

FAIR



PLAY

W PRODUKCJI ARTYKUŁÓW SPORTOWYCH

- Alternatywna sztafeta olimpijska!
- EURO 2008 – Czysty zysk?
- Fair Play zawsze w modzie



Od Redakcji:

To już trzeci numer biuletynu projektu: „Fair Play w produkcji artykułów sportowych”.

Rok 2008 to nie tylko Olimpiada w Pekinie ale również mistrzostwa Europy w piłce nożnej czyli Euro 2008 które odbędą się w Austrii i Szwajcarii. Są one okazją do dużych zysków wielu firm sportowych a także do działań kampanii PlayFair2008. O tym wydarzeniu piszemy w artykule: „Czysty zysk?”.

Tym razem możemy też zaprezentować Wam wydany już raport: „Fair Play – zawsze w modzie. Świadoma konsumpcja a warunki pracy kobiet przy produkcji odzieży sportowej”. Polskie szwaczki opowiadają w nim o tym, jak szyją sportowe ubrania, producenci mówią o swojej działalności wobec azjatyckiej konkurencji, a konsumenci o tym, jakie sportowe ciuchy kupują, a jakie kupować by chcieli. Te głosy zestawione z opiniami ekspertów, analizami, i dostępnymi danymi o produkcji i rynku odzieży sportowej dają nam obraz tego sektora w kontekście zagadnień praw pracowniczych i świadomego kupowania. Jeśli chcecie dowiedzieć się więcej zrzycie do artykułu: „Fair Play – zawsze w modzie”.

W tym numerze piszemy również o najnowszych działaniach kampanii Play Fair2008, a zwłaszcza o akcji Catch the Flame! Czyli alternatywnej sztafecie ognia olimpijskiego na rzecz przestrzegania praw pracowniczych. Może wziąć w niej udział każda zainteresowana osoba w bardzo prosty sposób. O tym jak i kiedy organizowana jest akcja możecie dowiedzieć się z artykułu: „Catch the flame!”.

Na koniec jak zwykle, mamy dla Was kolejną porcję odpowiedzi na „Często Zadawane Pytania”, które tym razem dotyczą warunków pracy i praw pracowniczych przy produkcji artykułów sportowych i gadżetów w związku z Olimpiadą. Na tym kto, dlaczego i jak powinien przyjąć odpowiedzialność za przestrzeganie standardów pracy w tej sytuacji.

Zachęcamy Was również do odwiedzania naszej strony internetowej: www.kobietypraca.org/fairplay, gdzie znajdziecie wszystkie publikacje jak również najnowsze informacje związane z projektem i działalnością kampanii PlayFair2008.

Joanna Szabuńko i Magda Pocheć

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



Fot. Play Fair at the Olympics

W tym numerze:

Od Redakcji 2

Czysty zysk?

UEFA EURO 2008 3

Fair Play zawsze w modzie

Raport: Świadomość konsumencka a warunki pracy kobiet przy produkcji odzieży sportowej 6

Catch the Flame!

Wariacja na temat sztafety olimpijskiej 5

Czy wiesz już wszystko o olimpiadzie?

Ulotka olimpijska 6

Często zadawane pytania

Wiedzieć więcej 7

coalition
Karat
gender equality

Koalicja Karat

Ul. Karmelicka 16/13, 00-163 Warszawa

e-mail: secretariat@karat.org.pl

fairplay@karat.org.pl

www.karat.org, www.kobietypraca.org

Redakcja:

Joanna Szabuńko, Magdalena Pocheć

UEFA EURO 2008

Czysty zysk?

Wielkie wydarzenia sportowe, w tym tegoroczne mistrzostwa Europy w piłce nożnej, przynoszą zawrotne zyski markowym producentom, takim jak Adidas czy Puma. Nierzadko jednak okazuje się że zysk i wyzysk idą ze sobą w parze.

Zbliżają się wyczekiwane przez kibiców piłki nożnej mistrzostwa Euro 2008. Jest to bardzo medialne wydarzenie, które przyciągnie na stadiony w Austrii i Szwajcarii oraz przed telewizory rzeszę kibiców. Stanowi więc niepowtarzalną okazję marketingową dla topowych producentów artykułów sportowych.

W zeszłym roku Adidas odnotował zawrotne zyski rzędu 500 milionów Euro. Zarobił również krocie na Mundialu 2006 – sprzedaż oficjalnych pitek mistrzostw sięgnęła 15 milionów, a 3 miliony fanów zaopatrzyło się w okolicznościowe koszulki. Rok 2008 zapowiada się jeszcze bardziej pomyślnie, gdyż okazję do pomnażania fortuny stwarza nie tylko Euro 2008, lecz również olimpiada w Pekinie.

