

Guia per a vestir sense treball esclau

Albert Sales i Campos

Setem

Campanya
Roba Neta



Clean Clothes
Campaign

ALBERT SALES I CAMPOS

GUIA PER A VESTIR SENSE TREBALL ESCLAU

**Campanya
Roba Neta** 
Clean Clothes
Campaign

Setem

Icaria  Más Madera

Aquest llibre ha estat editat en paper 100% Amic dels boscos, provinent de boscos sostenibles i amb un procés de producció de TFC (Total Chlorin Free), per a col·laborar amb una gestió dels boscos respectuosa amb el medi ambient i econòmicament sostenible.

Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 No adaptada (CC BY-NC-ND 3.0)

Sou lliures de: copiar, distribuir i comunicar públicament l'obra amb les següents condicions:



Reconeixement. Heu de reconèixer els crèdits de l'obra de la manera especificada per l'autor o el llicenciador (però no d'una manera que suggereixi que us donen suport o rebeu suport per l'ús que feu l'obra).



No comercial. No podeu utilitzar aquesta obra per a finalitats comercials.



Compartir Igual (Share alike): L'explotació autoritzada inclou la creació d'obres derivades sempre que mantinguin la mateixa llicència en ser divulgades.

© Albert Sales i Campos
© SETEM Catalunya

Recerca: Albert Sales, Carolina Margenat, Lydia Sangüesa
SETEM Catalunya, Campanya Roba Neta

Disseny de la coberta: Josep Bagà

© D'aquesta edició
Icaria editorial, s. a.
Arc de Sant Cristòfol, 11-23
08003 Barcelona
www.icariaeditorial.com

Primera edició: juny de 2013

ISBN: 978-84-9888-513-2
Dipòsit legal: B. 12.765-2013

Fotocomposició: Text Gràfic

Imprès a Romanyà/Valls, s. a.
Verdaguer, 1, Capellades (Barcelona)

Printed in Spain. Imprès a Espanya.

A les 1.121 víctimes mortals de l'esfondrament de l'edifici Rana Plaza de Bangla Desh, a les seves famílies i a les persones que van resultar ferides mentre cosien roba per a firmes internacionals.

Quan tancàvem l'edició lamentàvem més de 1.000 morts en els darrers 10 anys al sector de la confecció de Bangla Desh.

Quan el llibre entrava a impremta ja havíem duplicat la dramàtica xifra.

Aquesta publicació i la investigació necessària per dur-la a terme s'han finançat gràcies a les aportacions en forma de microdonacions de 256 mecenes a través de la plataforma Verkami. Agraïm la col·laboració (per ordre alfabètic) a:

@15m_merida	carlalecu
@mirimmi	Carles Falcon
Abel Sampériz	Carles Soler Novàs
Adrián Galdrán	Carlos Lopera Casas
Aisa	Carlos Macías
Alba	Carlos Miranda Olalla
albaquer	Carmen Escobar Carrio
Ale Soleil	Carmen Molina Navarro
Alejandro Gaita Ariño	Carol Sanchez Opazo
alfayomega	Cecilia Nocilli
Almudena Leal	Charo Flórez
Altrapo Lab	Ciò Moranta
amaiustika	Clara Antolinez
Ana Telleria	Clara Giberga
Andrés	Clara Sisteré
Ángeles Caro	Clara Soler
Ankí	Clàudia Giménez
Anna	Cobeta
Anna	Comunidad Gauchi
Anna Argemí	Concha García
Anna Jardí i Ramos	Concha GB
Anna Tutusaus	Cris Ruano i Quique Martinell
Arcadi Minguet Parramona	Cristina Lampón Diestre
Aurora Sese	Cristina Sans
Ausiàs Cebolla	Cristina Tino
Bàrbara Mateo	Dani Gómez-Olivé i Casas
Begoña Planas	Daniel Fernández Rodríguez
Belen Galan	Daniel Ferrer
Benedetta Longo	David Ramos
Blanca Port	Davide Malmusi
Carla Fontanella	diegokrisna

Dolores Hofmann
Eduard Cantos
Eduardo Díaz Velázquez
Eduardo García Ribera
Eira Melé
elevigna
Elisabet Rius Coll
eliseu
Enric Forés Solar
eramicos
Eric Diaz
Estefanía M. Rabaneda
Ester Martinez
Eva Férriz Murillo
Eva Garrido
Eva Hernández Plaza
Eva Miguelina
Eva Sales Campos
Fátima Canelles
Fiona Capdevila
Florià i Laura
Fundació PROIDE
gcincilla
Gemma Garcia
Gemma Vilalta
Gerard Sentís Garcés
Giovanni Cincilla
Gisela González y Jose Pérez
Gisella Evangelisti
Glòria
Goizal
Hector
Helena Tarragó
Hersan
ieiona
Ignacio Vazquez Tatay
Inés Marco
Inma Bueno
Inma Prieto

ĩnaki do campo gan
Iolanda Fresnillo
Irene Archs
Irene Iniesta Arandia
Isabel
jaaibm
Jaume Pastor
Jaume Rovira Marsal
Jessica González Rivas
Jesús Carrión
jjimen18
Joan Requesens i Roca
JoaNitu
Joaquín Lameiro Tenreiro
Jordi Enguita
Jordi Guiu
Jordi Natzaret
Jordi Pons
Jordi Sales Vila
Jordi Urbanell
Jorge Moreno Soriano
Jorge Vera
José Antonio Fajardo
Jose E. Moyano
José Eizaguirre
José Gil Cuesta
Jose Maria Menéndez
Joves d'Esquerra Verda
Julio Huerta
karol bergeret
kati Fernández
kurny
La Naturadora
LaRosa.cat
Laura Villadiego
Lluís Albert i Mateu
llunaiestels
Lorena Castro Martinez
Lucía Calvo

Lucía Muñoz
Luis Laguna Estaún
Luisa Caparrós Soler
Luisa Soler Caparrós
Lydia Sangüesa
M. Vallmitjana
Mabel Alba Plaza
Magda Camps
Maite Gutiérrez Jurado
Malena Guzmán
Marc
Marga V.
Maria Arxer i Fàbrega
María Barba Núñez
Maria Campos Fernàndez
Maria Capell Pera
María Eva Hernández Plaza
Maria Vilar
Marian
Marina Navarro
Marion
Mariona Coll Raich
Mariona Pi Delgado
Marisa Alberca
Marta L. Dengra
Marta Muixí Casaldàliga
Marta Palau
Marta Rios
Marta Solano
Martí Bayer
Mercè Planas
Mercè Roca
Merche
Merche Bermúdez
Meritxell Nebot
Meritxell TM
Miguel Arana Catania
Miquel V. S.
Miquel Vidal

Miryam
Miryamlopa
moirubio
Mònica B
Mónica Jiménez B.
Mònica Martín
Montse
Montse Carrascal
Montse López
Mr Chof
napale19
Neus Mestre
Noelia Riaño
Noemí y Jorge
Núria Cobo
Núria Garreta
Núria Mateu Almacellas
Núria Nubiola Orriols
NúVoL
Ona coll
OPCIÓN BIO
Oriol Sales Campos
Óscar Ferreiro
ospaga
Paco Pérez Ventura
Patri Gómez
Petroglifa
Quicu Fàbregas Ferrer
Raquel Bonell
Raquel Clemente Pereiro
Raquel Doallo Álvarez
rederic
Revista Barcella
Roberto
Rocamora Teatre
Rocío Nogales Muriel
Roger Aluja
Roger Vilchez
roigordopilo

Rosa Cendón	Teresa Coderch Romañá
Roxifunny	Teresa Estapé
Ruben Pellicer Guridi	Thinking Mu
S'ha kavat el Broquil	Tonids
Sandra Bogopolsky	ulabalu
Sandra Güell	Uwe Schneider i Jiménez
Sara Ortiz	Vet Robirosa
Sergi Pons	vicente jorge sanchis rico
Shaila Monasor	Víctor Maeso
Silvia Fernández Fernández	Virginia
simfonick	vortacan
Slow Fashion Spain	Xavi Puig
Sonia Núñez	Xavi Teis
Sònia Puig	Xavier Fernández Bonet
sonual	Xavier Tort
t3kred	Xavilo
Talia Leibovitz	Xose Cuns Traba
Tere Palop	xosecu
Teresa Bestard Conti	

També agraïm a Miquel Casares, Jesús Carrión i Laura Bordas.

ÍNDICE

Pròleg 11

Introducció 15

Esclavatge a la indústria tèxtil: la moda de l'explotació
laboral 17

Modes que maten: insalubritat i inseguretat
en el treball 23

Repressió sindical i drets fonamentals 28

Explotació infantil: una realitat no erradicada 31

I. Les grans firmes internacionals: compromisos i
credibilitat 35

Una anàlisi de 12 líders del sector 37

Roba esportiva i outdoor 85

La roba de les grans superfícies 89

Altres marques 91

II. Vestir sense esclavituds 93

Hi ha una llista blanca de firmes internacionals? 94

Hi ha una «moda ètica»? 96

Quan el problema és la distribució... 105

Criteris per a un consum conscient de roba 108

Problemes globals i consum local 111

Economia social i solidària	114
Reutilitzar, reciclar i generar un mercat de 2a mà	116
Mou-te i exigeix!	119
Més informació	123
Bibliografia	125

PRÒLEG

SETEM Catalunya

Aquesta publicació existeix per i per a 256 consumidors i consumidores responsables que van decidir convertir-se en mecenes de la primera campanya de microfinançament —crowdfunding— llançada per SETEM Catalunya el desembre de 2011. És per això una gran satisfacció per a nosaltres publicar aquesta guia i esperem que suposi un impuls a les alternatives de l'economia social i solidària. Un altre món no és només possible sinó que ja hi ha multitud d'iniciatives properes que tenen com a prioritat les persones, el medi ambient i el desenvolupament sostenible.

El 24 d'abril de 2013, durant el procés d'edició d'aquesta guia, l'edifici Rana Plaza, on es situava una de les més conegudes fàbriques tèxtils de Bangla Desh, s'esfondra acabant amb la vida de més de 1.100 treballadores. La Campanya Roba Neta neix per oferir suport a aquestes treballadores de la indústria de la confecció que veuen vulnerats els seus drets laborals de manera sistemàtica per les grans empreses de la moda. Roba Neta vol donar ressò internacional a aquestes lluites locals i fer arribar la pressió de les persones treballadores als despatxos de les grans marques de moda i exigir respostes a través d'expressions de solidaritat de consumidors i consumidores de tot el món. SETEM lidera des de 1997 aquesta campanya a l'Estat Espanyol.

Tot i això, la Campanya Roba Neta no és una campanya de consum responsable. Mai ha tingut entre els seus objectius principals promoure el consum alternatiu. Llavors per què publicar una *Guia per a vestir sense treball esclau* i per què fer-ho ara?

Aquesta publicació pretén donar resposta a les inquietuds de totes aquelles consumidores i consumidors que es qüestionen què s'amaga darrere de les etiquetes de les peces de roba que s'acumulen en els nostres armaris i que al llarg dels anys s'han dirigit a SETEM preguntant insistentment quines alternatives de consum existeixen.

Des del convenciment que el nostre planeta no pot suportar la propagació de les nostres pautes de consum depredadores i davant la irracionalitat dels hàbits de compra que exhibim les autodenominades classes mitjanes de països rics i potències emergents, la primera opció que es presenta en les converses sobre alternatives de consum és el decreixement voluntari i raonat en el consum de roba. No es tracta de vestir amb parracs ni d'anar uniformats i uniformades pel carrer. Es tracta d'alliberar-se de la necessitat de disposar d'armaris tan ben nodrits que ens permetin oblidar pantalons i samarretes durant mesos després de les últimes compres. Es tracta de no guiar-nos únicament per criteris estètics i pel preu dels articles amb la certesa que el que adquirim és una peça d'un sol ús.

Però, per més que reduïm el consum necessitem alternatives. Necessitem negocis o iniciatives productives que ens permetin comprar la roba que fem servir sense sentir-nos esclaus de les grans firmes internacionals de les quals ens arriben descoratjadores notícies sobre impactes ambientals intolerables i explotació de persones treballadores.

En aquesta publicació oferim claus per fugir de les esclavituds de la indústria de la moda en general, però, com comprovareu quan avanceu en la lectura, la vessant més extensa i en què po-

dem aportar una informació consistent i útil és la de l'exploració laboral. Potser el nostre consum individual no canviarà les polítiques comercials de les grans empreses, però ens permetrà ser més coherents amb els nostres valors i donar suport a iniciatives productives respectuoses amb el medi ambient i les persones.

INTRODUCCIÓ

Tradicionalment, la producció de roba ha estat un sector amb unes condicions laborals extremadament dures. La lluita de les obreres¹ de la confecció va comportar millores en les condicions de treball a les fàbriques, sobretot després de la Segona Guerra Mundial. Fins als anys setanta la confecció era un sector industrial molt important en els països rics però a partir dels anys vuitanta amb l'embranzida de les polítiques neoliberals i la febre del lliure comerç es va iniciar una deslocalització massiva de la producció de roba. Malgrat les limitacions a la importació que imposava l'Acord Multifibres,² les principals firmes de moda i de roba esportiva van ser pioneres en la subcontractació de la seva producció a països empobrits a fi d'abaratir els costos laborals. Dos fets van facilitar aquest procés: la maquinària necessària per posar en marxa una

1. S'estima que un 80% de les persones que treballen a la indústria de la confecció són dones. Per aquesta raó, en el text ens referirem sovint a les treballadores o a les obreres, entenent que ja s'hi inclouen els obrers o treballadors homes (en el cas que n'hi hagi).

2. L'entrada de roba barata als mercats occidentals va motivar que l'any 1974 se signés l'Acord Multifibres (AMF) en el marc de l'OMC. L'AMF establia un sistema de quotes que limitava el volum de roba asiàtica que podia entrar als EUA i a Europa per tal de protegir les indústries de la confecció occidentals.

indústria de tall i confecció no requereix grans inversions, i el procés de formació de les treballadores és més curt i senzill que en altres processos industrials.

La producció de teixits i la confecció de roba va esdevenir un dels primers motors de la revolució industrial, caracteritzada també, des dels inicis, per la lluita dels obrers i obreres per unes condicions laborals dignes. Avui, però, les treballadores de la indústria de la roba, deslocalitzada a la perifèria dels països empobrits, segueixen patint a diari la imposició d'unes condicions de treball draconianes. En contra del tòpic, les esclaves de la moda no són pas al Nord: sobreviuen sobreexplotades al Sud per les grans marques multinacionals.

La primera gran onada de deslocalitzacions del sector de la confecció va tenir lloc als setanta i va tenir com a llocs receptors Corea del Sud, Taiwan, Singapur, Hong Kong i Tunísia. L'entrada de roba barata als mercats occidentals va motivar que l'any 1974 se signés l'Acord Multifibres (AMF), que establia un sistema de quotes i límits. Lluny de suposar una limitació a la globalització de la moda, l'AMF va provocar que les firmes internacionals cerquessin proveïdors a altres països que no estiguessin inclosos en el sistema de quotes. Als anys vuitanta, una segona onada deslocalitzadora abandona els 'tigres asiàtics' i es desplaça a països com Sri Lanka, Filipines, Bangla Desh, Tailàndia i Indonèsia. Mentre Amèrica Central i Mèxic es convertien en àrees clau per proveir de roba les botigues nord-americanes, Turquia, Tunísia i Marroc esdevenen els tallers de costura del mercat europeu.

A finals dels noranta, entren en escena altres països productors com Botswana, Kenya, Tanzània, Uganda, Cambodja, Laos o Birmània i es consolida un model de negoci caracteritzat per la subcontractació de proveïdors. Les grans marques, que en el passat produïen la seva pròpia roba, passen a ser empreses que dissenyen, distribueixen i comercialitzen peces de roba fabricades

arreu del món, en tallers i fàbriques que són propietat de tercers. Per competir en aquest sistema, que externalitza els costos laborals a països amb mà d'obra barata, les petites firmes de moda també s'associen i adopten el mateix model de negoci. El gran èxit de firmes internacionals com H&M o Zara (del grup Inditex) no s'entendria sense l'abaratiment del cost dels seus productes a partir de la deslocalització de bona part del procés de manufactura.

Els països que han acollit la indústria deslocalitzada els darrers anys presenten una característica en comú: estan fortament endeutats amb la banca privada i amb l'FMI i el BM, que els ha imposat plans d'ajust encaminats a l'exportació i la millora de la competitivitat. Les receptes de les Institucions Financeres Internacionals, molt profitoses per les elits locals i els inversors estrangers, han desarmat encara més als treballadors i les treballadores afavorint l'explotació sistemàtica de poblacions en situació de pobresa. La indústria de la moda, a més, està impedit qualsevol tipus de desenvolupament: se'ls encarrega la part amb menor valor afegit del mercat, se'ls imposa un sistema d'acords internacionals on sempre són els febles i el moviment obrer s'ha d'enfrontar constantment a l'amenaça de la deslocalització.

Esclavatge a la indústria tèxtil: la moda de l'explotació laboral

Des de mitjans dels noranta nombroses plataformes i organitzacions socials vénen denunciant l'explotació laboral i fent front al silenci mediàtic que envolta el negoci de la confecció tèxtil sota la globalització. Malgrat més de 25 anys de treball de xarxes consolidades com la Campanya Roba Neta internacional i de «compromisos» públics de les grans firmes internacionals —en reacció a les denúncies realitzades—, avui ens seguim trobant les mateixes situacions que als noranta. L'amenaça constant de tancament i de

deslocalitzacions i la debilitat dels moviments obrers als països productors perpetua la realitat que s'amaga rere el «glamour» que ens venen esportistes d'elit, models i dissenyadors.

Any 2011: el sector global de la confecció continua nodrint-se del treball de milions de persones que viuen en la pobresa malgrat fer llargues jornades laborals. Les pràctiques de compra de les marques, derivades del model de producció, consum i comerç internacional, es troben a l'arrel de les condicions de treball i de vida de les treballadores.

Salari de misèria

Per a les persones que treballen a la indústria de la confecció global, cobrar un salari que permeti cobrir les seves necessitats amb un mínim de dignitat s'ha convertit en la seva major preocupació. Estem davant d'un sector que tradicionalment es caracteritza per condicions pèssimes de treball i una de les retribucions salarials més baixes del món amb conseqüències directes derivades: llargues jornades de treball, desestructuració familiar, assumptió de deutes impagables, malnutrició d'infants i adults i, en definitiva, uns costos inquantificables en forma de patiment humà. Tot plegat, vulnerant drets humans fonamentals —com l'article 23 de la Declaració Universal dels Drets Humans relatiu a una remuneració equitativa i satisfactòria— o les disposicions de l'Organització Internacional del Treball (OIT), que afirma que «el salari mínim legal hauria de constituir un element clau en les polítiques per eliminar la pobresa i assegurar les necessitats de les persones treballadores i de les seves famílies».

No és pas així. Gairebé tots els països tenen establerts salaris mínims legals però, amb la finalitat d'atraure la inversió estrangera, els governs fixen els mínims molt per sota dels nivells de subsistència. En conseqüència, en alguns països, els salaris mínims no arriben als llindars de pobresa absoluta internacionalment

acceptats. A Bangla Desh no arriba a un dòlar diari, i a l'Índia, Sri Lanka, Vietnam, Pakistan i Cambodja, se situa entre els dos i els quatre dòlars diaris. Salaris impossibles per a garantir necessitats bàsiques com són l'alimentació, l'habitatge, la roba i serveis imprescindibles com l'educació, la salut o el transport.

La carestia de la vida s'ha agreujat, a més, sota un context de pujada de preus dels productes bàsics que ha minvat el poder adquisitiu. Més encara quan bona part dels salaris està destinat a l'alimentació. Una treballadora d'Indonèsia que treballava per a un proveïdor de Nike, Reebok i Walmart comentava en una entrevista realitzada el 2009:

Hi ha augments del salari mínim, però el cost de la vida augmenta més ràpid. Per empitjorar la situació, des de fa poc, l'empresa ja no ens subvenciona el transport ni el menjar.

A Bangalor, Índia, hi ha un sistema trianual de revisió salarial però el salari real ha disminuït un 10% en els darrers 15 anys. A Tailàndia, els salaris van augmentar únicament 18 bath (38 cèntims d'euro) entre 1997 i 2005. A Vietnam i la Xina els sous van estar congelats durant més d'una dècada.

La pitjor situació, en aquest sentit, és la de Bangla Desh, on el salari mínim va ser el mateix entre 1994 i 2006, mentre que el cost de la vida augmentava una mitjana del 5% anual. Només després de grans mobilitzacions, els treballadors i les treballadores van aconseguir que el 2006 es passés d'un salari mínim de 900 taka a 1.662,50 taka al mes. La triplicació del preu de l'arròs registrada el 2008 va inutilitzar, però, aquest increment i va generar una nova onada de mobilitzacions fortament represaliada. Els salaris miserables tenen un doble impacte sobre les dones treballadores que són les que pateixen les pitjors conseqüències segons la mateixa OIT: salaris més baixos que els dels homes i més

hores de treball, freqüentment temporals i en negre, perllongant encara més les seves llargues jornades laborals.

