

ZABAWKI



KUPOJ ODPOWIEDZIALNIE!

KUPOJ ODPOWIEDZIALNIE ZABAWKI

przewodnik dla aktywistów



Polska Zielona Sieć

KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE ZABAWKI

przewodnik dla aktywistów



Kupuj odpowiedzialnie zabawki. Przewodnik dla aktywistów

Wydanie I

Publikacja przygotowana przez/Copyright by:



Polska Zielona Sieć

Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć
ul. Sławkowska 26a, 31-014 Kraków
www.zielonasiec.pl

w ramach kampanii „Kupuj odpowiedzialnie”
www.ekonsument.pl



KUPIJ ODPOWIEDZIALNIE!

w partnerstwie z Südwind Agentur, Peoples Solidaires, Society for Fair Trade, National Association of Human Resources Specialists

Redakcja: Justyna Szambelan, Maria Huma, Małgorzata Krzystkiewicz
Tłumaczenie: Ada Wójcik

Projekt graficzny: Manto
Skład: Haloart

Kraków 2009



FIO
FUNDUSZ INICJATYW
obywatelskich

Publikacja jest współfinansowana ze środków Unii Europejskiej oraz ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich. Za treść publikacji odpowiada Polska Zielona Sieć, poglądy w niej wyrażone nie odzwierciedlają w żadnym wypadku oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej.

Wydrukowano na papierze makulaturowym

- 4 ➔ Kupuj odpowiedzialnie zabawki
- 8 ➔ Nadużycia przy produkcji zabawek
- 12 ➔ Jakie są rozwiązania, jakie alternatywy?
- 14 ➔ Co możecie zrobić?
- 18 ➔ Działania w ramach organizacji
- 26 ➔ Pomysły i propozycje działań
- 32 ➔ Najczęściej zadawane pytania
- 35 ➔ Kontakt
- 36 ➔ Załączniki
- 39 ➔ Literatura
- 40 ➔ Linki
- 42 ➔ Akronimy
- 43 ➔ Słowniczek
- 44 ➔ Bibliografia





Możemy zmieniać świat – każdego dnia po trochu!

Projekt „Kupuj odpowiedzialnie zabawki” jest częścią europejskiej kampanii „Stop toying around!”, która ma zwrócić uwagę na nadużycia w przemyśle zabawkarskim, a zwłaszcza wykorzystywanie mieszkańców krajów azjatyckich, w których produkowana jest większość zabawek dostępnych w naszych sklepach. Europa stanowi drugi po USA rynek zbytu zabawek, a kampania skierowana jest do wszystkich europejskich konsumentów – razem możemy wyrzucić wystarczającą presję na duże firmy, aby zmieniły swoje niewłaściwe postępowanie i przyczyniły się do poprawy warunków pracy i życia milionów mieszkańców uboższych krajów, zatrudnionych przy produkcji zabawek.

Gdy w 1993 r. w dwóch pożarach fabryk zginęło 200 pracowników, a ponad 600 osób zostało rannych³, świat po raz pierwszy zwrócił uwagę na warunki

panujące w miejscach, gdzie wytwarzane są zabawki.

Tragiczne wydarzenia ujawniły, że właściciele fabryk rażąco łamali zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, między innymi zamykając wyjścia awaryjne oraz inne drogi ucieczki. Jedną z tych fabryk produkowała zabawki dla włoskiego potentata branży



artykułów dziecięcych, Chicco. Po tych pożarach, na całym świecie przeprowadzono liczne kampanie, których uczestnicy wyrażali swoje obawy dotyczące bezpieczeństwa pracowników. Kampanie zwracały także uwagę na nieakceptowalne warunki pracy panujące w fabrykach.

Kiedy w 2007 r. amerykański potentat Mattel, musiał wycofać z rynków światowych ponad 18 milionów zabawek, które pokryte były toksyczną farbą i miały niedostatecznie mocno przytwierdzone małe magnesy, cały świat zachodni był wstrząśnięty faktem, że zabawki importowane z Chin nie są bezpieczne dla życia i zdrowia dzieci. To ponownie skupiło uwagę opinii publicznej na złych warunkach pracy w chińskich fabrykach zabawek i wywołało niepokój o zdrowie pracowników, którzy podczas procesu produkcji byli narażeni na szkodliwe działanie farby mającej niebezpieczne dla życia stężenie ołowiu.

Europejska kampania „Stop Toying Around!” zwraca uwagę na warunki pracy panujące w chińskich fabrykach zabawek. Kampania ta jest wspólnym przedsięwzięciem organizacji pozarządowych z Austrii, Republiki Czeskiej, Francji, Polski oraz Rumunii, a jej zadaniem jest informowanie ludzi i mediów, angażowanie w działania polityków oraz prowadzenie dialogu z producentami zabawek, w celu poprawy warunków pracy chińskich pracowników branży zabawkarskiej. Projekt „Kupuj odpowiedzialnie zabawki” jest częścią tej międzynarodowej kampanii.

W Polsce projekt realizowany jest przez Polską Zieloną Sieć w ramach kampanii „Kupuj odpowiedzialnie”, która konsekwentnie i na różne sposoby poddaje refleksji nawyki konsumenckie polskiego społeczeństwa. Od czasu rozpoczęcia kampanii w 2003 r. pokazujemy kto i w jakich warunkach wytwarza produkty, które

³ Fabryka Kader w Tajlandii (10 maja 1993), fabryka Zhili w Shenzhen, Chiny (20 listopada 1993)



1. Kupuj odpowiedzialnie zabawki

na co dzień kupujemy. Zastanawiamy się czy przy ich powstawaniu nie ucierpieli ludzie, zwierzęta i środowisko, a także wspólnie z wami szukamy etycznych i ekologicznych alternatyw.

Jak dotąd, zrealizowaliśmy kilka ogólnopolskich projektów edukacyjno-informacyjnych. Wydaliśmy szereg publikacji o tematyce konsumenckiej, w tym: poradniki dla konsumentów, broszury dla uczniów, scenariusze zajęć dla nauczycieli, ulotki, plakaty oraz filmy i spoty radiowe. Zorganizowaliśmy kilka imprez o charakterze regionalnym, jak i krajowym (pokazy filmów, debaty, jarmarki, happeningi, wystawy, festiwale), ogólnopolską konferencję na temat perspektyw rozwoju etycznej konsumpcji w naszym kraju, a także przeprowadziliśmy szereg warsztatów dla nauczycieli i uczniów. Materiały z naszych kampanii można znaleźć na stronie www.ekonsument.pl.



Główne cele

Kampania ma na celu poprawę warunków pracy oraz umocnienie pozycji robotników zajmujących się produkcją zabawek, tak by położyć kres wykorzystywaniu i znieważaniu pracowników tej branży, z których większość to kobiety. Określiśmy cztery rodzaje działań, które będą przybliżać nas do celu:

- ➔ Wywieranie presji na firmy, aby brały na siebie odpowiedzialność, że zabawki sprzedawane pod ich marką są wytwarzane w odpowiednich warunkach.
- ➔ Wspieranie pracowników, związków zawodowych oraz organizacji pozarządowych w krajach, w których produkuje się zabawki.
- ➔ Podnoszenie świadomości wśród konsumentów poprzez dostarczanie im odpowiednich informacji o warunkach pracy przy produkcji zabawek na skalę światową, aby zmobilizować obywateli do wykorzystania siły, jaką ma ich wybór podczas zakupów.
- ➔ Poszukiwanie prawnych możliwości poprawy warunków pracy oraz lobbowanie na rzecz przepisów, które promują dobre warunki pracy oraz ustaw, które narzucą rządowi i firmom etyczne kryteria.



1. Kupuj odpowiedzialnie zabawki

Główne postulaty

Kampania „Kupuj odpowiedzialnie zabawki” wysuwa wymienione poniżej postulaty. Zostaną one bardziej szczegółowo opracowane z naszymi partnerami w Hong Kongu oraz Chinach, aby wyrażały dokładnie to, czego potrzebują pracownicy do poprawy ich warunków pracy i życia.

- ➔ Przepisy krajowego prawa pracy muszą być przestrzegane.
- ➔ Pracownicy muszą otrzymywać umowy o pracę.
- ➔ Zakaz pracy przymusowej.
- ➔ Zakaz dyskryminacji.
- ➔ Zakaz zatrudniania dzieci.
- ➔ Zapewnienie godziwego wynagrodzenia (a nie tylko minimalnego).
- ➔ Zakaz zbyt długiego czasu pracy.
- ➔ Zapewnienie przyzwoitych warunków pracy nie stanowiących zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa.
- ➔ Branie przez firmy pełnej odpowiedzialności za etyczne warunki pracy na każdym etapie ich łańcucha dostaw.
- ➔ Zapewnianie przez firmy przejrzystych informacji na temat swych łańcuchów dostaw.
- ➔ Zapewnienie przez firmy stosujące kodeksy postępowania niezależnej kontroli przeprowadzanej przez tzw. inicjatywy wielostronne.
- ➔ Wprowadzenie do programu ICTI CARE niezależnego systemu audytowania przeprowadzanego przez inicjatywy wielostronne.

Kodeks postępowania (tzw. code of conduct) to wewnętrzny dokument firmy, który zawiera przepisy określające jej wartości i zasady, oraz to jak ma być prowadzona działalność firmy oraz jej dostawców, aby była z nimi w pełni zgodna. Zazwyczaj firma sama kontroluje działalność dostawców pod kątem przestrzegania przepisów kodeksu.

Inicjatywa wielostronna zrzesza przedstawicieli wszystkich grup, których dotyczy dana kwestia. W przypadku przemysłu zabawkarskiego są to firmy zlecające produkcję, właściciele fabryk, przedstawiciele pracowników oraz organizacje pozarządowe.

ICTI (Międzynarodowa Rada Przemysłu Zabawkarskiego) uruchomiła w 2001 r. program monitoringu pt. Caring, Awareness, Responsible, Ethical (CARE), który ma zapewnić odpowiednie warunki pracy przy produkcji zabawek. Firmy zabawkarskie, które weszły w program CARE, powinny zadeklarować termin, po którym wszystkie zabawki będą pozyskiwały od fabryk, które pomyślnie przeszły audyty zlecone przez ICTI. Więcej na www.icti-care.org



1. Kupuj odpowiedzialnie zabawki

Chcemy abyście przyłączyli się do naszej kampanii. Niniejszy przewodnik dla aktywistów ma pomóc wam w podejmowaniu działań na rzecz etycznej produkcji i konsumpcji zabawek na świecie. Zawiera podstawowe informacje dotyczące funkcjonowania przemysłu zabawkarskiego, nadużyć które w nim występują, a także pomysły na działania, które mogą zmienić go na lepsze. Jeśli chcemy zmieniać świat i wprowadzić sprawiedliwe warunki pracy na całym świecie, potrzebujemy Waszej aktywnej pomocy!

Możecie wesprzeć kampanię na różne sposoby: poczynawszy od udziału w akcji pilnych apeli, przez zbieranie podpisów, a skończywszy na organizowaniu dużej imprezy w waszej miejscowości. Tylko aktywne działania zapewniają skuteczność kampanii. To nie muszą być wielkie przedsięwzięcia – dużo ważniejsze jest samo działanie setek osób z całej Europy. Na stronie www.stop-toying-around.org znajdziecie informacje o międzynarodowych działaniach, a na stronie www.ekonsument.pl/zabawki dowiedziecie się o działaniach krajowych, do których można się przyłączyć. Informujcie nas o akcjach, które organizujecie, pisząc na adres zabawki@zielonasiec.pl. Razem możemy wiele zdziałać.

Obecnie, w dobie trwającego światowego kryzysu (2009 r.), spodziewamy się licznych zwolnień w delcie Rzeki Perłowej w Chinach, gdzie produkowana jest większość naszych zabawek. Mniejsze zamówienia są równoznaczne z mniejszym dochodem firm, więc nie możemy oczekiwać, że sytuacja pracowników poprawi się bez specjalnego zaangażowania z naszej strony. Dlatego właśnie potrzebujemy TWOJEJ pomocy! Naszym celem jest doprowadzenie do tego, by warunki pracy w fabrykach zabawek odpowiadały standardom Międzynarodowej Organizacji Pracy (ILO) oraz, by zmniejszone zostało szkodliwe oddziaływanie produkcji zabawek na środowisko.

„Jeśli korporacje nie będą skłonne zapłacić rzeczywistej ceny za produkt wyprodukowany zgodnie ze standardami określonymi w ich kodeksach, kodeksy postępowania w przedsiębiorstwach oraz audyty przeprowadzane zgodnie z listą kontrolną nie wystarczą, by wzmocnić prawa pracowniczego”
stwierdziła w swoim oświadczeniu prasowym z sierpnia 2007 r.
organizacja China Labour Watch.





W czym tkwi problem?

Zabawki kupowane w Europie są w większości produkowane w Chinach. Chińskie fabryki oferują pensje zazwyczaj jeszcze niższe niż określa to chińskie prawo i nawet praca w godzinach nadliczbowych nie zapewnia pracownikom i ich rodzinom godnego życia. Outsourcing produkcji do krajów z niskimi kosztami zapewnia dużym firmom znaczne obniżenie kosztów związanych z wypłatami dla pracowników i produkcją. W chińskich fabrykach często panują **niedopuszczalne warunki pracy**. Na przykład w fabryce Tianyu Toys w prowincji Guangdong produkującej zabawki dla Disneya, każdego dnia pracownicy narażeni są na utratę zdrowia lub życia. Jeśli pracują w dziale rozpylania farby, muszą znosić niezwykle wysokie temperatury. Wentylatory znajdujące się na suficie są zazwyczaj wyłączane, aby ograniczyć ilość wykorzystywanej farby. Ponadto, chemiczny zapach farby i rozpuszczalnika utrzymuje się w pomieszczeniu przez kilka godzin. Niektórzy pracownicy cierpią wieczorami na ostre bóle głowy i wymiotują przy swoich stanowiskach pracy.

Pensja wypłacana przez zakład Tianyu Toys jest dużo niższa niż ustawowa płaca minimalna w tym regionie. Pewna pracownica wyjaśniła: „Poza sezonem zarabiałam zaledwie 500-600 yuanów miesięcznie, czyli dużo poniżej ustawowego minimum, które wynosi 690 yuanów. Co gorsza, za mieszkanie w pięciopiętrowym hotelu robotniczym i jedzenie trzeba płacić. Miesięcznie z mojej pensji potrącone jest mi aż 130 yuanów – czyli jedna czwarta. W efekcie nie mogę zaoszczędzić żadnych pieniędzy”. 500-600 yuanów (CNY) to odpowiednik 210-250 PLN.

