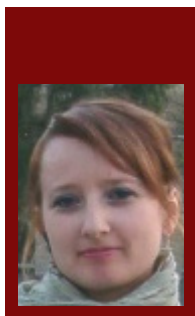
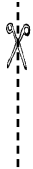
**'Fair Play' w produkcji
artykułów sportowych**

Wiedzieć więcej:

Często Zadawane Pytania

Kampania PlayFair 2008:

**Olimpiada i warunki pracy -
nie będzie złota...**



Joanna Szabuńko



Julia Wrede

Od Redakcji

■ Przedstawiamy nowy biuletyn KARATu, który jest częścią współrealizowanego przez nas projektu: „Fair play w produkcji artykułów sportowych”. Biuletyn będzie wydawany raz na trzy miesiące, przez trzy lata realizacji projektu. Będziemy w nim informować o działaniach podejmowanych w ramach projektu przez KARAT, jak również jego partnerów z Niemiec (Inkota), z Austrii (Südwind) oraz Clean Clothes Campaign i olimpijską Kampanię PlayFair 2008.

Wszystkie te akcje mają na celu poprawę warunków pracy przy produkcji artykułów sportowych, głównie odzieży. W tym numerze prezentujemy nasz projekt, jego cele i planowane działania, a także organizacje partnerskie, z którymi będziemy go realizować. Zamieszczamy też artykuł o rozpoczęciu olimpijskiej Kampanii PlayFair 2008, który przybliży wam cele i działania tej międzynarodowej inicjatywy.

Oprócz praktycznych informacji o podejmowanych akcjach, chcemy wam także dostarczyć wiedzy na temat warunków pracy przy produkcji artykułów sportowych, uwarunkowaniach obecnej sytuacji i proponowanych alternatywach. W każdym numerze będziemy drukować kilka z „często zadawanych pytań” opracowanych przez Clean Clothes Campaign.

Poprzez biuletyn chcemy pomóc konsumentom w dokonaniu świadomych wyborów podczas zakupów i zachęcić ich, by wykorzystywali swoją ‘konsumencką siłę’ na rzecz poprawy warunków pracy przy produkcji kupowanych przez nich artykułów.

Mamy również nadzieję, że prezentowane w biuletynie informacje zachęcą i zmotywują was do zaangażowania się w naszą działalność w Polsce.

Zapraszamy do czytania i do działania!
Joanna Szabuńko i Julia Wrede

Projekt jest współfinansowany przez Komisję Europejską. Komisja Europejska nie odpowiada jednak za treści zawarte w tej publikacji.



Zdjęcie na okładce: Südwind Agentur

W TYM NUMERZE

Od Redakcji

..... 2

Nowy projekt:

‘Fair Play’ w produkcji artykułów sportowych 3

Kampania PlayFair 2008:

Olimpiada i warunki pracy - nie będzie złota... 6

Wiedzieć więcej:

Często Zadawane Pytania 7

Co Nowego?

Nasz projekt w internecie.

■ Zapraszamy na naszą nową stronę internetową:
www.kobietypraca.org/fairplay

Znajdziecie tam wszystkie informacje na temat projektu ‘Fair Play w produkcji artykułów sportowych’, a także szerzej: informacje o warunkach

pracy, głównie kobiet w przemyśle odzieżowym, o działaniach mających na celu ich poprawę, o pracownikach, pracownicach i organizacjach ich wspomagających w Polsce i na świecie, o świadomym kupowaniu, o możliwości angażowania się w nasz projekt i inne podobne działania..

FAIR

PLAY

W PRODUKCJI ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH

Fot. KARAT



Nowy projekt

‘Fair Play’ w produkcji artykułów sportowych

W tym roku KARAT rozpoczął realizację nowego projektu w Polsce, dotyczącego warunków pracy i świadomej konsumpcji. Jest to trzy letni projekt współfinansowany przez Komisję Europejską, realizowany z partnerami z Austrii (Südwind Agentur) i Niemiec (Inkota) i we współpracy z Clean Clothes Campaign (Kampanią ‘Czystych’ Ubrań).