Esgotament interminable

Jornades que, a la indústria de la confecció, s'allarguen fins a les 12 o 14 hores diàries. Alguns fabricants fins i tot encadenen diversos torns en moments de molta feina o per fer front a terminis d'entrega molt curts. Les treballadores no poden negar-s'hi perquè el seu salari base no és suficient per cobrir les necessitats més bàsiques i per mantenir una família. Extorquant la pobresa, les treballadores accepten la sobreexplotació, veuen malmesa la seva salut, i perden les possibilitats de formar-se, d'educar els fills, d'assolir una vida digna.

Rere anys treballant en habitacions petites, mal il·luminades, sense ventilació, respirant pols i partícules en suspensió i en posicions corporals inadequades mantingudes durant moltes hores, pateixen fatiga visual i lesions i desenvolupen nombroses malalties. Sense cap assegurança mèdica ni cap cobertura o subsidi per baixa.

El 2009, una investigació realitzada per l'Asian Floor Wage Campaign a 12 fàbriques tèxtils de Bangla Desh contractades per marques holandeses afirmava que el 76,4% de les persones treballadores declaraven que els objectius de producció eren impossibles dins l'horari habitual.³ Moltes treballadores, en no arribar a l'objectiu diari establert per l'empresa, eren obligades a seguir treballant i acabaven sortint molt tard dels centres de treball. La majoria de les dones clouen la jornada entre les 8 i les 10 del vespre i la comptabilització d'hores extra només comença un cop acomplerts els objectius de producció.

3. Merk, Jeroen (2009); *Tejiendo Salarios Dignos en el Mundo*. Federación SETEM, Asian Floor Wage Campaign

Repressió sindical i dificultats per a la negociació col·lectiva

Malgrat que la llibertat d'associació i de negociació col·lectiva són dos drets fonamentals, establerts per la OIT i definits com a «drets habilitants» (és a dir, que el seu exercici és necessari per tal que altres drets siguin respectats), la seva defensa i protecció és una tasca impossible. Se'ls nega obertament la possibilitat de sindicar-se. En molts dels països productors de roba, els governs restringeixen, dificulten i, fins i tot, prohibeixen els sindicats independents, així com la negociació col·lectiva. En un context de sobrexplotació laboral i manca de disponibilitat de temps, on les possibilitats d'autorganitzar-se també són limitades, els obrers i obreres troben barreres gairebé insuperables per a l'acció col·lectiva. Els empresaris, al seu torn, recorren si cal a la intimidació, als acomiadaments, a les llistes negres i, sovint, a la violència física. És pràctica estesa la creació de llistes compartides sobre sindicalistes.

Tot i les traves, les treballadores busquen maneres d'organitzar-se i lluitar per millorar les seves condicions. Un exemple és la IndustriALL Global Union, unió de sindicats que representa 59 milions de persones treballadores del sector miner, energètic i industrial de 140 països. El context internacional d'ofensiva neoliberal ha limitat molt el poder de negociació dels sindicats. Els empresaris locals disposen de marges imposats molt curts per acceptar salaris més alts i estan sotmesos a fortes pressions de les firmes internacionals. Davant la possibilitat de perdre els seus beneficis, els empresaris traslladen la pressió a les persones treballadores. I l'amenaça de la deslocalització i del tancament dels centres de treball opera com l'argument més utilitzat per fomentar la desmobilització.

El 8 de març de 1857 un grup d'obreres tèxtils recorrien els barris més rics de Nova York. Protestaven per les seves condicions laborals. El 8 de març de 1908, 123 obreres tèxtils i 17 homes

morien en un incendi provocat a la fàbrica Triangle Shirtwaist de Nova York. Data que des de 1911 es commemora com a Diada Internacional de la Dona Treballadora. Mitjans del segle XIX i primeres dècades del segle XX: les treballadores dels EUA i Europa reclamaven una jornada laboral de 10 hores, permisos de maternitat i lactància, la prohibició del treball infantil, formació professional i el dret a formar part d'un sindicat. El segle XIX deixava encunyat el terme capitalisme manchesterià: prototipus d'un capitalisme en estat pur, d'exploració salvatge, que havia caracteritzat l'activitat fabril de la ciutat anglesa. Avui el model de Manchester s'ha deslocalitzat a països com Bangla Desh. Mentre les firmes internacionals de moda i les grans cadenes de distribució sedueixen la seva clientela amb l'actualització constant dels seus dissenys i els baixos preus dels seus productes, en aquest país asiàtic, les obreres viuen envoltades de peces de roba que confeccionen durant més de 12 hores diàries, a canvi de salaris que amb prou feines cobreixen les seves necessitats més bàsiques.

El PIB de Bangla Desh creix a un ritme del 5% des del 1990 segons el Banc Mundial i s'ha convertit en el segon exportador internacional de roba. Al país hi ha més de 4.000 fàbriques de roba i confecció on treballen més de tres milions de persones, la gran majoria dones. L'element clau d'aquest creixement ha estat la gran disponibilitat de mà d'obra extremadament barata a causa de la pobresa i de l'escassa regulació dels drets laborals. Els salaris més baixos del món conviuen amb una alta inflació que genera un ràpid empobriment dels obrers i les obreres. El salari mínim legal va estar congelat des del 1994 fins al 2006 mentre la inflació va registrar taxes del 4 i el 5% anuals. L'increment del salari mínim de 930 taka a 1662,5 taka mensuals (uns 18 euros), l'any 2006, va ser el resultat de manifestacions multitudinàries i d'una onada de revoltes urbanes fortament reprimides per la policia. Des del 2006, les mobilitzacions d'obriers i obreres no s'han aturat.

Finalment, el 2010 el govern va fixar un salari mínim de 3.000 taka (uns 32 euros) mensuals.

Aquests petits avenços en la remuneració de les persones treballadores s'han aconseguit en un context de brutal repressió governamental i empresarial. El gener de 2007, es va decretar l'estat d'excepció que ha intensificat les limitacions a les llibertats de reunió i d'expressió i ha donat cobertura a la persecució, detenció i tortura de centenars d'activistes i líders sindicals. La Campanya Roba Neta ha impulsat diverses accions de solidaritat internacional amb les persones detingudes i, en especial, amb els membres del BCWS (sigles angleses del Centre de Solidaritat amb els Treballadors i Treballadores de Bangla Desh), Aminul Islam i Kalpona Arkter, que l'agost de 2010 van ser empresonats i torturats durant 30 dies a causa de les denúncies de diversos empresaris propietaris de fàbriques proveïdores d'empreses com WalMart, Carrefour o H&M. Tot i que els dos van ser alliberats, el 10 d'abril de 2012, Aminul Islam va aparèixer mort amb signes de tortura.

Modes que maten: insalubritat i inseguretat en el treball

Durant el 2010, diferents moviments internacionals van llançar una campanya per denunciar l'impacte de la tècnica del *sand-blasting* per al desgast de la roba texana a la salut de les persones treballadores que intervenien en el procés de producció. La denúncia va néixer a Turquia, on el 2009, sindicats i col·lectius de treballadors i treballadores van aconseguir la prohibició d'aquesta tècnica demostrant que el seu ús sense la protecció adequada provocava silicosis, una malaltia pulmonar mortal relacionada tradicionalment amb la mineria, i documentant-ne més de 5.000 casos.

El *sandblasting* consisteix en aplicar sorra i aigua a alta pressió per desgastar el texans i fer formes i dibuixos sobre la tela. Durant el procés es creen grans quantitats de pols de sílice que en ser respirada causa danys irreparables als pulmons. El *sandblasting* com a tècnica de desgast de roba no es pot portar a terme als Estats Units ni a la Unió Europea sense la protecció adequada des dels anys setanta. Calen càmeres estanques que aïllin la pols de sílice de les persones treballadores. A Turquia, fins a la prohibició, igual que a la resta de països en què no hi ha cap control sobre el tema, la protecció més sofisticada que s'oferia a les persones treballadores eren mascaretes de quiròfan.

A causa de la gravetat de les repercussions i com que existeixen moltes tècniques per desgastar la roba, la campanya «No *sandblasting*» exigeix des del 2010 a les empreses amb roba texana en les seves col·leccions que es prohibeixi aquesta tècnica a tota la seva cadena de subministrament. Però sembla que hi ha modes que maten i que els canvis es fan esperar. Si bé moltes marques van reaccionar ràpidament desmarcant-se de l'ús del *sandblasting* o anunciant-ne la seva prohibició (és el cas de Benetton, Bestseller, C&A, o Levi-Strauss & Co) va caldre una intensa campanya de denúncia pública per aconseguir que Versace, Diesel o Dolce & Gabbana es pronunciessin.

Malgrat els compromisos i els comunicats públics, l'abril de 2012, la Campanya Roba Neta va publicar l'informe «Texans Mortals»⁴ en el qual s'evidenciava que el *sandblasting* es continua utilitzant sense protecció a les fàbriques de Bangla Desh que produeixen per grans marques com Zara, H&M, Levi's, Diesel o Lee. Les persones treballadores entrevistades declaraven que

4. Iqbal, S; Guggenberger, M; Alam, K (2012) *Deadly Denim. Sandblasting in the Bangladeshi Garment Industry*. AMRF in Association with CCC and NGWF.

podien arribar a fer torns de fins a 12 hores al dia en sales plenes de pols, amb poca ventilació i sense la protecció adequada. Moltes de les persones entrevistades, sense cap malaltia diagnosticada, ja patien constants atacs de tos i dificultats respiratòries.

L'informe recollia testimonis de persones treballadores que havien rebut instruccions d'utilitzar el *sandblasting* per complir els terminis exigits per les empreses clients, encara que aquestes ho haguessin prohibit expressament. El propietari d'una de les fàbriques va declarar que li resultava impossible complir amb els dissenys demandats fent servir tècniques alternatives al raig de sorra.

El *sandblasting* és només un dels molts processos industrials que es realitzen sense protecció en ambients inadequats, afectant a la salut de les persones treballadores. Les substàncies utilitzades en el tint i el rentat de la roba, els ambients mal ventilats i precàriament condicionats en què es treballa durant llargues jornades, la falta de manteniment de les instal·lacions, són una constant a la indústria deslocalitzada. Els costos que les marques s'estalvien a països com Bangla Desh no són només els salarials. L'extrema precarietat de les fàbriques i tallers bengladeshians ha convertit la indústria d'aquest país en una font inesgotable de catàstrofes laborals.

Un dels casos d'enfonsament amb més repercussió internacional i que va ser el detonant que s'iniciés una línia de treball entre moviments internacionals pels drets laborals, fou el de la fàbrica Spectrum, als afores de Dhaka. L'any 2002, el propietari de la fàbrica va decidir afegir un pis a l'edifici de quatre plantes. Uns dies abans de l'ensorrament, les treballadores van advertir algunes esquerdes a les parets de la cinquena planta i l'11 d'abril de 2005 a la una de la matinada, tot l'edifici va caure. L'accident va causar la mort de 64 persones i ferides a 70, encara que la immensa majoria d'elles acabaven la seva jornada «oficial» a les sis de la tarda.

La CRN i les organitzacions locals van poder esbrinar que Spectrum treballava per a les empreses KardstadtQuelle, Steilmann, New Yorker, Kirsten Mode i Bluhmod, New Wave Group, Scapino, Cotton Group, Solo Invest, Carrefour, així com per al Grup Inditex. Després dels fets, les organitzacions de treballadores demanaven a aquestes grans empreses que s'impliquessin en la creació d'un fons de compensació per a les víctimes i les seves famílies. El fons de compensació va ser impulsat per Inditex i preveia 533.000 euros per afrontar les indemnitzacions. Finalment, la majoria de les empreses es van desmarcar d'aquesta iniciativa. Les famílies van trigar vuit mesos a rebre les primeres compensacions per afrontar les despeses mèdiques. Les llars de les persones mortes van rebre uns 1.000 euros de l'Associació de Productors i Exportadors de Roba de Bangla Desh, però algunes de les famílies van ser compensades únicament amb 266 euros per decisió dels Tribunals laborals.

El desastre de la fàbrica Spectrum és només una més de les catastrofes que s'acumulen a la història recent de la industrialització bangladeshiana. 12 persones mortes l'agost de 2000 a l'incendi de Globe Knitting, 48 persones mortes el novembre de 2000 en l'incendi de Sagar Chowdhury Garment Factory (entre elles 10 nenes i nens), 24 persones mortes i més de 100 ferides l'agost de 2001 a Macro Sweater, 9 persones mortes i més de 50 ferides el maig de 2004 a Misc Complex. Després d'Spectrum les morts s'han seguit comptant per centenars. L'any 2006, un incendi a la fàbrica Chittagong va matar 50 treballadores i treballadors i en va ferir 100 més. El mateix any, l'enfonsament del Phoenix Building, va acabar amb la mort de 19 persones i amb 50 més ferides a les quals caldria afegir les treballadores de la factoria de l'Imam Group, que van sentir l'explosió i van patir les conseqüències d'una fuga desordenada d'unes instal·lacions no preparades per a aquest tipus d'emergències.

El febrer de 2010 a l'esfondrament de Garib&Garib, una factoria que tenia com a gran client l'empresa sueca H&M, van morir 21 persones. També es van trobar evidències que s'havia produït per a El Corte Inglés però l'empresa espanyola va assegurar que es tractava d'una comanda de mostra. El desembre de 2010 van morir 29 persones més a l'accident de That's It Sportwear, una fàbrica que treballava per firmes nord-americanes com The Gap, VF Corporation, JC Penney, Philips Van Heusen (propietària de Tommy Hilfiger), Abercrombie&Fitch...

El darrer accident per negligència de l'empresariat i les marques internacionals que s'omplen la boca amb els resultats de les seves auditories socials i laborals va ser el passat 24 de novembre de 2012.⁵ Més de 120 persones van resultar mortes o ferides mentre treballaven a la fàbrica Fashions Tazreen, proveïdor de marques com C&A, Carrefour, Walmart i Kik (i fins a cinc mesos abans de l'indendi també proveïa El Corte Inglés). En arribar a la fàbrica, els bombers van constatar que no hi havia cap sortida d'emergències habilitada i que molts treballadors i treballadores van salvar la vida saltant des de les finestres dels pisos superiors malgrat quedar malferits.

El 80% dels incendis a les fàbriques de Bangla Desh es deuen al cablejat elèctric en mal estat i les catàstrofes conseqüents estan relacionades amb l'absència de sortides d'emergència, el mal estat de les portes, la falta d'extintors... Les grans empreses de la moda asseguren que realitzen auditories periòdiques a les seves factories proveïdores en les quals s'inclou un apartat sobre seguretat laboral, però el cert és que darrere de cada desastre hi ha marques internacionals implicades. La Campanya Roba Neta s'ha fet ressò

5. Esperem que entre el moment en què s'escriuen aquestes línies i l'instant en què la lectora o el lector les llegeixi no hagem de lamentar cap més incendi o esfondrament.

moltes vegades de les demandes dels grups de treballadores i dels sindicats i ha exigít a les empreses de moda un compromís tangible amb la seguretat de les persones treballadores de Bangla Desh i d'altres països en què es viuen situacions similars (com és el cas de Pakistan). El març de 2012 el grup Philips Van Heusen (propietari de les marques Calvin Klein i Tommy Hilfiger, part implicada en alguns dels accidents més rellevants) va signar un «Memorandum Of Understanding» (MoU) amb els sindicats de Bangla Desh, la Campanya Roba Neta i grups de defensa dels drets laborals actius en el país, per prevenir futurs accidents laborals massius. Després de mesos de pressions i converses, Tchibo també ha firmat el MoU la tardor de 2012.⁶

Repressió sindical i drets fonamentals

Els treballadores i les treballadores de la confecció d'arreu del món s'organitzen per exigir millors condicions laborals i per fer front als abusos de les empreses amb independència del règim polític que pateixin o de la tradició sindical del seu país. Les resistències s'adapten al context i prenen formes molt diverses però sempre que hi ha explotació sorgeixen estratègies de lluita. La Campanya Roba Neta, igual que d'altres moviments internacionals, cerca donar suport a aquestes lluites locals a través de la pressió a les grans marques, internacionalitzant els conflictes. Els interlocutors locals de la campanya són sindicats, oficials i clandestins, grups de treballadores i treballadors associats en formes organitzatives no sindicals, grups d'investigadors i investigadores, activistes, ONG locals... Les prop de 250 organitzacions i col·lectius que formen la xarxa de la CRN s'han d'enfrontar a diferents formes de

6. <http://www.cleanclothes.org/news/bangladesh-factory-fire-brands-accused-of-criminal-negligence> visitada a 27 de novembre de 2012.

repressió, des de la il·legalitat de l'activitat sindical independent (com a la Xina o a Birmània), fins a la persecució i l'assetjament per part de la patronal local que, en ocasions, arriba a traduir-se en agressions físiques i, fins i tot, assassinats.

La història recent de Bangla Desh (que com hem comentat anteriorment s'està erigint com una potència exportadora de productes de confecció) il·lustra aquestes pressions. Les mobilitzacions de treballadors i treballadores dels darrers anys han aconseguit alguns dels seus objectius en els darrers anys en aquest país asiàtic. Al 2006, es van produir vagues i manifestacions multitudinàries reclamant millores salarials. Van haver-hi importants aldarulls i enfrontaments entre obrers i policia. El govern va incrementar el salari mínim mensual dels 930 taka a 1.663 taka (uns 18 euros en funció del canvi). Es tractava del primer increment del salari mínim en el sector de la confecció des del 1994 però l'increment dels preus dels productes alimentaris ha fet que les persones que cobren el salari mínim difícilment puguin cobrir la seva alimentació.

La situació de pobresa de les obreres i obrers, juntament amb els freqüents accidents amb resultat de mort a les fàbriques van fer que la Federació Nacional de Treballadors de la Confecció de Bangladesh (NGWE en les seves sigles en anglès) promogués l'any 2010 una campanya amb el lema «Prou incendis, prou sortides bloquejades, i no més morts de treballadors i treballadores de la confecció». En el marc de la campanya es demanava que s'incrementés el salari mínim fins a 5.000 taka (54 euros) mensuals, l'eliminació de totes les barreres a la formació de sindicats i a l'activitat sindical, i altres reformes legals en el codi laboral del país. En resposta a la campanya, el govern va pujar el salari mínim fins a 3.000 taka (uns 32 euros). Una millora que, tot i no arribar al nivell que les obreres i els obrers exigien, es va valorar com a imprescindible.

Aquestes victòries s'han aconseguit malgrat un ambient de dura repressió cap a les organitzacions de treballadores i treballadors i les organitzacions de defensa dels drets laborals. L'any 2007 es va declarar un estat d'excepció al país que encara està vigent. Arran de les mobilitzacions del 2006, el govern va considerar necessari «restablir l'ordre» i va suspendre llibertats i drets fonamentals, limitant les llibertats d'associació, d'expressió i de reunió. Des de llavors, les protestes han rebut respostes extremadament violentes per part de les forces policials i les detencions arbitràries i de llarga durada han estat cada cop més freqüents. El govern ha creat, fins i tot, la «policia industrial» per mantenir «tranquil·les» les zones d'activitat fabril.

La mobilitzacions socials i laborals del 2006 van acabar amb dos treballadors morts per part de la policia, centenars de persones ferides i amb la detenció i tortura de representants sindicals acusats de vandalisme, destrucció de propietats i de promoure «malestar laboral». Entre les persones retingudes i torturades es trobava la presidenta del Garments Workers Unity Forum, Kalpona Arkter, que va ser detinguda de camí a una roda de premsa. Les detencions no es van produir durant els enfrontaments. A la gran majoria d'activistes que van patir aquestes situacions se'ls va anar a buscar a les seves oficines i domicilis.

Des de llavors, i malgrat l'atenció que les campanyes internacionals han parat a la situació de Bangla Desh, la repressió ha continuat fins ara, i a les detencions i interrogatoris s'han sumat atacs anònims a les seus d'organitzacions i sindicats. El Centre de Solidaritat amb els Treballadors de Bangladesh (BCWS per les seves sigles en anglès), col·laborador habitual de la Campanya Roba Neta i entitat de referència en la lluita pels drets laborals ha patit la intervenció de les seves línies telefòniques, atacs als servidors informàtics i, al 2010 la il·legalització per «incitar el malestar i l'agitació entre els treballadors i les treballadores». La causa de

la il·legalització va ser el suport que el BCWS va proporcionar a un grup de treballadors i de treballadores que volien crear un sindicat independent a la fàbrica Nassa Global Wear (proveïdora de Wal Mart, Carrefour, Tesco i H&M). A causa d'aquest procés, l'agost del 2010, Aminul Islam, Babul Akhter i Kalpona Akhter, van ser detinguts i empresonats durant trenta dies. Se'ls va acusar d'incitació a la violència i de destrucció de propietats durant els aldarulls dels mesos anteriors i van ser torturats per forçar una confessió. Gràcies a la pressió internacional i a la recollida de més de 100.000 firmes els tres activistes van ser alliberats. No obstant, el 10 d'abril de 2012, Aminul Islam va ser assassinat a Dhaka.