W Tianyu Toys obowiązuje 12-15 godzinny dzień pracy. Robotnicy pracują 28 dni w miesiącu zaczynając pracę o 8 rano i kończąc nierzadko o północy. „Jestem zbyt zmęczona, by zwracać uwagę na szczegóły i wygląd zabawek w moich rękach”, powiedziała młoda pracownica. W sezonie pracownicy nie mają dni wolnych i pracują ponad 400 godzin miesięcznie².

To nie jest odosobniony przypadek. Świadczenia socjalne, takie jak urlop chorobowy czy macierzyński, zazwyczaj nie istnieją, a zakładanie związków zawodowych i rad pracowniczych jest zakazane pod groźbą zwolnienia z pracy. Co więcej, pracownicy są narażeni ze strony swoich zwierzchników na dyskryminację, przemoc słowną i fizyczną. Gdyby zastosowano choć minimalne standardy, których się domagamy, sytuacja zatrudnionych przy produkcji zabawek znacznie by się poprawiła.



²Wszystkie informacje pochodzą z raportu „SACOM: Tianyu Toys brings you ... Winnie the Pooh: A Survey of Conditions at a Disney Supplier in China”, str. 3



2. Nadużycia przy produkcji zabawek

Nigdy dotąd przemysł zabawkarski nie był aż w takim stopniu zglobalizowany. Obsługiwany jest przez sieci dostawców, które są łącznikami pomiędzy projektantami zabawek, robotnikami, właścicielami fabryk i konsumentami na całym świecie. Ci ostatni wydają około 60 miliardów dolarów rocznie na zabawki i gry video, przy czym około połowa tej sprzedaży przypada na USA.

Rynek zabawkarski jest zdominowany przez niewielką grupę dużych firm, które zajmują się głównie licencjami i handlem detalicznym, czyli lukratywną stroną przemysłu zabawkarskiego, podczas gdy produkcja jest zlecana podwykonawcom w Chinach. Obecnie 80% zabawek na świecie jest wytwarzanych w południowych Chinach, w około 10 000 fabryk. Zmiany w produkcji światowej sprawiły, że zabawki są często produkowane po drugiej stronie kuli ziemskiej względem kraju, w którym sprzedawany jest gotowy wyrób. Zwykle obowiązuje tam inny język i inna kultura. Transakcje są często dokonywane za pośrednictwem złożonej sieci agentów, podwykonawców i dostawców. Same firmy, które zlecają produkcję zabawek, nie zawsze wiedzą, gdzie dokładnie i w jakich warunkach wytwarzane są ich produkty. Ale to nie może stanowić dla dużych marek wymówki, wykorzystywanej do uchylania się od odpowiedzialności za łamanie praw człowieka i praw pracowników w ich łańcuchach dostaw.

Wykorzystywanie kobiet

Większość siły roboczej stanowią kobiety. W wielu przypadkach są to młode dziewczyny, które przyjeżdżają ze wsi do miasta, aby zarobić pieniądze dla swoich rodzin. Czasem są to również matki, które mają dzieci na utrzymaniu. Kobiety – szczególnie młode – zatrudniane są chętnie, ponieważ jest nimi łatwo manipulować. Społecznie napiętnowane i często pozbawione wykształcenia, które otrzymali ich koledzy, kobiety boją się mówić głośno o problemach, z jakimi borykają się w miejscu pracy i poza nim. Są też bezbronne wobec agresji werbalnej i fizycznej, jaka je spotyka.

Brak swobody zrzeszania się oraz prawa do negocjacji zbiorowych

Teoretycznie chińska konstytucja gwarantuje swoim obywatelom „swobodę (...) zrzeszania się, defilad i demonstracji”. W praktyce funkcjonuje jeden oficjalny związek zawodowy, a tworzenie innych jest zakazane. Większość pracowników jest nieświadoma przysługujących im praw, a kierownictwo fabryki zazwyczaj nie pozwala im na działalność związkową. W niektórych fabrykach pracownicy stosują strajki lub strajki włoskie, aby poprawić swoją sytuację, ale zazwyczaj inicjatorzy takich działań są zwalniani. „Nawet gdybyśmy chcieli zastrajkować, to nie moglibyśmy. Wszyscy pracownicy tutaj mają już swoje lata i boją się, że jeśli zostaną zwolnieni z fabryki, to nie znajdą innej pracy”, powiedział pracownik z fabryki zabawek Xin Wei w mieście Dongguan, w której produkowane są m.in. zdalnie sterowane samochody na rynek amerykański i europejski.



2. Nadużycia przy produkcji zabawek

Pensja nie zapewniająca godnego życia

Co oznacza określenie „godziwa płaca”? To płaca pozwalająca pracownikom i osobom będącym na ich utrzymaniu na zaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych oraz umożliwiająca zaoszczędzenie jakiegokolwiek kwoty na inne potrzeby. Płaca i świadczenia za standardowy czas pracy powinny spełniać co najmniej minimalne wymogi prawne lub branżowe.

W Chinach każda prowincja określa ustawowe płace minimalne. W 2007 r. w głównych miastach zajmujących się produkcją zabawek to minimum wahało się w granicach 690-700 CNY miesięcznie (około 300 PLN). To znacznie mniej niż pracownicy potrzebują na podstawowe wydatki.

W chińskiej fabryce produkującej dla Disneya i Carrefoura w 2007 r. nowi pracownicy zarabiali 13 CNY (około 5,50 PLN) za dzień. Po dwumiesięcznym okresie próbnym stawka wzrosła do 15 CNY (ok. 6,30 PLN) za dzień. Nie stanowi to nawet 50% ustawowej stawki minimalnej ustalonej dla tego regionu, która wynosi około 33 CNY (ok. 14 PLN) za dzień. W innej fabryce wysokość pensji minimalnej jest osiągnięta jedynie po doliczeniu do niej premii za nieopuszczenie żadnego dnia pracy, premii za staż pracy oraz płacy za nadgodziny. Wielu pracowników pracuje na akord – otrzymują określoną kwotę za wyprodukowaną zabawkę lub jej część, a nie za godzinę.

„Nasze pensje są obliczane na podstawie wypracowanego akordu - wyjaśnia jeden z pracowników - więc wszyscy musimy bardzo ciężko pracować, żeby zarobić około 1 000 CNY (ok. 423 PLN) miesięcznie. Wielu pracowników zostaje w pracy dłużej tylko po to, żeby zrobić trochę więcej części. Nie ma stawki za nadgodziny. Stawka za akord jest taka sama jak podczas normalnych godzin pracy. Firma powiedziała nam, że

dostaniemy dodatkowe 0,7 CNY (ok. 0,30 PLN) za godzinę pracy w godzinach nadliczbowych, ale w rzeczywistości te dodatkowe pieniądze idą na nasze posiłki (które są wydawane podczas godzin nadliczbowych)“.

Wiele fabryk potrąca swoim pracownikom z pensji opłaty za posiłki, zakwaterowanie, wodę pitną, ubranie robocze i wiele innych rzeczy, co w sumie stanowi ponad jedną trzecią ich miesięcznych pensji.

Ponadto, właściciele fabryk wprowadzają nielegalne kary pieniężne. Począwszy od niewielkich kwot za drobne spóźnienie, przez równowartość 4,5 stawki za godzinę za brak identyfikatora, a skończywszy na grzywnie w wysokości trzydniowej pensji za jednodniową nieobecność.

Długi czas pracy

W branży zabawkarskiej popyt gwałtownie wzrasta przed okresem świątecznym, co sprawia, że szczytowy okres produkcji trwa od czerwca do września. Wielu właścicieli fabryk stosuje outsourcing lub zwiększa zatrudnienie w szczytowym sezonie i zwiększa ilość godzin pracy zmuszając do nadgodzin. Normalny dzień pracy wynosi zazwyczaj 12 godzin, a nadgodziny mogą się przedłużyć do rana dnia następnego. Gdy podczas szczytowego sezonu księga zamówień jest pełna, praca jest planowana w taki sposób, że pracownicy nie mają ani jednego dnia wolnego przez cały miesiąc, co prowadzi do tego, że pracują ponad 400 godzin miesięcznie. Zgodnie z chińskim prawem pracy, normalny dzień roboczy nie powinien przekraczać 8 godzin, natomiast normalny tydzień pracy nie powinien przekraczać 44 godzin. W szczególnych okolicznościach można zażądać pracy w godzinach nadliczbowych, ale nie mogą one przekraczać 36 godzin na



2. Nadużycia przy produkcji zabawek

miesiąc, a stawki za nadgodziny powinny być zwiększone o 50% za nadgodziny w dni powszednie, o 100% za nadgodziny w dni wolne od pracy oraz o 200% w święta.

Pracownica z Tianyu Toys mówi zrozpaczona: „Produkując zabawki na eksport, czuję się jakbym pracowała w niewolniczych warunkach. Nie mam nawet czasu na sen. Chciałabym rzucić tą pracę, ale to nie jest łatwe – kierownictwo wstrzymuje nasze pensje przez 45 dni”.

Złe warunki pracy

Zakwaterowanie i wyżywienie w hotelach robotniczych często określane jest jako bardzo kiepskie. W jednym pokoju mieszka nawet 16 osób, które śpią na łóżkach piętrowych, a łazienki, prysznice i toalety są wspólne dla wszystkich mieszkańców jednego piętra i w żaden sposób nie zapewniają prywatności. W 2007 r. w fabryce Duoyuan Plastic Production Co-LTD, zaopatrującej firmę Hasbro (MB, Parker, Playskool) oraz Sanrio (Hello Kitty), ponad 100 pracowników musiało korzystać z jednej łazienki zainstalowanej w hotelu robotniczym. Wyżywienie, jakie zapewniają fabryki, jest zazwyczaj tańsze niż poza nią, ale jest marnej jakości i jest go mało. Zostało określone jako „gorsze niż jedzenie dla świń”³. Na domiar złego, bez względu na to, czy pracownicy stoją się w fabryce czy poza nią, 100 CNY jest im automatycznie potrącanie z pensji.

Wielu pracowników jest narażonych przez długi czas pracy na szkodliwe działanie substancji toksycznych takich jak farba czy klej. Wentylacja jest zazwyczaj niewystarczająca,

ubrania ochronne albo nie są rozdawane albo nie nadają się do użytku, a pracownicy nie są wysyłani na kontrolne badania lekarskie, które zgodnie z chińskim prawem pracy są obowiązkowe.

W 2001 r. chińskie statystyki rządowe ujawniły, że 110 000 osób zmarło na skutek wykonywanej pracy. Można założyć, że dane te są zaniżone.

Powszechnie ignorowany jest wymóg chińskiego prawa pracy nakładający na pracodawców obowiązek zgłaszania swoich pracowników do ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego oraz funduszy emerytalnych. Przepis ten jest prosty do ominięcia, ponieważ wielu pracowników nie otrzymuje od pracodawców umowy o pracę. W rezultacie pomijane są także uprawnienia do odszkodowania lub urlopu macierzyńskiego.



fot. SwedWatch 2007, Südwind Agentur 2009

³Fabryki Disneya zatrudniające niskopłatnych pracowników w południowych Chinach, zestawienie za 2001 r.: www.cic.org.hk/research.htm





Niestety, nie ma obecnie certyfikatu dla etycznych zabawek i nie dysponujemy listą „sprawiedliwych” detalistów czy producentów – nie jesteśmy jeszcze na takim etapie, na którym moglibyśmy z przekonaniem polecić jakąkolwiek firmę (ponieważ wszystkie one muszą jeszcze wiele zrobić w tej dziedzinie). Dotychczasowe kampanie przyczyniły się przynajmniej do zaostrzenia przepisów dotyczących bezpieczeństwa i ochrony przeciwpożarowej oraz do ich wdrożenia w wielu chińskich fabrykach zabawek. Dzięki nagłośnieniu tych kwestii w tamtym okresie, liczne międzynarodowe koncerny zabawkarskie opracowały dla siebie i swoich zagranicznych dostawców kodeksy postępowania, zobowiązujące do przestrzegania praw pracowniczych. Ich wdrażanie jest kontrolowane przez reprezentantów samych firm, często jednak nieskutecznie.

Program ICTI CARE

Międzynarodowa Rada Przemysłu Zabawkarskiego wprowadziła program etycznej produkcji ICTI CARE, którego zadaniem jest zapewnienie „bezpiecznych i humanitarnych miejsc pracy dla pracowników fabryk produkujących zabawki na całym świecie”. Jest to rodzaj ujednoliconego kodeksu postępowania. ICTI zaprasza wszystkich członków branży zabawkarskiej, aby go przyjęły. W skład ICTI wchodzi 22 członków reprezentujących krajowe stowarzyszenia zabawkarskie z całego świata, a jego działania są dwupoziomowe. Pierwszy poziom opiera się na programie „Date Certain Programme”, który zrzesza 612 firm z różnych krajów, w tym z Republiki Czeskiej i Polski. Celem tych działań jest sprawienie, aby firmy lub ich dostawcy zlecali produkcję wyłącznie fabrykom, które uczestniczą w procesie ICTI CARE. Na drugim poziomie Rada ICTI przepro-

wadza w Chinach, Hong Kongu oraz Makau audyty fabryk produkujących dla międzynarodowych firm zabawkarskich. Obecnie 792 fabryki posiadają świadectwo spełnienia wymogów, a 1935 jest zarejestrowanych w ICTI CARE. Niestety według raportu⁴ z 2008 r., jak dotąd 61 tzw. audytów jakości, czyli niezapowiedzianych kontroli, wykazało że WSZYSTKIE wcześniej kontrolowane fabryki oszukały inspektorów. To sprawia, że nawet certyfikat ICTI jest dość wątpliwą gwarancją przestrzegania praw człowieka i zasad BHP przy produkcji zabawek. Jak powiedział Dan Viedeman z Verité, organizacji pozarządowej zaangażowanej w przeprowadzanie audytów społecznych „...wyszukanym metodom monitorowania często dorównują wyszukane metody fałszowania dokumentów oraz zwodzenie kontroli”⁵. Wielu właścicieli i kierowników fabryk szkoli swoich pracowników i daje im specjalne premie, aby „poprawnie” odpowiadali na pytania inspektorów, prowadzi podwójną księgowość, a także fałszuje kwity wypłat oraz umowy o pracę. Ważne jest więc, aby związki zawodowe oraz organizacje pozarządowe, a ostatecznie sami pracownicy, mieli prawo głosu w określaniu sposobu wdrażania kodeksów. Wierzymy, że udział firm w tak zwanych inicjatywach wielostronnych jest krokiem naprzód. Inicjatywa wielostronna opiera się na współpracy wszystkich zaangażowanych stron w sprawach, które ich dotyczą. Chodzi o to, aby właśnie takie inicjatywy zajmowały się monitorowaniem kodeksów postępowania i sprawdzaniem, czy pracodawcy się do nich stosują. Nie funkcjonuje jeszcze żadna inicjatywa wielostronna dla sektora zabawek. Proces ICTI wiąże się także z innymi problemami: w jaki sposób chińskie fabryki mają spełnić kryteria certyfikacji, skoro wielkie firmy w dalszym ciągu narzucają im niewykonalne terminy realizacji zamówień oraz oferują za nie nieadekwatne ceny?