■ Projekt ma długi tytuł:
Mobilizacja na rzecz sektorowego programu dotyczącego sprawiedliwości społecznej w kontekście produkcji artykułów sportowych

...ale w skrócie, chodzi o konieczność stosowania obowiązującej w sporcie szczytnej zasady fair play także w procesie produkcji artykułów sportowych.

Cele projektu to:

- Poprawa warunków pracy osób zatrudnionych przy produkcji artykułów sportowych
- Wzmocnienie świadomości społeczeństwa na temat warunków pracy w fabrykach produkujących na potrzeby sektora sportowego oraz zaangażowanie ich w działania na rzecz poprawy obecnej sytuacji
- Promowanie efektywniejszego wykorzystania koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Biznesu na rzecz poprawy sytuacji pracowników sektora sportowego
- Zabieganie o transparentność i etyczne postępowanie głównych

producentów sektora sportowego

- Rozwijanie konstruktywnego dialogu między producentami, instytucjami sportowymi, związkami zawodowymi i organizacjami pozarządowymi prowadzący do lepszej implementacji standardów pracy.

Partnerzy w projekcie:



Südwind jest austriacką organizacją pozarządową zajmującą się strategią rozwojową, prowadzeniem kampanii na rzecz rozwoju, a także rozwijaniem świadomości globalnej, sprawiedliwym handlem i kampanią na rzecz Milenijnych Celów Rozwoju. Prowadzi również projekty edukacyjne, przeznaczone dla uczniów i nauczycieli, jest austriackim koordynatorem Tygodnia Edukacji Globalnej oraz prowadzi austriacką wersję serwisu internetowego www.oneworld.net.

Od 1998 roku Südwind jest także zaangażowany w Clean Clothes

Campaign. Więcej informacji:

www.cleanclothes.at,
www.suedwind-agentur.at



Inkota jest ekumeniczną organizacją pozarządową, której podstawowym celem jest walka z biedą i niesprawiedliwością ekonomiczną. Główne hasło IKOTY brzmi: „Rozwój zaczyna się naszym krajem i w naszej głowie”. Swoje działania INKOTA skupia na globalnej Północy, prowadząc projekty, kampanie, konferencje i seminaria dotyczące rozwoju. Wspiera także organizacje z Nikaragui, Salwadoru, Gwatemali, Wietnamu i Mozambiku. Z Clean Clothes Campaign współpracuje od 1999 roku.

Więcej informacji: www.inkota.de



Koalicja KARAT jest międzynarodową siecią organizacji pozarządowych z

krajów Europy Środkowej i Wschodniej oraz Wspólnoty Niepodległych Państw. Zajmuje się tematyką równości płci, zwłaszcza sytuacją ekonomiczną i społeczną kobiet w tym regionie. Główne działania KARATu to monitorowanie przestrzegania umów międzynarodowych w krajach regionu, lobbing na rzecz wyrównywania szans i uwzględniania potrzeb kobiet (na poziomie krajów, UE i ONZ), wzmacnianie organizacji pozarządowych w regionie. KARAT prowadzi także konkretne projekty dotyczące między innymi rynku pracy i kwestii rozwojowych, ostatnio np. projekty edukacyjne poświęcone ekonomii i polityce Unii Europejskiej wobec krajów sąsiadujących. KARAT jest szczególnie nastawiony na wzmocnienie współpracy, poczucia solidarności i tożsamości pomiędzy kobiecymi organizacjami pozarządowymi w regionie. Zrzesza 50 organizacji i 9 członkiń indywidualnych z 23 krajów. Sekretariat KARATu mieści się w Warszawie.

W swej działalności w Polsce KARAT skupia się zwłaszcza na sytuacji kobiet na rynku pracy i przestrzeganiu praw pracowniczych w przemyśle i handlu. Lobbuje na rzecz zmian w prawie i przestrzeganiu obowiązujących przepisów i prowadzi działania zwiększające świadomość społeczną.