Explotació infantil: una realitat no erradicada

Als anys noranta, els primers escàndols relacionats amb les condicions de treball a les cadenes de suministrament globals de la indústria de la moda es centraven en revelar l'explotació de treballadors i, sobretot, treballadores menors de 16 anys a països com Xina, l'Índia o Pakistan. Arran d'aquelles primeres denúncies i de l'alta sensibilitat mostrada per l'opinió pública dels països rics davant la presència de menors en fàbriques insalubres, les marques internacionals han fet grans esforços per evitar situacions en què es pugui relacionar la seva imatge amb el treball infantil.

Malgrat tot, l'explotació infantil en el sector no és una realitat que es pugui considerar eradicada. En les llargues cadenes de subcontractació existeixen tallers i fàbriques que encara tenen entre les seves treballadores i treballadors, nois i noies de menys de 16 anys. Al Marroc, per exemple, les obreres entrevistades en la darrera recerca de la Campanya Roba Neta espanyola⁷

7. Sales, Albert i Piñeiro, Eloísa (2011) *La moda española en Tánger. Condiciones de vida y supervivencia de las obreras*. SETEM Catalunya. Barcelona.

explicaven que durant el període de vacances escolars moltes nenes s'incorporaven a les factories com a aprenentes, realitzant les mateixes tasques que les treballadores adultes però cobrant només un 40% del salari mínim.

Les darreres denúncies globals per explotació infantil estan relacionades amb els informes publicats per SOMO (Centre de Recerca sobre Empreses Transnacionals per les seves sigles en holandès) i l'ICN (el Comitè Indi dels Països Baixos) durant el 2011 i el 2012 sobre la situació a les fàbriques de Tamil Nadu, a l'Índia. Als documents «Captured by Cotton»⁸ i «Maid in India»,⁹ les organitzacions neerlandeses, conjuntament amb organitzacions locals de defensa dels drets humans denunciaven que centenars de milers de nenes estaven treballant en aquella regió sota un règim anomenat *Sumangali* que consisteix en pagar a dones joves una suma de diners que s'utilitzarà per a un dot al final d'un període de tres anys. Suposadament, les treballadores disposen del necessari per viure i acumulen hores de treball per tal de poder pagar un dot que garanteixi un bon casament. El resultat acaba sent una situació que pot ser qualificada de treball forçat. Les treballadores, extremadament joves, són sotmeses a llargues jornades laborals, en centres de treball insalubres i per salaris irrisoris, inclús comparant-los amb el mínim legal de la zona.

Empreses internacionals com Marks & Spencer, Diesel, Ralph Lauren, o Quicksilver, han intentant desmarcar-se de l'assumpte malgrat aparèixer als informes. Altres com les espanyoles El Corte Inglés, Cortefiel (Springfield) o Inditex, que tenen com a proveïdora una de les fàbriques investigada per SOMO a «Captured by

8. Overeem, Pauline et al. (2011) *Captured by Cotton. Exploited Dalit girls produce garments in India for European and US markets*. SOMO i ICN.

9. Overeem, Pauline et al. (2012) *Maid in India. Young Dalit Women Continue to Suffer Exploitative Conditions in India's Garment Industry*. SOMO i ICN.

Cotton», una factoria anomenada Eastman Exports, han declarat públicament el seu compromís en la lluita contra l'explotació infantil i la pràctica del Sumangali. Al 2011, aquestes empreses afirmaven que cap dels seus proveïdors mantenia aquest sistema de relació laboral. Inditex, per la seva part, va afirmar taxativament que les seves autories li garantien que cap dels seus proveïdors mantenia el Sumangali. A la investigació de l'informe «Maid in India», SOMO i el ICN van identificar producció per a Pull and Bear (marca propietat d'Inditex) a la Eastman Exports. Tot i que Eastman ha abandonat aquest sistema, en la investigació es va documentar que la fàbrica comptava amb treballadores de 14 i 15 anys i que durant algunes èpoques de punta de feina s'havien registrat torns de més de 24 hores seguides.

I. LES GRANS FIRMES INTERNACIONALS: COMPROMISOS I CREDIBILITAT

Després de les primeres denúncies públiques, les grans firmes van declinar tota responsabilitat. Però la successió d'escàndols, particularment referents a Nike i l'explotació infantil, les multinacionals van començar, a la dècada dels noranta, a publicitar les respectives polítiques de Responsabilitat Social Empresarial. Gegants de la moda que anunciaven que feien els deures. Inditex, The Gap, H&M, Aldi, Walmart o Carrefour van fer públics codis de conducta. Però 20 anys després, la RSE no ha estat suficient per millorar la situació dels obrers i les obreres de la confecció. Es continua exigint als productors locals una competitivitat basada en la reducció gairebé a zero dels costos laborals i fiscals i en la capacitat per servir les comandes de forma ràpida i flexible. Per estalviar costos d'emmagatzematge i no acumular estoc, les firmes de moda, de roba esportiva o les cadenes de distribució imposen terminis de lliurament cada vegada més curts. Com a conseqüència, la comercialització de roba es converteix en un sector dominat per unes poques empreses transnacionals amb milers de fàbriques proveïdores que assumeixen les seves draconianes condicions.

Elaborats codis de conducta, congressos de Responsabilitat Social Empresarial i cars processos d'auditoria portats a terme

per empreses consultores especialitzades, pretenen imposar una disciplina virtual als proveïdors internacionals. Però les pràctiques comercials de les marques poc tenen a veure amb aquesta suposada persecució del compliment dels drets laborals i les polítiques d'RSC no incideixen en les causes de la situació de les treballadores ni en els punts més calents de les relacions laborals. No existeix un compromís clar i explícit amb el pagament de salaris dignes i s'oblida que la lluita per fer que les condicions de treball siguin acceptables està íntimament lligada a la capacitat d'organització i acció col·lectiva dels obrers i les obreres. En conseqüències, els casos d'explotació laboral i de repressió sindical es reproduïxen també en fàbriques auditades i suposadament supervisades per clients internacionals.

Per descomptat, les metodologies per implementar estratègies de responsabilitat social són molt diverses. Algunes són més creïbles i efectives que d'altres però des de la Campanya Roba Neta, s'ha renunciat explícitament a publicar rànquings d'empreses que estableixin puntuacions sobre la seva responsabilitat social. L'experiència de més de 25 anys de lluita contra les violacions dels drets humans i dels drets laborals de les persones treballadores provoca un fonamentat escepticisme respecte a les estratègies d'RSC de les empreses i la teranyina de relacions entre marques, fàbriques i tallers subcontractats fa molt difícil el control i la verificació d'uns compromisos que molts cops es queden en el terreny de les declaracions institucionals. La decisió adoptada a inicis dels 2000 va ser doncs no «avaluar» l'RSC de les empreses degut a que la CRN no té mitjans propis per verificar el compliment dels compromisos. Sí que es proporcionen a les persones consumidores aquelles informacions de què disposen les organitzacions de la xarxa de la CRN per tal que siguin les compradores i els compradors els que puguin prendre les seves decisions de consum.

És per aquesta decisió estratègica i per la gran dificultat de mantenir al dia les dades de totes les empreses del sector que no podem oferir una llista exhaustiva de les marques del mercat. Tampoc no podem dir si les marques amb les quals la Campanya Roba Neta ha mantingut contacte en campanyes de pressió o en altres tipus d'interlocució són les més responsables i transparents o no. Possiblement n'hi ha d'altres «pitjors» i «millors» en molts aspectes, però proporcionant aquesta informació a les persones consumidores també busquem que es prengui consciència sobre quins són els aspectes de les polítiques empresarials que tenen repercussió real en la vida de les obreres i els obrers.

Una anàlisi de 12 líders del sector

En aquesta secció compartim la informació que la Campanya Roba Neta ha anat generant els darrers anys sobre les empreses que operen en el sector global de la confecció. Partim de les dades de diferents recerques per recollir, en un sol document, una sèrie de pistes adreçades a les persones que vulguin exercir un consum més crític i conscient. De ben segur no hem pogut incloure'n algunes de gran interès per consumidors i consumidores. Esperem poder-ho fer en properes edicions o en altres investigacions.

Facilem els perfils de 12 empreses del sector global de la moda, moltes d'elles propietàries de diverses marques. La informació prové del darrer procés sistemàtic de recerca sobre la responsabilitat social d'aquestes companyies realitzat durant el 2010 per nodrir la base de dades de la CRN internacional i de l'actualització de les dades objectives que les empreses faciliten a través de les memòries de sostenibilitat i dels documents corporatius realitzada al 2012 per la «Campanya Roba Neta Bèlgica».

A la descripció de cada empresa trobareu dades descriptives bàsiques, com la localització de la seu, l'any de fundació, la factu-

ració i els beneficis del 2011, els països on té presència comercial, el nom dels propietaris i propietàries, el ventall de productes i els països on produeix. A més, hi trobareu les valoracions sobre transparència, compromisos adoptats formalment per evitar situacions d'explotació laboral, política de verificació del compliment d'aquests compromisos i comentaris addicionals sobre la relació de la marca amb la CRN i els actors socials, així com la implicació de la mateixa en conflictes laborals documentats en els darrers anys.

El laberint de la responsabilitat social. Què exigir a les empreses transnacionals?

Els abusos i les vulneracions dels drets laborals en les cadenes de producció globals són un problema estructural. La violació d'aquests drets és responsabilitat directa de les empreses i de les administracions públiques locals, però també de les empreses internacionals que encarreguen la seva producció a fàbriques distribuïdes per tot el món. Qualsevol empresa de roba amb cadenes de subministrament transnacionals necessita adoptar mesures si realment vol evitar l'explotació laboral en la manufactura dels seus productes.

El primer pas que pot donar una empresa transnacional és adoptar un codi de conducta que estableixi els estàndards mínims que s'han d'acomplir en tots els centres de treball que participin de la seva cadena de producció.

Perquè un codi de conducta resulti seriós i creïble, ha de complir tres condicions:

- Ha de ser exhaustiu i, per tant, aplicable a tots els treballadors i les treballadores implicades en la cadena de subministrament. Afecta doncs les persones que treballen directament per a l'empresa, les que estan ocupades en

fàbriques proveïdores i, fins i tot, les persones que treballen al seu domicili per subcontractació.

- Ha de basar-se en els Convenis Fonamentals de l'Organització Internacional del Treball sobre treball infantil, treball forçós, discriminació i llibertat d'associació. Aquestes normes formen part del nucli dur dels tractats internacionals signats en el marc de la OIT i que han de respectar i promoure tots els estats membres. A més, el codi ha de ser coherent amb la Declaració Universal dels Drets Humans i obligar als proveïdors a respectar les normatives locals i a donar màxima protecció a les persones treballadores quan les normes siguin contradictòries.
- Ha de ser transparent i, per tant, s'ha de donar a conèixer als treballadors i les treballadores de la cadena de subministrament facilitant-ne còpies en els seus idiomes. També ha d'estar a disposició dels consumidors i les consumidores i de les organitzacions sindicals.

Però el codi de conducta, tot i ser un primer pas i un gest de bona voluntat, és un document que l'empresa aprova de manera unilateral (no hi ha cap procés de negociació col·lectiva per establir els estàndards que s'hi recullen) i de manera voluntària. No neix, doncs, de la negociació col·lectiva i no hi ha cap legislació o organisme internacional que obligui a disposar d'aquest codi ni a complir-lo. No constitueix la solució a les problemàtiques laborals que hi ha darrere les llargues cadenes de subministrament.

Per a una empresa transnacional, disposar d'un codi de conducta formalment molt complert, no significa estar exempta de tota sospita. Calen accions transparents de cara a controlar el seu compliment a través d'un monitoreig independent. Tot i que moltes companyies contracten firmes auditores per a la realització d'auditories socials, en la majoria dels casos, les metodologies

d'avaluació són d'allò més ineficaces. En general, es considera que la credibilitat de les auditories depèn de la implicació de totes les parts i això significa que cal trobar l'espai per a que les persones treballadores i els sindicats es puguin expressar i comunicar, així com sistemes de queixa davant violacions dels drets laborals que funcionin a diari i no només durant els processos d'auditoria.

Per tal que els processos de monitoreig i verificació siguin realment efectius, cal cercar la implicació de les organitzacions de treballadores i treballadors. Els equips auditors poden realitzar la seva feina de manera sistemàtica i professional i, malgrat tot, no accedir a la informació real del que passa a les fàbriques. Molts empresaris adoctrinaren les seves treballadores convencent-les que si són entrevistades per un equip d'auditoria i els resultats no són correctes, les comandes internacionals deixaran d'arribar i elles perdran la seva feina. En d'altres casos, les situacions d'asimetria resulten extremadament intimidatòries. Només cal imaginar una treballadora de 17 anys acabada d'arribar d'una zona rural de Xina, entrevistada per dos auditors europeus i un traductor (que possiblement ha estat contractat pel patró de la fàbrica).

Treballar conjuntament amb les organitzacions d'obrers i obreres locals, no només és una qüestió de justícia i de donar veu als interlocutors adequats, també suposa dotar les auditories d'eficàcia, ja que aquestes entitats coneixen les persones treballadores fora de l'entorn del centre de treball.

Les anomenades «iniciatives Multi-Stakeholder» agrupen empreses, sindicats i ONG per treballar conjuntament per millorar les pràctiques laborals mitjançant l'establiment de codis de conducta i sistemes de control de la seva implementació. Les finalitats d'aquestes plataformes són:

- millorar la coherència entre les disposicions del codi de conducta i les pràctiques de verificació,

- evitar duplicitats en el control de les fàbriques que proveeixen més d'una empresa internacional,
- compartir coneixement i accés a organitzacions especialitzades en acreditar la verificació del compliment del codi,
- crear mecanismes per rebre i resoldre queixes de les persones treballadores i les seves organitzacions.

Cal diferenciar entre les iniciatives Multi-Stakeholder, que impliquen la participació dels actors socials, de les iniciatives de Responsabilitat Social Corporativa creades pel món empresarial i que només agrupen empreses.

A les iniciatives Multi-Stakeholder (MSI), les empreses, els sindicats i les organitzacions de defensa dels drets laborals treballen conjuntament per millorar el control de les cadenes de subministrament i per garantir el compliment dels estàndards laborals en la producció. Són MSI:

- Ethical Trading Initiative (ETI), al Regne Unit.
- Social Accountability International (SAI), als EUA.
- Fair Wear Foundation (FWF), als Països Baixos.
- Joint Initiative on Corporate Accountability and Worker's Rights (JO-IN), internacional.

Les iniciatives empresarials d'RSC són espais en què les empreses treballen conjuntament per millorar les condicions laborals a la seva cadena de producció. La participació de sindicats i ONG, quan existeix, es limita a la consulta. Entre aquestes iniciatives hi trobem:

- Business Social Compliance Initiative (BSCI).
- Global Social Compliance Programme (GSCP).

- Worldwide Responsible Appareal Production (WRAP).
- Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX).

Tot i l'existència d'aquestes iniciatives, el nombre d'empreses transnacionals que en formen part és encara molt reduït. A més, encara queden molts reptes per afrontar perquè la més perfecta de les estratègies de Responsabilitat Social topa amb tres grans incoherències. En primer lloc, la pròpia deslocalització de la producció, per «responsable» que sigui amb els drets laborals, genera una competitivitat a la baixa entre països, regions i fàbriques, i una gran volatilitat de les inversions. La riquesa que es crea amb la indústria orientada a l'exportació es concentra en poques mans i desapareix ràpidament en segones onades de deslocalització. En segon lloc, una eina de caire voluntari com la Responsabilitat Social no hauria de substituir a les administracions en matèria d'inspecció de treball ni a la jurisdicció pública en l'àmbit de l'aplicació de normes. Així com el codi de conducta, document unilateral, no hauria de substituir els convenis col·lectius. En tercer lloc, les pràctiques de subministrament de les empreses transnacionals acostumen a ser de difícil compatibilitat amb el respecte als drets laborals. La reducció dels terminis d'entrega i la irregularitat de les comandes no permeten una correcta planificació de la producció. Els propietaris de les fàbriques no estan disposats a perdre diners i traspassen els riscos a les treballadores, contractant una plantilla infra-dimensionada a la qual es fa treballar en torns interminables en moments de molta feina.

Davant els reptes que planteja el sistema de comerç internacional, la Campanya Roba Neta ha desenvolupat una sèrie de propostes per a les empreses que es recullen en un document específic, *Full Package Approach to Labour Codes of Conduct Four major steps companies can take to ensure their products are made*

under humane conditions disponible a www.cleanclothes.org en diversos idiomes, que descriu els passos que una companyia que vulgui desenvolupar una estratègia de responsabilitat creïble hauria de donar. A continuació en presentem un resum:

Pas 1: Adoptar un codi de conducta exhaustiu, creïble i transparent.

Pas 2: Implementar el codi de conducta.

- Difusió del codi i elaboració d'un sistema de control de compliment.
- Verificació independent del compliment.
- Creació i publicació de les mesures correctives que es portaran a terme en cas de violacions dels drets laborals.
- Anàlisi de l'impacte que les pràctiques de compra tenen sobre les normes ètiques adoptades.
- Promoció del canvi i de la cooperació en el sector.
- Aprovació i aplicació d'una norma sobre salari mínim.
- Adopció de mesures específiques per abordar els problemes relacionats amb les discriminacions de gènere a l'entorn laboral.

Pas 3: Establir canals de participació real de les parts interessades.

- Participació en una iniciativa «Multi-Stakeholder».
- Cooperació amb projectes de formació en drets laborals.
- Presentació d'informes als grups d'interès.

- Inclusió de treballadores, organitzacions sindicals locals i grups de defensa dels drets laborals, en els processos d'implementació del codi.
- Establiment d'un procediment confidencial de queixes en el programa de control i verificació.

Pas 4: Promoure la llibertat d'associació i el dret a la negociació col·lectiva.

- Adopció d'un enfocament positiu cap a la llibertat d'associació.
- Garantir que la negociació col·lectiva es porta a terme amb bona fe i transparència per part de tots els actors.
- Si una empresa decideix cercar proveïdors en països on la llei restringeix la llibertat d'associació i el dret a la negociació col·lectiva, ha d'adoptar mecanismes alternatius per garantir condicions laborals dignes (en col·laboració amb les campanyes i organitzacions internacionals que tinguin coneixement del terreny).



ADOLFO DOMÍNGUEZ

Pàgina web: www.adolfodominguez.com.

Localització de la seu: Ourense, Espanya.

Any de fundació: 1973.

Facturació: 163,46 milions d'euros (2011).

Beneficis: Pèrdues per valor de 4,78 milions d'euros (2011).

Presència als mercats: Distribució a Espanya, França, Anglaterra, Bèlgica, Luxemburg, Alemanya, Portugal, Japó, USA, Mèxic, Panamà, Perú, El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Xina (Informe Anual 2010 Adolfo Domínguez SA).

Propietaris: Cotitza a la borsa de Madrid.

Productes: AD HOMBRE, AD COMPLEMENTOS, U CHICA, U CHICO, AD +, AD NIÑOS, AD MI CASA, AD JOYAS, AD MASCOTAS.

Països, zones de producció: Xina, Índia.

Transparència

La informació disponible al públic sobre l'estructura de la cadena de subministrament i els països de producció és molt limitada. La memòria de sostenibilitat no segueix cap estàndard internacional (Global Reporting International).

Compromisos

Disposa d'un codi de conducta que fan públic al seu web oficial. El codi de conducta no inclou temes clau com el pagament d'un

salari mínim. Limita les jornades setmanals a 60 hores (48 en la jornada ordinària i 12 hores extres de manera ocasional).

L'agost de 2011, va entrar a la iniciativa *Made By* expressant el seu compromís amb la «sostenibilitat ambiental i social» de la producció.

Verificació i diàleg amb els actors socials

Forma part de la *Ethical Trading Initiative*, però no ha establert cap canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especialment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Comentaris addicionals

Hi ha un diàleg obert entre la CRN i Adolfo Domínguez. L'empresa ha manifestat el seu interès per millorar qüestions de transparència i responsabilitat social i, malgrat la bona disposició, la CRN considera que alguns punts requereixen atenció immediata:

- En l'informe anual d'AD no hi ha informació disponible sobre el nombre de proveïdors, el seguiment dels programes de RSE en els seus centres de producció, o dels resultats sobre el compliment del seu codi conducta i el dret internacional al llarg de la cadena de subministrament.
- La companyia no proporciona informació completa i pública sobre els plans d'acció correctiva i preventiva en casos de violacions del codi.
- AD no especifica el país de producció de les seves peces de vestir a les etiquetes («Made in...»)

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.

BENETTON



Pàgina web: www.benetton.com.