⁴ Uwe Kleinert: „Sozialstandards in der Spielzeugproduktion: Höchste Zeit für mehr Verbindlichkeit”, der Eine Welt Landesnetzwerke in Deutschland e.V. und Eine Welt Netzwerk Bayern e.V., marzec 2008, str. 79-86

⁵ Wywiad przeprowadzony przez Human Rights in China (HRIC) z Danem Viedermanem z 12 listopada 2004 r.



3. Jakie są rozwiązania, jakie alternatywy?

Natomiast dla dużych firm zabawkarskich podpisanie się pod takim programem jest prostym sposobem na oczyszczenie swojej reputacji jako „odpowiedzialnego” kupującego, ponieważ nikt nie sprawdza, czy dostawcy spełniają wszystkie wymogi. Nie wolno nam także zapominać, że ICTI to przede wszystkim stowarzyszenie przemysłu zabawkarskiego. Jej głównym celem jest „promowanie zainteresowania produkcją zabawek w swoich 21 krajach członkowskich”⁶.

Zabawki produkowane lokalnie i zabawki ze Sprawiedliwego Handlu

Na rynku dostępnych jest sporo zabawek, powstających w naszym kraju w pracowniach lokalnych twórców, w zakładach rzemieślniczych (np. krawieckich, tokarskich, ciesielskich, ceramicznych...) lub sprowadzanych z krajów globalnego Południa na zasadach Sprawiedliwego Handlu – czyli wytwarzanych przez rzemieślników z Azji, Ameryki Południowej i Afryki, często w nawiązaniu do tradycji i kultury ich regionu, a następnie sprzedawanych na korzystnych warunkach importerom europejskim i amerykańskim. Czasami zabawki te stanowią ciekawą alternatywę, ale trzeba przyznać, że na światowym rynku są produktami niszowymi i nie stanowią konkurencji dla dużych marek, takich jak Mattel, Disney, Hasbro itp. Dlatego przy pomocy tej kampanii chcemy rozpocząć dialog z gigantami rynku i skłonić ich, by wysłuchali naszych obaw i aktywnie włączyli się w poprawę warunków pracy i życia wszystkich pracowników wytwarzających zabawki.



fot. Kalimba 2009, Maruna 2009, jarmarkiswiata.pl

⁶ www.toy-icti.org/about/whatis.html





Zadawajcie pytania

Celem każdej firmy jest oferowanie produktów, których ludzie poszukują. Firmy przeprowadzają badania rynku, aby dowiedzieć się, które produkty „są trafione”, a które nie. Jest to dowód na to, że pomiędzy konsumentami a producentami następuje nieustanna wymiana. **Jeśli będzie duży popyt na produkty „etyczne” czy „sprawiedliwe”, firmy będą musiały na to zareagować i przystosować swój asortyment, listę dostawców oraz sposoby produkcji.**

Indywidualne osoby mogą w bardzo prosty sposób zażądać sprawiedliwych warunków pracy. Zadawajcie pytania personelowi w waszym ulubionym sklepie z zabawkami. Pytania o rozmiar, kolor oraz jakość zabawek są zupełnie naturalne, więc czemu nie mielibyście następnym razem zapytać o proces produkcji? Oto kilka propozycji:

- ➔ Czy wie pan/pani, gdzie została wyprodukowana ta zabawka?
- ➔ Czy wie pan/pani czy ta firma stosuje kodeks postępowania?
- ➔ Czy zna pan/pani treść tego kodeksu postępowania?
- ➔ Czy wie pan/pani czy ten kodeks jest nadzorowany?
- ➔ Czy widział/-a pan/pani jeden z raportów z monitoringu?

Jeśli uzyskacie odpowiedź twierdzącą na którekolwiek z powyższych pytań, proście personel o dowód oraz pytajcie skąd wiedzą, że odpowiedź brzmi „tak”. W większości przypadków personel nie będzie znał odpowiedzi, ale jeśli będziemy ciągle pytać, kierownicy będą musieli w którymś momencie zdobyć te informacje od producentów, ponieważ będą zmęczeni pytaniami personelu, na które nie znają odpowiedzi...

Zostawiajcie kartki-petycje

Jeżeli zadawanie takich pytań krępuje was lub nie chcecie „dręczyć” samych sprzedawców, wręczcie im kartkę-petycję kampanii „Kupuj odpowiedzialnie zabawki”. Można ją również zostawiać przy kasach, na półkach sklepowych lub wysłać pocztą na adres firmy. **Na kartkach-petycjach znajdują się pytania oraz żądanie pisemnej odpowiedzi na nie.** Im więcej takich kart otrzyma sklep, tym bardziej prawdopodobne, że jego właściciel, pragnąc wyjść naprzeciw oczekiwaniom swoich klientów, zareaguje zadając te same pytania swoim hurtownikom.

Poproście osoby z kręgu znajomych i rodziny, by zrobili to samo! Im więcej osób będzie się interesowało pochodzeniem zabawek, które kupują dla swoich dzieci, tym większy to przyniesie efekt. Dostarczymy wam kartki-petycje w takiej ilości jaką chcecie. Wystarczy wysłać e-mail na adres zabawki@zielonasiec.pl.

Wspierajcie odpowiedzialnych producentów

Innym rozwiązaniem jest kupowanie zabawek wyprodukowanych w Europie lub pochodzących ze Sprawiedliwego Handlu. Na opakowaniu każdej zabawki powinno być oznaczone miejsce jej produkcji, a jeśli nie jest – zawsze można zadzwonić do producenta i zapytać. Kupując zabawki wytwarzane w autorskich pracowniach, możecie dowiedzieć się wszystkiego od samych twórców, a w dodatku wejść w posiadanie egzemplarza jedynego w swoim rodzaju. Oryginalne zabawki



4. Co możecie zrobić?

można też znaleźć w sklepach z artykułami ze Sprawiedliwego Handlu – ich właściciele również chętnie powiedzą wam skąd pozyskują sprzedawane przez siebie towary. W ten sposób wspieracie sklepy i firmy, które dbają o dobrą sytuację pracowników i pokazujecie konkurencji, że stracą swych klientów, jeśli nie będą robić tego samego.

Wyślij pilny apel, gdy łamane są prawa człowieka!

W konkretnych sytuacjach kryzysowych, kiedy w jaskrawy sposób łamane są prawa człowieka i prawa pracowników, otrzymujemy – poprzez partnerskie organizacje w Chinach – prośby o interwencję w sprawach pracowników produkujących zabawki. Naszą rolą jest opracowywanie i rozpowszechnianie apeli o natychmiastowe działanie (nazywanych w skrócie „pilnymi apelami”).

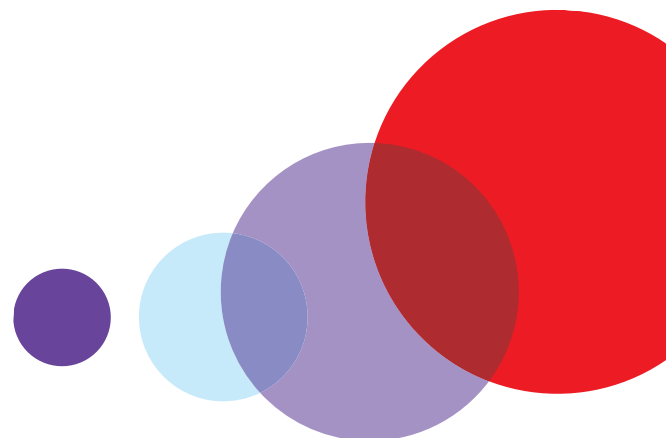
Pilny apel to prośba do szerokiego grona osób by podjęli działanie (np. wysłali list lub e-mail z protestem do właściciela fabryki), które manifestuje poparcie dla żądań pracowników w sytuacji, gdy ich prawa nie są przestrzegane. Zazwyczaj dostarczamy wam wzór listu, który możecie wysłać do właściciela marki bądź zarządu firmy.

Kampania „Kupuj odpowiedzialnie zabawki” oraz jej partnerzy otrzymują apele od pracowników produkujących zabawki dla firm, które wchodzą w skład międzynarodowych łańcuchów dostaw głównych międzynarodowych marek. Firmy będące właścicielami znanych marek przywiązują dużą wagę do tego, co sądzi opinia publiczna na temat warunków pracy ich dostawców, dlatego też zaniepokojenie aktywistów oraz opinii publicznej może mieć wpływ na działania, jakie podejmą w danej sytuacji.

Wystarczy, że wyślicie e-mail na adres zabawki@zielonasiec.pl i zostaniecie umieszczeni na liście adresowej pilnych apeli. Skontaktujemy się z wami za każdym razem, gdy zostaniemy poproszeni o pomoc w konkretnej sprawie. To łatwy sposób na udział w globalnej akcji oraz wspieranie żądań pracowników poprzez e-maile lub listy.

Taka mobilizacja pomogła już wielu pracownikom w domaganiu się o ich prawa!

W 2006 i 2007 r. ponad 1000 zaniepokojonych konsumentów wysłało listy do dyrektora generalnego firmy Disney oraz jej zespołu ds. społecznej odpowiedzialności biznesu. Ponadto, ponad 30 organizacji wspierających prawa człowieka i prawa pracownicze podpisało oświadczenie, w którym żąda od firmy Disney przestrzegania jej kodeksu postępowania oraz zgody na jego niezależny monitoring z udziałem pracowników, związków zawodowych oraz organizacji pozarządowych. Disney potrzebował ponad roku, aby sformułować odpowiedź i spotkać się z pracownikami. Osiągnięto to dzięki wytrwałości zarówno organizacji jak i konsumentów.



4. Co możecie zrobić?

Podpiszcie petycję – wyrażcie swoje poparcie dla działań organizacji broniących praw człowieka

Zbieranie podpisów pod petycjami to inny sposób na przycy-
nianie się do poprawy warunków pracy w fabrykach zabawek.
Ponieważ zbieranie podpisów pod petycjami zabiera więcej
czasu niż podpisywanie pilnych apelów, petycje zazwyczaj nie
dotyczą konkretnych przypadków związanych z prośbami
pracowników o pomoc, lecz dotyczą ogólnych problemów
w przemyśle zabawkarskim. Osoby, które podpisują się pod
petycjami, zwracają uwagę międzynarodowych korporacji na
fakt łamania praw człowieka oraz praw pracowniczych przez
znane marki oraz fabryki produkujące dla nich zabawki. Jedno-
cześnie duże firmy dowiadują się, że konsumenci przywiązują
wagę do tego, gdzie i w jaki sposób są produkowane zabawki,
które chcą kupić swoim dzieciom oraz że chcą kupować produkty
etyczne.

Petycja zatytułowana „Play Fair at the Olympics!” („Graj fair
podczas olimpiady!”), w której domagano się przestrzegania
praw pracowników w przemyśle odzieży sportowej, została
podpisana przez ponad pół miliona ludzi na całym świecie!
Międzynarodowe firmy, do których skierowana była petycja,
nie mogły tego zignorować i zaprosiły jej organizatorów do
dialogu. W ten sposób europejskie organizacje pozarządowe,
które współpracują z inicjatywami chińskimi, mogą w waszym
imieniu podjąć rozmowy na temat niezbędnych zmian.

Zbierajcie podpisy aktywnie

Możecie sami podpisać się pod pilnym apelem lub petycją,
a także przesyłać swoim znajomym z prośbą, by się pod nim
podpisali. Nie zapomnijcie dodać własnego komentarza, co
sądzą o danej sprawie i dlaczego rozpowszechnicie ten
apel lub petycję, na przykład „Uważam, że to dobry pomysł.
Proszę, poprzyjcie go!”. W przypadku petycji można zabrać
ze sobą listę z miejscami na podpisy i składać krótkie wizyty
swoim znajomym – wtedy możecie osobiście wyjaśnić im,
o co chodzi i spróbować przekonać do poparcia sprawy.





4. Co możecie zrobić?

Przekazujcie informacje innym

Zorganizujcie spotkanie zabawkowe dla przyjaciół i znajomych. Organizowanie przyjęć z motywem przewodnim stało się modne. Urządza się przyjęcia urodzinowe, przyjęcia z okazji przeprowadzki do nowego domu oraz wiele innych. Zorganizujcie więc przyjęcie z zabawkami. Poproście uczestników, by przynieśli ulubione zabawki swoje lub swoich dzieci, albo też te, których najbardziej nie lubią... Opowiedzcie sobie nawzajem, kto i dlaczego lubi daną zabawkę lub jej nie lubi, jakie wspomnienia są z nią związane, jakimi zabawkami bawiliście się w swoim dzieciństwie itp. Przedyskutujcie wartości zabawek jako przedmiotów edukacyjnych oraz porozmawiajcie na temat zabawek kreatywnych, o dużych walorach edukacyjnych. Poinformujcie uczestników o aktualnej sytuacji na rynku zabawek i rozpocznijcie dyskusję, na przykład na temat ilości zabawek kupowanych obecnie przez rodziców dla swych dzieci. Zróbcie quiz z wykorzystaniem danych zawartych w tym poradniku i przetestujcie wiedzę swoich znajomych z zakresu przemysłu zabawkarskiego. Możecie pokazać im jeden z filmów o produkcji zabawek, które znajdują się w spisie na ostatniej stronie poradnika. Można też zaprosić przedstawiciela kampanii „Kupuj odpowiedzialnie zabawki” na spotkanie. Takie przyjęcie z zabawkami jest również okazją do wymieniania się zabawkami lub do zorganizowania pchlego targu zabawek i może być świetną zabawą dla dzieci, które będą się bawić, podczas gdy wy będziecie dyskutować.

Dowiedzieliście się już sporo o zglobalizowanym przemyśle zabawkarskim, pracownikach, ich warunkach pracy i życia oraz kilku działaniach, które możecie zorganizować. Prosimy, nie zachowujcie tej wiedzy tylko dla siebie! Rozmawiajcie o tym z innymi. Będziecie zaskoczeni, jak wiele osób z waszego najbliższego kręgu nigdy nic nie słyszało na ten temat, a chętnie dowiedzieliby się czegoś więcej. Może nawet znajdziecie chętnych do przyłączenia się do waszych i naszych akcji.

