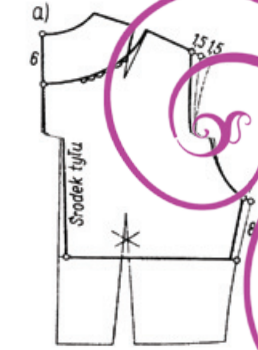
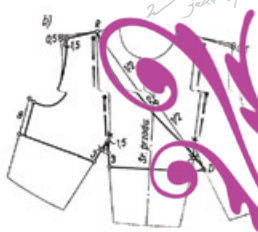
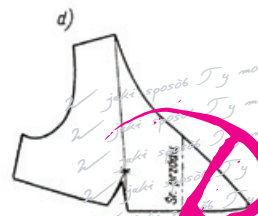
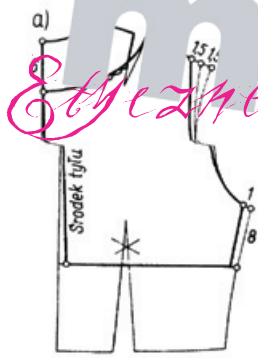


# modę!

Styczne spojrzenie na



# Pozwódk dla studentów

w jaki sposób Ty możesz się zaangażować?





## Historia Liny

Historie takie jak opowieść Liny są powszechne w przemyśle odzieżowym. Absolwenci mogą odegrać rolę w poprawianiu warunków pracy takich ludzi, jak Lina na całym świecie...

Lina rozpoczęła pracę w przemyśle odzieżowym w wieku 13 lat. Była najstarsza z ośmiorga dzieci, a rodzice nie mogli zapłacić za jej edukację, ponieważ jej brat zachorował. Przeprowadziła się ze swojej wioski do Dhaki, stolicy Bangladeszu, aby znaleźć pracę i pomóc rodzinie związać koniec z końcem. Obecnie ma 22 lata i pracuje w firmie, która zaopatruje wiele znanych marek. Jest szczęśliwą, ponieważ umie obsługiwać maszynę do szycia i dzięki temu może żądać pensji w wysokości 17 dolarów miesięcznie. Aby zarobić tę kwotę, musi pracować między 60 a 90 godzin tygodniowo.

Lina zarabia dużo mniej niż najmniejsza pozwalająca przeżyć pensja w Bangladeszu, która wynosi 22 dolary miesięcznie. Jej mąż, którego poznała w fabryce i za którego wyszła trzy lata temu, jest obecnie chory i niezdolny do pracy. Lina musi opłacać jego leczenie i koszty swojego utrzymania w Dhace i pomimo wysiłków, które podejmuje, by zaoszczędzić, nie daje rady wysłać pieniędzy swojej rodzinie, potrzebującej środków, by przeżyć.

# moda!

2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?  
2/ jaki sposób Ty możesz się zaangażować?

# Przewodnik dla studentów



Polska Akcja Humanitarna  
Toruń 2008



Tytuł Oryginału: New!Sense – a magazine for fashion students  
Autorzy: Hannah Higginson, Liz Parker, Bee Hayes, Martina Hearsona,  
Chantal Finney, Laury Russem i Sahar Wilson, Katrine Hamnett.  
Fashioning an Ethical Industry Labour Behind the Label, lipiec 2008.

Kopiowanie i wykorzystanie materiałów z tej publikacji nie wymaga odrębnej zgody wydawcy, pod warunkiem, że odbywa się to w ramach działalności edukacyjnej nie nastawionej na zysk, a materiały nie będą sprzedawane ani w inny sposób udostępniane osobom trzecim, ani wykorzystane w innych publikacjach. Wszystkie pytania dotyczące innych sposobów wykorzystywania tej publikacji oraz prośby o bezpłatne egzemplarze należy kierować do Polskiej Akcji Humanitarnej.



Publikacja przetłumaczona i opracowana w ramach projektu  
Polskiej Akcji Humanitarnej „Modnie i etycznie” – [www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)  
Tłumaczenie: Magdalena Komuda  
Opracowanie polskiego wydania: Marta Dorenda, Anna Paluszek.  
Grafika i skład, fot. na okładce : Anna Prego

ISBN: 927-83-927976-0-9

Projekt jest współfinansowany przez Fundację Edukacja dla Demokracji  
w ramach programu pomocy zagranicznej  
Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP w 2008 r.

# Kształtuj Przyszłość

**N**igdy dotąd nie było bardziej sprzyjającego momentu, aby zaangażować się w tworzenie etycznej mody. Klienci stają się coraz bardziej świadomi tego, skąd pochodzą ich ubrania. Media kładą nacisk na etykę w różnych dziedzinach, jak chociażby projektowanie, produkcja czy konsumpcja. Przemysł odzieżowy, od sklepów po haute couture, dokłada wszelkich starań, by być postrzeganym jako ekologiczny i społecznie odpowiedzialny, a pracownicy fabryk zaopatrujących sklepy odzieżowe jednoczą się, aby układ stał się uczciwszy także dla nich. Jednak pomimo wysiłków wielu osób i organizacji, które uznać można za pionierów w tworzeniu etycznego przemysłu odzieżowego, niskie wynagrodzenia i łamanie podstawowych praw to wciąż norma dla pracowników produkujących ubrania na całym świecie.

Produkcja bawełny, jednego z najbardziej popularnych włókien, jest w głównej mierze oparta na pestycydach, które zatrują żywe organizmy, ludzi i ziemię. Tymczasem przeciętny konsument czy konsumentka „kupuje rocznie czternaście elementów garderoby, których nigdy nie zakłada”<sup>1</sup>

Potrzebne jest nowe spojrzenie na projektowanie oraz produkcję ubrań. Kreatywność i energia osób zaangażowanych w tworzenie mody jest niezbędna by stworzyć bardziej etyczny przemysł przyszłości. Przemysł, który szanuje prawa pracownicze oraz środowisko naturalne, a jednocześnie wytwarza piękne ubrania.