Localització de la seu: Benetton Group Spa, Villa Minelli - I - 31050 Ponzano, Treviso, Italia.

Any de fundació: 1965.

Facturació: 2.032 milions d'euros (2011).

Beneficis: 149 milions d'euros (2011).

Presència als mercats: Més de 6.000 botigues a les zones comercials més prestigioses del món. 120 països (74% de la presència en països occidentals).

Propietaris: Edizione Srl (Holding empresarial de la família Benetton).

Productes: Luciano Benetton, Alessandro Benetton, Biagio Chiarolanza, Franco Furnò.

Països, zones de producció: Europa, Amèrica, Àsia i Tunísia.

Transparència

El codi de conducta està disponible a la pàgina web de l'empresa.

La informació que s'ofereix a les persones consumidores sobre l'origen geogràfic dels productes i l'estructura de la cadena de subministrament és reduïda i incompleta.

No hi ha disponible per al públic cap informe social.

Benetton no facilita resultats d'auditories ni informes de verificació de cap iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromisos

Benetton disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

- ... Declara que Benetton és responsable de la seva implementació a tota la cadena de subministrament (incloent les subcontractacions).
- ... Inclou mesures per a la supervisió de les condicions laborals als centres de producció.
- ... Compromet l'empresa a respectar els convenis fonamentals de la OIT en tota la cadena de subministrament.
- ... Demana als proveïdors condicions de treball segures i higièniques a les fàbriques.

Però...

- ... No indica si preval l'estàndard més alt en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals.
- ... No inclou cap referència al pagament de salaris mínims vitals ni a l'obligació de pagar el salari mínim legal de cada país de producció. No s'obliga per tant a garantir un salari mínim vital per la realització de la jornada convencional (sense comptabilitzar les hores extraordinàries).
- ... No restringeix el nombre d'hores de treball setmanals.
- ... No indica l'obligatorietat de pagar les hores extraordinàries a un preu més elevat que les ordinàries.
- ... No exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.
- ... No estableix mesures de correcció i transició en favor dels infants i de les seves famílies en cas d'identificar casos de treball infantil.
- ... No preveu condicions especials per a les persones treballadores de menys de 18 anys (per exemple: plans de formació o prohibició del treball nocturn).
- ... No esmenta la prohibició de penalitzacions arbitràries ni les sancions en cas de malaltia o embaràs.

Benetton no ha informat sobre les traduccions disponibles del seu codi de conducta. Desconeixem si els treballadors i les treballadores tenen accés al codi en el seu propi idioma.

Els contractes de subministrament no inclouen l'obligació de complir el codi de conducta per part dels proveïdors i les fàbriques que subcontractin.

Benetton no ha aportat cap indici que es portin a terme formacions sobre drets laborals a les persones treballadores o als directius de les fàbriques proveïdores.

D'acord amb la informació disponible, Benetton no té cap intenció de promoure el pagament de salaris mínims vitals en la seva cadena de subministrament.

L'empresa no ha mostrat cap sensibilitat respecte al fet que els seus productes estiguin manufacturats en països on la llibertat d'associació no està garantida.

Benetton no ha fet pública cap mesura per avaluar l'impacte de les seves pràctiques de compra sobre les condicions de treball dels seus proveïdors.

No s'ofereixen incentius econòmics de cap tipus per a que les fàbriques proveïdores mantinguin unes bones condicions laborals.

La producció es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

Verificació i diàleg amb els actors socials

L'empresa no participa en cap iniciativa de supervisió o de Responsabilitat Social Empresarial. Tampoc forma part de cap iniciativa Multi-Stakeholder ni manté un diàleg estructurat amb els actors socials.

L'empresa no ha establert un canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especialment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Fonts

Benetton es va negar a contestar el qüestionari proposat per la CRN a principis de 2010. La informació prové de recerca pròpia.

Best seller

JACK & JONES

VERO MODA

Pàgina web: www.bestseller.com

Localització de la seu: Brande, Dinamarca.

Any de fundació: 1975.

Facturació: 2.332,3 milions d'euros (2011).

Beneficis: 321,7 milions d'euros abans d'impostos (2011).

Presència als mercats: Europa, Orient Mitjà, Índia, Xina, Canadà (www.bestseller.com).

Propietaris: Anders Holch Povlsen.

Productes: Vero Moda, ONLY, Jack & Jones, Selected Homme / Femme, Pieces, Objecte, Outfitters Nation, Name It, Villa.

Països, zones de producció: Principalment Xina, Índia, Bangla Desh i Turquia, però també a Egipte, Marroc, Tunísia, Cambodja, Indonèsia, Vietnam, Albània, Itàlia, Letònia, Lituània, Macedònia, Polònia, Portugal, Romania i Ucraïna (www.bestseller.com i CRN).

Transparència

Els documents bàsics com el codi de conducta i la memòria de sostenibilitat estan disponibles a la pàgina web corporativa.

Bestseller fa pública informació sobre la seva cadena de subministrament i sobre els països on es fabriquen els seus productes.

Compromisos

Bestseller disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

- ... Indica que en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals, preval l'estàndard més alt.
- ... Declara que l'empresa és responsable de la seva implementació a tota la cadena de subministrament (incloent les subcontractacions).
- ... Estableix un màxim de 60 hores de treball setmanals en tota la seva cadena de subministrament (48 hores convencionals més 12 hores extraordinàries) i fixa que les hores extraordinàries només han d'existir de manera ocasional i han de ser remunerades millor que les ordinàries.
- ... Apel·la a unes condicions de treball higièniques i segures.
- ... Exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.

Però...

- ... No obliga a garantir un salari mínim vital per la realització de la jornada convencional (sense comptabilitzar les hores extraordinàries).
- ... No exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través de contractes.
- ... No estableix mesures de correcció i transició en favor dels infants i de les seves famílies en cas d'identificar casos de treball infantil.
- ... No preveu condicions especials per a les persones treballadores de menys de 18 anys (per exemple: plans de formació o prohibició del treball nocturn).
- ... No apel·la públicament ni pren mesures actives per fomentar el treball decent en els països on la llibertat d'associació i la negociació col·lectiva estan limitades legalment.

El codi de conducta està traduït i disponible als centres de treball en les llengües dels països productors.

Els contractes de subministrament inclouen l'obligació de complir el codi de conducta per part dels proveïdors i les fàbriques que subcontractin.

Bestseller declara portar a terme formacions sobre drets laborals a les persones treballadores i als directius de les fàbriques proveïdores, incloent-hi la llibertat d'associació i la negociació col·lectiva com a temes rellevants.

L'empresa no té planejat implementar mesures per promoure el pagament de salaris mínims vitals en la seva cadena de subministrament.

Bestseller ha emprès accions per avaluar l'impacte de la seva política de compres en les condicions laborals en la cadena de subministrament.

S'han establert procediments per millorar la planificació de la producció i evitar la realització d'hores extres excessives a les fàbriques proveïdores.

No s'ofereixen incentius econòmics per a que les fàbriques proveïdores mantinguin unes bones condicions laborals.

Part de la producció es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

Verificació i diàleg amb els actors socials

L'empresa forma part de la iniciativa Multi-Stakeholder danesa DIEH (Danish Ethical Trading Initiative). Aquesta iniciativa no porta a terme processos de verificació independent.

L'empresa no ha establert un canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especialment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la Campanya Roba Neta Dinamarca a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.



Pàgina web: www.c-and-a.com

Localització de la seu: Wanheimer Straße 70 40468 Düsseldorf, Alemanya.

Any de fundació: 1841.

Facturació: 6.800 milions d'euros (2011).

Beneficis: No disponible.

Presència als mercats: Suïssa, Alemanya, Països Baixos, Sèrbia, Eslovàquia, Turquia, Romania, Itàlia, Hongria, Espanya, Àustria, Luxemburg, Eslovènia, Portugal, República Txeca, França, Polònia, Bèlgica, Croàcia, Rússia. Un total de 1.353 punts de venda.

Propietaris: Cofra Holding AG.

Productes: C&A, Canada, Yessica, Yessica Pure, Angelo Litrico, Westbury, Your Sixth Sense, Rodeo, Clockhouse, Here and There, Palomino, Baby Club Textile/Shoes.

Països, zones de producció: Bangla Desh, Xina, Indonèsia, Turquia, Índia, Europa i Àsia (C&A i CRN).

Transparència

El codi de conducta de C&A està disponible al públic a través de la seva pàgina web oficial i, si se sol·licita, a les botigues.

La memòria social anual està disponible al públic i la seva redacció segueix estàndards de Global Reporting International (GRI).

C&A proporciona als actors socials els resultats de les auditories.

Compromisos

C&A disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

- ... Declara que C&A és responsable de la seva implementació a tota la cadena de subministrament (incloent les subcontraccions).
- ... Inclou mesures per a la supervisió de les condicions laborals als centres de producció.
- ... Fa constar que l'empresa es compromet a pagar el salari mínim legal de cada país.
- ... Apel·la a unes condicions de treball higièniques i segures.

Però...

- ... No indica si preval l'estàndard més alt en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals.
- ... No fa referència explícita a tots els convenis fonamentals de la OIT.
- ... No expressa cap compromís formal amb la limitació de les hores de treball per setmana.
- ... No estableix l'obligatorietat de garantir un salari mínim vital per la realització de la jornada convencional (sense comptabilitzar les hores extraordinàries).
- ... No estableix l'obligatorietat de pagar les hores extraordinàries a un preu més elevat que les ordinàries.
- ... No exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través de contractes.
- ... No estableix mesures de correcció i transició en favor dels infants i de les seves famílies en cas d'identificar casos de treball infantil.
- ... No apel·la públicament per unes condicions laborals dignes en els països on la llibertat d'associació i la negociació col·lectiva estan limitades legalment.
- ... No prohibeix la retenció de salaris i documentació de les persones treballadores per part dels empresaris.

... No prohibeix explícitament les penalitzacions arbitràries ni les sancions en cas de malaltia o embaràs.

El codi de conducta està traduït als idiomes dels països on l'empresa té proveïdors.

Cada contracte de subministrament inclou l'obligació de complir el codi per part dels proveïdors i les seves subcontractacions.

C&A assegura que promou la formació sobre drets laborals dirigida a directius i treballadors i treballadores de la cadena de subministrament.

D'acord amb la documentació aportada, C&A no té plans d'impulsar el pagament d'un salari mínim vital a les persones que treballen en la seva cadena de subministrament.

L'empresa ha emprès accions per planificar la capacitat de producció i preveure les jornades excessives.

La producció es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

Verificació i diàleg amb els actors socials

C&A participa en una iniciativa empresarial de responsabilitat corporativa (GSCP).

L'empresa disposa d'un pla d'actuacions correctives en cas de violacions dels drets laborals. Ha facilitat bons exemples de l'aplicació d'aquests plans.

C&A no s'ha involucrat en una iniciativa Multi-Stakeholder per portar a terme una verificació independent del compliment del codi de conducta.

L'empresa no ha establert un canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especialment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Comentaris addicionals

La participació en una iniciativa empresarial de RSE no dona veu als actors socials i no pot ser excusa per no involucrar-se en una iniciativa Multi-Stakeholder.

C&A s'ha vist involucrada freqüentment en accions urgents impulsades per la CRN. Les darreres, relacionades amb la insalubritat i inseguretat a les fàbriques de Bangla Desh.

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.



G-STAR

Pàgina web: www.g-star.com.

Localització de la seu: Keienbergweg 100.1101 GH Amsterdam. The Netherlands

Any de fundació: 1989.

Facturació: Per sobre dels 1.000.000.000 de dòlars (2010) <http://www.slideshare.net/elly0c/gstar-raw>.

Beneficis: No disponible.

Presència als mercats: Àsia, Europa, Orient Mitjà, Àfrica del Nord, Amèrica del Nord. 6300 punts de venda a 65 països (<http://about.hm.com/content/hm/AboutSection/es/About/Facts-About-HM/About-HM/Sales-Markets/Asia.html>).

Propietaris: No disponible.

Productes: Marques pròpies: G-Star i Denim.

Països, zones de producció: Egipte, Maurici, Marroc, Tunísia, Bangla Desh, Cambotja, Xina, Índia, Indonèsia, Corea del Sud, Pakistan, Sri Lanka, Tailàndia, Turquia, Vietnam, Bulgària, República Txeca, França, Grècia, Itàlia, Letònia, Lituània, Polònia, Portugal, Romania, Espanya, Ucraïna.

Transparència

Els darrers quatre anys, G-Star ha estès el seu programa de RSC. Al mateix temps, el diàleg entre l'empresa i la Campanya Roba Neta ha millorat i G-Star ha accedit a proporcionar informació de primera mà responnent el qüestionari administrat per la CRN durant el 2010.

El codi de conducta de G-Star està disponible per al públic a través de la pàgina web de l'empresa.

Les persones consumidores poden aconseguir algunes dades sobre els països on produeix i l'estructura de la cadena de subministrament.

Compromisos

G-Star disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

- ... Declara que G-Star és responsable de la implementació del codi de conducta a tota la cadena de subministrament (inclouent les subcontractacions).
- ... Inclou mesures per a la supervisió de les condicions laborals als centres de producció.
- ... Expressa el compromís de pagar el salari mínim legal de cada país.
- ... Estableix un màxim de 60 hores de treball setmanals en tota la seva cadena de subministrament (48 hores convencionals més 12 hores extraordinàries), remarcant que les hores extraordinàries només han de produir-se de manera ocasional i que s'han de remunerar amb un suplement.
- ... Apel·la a unes condicions de treball higièniques i segures.
- ... Exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.

Però...

- ... No indica si preval l'estàndard més alt en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals.
- ... No fa referència explícita a tots els convenis fonamentals de la OIT.
- ... No obliga a garantir un salari mínim vital per la realització de la jornada convencional (sense comptabilitzar les hores extraordinàries).
- ... No prohibeix explícitament les penalitzacions arbitràries ni les sancions en cas de malaltia o embaràs.

El codi de conducta està traduït als idiomes dels països on l'empresa té proveïdors.

Cada contracte de subministrament inclou l'obligació de complir el codi per part dels proveïdors i les seves subcontractacions.

No s'han presentat evidències que l'empresa promogui la formació sobre drets laborals dirigida a directius i treballadors i treballadores de la cadena de subministrament

D'acord amb la documentació aportada, G-Star no té plans d'impulsar el pagament d'un salari mínim vital a les persones que treballen en la seva cadena de subministrament.

La producció de G-Star es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

L'empresa no ha emprès cap acció per planificar la capacitat de producció i preveure les jornades excessives.

Verificació i diàleg amb els actors socials

L'empresa no participa en cap iniciativa de RSC. No ha facilitat cap document sobre activitats de monitoreig de la cadena de subministrament.

No està involucrada en cap iniciativa de verificació independent o Multi-Stakeholder.

L'empresa no ha establert un canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especialment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Comentaris addicionals

G-Star va estar involucrada en un conflicte amb la Campanya Roba Neta quan un dels seus proveïdors va denunciar a diverses investigadores del CRN i del «Indian Comitee of the Netherlands» per difamació. Les investigadores havien publicat una investigació on es detallaven abusos i violacions dels drets laborals a la fàbrica proveïdora a l'Índia. La pressió internacional sobre la firma arran d'aquest cas explica l'obertura al diàleg de l'empresa matriu de la marca holandesa.

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.



Pàgina web: www.hm.com

Localització de la seu: H&M Hennes & Mauritz Sverige AB. SE -106 38 Stockholm.

Any de fundació: 1947.

Facturació: 129.000 milions de corones sueques (2011).

Beneficis: No disponible

Presència als mercats: Àsia, Europa, Orient Mitjà, Àfrica del Nord, Amèrica del Nord. 1988 botigues a 35 països.

Propietaris: Stefan Persson (fill del fundador Erlin Persson).

Productes: Marques pròpies: H&M menswear, H&M womenswear, L.O.G.G., Big is Beautiful (BB), Mama, Divided.

Empreses en les quals té participació: Fabric Scandinavian (propietària de Weekday i Monki).

Països, zones de producció: Egipte, Maurici, Marroc, Tunísia, Bangla Desh, Cambotja, Xina, Índia, Indonèsia, Corea del Sud, Pakistan, Sri Lanka, Tailàndia, Turquia, Vietnam, Bulgària, República Txeca, França, Grècia, Itàlia, Letònia, Lituània, Polònia, Portugal, Romaniaa, Espanya, Ucraïna.

Transparència

El codi de conducta d'H&M està disponible per al públic a través de la pàgina web de l'empresa.

H&M publica un informe social seguint els estàndards fixats per GRI i inclou un informe dels actors socials.

H&M facilita els resultats de les auditories realitzades i segueix un procés de verificació a través d'una iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromisos

H&M disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

- ... Declara que H&M és responsable de la seva implementació a tota la cadena de subministrament (incloent les subcontractacions).
- ... Inclou mesures per a la supervisió de les condicions laborals als centres de producció.
- ... Fa referència explícita als convenis fonamentals de la OIT.
- ... Expressa el compromís de pagar el salari mínim legal de cada país.
- ... Estableix un màxim de 60 hores de treball setmanals en tota la seva cadena de subministrament (48 hores convencionals més 12 hores extraordinàries).
- ... Exigeix explícitament la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.

Però...

- ... No indica si preval l'estàndard més alt en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals.
- ... No esmenta que les hores extraordinàries només han de produir-se de manera ocasional i que s'han de remunerar amb un suplement.
- ... No obliga a garantir un salari mínim vital durant l'horari normal de treball, sense hores extres.

El codi de conducta està traduït a la majoria dels idiomes dels països on l'empresa té proveïdors.

Els contractes de subministrament inclouen l'obligació de complir el codi de conducta per part dels proveïdors i les fàbriques que subcontractin.

Segons l'empresa, es porten a terme formacions sobre drets laborals a les persones treballadores o als directius de les fàbriques proveïdores.

L'empresa no té planejat implementar mesures per promoure el pagament de salaris mínims vitals en la seva cadena de subministrament.

H&M no ha emprès accions per avaluar l'impacte de la seva política de compres en les condicions laborals en la cadena de subministrament.

No s'han establert procediments per millorar la planificació de la producció i evitar la realització d'hores extres excessives a les fàbriques proveïdores.

No s'ofereixen incentius econòmics per a que les fàbriques proveïdores mantinguin unes bones condicions laborals.

Part de la producció es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

Verificació i diàleg amb els actors socials

H&M no ha proporcionat exemples de com es corregeixen les violacions de drets laborals a la seva cadena de subministrament.

L'empresa participa en una iniciativa Multi-Stakeholder coordinada per al Fair Labor Association (FLA).

Comentaris addicionals

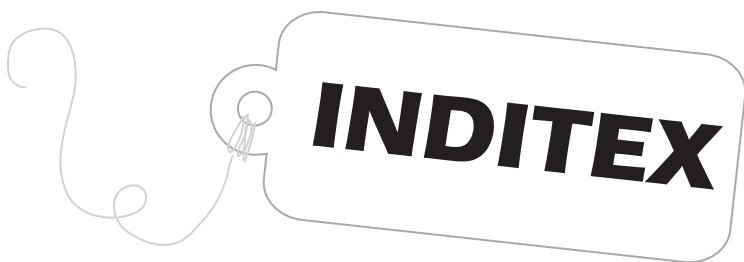
H&M ha estat involucrada en l'Acció Urgent de la fàbrica Garib & Garib de Bangla Desh. L'empresa no ha reaccionat a les demandes dels treballadors i les treballadores de la CRN fins que s'ha portat a terme una campanya pública de pressió.

El canal 4 de la televisió sueca va emetre el novembre de 2012 un reportatge sobre els salaris a la cadena de producció de la roba d'H&M que va generar una indignació entre part de l'opinió pública del país. El reportatge recuperava els compromisos públics

que la marca va realitzar l'any 1998 i que no s'han complert (http://www.tv4play.se/program/kalla-fakta?video_id=2232717).

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.



Pàgina web: www.zara.com <http://www.inditex.com>

Localització de la seu: Avenida de la Diputación s/n.15142 Arteixo, A Coruña.

Any de fundació: La marca ZARA va ser fundada l'any 1975. L'any 1985 es va fundar el grup Inditex.

Facturació: 13.793.000 euros (2011).

Beneficis: 1.932.000 euros (2011).

Presència als mercats: Àfrica, Amèrica, Àsia, Europa, Austràlia.

Propietaris: Amancio Ortega, soci fundador d'Inditex i president del seu Consell. Societat cotitzada.

Productes: *Marques:* Zara, Pull and Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe, Lefties.

Països, zones de producció: Àfrica, Amèrica, Àsia, Europa.

Transparència

Els documents bàsics com el codi de conducta i la memòria de sostenibilitat estan disponibles a la pàgina web corporativa.

La memòria de sostenibilitat segueix l'estructura marcada per Global Reporting International.