Dlaczego warto?

Udział w działaniach wymienionych powyżej nie jest bardzo czasochłonny, ani trudny, chociaż wymaga pewnej odwagi moralnej. W zamian zdobywacie doświadczenie, wiedzę i satysfakcję. Po pierwsze, stajecie się rzecznikami praw człowieka, wyposażonymi w informacje i argumenty dotyczące problemów związanych z produkcją w krajach azjatyckich. Po drugie, stajecie się pozytywną częścią procesów globalizacji i korzystacie ze swoich praw obywatelskich, aby wpływać na zmiany zachodzące w świecie. Poza tym, działanie w słusznej sprawie może być też niezłym pretekstem, aby dobrze się bawić i zintegrować się ze znajomymi – zadbajcie o to!





Jeśli działacie w jakiejś organizacji lub instytucji, macie możliwość zorganizowania większej akcji. Nawet jeśli macie kontakt z organizacją lub instytucją jako wolontariusze lub słyszeliście tylko o jej działaniach, warto zwrócić się do niej z inicjatywą. Również jeśli macie aktywnych przyjaciół, pracujecie w szkole, działacie w lokalnej parafii, w partii politycznej, lub jeśli przewodniczycie grupie młodzieżowej itp., łatwo będzie wam zmotywować ludzi do zaangażowania się w waszą działalność. Informujcie nas o akcjach, które organizujecie. Umieścimy ich zapowiedzi i relacje z wydarzeń na stronie kampanii, a w miarę możliwości zapewnimy wam materiały do wykorzystania. Jeśli nie wiecie jak i co najlepiej zorganizować w miejscowości, w której mieszkacie, przedyskutujemy z wami różne scenariusze akcji i możliwości działania (kontakt: zabawki@zielonasiec.pl).

Planowanie

Grupa, która planuje i koordynuje akcję, nie powinna składać się z więcej niż pięciu – siedmiu osób. Jeśli grupa będzie większa, może to zaburzyć sprawne podejmowanie decyzji i komunikację między wami. Jednak, dla sukcesu przedsięwzięcia istotne jest, żeby zapraszać do współpracy innych, którzy mogą pomóc np. swoją konkretną wiedzą z jakiegoś zakresu. Zawsze dobrze jest mieć „na pokładzie” osoby, które znają się na różnych dziedzinach życia.

Idealnie, jeśli uda wam się nawiązać kontakt ze znanymi osobami w waszym środowisku. Nawet jeśli nie będą mogły pomóc w przygotowaniach, być może zechcą zostać sponsorami lub rzecznikami akcji. Czasem wystarczy, aby wsparły wasze działania swoim wizerunkiem, albo podpisały się pod hasłem akcji, żeby miała ona wielokrotnie większy oddźwięk.

Owocne spotkania i dobra współpraca w grupie

Wybierzcie koordynatora/koordynatorkę projektu. Ta osoba będzie odpowiedzialna za umawianie i prowadzenie spotkań oraz koordynowanie zaplanowanych działań. Znajdźcie najlepszy sposób na podejmowanie decyzji wewnątrz grupy – to pomoże w zarządzaniu czasem. **Podzielcie się zadaniami** tak, aby każdy dokładnie wiedział co i w jakim terminie ma zrobić, a także jak jego zadanie jest powiązane z zadaniami innych członków zespołu. W celu przeprowadzenia owocnego spotkania, dobrze jest przeznaczyć na nie 1,5 godziny oraz **określić przejrzysty porządek spotkania.** Nawet jeśli nie zawsze będziecie się trzymać tych wytycznych, pomoże to wam koncentrować się na najważniejszych sprawach. Na koniec każdego spotkania należy znaleźć odpowiedzi na następujące pytania:

- ➔ Kto jest za co odpowiedzialny?
- ➔ Do kiedy ma czas na wywiązanie się ze swojego zadania?
- ➔ Z kim ma współpracować?

Wśród załączników (rozdział 9.) znajdziecie odpowiedni formularz. Najlepiej zweryfikować podział obowiązków na koniec każdego spotkania. Sporządzanie protokołu, który następnie będzie przesyłany przez koordynatora/koordynatorkę projektu do każdego członka, porządkuje kwestie, którymi się zajmowano, oraz cele działań. Protokół jest dobrą metodą informowania osób, które nie mogły uczestniczyć w spotkaniu, o jego przebiegu.

Zidentyfikujcie problem

Kiedy już znajdziecie zaangażowane osoby i utworzycie grupę, musicie zdecydować, **co konkretnie chcecie przekazać odbiorcom akcji.** Niezwykle ważne jest, abyście – wybierając sprawę, którą się zajmiecie – koncentrowali się na jakimś



5. Działania w ramach organizacji

konkretnym zagadnieniu. Nie jest łatwo określić klarowny przekaz przy wielu złożonych problemach, które składają się na sytuację w przemyśle zabawkarskim. Jaki jest cel waszej akcji? Czy jest to na przykład poprawa warunków pracy w fabryce XY? Czy chcecie się zająć konkretną marką? Wybierzcie aspekt, który najbardziej wam odpowiada: prawa człowieka, produkcja masowa, bezpieczeństwo dzieci, uciążliwość dla środowiska. Informacje o wszystkich tych sprawach znajdziecie na stronach www.ekonsument.pl/zabawki oraz www.stop-toying-around.org. Zgodnie z waszymi zainteresowaniami i kompetencjami wybierzcie, z której strony chcecie „ugryźć” temat.

Wymyślcie hasło, które będzie w krótki i chwytliwy sposób pokazywało, o co chodzi w waszej akcji. Trzeba przy tym uważać, aby nie dało się ono łatwo przeinaczyć ani mylnie zinterpretować! Zarówno przy określaniu głównego przekazu, jak i wymyślaniu hasła, pamiętajcie do kogo będą kierowane wasze działania oraz w jakich okolicznościach będziecie je wykorzystywać. Do kogo możecie trafić z tym przekazem? W jaki sposób przyciągniecie uwagę tych osób? Warto zastanowić się, jakie wydarzenie, które odbywa się w waszym otoczeniu, byłoby odpowiednie do wykorzystania. Jeśli uda wam się połączyć waszą akcję z jakimś innym lokalnym wydarzeniem, możecie być pewni, że zwróci ona uwagę wielu miejscowych osób.

Grupa docelowa

Nawet najlepsze planowanie okaże się nieprzydatne, jeśli wybierzeć złe środki i sposoby dotarcia do waszej grupy docelowej. Jeśli chcecie się zwrócić do rodziców, by zaangażowali się w waszą walkę o sprawiedliwe warunki pracy przy produkcji zabawek, musicie pomyśleć o tym, jakie informacje

będą miały dla nich szczególne znaczenie, np. dotyczące bezpieczeństwa dzieci. Jeśli zwracacie się do prowadzących przedszkola albo świetlice, zastanówcie się jakie konkretne działania możecie im zaproponować, np. zakup zabawek spełniających określone kryteria, albo przekazywanie informacji rodzicom na specjalnych spotkaniach. Jeśli chcecie zwrócić się z tym trudnym przekazem do dzieci, opracujcie go przy wsparciu pedagogów, a najlepiej zaangażujcie ich w akcję.

Miejsce

Niezwykle ważne jest zastanowienie się nad lokalizacją waszej akcji. Przede wszystkim, musicie ją zorganizować **w miejscu, które przyciągnie waszą grupę docelową**. Ogródki jordanowskie przyciągają rodziców z dziećmi, kluby z kulturą alternatywną głównie młodzież i studentów. Jeśli chcecie przyciągnąć na swoją akcję dziennikarzy zorganizujcie ją w centrum miasta a nie na peryferiach. Miejsce wpływa też na odbiór i atmosferę akcji. W parku lub na bulwarach rzeki będzie bardziej spokojnie, a ludzie znajdą czas, aby zatrzymać się i włączyć do zabawy, na ruchliwych placach i ulicach będzie wielu gapiów, ale nikt nie poświęci wiele czasu. Jeśli chcecie organizować akcję w pomieszczeniach, niektóre mogą dodać waszej akcji autorytetu (jak szkoła), a inne sprzyjać swobodnej dyskusji (klub). Warunki przeprowadzenia akcji w budynkach, pomieszczeniach i na terenie prywatnym trzeba ustalić z właścicielem lub zarządcą takiego miejsca (np. dyrektorem szkoły, kierownikiem klubu lub właścicielem posesji). Warunki przeprowadzania akcji w przestrzeni publicznej określają lokalne władze. Być może będziecie musieli się stosować do przepisów regulujących zgromadzenia publiczne lub imprezy w przestrzeni publicznej.



5. Działania w ramach organizacji

Zgromadzenie w przestrzeni publicznej

Zgromadzenie to zebranie w jednym miejscu grupy ludzi, którzy chcą wyrazić swój pogląd na jakiś temat. Szczególnym rodzajem zgromadzenia jest zgromadzenie publiczne, które ma charakter okazjonalny i nie tworzy stałej więzi między uczestnikami. Jest to na przykład demonstracja, manifestacja, pikietą albo wiec. Jeżeli w zgromadzeniu uczestniczy więcej niż 15 osób, ma ono cel (np. wyrażenie stanowiska lub wspólne obrady), jest zorganizowane (ma wcześniej ustalony termin i przebieg) oraz odbywa się w otwartej przestrzeni dostępnej dla nieokreślonej imiennie grupy osób, dotyczą go przepisy Prawa o zgromadzeniach.

Ustawa z dnia 5 lipca 1990 Prawo o zgromadzeniach

Art. 1.

1. Każdy może korzystać z wolności pokojowego zgromadzania się.
2. Zgromadzeniem jest zgrupowanie co najmniej 15 osób, zwołane w celu wspólnych obrad lub w celu wspólnego wyrażenia stanowiska.

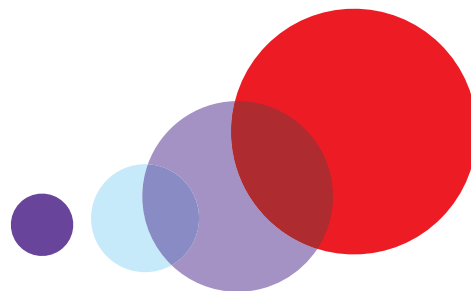
Prawo do organizowania zgromadzeń ma każda pełnoletnia osoba, grupa osób, a także osoby prawne, w tym stowarzyszenia i fundacje. Zgodnie z polskim prawem, o planowanym zgromadzeniu publicznym należy zawiadomić gminę, na której terenie będzie się ono odbywać. Zawiadomienie to powinno dotrzeć do organów gminy nie później niż 3 dni przed rozpoczęciem zgromadzenia. Gmina może też określić miejsca, w których organizowanie zgromadzeń nie wymaga zawiadomienia, warto więc sprawdzić, czy w okolicy są takie miejsca.

Ustawa z dnia 5 lipca 1990 Prawo o zgromadzeniach

Art. 7.

1. Organizator zgromadzenia publicznego zawiadamia organ gminy w taki sposób, aby wiadomość o zgromadzeniu dotarła nie później niż na 3 dni, a najwcześniej 30 dni przed datą zgromadzenia.
2. Zawiadomienie powinno zawierać następujące dane:
 - 1) imię, nazwisko, datę urodzenia i adres organizatora oraz nazwę i adres osoby prawnej lub innej organizacji, jeżeli w jej imieniu organizuje on zgromadzenie,
 - 2) cel i program oraz język, w którym będą porozumiewać się uczestnicy zgromadzenia,
 - 3) miejsce i datę, godzinę rozpoczęcia, planowany czas trwania, przewidywaną liczbę uczestników oraz projektowaną trasę przejścia, jeżeli przewiduje się zmianę miejsca w czasie trwania zgromadzenia,
 - 4) określenie planowanych przez organizatora środków służących zapewnieniu pokojowego przebiegu zgromadzenia oraz środków, o których dostarczenie zwraca się do organu gminy.

Zgromadzenie powinno mieć przewodniczącą/przewodniczącego, która/który otworzy je, zamknie, oraz będzie kierował jego przebiegiem.





5. Działania w ramach organizacji

Impreza w przestrzeni publicznej

Wydarzenie albo impreza w przestrzeni publicznej jest reżyserowane przez organizatorów. Ma swój scenariusz, wykorzystywane są takie rzeczy jak nagłośnienie, rekwizyty, instalacje itp. To może być np. festyn, piknik z atrakcjami, spektakl czy performance. Aby zrealizować taką akcję, trzeba uzyskać zgodę gminy, na terenie której będzie się ona odbywać. Co najważniejsze – wniosek o takie pozwolenie trzeba składać z odpowiednim wyprzedzeniem.

W urzędzie gminy dostępne są właściwe formularze, które trzeba wypełnić i złożyć. Przeważnie należy podać imię i nazwisko lub nazwę wnioskującej organizacji, siedzibę i adres korespondencyjny, a także rodzaj i charakter wydarzenia, miejsce, datę, godzinę rozpoczęcia, planowany czas trwania i przewidywaną liczbę uczestników. Pamiętajcie, że jeśli wnioskujecie w imieniu organizacji, na formularzu będzie potrzebna pieczęć i podpisy osób upoważnionych do występowania w jej imieniu.

Warunki panujące na miejscu

Każde miejsce oferuje różne możliwości. Powiniście dokładnie sprawdzić możliwe lokalizacje, takie jak rynek, szkoła, łąka, ulica itp., aby dowiedzieć się, co możecie tam zorganizować, a co się tam nie sprawdzi. Jeśli chcecie pisać kredą po ulicy, poszukajcie betonowej lub asfaltowej nawierzchni. W taką z kolei nie da się wbić podpór dla np. transparentów czy też namiotów. Jeśli dysponujecie jedynie wybrukowaną powierzchnią, zaopatrzenie się w mocną taśmę klejącą – można nią widocznie oznaczyć przestrzeń, mocno trzymać i da się ją łatwo usunąć.

Dobrze jest też wiedzieć, czy potrzebny wam będzie prąd i woda, i czy są one dostępne w wybranej przez was lokalizacji.

Jeśli chcecie przeprowadzić waszą akcję na zewnątrz, przygotujcie się na możliwe opady. Plakaty namalowane farbą rozpuszczalną w wodzie szybko staną się nieczytelne, a figury z kartonu zniszczą się, jeśli nie będą osłonięte przed deszczem. Czasami do zachowania czystych i suchych materiałów wystarczy mały namiot imprezowy. Mimo to, przygotowanie alternatywy na wypadek niepogody sprawi, że będziecie spokojniejsi.