Maksymalizacja zysków firm sportowych odbywa się często kosztem zatrudnionych w sektorze produkcji odzieży i obuwia sportowego pracownic i pracowników – głównie w Azji, Afryce, Europie Wschodniej czy Ameryce Łacińskiej. Warto zwrócić uwagę, że Adidas produkuje również w Polsce, w trzech fabrykach w Kunicach, Łodzi i Szczecinie.

W czasie, gdy korporacje pochłonięte są akcjami reklamowymi w gorączce przed Euro 2008, w halach produkcyjnych w tragicznych warunkach, pracownice i pracownicy realizują ich zlecenia pracując ponad normę za głodo-

we pensje. Firmy sportowe wydają krocie na sponsorowanie drużyn piłkarskich i poszczególnych zawodników, podczas gdy osoby zatrudnione w łańcuchu dostawców ledwo wiążą koniec z końcem. Kontrakt reklamowy z największą gwiazdą francuskiej piłki nożnej – Zinedine Zidane – kosztuje Adidasa 1,5 miliona Euro rocznie, natomiast pracownicy produkujący promowane przez niego buty i inne gadżety sportowe zarabiają średnio niecałe 4 Euro dziennie. Podstawowe prawa pracownicze tych osób są często łamane, a brak wolności zrzeszania się w związkach zawodowych uniemożliwia ich skuteczną ochronę. Należy także podkreślić, że 80% zatrudnionych w światowym przemyśle odzieżowym to kobiety.

W tej sytuacji konieczne jest nakłonienie producentów sportowych, do zagwarantowania przestrzegania praw pracowników w całym łańcuchu ich dostawców.

Oprócz zaangażowanych konsumentów i konsumentek domagających się przestrzegania standardów pracy przy produkcji kupowanych przez nie artykułów, do gry powinny wkroczyć np. drużyny piłkarskie, które mogą odgrywać szczególną rolę w promocji sprawiedliwych warunków pracy, w fabrykach produkujących ich sportowe stroje. Gwiazdy sportu mogłyby realnie przyczynić się do poprawy warunków pracy milionów osób zatrudnio-



Fot. Play Fair at the Olympics

nych w sektorze produkcji artykułów sportowych. To właśnie sportowcy mają wyjątkowe możliwości wywierania presji na nieetycznych producentów, dzięki ich uprzywilejowanej pozycji w negocjacjach z markami sportowymi, którym bardzo zależy na współpracy z gwiazdami.

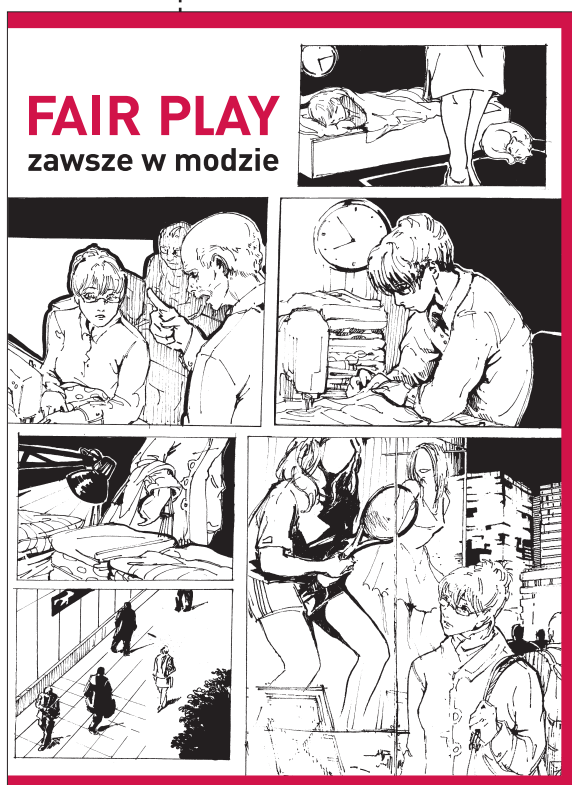
Tymczasem niewielu sportowców jest adwokatami praw pracowniczych w fabrykach odzieży, a nawet podejmowane są wprost przeciwne działania. Ostatnio Brytyjski Komitet Olimpijski podjął próbę zakazania sportowcom z Wysp wypowiedzania się na kontrowersyjne tematy związane z łamaniem praw człowieka w czasie igrzysk w Pekinie.