Compromisos

Inditex disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

- ... Indica que, en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals, preval la norma més favorable a les persones treballadores.
- ... Declara que Inditex és responsable de la implementació del codi de conducta a tota la cadena de subministrament (incloent les subcontractacions).
- ... Inclou mesures per a la supervisió de les condicions laborals als centres de producció.
- ... Reconeix el dret de les persones treballadores a rebre un salari que els permeti cobrir les necessitats bàsiques de les seves famílies.
- ... Estableix un màxim de 60 hores de treball setmanals en tota la seva cadena de subministrament (48 hores convencionals més 12 hores extraordinàries).
- ... Esmenta que les hores extraordinàries només han de produir-se de manera ocasional i que s'han de remunerar amb un suplement.
- ... Apel·la a unes condicions de treball higièniques i segures.
- ... Exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.

Però...

- ... No obliga a garantir un salari mínim vital durant l'horari normal de treball, sense hores extres (que hauria de permetre cobrir les necessitats bàsiques i un marge d'ús discrecional per part de les persones treballadores).
- ... No es fa referència explícita a tots els convenis fonamentals de l'OIT.

Els contractes de subministrament inclouen l'obligació de complir el codi de conducta per part dels proveïdors i les fàbriques que subcontractin.

Inditex assegura que es porten a terme formacions sobre drets laborals a les persones treballadores o als directius de les fàbriques proveïdores.

L'empresa no té planejat implementar mesures per promoure el pagament de salaris mínims vitals en la seva cadena de subministrament.

Inditex ha declarat haver emprès accions per avaluar l'impacte de la seva política de compres en les condicions laborals en la cadena de subministrament. En coherència amb aquestes avaluacions declara que s'han establert procediments per millorar la planificació de la producció i evitar la realització d'hores extres excessives a les fàbriques proveïdores.

Part de la producció es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

Verificació i diàleg amb els actors socials

L'empresa forma part de la iniciativa Multi-Stakeholder ETI. Aquesta iniciativa no porta a terme processos de verificació independent.

Els processos d'auditoria d'Inditex tenen en compte els actors socials però caldria millorar les vies de comunicació amb els sindicats locals.

L'empresa no ha establert un canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especialment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Comentaris addicionals

Entre 2005 i 2010, la CRN ha presentat a Inditex set casos de violacions laborals en fàbriques proveïdores a Bangla Desh i a Cambodja. La majoria d'aquests casos es refereixen a vulneracions de la llibertat d'associació i a la manca de condicions laborals segures i higièniques.

El grup Inditex s'ha expandit ràpidament i avui dia és el comercialitzador de roba més gran del món. La CRN reconeix que Inditex ha mantingut un diàleg fluid amb els actors socials en els darrers anys i també valora les mesures correctives adoptades per l'empresa en els casos de violació dels drets laborals en la seva cadena de subministrament.

Malgrat que Inditex ha portat a terme algunes accions rellevants en matèria de diàleg amb els sindicats (com la signatura d'un acord marc internacional amb la Federació Internacional de Treballadors de la Indústria del Tèxtil, la Confecció i el Cuir), els casos abans comentats són un indicador que no s'han fet els canvis necessaris en el seu model de negoci i en la gestió de la cadena de subministrament per garantir el compliment del seu codi de conducta.

La CRN valora l'acord marc internacional però insta Inditex a adoptar compromisos sòlids en les següents qüestions:

- el pagament d'un salari mínim vital a les persones treballadores, prenent com a referència les xifres proposades per l'Asian Floor Wage Campaign,
- la divulgació de la seva llista de proveïdors, els resultats detallats de les auditories realitzades i de les accions correctives acordades amb els proveïdors en cas de resultats irregulars,
- l'adopció de mesures per garantir que les seves pràctiques de compra i de gestió de la cadena de subministrament no impacten negativament sobre els drets fonamentals de les persones treballadores.

L'informe *La moda española en Tánger: trabajo y supervivencia de las obreras de la confección*, revelava com les obreres fàbriques proveïdores d'Inditex a la ciutat marroquina de Tànger no vivien condicions millors que les de les obreres d'altres fàbriques i que les violacions de la legislació del país i dels convenis fonamentals de la OIT eren habituals (<http://www.ropalimpia.org/adjuntos/noticias/materiales/Moda-espanola-en-Tanger.pdf>).

El novembre de 2012, una televisió francesa va emetre un escandalós documental sobre Inditex que no ha tingut cap repercussió en els grans mitjans espanyols (http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Wvw9KZrAKRc).

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.



Pàgina web: <http://eu.lee.com>

Localització de la seu: 9001 W. 67th St. Merriam, KS 66202. EE UU.

Seu europea a Bornem, Bèlgica.

Any de fundació: 1898.

Facturació: no disponible.

Beneficis: 2.500.000 dòlars (2011) a la secció de Jeanswear (Lee, Riders, Rustler, Wrangler).

Presència als mercats: 7 botigues pròpies: Amsterdam, Amberes, Berlín, Colònia, Londres, Moscou, París. Presència a botigues d'arreu del món.

Propietaris: VF Jeanswear-International.

Productes: Roba casual de la pròpia marca.

Països, zones de producció: Amèrica, Xile, Costa Rica, República Dominicana, Àsia, Europa.

Transparència

El codi de conducta de Lee està disponible a la seva pàgina web corporativa.

No es dona informació satisfactòria sobre la seva cadena de subministrament i sobre els països on es fabriquen els seus productes.

No hi ha cap informe social públicament disponible.

Lee no facilita els resultats de les seves auditories socials ni forma part de cap iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromisos

Lee Europe disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

- ... Indica que en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals preval l'estàndard més alt .
- ... Fa constar que l'empresa es compromet a pagar el salari mínim legal de cada país.
- ... Estableix un màxim de 60 hores de treball setmanals en tota la seva cadena de subministrament (48 hores convencionals més 12 hores extraordinàries).
- ... Apel·la a unes condicions de treball higièniques i segures.

Però...

- ... No estableix mesures de correcció i transició en favor dels infants i de les seves famílies en cas d'identificar casos de treball infantil.
- ... No garanteix la seva implementació a tota la cadena de subministrament (incloent les subcontractacions).
- ... No fa referència explícita a tots els convenis fonamentals de la OIT.
- ... No exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través de contractes.
- ... No apel·la públicament per unes condicions laborals dignes en els països on la llibertat d'associació i la negociació col·lectiva estan limitades legalment.
- ... No prohibeix la retenció de salaris i documentació de les persones treballadores per part dels empresaris.
- ... No estableix l'obligatorietat de garantir un salari mínim vital per la realització de la jornada convencional (sense comptabilitzar les hores extraordinàries).
- ... No remarca que les hores extraordinàries s'han de realitzar de manera ocasional i que s'han de remunerar amb un suplement.

Lee no ha facilitat informació sobre els idiomes als quals s'ha traduït el seu codi de conducta.

Els contractes de subministrament inclouen l'obligació de complir el codi de conducta per part dels proveïdors i les fàbriques que subcontractin.

No es porten a terme formacions sobre drets laborals a les persones treballadores o als directius de les fàbriques proveïdores.

L'empresa no té planejat implementar mesures per promoure el pagament de salaris mínims vitals en la seva cadena de subministrament.

No s'ofereixen incentius econòmics per a que les fàbriques proveïdores mantinguin unes bones condicions laborals.

No s'han establert procediments per millorar la planificació de la producció i evitar la realització d'hores extres excessives a les fàbriques proveïdores.

Verificació i diàleg amb els actors socials

L'empresa forma part d'una iniciativa empresarial de responsabilitat social: WRAP.

Lee no ha facilitat informació sobre activitats correctives en cas d'incompliment del seu codi de conducta.

L'empresa no forma part de cap iniciativa Multi-Stakeholder.

L'empresa no ha establert un canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especialment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Comentaris addicionals

La participació en una iniciativa empresarial de RSE no dóna veu als actors socials i no pot ser excusa per no involucrar-se en una iniciativa Multi-Stakeholder.

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.



Pàgina web: www.mango.com

Localització de la seu: Mercaders 9-11, P.I. Riera de Caldes. Apartat de Correus 280. 08184 Palau-solità i Plegamans.

Any de fundació: 1984.

Facturació: Import net xifra negoci: 1.270 milions d'Euros (2010).

Beneficis: 101 milions d'euros (2010).

Presència als mercats: Àfrica, Amèrica, Àsia, Oceania, Europa, Orient Mitjà.

Propietaris: Isak Andic Ermay (Principal propietari).

Productes: Marques pròpies: MANGO MNG HE. Col·leccions: Think up, Zuhair Murad, Moments Ladies, Gents.

Països, zones de producció: Marroc, Bangla Desh, Xina, Índia, Indonèsia, Pakistan, Turquia, Vietnam.

Transparència

Els documents bàsics com el codi de conducta i la memòria de sostenibilitat estan disponibles a la pàgina web corporativa.

Mango facilita periòdicament a la CRN els resultats de les auditories socials malgrat no formar part de cap iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromisos

Mango disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

- ... Indica que, en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals, preval la norma més favorable a les persones treballadores.
- ... Declara que Mango és responsable de la implementació del codi de conducta a tota la cadena de subministrament (inclouent les subcontractacions).
- ... Inclou mesures per a la supervisió de les condicions laborals als centres de producció.
- ... Fa referència explícita als convenis fonamentals de la OIT.
- ... Expressa el compromís de pagar el salari mínim legal de cada país.
- ... Restringeix el nombre d'hores de treball a la setmana.
- ... Apel·la a unes condicions de treball higièniques i segures.

Però...

- ... No estableix mesures de correcció i transició en favor dels infants i de les seves famílies en cas d'identificar casos de treball infantil.
- ... No apel·la públicament ni pren mesures actives per fomentar el treball decent en els països on la llibertat d'associació i la negociació col·lectiva estan limitades legalment.
- ... No exigeix explícitament la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.
- ... No preveu condicions especials per a les persones treballadores de menys de 18 anys (per exemple: plans de formació o prohibició del treball nocturn).
- ... No obliga a garantir un salari mínim vital per la realització de la jornada convencional (sense comptabilitzar les hores extraordinàries).

El codi de conducta està traduït i disponible als centres de treball en les llengües dels països productors.

Els contractes de subministrament inclouen l'obligació de complir el codi de conducta per part dels proveïdors i les fàbriques que subcontractin.

No es porten a terme formacions sobre drets laborals a les persones treballadores o als directius de les fàbriques proveïdores.

L'empresa no té planejat implementar mesures per promoure el pagament de salaris mínims vitals en la seva cadena de subministrament.

Mango ha emprès accions per avaluar l'impacte de la seva política de compres en les condicions laborals en la cadena de subministrament.

S'han establert procediments per millorar la planificació de la producció i evitar la realització d'hores extres excessives a les fàbriques proveïdores.

No s'ofereixen incentius econòmics per a que les fàbriques proveïdores mantinguin unes bones condicions laborals.

Part de la producció es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

Verificació i diàleg amb els actors socials

Mango no participa en cap iniciativa empresarial de responsabilitat social.

Encara que Mango no forma part de cap iniciativa Multi-Stakeholder, publica els resultats de les auditories a les fàbriques proveïdores a la seva memòria de sostenibilitat anual.

Tot i que l'empresa no ha fet pública la seva llista de proveïdors, sí que la facilita cada any a la CRN i a altres actors socials, exigint sempre confidencialitat sobre les dades aportades.

L'empresa no ha establert un canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especialment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.



Pàgina web: www.levistrauss.com

Localització de la seu: 1155 Battery St. San Francisco, Calif. 94111. EE UU.

Any de fundació: 1873.

Facturació: 4.800 milions US dòlars.

Beneficis: 138 milions US dòlars (2011).

Presència als mercats: Amèrica, Àsia, Europa, Orient Mitjà, Àfrica del Nord.

Propietaris: Els descendents de la família de Levi Strauss i els seus familiars. Fideïcomissaris: Miriam L. Haas, Peter E. Haas Jr, Robert D. Haas i Stephen C. Neal.

Productes: Texans, pantalons casuals i de vestir, bruses, faldilles, jaquetes, calçat i accessoris relacionats. *Marques:* Levi's, Dockers i productes amb la signatura «by Levi Strauss & Co».

Països, zones de producció: Egipte, Lesotho, Madagascar, Maurici, Marroc, Sud-Àfrica, Tunísia, Argentina, Brasil, Canadà, Colòmbia, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Haití, Mèxic, Nicaragua, Perú, Estats Units, Uruguai, Bangla Desh, Cambotja, Xina, Hong Kong, Índia, Indonèsia, Japó, Corea, Corea del Sud, Malàisia, Pakistan, Filipines, Sri Lanka, Taiwan, Tailàndia, Turquia, Turkmenistan, Vietnam, Bulgària, Grècia, Itàlia, Polònia, Portugal, Romania, Suïssa.

Transparència

Levi Strauss & Co va acceptar contestar el qüestionari que la CRN li va fer arribar a principis del 2010 i va proporcionar documentació addicional.

L'any 2005, l'empresa va publicar la seva llista de proveïdors.

El codi de conducta de Levi's està disponible per al públic a través de la pàgina web de l'empresa.

Les persones consumidores poden aconseguir algunes dades sobre els països on produeix i l'estructura de la cadena de subministrament.

Levi's no publica cap informe social i no facilita els resultats de les auditories realitzades als seus proveïdors.

Compromisos

Levi Strauss & Co disposa de codi de conducta.

El codi de conducta...

... Indica si preval l'estàndard més alt en cas de discrepància entre les lleis locals i els estàndards internacionals.

... Declara que Levi Strauss & Co és responsable de la implementació del codi de conducta a tota la cadena de subministrament (incloent les subcontractacions).

... Inclou mesures per a la supervisió de les condicions laborals als centres de producció.

... Inclou l'obligació de pagar el salari mínim legalment establert en cada país de producció,

... Compromet formalment a respectar els estàndards internacionals del treball,

... Estableix un màxim de 60 hores de treball setmanals en tota la seva cadena de subministrament (48 hores convencionals més 12 hores extraordinàries).

... Apel·la a unes condicions de treball higièniques i segures.

... Exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.

Però...

... No es fa referència explícita a tots els convenis fonamentals de l'OIT.

... No esmenta que les hores extraordinàries només han de produir-se de manera ocasional i que s'han de remunerar amb un suplement.

... No obliga a garantir un salari mínim vital durant l'horari normal de treball, sense hores extres.

... No esmenta explícitament el compromís de posar fi a les pitjors formes de treball infantil, amb referència al Conveni 182 de l'OIT.

El codi de conducta està traduït a la majoria dels idiomes dels països on l'empresa té proveïdors.

Els contractes de subministrament inclouen l'obligació de complir el codi de conducta per part dels proveïdors i les fàbriques que subcontractin.

Levi's diu que porta a terme formacions sobre drets laborals a les persones treballadores o als directius de les fàbriques proveïdores, incloent-hi la llibertat d'associació i la negociació col·lectiva com a temes rellevants.

L'empresa no té planejat implementar mesures per promoure el pagament de salaris mínims vitals en la seva cadena de subministrament.

S'han establert procediments per millorar la planificació de la producció i evitar la realització d'hores extres excessives a les fàbriques proveïdores.

No s'ofereixen incentius econòmics per a que les fàbriques proveïdores mantinguin unes bones condicions laborals.

Part de la producció es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

Verificació i diàleg amb els actors socials

L'empresa no participa en cap iniciativa empresarial de responsabilitat social.

Levi's no facilita els resultats de les seves auditories socials.

L'empresa disposa de plans de correcció de les violacions dels drets laborals i del seu propi codi de conducta en les fàbriques proveïdores. Ha proporcionat exemples documentats de l'aplicació d'aquests plans.

No forma part de cap iniciativa Multi-Stakeholder.

Comentaris addicionals

Entre 1999 i 2009, Levi's ha estat involucrada en sis Accions Urgents.¹ Cinc d'elles relatives a limitacions de la llibertat d'associació en fàbriques proveïdores i una, a Saipan, relacionada amb problemes de violacions molt greus dels drets laborals.

Recentment, Levi's ha estat involucrada en una Acció Urgent a Mèxic. Les denúncies de les ONG locals fan referència a excessos en la realització d'hores extra. L'empresa ha reaccionat positivament i de forma immediata.

També durant el 2010, Levi's està involucrada en una Acció Urgent a Haití sobre accions contràries a la llibertat d'associació i a la negociació col·lectiva per part d'una empresa proveïdora. L'empresa ha reaccionat positivament i de forma immediata.

Levi Strauss & Co va ser la primera empresa internacional de roba que va redactar el seu propi codi de conducta de pràctiques laborals aplicable a tota la cadena de subministrament: «Levi Strauss & Co. Global Sourcing and Operating Guidelines» (1991). Levi's ha realitzat molts esforços per esdevenir un referent en la implementació dels estàndards laborals bàsics en tota la seva cadena de subministrament, però això no significa que els casos de violacions dels drets de les persones treballadores i les Accions Urgents no s'hagin anat succeint en els darrers anys.

Als noranta, l'empresa va patir una forta reestructuració i va tancar moltes de les fàbriques d'Europa i els EE UU.

L'any 1999, Levi's va entrar a la Ethical Trading Initiative. Però el 2007 va abandonar la iniciativa degut a discrepàncies en el tema dels salaris dignes. L'empresa es va negar a incloure referències al

1. El mecanisme d'Accions Urgents de la Campanya Roba Neta estableix un sistema de solidaritat internacional amb lluites concretes de col·lectius de treballadors i treballadores que veuen vulnerats els seus drets. Quan les persones treballadores es troben en un procés de lluita en el seu centre de treball, a través de les accions urgents, la xarxa internacional de la CRN pressiona les firmes internacionals clients per a que es comprometin en una resolució del conflicte que posi els drets dels obrers i les obreres per davant dels beneficis econòmics. El funcionament de les Accions Urgents es detalla en el darrer epígraf d'aquesta publicació.

salari mínim vital al seu codi de conducta argumentant que es tractava d'una aspiració i no d'una política concreta i aplicable que es pogués convertir en norma immediatament. La CRN considera que les iniciatives Multi-Stakeholder són l'espai idoni per a que els actors socials col·laborin per aconseguir uns salaris suficients per viure però Levi's va decidir quedar fora d'aquest procés.

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.



Pàgina web: www.Pimkie.fr

Localització de la seu: Willstätt, Alemanya.

Any de fundació: 1971.

Facturació: No hi ha informació disponible.

Beneficis: No hi ha informació disponible.

Presència als mercats: França, Itàlia, Alemanya, Espanya. 665 botigues.

Propietaris: Mulliez corporate group.

Productes: *Col·leccions:* Must have, Weiß im Trend, Shorts, Imprimé, Fleuri, Marin rétro, Accessoires.

Països, zones de producció: No hi ha informació disponible.

Transparència

Pimkie no va contestar l'enquesta que li va trametre la CRN durant 2010.

El codi de conducta de Pimkie no està disponible a la seva web corporativa.

L'empresa no facilita informació sobre la seva cadena de subministrament ni dels països on produeix.

Compromisos

No hi ha cap document que comprometi a Pimkie amb...

... El respecte a la Declaració Universal dels Drets Humans i a les lleis nacionals.

- ... El respecte als convenis fonamentals de l'OIT en la seva cadena de producció.
- ... El pagament del salari mínim legal als països productors.
- ... La limitació del nombre d'hores de treball per setmana.
- ... L'exigència d'un entorn de treball segur i higiènic.
- ... L'exigència de la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.

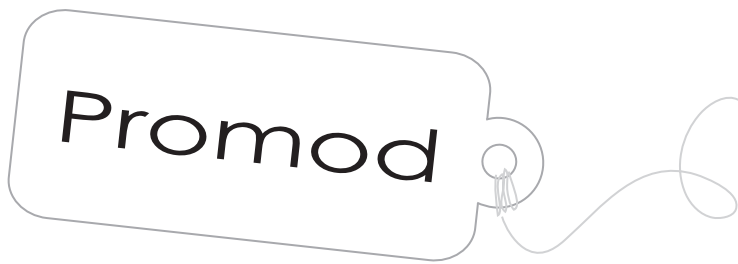
No es coneix cap mesura de l'empresa per garantir unes bones condicions de treball en la seva cadena de subministrament.

Verificació i diàleg amb els actors socials

Pimkie no forma part de cap iniciativa ni ha informat que tinguin relació amb altres actors socials.

Fonts

Recerca documental de la CRN.



Pàgina web: www.Promod.eu

Localització de la seu: Chemin du Verseau 59847 Marcq - en - Baroeul Cedex - França.

Any de fundació: 1975.

Facturació: No disponibles.

Beneficis: No disponibles.

Presència als mercats: Europa, Orient Mitjà, Àsia. 800 punts de venda.

Propietaris: Francis Charles Pollet (president).

Productes: Marca pròpia: Promod.

Països, zones de producció: Illes Maurici, Marroc, Tunísia, Bangla Desh, Xina, Índia, Corea, Corea del Sud, Filipines, Tailàndia, Turquia, Vietnam, Bulgària, França, Itàlia, Lituània, Romania, Espanya, Regne Unit.