Ustalenie czasu

Podczas planowania nie możecie zlekceważyć wyznaczenia odpowiedniego terminu. Obecnie organizowanych jest tak wiele wydarzeń, że **musicie uważać, by data waszej imprezy nie pokryła się z datą innego ważnego wydarzenia** w okolicy lub innego wydarzenia poświęconego tej samej sprawie. Celem waszej akcji jest poinformowanie możliwie jak największej grupy osób, a najlepszym sposobem osiągnięcia tego celu jest bycie „numerem jeden”. W większości gmin czy miast funkcjonują kalendarze, w których zaznaczone są wszystkie planowane wydarzenia w danym miesiącu. Możecie także wybrać jakieś międzynarodowe obchody, na przykład Dzień Praw Człowieka, czy Międzynarodowy Dzień Kobiet itp. Stanowią one zazwyczaj dobre tło dla takich akcji (konkretne daty znajdziecie w wykazie międzynarodowych świąt na stronie www.unic.un.org.pl/kalendarium/obchody.php).

Na przygotowania należy przeznaczyć co najmniej dwa miesiące, a lepiej nawet pół roku. Dzięki temu będziecie mieć wystarczająco dużo czasu, aby sprawdzić i zdobyć wszystkie potrzebne pozwolenia, poszukać sponsorów itd. Zapewni to



5. Działania w ramach organizacji

wam także odpowiednio dużo czasu, aby zaprosić ludzi oraz rozreklamować wasze wydarzenie. Jeśli zaplanujecie wszystko wcześniej, będziecie mieć dość czasu na stworzenie potrzebnych do waszej akcji rekwizytów. Jeśli chcecie wykorzystać materiały informacyjne kampanii „Kupuj odpowiedzialnie zabawki”, możecie też zwrócić się do nas po drukowane egzemplarze (kontakt: zabawki@zielonasiec.pl).

Rekwizyty

Każdy komunikat będzie lepiej zapamiętany, jeśli dotrze do odbiorców za pomocą jak największej liczby zmysłów. Dlatego warto wykorzystywać atrakcyjne materiały, przygotowywać dekoracje i angażować uczestników w różne ruchowe zajęcia. Materiały informacyjne, które zwykle się sprawdzają przy promowaniu etycznych zakupów to: broszury z poradami dla konsumentów, ulotki, kartki-petycje do zostawiania w sklepach albo wysyłania do firm. Opracowane teksty możecie znaleźć na stronie www.ekosument.pl/zabawki lub www.stop-toying-around.org, możecie też zwrócić się do nas po drukowane egzemplarze.

Przed akcją

Aby zapewnić należyłą liczbę uczestników podczas waszego wydarzenia, należy je rozreklamować. Najbardziej powszechnym sposobem jest rozwieszanie plakatów – pamiętajcie przy tym, że legalnie można to robić jedynie w miejscach do tego przeznaczonych (np. tablice i słupy ogłoszeniowe) oraz za zgodą właściciela danej powierzchni (słupy ogłoszeniowe najczęściej mają właścicieli, którzy pobierają opłaty za wynajęcie powierzchni reklamowej). Dobrym pomysłem jest też zwrócenie się do właścicieli sklepów o możliwość wywieszenia

informacji w witrynach sklepowych, do szkół, przedszkoli, domów kultury i świetlic o umieszczenie ich na tablicach informacyjnych oraz do klubów, które mają miejsce na takie informacje i mogą przyciągać potencjalnych uczestników. Możecie też wydrukować ulotki i umieszczać je w miejscach, które odwiedza wasza grupa docelowa (sklepy, kluby) albo rozdawać na ulicach.

Na plakacie lub ulotce powinny się koniecznie znaleźć: data, godzina i miejsce wydarzenia. Jeśli zamierzacie drukować materiały, nie zapomnijcie umieścić na nich logo waszych partnerów i sponsorów. Możecie zwrócić się do nas o ulotki i plakaty (kontakt: zabawki@zielonasiec.pl).

Podczas akcji

Ważne są też rekwizyty stanowiące tło dla waszej akcji: plakaty i plansze tematyczne, przebrania, instalacje. Sam pomysł na akcję może zadecydować o jej sukcesie, jeśli wymyślicie coś, co zainteresuje i zaangażuje uczestników. To może być np. gra, spektakl czy warsztaty. Liczy się nie tylko treść, ale również forma.

Im większe i bardziej oryginalne są wasze rekwizyty, tym większe wrażenie zrobi wasza akcja. Kilka osób wręczających ulotki nie przykuwa zbyt dużej uwagi. Wykorzystanie dużych plakatów lub np. przebrań czy tekturowych figur dużych rozmiarów zrobi większe wrażenie na waszej publiczności i przechodniach. A jeśli znajdziecie sposób na wciągnięcie ich do udziału w akcji, pozostawicie po sobie jeszcze większe wrażenie. Zaangażujcie swoją publiczność! To nie musi być kosztowne, wystarczy że będziecie kreatywni. Pamiętajcie przy tym, że wasze rekwizyty muszą być spójne z akcją i jej przesłaniem. Zastanówcie się, czy chcecie kupować na potrzeby akcji materiały produkowane masowo



5. Działania w ramach organizacji

w Chinach lub pochłaniające dużą ilość energii (np. dmuchane zabawki, do których potrzebny jest kompresor) – mogą one osłabić waszą wiarygodność. Ukierunkujcie kreatywność waszej grupy w sposób, który pomoże wam osiągnąć zamierzone cele, a nie je podważyć.

[Przykład]

Figura z dykty z otworem na głowę, z którymi przechodnie mogą sobie robić zdjęcia. Powinna nawiązywać do tematu, np. przedstawiać lalkę, misia lub inną zabawkę.



Oto kilka pytań, które powinniście sobie zadać: Czy wasze materiały są atrakcyjne? Czy materiały są odpowiednie dla danej grupy docelowej? Czy pasują do tematu i miejsca? Czy są jakieś gotowe materiały, które moglibyście wykorzystać (np. kostiumy itp.)? Nie zawsze musicie wszystko wymyślać sami.

I oczywiście nie zapomnijcie o „apteczce pierwszej pomocy dla akcji”. Powinna się w niej znajdować prawdziwa apteczka pierwszej pomocy, a także nożyczki, taśma klejąca, klej, pinezki, drobne narzędzia, takie jak młotek i śrubokręt, długopisy i papier do notowania oraz kawałek sznurka. Te rzeczy umożliwią pomyślny przebieg wydarzenia, na wypadek gdyby okazało się, że czegoś zapomnieliście lub o czymś nie pomyśleliście wcześniej.

Scenariusz

Niezwykle pomocne jest opracowanie scenariusza działań. W scenariuszu **podzielcie waszą akcję na małe, szczegółowo opisane, pojedyncze kroki**. Do każdego warto dodać wszystkie potrzebne adnotacje, tak aby każdy członek grupy mógł podjąć się ich wykonania i mieć do tego potrzebne informacje. Ustalcie kolejność kroków: co musi być zrobione najpierw, co następnie itd.

Scenariusz powinien więc zawierać następujące informacje: porządek chronologiczny wraz z **kalendariem** (uwzględniającym odpowiedni zapas czasu), **osoby odpowiedzialne** (z uwzględnieniem numerów ich komórek oraz ewentualnych zastępstw) oraz konkretne zadania. Jeśli niektórzy będą wykorzystywać materiały dostarczone im przez innych, warto zaznaczyć to w opisie ich zadania i skontaktować ze sobą odpowiedzialne osoby.

Pomocne może okazać się wręczenie scenariusza osobom, które nie są bezpośrednio związane z akcją, ale które są niezbędne dla jej pomyślnej realizacji: ochroniarz może być potrzebny do otwarcia i zamknięcia miejsca, z którego korzystacie, a dozorca do zorganizowania wody i prądu. Współpraca będzie lepsza, jeśli będą oni znali harmonogram waszych działań.

Próba generalna

Bez względu na to, jak będzie wyglądała wasza akcja, zawsze powinniście mieć czas na przeprowadzenie próby generalnej. Jest to tym ważniejsze, im więcej osób jest zaangażowanych w wydarzenie, szczególnie jeśli wiele zadań wymaga koordyna-



5. Działania w ramach organizacji

cji i współpracy. Próba generalna daje wam także możliwość sprawdzenia, czy pomyśleliście o wszystkim. Kolejną zaletą jest możliwość **sprawdzenia sprzętu technicznego**. Wiadomo, że urządzenia zawsze zawodzą, gdy ich potrzebujemy... I pamiętajcie, żeby zaprosić swoich przyjaciół na próbę generalną!

Prasa

Współpraca z dziennikarzami nie należy do najłatwiejszych, ale nie powinniście się wahać przed poinformowaniem mediów o planowanej przez was akcji. Nawet jeśli jesteście w stanie przyciągnąć swoją akcją dużą publiczność, to nigdy nie będzie ona tak liczna jak grupa czytelników artykułu w gazecie codziennej. Pomyślcie o złotej zasadzie mediów: **jeśli z jakiegoś wydarzenia nie ma żadnej relacji w mediach, oznacza to, że nie miało ono miejsca!** Dlatego powinno wam zależeć na ich uwadze. Nawet jeśli będzie to jedynie mały reportaż lub migawka w wiadomościach, znajdzie swoich odbiorców. Dzięki relacji mediów możecie wiele zyskać.

Komunikaty prasowe

Komunikat prasowy to krótka informacja, która ma zachęcić dziennikarzy do publikacji na temat wydarzenia. Odpowiedni **komunikat prasowy można rozpowszechnić przed akcją, aby zachęcić do udziału w niej, lub po akcji, aby opisać co się działo.** Dziennikarze zawsze pracują pod presją czasu. Dlatego też wasz komunikat prasowy powinien być krótki, odpowiednio ukierunkowany, prosty i powinien zawierać ciekawe informacje. Warto sprawdzić jak wyglądają komunikaty wypuszczane przez duże agencje prasowe.

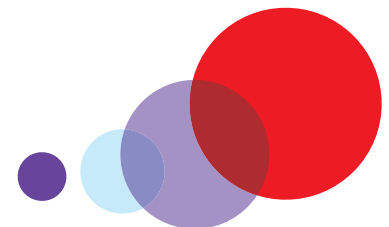
Komunikat prasowy powinien zawierać:

- ➔ Nagłówek, czyli chwytliwy tytuł.
- ➔ Daty i miejsca wydarzenia.
- ➔ Lead, czyli krótką zająkę z podstawowymi informacjami o wydarzeniu odpowiadającą czytelnikowi na pytania kto, co, kiedy, gdzie i dlaczego organizuje.
- ➔ Rozwinięcie, czyli szczegółowy opis wydarzenia oraz informacje o organizatorach.
- ➔ Dane kontaktowe osoby, która będzie dyspozycyjna dla dziennikarzy.

Dynamiczny styl przyciąga uwagę czytelników, a cytaty dodają tekstowi autentyczności i sprawiają, że jest lżejszy. Należy cytować lokalne osobistości, np. prezydenta miasta albo zawodowego sportowca, a w przypadku braku takich postaci, cytujcie siebie, jako organizatorów.

Lokalne media zazwyczaj chętnie relacjonują wydarzenia ze swojego regionu. Wyślijcie swój komunikat prasowy e-mailem, a następnie skontaktujcie się telefonicznie z najważniejszymi dziennikarzami, aby upewnić się, że otrzymali waszego e-maila. Dzięki temu możecie także zapytać, czy mają wszystkie potrzebne informacje i czy mogą potwierdzić swoje uczestnictwo. W czasach, gdy nasze skrzynki e-mailowe są zalewane wiadomościami, rozmowa telefoniczna jest niezwykle istotna.

Nawet jeśli nie znajdziecie się w nagłówkach gazet, to i tak warto wykorzystać media dla waszej sprawy (przykładowy komunikat prasowy znajdziecie w załączniku do tego przewodnika).





5. Działania w ramach organizacji

Jak trafić na łamy?

Jeśli nie możecie przyciągnąć dziennikarzy na swoje wydarzenie, sami napiszcie krótki artykuł i wyślijcie go do kilku dziennikarzy. Oni często po prostu nie mają czasu, by uczestniczyć w takich imprezach. Dlatego czasami wolą, gdy wysyła im się „gotowce”, w szczególności dotyczy to mediów regionalnych oraz gazet codziennych. Kto może im przekazać te informacje lepiej od was? Zdobyliście już sporo wiedzy, którą możecie się podzielić. Przeprowadźcie więc wywiad sami ze sobą. W ten sposób zaoszczędzicie dziennikarzowi czasu potrzebnego na zdobycie informacji i zwiększycie szansę na publikację artykułu.

Zestaw dla prasy

Czy dziennikarz potwierdził swoje przybycie na waszą imprezę? Czy macie umówione spotkanie z redakcją? Jeżeli tak, to zdecydowanie **potrzebujecie specjalnego zestawu materiałów dla prasy**. Może być on bardziej szczegółowy i zawierać dużo więcej informacji niż wasz komunikat prasowy. Załączcie materiały z waszej akcji (ulotki, prezentacje, informacje o zaangażowanych organizacjach...), w miarę możliwości płytę CD ze zdjęciami oraz „coś drobnego”, co nie zostanie od razu wyrzucone i pozostanie na biurku dziennikarza. Wasz zestaw dla prasy może być dość obszerny, ale dzięki temu nie zniknie szybko pośród innych materiałów.

Nie martwcie się, jeśli wasze wysiłki nie przynoszą efektów. Bądźcie zmotywowani i próbujcie ponownie. Mózgi dziennikarzy pracują w ten sam sposób jak mózgi innych osób: jedynie powtarzanie prowadzi do trwałych wspomnień, a zbudowanie zaufania wymaga czasu. Zobaczycie, któregoś dnia wasza akcja trafi na pierwsze strony gazet!

Lista kontrolna

Jesteście gotowi do działania? Czy jesteście absolutnie pewni, że niczego nie zapomnieliście? Jeśli wasze „TAK” na te pytania jest wypowiedzane bez przekonania, zajrzyjcie do **listy kontrolnej** umieszczonej na końcu do tego przewodnika. Pytania znajdujące się na wzorcowej liście kontrolnej służą jedynie jako wskazówki i nie są wyczerpujące. Może podczas analizowania tej listy przyjdą wam do głowy inne, ważniejsze rzeczy. Wtedy stwórzcie swoją własną listę kontrolną dla waszej akcji.

Co możemy dla was zrobić?

Wszystko, co do tej pory przeczytaliście, dotyczy ogromu pracy, która musi być wykonana przez was i waszą grupę. Ale my wam możemy pomóc!

Co możemy dla was zrobić?