Z Clean Clothes Campaign (Kampanią 'Czystych' Ubrań), KARAT współpracuje od 2002, głównie prowadząc monitoring warunków przy produkcji odzieży w Polsce. W 2005 roku został wydany raport: 'Warunki Pracy w Polskim Przemysle Odzieżowym. Wyniki Badań.' Jest on dostępny na stronie KARATu:

www.karat.org

Co będziemy robić w Polsce?

Badania

W przeciwieństwie do Niemiec i Austrii, gdzie działalność CCC i idea świadomej konsumpcji rozwijają się od wielu lat, w Polsce są to dopiero początki. By zyskać podstawę do naszych działań, chcemy zbadać tzw. 'sektor sportowy' w Polsce, w szczególności obecność na polskim rynku światowych producentów artykułów sportowych i ich dystrybutorów. Będziemy badać także działalność polskich firm, głównie tych, które produkują w Polsce, ale także tych produkujących

w krajach azjatyckich.

Tematem naszych badań będą również postawy polskich konsumentów w branży produktów sportowych, ich wiedza, preferencje, motywacje decyzji podejmowanych w czasie zakupów

Analizując dostępne dane, przeprowadzając wywiady z producentami, pracownikami i konsumentami chcemy opisać nasz sektor sportowy, także w kontekście międzynarodowym, biorąc pod uwagę problematykę globalizacji (przenoszenie produkcji do krajów azjatyckich), kwestii rozwojowych (standardy pracy w krajach rozwijających się), Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (efektywność jej wdrażania w produkcji artykułów sportowych), czy świadomej konsumpcji (jej obecność, rozwój w Polsce).

Wyniki badań opublikowane w Raporcie będą między innymi podstawą do działań KARATu, jak i szerzej – Kampanii 'Czystych' Ubrań.

Informacja

W ramach projektu przede wszystkim informujemy o warunkach pracy przy produkcji artykułów sportowych, uwarunkowaniach obecnej sytuacji i proponowanych alternatywach. Informujemy też o działaniach, podejmowanych przez pracowników i wspierające ich organizacje, zmierzających do poprawy warunków pracy w tym sektorze i o możliwości zaangażowania się w nie. Chcemy również dostarczać konsumentom informacje, które pomogą im dokonywać świadomych wyborów podczas zakupów i wykorzystywać swoją 'konsumencką siłę' na rzecz poprawy warunków pracy przy produkcji kupowanych przez nich artykułów.

Wszystkie te informacje chcemy przekazać poprzez rozbudowywane właśnie, **strony internetowe** projektu (po angielsku: www.womenslabour.org i po polsku: www.kobietypraca.org), wydawany co trzy miesiące **Biuletyn**, inne **materiały informacyjne** i te związane z kampaniami na rzecz poprawy warunków pracy prowadzonymi w kontekście dużych wydarzeń sportowych, zwłaszcza przyszłorocznej Olimpiady w Pekinie.

Wiele informacji, analiz i wskazówek dla osób chcących się zaangażować w nasze działania będą też zawierać **publikacje** wydane w ramach projektu. W Polsce będą to na przykład: wspomniany Raport o sektorze sportowym w Polsce czy 'Podręcznik dla aktywistów'.

Poza tym, częścią projektu są **warsztaty edukacyjne**, podczas których różne grupy (konsumentki, związkowcy, aktywiści, przedstawiciele organizacji pozarządowych etc) będą mogły dowiedzieć się więcej o warunkach pracy, działaniach na rzecz ich poprawy i świadomej konsumpcji.

Skuteczna informacja wymaga współpracy z mediami, która też jest częścią projektu. W 2008 planujemy zorganizować „wizytę prasową” w Chinach, która będzie skupiać się na warunkach pracy przy produkcji artykułów sportowych w kontekście Olimpiady. Powstałe w jej wyniku materiały medialne będą miały na celu uwrażliwienie mediów, a przez to i społeczeństwa na problematykę warunków pracy, globalizacji, problemów rozwojowych, Społecznej Odpowiedzialności Biznesu i świadomej konsumpcji.