Do pozytywnych inicjatyw można natomiast zaliczyć umowę zawartą przez organizatorów tegorocznych piłkarskich mistrzostw (Austria, Szwajcaria) i UEFA w której deklarują, że Euro 2008 zostanie zorganizowane zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. Wyrazili również nadzieję, iż ten dokument wyznaczy nowe ekonomiczne, ekologiczne i społeczno-kulturowe standardy dla przyszłych rozgrywek piłkarskich. Umowa, na którą składa się 12 głównych priorytetów, w tym: promowanie gospodarki i sprawiedliwego handlu oraz wysokie standardy środowiskowe nie zakłada żadnych działań mających na celu dyscyplinowanie nieetycznych producentów obuwia i odzieży sportowej. ■

Raport: Świadoma konsumpcja a warunki pracy kobiet przy produkcji odzieży sportowej.

Fair Play- zawsze w modzie

W najnowszym raporcie KARATu polskie szwaczki opowiadają o tym, jak szyją sportowe ubrania, producenci mówią o swojej działalności wobec azjatyckiej konkurencji, a konsumenci o tym, jakie sportowe ciuchy kupują, a jakie kupować by chcieli. Te głosy zestawione z opiniami ekspertów, analizami, i dostępnymi danymi o produkcji i rynku odzieży sportowej dają nam obraz tego sektora w kontekście zagadnień praw pracowniczych i świadomego kupowania.



FAIR PLAY
zawsze w modzie

zę dostępnych danych i publikacji, jak również wywiadów przeprowadzonych przez KARAT z producentami, pracownikami zatrudnionymi w polskich fabrykach produkujących odzież sportową, konsumentami kupującymi sportowe ubrania, a także związkowcami i specjalistami od rynku odzieży sportowej. Swoje badania KARAT przeprowadzał w Polsce, pamiętając jednak o kontekście międzynarodowym, zwłaszcza problematyce 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 rozwój w Polsce). Szczególnie interesujący był dla nas wpływ tych wszystkich zjawisk na warunki pracy przy produkcji odzieży sportowej, gdzie zatrudniane są głównie kobiety.

Raport powstał w ramach projektu „Fair Play w produkcji artykułów sportowych” wspótre-

alizowanego przez Koalicję KARAT. Wyniki badań opublikowane w Raporcie są między innymi podstawą do dalszych działań KARATu w ramach tego projektu, a także szerzej – w międzynarodowych działaniach Clean Clothes Campaign i olimpijskiej kampanii PlayFair2008.

Raport i więcej informacji o projekcie znajdziecie na stronie internetowej:

www.kobietypraca.org/fairplay

Raport jest dostępny w formie drukowanej i istnieje możliwość zamówienia przesyłki. Więcej informacji i przyjmowanie zamówień pod adresem fairplay@karat.org.pl.

„Fair Play - zawsze w modzie. Świadoma konsumpcja a warunki pracy kobiet przy produkcji odzieży sportowej” to tytuł raportu wydanego przez Koalicję KARAT. Zajmuje się on produkcją odzieży sportowej w Polsce, ogólną sytuacją przemysłu, jak i przestrzeganiem podstawowych standardów pracy w fabrykach, w których powstają sportowe ubrania. Raport opisuje również postawy, motywacje, wiedzę i świadomość konsumentów kupujących odzież sportową.

Raport „Fair Play – zawsze w modzie” powstał w oparciu o anali-



Koalicja Karat

ul. Karmelicka 14/13, 00-143 Warszawa
www.kobietypraca.org/fairplay
www.karat.org

FAIR PLAY W PRODUKCJI
ARTYKUŁÓW
SPORTOWYCH

Wariacja na temat Sztafety Olimpijskiej

Catch the Flame!

Igrzyska Olimpijskie 2008 w Pekinie to niepowtarzalna okazja, aby zwrócić uwagę na problem łamania praw pracownic i pracowników w Chinach. Zapraszamy do udziału w alternatywnej sztafecie olimpijskiej wszystkich tych, dla których prawa człowieka znaczą więcej niż puste słowa!

Nawiązująca do kultury starożytnej Grecji, sztafeta olimpijska ma symbolizować wzniosłe ideały ruchu olimpijskiego: promowanie pokoju na świecie, poszanowanie dla uniwersalnych wartości etycznych i respektowanie godności człowieka.