- pomóc znaleźć odpowiednie zagadnienie, na którym skoncentrujecie swoje działania,
- wysłać drukowane materiały (plakaty, ulotki, itp.), wypożyczyć specjalne narzędzia promocyjne, które dla was przygotowaliśmy,
- reklamować waszą akcję na naszej stronie internetowej oraz w naszym newsletterze,
- wspierać waszą współpracę z prasą wykorzystując naszą bazę danych dziennikarzy,
- wspierać was naszym regionalnym personelem znajdującym się na miejscu.

Nawet jeśli nie potrzebujecie naszej pomocy, poinformujcie nas o waszych działaniach i imprezach, tych małych, średnich i dużych!

Skontaktujcie się z nami: zabawki@zielonasiec.pl





W tym dziale znajdziecie przykłady akcji zwracających uwagę na problemy występujące w przemyśle zabawkarskim. Część z tych działań została już wypróbowana i okazała się skuteczna w ściąganiu uwagi publicznej. Listę można oczywiście dowolnie rozszerzać, a większość akcji można łatwo zaadaptować lub rozbudować według waszego uznania. Jeżeli wpadniecie na inny pomysł, podzielcie się nim z nami (kontakt: zabawki@zielonasiec.pl). Pamiętajcie też, aby podczas akcji koniecznie robić dokumentację zdjęciową!

Poszukiwana wymarzona praca!

Potrzebne: osoby, które zagrają szefa fabryki i kilku jej pracowników, ubrania robocze oraz bardzo proste stanowiska pracy (kilka stolików, krzesła, narzędzia).

Ustawcie dwa rzędy stołów i krzeseł z urządzeniami (np. maszyną do szycia, jakimiś narzędziami, farbą w sprayu, pudełkami do pakowania) i zabawkami (np. przytulankami). Będzie to imitacja miejsc pracy w przemyśle zabawkarskim. Na tych stanowiskach umieśćcie kilku aktywistów, którzy będą udawali, że pracują. Wskazane jest, by wszyscy nosili uniform roboczy, który możecie sami zaprojektować. Jedna osoba może też odgrywać szefa fabryki, który będzie krzyczał na pracowników albo ogłaszał im, ile godzin i za jaką stawkę mają pracować.

Przed tą konstrukcją postawcie duży znak z napisem: „Poszukujesz wymarzonej pracy? Gwarantujemy bardzo niskie pensje za bardzo ciężką pracę!”. Spróbujcie przyciągnąć uwagę przechodzących, albo powiedzcie kilku aktywistom/aktywistkom by udawali/udawały przechodniów. Zainteresowanym tłumaczcie, jakie byłyby ich warunki pracy, gdyby

zatrudnili się w takiej fabryce: o tym, że muszą zgodzić się na poniżanie, że prawdopodobnie doznają wielu urazów i w jakich warunkach będą musieli mieszkać. Zachęcajcie, aby zwrócili się do „robotników”, ci zaś mogą albo podać drażniące szczegóły dotyczące swojej pracy, albo też wzbraniać się przed rozmową na terenie zakładu pracy, tłumaczyć się wysokimi karami etc.

Warsztaty ozdobnego pakowania prezentów

Potrzebne: sala, np. w siedzibie waszej organizacji lub w okolicznej szkole, akcesoria papiernicze w odpowiedniej ilości, zależnie od przewidywanej liczby uczestników. Można wykorzystać: wszelki papier (pakowy, ozdobny, gazetowy, śniadaniowy, papier do ksero, brystol, kawałki reklam), wstążki (warto wcześniej gromadzić wstążki: od bukietów, otrzymywanych prezentów, satynowymi wstążkami czasami mocowane są metki do ubrań), rafia, sizal, sznurek, guziki, ozdoby choinkowe, sztuczne kwiatki, suszone kwiatki, liście, gałązki, koraliki, a także pisaki, kredki, farby, tusze, stempelki oraz nożyczki, klej i taśma klejąca. Poza tym umiejętności manualne i dobre pomysły na ładne wykonanie różnorodnych opakowań. Przygotujcie także komplet materiałów informacyjnych dla każdego z uczestników (ulotka, broszura informacyjna, kartka-petycja, naklejki itp.).

Mając kilku instruktorów, możecie zrobić kilka stanowisk. Przy każdym odbywał się będzie instruktaż jak wykonać inną ozdobę. Jedno z nich będzie poświęcone wyłącznie informacji na temat problemów w przemyśle zabawkarskim.



6. Pomysły i propozycje działań

Warsztaty powinny mieć głównego prowadzącego, który rozpocznie je, a następnie zaangażuje uczestników w rozmowę. Niech przedstawi uczestnikom plan warsztatów, a także zaprezentuje ozdoby, które będziecie wykonywać.

Warto przedstawić wszystkich instruktorów, którzy mogą zaprosić do swoich stanowisk. Potem przez kilka minut główny Prowadzący/prowadząca powinien opowiedzieć o tym, dlaczego organizujecie daną akcję i przeciwko jakim nadużyciom kierowana jest nasza kampania. Prowadzący/prowadząca może porównać, jaką radością jest ozdabianie prezentów i obdarowywanie nimi bliskich, a jakim cierpieniem bywa okupione produkowanie tych przedmiotów. Inny jaskrawy kontrast stanowią zarobki konsumentów zabawek i zarobki wytwarzających je, nie starczające nawet na pojedynczą zabawkę. Do rodziców przemawia też argument, że zabawki dla ich dzieci bywają produkowane przez inne dzieci, pozbawione uroków dzieciństwa i możliwości zabawy.

[Wskazówka]

W książkach o origami znajdziecie opisy jak wykonać ozdobne karty i bileciki ze składanego papieru.

Upewnijcie się, że pod koniec warsztatów każdy z uczestników dowiedział się od was o celu akcji, problemach, których dotyczy kampania i co może zrobić, aby poprawić sytuację w przemyśle zabawkarskim, a także dostał komplet materiałów informacyjnych.

Zwykły papier pakowy można ostemplować ozdobnym stempelem z zestawu dla dzieci albo zrobionym własnoręcznie z ziemniaka lub gumki do ścierania. Stemplować można zwykłymi tuszami albo farbą plakatową.



Aby zrobić dziurkaczową ozdobę trzeba jeden z boków papieru przeznaczonego do pakowania prezentu złożyć, tj. podwinąć pasek ok. 4 cm (zależy od wielkości dziurkacza) a następnie wyciąć ozdoby. Następnie włożyć w podwinięcie kolorowy papier (albo kawałek wzorzystej kartki, zdjęcia, tkaniny, fazeliny, folii aluminiowej itp.), tak aby wycięte kształty ładnie się wyróżniały. Prezent zapakujcie i obwiążcie sznurkiem lub wstążką.

Na sznurek nawleczcie guziki i obwiążcie nim paczkę. Bilecik to tekturka obwiązana tym samym sznurkiem z jednym nawleczonym guzikiem i prostokątem na wpisanie imienia.



Paczkę można obwiązać wstążkami na różne sposoby, a we wstążkę wetknąć ozdoby roślinne (na przykład korę cynamonu, ale może być też gałązka z drobnymi owockami, z listkami, gałązka z igłaka, kwiatek, zboże, liść itp.).

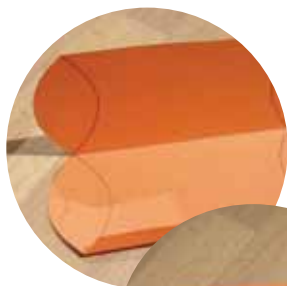


6. Pomysły i propozycje działań

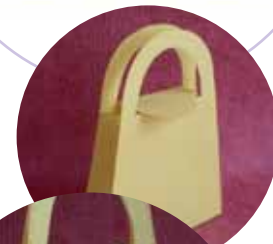
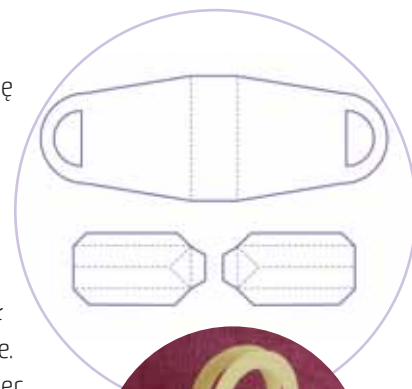
Niezbyt wzorzysty prezent dobrze wygląda włożony do torebki z przezroczystej folii (na zdjęciu koszulka na dokumenty z odciętym brzegiem), do środka której wyspane są wycinanki z ozdobnego dziurkacza, albo inne ozdoby np. płatki kwiatów. Torebkę przewiążcie wstążką.



Prosty wzór na niewielkie pudełeczko z brystolu. Kształt czterech „oczu” na dnie i górze pudełka musi być dokładnie taki sam! Pamiętajcie o zostawieniu paska do sklejenia na boku pudełka. Po wycięciu kształtu, twardym wąskim narzędziem (patyczkiem, wypisanym długopisem, nożyczkami) przejeźdźcie po liniach zgięcia, tak aby papier był podatniejszy na formowanie. Następnie zagina się papier według linii, skleja bok pudełka, zamyka dno, wkłada prezent i zamyka górę. Jeśli chcecie nakleić ozdoby na pudełeczko, lepiej zrobić to przed zamknięciem dna i góry.



Torebka z brystolu – trochę trudniejszy wzór. Elementy z brystolu trzeba wyciąć, a potem twardym i wąskim narzędziem przejechać po liniach zgięcia, tak aby papier był podatniejszy na formowanie. Następnie pozaginać papier i skleić boki pudełka. Klapkę zamykającą torebkę możecie ozdobić guzikiem, ćwiekiem, kokardką. Jeśli chcecie ozdobić torebkę rysunkami czy naklejkami wygodniej będzie jeśli zrobicie to przed sklejeniem.



[Wskazówka]

Dostosujcie trudność techniki do wieku i umiejętności uczestników. Jeśli spodziewacie się dzieci z rodzicami, musicie mieć w zanadrzu coś, co z powodzeniem wykona dziecko.



6. Pomysły i propozycje działań

Gra planszowo-chodnikowa

Potrzebne: kreda, kartki/kartony dużego formatu i markery, taśma klejąca, sześcienną pudełko z tektury oraz „nagroda” (np. duża atrakcyjna zabawka lub koperta z wydrukowanym przez was biletem do Disneylandu albo też koperta z nagrodą niespodzianką – uczestnicy i tak nigdy jej nie wygrają, ale ma zachęcić ich do udziału!)

Na kartonach wypiszcie fakty dotyczące pracy robotników przy produkcji zabawek, np. „bezpłatne nadgodziny do północy” (informacje do wykorzystania znajdują się w rozdziale drugim tego przewodnika, a także na stronie www.ekonsument.pl/zabawki). Narysujcie kredą na chodniku grę planszową i obok każdego pola przyklejcie na ziemi jeden z kartonów. Pól nie powinno być zbyt dużo, ok. 10-12. Na ostatnim polu widnieją zapłata za tygodniową pracę – 167 CNY, czyli ok. 70 PLN. Trzeba będzie też wykonać z sześciennego pudełka jedną lub dwie „kostki do gry”, najlepiej dużych rozmiarów (np. 50 x 50 x 50 cm). Jeśli nie uda wam się znaleźć takiego w żadnym sklepie, można samemu skleić je z tektury. Oklejcie je białym papierem i narysujcie czarnym markerem oczka. Uwaga: jedna z kostek do gry jest oszukana, pudełko jest wewnątrz obciążone na spodzie (np. kawałkiem plasteliny dla pewności przylepionym taśmą), tak że zawsze wypada na niej jedno oczko. Podczas akcji zapraszacie przechodniów do wzięcia udziału w grze. Celem jest dotrzeć do ostatniego pola i uzyskać zapłatę za pracę. Warunki pracy są ciężkie (co obrazują informacje umieszczone na kartonach), więc im mniej rzutów kostką zajmie pokonanie wszystkich pól, tym lepiej. Po pięciu rzutach gracz mdleje z wyczerpania i nie może kontynuować gry.

Od osób, które zgodzą się na udział, bierzecie coś pod zastaw, np. apaszkę lub rower, aby nie mogli wycofać się z zabawy. Następnie rzucają oni oszukaną kostką, przez co nie mają szans dojść do upragnionej zapłaty. Kiedy po pięciu rzutach odpadną z gry, możecie droczyć się z nimi i odmawiać zwrotu rzeczy danej pod zastaw. Metodą zadawania pytań, takich jak „czy uważasz, że zasady muszą być fair również w pracy?”, można skłonić rozmówców do wyrażenia przekonania, że pracownicy fabryk powinni być traktowani fair. Jest to też dobry moment, aby podsunąć im do podpisania petycji lub pilny apel.

Zabawki w pajęczynie

Potrzebne: zabawki różnego rodzaju (ze sklepów z używanymi rzeczami albo pożyczone od młodszych krewnych i znajomych), plansze informacyjne oraz sznurek i spinacze do prania.

Zabawki w pajęczynie to rodzaj wystawy, który sprawdza się nieźle w pomieszczeniach, gdzie możecie rozpiąć wiele sznurków takich jak do wieszania prania. Przy pomocy spinaczy do prania przypinacie na całej długości na zmianę zabawki (np. lalki za włosy, książeczki dla dzieci za okładki, misie za uszy...) i plansze, na których widnieją informacje dotyczące nadużyć przy produkcji zabawek. Pajęczynę można zaaranżować też na zewnątrz, między drzewami lub słupami i można wykorzystywać jako tło zawsze wtedy, kiedy organizujecie swoje akcje.