**Ten przewodnik jest pełen pomysłów na to, jak Ty możesz dowiedzieć się więcej i zaangażować się we wprowadzanie zmian. Nie dostarczy on wszystkich odpowiedzi, ale mamy nadzieję, że przyczyni się do otwarcia debaty na temat niektórych etycznych kwestii w modzie, i nauczy Cię tworzyć własne rozwiązania. Osoby zainteresowane szczegółową analizą poszczególnych etycznych kwestii, z którymi mierzy się przemysł odzieżowy zachęcamy do sprawdzenia źródeł podanych w tej publikacji.**

**Więcej na temat naszych działań w ramach projektu szukaj na stronie: [www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)**

*1 Top 10 tips for greening your wardrobe, "The Ecologist", lutry 2007, dostępny <http://www.makepeace.com/about/ecologist.pdf> (2010.08)*



## Spis rzeczy



- 05** Zaprojektuj przyszłość.  
Dowiedz się jak możesz uczestniczyć  
we wprowadzaniu zmian.
- 08** Etyczne? Zrównoważone? Słuszne?  
Różne oblicza etycznej mody?
- 10** W poszukiwaniu etyki.  
Co jest obecnie najważniejszą kwestią  
w etycznej modzie?  
Wpływ 'szybkiej mody' na pracowników,  
zaopatrywanie się w Chinach  
czy porażka audytu?
- 12** Studium przypadku.  
Sophie Barber opowiada nam o swoim  
śledztwie dotyczącym trendu  
zrównoważonego ubierania.
- 14** Projektuj inaczej.  
Kate Fletcher dzieli się pomysłami  
jak zmieniać nasz przemyśł poprzez  
konceptję 'slow'.
- 19** Używaj bawełny organicznej  
lub pochodzącej ze sprawiedliwego handlu.  
Co oznaczają te metki i certyfikaty?  
Skąd wziąć materiały?
- 22** Zorganizuj pokaz etycznej mody.  
Wskazówki Lyli Patel, pionierki  
recyklingu.



Wprowadź etykę do swoich pomysłów biznesowych.  
Czym może być społeczna odpowiedzialność  
biznesu dla firm odzieżowych?

24

Dziel się etyką.

26

Kwestie etyki stają się coraz ważniejsze  
w PR firm i w strategiach marketingowych.  
Jakie są ich możliwości i pułapki?

28

Pisz o etyce.

30

Media są kluczowe dla rozpowszechnienia  
etycznego programu.

Pamiętaj o etyce podczas staży i praktyk.  
Nieważne czy jest to sieć eleganckich  
butików czy mała etyczna firma,  
zwracaj uwagę na etykę w praktyce.

32

Konsumuj etycznie.

33

W jaki sposób konsumenci mogą nakłonić firmy  
do tworzenia bardziej etycznego przemysłu?

Spis źródeł.

36

Niektóre z naszych ulubionych stron  
internetowych, zawierające wiele przydatnych  
informacji, od alternatywnych tkanin  
po informacje o prawach pracowniczych.

Podsumowanie.

38

Ikona etycznego projektowania,  
Katherine Hamnett, opowiada nam  
jak studenci mogą przemienić przemysł.

40



Etyczna?

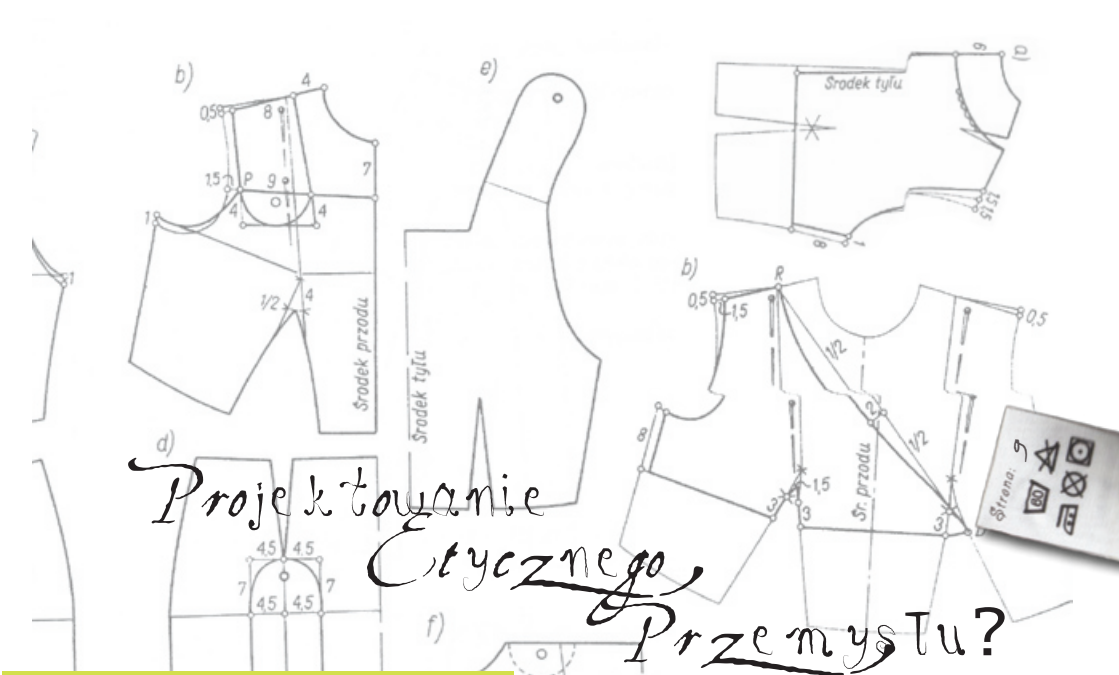
ZRONKOWAZONA!

STUSZNE?

Hasło **etyczna** ma wiele różnych znaczeń dla różnych osób. Dla niektórych ludzi oznacza to, że produkt jest przyjazny środowisku, wykonany z organicznych lub pochodzących z recyklingu materiałów. Dla innych oznacza ubrania wytwarzane przez rzemieślników lub małych producentów. Jeszcze inni rozumieją to jako kupowanie ubrań z drugiej ręki lub pochodzących z lokalnego rynku. W projekcie Modu i etycznie wszystkie powyższe elementy są istotne, by stworzyć etyczny przemysł, ale to prawa pracownicze są dla nas podstawą uznania produktu za wytwarzany w etyczny sposób. Mizerne warunki pracy i łamanie praw człowieka to codzienne doświadczenia pracowników przemysłu odzieżowego na całym świecie. Zanim ubrania, które sprzedajesz, będzie można nazwać etycznymi, koncerny muszą udowodnić, że pracownicy kolejnych etapów łańcucha zapotrzebowania są traktowani zgodnie z katalogiem podstawowych praw pracowników, uznanych przez społeczność międzynarodową określonych w Deklaracji dotyczącej fundamentalnych zasad i praw w pracy z 1998, Międzynarodowa Organizacja Pracy (MPO).