Akcje

Inicjatywy takie jak Kampania Clean Clothes Campaign w dużej mierze opiera się na działaniach swoich aktywistów/ek w wielu krajach. Dotychczas wypracowano wiele rodzajów „akcji” - happeningi, akcje uliczne, produkcja i dystrybucja materiałów informacyjnych i kampanijnych, różne formy spotkań edukacyjnych etc. Aktywiści i aktywistki CCC to osoby angażujące się w różnoraki sposób na rzecz poprawy warunków pracy głównie w przemyśle odzieżowym. Aktywistą lub aktywistką może zostać każda osoba, która zgadza się z misją CCC i chce aktywnie działać na rzecz jej realizowania.

Takie grupy organizują się w wielu krajach i działają również w ramach tego projektu w Niemczech i Austrii. W Polsce chcemy zbudować **sieć aktywistów i aktywistek**, którzy wspieraliby nasze działania. Dlatego właśnie w projekcie przewidziane jest wydanie „Podręcznika” pomagającego nowym polskim aktywistom/kom rozwinąć działalność, dając im podsta-

Przyląć się!!!

Zapraszamy do współpracy wszystkich zainteresowanych działalnością na rzecz poprawy warunków pracy jak i świadomej konsumpcji, także w ramach kampanii Czystych Ubrań oraz kampanii 'Play Fair'. Jeśli chcesz zostać aktywistką lub/i przylączyć się do 'Pilnych Apeli' lub/i dostawać ten biuletyn **skontaktuj się z nami!**

sekretariat@karat.org.pl

wowe wiadomości i wskazówki opracowane przez bardziej doświadczonych aktywistów/ki z innych krajów. W tym samym celu organizowane będą warsztaty dla zainteresowanych rozwijające ich wiedzę i umiejętności w zakresie działalności w kampaniach na rzecz poprawy warunków pracy. Planujemy też międzynarodowe spotkania aktywistów i aktywistek, poświęcone głównie wymianie doświadczeń i wiedzy, a także, planowaniu wspólnych akcji.

Mamy nadzieję, że uda nam się zachęcić do współpracy wiele osób zainteresowanych tym, żeby kupowane przez nich ubrania były produkowane w 'ludzkich' warunkach. Mamy też nadzieję, że razem uda nam się wypracować strategię działania odpowiadającą polskim realiom i potrzebom.

Inną formą angażowania się w nasze działania i wspierania pracowników przemysłu odzieżowego są **'Pilne Apeli'**. Jest to system pomocy pracownikom w trudnych sytuacjach i wywierania presji na pracodawców nie przestrzegających standardów – chcemy go rozwinąć również w Polsce. By uczestniczyć w 'Pilnych Apelach' wystarczy podpisać przygotowany przez CCC apel będący odpowiedzią na konkretną sytuację łamania praw pracowniczych w konkretnej fabryce, i wysłać go mailem do producenta. Im więcej takich maili zostanie wysłanych, tym bardziej pracodawca odczuje, że jego postępo-

wanie spotyka się ze sprzeciwem nie tylko pracowników, ale i opinii publicznej.

Współpraca międzynarodowa

Fair Play w produkcji artykułów sportowych to projekt międzynarodowy, realizowany przez organizacje z Austrii, Niemiec i Polski we współpracy z Kampanią 'Czystych' Ubrań działającą w wielu krajach Europy i nie tylko. Większość działań ma także charakter międzynarodowy, w szczególności:

❑ **Międzynarodowe warsztaty dla aktywistów** ze wszystkich trzech krajów, zaangażowanie w system 'Pilnych Apeli', wspólne akcje przy okazji wielkich wydarzeń sportowych, zwłaszcza Euro 2008 w Austrii i Olimpiady w Pekinie,

❑ **akcjach lobbingsowych** na rzecz poprawy warunków pracy skierowanych do producentów artykułów sportowych i organizacji sportowych.

❑ Razem z partnerami projektu jak i współpracującymi z CCC organizacjami z krajów rozwijających się planujemy również zorganizowanie **wizyt pracowników fabryk** produkujących odzież, np. w Azji by podczas spotkań z odbiorcami ich produktów w Austrii, Niemczech czy w Polsce mogli przybliżyć im rzeczywistość pracowników fabryk.