Te szczytne idee nie zawsze znajdują jednak odzwierciedlenie w działaniach Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego (MKOl). W Chińskiej Republice Ludowej prawa człowieka łamane są nagminnie, w związku z czym przyznanie Chinom prawa do organizacji letniej olimpiady budzi liczne kontrowersje. Koalicja organizacji pozarządowych zjednoczona w kampanii Play Fair 2008¹ ujawniła tragiczne warunki w jakich ma miejsce produkcja artykułów sportowych na licencji olimpijskiej. Pomimo licznych apelów ze strony organizacji pozarządowych, MKOl nie podejmuje aktywnego przeciwdziałania nieludzkim warunkom pracy w jakich produkowane są gadżety z logiem olimpiady².

W ramach kampanii Play Fair 2008 organizacje pozarządowe we współpracy ze związkami zawodowymi zaplanowały alternatywną w stosunku do oficjalnej, sztafetę znicza olimpijskiego pod hasłem Catch the flame!³

Catch the flame! to jedna z inicjatyw realizowanych w ramach kampanii Play Fair 2008, której celem jest zwrócenie uwagi

na łamaniu praw pracowniczych w Chinach.

Oficjalna sztafeta olimpijska roz-



poczyna się 24 marca w Atenach i potrwa 130 dni. W tym czasie płomień przebędzie 137 tysięcy kilometrów. Na jego trasie z powodów politycznych nie znajdą się ani Tajwan ani Tybet.

W tym samym dniu rozpocznie się podróż alternatywnej, równie płomiennej wiadomości w ramach inicjatywy Catch the flame! Za pośrednictwem różnych form komunikacji takich jak Bluetooth, smsy czy internet, wyrazimy obywatelski sprzeciw wobec praktyki łamania praw człowieka w Chinach. Informacja zostanie wystana z Holandii i na zasadzie fali rozprzestrzeni się jednocześnie w dwóch kierunkach – na wschód i zachód, obiegnie cały glob, by

ostatecznie dotrzeć do Pekinu 1 maja – w Międzynarodowy Dzień Pracy. Trasę wiadomości i jej postępy będzie można śledzić na specjalnie w tym celu stworzonej stronie internetowej www.catchtheflame.org. Ważne, by w Catch the flame! zaangażowało się jak największe osób, a może zrobić to każdy, komu prawa człowieka nie są obojętne. Wystarczy tylko wystać przygotowaną wiadomość "Catch the flame!" poprzez SMSa, e-mail lub wiadomość Bluetooth. Jeśli nie dostaniesz jej od nikogo, możesz ściągnąć ze strony interne-

towej akcji. Każda osoba przesyła ją dalej do jak największej liczby odbiorców. By trasa alternatywnej sztafety była widoczna na internetowej mapie, każda z osób biorących udział w akcji powinna zarejestrować się na stronie internetowej www.catchtheflame.org.

Weź udział w tej wyjątkowej akcji na wielką skalę i pokaż swoją solidarność z wyzyskiwanymi pracownikami w Chinach! Przekaż dalej tę wiadomość! Poczta pantoflowa zadziała tylko wtedy gdy żaden z jej łańcuchów nie zostanie zerwany! A zależy to wyłącznie od Ciebie!

Więcej o Catch the Flame: www.catchtheflame.org

1. Play Fair 2008 jest międzynarodową kampanią prowadzoną przy okazji igrzysk olimpijskich wzywającą do przestrzegania wartości olimpijskich, zwłaszcza zasady fair play, przede wszystkim w produkcji artykułów sportowych. Więcej informacji: www.playfair2008.org

2. O tym jakie działania powinien podjąć MKOl można przeczytać w części Wiedzieć Więcej

3. [ang.] Z [a] tap płomień!

Ulotka olimpijska

Czy wiesz już wszystko o olimpiadzie?

CZY WIESZ JUŻ WSZYSTKO O OLIMPIADZIE?



PLAYFAIR2008.org

Koalicja KARAT wydała właśnie ulotkę, w której można znaleźć odpowiedzi na podstawowe pytania związane z kampanią Play Fair 2008 a także kilka ważnych faktów na temat olimpiady w Pekinie. Do ulotki dołączona jest pocztówka zaadresowana do prezydenta MKOl'u z apelem nawołującym do wzięcia odpowiedzialności za poważne naruszenia praw pracowniczych mające miejsce w fabrykach produkujących artykuły sportowe na licencji olimpijskiej. Zapraszamy do włączenia się w kampanię! Przesłanie pocztówki to prosta i skuteczna forma sprzeciwu wobec łamania praw człowieka w Chinach!