8





# Projektowanie Etycznego Przemysłu?

*Moda łączy nas z ludźmi na całym świecie.*

Ubrania są często wytwarzane w krajach leżących po przeciwnej stronie globu w stosunku do tych, w których zostały zaprojektowane, lub w których mają zostać sprzedane.

Złe warunki pracy oraz łamanie praw człowieka to codzienność milionów pracowników przemysłu odzieżowego.

Projekt „Modnie i etycznie” (międzynarodowa nazwa projektu Fashioning an Ethical Industry) jest innowacyjnym projektem edukacyjnym przeznaczonym dla przyszłej generacji graczy na rynku przemysłu tekstylno-odzieżowego. Projekt ma pokazać im, w jaki sposób przemysł może pozytywnie lub negatywnie wpływać na warunki pracy i zainspirować ich do podniesienia standardów przemysłu odzieżowego w przyszłości.

Ta publikacja poddaje pewne pomysły na to, w jaki sposób studenci mogą zaangażować się we wprowadzanie zmian. Jest to tylko część z podejmowanych działań. MiE prowadzi także szkolenia i warsztaty dla studentów. Organizujemy specjalistyczne konferencje i staramy się rozpowszechniać informacje dotyczące możliwości działania na rzecz etycznego ubierania. Współpracujemy także z nauczycielami, oferując szkolenia, wspierając włączenie etyki w programy nauczania i zapewniając im źródła wiedzy i inspiracji do działania.

**Bądź z nami w kontakcie**

**- zapisz się na listę mailingową „Modnie i etycznie” :**

**[www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)**

**W** *Poszukiwaniu Etyki...*

**rozwiązesz problem,**

**go najpierw zrozumieć.**

*Zanim*  
*Musisz*

**W**yszukanie wiadomości i napisanie własnej pracy pozwoli Ci na rzeczywiste zrozumienie pewnych złożonych etycznych kwestii, z którymi przemysł obecnie musi się mierzyć. Posiadając wiedzę i rozumiejąc problem, znajdziesz się w lepszej pozycji, by wprowadzać zmiany.

Przed jakimi istotnymi pytaniami staje więc dzisiaj przemysł odzieżowy?

Jednym z najbardziej znaczących fenomenów ostatnich lat jest rozwój „szybkiej mody”.

Zamiast wprowadzać od dwóch do czterech kolekcji rocznie, eleganckie sklepy mają nawet do dziesięciu lub dwunastu kolekcji. Firmy potrafią przygotować projekty dla sklepów nawet w sześć tygodni. Te projekty to często tanie imitacje ostatnich trendów, które można zaobserwować na wybiegach. Sprzedawcy detaliczni zaczynają wymagać od dostawców „większej elastyczności”, żeby móc szybciej odpowiedzieć na potrzeby klientów, pragnących najmodniejszego wizerunku. Równoległe coraz większa liczba sprzedawców detalicznych zaczęła dobrowolnie przyjmować kodeksy postępowania (code of conduct) oraz kontrolować fabryki, by sprawdzić czy prawa pracownicze nie są łamane w placówkach, w których się zaopatrują. Jednak „szybka moda” ciągle próbuje na wiele sposobów udaremnić kreowanie bardziej etycznego przemysłu.

**Rosnąca konkurencja na rynku powoduje wyścig w obniżaniu cen ubrań oraz wywieranie presji na fabryki.**

**To objawia się niższymi płacami, dłuższymi godzinami pracy i krótkoterminowymi umowami z pracownikami szyjącymi ubrania.**

**Czy zatem „szybka moda” podkopuje próby poprawienia warunków pracy?**

**Dlaczego nie wtączyć się do dyskusji i nie napisać własnej pracy na ten temat lub jeden z tematów wyszczególnionych, w ramce obok ...**

## **Wybrane kwestie dotyczące etycznego przemysłu odzieżowego**

Wszystkie wymienione tu publikacje można znaleźć na stronie brytyjskiej projektu: [www.fashioninganethicalindustry.org](http://www.fashioninganethicalindustry.org) w sekcji „źródła” lub część w wersji polskiej na stronie:

[www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl) w sekcji „Raporty”.

**1. Czy „szybka moda” udaremnia próby poprawienia warunków pracy pracowników przemysłu odzieżowego?**

*Literatura :*

- a. Fashioning an Ethical Industry, (2006), Karta tematyczna - Praktyki handlowe firm odzieżowych i dostawców.
- b. Oxfam International (luty 2004), 'Trading away our rights : Women working in global supply chain'

**2. Prawo do zrzeszania się w związki zawodowe jest uznawanym na całym świecie prawem dla wszystkich pracujących. W Chinach jednak przyłączenie się do niezależnego związku zawodowego jest nielegalne. Czy to oznacza, że zaopatrywanie się w Chinach jest nieetyczne?**

*Literatura :*

- a. Fashioning an Ethical Industry, Karta tematyczna: Chińskie wyzwanie, 2006.
- b. CCU, ITUC, & ITGLWF, Raport Kampanii PlayFair 2008: Pekin 2008: Bez medalu za przestrzeganie praw pracowniczych, czerwiec 2007, [www.kobietypraca.org/fairplay/](http://www.kobietypraca.org/fairplay/)

**3. Audyt społeczny nie wpłynął znacznie na polepszenie warunków pracy w fabrykach odzieżowych. Co jeszcze można zrobić, by je poprawić?**

*Literatura :*

- a. Clean Clothes Campaign, 'Looking for a quick fix: How weak social auditing is keeping workers in sweatshops', listopad 2005.
- b. Maquila Solidarity. Network (MSN), 'The next generation of CSR reporting : Will better reporting result in better working conditions?', grudzień 2007.

# Sophie Barber



ukończyła Zarządzanie Projektowaniem i Przemysłem Tekstylnym na Nottingham Trent University. Jej praca magisterska dotyczyła trendu zrównoważonych zamówień i jego znaczenia jako długoterminowej strategii dla dużych sprzedawców detalicznych.