Wiele spośród działań projektu jest częścią międzynarodowej kampanii Play Fair 2008. ■



Fot. CCC

"Pilne Apeli"

Clean Clothes Campaign (Kampania 'Czystych' Ubrań) stworzyła system 'Pilnych Apeli'. Polega on na wywieraniu nacisku na producentów poprzez natychmiastowe i masowe reagowanie na przypadki łamania praw pracowniczych w poszczególnych fabrykach. Wszystkie akcje podejmowane są na prośbę pracowników z fabryk, gdzie te nieprawidłowości mają miejsce.

Po sprawdzeniu wezwania przez Międzynarodowy Sekretariat Kampanii w Amsterdamie i jego lokalne kontakty, przygotowane apele wysyłane są do wszystkich, którzy przyłączyli się do sieci 'Pilnych Apeli' drogą mailową/pocztową, a one przesyłają je w swoim imieniu do producentów i korporacji dla których szyją fabryki łamiące prawa pracownicze. Jeśli chcesz brać udział w 'Pilnych Apelach' i przyłączyć się do tworzonej w Polsce sieci napisz do KARATu: secretariat@karat.org.pl Więcej informacji na stronie: www.cleanclothes.org



Kampania PlayFair 2008

Olimpiada i warunki pracy - nie będzie złota...

W Chińskich fabrykach łamie się prawa pracownicze na licencji olimpijskiej. W zakładach produkujących stroje sportowe i gadżety na Pekijską Olimpiadę, pracuje się kilkanaście godzin dziennie za 50% płacy minimalnej, często w niebezpiecznych warunkach. Pracownicy nie mają możliwości zrzeszania się, a fałszowana dokumentacja tuszuje naruszenia. Przymyka na nie oko również Międzynarodowy Komitet Olimpijski wzywany przez Kampanię PlayFair2008 do przeciwdziałania nadużyciom olimpijskich dostawców.

■ 7 czerwca 2007, w przeddzień spotkania Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego w Londynie, w Brukseli został zaprezentowany raport "No medal for the Olympics on labour rights" („Bez medali na olimpiadzie praw pracowniczych”) przygotowany przez kampanię PlayFair2008. Ujawnia on poważne naruszenie podstawowych norm pracy w kilku chińskich fabrykach dostarczających licencjonowane artykuły na Pekijskie Igrzyska Olimpijskie. Naruszenia te obejmują: wypłacanie pracownikom połowy minimalnego wynagrodzenia, zatrudnianie zaledwie dwunastoletnich dzieci, przymusowe nadgodziny - 12-godzinna praca przez siedem dni w tygodniu w niebezpiecznych i niezdrowych warunkach.



Fot. PlayFair2008

Pojawiają się także przypadki nakazywania pracownikom mówienia nieprawdy zewnętrznym inspektorom pytającym o wynagrodzenia i przestrzeganie przepisów BHP i fałszowaniu danych dotyczących zatrudnienia przez pracodawców. Ponieważ w Chinach nie ma wolności zrzeszania się, pracownicy są pozbawieni jakichkolwiek skutecznych środków obrony

swoich praw.

Raport został przygotowany na podstawie wyników badań i rozmów z pracownikami przeprowadzonych przez aktywistów Kampanii PlayFair2008 na początku 2007 roku w czterech fabrykach produkujących na olimpijskiej licencji torby, nakrycia głowy, artykuły papierniczne i inne produkty. Były to: Lekit Stationary Co, Mainland Headwear Holdings Ltd, Eagle Leather Products i Yue Wing Cheong Light Products.

Międzynarodowy Komitet Olimpijski narzuca licencjobiorcom różne surowe warunki, jednak nie obejmują one wymagań dotyczących przestrzegania podstawowych standardów pracy. Od Olimpiady w Atenach w 2004 roku Organizacje zaangażowane w Kampanię PlayFair starają się nakłonić Międzynarodowy Komitet Olimpijski do włączenia podstawowych standardów praw pracowniczych do zawieranych przez tą organizację kontraktów. „Wydawanie licencji na marki olimpijskie jest głównym źródłem dochodu MKOl i komitetów olimpijskich w poszczególnych krajach i to, że tak poważne naruszenia międzynarodowych standardów pracy mają miejsce w fabrykach mających olimpijskie licencje, przynosi wstyd całemu ruchowi olimpijskiemu.” uważa Guy Ryder, Sekretarz Generalny Międzynarodowej Konfederacji Związków Zawodowych, jednego z głównych partnerów Kampanii PlayFair 2008 obok Międzynarodowego Zrzeszenia Pracowników Przemysłu Tekstylnego, Skórzanego i Odzieżowego i Clean Clothes Campaign.