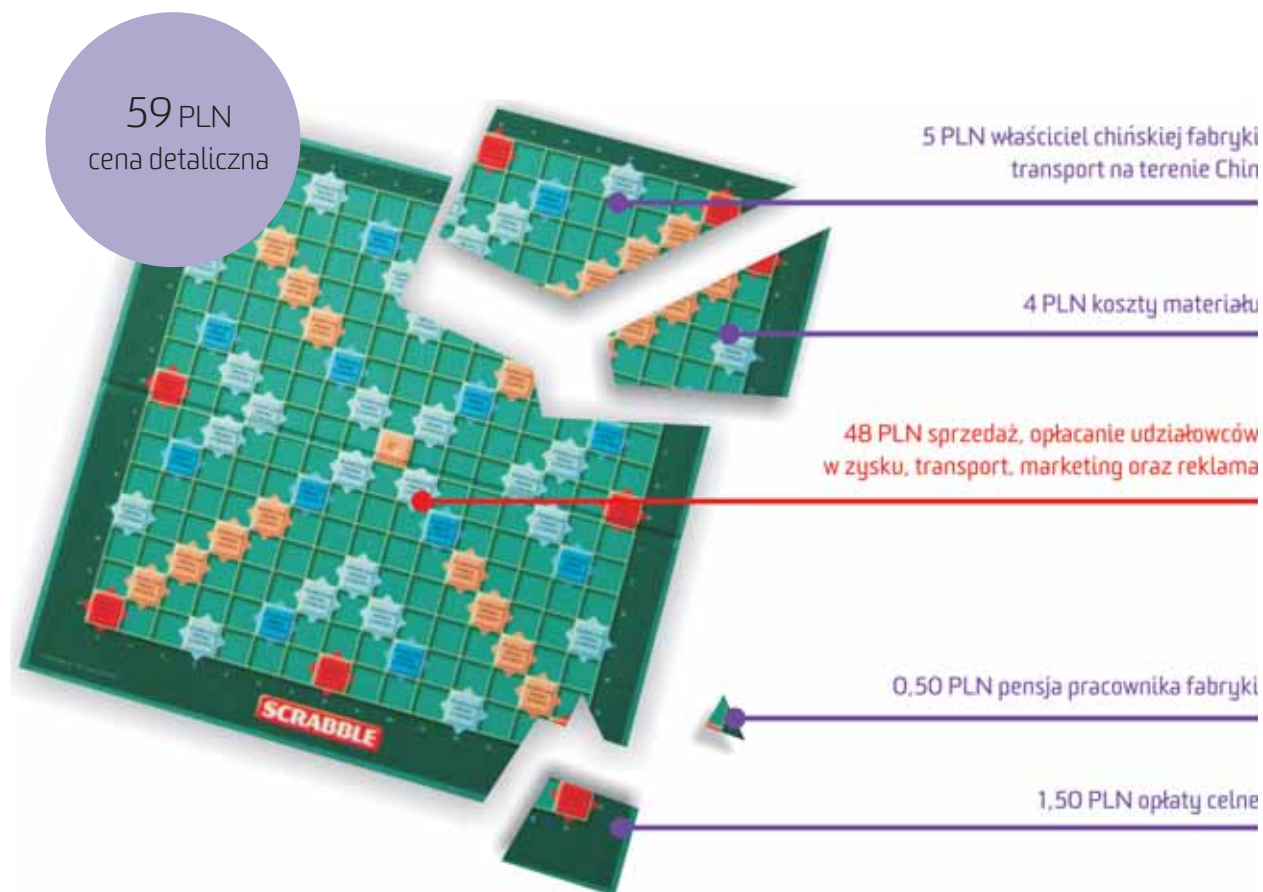
6. Pomysły i propozycje działań

Układanka „Ile komu?”

Potrzebne: plansze od starych gier planszowych (można je znaleźć w sklepach z używanymi rzeczami, na aukcjach internetowych lub na własnym strychu...), tekturki, marker, nożyczki.

Potnijcie starą planszę do Monopoly, Chińczyka lub Scrabble na kawałki. Wielkości kawałków powinna odpowiadać proporcjami

wielkościom zysków, jakie otrzymuje sprzedawca detaliczny, fabryka w Chinach, kosztom materiału i ceł, oraz zarobkom pracowników. Te informacje zaczerpnijcie z naszej grafiki! Na tekturkach opiszcie poszczególne pozycje, tzn. sprzedawca, właściciel fabryki, robotnik, materiały, cła. Uczestnicy zabawy powinni dopasować kawałki planszy do poszczególnych pozycji kosztów (na drugiej stronie tekturek możecie napisać wartości pieniężne odpowiadające poszczególnym pozycjom i odwracać je po zakończeniu zabawy). Mogą to robić na czas lub ścigać się z inną osobą dopasowującą elementy drugiej planszy do drugiego zestawu tekturek.





6. Pomysły i propozycje działań

Stragan z najdroższymi zabawkami

Potrzebne: sporo zabawek, najlepiej utrzymanych w dobrym stanie i niezbyt przestarzałych oraz spreparowane metki. Metki najlepiej opracować na komputerze i wydrukować, aby wyglądały jak najbardziej autentycznie. Umieśćcie na nich kody kreskowe, oznaczenia CE i inne symbole, które zazwyczaj widnieją na metkach, a także dopisek „wyprodukowano w Chinach”. W miejscu cen powinny na nich widnieć „prawdziwe ceny”, czyli np.: praca od 8.00 do 24.00, 0 dni wolnych przez miesiąc, wypłata opóźniana o 2 miesiące, 3 dniówki potrącone za 30 min spóźnienia, 44 nadgodzin w tygodniu. Jeśli decydujecie się na metki, niech będą duże i rzucają się w oczy. Przytnijcie je agrałkami lub przyszyjcie, albo naklejcie na zabawki.

W miejscu akcji rozkładacie stoisko, na którym pozornie sprzedajecie zabawki. Można ozdobić je takimi rekwizytami, jak np. kasa, a „sprzedawcom” przypiąć plakietki z imionami, pod którymi widnieje napis „w czym mogę pomóc?”. Ściągnijcie ludzi do stoiska tak, jakbyście naprawdę prowadzili sprzedaż – bannerami z napisem „SUPER CENY” czy „OKAZJA”. Aktywnie zachęcajcie wszystkich przechodniów, aby przyglądali się zabawkom i wczytali w informacje zawarte na metce. Przesłanie tej akcji jest takie, że chcecie zaprezentować prawdziwe ceny towarów, które kupujemy w sklepach.

Kiermasz zabawek

To coś zwłaszcza dla młodych rodziców, którzy mają dzieci wyrastające szybko ze swoich ciuszków i żądnych wciąż

nowych zabawek. Podczas kiermaszu będą mogli wymienić się między sobą rzeczami. Taki kiermasz można zorganizować dla rodziców dzieci z przedszkola lub na terenie szkoły podstawowej. Starszym dzieciom można wytłumaczyć, na ile ich zabawki lub gry elektroniczne są trudne w użyciu i dlaczego warto przedłużyć ich „życie” oddając je komuś innemu. Nauczą się też cieszyć tym, że sprawiają komuś radość. Oczywiście kiermasz ma być pretekstem do przekazania informacji dotyczących kampanii. Niech jedno stoisko będzie poświęcone wyłącznie problemom dotyczącym produkcji zabawek. Zawsze powinna tam być przynajmniej jedna osoba, która będzie rozmawiać z uczestnikami kiermaszu i objaśniać im tematykę kampanii. Możecie też zaaranżować tam jedną z opisanych powyżej gier lub wystawę plansz.

[Wskazówka]

Podczas większości akcji będziecie wykorzystywać duże plansze informacyjne z faktami na temat łamania praw człowieka i praw pracowniczych w fabrykach zabawek. Nawet jeśli takie plansze informacyjne nie są bezpośrednim elementem akcji, warto jest umieścić je wokół miejsca gdzie działacie, aby uczestnicy i przechodnie mogli zapoznawać się z nimi nawet jeśli nie uda wam się z nimi porozmawiać. Dlatego dobrze jest wykonać je starannie, a nawet zaalaminować, abyście mogli wielokrotnie je wykorzystywać. Pomiędzy kolejnymi akcjami mogą one wisieć w siedzibie waszej organizacji, aby odwiedzający widzieli, czym się zajmujecie.





Konsumenci nieustannie pytają o to, co mogą robić. Im więcej pytań otrzymacie podczas waszych akcji, tym większy ich sukces, ale musicie być przygotowani, aby na nie odpowiedzieć – inaczej wasza wiarygodność spadnie, lub uczestnicy akcji odejdą z poczuciem bezradności i mętliku w głowie.

Oto kilka odpowiedzi na pytania, które padają najczęściej.

Czy istnieje wykaz etycznych zabawek? Gdzie konsumenci powinni kupować zabawki?

Niestety nie ma certyfikatu dla etycznych zabawek i nie dysponujemy wykazem etycznych detalistów czy producentów – nie jesteśmy jeszcze na takim etapie, na którym moglibyśmy z przekonaniem polecić jakąkolwiek firmę (ponieważ wszystkie one muszą jeszcze wiele zrobić w tej dziedzinie). Większość kupowanych przez nas zabawek została wyprodukowana w nieetycznych warunkach. Można kupować zabawki wyprodukowane w Europie, jak również stworzone przez lokalnych artystów i rzemieślników oraz pochodzące ze Sprawiedliwego Handlu. Przede wszystkim należy jednak dążyć do tego, aby giganci – stanowiący na rynku większość – zmienili swoje postępowanie: zadawać pytania sprzedawcom i producentom (w tym celu można korzystać z kartek-petycji), podpisywać się pod petycjami i pilnymi apelami (dostępnymi na stronie www.ekonsument.pl/zabawki), oraz przekazywać informacje innym osobom, aby rosła świadomość o nadużyciach związanych z produkcją zabawek.

Coraz więcej firm zaczyna przywiązywać wagę do warunków, w jakich produkowane są ich zabawki. Wiele międzynarodowych

firm zabawkarskich uczyniło postęp – przynajmniej na papierze – wprowadzając kodeks postępowania lub dołączając do procesu ICTI CARE, co powinno być gwarantem tego, że prawa społeczne nie są łamane w całym łańcuchu dostaw. Najczęściej jednak te inicjatywy nie są kontrolowane w sposób niezależny, a wyłącznie przez zlecniodawców fabryk. Naszym priorytetem jest powierzenie kontroli tzw. inicjatywom wielostronnym, czyli takim, do których należą związki zawodowe lub rady pracownicze, a także organizacje pozarządowe. Tylko ich udział w monitoringu i ocenie wdrażania kodeksów może przedstawić jasny obraz problemów i przyczynić się do zmiany sytuacji. Inicjatywy wielostronne istnieją już w przemyśle tekstylnym, ale jeszcze nie w zabawkarskim. Udział w inicjatywie wielostronnej nie oznacza automatycznie, że firma produkuje w 100% sprawiedliwe zabawki, ale że otwarcie przyznaje się do pewnych standardów, że są one niezależnie monitorowane oraz że pracownicy mogą składać skargi, jeśli nie przestrzegają się tych standardów.

Dlaczego nie ma certyfikatu dla etycznych zabawek?

Zabawki są bardzo złożonymi produktami, których powstanie obejmuje produkcję surowców (np. bawełny, minerałów), materiałów (np. tkanin, PCV, blachy, farb), półproduktów (np. paciorków służących za oczka), maszyn (np. wtryskarek do formowania plastikowych części), a wreszcie finalnego produktu (np. szycie, składanie, malowanie, pakowanie). Zbyt trudno jest prześledzić cały łańcuch produkcji i zapewnić, że na każdym jego etapie warunki pracy są sprawiedliwe. Żadna organizacja pozarządowa nie jest w stanie podjąć się tego zadania, wymagałoby ono też ogromnych funduszy.



7. Najczęściej zadawane pytania

Czy wiecie, że wielkie koncerny projektujące zabawki zlecają produkcję przedsiębiorcom chińskim, którzy nierzadko podzlecają ją innym, tak że ostatecznie właściciel marki i projektu zabawki nawet nie wie, w którym zakładzie produkowane są jego zabawki?

Czy etycznie wyprodukowana zabawka byłaby bardzo droga?

Pomimo, że wiele firm przytacza ten argument, uzasadniając swoją rezygnację z wprowadzania kodeksu postępowania – odpowiedź brzmi NIE! Takie twierdzenie jest niedorzeczne, szczególnie jeśli przyjrzyście się temu dokładniej. Wypłaty dla pracowników produkujących lalki Barbie stanowią jedynie 1% całych kosztów produkcji. Gdyby podwojono pensje i ten wzrost został bezpośrednio przełożony na ostatecznego konsumenta, lalka Barbie kosztowałaby ok. 60 PLN zamiast 59 PLN. Co więcej, te zwiększone pensje nie powinny być pokrywane przez konsumenta, ale przez firmę, która zarabia nieproporcjonalnie więcej na projektowaniu, prowadzeniu marketingu i sprzedaży lalek hurtownikom oraz detalistom.

Skąd mam wiedzieć, kto wyprodukował moje zabawki?

Pierwszą wskazówką jest etykieta na zabawce lub jej opakowaniu. Informacje tam podane powinny zawierać dane dotyczące producenta. W internecie jest kilka baz danych, które pomagają ustalić, która firma jest właścicielem danej marki. Baza danych o produktach amerykańskich jest udostępniana za darmo przez Amerykańską Federalną Komisję Handlu (www.fcc.gov). Na stronie www.hoovers.com znajdziecie obszerną bazę danych z funkcją wyszukiwania firm marekowych. Wyszukiwarka jest także dostępna na stronie Corpwatch (www.corpwatch.org).



7. Najczęściej zadawane pytania

Czy ta kampania wzywa konsumentów do bojkotowania przemysłu zabawkarskiego?

Nie. Kampania „Kupuj odpowiedzialnie zabawki” chce, aby pracownicy utrzymali swoje stanowiska, więc najgorszym scenariuszem jest sytuacja, w której firmy postanawiają zerwać współpracę z jakąś fabryką lub krajem i przenieść swoje interesy w inne miejsce. Zachęcamy konsumentów, by nadal kupowali zabawki, a firmy, by nadal je wytwarzały – ale w sposób, który nie wywiera na pracownikach trudnej do wytrzymania presji, aby dostarczali towar szybciej i taniej, pracując w nieodpowiednich warunkach. Prosimy konsumentów, aby pomagali nam namawiać branżę do uporządkowania swoich działań, etycznej współpracy z dostawcami oraz długofalowego zaangażowania w poprawę sytuacji robotników w krajach, gdzie odbywa się produkcja.

Czy małe i średnie firmy są także odpowiedzialne za warunki pracy u swoich dostawców?

Każda firma jest odpowiedzialna. Każda firma musi sprawdzić, gdzie są produkowane jej zabawki i gwarantować poszanowanie praw człowieka.