## 1. Dlaczego zdecydowałaś się skupić się w swojej pracy magisterskiej na etycznych zamówieniach firm odzieżowych?

Wybrałam ten temat po rocznej praktyce w Debenhams (sieć sklepów wielobranżowych w Wielkiej Brytanii), gdy etyka stała się aktualnym tematem w mediach. Zainteresowałam się tą kwestią i zajęłam się wyszukiwaniem informacji na temat wprowadzenia bardziej etycznych praktyk i dostarczanie tych informacji firmie Debenhams. Mam nadzieję, że moja praca magisterska pozwoli im i innym sprzedawcom detalicznym zorientować się, jak produkować modne i etyczne ubrania. Dla mnie stała się inspiracją do poszukiwań informacji, których potrzebuję, by móc stawić czoła tym kwestiom zawodowo w przyszłości.

## 2. W jaki sposób wykorzystasz w przemyśle odzieżowym wiedzę, którą nabyłaś, pisząc pracę?

Skupiam się na zrównoważonym kupowaniu. Chciałabym by było ono w praktyce tak etyczne, jak to tylko możliwe. Uwzględniając wszystkie istotne kwestie i skutecznie monitorując zachodzący proces. Stwierdzam jednocześnie, że lepiej gdy inicjatywy przychodzą z góry, ponieważ marże są narzucane właśnie z góry, a wzrost cen może być problemem dla kupujących.

## 3. Jakie ważne wskazówki dałabyś innym studentom, którzy piszą swoje prace?

Warto uczestniczyć w powiązanych, nawet pośrednio, z tą tematyką konferencjach. Jest to szansa na nawiązanie świetnych kontaktów i zapoznanie się z całym bogactwem wiedzy. Kontaktujcie się z jak największą ilością osób, kiedy szukacie kandydatów do badań. Byłam zaskoczona, ile osób było autentycznie szczęśliwych mogąc pomóc.

**Holly Dutton** z Instytutu Sztuki w Bournemouth ukończyła Projektowanie ubrań w 2008 r. W swojej dyplomowej kolekcji użyła materiałów pochodzących ze sprawiedliwego handlu.



Strona 13  
△  
⊗  
⊠

# PROJEKTU INACZE

**Projektanci odgrywają ważną rolę w tworzeniu etycznego przemysłu. Etyczne projektowanie to nie tylko materiały, które wybierasz, to także uświadomienie sobie wpływu, jaki twoje decyzje jako projektanta mogą wyrzucić na cały łańcuch zaopatrzeniowy, np. Czy twoja firma ustanowiła wystarczająco długi czas oczekiwania na projekty - tak, by uniknąć nadmiernych nadgodzin?**

**Etyczne projektowanie to także używanie innowacyjnych projektów, aby zmienić naszą wybujałą konsumpcję tworząc coś, co przetrwa długo lub może być używane na wiele różnych sposobów.**

Jedną ze wspierających idei odmiennego projektowania jest dr Kate Fletcher, promująca koncepcję „slow fashion”. Uważa ona, że **my sami możemy zaprojektować dla siebie inny przemysł odzieżowy.**

*Kate ujawnia więcej...*

**Koncepcja „Slow fashion” dotyczy projektowania, produkowania, konsumowania i lepszego stylu życia.**

**Nie chodzi w niej o ilość i czas, lecz o jakość, a określenie ‘powoli’ nie przeciwstawia się tu określeniu ‘szybko’.**

**Dzięki takiemu odmiennemu podejściu projektanci, kupujący, sprzedawcy i konsumenci mogą być bardziej świadomi wpływu ich decyzji na życie pracowników, społeczności czy ekosystem.**

Ta koncepcja zapożyczyła wiele od ruchu ‘slow food’, który łączy przyjemność jedzenia ze świadomością i odpowiedzialnością.

**Podejście „Slow fashion” jest związane z możliwością wyboru, pełną informacją, różnorodnością kulturową i tożsamością.**

Przez to wszystkim jednak wiąże się z równowagą. Jest kombinacją szybkiego zmian i ekspresji w modzie, wytrzymałości materiału oraz jakości wykonania produktów. ▶



14

Ci studenci włączyli idee projektowania w duchu „Slow fashion” do swoich kolekcji dyplomowych.... **Czy możesz zrobić to samo?**

Anna Vening właśnie ukończyła projektowanie odzieży w Chelsea College of Art and Design.

## Jej projekt „Projektowanie dla radości”

TO ZGŁĘBIANIE TEGO, W JAKI SPOSÓB PROJEKTANCI MOGLIBY SPRAWIAĆ, BY 'SZYBKA MODA', KONSUMERYZM I IMPULSYWNE KUPOWANIE ZWOLNIŁY TEMPA, A ZAŻMUJE SIĘ TYM POPRZEC PROJEKTOWANIE 'DLA POMYSŁYŃNOŚCI I SZCZĘŚCIA'. WYPRODUKOWAŁA KOLEKCJĘ MODY SPORTOWEJ, KTÓRA MA BYĆ PUNKTEM WYJŚCIA DLA INTERNETOWEJ WSPÓLNOTY. DZIĘKI PRZYŁĄCZENIU SIĘ DO TEJ WSPÓLNOTY I WYSYŁANIU POSTÓW ZAWIERAJĄCYCH ZDJE CIA I DOWODY NA TO, W JAKI SPOSÓB MOŻNA ŻYĆ LEPIEJ, NA PRZYKŁAD JADĄC NA GRUPOWĄ WYCIECZKĘ LUB GOTUJĄC WSPÓLNY POSILEK, CZŁONKOWIE TEJ 'WSPÓLNOTY' OTRZYMAJĄ SPECJALNE NADRUKI, KTÓRYMI MOGA OZDOBIĆ SWOJE SPORTOWE UBRANIA. MAJĄ ONE STANOWIĆ BODZIEC DO SZCZĘŚLIWSZEGO ŻYCIA. WYWOŁUJE TO RÓWNIEMŻ EMOCJONALNE PRZYWIĄZANIE DO UBRANIA, PONIEWAŻ JEST ONO CZYMŚ O SOBISTYM DLA UŻYTKOWNIKA I SYMBOLIZUJE JEJEGO CZYNNOSĆCI.

► **„Slow fashion”** kładzie nacisk nie na ilość, ale na jakość. Pozwala to dostawcom planować liczbę potrzebnych na dłuższą metę. Daje zbudować relacje korzyści. Oczywiście, jakość Będziemy więc o wyższej wartości przy konsumowania. Uczciwsza dystrybucja wewnątrz łańcucha zaopatrzeniowego jest istotną częścią tego programu, opartego na jakości.