Ocenia się, że Igrzyska Olimpijskie w Pekinie przyniosą komitetowi olimpijskiemu około 70 milionów dolarów docho-

du – o 40% więcej niż Olimpiada w Sydney w 2000 roku. Prawa do transmisji, sponsorzy i sprzedaż biletów są głównymi źródłami przychodów z Olimpiady, jednak znaczne zyski przyniesie też sprzedaż produktów związanych z Olimpiadą.

„PlayFair 2008 jest w każdej chwili gotowa rozpocząć dyskusję z MKOl-em na temat utworzenia skutecznego mechanizmu chroniącego pracowników wykorzystywanych w produkcji związanej z Olimpiadą”- deklaruje Ineke Zeldenrust z Międzynarodowego Sekretariatu Clean Clothes Campaign – „MKOl zbyt długo nie poruszał tych tematów i teraz będziemy prowadzić aktywną kampanię, aby zmusić go do działania. Jako organizatorzy największego światowego wydarzenia sportowego powinni również użyć swojego autorytetu by wesprzeć pełne przestrzeganie podstawowych praw pracowniczych w całym sektorze artykułów sportowych”. Kampanię popiera Lee Cheuk Yan, Sekretarz Generalny Konfederacji Związków Zawodowych w Hong Kongu: „To że MKOl odmawia zapewnienia uznawanych na całym świecie podstawowych norm pracy, dotyczących wolności stowarzyszania się w fabrykach mających licencje olimpijskie, pozostaje w bezpośredniej sprzeczności z olimpijską ideą uczciwej rywalizacji. Straszliwe warunki pracy chińskich robotników produkujących artykuły olimpijskie przynoszą wstyd Międzynarodowemu Komitetowi Olimpijskiemu i chińskiemu rządowi.” Przed opublikowaniem raportu, PlayFair 2008 wysłała jego egzemplarz do siedziby MKOl-u w Lozannie, wzywając go ponownie do przyjęcia i wdrożenia efektywnych mechanizmów zapewniających poszanowanie podstawowych standardów pracy w całym procesie przyznawania licencji i wszystkich kontraktach na dostawę towarów. W poprzednich rozmowach między PlayFair a MKOl Komitet odrzucił propozycję PlayFair i do chwili obecnej nie ma żadnego

efektywnego mechanizmu ochrony pracowników przed wyzyskiem w produkcji związanej z Olimpiadą.

Więcej informacji o Kampanii PlayFair 2008 oraz Raport w języku angielskim są dostępne na stronie:
www.playfair2008.org,

a jeśli chcesz dowiedzieć się więcej działaniach wspierających Kampanię PlayFair2008 w Polsce napisz do KARATU:

secretariat@karat.org.pl

Dowiedz się więcej!!!

- ☐ o Koalicji KARAT:
www.karat.org
- ☐ o tym projekcie:
www.kobietypraca.org
- ☐ o Clean Clothes Campaign:
www.cleanclothes.org
- ☐ o Kampanii Play Fair2008:
www.playfair2008.org