Jeśli masz jakieś pytania skontaktuj się z nami: fairplay@karat.org.pl

Wiedzieć więcej

Często zadawane pytania

Dlaczego MKOl powinien odgrywać szczególną rolę w działaniach na rzecz poprawy warunków pracy w produkcji artykułów sportowych?

Kodeks Etyczny MKOl wyraźnie wskazuje, że „*stanie na straży godności człowieka jest podstawowym wymogiem olimpizmu*”. Artykuł 6. Kodeksu mówi o tym, że „*Organizacje olimpijskie nie mogą współpracować z firmami lub osobami, których działalność jest niezgodna z zasadami przedstawionymi w Karcie Olimpijskiej*”. MKOl podpisuje wysokobudżetowe kontrakty sponsorskie i udziela licencji na produkcję artykułów sportowych oraz maskotek z oficjalnym logiem olimpiady. Wiele firm oficjalnie współpracujących z MKOl'em wzbudza poważne zastrzeżenia

pod względem przestrzegania praw pracowniczych w całym łańcuchu dostawców. MKOl ma obowiązek wymagać od swoich partnerów przestrzegania zasad etycznych olimpizmu. Ignorancja MKOl w tym zakresie narzuca na szwank dobre imię ruchu olimpijskiego.

Jakie działania powinien podjąć MKOl, aby zagwarantować przestrzeganie praw pracowniczych w światowym sektorze produkcji odzieży i obuwiu sportowego?

Zgodnie z założeniami międzynarodowej kampanii Play Fair 2008, MKOl powinien:

- Wprowadzić zasadę, zgodnie z którą Igrzyska Olimpijskie mogą odbywać się wyłącznie w tych krajach, które ratyfikowały, wdrażają standardy wyznaczone



przez konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP) i przestrzegają ich.

- Domagać się, aby w umowach licencyjnych na produkcję artykułów sportowych na potrzeby Olimpiady znalazł się zapis o konieczności zapewniania takich warunków pracy, które zgodne są z międzynarodowymi standardami pracy;
- Przeznaczyć środki na przeprowadzenie kontroli warunków pracy w całym łańcuchu dostawców MKOl'u oraz narodowych ko-



mitetów olimpijskich, jak również wprowadzić mechanizmy prawne mające na celu wyeliminowanie związanych z tym nadużyć i wyzysku, włączając zapewnienie możliwości złożenia uzasadnionej skargi;

- Zaangażować się aktywnie w działania na rzecz zwalczania nadużyć i wyzysku powszechnie występujących w sektorze produkcji odzieży i obuwia sportowego na całym świecie;
- Włączyć zasadę przestrzegania praw pracowniczych do Karty Olimpijskiej oraz Kodeksu Etycznego MKOl-u;
- Systematycznie wspierać działania na rzecz przestrzegania praw pracowniczych w sektorze produkcji odzieży i obuwia sportowego.

Czy rządy państw narodowych powinny być włączone w działania mające na celu zagwarantowanie przestrzegania praw pracowniczych w światowej produkcji odzieży i obuwia sportowego?

Zdecydowanie tak. W głębokim przekonaniu Kampanii Play Fair 2008, rządy państw narodowych powinny:

- Zapewnić pracownikom możliwości realizowania ich prawa do tworzenia i przynależenia do niezależnych związków zawodowych oraz natychmiast ratyfi-

kować i w pełni wdrożyć odpowiednie Konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP)

- Zaprojektować i wdrażać politykę promowania zachowań społecznie odpowiedzialnych w międzynarodowej działalności gospodarczej, łącznie z propagowaniem Trójstronnej Deklaracji Zasad Dotyczących Przedsiębiorstw Wielonarodowych i Polityki Społecznej MOP (<http://www.oit.org/public/english/employment/multi/download/polish.pdf>) oraz Wytycznych OECD dla Przedsiębiorstw Międzynarodowych (<http://www.oecd.org/dataoecd/61/41/38111315.pdf>)
- Promować zasadę przestrzegania praw pracowniczych w traktatach międzynarodowych i bilateralnych, umowach handlowych, a także poprzez współpracę z międzynarodowymi organizacjami takimi jak MOP czy innymi adekwatnymi agencjami Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ) i międzyrządowymi organizacjami
- Wspierać MOP jako podmiot wyznaczający standardy pracy
- Przyjąć taką politykę zamówień, która gwarantuje przestrzeganie praw pracowniczych

Chiny są gospodarzem Olimpiady 2008. Czy w związku z tym rząd chiński powinien podjąć jakieś działania na rzecz poprawy warunków pracy przy produkcji panujących w tym kraju?