**„Slow fashion”** związane jest z głębszą interakcją pomiędzy projektantem a wytwórcą, wytwórcą a odzieżą oraz odzieżą a jej użytkownikiem.

**„Slow fashion”** jest przebłyskiem odmiennej – bardziej zrównoważonej – przyszłości dla sektora odzieżowego i szansa na prowadzenia biznesu z poszanowaniem pracowników, środowiska naturalnego i konsumentów w równym stopniu.



# Slow fashion



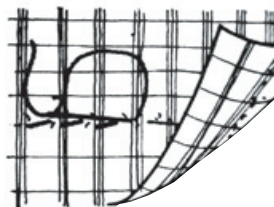
*Inspiracje*

**Jako część swojego dyplomu na Manchester Metropolitan University Zoe Fletcher stworzyła projekt o nazwie „RE : Knit : Able – How will you wear yours? How will I wear mine?”**

**„Dzianiny: Jak będziesz nosić swoje? Jak ja będę nosić moje?”**

Zoe pragnęła wykreować zupełnie nowe doświadczenie związane z ubraniami i zainspirować klienta do zatrzymania odzieży przez długi czas.

Zrobiła na drutach 'dostosowujące się' ubranie, z którego, za pomocą zapinania i odpinania guzików na różne sposoby, można stworzyć różnorodne wariacje na temat swetra, kamizelki lub torebki. Zoe wykonała także pewną liczbę kombinacji rękawów i szwów, które można ze sobą mocować na rozmaite sposoby, tworząc unikatowe stroje.





**Ingrid Hass** studiowała Projektowanie mody z elementami materiałoznawstwa w Central St Martin, Jest zwyciężczynią konkursu „Pesticide Action Network” i używała w swojej kolekcji **organicznej bawełny.**



oraz więcej sklepów wprowadza do swoich kolekcji ubrania z **organicznej bawełny** lub pochodzącej ze **sprawiedliwego handlu**.

Rozwijający się rynek takiej bawełny przyniósł spore dochody wielu farmerom zaangażowanym w certyfikowanie i dał konsumentom możliwość wyboru bawełny, jaką chcą nosić. Certyfikacja nie jest jednak odpowiedzią na wszystkie etyczne kwestie, z jakimi stykamy się w łańcuchu zaopatrzenia – wiele firm sprzedających certyfikowane gatunki bawełny nadal łamie prawa pracownicze zarówno w swoim „normalnym”, jak i certyfikowanym łańcuchu zaopatrzenia. Wynika to z faktu, że sam certyfikat dotyczy ‘tylko’ bawełny, podczas gdy nie informuje nas o innych etapach produkcji. Używając organicznych i pochodzących ze sprawiedliwego handlu materiałów w swojej kolekcji. Warto pogłębić swoją wiedzę o kwestiach, których dotyczą certyfikaty, dowiedzieć się, co oznaczają te standardy i skąd wziąć takie materiały



## Bawełna pochodząca ze sprawiedliwego handlu

Znak Fairtrade jest to niezależny znak towarowy przyznawany produktom, które spełniają standardy określone przez Fairtrade Labelling Organization. Gwarantują one farmerom sprawiedliwą i stałą cenę za produkty, a także premię finansową. Przyznawane są również zaliczki, jeśli jest taka potrzeba i promowane są długotrwałe i bezpośrednie relacje handlowe. Oznaczenie **Fairtrade** jest w przemyśle odzieżowym stosowane tylko przy produktach bawełnianych, nie używa się go przy innych rodzajach materiałów i innych etapach wytwarzania odzieży.

Szczegóły na <http://www.fairtrade.net/>

## Organiczna bawełna certyfikowana przez Soil Association

<http://www.soilassociation.org/>

Oznaczenie Soil Association stosuje się do bawełny i innych produktów, które zostały wyprodukowane przy użyciu metod użyźniających glebę, redukujących użycie toksyn, trwałych pestycydów, nawozów i budujących biologicznie zróżnicowane rolnictwo. Standardy rolnicze **Soil Association** zabraniają używania niektórych chemikaliów i wprowadzają kryteria zapewniające, że bawełna jest uprawiana z użyciem metod czyniących **jak najmniej krzywdy człowiekowi i środowisku**.



## Zdobywanie bawełny organicznej i pochodzącej ze sprawiedliwego handlu:

„Modnie i etycznie” nie zbadano żadnej z poniższych firm, które twierdzą, że dostarczają bawełnę organiczną i pochodzącą z uczciwego handlu, lub inne „ekologiczne materiały” i w żaden sposób nie propaguje żadnej z nich. To do ciebie należy przyjrzenie się ich działaniom, również marketingowym i podjęcie decyzji, czy są one godne zaufania, jeśli chodzi o kwestie etyczne i ekologiczne.

**Bishopston Trading Company** sprzedaje hurtowo organiczną bawełnę, ręcznie tkaną, produkowaną w Indiach, w warunkach sprawiedliwego handlu. [www.bishopstontrading.co.uk](http://www.bishopstontrading.co.uk)

**PAN UK** łączy produkcję organicznej bawełny i przędzy. [www.pan-uk.org/Projects/Cotton/Directory/UK/Fabrics](http://www.pan-uk.org/Projects/Cotton/Directory/UK/Fabrics)

**Loop Fabric** oferuje wybór materiałów wytwarzanych z biodegradowalnych i/lub certyfikowanych włókien organicznych. [www.loopfabric.co.uk](http://www.loopfabric.co.uk)

**CLOTH HOUSE** sprzedaje organiczną bawełnę i konopie on-line i w swoich sklepach w Soho. [www.clothhouse.com](http://www.clothhouse.com)

**Greenfibres** zapewnia wybór organicznych materiałów oraz przędzy konopnej i wełnianej. [www.greenfibres.com](http://www.greenfibres.com)

**NEARSEA NATURALS** dysponuje wyborem organicznych materiałów. [www.nearseanaturals.com](http://www.nearseanaturals.com)



# ZORGANIZUJ POKAZ ETYCZNEJ MODY

**Pokazy mody** to świetny sposób na zapoznanie innych z różnymi kwestiami dotyczącymi przemysłu odzieżowego. Pomogą one też pozbyć się opinii, że etyczny strój powinien wyglądać jak 'worek'. Jest to świetny sposób na zachęcenie innych (publiczność) do korzystania z alternatywnych źródeł garderoby. Organizując pokaz możesz zaprezentować prace studentów dotyczące kwestii etycznych lub zaprezentować jedną z tworzących się lub już działających 'alternatywnych' firm odzieżowych, które promują się jako etyczne, i omówić szeroki wachlarz spraw, od wynagrodzeń otrzymywanych przez pracowników po recykling materiałów.