Transparència

El codi de conducta de Promod no està disponible a la seva web corporativa.

L'empresa publica algunes informacions sobre la seva cadena de subministrament i els països de producció.

No hi ha cap informe social públicament disponible.

Promod no facilita els resultats de les seves auditories socials ni forma part de cap iniciativa Multi-Stakeholder.

Compromisos

Promod disposa de codi de conducta

El codi de conducta...

- ... Declara que és responsable de la seva aplicació a tota la cadena de subministrament (incloent les subcontractacions).
- ... Inclou mesures per a la supervisió de les condicions laborals als centres de producció.
- ... Es compromet formalment a respectar les normes fonamentals del treball.
- ... Estableix un màxim de 60 hores de treball setmanals en tota la seva cadena de subministrament (48 hores convencionals més 12 hores extraordinàries), remarcant que les hores extraordinàries només han de produir-se de manera ocasional i que s'han de remunerar amb un suplement.

Però...

- ... No fa referència explícita als convenis fonamentals de l'OIT.
- ... No es compromet a respectar la Declaració Universal dels Drets Humans i la legislació nacional.
- ... No inclou cap referència al pagament de salaris mínims vitals ni a l'obligació de pagar el salari mínim legal de cada país de producció.
- ... No exigeix la formalització de les relacions laborals entre proveïdors i persones treballadores a través dels contractes.
- ... No estableix mesures de correcció i transició en favor dels infants i de les seves famílies en cas d'identificar casos de treball infantil.
- ... No preveu condicions especials per a les persones treballadores de menys de 18 anys (per exemple: plans de formació o prohibició del treball nocturn).
- ... No esmenta la prohibició de retenir els documents d'identitat de les treballadores per part dels empresaris.
- ... No esmenta la prohibició de penalitzacions arbitràries o sancions en cas de malaltia o embaràs.

- ... No esmenta la prohibició d'abús físic, amenaces de maltractament físic o càstigs inusuals.
- ... No esmenta la prohibició de qualsevol forma d'assetjament o d'intimidació per part de l'empresari.
- ... No fa referència explícita al conveni 182 de l'OIT sobre l'abolició de les pitjors formes de treball infantil.

Verificació i diàleg amb els actors socials

El codi de conducta està traduït i disponible als centres de treball en les llengües dels països productors.

Els contractes de subministrament inclouen l'obligació de complir el codi de conducta per part dels proveïdors i les fàbriques que subcontractin.

No es porten a terme formacions sobre drets laborals a les persones treballadores o als directius de les fàbriques proveïdores.

L'empresa no té planejat implementar mesures per promoure el pagament de salaris mínims vitals en la seva cadena de subministrament.

Promod ha emprès accions per avaluar l'impacte de la seva política de compres en les condicions laborals en la cadena de subministrament.

S'han establert procediments per millorar la planificació de la producció i evitar la realització d'hores extres excessives a les fàbriques proveïdores.

No s'ofereixen incentius econòmics per tal que les fàbriques proveïdores mantinguin unes bones condicions laborals.

Part de la producció es realitza en països i zones on la llibertat d'associació no és garantida per la llei.

L'empresa no forma part de cap iniciativa empresarial de responsabilitat social.

Promod no ha facilitat informació sobre activitats correctives en cas d'incompliment del seu codi de conducta.

L'empresa no forma part de cap iniciativa Multi-Stakeholder.

L'empresa no ha establert un canal per vehicular les queixes i les denúncies de les persones treballadores (aquesta mesura és especial-

ment rellevant en països on la llibertat d'associació no està garantida o està prohibida).

Fonts

La informació bàsica va ser proporcionada per l'empresa a la CRN a la darrera investigació internacional (2010). Les actualitzacions s'han obtingut a través de la documentació oficial de l'empresa.

Roba esportiva i outdoor

La confecció de roba i de material esportiu presenta un context idèntic a la producció de moda. De fet, les grans firmes esportives van ser objecte de les primeres campanyes globals de denúncia. A mitjans dels noranta, la publicació de fotografies d'infants cosint pilotes de futbol de la marca Nike, va provocar un boicot internacional cap als productes de la firma nord-americana. Des de llavors, les primeres marques del món de l'esport han estat molt actives en el màrqueting amb causa social i en la divulgació de les seves polítiques de responsabilitat social empresarial. Però malgrat els 15 anys de codis de conducta adoptats per les firmes com Adidas, Nike, New Balance, Puma i Asics, els treballadors i les treballadores que confeccionen els seus productes segueixen enfrontant-se a una pressió extrema per complir amb els terminis d'entrega, a jornades excessivament llargues i hores extra no pagades ni registrades, a abusos verbals, a exposició a substàncies tòxiques, a la falta de protecció social i de contracte...

Durant la darrera època, les firmes de moda esportiva han estat objecte de noves investigacions, fent-se evident que la prèdica sobre responsabilitat social respon molt més a l'intent de controlar l'impacte de les campanyes en la reputació corporativa que en incidir positivament sobre les condicions de vida de les obreres i obrers. Una investigació realitzada per Oxfam Internacional durant el 2006 detallava com els treballadors i les treballadores d'una fàbrica de l'oest de Java (Indonèsia) havien rebut pressions i discriminacions pel fet de formar part d'un petit sindicat local. Segons aquesta investigació, la fàbrica estava produint roba esportiva i gorres per la firma Umbro (propietat de NIKE). La fàbrica havia passat auditories socials un temps abans, però en l'informe d'Oxfam s'explica com la direcció va amenaçar les persones treballadores perquè no fessin cap comentari crític amb la seva situació laboral i com es va prohibir qualsevol con-

versa espontània amb els estrangers que visitaven el centre de treball. En conèixer el cas, Umbro no va emprendre cap mesura correctiva fins que grups d'activistes van portar a terme accions de denúncia pública.²

L'any 2009, el mateix informe de Responsabilitat Social Corporativa 2008 de Nike explicava que més del 20% de les fàbriques proveïdores de Nike a Xina incomplien el seu codi de conducta en matèria de nombre d'hores de treball setmanals. Els treballadors i les treballadores de 110 centres proveïdors xinesos realitzaven jornades setmanals d'entre 60 i 72 hores, i a 27 centres es treballava més de 72 hores cada setmana. En el mateix informe es declarava que l'empresa «havia après que a la seva cadena de subministrament hi havia problemes en l'aplicació de les normatives, buits en la gestió i insuficiències en el control, i que aquestes són les principals causes de les hores extraordinàries».³ Valorant positivament la transparència i el reconeixement de responsabilitats, tampoc podem afirmar que arran d'aquests aprenentatges, la situació a la cadena de subministrament de Nike hagi canviat gaire. El novembre de 2009, mitjans de comunicació xinesos publicaven el testimoni d'un antic executiu de Nike que havia treballat en aquell país durant els sis anys anteriors. El testimoni anònim explicava amb detall com s'amagaven les irregularitats de les principals fàbriques proveïdores de pilotes de futbol de la marca nord-americana a la seva zona. Les dues fàbriques més importants esmentades eren Shanghai Wande Sports Goods Company i Shanghai Bai'en Sports Goods Company.

Segons Mike (el nom fals d'aquest ex-directiu) els excessos en els horaris de treball i les subcontractacions no autoritzades

2. Connor, Tim; Dent, Kelly (2006) *Fuera de juego, Derechos laborales i producción de ropa deportiva en Asia*. Oxfam Internacional.

3. Font: www.chinacsr.com.

haurien de ser fàcilment identificables. No és possible que una fàbrica de 100 persones treballadores, amb una producció manual diària de 5 pilotes per persona, acabi el mes servint una comanda de 120.000 unitats. Alhora, Mike també posava de manifest que les auditories realitzades als centres de producció eren molt superficials i que ell, personalment, havia estat preparant centres de treball per afrontar-les positivament.⁴

Nike només és la punta de llança d'un sector marcat per estratègies empresarials depredadores. Al novembre de 2006 les fàbriques PT Spotec i PT Dong Joe de Tangerang (Indonèsia) van tancar deixant 10.500 persones sense feina. Una tercera fàbrica PT Tong Yang, de la zona industrial de Bekasi (Indonèsia), també va tancar destruïnt 9.000 llocs de treball. Aquestes fàbriques portaven 15 anys de relacions comercials amb Reebok i 5 anys amb Adidas (des que les dues firmes es van fusionar). Adidas va argumentar que havia trencat les relacions amb aquestes factories a causa de la seva insostenibilitat financera. Els sindicats i les direccions de les empreses indonèsies van exposar que els problemes financers venien dels deutes contrets per fer millores a les plantes de producció exigides per Adidas. Oxfam Austràlia va publicar un informe sobre el cas en què s'explicava com les pràctiques comercials d'Adidas es trobaven en l'arrel dels problemes financers de les fàbriques tancades i va instar la firma alemanya a facilitar la reobertura dels seus proveïdors. Després d'anys de condicions de treball draconianes i d'exprémer els treballadors i les treballadores fins a les seves darreres forces, l'empresa alemanya va marxar de la zona.⁵

Al març de 2008, China Labor Watch va publicar un informe sobre el seguiment de la situació laboral a Taiway Sports Inc,

4. Fonts: <http://www.chinacsr.com/en> ; <http://www.teamsweat.org>.

5. Clean Clothes Campaign newsletter n. 23, maig 2007.

empresa que té com a principal client Puma. Tres anys abans, ja s'havien documentat extensament les condicions de treball en aquesta fàbrica. El nou informe tornava a denunciar que les jornades «oficials» eren de nou hores en lloc de ser de vuit i que s'obligava tothom a fer tres hores extraordinàries diàries no remunerades. En l'informe de 2005 es detallaven les escasses condicions de salubritat dels habitatges que l'empresa proporcionava a les persones treballadores. El 2008, l'empresa, en lloc de millorar les instal·lacions, les ha tancat, obligant les obreres a pagar-se habitatges més insalubres encara amb el seu escàs sou. L'informe també documentava com les treballadores de Taiwan eren discriminades i es preferia contractar immigrants procedents de zones rurals per evitar la «conflictitat laboral». Tot i que Puma afirma que hi ha còpies del seu llibret d'estàndards laborals i ambientals en la llengua de les treballadores, China Labor Watch declara no haver-ne identificat mai cap.

Per mantenir la pressió sobre aquestes firmes aprofitant els grans esdeveniments esportius, una coalició de grups de drets laborals i sindicats van iniciar la campanya Juga Net prèviament als Jocs Olímpics de 2004. Des de llavors, la campanya s'ha mantingut activa, vivint un moment àlgid durant els Jocs de Pequín 2008. La coalició Juga Net, impulsada per la Campanya Roba Neta internacional, la Confederació Sindical Internacional (ITUC en les seves sigles en anglès) i la Federació Internacional de Treballadors/es del Tèxtil, la Confecció i el Cuir (ITGLWF en les seves sigles en anglès) manté que són molts els actors que podrien posicionar-se contra l'explotació laboral en aquesta indústria i que resulten insensibles a les seves demandes. Les empreses de material esportiu, el Comitè Olímpic Internacional (COI), els Comitès Olímpics Nacionals, han de prendre mesures actives, públiques i transparents si volen fer creïbles les seves declaracions i compromisos.

L'abril de 2008, la coalició Juga Net va publicar l'informe *Salvant obstacles* que actualitza i sistematitza la informació disponible sobre les condicions de treball a les indústries del calçat i de la roba esportiva. L'informe es basa en un treball de camp realitzat a la Xina, Indonèsia, Índia i Tailàndia, on diverses organitzacions locals, amb el suport tècnic d'acadèmics i de l'organització canadenca Maquila Solidarity Network, van entrevistar 320 persones treballadores de fàbriques proveïdores de les empreses Adidas, Asics, Nike, New Balance, Puma, Reebok, Yue Yuen, Russell Athletic, VF Corporation, Wilson, Fila, Lotto, Converse, Ecco, Umbro, Mitra, Diadora, Frankin, Everlast, DOMYOS, Spalding, Mikasa, Mizuno, Rawlings i Baden.

Hi ha molta feina per fer però, com veurem més endavant, algunes firmes (no les més grans) han decidit fer un pas endavant i integrar-se en iniciatives de gran credibilitat com la Fair Wear Foundation. Es tracta, sobretot, de marques de material de muntanya i outdoor, però marquen una tendència i obren camí per demostrar que es pot fer esport sense haver de recórrer a firmes que sabem que tenen en l'explotació laboral el seu model de negoci.

La roba de les grans superfícies

Durant les darreres tres dècades, les empreses de distribució comercial s'han erigit en actors determinants en la manera d'organitzar la producció i l'accés de les persones als béns de consum. Les visites als establiments d'aquestes corporacions —supermercats, hipermercats o grans magatzems— s'han convertit en una manera del tot habitual de comprar menjar, roba, electrodomèstics, aparells electrònics i una llarguíssima llista de productes que inclou, fins i tot, pòlisses d'assegurances o viatges.

Dues de les tres empreses líders en la comercialització d'aliments a l'Estat espanyol (Carrefour i Eroski) són també distribuï-

dores de roba i el grup El Corte Inglés, quart operador del mercat alimentari, està al nivell de les firmes de moda més prestigioses en distribució de roba i calçat. La rellevància que han adquirit les grans cadenes de distribució generalistes en el mercat global de la confecció, les ha convertit en actors importants en la definició del sistema de relacions laborals d'un dels sectors més precaris del planeta. La Campanya Roba Neta publicava a principis de juny de 2010 l'informe *Passeu per caixa*, sobre la situació de les treballadores i els treballadors de les cadenes de subministrament de roba de Carrefour, Lidl, Aldi, Tesco i Walmart.

Les fàbriques i tallers on es confecciona la roba que distribueixen aquests monstres empresarials tenen especial presència als països asiàtics que ofereixen els costos laborals més reduïts, com Bangla Desh, Sri Lanka, l'Índia o Tailàndia. Malgrat que les grans empreses de distribució han adoptat codis de conducta laborals, en què es comprometen a respectar els drets laborals bàsics, el cert és que l'informe de la Campanya Roba Neta revela que les persones que fabriquen la roba que arriba als nostres hipers i sùpers, estan molt lluny de gaudir de les més garanties bàsiques com a treballadors i treballadores.

A les fàbriques investigades a Bangla Desh, les treballadores havien d'allargar la seva jornada oficial per arribar a cobrar uns 34 euros mensuals (el salari base no superava els 24 euros al mes). La jornada real que realitzaven per assolir aquest salari començava a les 8 del matí i acabava vora les 10 de la nit, durant els set dies de la setmana. Als centres de treball de l'Índia, els salaris oscil·laven entre els 45 i els 53 euros mensuals, quan l'alimentació de supervivència d'una família de quatre persones durant un mes costa ja 45 euros. A Sri Lanka, els salaris anaven dels 33 euros als 60 euros mensuals mentre, segons els càlculs dels sindicats locals, una família de quatre persones necessita al voltant de 78 euros al mes per viure. Malgrat que als països on

s'ha portat a terme la investigació es reconeix el dret a formar part d'un sindicat, només en una de les 31 fàbriques analitzades hi havia representant sindical.

Les economies d'escala que permeten que els gegants de la distribució es presentin davant els seus clients amb preus extremadament baixos estan subsidiades per milions de persones que treballen en condicions d'explotació per salaris miserables. Aquestes condicions es poden imposar gràcies a la situació de necessitat que viuen els treballadors i les treballadores i les seves famílies. Seria raonable preocupar-se per l'increment de preus que podria suposar pagar un salari digne a les treballadores i als treballadors asiàtics. No obstant això, el cost laboral representa tan sols un 3% (com a màxim) del preu de les peces de roba que es venen a Europa. La competitivitat a la qual estan sotmesos els fabricants dels països empobrits acaba convertint-se en la misèria de les persones treballadores.

Altres marques

De ben segur, voldríeu saber més d'altres marques. En especial, aquelles que es presenten davant del públic com a firmes especialment responsables o que inclouen en la seva estratègia de *branding* una aura de connexió amb temes ambientals o amb compromís social. Tot i els premis i els guardons que prestigioses empreses auditores puguin atorgar a les marques internacionals, el cert és que poques són les firmes que, sense patir les pressions de moviments i sindicats hagin pres mesures efectives per evitar les situacions d'explotació laboral a la seva cadena de subministrament.

Entenem que el primer pas per a ser responsables és la transparència, de manera que podeu intentar cercar a les webs corporatives les polítiques de responsabilitat social empresarial i, en cas de no trobar-les o no valorar-les satisfactòriament adreçar

un correu electrònic a «atenció al client» preguntant per aquells aspectes que es consideren clau en la prevenció de l'exploració laboral. A continuació us proposem un text:

Estimados/as Sres/Sras,

A través de la Campaña Ropa Limpia he conocido la dura realidad que viven millones de personas que trabajan en la industria de la confección en todo el mundo.

Como consumidor/a puntual de sus productos, me gustaría saber qué hace [nombre de la marca] para evitar situaciones de explotación laboral y para mejorar las condiciones de vida de las personas trabajadoras implicadas en su cadena de producción.

En este sentido, les quisiera transmitir las siguientes preguntas:

¿Dispone [nombre de la marca] de un código de conducta?

¿Exige el código de conducta el respeto a los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo?

¿Cuántos proveedores tienen? ¿En qué países?

¿Se exige a todos los proveedores que firmen el código de conducta corporativo?

¿Cómo publica su empresa las medidas que se toman?

¿Tienen proveedores en países donde no están garantizadas las libertades sindicales?

¿Qué hace su empresa para promover la organización de los trabajadores y de las trabajadoras?

¿Han considerado la posibilidad de establecer un salario mínimo que permita a los trabajadores y trabajadoras cubrir sus necesidades dignamente?

Espero con impaciencia sus respuestas.

Gracias por adelantado por su atención,

II. VESTIR SENSE ESCLAVITUDS

La primera reacció de molts consumidors i consumidoras quan s'assabenten per primer cop de les condicions laborals que viuen les persones que confeccionen la seva seva roba és demanar als moviments de defensa dels drets laborals una llista blanca de marques a les quals es pugui comprar amb la garantia que no es contribueix a l'explotació dels obrers i obreres de la confecció. Totes les campanyes i moviments internacionals implicats en la defensa dels drets laborals han mantingut debats interns sobre aquest tema que en la majoria dels casos s'han resolt oferint informació sobre bones pràctiques puntuals sense intentar fer un treball de recerca exhaustiu en el qual sempre faltarien referències.

Un raonament similar ha portat a desestimar la possibilitat de crear una certificació que garanteixi que les peces de roba han estat confeccionades lliures d'explotació laboral deixant aquesta tasca per a altres actors especialitzats als quals s'exigeix que ofereixin la màxima transparència en les seves metodologies de verificació. Els moviments de defensa dels drets laborals en general i la Campanya Roba Neta en particular s'han especialitzat en la solidaritat internacional amb les víctimes principals d'un sistema de producció en el qual la capacitat de lluita i de negociació de les obreres i dels obrers en el lloc de treball s'ha reduït a zero. La

convicció que aquest sistema de producció i consum és insostenible tant des del punt de vista social com des de la perspectiva mediambiental obliga a respostes més complexes que les llistes blanques o les certificacions.

Hi ha una llista blanca de firmes internacionals?

D'entrada no hi ha cap llista que permeti simplificar la realitat del sector per a les persones consumidores i difícilment podríem arribar a dir quines empreses compleixen els compromisos expressats a través dels seus codis de conducta i de les seves declaracions de bona voluntat. Com vèiem anteriorment, existeixen iniciatives en què empreses, sindicats i moviments internacionals per a la defensa dels drets laborals intenten realitzar una tasca conjunta de millora dels sistemes de verificació. De totes les aproximacions multistakeholder existents, la Campanya Roba Neta aposta pel model desenvolupat per la Fair Wear Foundation, entitat d'origen holandès que proposa una metodologia molt rigorosa d'acompanyament a les empreses en el procés de controlar l'impacte social i ambiental de la seva producció i que ha incorporat en el seu funcionament formes de fer sentir la veu de les treballadores i els treballadors de la cadena de subministrament.

La FWF no és una empresa certificadora i no pretén generar duplicitats en la verificació de compliment dels codis de conducta. Quan les empreses s'uneixen a la FWF elaboren un pla de treball, adapten el seu Codi de Pràctiques Laborals als estàndards establerts per la FWF, basats en els convenis fonamentals de la OIT, i s'estableix un sistema de seguiment realista però exigent. La FWF té contacte directe amb els directors de les fàbriques proveïdores per assolir millores concretes, genera l'obligació a les firmes membres de comunicar els seus avenços en un pla de treball anual i de fer públic els seus objectius per a l'any següent i valora els recursos

necessaris per controlar la cadena de subministrament en funció de la facturació de la marca membre.

La FWF canalitza també les queixes que puguin arribar dels treballadors i les treballadores a través dels seus equips de treball sobre el terreny, i tracta les queixes de manera totalment independent i anònima.