Polska

**Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć
Kampania „Kupuj odpowiedzialnie”**

ul. Sławkowska 26a
31-014 Kraków

Tel: +48 12 431 28 08
Fax: +48 12 431 28 08

E-mail: zabawki@zielonasiec.pl

www.ekonsument.pl/zabawki



Austria

**Südwind Agentur
Kampania „Stop toying around!”**

Laudongasse 40
1080 Vienna

Tel: +43 1 405-5515
Fax: +43 1 405-5519

E-mail: toys@suedwind.at

www.stop-toying-around.org,
www.suedwind-agentur.at/spielsachen





Lista kontrolna

Lista kontrolna	Tak/Nie
Czy wysłano zaproszenia do grupy docelowej, decydentów i dziennikarzy?	
Czy wszyscy działacze otrzymali uaktualnione informacje?	
Czy wszystkie odpowiednie osoby otrzymały scenariusz?	
Czy poinformowano wszystkie osoby na miejscu, łącznie z tymi, które nie są bezpośrednio związane z procesem planowania?	
Czy mamy pisemne zezwolenie? Czy mamy je przy sobie podczas imprezy?	
Czy mamy zapewnione zastępstwo dla aktywistów?	
Czy wszystkie materiały są dostępne, łącznie ze sprzętem technicznym?	
Czy mamy plan B, gdyby akcja nie mogła dojść do skutku?	
Czy wiemy dokładnie jak i gdzie rozmieszczamy poszczególne materiały i czy jest wystarczająco dużo osób do zrobienia tego?	
Czy wyznaczono osobę odpowiedzialną za zakupy, które należy zrobić przed samą akcją (np. woda, jedzenie)?	
Czy miejsce jest jasno wskazane na plakatach i zaproszeniach na akcję, czy trzeba je dodatkowo oznaczyć?	
Czy przygotowaliśmy materiały dla mediów?	
Czy wiadomo kto zajmie się dziennikarzami na miejscu?	
Czy ustalono kto jest odpowiedzialny za robienie zdjęć?	
Czy wyłoniono osobę odpowiedzialną za prowadzenie rozmów z przechodniemi?	
Czy wiadomo kto jest postaćem i złotą rączką na miejscu?	
Inne...	



Format spotkań przygotowawczych

Spotkanie w dniu:

Uczestnicy:

Temat spotkania:

Rzeczy do zrobienia	Nazwiska / Telefony	Do kiedy	Z kim	Uwagi

Osoby nieobecne są informowane przez:

Miejsce na własne uwagi:



Przykładowy komunikat prasowy

Strajk zabawek przed gwiazdkowymi zakupami?
6 grudnia 2009, Kraków

Obrońcy praw człowieka przebrani za zabawki manifestowali w mikołajki na głównej ulicy handlowej miasta, aby zwrócić uwagę na wykorzystywanie pracowników w chińskich fabrykach.

Uwagę przechodniów na ulicy Grodzkiej zwracała grupa manifestantów w strojach misiów-przytulank, lalek i robotów. Trzymali oni transparenty z napisami „STRAJK” oraz „STOP nadużyciom w przemyśle zabawkarskim”. Aktywiści z ogólnopolskiej organizacji pozarządowej Polska Zielona Sieć chcieli w ten sposób przypomnieć, że większość zabawek produkowanych jest obecnie w Chinach, gdzie nagminnie łamane są prawa człowieka i prawa pracownicze.

„W ferworze przedświątecznych zakupów rzadko zastanawiamy się, czy zabawki, które kupujemy nie powstały kosztem czyjejś krzywdy,” mówi Anna Nowak, jedna z organizatorek akcji. Podkreśla jednak, że prawie niemożliwe jest zrezygnować z zakupów Chińskich produktów. „Bojkot zabawek <<made in China>> tylko pogorszyłoby sytuację pracowników fabryk, odbierając im pracę. Jeśli chcemy naprawdę poprawić sytuację, powinniśmy dać do zrozumienia korporacjom takim jak Mattel czy Hasbro, że zależy nam na kupowaniu etycznie wyprodukowanych zabawek.”

Wydarzenie to jest częścią kampanii „Kupuj odpowiedzialnie”, prowadzonej przez Polską Zieloną Sieć, która konsekwentnie i na różne sposoby poddaje refleksji nawyki konsumenckie polskiego społeczeństwa.

Zdjęcia do pobrania:

www.stronaorganizacji/zdjeciadopobrania.htm

Zestaw dla prasy do pobrania (w formacie PDF):

www.stronaorganizacji/zestawdlaprasy.htm

Więcej informacji:

Anna Nowak

tel. 0 (12) 123 45 67

kom. 0 604 567 890

e-mail: anna.nowak@organizacja.pl

www.stronaorganizacji.pl



Eric Clark: The Real Toy Story – Inside the ruthless battle for Britain's youngest consumers, 2007

SACOM: Yonglida Toys brings you ...a x'mas gift:
– A survey of conditions at a Disney Supplier in China, 2007

SACOM: Tianyu Toys brings you ... Winnie the Pooh, 2007

SACOM: Haowei Toys bring you Disney Toys, 2007

SACOM: The Story of Toys made in China for Wal-Mart, 2007

China Labour Watch: Investigations on Toy Suppliers in China:
Workers are still suffering, August 2007

Clean Clothes Campaign: Full Package Approach to Labour
Codes of Conduct, 2008





Po polsku:

www.ekonsument.pl/zabawki

Kampania Polskiej Zielonej Sieci „Kupuj odpowiedzialnie zabawki”. Znajdziecie tam pilne apele, petycje, informacje o organizowanych akcjach oraz artykuły poświęcone kwestiom etycznej produkcji zabawek.

www.kobietypraca.org/fairplay

Program Koalicji Karat na rzecz poprawy warunków pracy kobiet przy produkcji artykułów sportowych i odzieży. Można tam znaleźć wiele informacji, analiz i raportów na temat sytuacji kobiet.

www.modnieietycznie.pl

Projekt „Modnie i etycznie”, realizowany przez Polską Akcję Humanitarną na temat warunków pracy przy produkcji ubrań. Poruszane tam problemy są bardzo podobne do problemów w branży zabawkarskiej.

www.fairtrade.org.pl

Koalicja Sprawiedliwego Handlu, która zrzesza polskie organizacje zajmujące się Sprawiedliwym Handlem i promujące znak certyfikacyjny Fairtrade. Znajdziecie tam wiele informacji dotyczących Sprawiedliwego Handlu oraz certyfikatów etycznej produkcji.

www.efte.org

Grupa eFte to warszawska organizacja promująca świadomą konsumpcję i Sprawiedliwy Handel poprzez ciekawe akcje, warsztaty i happeningi. Na ich stronie dostępne są prezentacje i filmiki na te tematy.

www.pah.org.pl

Polska Akcja Humanitarna – największa w Polsce organizacja zajmująca się pomocą dla krajów rozwijających się i edukacją rozwojową.

www.globalnepoludnie.pl

Program Polskiej Zielonej Sieci poświęcony tematyce współpracy rozwojowej oraz zależnościom, jakie łączą bogate kraje Północy oraz ubogie kraje Południa.

Po angielsku:

www.stop-toying-around.org

Europejska kampania na rzecz poprawy warunków pracy w przemyśle zabawkarskim, której częścią jest projekt „Kupuj odpowiedzialnie zabawki”.

www.sacom.hk

Organizacja Students and Scholars Against Corporate Misbehaviour z Hong Kongu, która walczy o prawa pracowników w przemyśle tekstylnym i zabawkarskim.

www.amrc.org.hk

Organizacja Asia Monitor Resource Center, która walczy o prawa pracowników i wspiera ruchy robotnicze w Azji.

www.fairlabor.org

Fair Labor Association to organizacja ze Stanów Zjednoczonych, której członkami są zarówno uczelnie wyższe, instytucje społeczeństwa obywatelskiego jak i firmy. Jej hasłem jest „Jeden sweatshop to o jeden za dużo!”



www.nlcnet.org

National Labour Committee, którego celem jest „dać ludzką twarz zglobalizowanej gospodarce”. Na stronie dostępnych jest wiele raportów organizacji, w których zawarte są przykłady, wartości liczbowe i zdjęcia.

www.chinalaborwatch.org

Organizacja, której celem jest ochrona praw pracowniczych w Chinach. Publikuje wyniki swoich badań oraz związane z tym pilne apele i notatki prasowe.

www.ilo.org

Międzynarodowa Organizacja Pracy, instytucja w ramach Organizacji Narodów Zjednoczonych, która uchwała konwencje dotyczące standardów pracy.

www.ituc-csi.org

International Trade Union Confederation zajmuje się działalnością związków zawodowych i przeszkodami, jakie uniemożliwiają pracownikom na całym świecie zrzeszanie się. Na stronie do znalezienia petycje, raporty i analizy.

www.corpwatch.org

Dziennikarstwo śledcze, które skupia się na działalności korporacji wielonarodowych, postulując o ich transparentność i odpowiedzialność.

www.icti-care.org

Fundacja CARE, zarządzająca procesem CARE zainicjowanym przez Międzynarodową Radę Przemysłu Zabawkarskiego.

Po niemiecku:

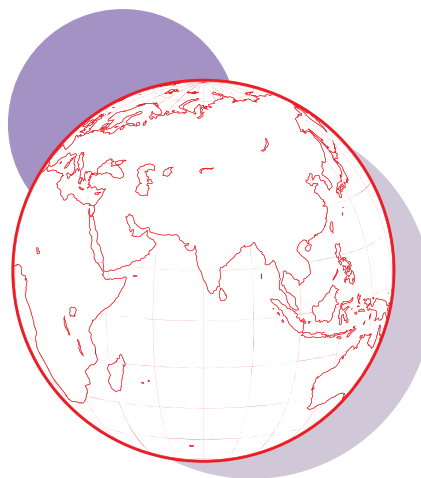
www.fair-spielt.de

Aktion fair spielt była pierwszą europejską kampanią poświęconą przemysłowi zabawkarskiemu. Na stronie m.in. wykaz firm wraz z informacjami, jaką część produkcji realizują za granicą oraz jakie posiadają certyfikaty.

Po francusku:

www.peuples-solidaires.org

Organizacja Peuples Solidaires z Francji, która realizowała już kampanię na temat warunków pracy w przemyśle zabawkarskim pt. „Witajcie w (niezbyt) zaczarowanym świecie Disneya”.





- CSR:** Corporate Social Responsibility
(Społeczna Odpowiedzialność Biznesu)
- ICTI:** International Council of Toy Industries
(Międzynarodowa Rada Przemysłu Zabawkarskiego)
- ILO:** International Labour Organization
(Międzynarodowa Organizacja Pracy)
- MSI:** Multi-Stakeholder Initiative
(Inicjatywa Wielostronna)
- NGO:** Non-Governmental Organisation
(Organizacja Pozarządowa)
- ITUC:** International Trade Union Confederation
(Międzynarodowa Konfederacja Związków Zawodowych)





SŁOWNICZEK

Outsourcing - zlecenie produkcji zewnętrznym wykonawcom, najczęściej w krajach, gdzie jej koszty są niższe dzięki taniej sile roboczej.

Sweatshop - to zakład produkcyjny, w którym warunki pracy są złe, a zatrudnieni narażeni są na utratę zdrowia lub życia pracując za niską pensję.

Kartka-petycja (petition card) - to rodzaj pocztówki lub ulotki, na której napisane są postulaty albo pytania do firmy oraz miejsce na podpis. Kartki takie są rozdawane przez aktywistów odbiorcom akcji, aby ci mogli w swoim imieniu wysłać je do firmy lub wręczyć kierownikowi sklepu.

Pilny apel (urgent appeal) - to skoordynowana akcja wysyłania pism ściśle związana z konkretnym przypadkiem łamania praw człowieka. Organizacja, która dostała informację o tym, że doszło do wypadku lub że pracownicy potrzebują wsparcia aby rozwiązać jakiś pilny problem, identyfikuje osobę odpowiedzialną za rozwiązanie tego problemu, znajduje jej adres, formułuje i publikuje treść apelu. List z takim apelem na dany adres mogą wysłać wszyscy zainteresowani pomocą.

Sprawiedliwy Handel (Fair Trade) - idea, według której wymiana handlowa na zasadach partnerstwa, przy zapłacie uczciwych cen, stanowi właściwą pomoc dla krajów rozwijających się.

Merchandising - działalność marketingowa, która polega na wykorzystywaniu rozpoznawalnego wizerunku np. postaci z kreskówek, aby zwiększyć sprzedaż całej gamy różnorodnych produktów, np. akcesoriów papierniczych, figurek, ubrań, itp., niezwiązanych produktem dzięki któremu ten wizerunek stał się rozpoznawalny, np. daną kreskówką.

Kodeks postępowania (code of conduct) - to wewnętrzny dokument firmy, który zawiera przepisy określające jej wartości i zasady, a także to jak ma być prowadzona działalność firmy oraz jej dostawców, aby była z nimi w pełni zgodna. Zazwyczaj firma sama kontroluje działalność dostawców pod kątem przestrzegania przepisów kodeksu.

Inicjatywa wielostronna (multi-stakeholder initiative) - zreszta przedstawicieli wszystkich grup, których dotyczy dana kwestia. W przypadku przemysłu zabawkarskiego są to firmy zlecające produkcję, właściciele fabryk, przedstawiciele pracowników oraz organizacje pozarządowe.





Polska Zielona Sieć,
„Kupuj odpowiedzialnie zabawki. Przewodnik dla aktywistów”, 2009

Peuples Solidaires,
„Campagnes Jouets 2008: Kit de mobilisation & Kit d’information”, 2008

Peuples Solidaires,
„Jeux et jouets du monde entier”, 2008

Eric Clark,
„The Real Toy Story. Inside the ruthless battle for Britain’s youngest consumers”, 2007

Gudrun Schreiber, Chen Xuan,
„Zhongguo ... ab durch die Mitte. Spielend China entdecken”, 1999

Klaus Heide, Siegfried Pater, Klaus Piepel,
„Spielverderber. Das Geschäft mit dem Kinderspielzeug”, 2002

Pun Ngai, Li Wanwei,
„Dagongmei – Arbeiterinnen aus Chinas Weltmarktfabriken erzählen”, 2008

Misereor,
„Alle sollen gewinnen! Für faire Regeln in der Spielzeugproduktion. Informationen und Aktionsideen für Unterricht, Jugend- und Erwachsenenbildung der Kampagne fair spielt”, 2003

Misereor u.a.,
„So bringen Sie Menschenrechte ins Spiel. Handreichung der Aktion fair spielt für Verbraucherinnen und Verbraucher”, 2005

Fred Donaldson
„Von Herzen spielen. Die Grundlagen des ursprünglichen Spiels”, 2004

Peter Wingert,
„Das muss anders werden – Spielzeugproduktion in China“ (film z „Alle sollen gewinnen“)

„Those with Justice“
(film na www.youtube.com/watch?v=3lcxmUzCYC8)

„Santa’s workshop“
(film na www.teachpeace.com/santasworkshop.htm)

„Les damnés du <made in China>“
(fotoreportaż na www.lexpress.fr/diaporama/diapo-photo/actualite/monde/les-damnes-du-i-made-in-china-_501223.html)





Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć
ul. Sławkowska 26a, 31-014 Kraków

tel. (012) 431 28 08, fax (012) 431 28 08
e-mail: info@zielonasiec.pl

www.ekonsument.pl
www.zielonasiec.pl



Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej oraz Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich. Za treść publikacji odpowiada Polska Zielona Sieć, poglądy w niej wyrażone nie odzwierciedlają w żadnym razie oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej.