**Etyka** w modzie to często kwestia wyborów - produkty zgodne z jedną z etycznych zasad mogą jednocześnie pomijać pozostałe. Włączenie do twojego pokazu 'alternatywnych' firm da ci możliwość zaprezentowania widzom tej tematyki i wyjaśnić, które firmy koncentrują się, na jakim aspekcie etycznej mody. Kto wyprodukował te trampki z recyklingu i czy ich wytwórca zarobił na życie? Ta koszulka być może jest organiczna, ale czy wyprodukowano ją w firmie, gdzie pracownicy mogą się zrzęsać w związki zawodowe?

**„Dekonsumpcja”** stała się hasłem obchodów Dnia Sprawiedliwego Handlu w Warszawie, organizowanego przez Grupę EFTE – [www.efte.org](http://www.efte.org). Była to okazja do zastanowienia się nad panowaniem „szybkiej” mody, której skutkiem jest między innymi nadmiar ubrań w naszych szafach. Stąd pomysł na zorganizowanie pokazu mody rodem z wymieniałni, sklepów z odzieżą używaną czy przerobionych lub po prostu zaadaptowanych z szafy mamy, taty, babci czy wujka

Jeśli nie masz ochoty urządzić pokazu,

**możesz zorganizować wymieniałnię ubrań**

Aby zdobyć więcej informacji na ten temat odwiedź naszą stronę

**[www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)**

w sekcji „Zaangażuj się”

**Lyla Patel** pracuje dla **Traid**, odpowiedzialnego za stworzenie nagrodzonej kolekcji TRAIIDremade. Marka ta daje starym ubraniom nowy blask poprzez dekonstruowanie, darcie, cięcie, szycie i nadrukowywanie. Stare szorty i zmechanone zasłony stają się parą zachwycających spodni z wysoką talią, a podarta spódnica jest odmieniana dzięki błyskotliwemu użyciu aplikacji.

**Lyla zgodziła podzielić się z Tobą ważnymi wskazówkami dotyczącymi organizacji pokazu mody:**

### **Działaj lokalnie:**

Jeśli używasz w swoim pokazie materiałów z pobliskich sklepów, uczestnicy chętniej je odwiedzą i zmienią swoje zakupowe nawyki!

### **Wolontariusze:**

Zgromadź małą, ale entuzjastycznie nastawioną grupę, by ci pomogła i zarządzaj nią w jasny sposób; daj każdemu przydział pracy i określ ich zadania tak, aby każdy wiedział, kto jest, za co odpowiedzialny i przygotował się do tego.

### **Planowanie czasu:**

Rób próby, upewnij się, że modele i modelki mają dość dużo czasu na zmianę ubrań i nie będą biegli po wybiegu. Publiczność musi mieć czas na przyjrzenie się strojom.

### **Rozrywka:**

Zaplanuj całe wydarzenie, nie tylko pokaz, który może skończyć się dość szybko. Pomyśl o przestrzeni, muzyce, a nawet dodaj do programu performance lub dyskusję.

### **Dodatki:**

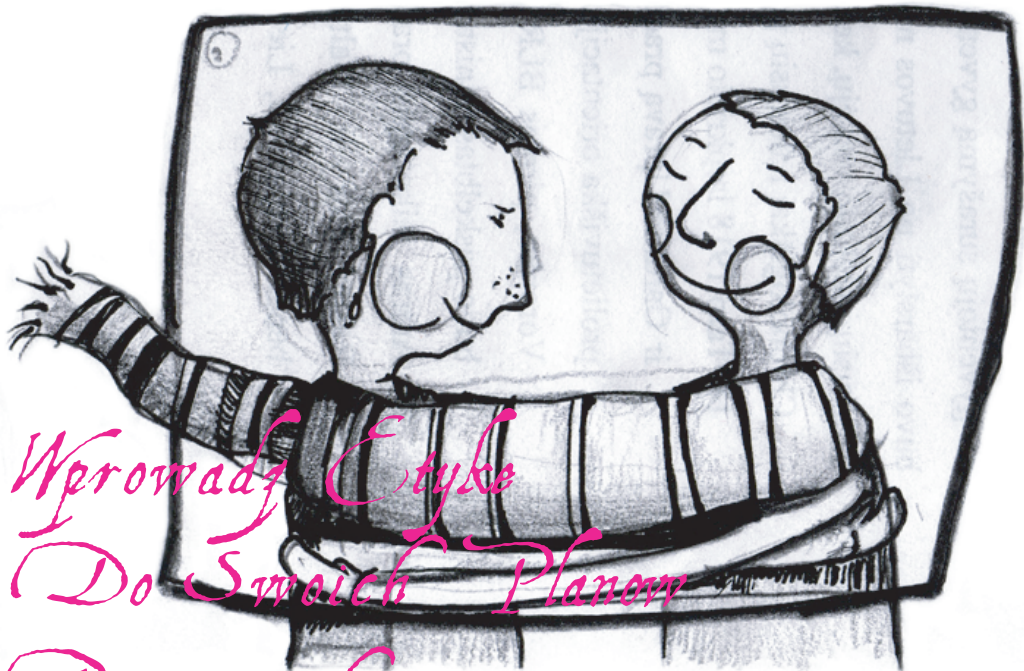
Aukcje ubrań, urządzenie loterii pieniężnej, sprzedawanie biletów lub torebek z fantami to także dobre sposoby na podniesienie świadomości i zdobycie środków na dobre cele, takie jak obrona praw pracowniczych.



**Steph Steele** z Central Lancashire University, obecnie studentka projektowania, zorganizowała

**Pokaz Mody Używanej**, aby naświetlić aktualne kwestie w modzie. Pokaz podejmował tematykę czterech elementów – Ziemi, Wiatru, Wody i Ognia. Ubiory zostały wykreowane z подарowanych i ręcznie przerobionych ubrań.