PlayFair2008

PlayFair2008 jest międzynarodową kampanią prowadzoną przy okazji igrzysk olimpijskich wzywającą do przestrzegania wartości olimpijskich, zwłaszcza zasady Fair Play, również w produkcji artykułów sportowych, głównie odzieży i obuwia sportowego. PlayFair2008 to monitoring warunków pracy w fabrykach artykułów sportowych (zwłaszcza produkujących na licencji olimpijskiej), badania na temat głównych marek sportowych oraz lobbing na rzecz przestrzegania standardów pracy skierowany do głównych producentów sektora sportowego i instytucji sportowych, zwłaszcza MKOl. W ramach PlayFair2008 organizowane są również akcje uświadamiające konsumentów (happeningi, publikacje, spotkania etc), akcje poparcia i solidarności z pracownikami, i wiele innych inicjatyw podejmowanych w wielu krajach świata. PlayFair2008 jest prowadzona przez Clean Clothes Campaign (Kampanię 'Czystych' Ubrań), Międzynarodową Konfederację Związków Zawodowych oraz Międzynarodowe Zrzeszenie Pracowników Przemysłu Tekstylnego, Odzieżowego i Skórzanego. Jak dotąd w kampanii udział wzięły setki organizacji i wielu znanych sportowców z 35 krajów. Kampania działała z sukcesem w czasie Olimpiady w Atenach, a teraz rozpoczyna swoją aktywność w związku z Olimpiadą w Pekinie w 2008. KARAT oficjalnie wspiera Kampanię. Więcej informacji:
www.playfair2008.org

Więcej informacji:
www.playfair2008.org



PLAYFAIR2008.org

Fot. PlayFair2008

Wiedzieć więcej

Często Zadawane Pytania

W każdym numerze będziemy drukować kilka z „często zadawanych pytań” opracowanych przez Kampanię 'Czystych' Ubrań. Oto pierwsze z nich:

Co to jest Clean Clothes Campaign?

Clean Clothes Campaign (Kampania 'Czystych' Ubrań) to organizacje pozarządowe, związki zawodowe, pracownicy i konsumenci w wielu krajach, działający na rzecz poprawy warunków pracy i wzmocnienie pozycji pracowników przemysłu odzieżowego na całym świecie poprzez eliminację eksploatacji i wykorzystywania pracowników tego przemysłu, z których większość to kobiety.

Co robi Clean Clothes Campaign?

- ☐ Monitoruje warunki pracy głównie w fabrykach odzieżowych
- ☐ Wywiera nacisk na producentów aby odpowiadali za zapewnienie

przyzwoitych warunków pracy przy produkcji (głównie odzieży).

- ☐ Wspiera pracowników, związki zawodowe i organizacje pozarządowe w krajach, w których odbywa się produkcja.
- ☐ Zwiększa świadomość konsumentów poprzez dokładne informowanie o warunkach pracy zwłaszcza w przemyśle odzieżowym i mobilizuje obywateli do wykorzystywania 'władzy', którą dysponują jako konsumenci.
- ☐ Bada prawne możliwości poprawy warunków pracy i lobbuje na rzecz legislacji zapewniającej odpowiednie warunki pracy oraz na rzecz przepisów (ustaw), które zmuszałyby rządy i firmy do tego, aby stały się one konsumentami postępującymi zgodnie z zasadami etyki.

Czy Clean Clothes Campaign odniosła jakieś sukcesy w poprawie warunków pracy?

Tak. Przykładem jest system „Pilnych apeli”, który działa bardzo sprawnie. Znaczna część wezwań, rozesłana w ostatnich kilku latach przyniosła zamierzony efekt. Sami pracownicy - po kampaniach skierowanych do ich fabryk - informowali nas o zmianach w warunkach pracy. Szczególnie na najniższym poziomie łańcucha podwykonawców warunki się poprawiły. Firmy produkujące odzież także zareagowały na to, że w ostatnich latach stały się celem międzynarodowych kampanii. Przyjęły własne kodeksy postępowania i opracowały projekty polityki społecznej odpowiedzialności biznesu. Chociaż CCC niezbyt wysoko ocenia większość tych kodeksów, a ich

przepisy są często łamane w wielu fabrykach, liczy się już sam fakt, że firmy zostały zmuszone do działania w tej sprawie i nawet powoływały do tego specjalne działy. Można to uważać za pierwszy krok w całym procesie eliminacji wyzysku pracowników w przemyśle odzieżowym na świecie. Producenci podjęli pewne zobowiązania, za które będą odpowiedzialni. Ważnym osiągnięciem Clean Clothes Campaign jest to, że sprawiła, iż problem warunków pracy milionów kobiet produkujących nasze ubrania został rozpoznany i nagłośniony, a teraz próbujemy go rozwiązać.