Aquest any la FWF ha renovat la seva estratègia de comunicació i ha posat a disposició del públic l'aplicació Shopping List que permet esbrinar ràpidament les marques que formen part de la iniciativa i que tenen presència a cada país.

Les firmes de la FWF que es poden trobar a l'Estat espanyol

Moda

Continental Collection	www.continentalclothing.com
Culture	www.ecccouture.nl
Dept	brand.dept.nl
Filippa K	www.Filippa-k.com
McGregor	www.McGregor.es
Odd Molly	oddmolly.com

Roba per a la pràctica esportiva i outdoor

Deuter	www.deuter.com
Gonso Bike and Active Wear	www.gonso.de
Haglofs	www.haglofs.com/
Mammut	www.mammut.ch
Mountain Force	www.mountainforce.com
Odlo	www.odlo.com
Shoëffel	www.schoeffel.de
Vaude	www.vaude.com

Acessibles per a la compra online:

dw-Shop	www.dw-shop.de
Gaastra clothing	www.gaastraproshop.com
Grüne Erde	www.grueneerde.com
Hessnatur	www.hessnatur.com
HempAge	http://hempage.de

Hi ha una «moda ètica»?

La pressió dels moviments internacionals de defensa dels drets laborals, les campanyes de les organitzacions ecologistes i, sobretot, la creixent sensibilitat de la població dels països que, tradicionalment, han estat els més importants consumidors de roba, ha fet que nasqués un corrent dins de la indústria que amb la denominació de «moda ètica» o «moda sostenible» pretén posar a disposició dels consumidors i consumidores productes respectuosos amb el medi ambient i amb les persones implicades en les llargues cadenes de subministrament. Dissenyadors i dissenyadores comencen a considerar criteris ambientals i de control de les condicions de subministrament a l'hora d'idear les seves col·leccions i han aparegut punts de trobada virtuals i físics en els quals es donen cita productors de teixit, creadors, empreses de confecció i de comercialització per intentar trobar formes creatives d'arribar al públic sense les economies d'escala que caracteritzen els gegants de la moda convencional.

Val a dir que, sense una definició formal d'allò que és la moda ètica, nosaltres en cap cas ens referirem a les col·leccions suposadament ètiques o sostenibles que comercialitzen firmes convencionals amb el doble objectiu de transmetre una falsa imatge de compromís social i ambiental als consumidors i consumidores i de captar, també, els compradors i compradores

amb certa sensibilitat per aquests temes. Ens centrarem doncs en aquelles empreses o iniciatives que neixen dins de la moda ètica i que no entenen la producció respectuosa amb el medi ambient i amb les persones com una tendència més dins d'un ampli ventall d'opcions de consum.

Algunes opcions de moda ètica

ANANDA PASCUAL

www.anandapascual.eu
Santa Isabel 12, Madrid.

Peces de roba per a home i dona produïdes seguint criteris de comerç just. Les creadores de l'empresa expliquen al seu web que l'objectiu és fer una moda més justa i equitativa en totes les parts del procés, des de l'extracció de la matèria primera, l'elaboració de fils i teixits i la confecció. Treballen amb alpaca, niló reciclat i cotó.

Produeixen amb organitzacions socials de:

Perú (www.mujeresaymaras.com)

Índia (www.creativehandicrafts.org)

Cambodja (www.fairfashioncambodia.org).

Les garanties de compliment amb els compromissos socials no estan basades en certificacions. El procés de producció es detalla al web (<http://www.anandapascual.eu/social/>).

Producte disponible a través de la botiga virtual o en els punts de venda detallats al web (<http://www.anandapascual.eu/shops/>)

B BY WHITE

<http://bbywhite.blogspot.com.es>

C/ Núñez de Balboa 30, Madrid.

Roba de nadó en cotó 100% ecològic certificat, teixit a mà i elaborat amb tints naturals. Els articles són elaborats amb cotó peruà 100% ecològic i de comerç just amb certificació GOTS. També treballen amb teixits amb certificació GOTS.

Per ara l'accés al producte és a través del seu establiment a Madrid. Contacte: an.wicca@gmail.com

FET AMB EL COR

www.fetambelcor.cat

Pasaje de Ponent, 32, 25222 Sidamon (Lleida)

info@fetambelcor.cat

Petita empresa de Sidamon (Lleida) que produeix roba per a nadons elaborada artesanalment a mà, sota comanda. Tot es realitza de manera personalitzada i a gust del comprador. Per aquest motiu des de que es fa la comanda fins que es poden passar uns dies.

GREEN LIFE STYLE

www.greenlifestyle.se

C/ Torrent de l'Olla 95, 08012 Barcelona.

gls.greenlifestyle@gmail.com

Botiga barcelonina que comercialitza preces de roba de producció local de dissenyadors i dissenyadores que utilitzen fibres naturals d'alta qualitat com cotó 100% orgànic (certificat GOTS), alpaca, llana merino, caixmir, llana biològica i reciclatge 100% de roba en desús.

MIMÈTIK BCN

www.mimetikbcn.com

Gal·la al C/ Capellans 3, 08002 Barcelona

Marca que promou el comerç local i compra totes les matèries primeres a productors de proximitat. Comercialitzen al seu local de Barcelona i per la seva botiga virtual.

NAGORE

www.nagore.es

C/ Astúries 50, Barcelona

Sa Muradeta 8, Ciutadella de Menorca

bcn@Nagore.es

Empresa de calçat d'origen menorquí. Totes les seves sabates són fabricades amb materials naturals saludables per a nosaltres i l'entorn (pells tractades amb procediments sostenibles, reciclatge de neumàtics per fer soles, sàvia de l'abre, cotó i jute de producció ecològica).

El calçat Nagore es pot comprar a les seves botigues de Barcelona i Ciutadella o per internet.

NOBALE MODA

www.nobale.blogspot.com

nobalemoda@gmail.com

Producció i (properament) venda on line de roba per a dones i infants. Es tracta de roba d'autora confeccionada directament per la pròpia dissenyadora. Es pot comprar a les botigues CoShop de Barcelona (Banys Vells, 9) i Girona (Les Hortes, 11).

REMEMBER

www.remembermadrid.com

C / De las Amazonas nº 6, Madrid

remember@madrid.com

Producció i disseny local de roba per a homes, dones i infants. Els articles es poden adquirir al seu local de Madrid o a la botiga virtual del seu web.

SENSE NU BY ORIOL

www.sensenubyoriol.com

C /Cádiz 9, 4 dch 1, 28012 Madrid

info@sensenubyoriol.com

Producció i disseny local de roba per a homes. Els articles es poden adquirir al seu local/showroom de Madrid.

THINKING MU

www.thinkingmu.com

Ronda Universitat 31, àtic 3^a, 08007 Barcelona.

Samarretes home i dona de cotó ecològic amb missatges propers i optimistes. Tot el cotó és ecològic amb certificació GOTS. Tots els proveïdors són certificats amb el segell FLO de comerç just (els creadors informen que controlen directament els temes relacionats amb comerç just a la cadena de subministrament degut a disconformitat amb alguns aspectes medològics de FLO). Punts de venda a Barcelona, Madrid, Majadahonda, Alacant.

VERALUNA

www.intermonoxfam.org/es/multimedia/galería-fotografica/veraluna

Línia de roba de comerç just d'Intermón Oxfam. Tots els articles han estat elaborats segons els estàndars de comerç just pels grups productors Creative Handicrafts i Rajlakshmi. Creative Handicrafts és membre de la World Fair Trade Organization i Rajlakshmi treballa amb cotó ecològic amb certificat ECOCERT i cotó de comerç just certificat per FLO. A més, Rajlakshmi té els certificats GOTS i FLO. La roba es pot comprar a les botigues IO: <http://www.intermonoxfam.org/es/que-hacemos/comercio-justo/nuestras-tiendas> .

ZORUA

<http://ekozorua.com>
C/ Somera 39, Bilbao

Sabateria ecològica i amb consciència social. Les sabates es poden adquirir a la botiga de Bilbao o on line.

Moda ètica internacional amb punts de venda a l'Estat espanyol

NUDIE JEANS

www.nudiejeans.com

Västra Hamngatan 6, Gatteborg, Västra Götaland. SE-41117.

Suecia

info@nudiejeans.com

Empresa sueca que produeix i comercialitza roba texana amb criteris de sostenibilitat social i ambiental. El texà orgànic utilitzat per Nudie Jeans està certificat per GOTS. També tenen la certificació Oeko-Tex Standard 100. En matèria de drets laborals no exhibeixen cap certificat però descriuen amb detall la seva relació amb els proveïdors. Hi ha un localitzador de punts de venda al web: <http://www.nudiejeans.com/stores/#/> .

RAPANUI

www.rapanuiclothing.com

1 High Street, Sandown, Isle of Wight, PO36 8LX

info@rapanuiclothing.com

Producció i comercialització de roba per a home i dona. Es defineix com a empresa de roba ecològica i ètica. Cada article dóna informació sobre el procés de producció i la cadena de subministrament, amb les corresponents certificacions en cas d'haver-n'hi. Al web hi ha la botiga virtual.

Moda ètica accessible per Internet

COYUCHI

www.coyuchi.com

2501 Ninth Street, Suite 102 Berkeley, California 94710,
Estats Units

hospitality@coyuchi.com

Producció i venda al públic de roba de llar i de pijames per a home, dona i infants. Utilitza cotó ecològic i de comerç just (certificat amb els segells GOTS i FLO). Accés al producte a través de la botiga online www.coyuchi.com.

ECONSCIOUS

www.econscious.net

2180 South McDowell Blvd. Petaluma, CA. 94954 US

Producció i venda on line de moda i complements respectant estàndards ecològics i socials. Les certificacions i iniciatives de què forma part l'empresa estan detallades a www.econscious.net/Affiliations_ep_52.html.

KNOWLEDGE COTTON APPAREL

www.knowledgetcottonapparel.com

Nystedvej 11 7400 Herning Denmark

info@knowledgetcottonapparel.com

Marca danesa de roba masculina. Els proveïdors del cotó acostumen a ser petites granges independents i familiars, donant suport a petita escala i practicant els principis de comerç just. La producció és a petita escala i local (a Dinamarca). Es pot comprar a la botiga virtual.

LA MAMITA

www.lamamita.it

Vía Tabiano, 60 - Fidenza 43.036 (PR). Italia

info@lamamita.it

Roba i complements artesanals de pur cotó i llana d'alpaca per home, dona, nens i nenes. Les peces estan fetes artesanalment i es comercialitzen per Internet.

MISIÓN MISERICORDIA

www.misionmisericordia.com/fr

25, Avenue de Wagram - 75017 Paris - France

equipo@misionmisericordia.com

Roba per home i dona confeccionada amb cotó i alpaca de Perú cultivat artesanalment. L'empresa explica la seva política de relació amb proveïdors i persones treballadores al web. Es poden adquirir els productes per internet.

YOUNICA

www.younica.com

Funenpark 1.1018 AK Amsterdam

info@younica.nl

Producció i comercialització de roba i complements d'alpaca. Tots els articles són confeccionats amb a mà per artesans peruans que han treballat amb fibra durant generacions. A Younica hi ha una persona de l'equip que ha treballat durant deu anys a organitzacions de comerç just i és l'encarregada del desenvolupament organitzacional de l'entitat així com de l'empoderament dels productors. Botigues a Holanda, Bèlgica i Itàlia. Es poden adquirir els productes a través de la botiga online.

Quan el problema és la distribució...

La concentració de poder comercial en les mans d'unes poques empreses transnacionals dificulta l'accés dels consumidors i consumidores a productes que escapin a la lògica de producció massiva. Per una banda, per la dificultat que suposa pels productors alternatius o de moda ètica disposar de punts de venda que no els imposin uns volums i lògiques de producció contraris a la seva manera d'entendre el negoci. Per l'altra, per l'apropiació dels espais comercials de les ciutats per part de les grans empreses que són les úniques amb capacitat inversora suficient per establir botigues en les zones més transitades i reconegudes.

Internet ha obert noves formes de distribució i ha facilitat que puguem trobar punts de comercialització encara que aquests es situïn en àrees sense grans fluxos comercials. Ja hi ha portals a la Xarxa especialitzats en moda ètica i distribuïdores que seleccionen els seus productes entre marques i productes sostenibles socialment i ètica.

COSH OP

www.coshop.es

Bany Vells, 9, Barcelona - Les Hortes, 11, Girona

És una botiga col·laborativa creada per vèncer els obstacles que troben els dissenyadors i dissenyadores independents per comercialitzar les seves peces de roba. A CoShop es poden comprar articles de disseny i producció a petita escala i d'origen local.

ECOTENDENCIA

www.ecotendencia.com

Distribuidora i botiga on line de productes ètics i ecològics. A l'apartat de vestit es relaciona un catàleg de roba i calçat per a home, dona i infant. Ecotendencia selecciona els seus proveïdors entre empreses de moda ètica amb garanties ecològiques i de comerç just. Per incloure una nova marca al seu catàleg es porta a terme un anàlisi exhaustiu de les garanties que presenta el nou proveïdor.

FASHION CHANGE

<http://fashioningchange.com>

Portal de distribució i venda de roba i complements de marques seleccionades segons criteris ètics i ambientals. En el portal s'assegura que les marques que es poden comprar a través del web respecten els Drets Humans en la seva cadena de producció i que són «eco-friendly». El portal web obliga a obrir-se un compte o a entrar a través del web o del propi compte de facebook. Demana també dades personals per ajustar l'oferta a les característiques del client o clienta. Permet cercar roba de les marques seleccionades segons la seva semblança a marques convencionals.

SALT AND ETHIC

www.saltandethic.com

C/ Albadalejo 6.28250 Torrelodones (Madrid)

Plataforma de venda al públic a través d'internet de roba, complements, sabates, mobles de marques seleccionades segons criteris ètics i ambientals. Segons les persones creadores de la pàgina totes les marques són ètiques i eco-responsables.

THE IOU PROJECT

<http://iouproject.com>

Santiago, S/N 31700, Elizondo, Baztan, Navarra

Xarxa social de comerç online en què productors artesanals i dissenyadors posen a la venda les seves peces de roba. Cada peça ve acompanyada d'una etiqueta amb la traçabilitat de tot el procés productiu.

WABI SABI

www.wabisabi.com.se

C/ la Merced 37, 33201 Gijón (Asturias)

wabisabiecofashionconcept@gmail.com

Iniciativa empresarial de creació d'una marca de moda sostenible i ecològica que comercialitza a través de les seves botigues i on line roba, sabates i complements per a la dona i roba infantil.

Botiga pròpia a Gijón. Showroom a Sevilla. Coshop a Barcelona.

criteris per un consum conscient de roba

Com a consumidors i consumidoras tenim el poder de decidir què volem comprar i on volem comprar-ho. Quan parlem del sector de la moda, malauradament, patim una limitació progressiva de l'oferta. Les grans empreses posen al mercat la roba que s'ha de dur i les opcions es concentren en unes poques marques a les que arribem per cada cop menys distribuïdors. Aquesta concentració i control del sector dificulten que puguem triar, amb total llibertat, la roba que volem comprar i les botigues on fer la compra.

Les grans firmes del sector de la confecció redueixen amb els costos la qualitat dels seus productes. Però a la societat «d'un sol ús» en què vivim no sembla que importi massa si una peça de roba durarà només una temporada. El baix preu del producte ofereix dos estímuls a les persones consumidoras: tothom ho pot adquirir, per tant es crea una falsa sensació de benestar, i si es fa malbé no hi ha cap problema, perquè sempre en podem adquirir un de nou.

Però la reducció dels costos de producció i, sobretot, dels costos laborals de la fabricació de la roba no és només una qüestió de marques i empreses transnacionals de baix cost o orientades al consum massiu. L'objectiu de reduir despeses i salaris no és només oferir preus baixos sinó incrementar el marge de beneficis i les firmes més cares, incloses les de gran luxe, tenen estratègies de relació amb els seus proveïdors idèntiques a les de gran consum. En conseqüència, ens trobem també denunciant casos d'explo-tació, persecució sindical i amenaces que afecten a companyies com Prada o Louis Vuitton.

Plantejar-se un consum responsable i conscient passa per tenir en compte les consideracions socials i laborals que protagonitzen aquesta guia però també els costos ambientals d'un model de producció i consum totalment insostenible. Si dividim la quantitat de fibres tèxtils que es van fer servir a tot el món durant l'any 2010

per la població mundial, obtenim un consum d'uns 12 quilos de fibres per càpita. El 1960 va ser d'uns cinc quilos per càpita. La producció de cotó en aquests 50 anys s'ha doblat mentre que l'àrea cultivable s'ha mantingut força estable a causa d'un increment de la utilització d'agroquímics amb un impacte ambiental difícil de quantificar i la implantació de cultius transgènics. Amb la creixent competència pel sòl agrícola, que és requerit pel cultiu d'aliments i d'agrocombustibles és raonable pensar que la producció de cotó no podrà augmentar indefinidament.¹

Tens cinc minuts? Reflexions abans d'anar a comprar

Abans de comprar una peça de roba (o qualsevol altre producte) pots preguntar-te si realment la necessites, quin ús en faràs i quines són les millors opcions (tipus de teixits, durabilitat, comoditat...). A continuació una llista de preguntes que et pots fer abans d'anar «de compres»:

- Necessito el que estic a punt de comprar?
- Vull satisfer un desig?
- Estic triant lliurement o és una compra compulsiva?
- Tinc altres productes iguals a casa?
- Quan ho faré servir? Amb quina freqüència?
- Quant em durarà?
- Podria demanar a un amic o familiar que me'n deixi un/a d'igual?
- Puc passar sense?
- Podré mantenir-ho, netejar-ho o reparar-ho jo mateix/a?
- He cercat informació i he comparat amb altres peces?
- Com me'n desfaré un cop acabi de fer-ho servir?

1. Revista *Opcions*, número 40. CRIC.

- Amb quins materials està fet?
- Hi ha alguna cosa que jo tingui que pugui reemplaçar-ho?
- M'he informat de qui ha fet el producte i com ho ha fet?

Què et mou? Utilitzar-i-lleçar o cobrir necessitats

Sigui per motius ideològics, mediambientals o econòmics, pots apostar per:

1. Comprar peces de més qualitat.
2. Observar bé les característiques de la peça (teixit, costures, botons, cremalleres).
3. Comparar amb d'altres peces de característiques semblants.
4. Optar per peces d'utilitat, pensant en la vida que puguin tenir i no només en la satisfacció d'un desig.
5. Conservar-les correctament per allargar-ne la vida.
6. Llegir bé l'etiqueta per veure'n les recomanacions de conservació.
7. Evitar rentar-les a temperatures molt altes i no abusar de lleixius ni suavitzants.
8. Estendre de manera que la roba no es deformi, especialment les peces de punt.
9. Evitar l'exposició prolongada al sol de les peces de color per evitar-ne el descoloriment.
10. Reparar petits desperfectes (cosint o optant per tallers de costura).

Problemes globals i consum local

El consum de proximitat és un model de comerç i consum coherent que ens ofereix una oferta especialitzada enfront de l'oferta diversificada de les grans marques o cadenes. Tenim a l'abast botigues per a cada tipus de roba, que ens poden aconsellar de manera professional i faciliten els canvis, reparacions o consultes postvenda. Alhora és més sostenible i socialment més integrat.

Quan comprem estem col·laborant econòmicament en tots els processos que han fet possible aquell article: des de la treballadora o treballador de la fàbrica subcontractada per la gran empresa, fins a la campanya publicitària amb que la marca arriba al gran públic.

Si creiem que la nostra acció a nivell local té repercussions a escala global podem prendre algunes decisions que millorin el nostre entorn més proper a partir de les següents preguntes:

Comerç local enfront de la gran distribució

Apostant pel comerç local trenquem la dependència amb els mitjans de transport per anar a comprar perquè tenim a l'abast la majoria dels productes necessaris i donem vida als barris. Les ciutats sense comerç de proximitat són ciutats mortes. Amb les nostres compres col·laborem en la supervivència de negocis més propers i més humans que els grans centres comercials. Afavorim la recuperació de la xarxa social: el botiguer o botiguera esdevé algú proper, si aquest o aquesta necessita de serveis com ara reparacions al seu negoci, assessoraments tècnics, etc. podrà recórrer a algú també del barri de manera que cada nou contacte és una nova trama de la xarxa local.

Producció local

Comprar producció local no perjudica les treballadores de les cadenes globalitzades. No es tracta de cap boicot que pugui deixar-les sense feina. És donar suport a negocis que s'enfronten a la competència ferotge de grans marques internacionals. Són petits negocis que també donen feina a molta gent i que dinamitzen l'economia local. Alhora, tenen una mida més humana i, molt probablement, no destinen els seus beneficis a inversions especulatives. La mida importa, i les empreses locals no destinen les quantitats de diners de que disposen les grans empreses transnacionals a polítiques de lobby i a fer-se presents en els centres de poder llunyans al control democràtic de la ciutadania.