## *Wprowadź Etykę Do Swoich Planów*

### *Biznesowych*

**W** biznesie, chodzi w gruncie rzeczy o osiągnięcie zysku. Może on być zwiększany na wiele sposobów, jak **podniesienie cen na metkach, używanie innowacyjnych projektów, reklamę lub cięcie kosztów** na poziomie łańcucha zaopatrzeniowego tak, aby uzyskać wyższą cenę detaliczną lub marżę.



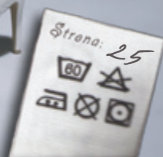


Główną przyczyną stosowania wielu nieuczciwych praktyk handlowych jest słabość negocjacyjna dostawców ubrań, wynikająca z dużej konkurencji na rynku i dążenia firm do cięcia kosztów lub/i podwyższania marży. Licytując się w obniżaniu kosztów, firmy zaczynają zaopatrywać się u dostawców z gorszą reputacją, albo wywierają tak silne naciski, że nie są oni w stanie przestrzegać praw pracowniczych lub dbać o środowisko.

Niektóre koncerny zaczynają zmieniać sposób, w jaki podchodzą do interesów. Dobrowolnie biorą pod uwagę swój wpływ na środowisko i społeczności, a także na gospodarki państw je goszczących. Społeczna odpowiedzialność biznesu to proces, którego firma powinna ponieść odpowiedzialność za cały swój łańcuch zaopatrzenia, za społeczne, ekologiczne i gospodarcze konsekwencje swojej działalności, informować o tych konsekwencjach i konstruktywnie angażować udziałowców.

Inicjatywy związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (Corporate Social Responsibility - CSR) stały się popularne wśród potężnych korporacji odzieżowych i obuwniczych. Mogą one przybierać różne formy, od zdobywania funduszy dla lokalnych organizacji charytatywnych, po zaopatrywanie klientów w torby z recyklingu. Dla większości firm kwestią, nad którą powinny popracować, jest upewnienie się poprzez audyt, że dostawcy postępują zgodnie z firmowym kodeksem postępowania, (code of conduct), który określa zasady, według jakich ubrania powinny być produkowane. Prawdziwym wyzwaniem jest sprawienie, żeby inicjatywy CSR były wymierzone w główne przyczyny społecznych i ekologicznych problemów wewnątrz łańcucha zaopatrzeniowego

**Laura Ellis** ukończyła studia w Londyn College of Fashion na kierunku projektowanie i rozwój w przemyśle odzieżowym i stworzyła tę warstwową skórzaną sukienkę z materiałów powtórnie przetworzonych na potrzeby swojej dyplomowej kolekcji w czerwcu 2008.



*Etyczne* zaopatrywanie się to nie kwestia znalezienia listy „dobrych” fabryk. Obejmuje ono rozważanie tego, jak sposoby prowadzenia biznesu mogą wpłynąć na warunki pracy, wzięcie za nie odpowiedzialności i pracę z dostawcami nad poprawą tych warunków. Może to być skomplikowany proces, ale zastanowienie się nad tymi kwestiami w czasie studiów, do czego namawiamy, może stanowić pierwszy krok ku uetycznieniu własnych praktyk, kiedy zaczniesz obracać się w przemyśle odzieżowym lub otworzysz własną firmę. Jeśli troszczysz się o etyczne zaopatrywanie się, powinieneś pomyśleć o poniższych sprawach, aby dołożyć wszelkich starań, by prawa pracownicze były przestrzegane:

- **Staraj** się ustanowić długofalową i stabilną relację ze swoim dostawcą, tak abyś był/a Gotowy/a do pracy nad poprawą warunków wspólnie z nim. Kiedy pojawią się problemy, zastanówcie się wspólnie nad rozwiązaniem. Nie jest nim z pewnością zamknięcie interesu i przeniesienie go w inne miejsce.
- **Pamiętaj**, twoje decyzje o zakupach mogą wpłynąć na warunki pracy. Jeśli żądasz niskiej ceny, jedną z reperkusji może być fakt, iż pracownicy otrzymają niższe wynagrodzenie. Jeśli zamawiasz tuż przed terminem dostawy lub wymagasz późniejszych zmian projektu, może to oznaczać, że pracownicy będą pracowali w nieumiarkowanych nadgodzinach, aby udało się zrealizować zamówienie.
- **Skonsultuj** się ze swoim dostawcą, kiedy planujesz zamówienie. Zorientuj się, ile czasu potrzebuje, by je zrealizować, kiedy jest najbardziej zajęty? jaką cenę musisz zapłacić, by pracownicy otrzymali płacę minimalną. Powinieneś także zorientować się, czy wydajność dostawcy pozwoli mu sprostać twojemu zamówieniu.
- **Upewnij** się, że wiesz, jakie prawo jest stosowane w danym kraju, jakie są międzynarodowe standardy pracy i czy twój dostawca się do nich stosuje. Ważne jest, by dowiedzieć się, czy przestrzegane są przynajmniej podstawowe prawa pracownicze.



**Polly Pocock** studiuje sztuki piękne w North Devon School of Art (University of Plymouth), i stworzyła tę instalację w odpowiedzi na wykorzystywanie pracowników sektora odzieżowego



- **Rozmawiaj** z lokalnymi organizacjami takimi, jak związki zawodowe i organizacjami pozarządowymi, zajmującymi się kwestią praw pracowniczych. To dobry sposób, by ocenić problemy pracowników w tym regionie lub problemy, z którymi styka się twój dostawca w swojej fabryce.

- **Postaraj** się odwiedzić fabrykę, zarówno zapowiedziany/a, jak i bez umawiania się. Pytaj o zdrowie i bezpieczeństwo, o pensje, nadgodziny i istnienie związków zawodowych. Podkreślaj, że aktywny związek zawodowy będzie zaletą, gdy będziesz wybierał dostawcę. Nie zakładaj jednak, że twój dostawca będzie całkowicie „przejrzysty”, ponieważ może on nie dzielić się

z tobą tylko pewnymi informacjami z obawy przed utratą kontraktu.


- **Dowiedz** się, czy twój dostawca posiada jakikolwiek certyfikat, np. SA8000. Nie jest to gwarancją zadowolających warunków pracy, ale przynajmniej pokazuje, że twój dostawca jest świadomy, iż kwestie społeczne mogą być istotne dla klientów.