Czy wzywacie do bojkotu?

Nie. Clean Clothes Campaign chce, aby pracownicy zachowali swoje miejsca pracy, tak więc najgorszą rzeczą, jaka mogłaby się zdarzyć byłaby decyzja firmy do zaprzestania działalności w fabryce czy kraju i przeniesienie się gdzie indziej. Zachęcamy konsumentów do dalszego kupowania odzieży sportowej, a firmy do dalszej produkcji, ale bez wyzysku pracowników.

W szczególnych sytuacjach możemy poprosić firmę składającą zamówienie u pośrednika, dostawcy czy sprzedawcy, aby poinformowała zakład, że już nie będzie więcej u nich kupować, jeśli natychmiast nie poprawią się warunki pracy. Jeśli jednak pracownicy popierani przez społeczeństwo wzywają do bojkotu, CCC nie sprzeciwia się ich działaniom. Takie przypadki

miały miejsce i są opisane na www.cleanclothes.org

Czy „czyste ubrania” nie będą drogie?

Nie, „czyste ubrania” nie będą droższe. Chociaż firmy zlecające produkcję twierdzą, że tak będzie, jest to tylko taktyka unikania stosowania standardów pracy.

W rzeczywistości takie twierdzenie jest śmieszne. Łączne wynagrodzenia pracowników nigdy nie stanowią więcej niż 5% całkowitego kosztu ubrania. To oznacza, w skrajnym przypadku, że jeśli płace miałyby się zwiększyć dwukrotnie, a koszty tej podwyżki przerzucone byłyby na klientów, para butów, które teraz kosztują 200 złotych, kosztowałaby 210 złotych. Oczywiście można zapytać, czy koszty podwyżki płac powinny być ponoszone przez konsumentów czy raczej przez właściciela marki lub sprzedawcę, do których trafia lwią część zysku?

To samo dotyczy ulepszeń wykraczających poza zwiększanie poziomu płac do wysokości pozwalającej na prowadzenie życia na właściwym poziomie, takich jak: lepsze oświetlenie, wentylacja, zgodność z przepisami BHP itp., ale to nadal nie powinno oznaczać, że „czyste ubrania” będą drogie.

Gdzie mogę znaleźć informacje o poszczególnych firmach i prawach pracowniczych w ich fabrykach?

Informacje o poszczególnych producentach są dostępne na stronie internetowej Clean Clothes Campaign: www.cleanclothes.org. Możecie tam także znaleźć linki do innych organizacji prowadzących kampanie w tej sprawie.

Obecnie wiele firm publikuje raporty społeczne, jednak ich jakość jest zróżnicowana. Dlatego też, przygotowywane są międzynarodowe standardy raportów etycznych w ramach tzw. Global Reporting Initiative (GRI). Pomysł polega na tym, by wypracować wspólny wzór 'raportu socjalnego', który używany byłby przez firmy i weryfikowany przez audytorów, podobnie jak dzieje się to w przypadku raportów finansowych. Opracowywanie dokładniejszych raportów socjalnych może zwiększyć przejrzystość działań firm, warto jednak pamiętać, że audyt GRI nie sprawdzi, czy informacje są prawdziwe...

Informacji o firmach dostarczają również szybko rozwijające się inicjatywy „oceny etycznej”. Tworzą one listy porównujące postępowanie firm pod względem etycznym. Należy jednak pamiętać, że większość z nich porównuje raczej politykę (strategię) firm niż to, co robią w praktyce.

Jeśli nie możecie znaleźć informacji o jakiejś firmie, możecie zawsze skontaktować się z nią bezpośrednio.

... więcej odpowiedzi na pytania konsumentów w następnym numerze.



Koalicja KARAT

Ul. Karmelicka 16/13

00-163 Warszawa

Tel: 22 636 83 07

e-mail: secretariat@karat.org.pl

www.karat.org

www.kobietypraca.org

Redakcja : Joanna Szabuńko (Koordynatorka Projektu) i Julia Wrede