AIXOVAR

www.aixovar.cat

C/ Nou 38, 1r, Navarcles. Barcelona

benvinguts@aixovar.cat

Producció i venda al públic de tèxtils per a la llar. Tots els productes són realitzats amb teixits en cru, amb fibres vegetals i naturals, bàsicament de cotó. Es poden adquirir a la botiga virtual de la pàgina web.

QUIN CACAU

www.quincacau.com

C/ Anselm Charles 21, Lleida

info@quincacau.cat

Producció i venda al públic de samarretes filades, teixides i cosides a Catalunya amb fil 100% cotó en cru sense additius, de la millor qualitat. Tintat amb enzims que li donen un tacte suau envellit. Estampada artesanalment amb tintes serigràfiques a l'aigua. No s'anomenen certificacions existents o no es detallen de manera explícita i fàcilment identificable.

MARCELINUS

www.marcelinus.cat

Taller al Carrer Anglès núm. 15 d'Olot

info@marcelinus.cat

Producció i venda al públic de jerseis basats en una peça de roba molt utilitzada en l'entorn rural i que deu el seu nom a que el sindicalista Marcelino Camacho sembre els vestia.

Marcelinus es va crear la temporada d'hivern 2008-2009 redissenyant el jersei clàssic i creant tres models per a homes. Actualment ja disposa de dissenys femenins.

Els jerseis es produeixen a Olot. El disseny, el teixit i la confecció són 100% locals. L'empresa estabilitza els llocs de treball de dones de més 40 anys. Marcelinus dedica el 50% dels seus beneficis a projectes ambientals o socials.

Punts de venda: Es poden comprar a botigues multimarca a molts punts de Catalunya i Euskadi detallats al lloc web www.marcelinus.cat/ca/menu/on-comprarlos.

També es poden adquirir a la botiga virtual www.marcelinus.cat/ca/menu/botiga-virtual (amb una guia de talles en què es detallen les mides en centímetres).

Economia social i solidària

En el marc de l'economia social i solidària² també podem trobar alternatives al consum convencional que ens ofereixen les grans marques de roba. L'economia solidària és el moviment que emmarca els milers d'experiències d'economia alternativa al funcionament capitalista que es porten a terme arreu del món posant les persones i les seves necessitats per davant dels beneficis monetaris. Es tracta d'experiències molt diverses que es donen en totes les vessants de l'activitat econòmica (producció, distribució, consum i acumulació) i que s'organitzen en formats també diversos com cooperatives, associacions, empreses recuperades, tallers autogestionats, comunitats de treball, experiències de comerç just...³

A l'Estat espanyol existeix un moviment d'economia social i solidària que s'articula a través de la xarxa REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria⁴) amb iniciatives en gairebé tots els sectors de producció, distribució i comercialització de productes bàsics. Tot i que l'economia solidària està molt més desenvolupada en l'àmbit de l'alimentació, comencen a sorgir iniciatives vinculades a la producció de roba i es tracta d'un moviment en plena expansió.

2. Per aprofundir en el concepte d'economia social i solidària podeu consultar la publicació *Miradas globales para otra economía*. http://www.setem.org/media/pdfs/1_Miradas_ESP_web_doble_pag.pdf

3. Guerra, Pablo i Fernández-Montes, Anna (2012) *Miradas globales para otra economía*. SETEM, Barcelona.

4. <http://www.economiasolidaria.org>.

TEIXIDORS

www.teixidors.com/

Roba de llit i de llar i complements (foulards, bufandes, xals...) fabricada amb telers tradicionals a la ciutat de Terrassa amb llana merino totalment traçable. Es tracta d'una cooperativa que treballa per aconseguir la independència econòmica i la integració social de persones amb dificultats d'aprenentatge.

A la pàgina web es detalla la relació de comerços on adquirir els productes de Teixidors: www.teixidors.com/#!/donde-comprar/retailers.html.

També hi apareixen les botigues pròpies a Barcelona i a Terrassa www.teixidors.com/#!/donde-comprar/tiendas-propias.html.

OBRADOR XISQUETA

www.xisqueta.cat

Edifici El Racó – espai Món, C-13 km 131, 25594 Rialp.

L'Associació Obrador Xisqueta produeix i comercialitza indumentària, roba de llar, complements i accessoris de llana procedent d'ovelles de l'Alt Pirineu de la raça Xisqueta. Els productes són de producció totalment local i ecològica.

A la pàgina web es detalla la relació de punts de venda: <http://xisqueta.bigcartel.com/llocs-de-venda>.

Reutilitzar, reciclar i generar un mercat de segona mà

Totes les persones formem part de més d'una xarxa social. Família, feina o amistats poden ser espais d'intercanvi de molts productes, també de roba. Quan una peça ja no ens serveix (perquè ens ha quedat petita, no la farem servir més...) cal valorar si pot ser d'utilitat a algú altre. Aquestes xarxes permeten l'intercanvi, de manera que hi ha bidireccionalitat: no només podem oferir allò que no volem, sinó que també podem trobar allò que necessitem. Optar per compartir roba o calçat ens permet donar una nova vida a una peça que ja no utilitzem, ampliar l'armari amb peces noves que no teníem fins ara o trobar allò que buscàvem sense necessitat de comprar-ho. Acudir a la xarxa personal és habitual amb la roba i el calçat infantil, però no tant amb els adults.

Pots ampliar les possibilitats acudint o organitzant mercats d'intercanvi. Es tracta d'espais on es poden canviar estris o peces de roba que no s'utilitzen (i estan en bon estat) per d'altres que ens puguin ser útils. Si no coneixes cap mercat, o no hi trobes el que vols, sempre pots iniciar-ne un: a l'escola dels teus fills/es, al centre cívic del barri, en una organització a la qual pertanyes... Iniciar o participar en un mercat d'intercanvi és una manera enriquidora de contribuir a enfortir el teixit veïnal i comunitari, i ofereix moltes possibilitats per satisfer necessitats de manera econòmica i sostenible.

A banda de permetre un canvi de vida a les peces de roba, podem allargar la seva funció. Les botigues i empreses que es dediquen a recollir roba de segona mà, s'encarreguen de revisar les peces per tal de tornar a posar-les a la venda. En molts casos les persones que posen a punt les peces de roba per tornar-les a comercialitzar formen part de projectes d'inserció socio-laboral. Un exemple és el programa Roba Amiga, un projecte d'inserció laboral mitjançant la reutilització de roba en bon estat a Catalunya. Es tracta d'un projecte promogut per diverses entitats

d'interès social. A títol personal, tant pots dipositar la roba que no fas servir als contenidors taronges repartits per tot el territori com comprar la roba que necessites a les seves botigues. <http://ca.robaamiga.cat>.

Si formes part d'un col·lectiu o d'una associació que disposa d'espai per emmagatzemar i mostrar roba també pots posar en marxa una «botiga gratis»,⁵ una modalitat d'intercanvi tan senzilla com proporcionar un lloc on portar la roba que no vols i que està en bon estat i endur-te la que necessites. Hi ha botigues gratis a diferents punts de l'Estat. A Barcelona, als Centres Socials Okupats de Can Masdeu (<http://www.canmasdeu.net>), La teixidora (<http://teixidora.squat.net/>), i La Fibra (<http://www.musaik.net>); a Madrid, al Centre Social Seco (<http://ods.cs-sec.org>), i a Sevilla, a l'Ecolocal (<http://www.ecolocal.es>).

També existeixen iniciatives empresarials o socials que reciclen la roba usada per convertir les peces en nous productes, reduint la generació de residus i creant valor afegit a partir del disseny i la creativitat.

DEL TRAVÉS

<http://deltravesbcn.com>

Barcelona

deltraves@gmail.com

Roba i complements per a dona.

5. Trobareu una explicació de la metodologia de «botiga gratis» a la web del CSO de Can Masdeu (www.canmasdeu.net/pic/tienda-gratis/).

ALTRAPO

www.altrapolab.wordpress.com

Madrid

altrapolab@gmail.com

Reciclatge de roba i complements a partir de roba en desús.

VAKIL

<http://vakili.es/>

Productes de moda i de decoració de disseny realitzats únicament amb materials reciclats. Reciclen roba en desús i articles rebutjats per fer noves creacions (upcycling). En breu començaran a comercialitzar per internet.

I no només de la roba usada es poden obtenir nous dissenys. Hi ha empreses que s'estan especialitzant en el reciclatge de materials per crear nous teixits eliminant residus i estalviant l'explotació de nous recursos naturals.

RETHINK FABRICS

<http://rethinkfabrics.com>

3417 Evanston Ave N, Suite #331.

Fremont, Seattle, WA 98103

hp@rethinkfabrics.com.

Fabriquen i distribueixen samarretes i polos fets 100% amb ampolles de plàstic reciclades. El seu objectiu és promoure el reciclatge a través de la reutilització dels residus plàstics convertits en un producte útil.

UOPS!STUDIO

www.uopsstudio.com

Gran Canaria

info@uopsstudio.com

Oops! treballa amb materials reciclats i basant-se en processos de producció ecològics.

Es poden adquirir els productes a botigues de Tenerife, Gran Canària, Barcelona, València, Madrid i Mallorca. També es pot comprar per internet.

Mou-te i exigeix!

L'acte de consum no ens pot allunyar de l'origen del problema. L'enorme incidència de les situacions d'explotació laboral a la indústria de la confecció (igual que molts d'altres sectors com la transformació agroindustrial o el muntatge d'aparells electrònics) és fruit d'unes relacions de poder desiguals i d'un sistema de producció i consum insostenible. En el centre d'aquest sistema, les grans empreses transnacionals han esdevingut els actors que fixen les normes més beneficioses per als seus interessos.

Les polítiques neoliberals han imposat una ferotge competència entre mercats laborals on atraure la inversió s'ha convertit en l'objectiu central de les elits governants. Les últimes onades de deslocalització de la indústria de la confecció han situat la producció en països altament endeutats i amb gran influència de les institucions financeres internacionals. La pressió sobre la ciutadania organitzada i els sindicats és molt intensa i la capacitat de negociació de les treballadores i els treballadors nul·la. La constant amenaça de deslocalització de l'activitat industrial

ha posat a competir treballadores i treballadors d'arreu del món convertint la precarietat en la norma.

Donar suport a les lluites de les treballadores i dels treballadors que s'enfronten a situacions flagrants d'exploatació és una manera de fer front al poder de les empreses transnacionals i a l'argumentari que identifica inversió estrangera amb desenvolupament.

Les campanyes de denúncia: Campanya Roba Neta

La Campanya Roba Neta (CRN) és una iniciativa que busca unir els esforços d'ONG, sindicats, organitzacions feministes i organitzacions de persones consumidores, per millorar les condicions de vida i de treball de les persones que intervenen en les cadenes de subministrament de la indústria global de la confecció. Hi ha «Campanyes Roba Neta» en 14 països europeus i, a cadascun, una plataforma d'organitzacions que la recolza i la impulsa. Les diferents campanyes es coordinen en reunions internacionals que se celebren cada tres mesos i compten amb una xarxa de més de 250 organitzacions amigues repartides per tot el món, majoritàriament organitzacions de persones treballadores i sindicats però també investigadors i investigadores independents.

La CRN va néixer el 1989 als Països Baixos després de la constatació, per part d'ONG i d'organitzacions feministes, de les pèssimes condicions laborals de les treballadores de la confecció de països com Indonèsia, Malàisia o Filipines. Jornades d'entre 12 i 16 hores diàries, salaris de misèria, repressió i persecució sindical i tot tipus d'abusos, van motivar aquests col·lectius a dirigir-se a les marques internacionals que havien deslocalitzat la seva producció en aquells països per exigir responsabilitats i per denunciar les injustícies que s'amagaven (i s'amaguen) darrere de la roba que llueix en els aparadors de les ciutats riques d'Europa.

Des de llavors, la solidaritat amb els col·lectius de treballadores i treballadors, la relació amb confederacions sindicals

internacionals i les successives accions de protesta adreçades a les firmes internacionals han forjat unes línies de treball caracteritzades per la multiplicitat d'actors, la complementarietat entre ells i la flexibilitat en les metodologies de treball.

A l'Estat espanyol, la CRN està coordinada per SETEM des de l'any 1997.

Les accions urgents

Avui la xarxa de la CRN dóna suport, a través de les Accions Urgents, a les lluites de col·lectius de treballadores que pateixen repressió, pressions, acomiadaments i abusos de tot tipus pel fet d'organitzar-se. No seran les campanyes internacionals i els grups d'activistes d'Europa els que «portin els drets laborals» als països del Sud. El deteriorament de la capacitat de negociació de la classe treballadora és global i des de la CRN, donant suport a les lluites concretes intentem aconseguir èxits puntuals que creen llaços entre activistes i lluitadors/es de tots dos extrems de la cadena de producció.

Mitjançant la participació en les accions urgents pots ajudar a exercir pressió sobre les marques, els proveïdors i els governs que tenen la capacitat i la responsabilitat de respectar aquests drets laborals i humans. Si els abusos denunciats es produeixen en la cadena de subministrament d'una gran firma, demanem a aquesta empresa que exigeixi canvis al seu proveïdor per resoldre la situació de forma satisfactòria per a les treballadores i els treballadors sense tallar la relació comercial.

Per fer efectiva la pressió sobre les firmes internacionals, convoquem enviaments massius de correus electrònics mitjançant la nostra web, enviaments de postals o de correus en paper, accions de carrer davant de les botigues o accions mediàtiques i de denúncia amb l'objectiu de donar a conèixer la situació concreta denunciada.

L'objectiu final de les accions no és canviar el sistema de relacions laborals sinó fer efectiva la solidaritat internacional per intentar garantir que els treballadors i treballadores que s'organitzen per defensar els seus drets no són represaliats. Cada victòria d'aquestes obreres i obrers és font d'inspiració per a col·lectius i sindicats que lluiten dia a dia contra l'explotació.

Més informació

WEBS

Les pàgines de la Campanya Roba Neta

www.robaneta.org: Pàgina web de la Campanya Roba Neta a Catalunya.

www.ropalimpia.org: Pàgina web de la Campanya Roba Neta a l'Estat espanyol

www.cleanclothes.org: Pàgina web de la Campanya Roba Neta internacional.

Informació sobre firmes de roba esportiva

www.clearingthehurdles.org: Clearing the hurdless és una pàgina que recull les respostes que les marques de roba esportiva van donar a les organitzacions membres de la campanya Play Fair 2008.

www.playfair2008.org: La coalició Play Fair aprofita les cites olímpiques per recordar a les marques de roba esportiva les situacions a la seva cadena de subministrament.

www.teamsweat.org: Teamsweat és una coalició internacional de consumidors i consumidores i de persones treballadores que lluita contra les injustícies a la cadena de subministraments de Nike.

Altres campanyes, moviments i organitzacions internacionals

<http://es.maquilasolidarity.org>: Red de Solidaridad de la Maquila (Canadà, Mèxic).

www.laborrights.org: International Labor Rights Forum (EEUU).

www.industrialunion.org: IndustriALL Union representa treballadors del sector miner energètic i industrial.

www.clb.org.hk/en: China Labor Bulletin.

www.asiafloorwage.org: Asia Floor Wage Campaign. Campanya Internacional per a establir un salari mínim vital a Àsia.

Sobre moda ètica

www.becoolbeconscious.org: BeCo, Be Cool, be conscious.

www.fabricsforfreedom.com: Fabrics for freedom.

www.fashioninganethicalindustry.eu: Fashioning and ethical industry.

<http://ethicalfashionforum.com>: Ethical Fashion Forum.

www.sustainable-fashion.com: Center for Sustainable Fashion, London College of Fashion.

<http://naturóticas.blogspot.com.es>: Naturóticas. Ética y Estilo.

Bibliografia

- CAMPANYA ROBA NETA (2010), *Passeu per caixa. Les superfícies i les condicions laborals a la indústria de la confecció*. SETEM-Catalunya. http://www.setem.cat/pdf/passeu_per_caixacat.pdf.
- CENTRO NUOVO MODELLO DI SVILUPPO (2006); *Guida al vestire critico*. Coop SERVIZI, Bologna.
- CLEAN CLOTHES CAMPAIGN (2009), *Full Package Approach to Labour Codes of Conduct Four major steps companies can take to ensure their products are made under humane conditions*; <http://www.cleanclothes.org/resources/ccc/corporate-accountability/full-package-approach-to-labour-codes-of-conduct>.
- CONNOR, Tim; DENT, Kelly (2006), *Fuera de juego, Derechos laborales i producción de ropa deportiva en Àsia*. Oxfam Internacional.
- CRABBÉ, Carole; DE KONINCK, Frieda; CAUDRON, Jean Marc (2009), *Nous voulons des vêtements propres!* Campagne Vêtements Propres asbi Schone Kleren Campagne http://www.vetementspropres.be/doc/brochure_FR%5Bfinal%5D.pdf.
- HERNÁNDEZ ZUBIZARRETA, Juan (2009), *El negocio de la responsabilidad: crítica de la responsabilidad social corporativa de las empresas transnacionales*. Icària, Barcelona.
- IQBAL, S; GUGGENBERGER, M; ALAM, K (2012) *Deadly Denim. Sandblasting in the Bangladeshi Garment Industry*. AMRF in Association with CCC and NGWF.
- MAHER, Samantha (2010), *Taking Liberties: the story behind the UK high street*. Labor behind the label i War on Want. <http://www.laborbehindthelabel.org/campaigns/item/download/109>.

- Merk, Jeroen (2009), *Tejiendo Salarios Dignos en el Mundo*. Federación SETEM; <http://ropalimpia.org/documentos/publicaciones/SDW-ESP-baja.pdf>
- MERK, Jeroen (2008), *The Structural Crisis of Labour Flexibility: Strategies and Prospects for Transnational Labour Organising in the Garment and Sportswear Industries*. Clean Clothes Campaign International Secretariat, Amsterdam.
- OVEREEM, Pauline et al. (2011), *Captured by Cotton. Exploited Dalit girls produce garments in India for European and US markets*. SOMO i ICN.
- OVEREEM, Pauline et al. (2012), *Maid in India. Young Dalit Women Continue to Suffer Exploitative Conditions in India's Garment Industry*. SOMO i ICN.
- RED DE SOLIDARIDAD DE LA MAQUILA (2008), *Salvando Obstáculos: Pasos para mejorar las condiciones de trabajo y los salarios en la industria mundial de artículos deportivos*. Juega Limpio 2008
- SALES, Albert i PIÑEIRO, Eloísa (2011), *La moda española en Tán-ger. Condiciones de vida y supervivencia de las obreras*. SETEM Catalunya. Barcelona.
- SLUITER, Liesbeth (2010), *Clean Clothes. A Global Movement to End Sweatshops*. Pluto Press, Londres.

La Campanya Roba Neta és una xarxa internacional d'ONG, sindicats i organitzacions de persones consumidores que, des de principis dels noranta, denuncien les condicions laborals que pateixen les obreres i els obrers de la confecció.

Actualment la Campanya està present a 14 països europeus i treballa amb més de 250 organitzacions dels principals països productors de roba per a la indústria global de la moda.

A l'Estat espanyol, la Campanya Roba Neta està en marxa des del 1997 liderada per la federació d'ONG SETEM.

La col·lecció **Más Madera** està dirigida a un públic ampli i ofereix textos amb un llenguatge precís però sense tecnicismes, que intenten explicar les causes dels problemes actuals més greus. Encara que habitualment se'ns diu que aquestes qüestions pertanyen als especialistes, realment sabem que ens afecten i condicionen la nostra vida.

Aquesta publicació vol donar resposta a les inquietuds de les persones que ens preguntem què s'amaga al darrere de les etiquetes de les nostres peces de roba. Es fa molt difícil vestir-se sense ser còmplice d'un sistema que no posiciona les persones al centre de les decisions. Aquestes pàgines no són una "llista blanca" de botigues on poder anar a comprar amb la consciència tranquil·la, són una anàlisi de la situació dels drets laborals a la indústria global de la confecció i una llista d'iniciatives que ens mostren que sí que existeixen altres formes de produir i de consumir roba. Un altre món no és tan sols possible sinó que ja existeixen nombroses alternatives properes que tenen com a prioritat les persones, el medi ambient i el desenvolupament sostenible.

Aquesta guia s'ha publicat gràcies a les i els 256 mecenes que han col·laborat en el primer projecte de finançament col·lectiu (crowdfunding) de la **Campanya Roba Neta**. Moltes gràcies!

La **Campanya Roba Neta** som una xarxa internacional d'ONG, sindicats i organitzacions de consumidors que, des de principi dels noranta, denunciem les condicions laborals que pateixen les treballadores i els treballadors de la confecció. A Espanya, la Campanya Roba Neta està liderada des de 1997 per SETEM, una federació de deu ONG que denunciem les causes de la injustícia global i construïm alternatives per a una economia solidària.

Albert Sales i Campos és professor de sociologia de la Universitat Pompeu Fabra i treballa per a la Campanya Roba Neta des del 2005.

setem.org/ropalimpia.org

Icaria  Más Madera