Bez wątpienia tak. Chiny stanowią bowiem przykład państwa w którym egzekwowanie praw pracowniczych napotyka na trudności. Z tego powodu, kampania Play Fair 2008 nawołuje rząd chiński nie tylko do zastosowania się do rekomendacji ogólnych dla rządów państw narodowych lecz również do podjęcia specyficznych działań, a mianowicie:

- Dotrzymania obietnicy dotyczącej poprawy w zakresie przestrzegania praw człowieka w Chinach w ramach organizacji Olimpiady⁴;
- Zmaksymalizowania zysków społeczeństwa Chińskiego z Olimpiady
- Ratyfikowania i pełnego wdrożenia Konwencji MOP 87 i 98
- Zwalczania praktyki łamania praw pracowniczych, takich jak stosowanie dyskryminacji czy nadużyć, bezprawnych zwolnień oraz aresztowań obrońców praw człowieka
- Wdrażania nowych oraz monitorowania istniejących regulacji, przestrzegania prawa pracy, jak również rozwijania prawa w tym zakresie
- Zagwarantowania pracownikom umowy o pracę, godziwego wynagrodzenia, a także podstawową ochronę i przeciwstawianie się bezkarności producentów, którzy regularnie łamią te podstawowe prawa
- Zaangażowania się w systematyczną poprawę sytuacji pod względem standardów zdrowotnych i bezpieczeństwa w miejscu pracy
- Zwalczania szeroko rozpowszechnionych praktyk dyskryminujących migrantów na rynku pracy



⁴ W maju 2001 roku, burmistrz Pekinu Liu Qi zapewnił, że zorganizowanie Igrzysk Olimpijskich przyczyni się do rozwoju Chin zarówno pod względem społecznym jak i ekonomicznym. Pekin zrobi krok naprzód i znajdzie to przełożenie w sytuacji przestrzegania praw człowieka; Francuska Agencja Prasowa, 14 Lipiec 2001

- Zniesienia reedukacji poprzez pracę
- Uwolnienia wszystkich aresztowanych działaczy na rzecz praw pracowniczych

W jaki sposób markowi producenci mogą przyczynić się do poprawy warunków pracy w światowym sektorze produkcji odzieży i obuwia sportowego?

Zgodnie z założeniami Kampanii Play Fair 2008, markowe firmy sportowe oraz wszyscy przedsiębiorcy pragnący czerpać z zyski z Olimpiady powinni:

- Przyjąć regulacje zgodnie z którymi dostawcy i podwykonawcy są zobligowani do przestrzegania międzynarodowych standardów pracy
- Uwzględnić w strategii firmy praktykę brania pod uwagę ewentualnych negatywnych kon-

sekwencji, jakie relacje handlowe firmy mogą mieć na sytuację na rynku pracy oraz warunki pracy panujące w całym łańcuchu dostawców

- Podnieść własne standardy i oczekiwania względem innych firm z danego sektora produkcji w zakresie zapewniania godziwych warunków pracy swoim pracownikom
- Podjąć natychmiastowe działania mające na celu umożliwienia pracownikom w całym łańcuchu dostawców realizowania ich praw, w szczególności prawa do tworzenia i przynależenia do związków zawodowych
- Podtrzymywać produkcję w fabrykach w których powołane zostały do życia związki zawodowe, a w sytuacji rozszerzania produkcji wybierać miejsca w których nie tylko prawo przewiduje moż-

liwość powoływania związków zawodowym lecz również funkcjonują one w praktyce

- Podjąć konkretne działania na rzecz zapewnienia pracownikom produkcji płacy, z której będą się w stanie utrzymać (upewnianie się, że dostawcy nie stosują niegodziwej praktyki zatrzymywania depozytów i wypłacają pensję na czas)
- Dostarczać opinii publicznej informacji na temat tego, w jakich warunkach zostały wyprodukowane sprzedawane przez daną firmę artykuły, jak również zagwarantować pełną przejrzystość w zakresie wszelkich przedsięwzięć handlowych które mogą wpływać na panujące warunki pracy
- Ujawnić dane wszystkich swoich dostawców, łącznie z nazwami fabryk i miejscem produkcji . ■