- **Skontaktuj** się z innymi klientami tej fabryki, aby zorientować się, czy możecie współpracować nad poprawą warunków pracy. Wpływanie na dostawców może być trudne, jeśli zamawiasz małe dostawy, ale dzięki współpracy możecie nakłaniać do polepszenia warunków pracy.



**Sylvia Zidek** studiowała modę i projektowanie ubrań na University of West England, gdzie stworzyła transformowalną sukienkę, używając jedwabiu z szafy swojej babci oraz starych t-shirtów.



28 

**DZISIAJ SIĘ ETYKA**

Trzy czwarte konsumentów przebadanych przez The International Psycho-Oncology Society (IPOS) powiedziało, że „gdyby byli bardziej świadomi społecznych, ekologicznych i etycznych praktyk korporacji, wpłynęłoby to na ich wybory podczas zakupów”<sup>2</sup>. Podobne badania, dochodząc do podobnych wniosków, przeprowadziła Koalicja Karat wśród grupy polskich konsumentów. Wiąże się to z faktem, że coraz bardziej troszczą się oni o to, jak ich ubrania są produkowane, a mówienie o etyce stało się w przemyśle odzieżowym przynusem dla firm chcących rozwijać się na tej płaszczyźnie.

## Wskazówki związane z przemysłem:

Laurencje Mac Sween, dyrektor kreatywna w firmie Clawfish Marketing (kreowanie marki i doradztwo komunikacyjne) wypowiedziała się na temat możliwości i porażek komunikowania powyższych kwestii na konferencji „Fashioning an ethical industry” w Londynie<sup>4</sup>. Pokazała różne sposoby, jak korporacje mogą pokazać swoje związki z zachowaniem etycznym. Mogą one zaprezentować „wartość” poprzez sam produkt, dopisując do niego slogan czy przesłanie oparte na określonych wartościach, z którymi utożsamiać się będą konsumenci. Mogą także użyć znanych procedur certyfikacji, np. tych, których sprzedawcy detaliczni używają przyzabawelnie pochodzącej ze sprawiedliwego handlu. Alternatywą jest próba wytworzenia poczucia wspólnoty wokół określonego stylu życia, jak robi Howies, promującą aktywny i świadomy styl życia, a więc i konsumowania. Tworzy w ten sposób bliską relację pomiędzy marką i kupującym. Inne firmy mogą tworzyć partnerskie relacje zajmując się kwestiami charytatywnymi, tak jak uczyniła to firma Gap, sprzedając produkt „Red” i przeznaczając połowę zysków z niego na globalny fundusz pomocy dla kobiet i dzieci z Afryki zakażonych HIV i AIDS.

## Włączając etykę w projekt marketingowy, weź pod uwagę wskazówki Laurence:

- **Rozważ** swoje etyczne motywacje i wizerunek swojej marki w celu ustawienia od samego początku kolekcji lub firmy na odpowiedniej pozycji.
- **Bardzo** niewielu konsumentów decyduje się na zakup tylko z powodów etycznych – firmy muszą brać pod uwagę koszt, estetykę i jakość wytwarzanego przez siebie etycznego produktu. Może to wymagać poniesienia przez firmę kosztów, tak, aby produkt nie miał negatywnego wpływu na środowisko naturalne i pracowników.
- **Upewnij** się, że twoje zapewnienia dotyczące etyki zgadzają się z tym, z rzeczywistością dostawców. Co ciekawe, wiele firm unika reklamowania się wyłącznie jako „etyczne”, ponieważ mają świadomość, że nie mogłyby nigdy twierdzić, że całość ich łańcucha zaopatrzeniowego jest ‘etyczna’.
- **Unikaj** określenia wszystkiego jako „zielone” i używania innych modnych słów w złym znaczeniu przy pomijaniu kluczowych kwestii! – lepiej być otwartym i transparentnym, niż generalizować.
- **Badz** konsekwentny i staraj się zbudować w kliencie zaufanie i pewność. Niekonsekwencja w kwestiach etycznych powoduje długotrwały cynizm klientów.

Po więcej informacji zajrzyj na: [www.futerra.co.uk/services/greenwash-guide](http://www.futerra.co.uk/services/greenwash-guide)

<sup>2</sup> Images, There is no such thing as a Cheap Garment [online], 2006.

Artykuł dostępny na: [http://www.images-magazine/imagesarticle.php?article\\_id=164](http://www.images-magazine/imagesarticle.php?article_id=164) (25/02/08).

<sup>3</sup> „Na pytanie, czy informacje o wykorzystywaniu pracowników przy produkcji danego artykułu sportowego, danej marki odzieży czy obuwia sportowego wpłynęłyby na ich decyzję o zakupie, aż 69% pytanym odpowiedziało „tak!” Koalicja Karat, Fair play – zawsze w modzie, 2007, s. 23.

<sup>4</sup> Zobacz więcej na: <http://fashioninganethicalindustry.org/newsandevents/events/>

Strona: 29



Większość informacji dotyczących nieetycznych praktyk w przemyśle odzieżowym ludzie czerpią z mediów. Wpływ mediów jest ogromnie ważny, ponieważ zmusza firmy odzieżowe, aby podeszły poważnie do łamania praw pracowniczych w swoim łańcuchu zaopatrzeniowym, a one chcą bronić wizerunku swojej marki. Możesz pomóc edukować swoich znajomych, pisząc artykuł do gazetki lub magazynu na twoim uniwersytecie lub bliskiej organizacji. Możesz zająć się dowolną liczbą tematów. Dlaczego, na przykład, nie prześledzić etycznej konsumpcji w przemyśle odzieżowym i nie opisać tego? Czy żądanie przez konsumentów etycznych ubrań ma wystarczające znaczenie, by zmusić firmy do podjęcia akcji w celu respektowania praw pracowniczych?

Aby uzyskać więcej informacji zajrzyj do „Fashioning an Ethical Industry Discussion Paper on Ethical Consumerism” na stronie internetowej Labour Behind the Label.

### Wskazówki związane z przemysłem:

Melanie Plank jest pomocnikiem wydawcy w WGSN<sup>5</sup>. Pomimo ukończonego szkoły projektowania kobiecej mody z wyższej półki, zawsze chciała pracować przy przewidywaniu trendów, jak tylko pojawiła się szansa takiej pracy skorzystała z niej. . Pozwoliło jej to stworzyć znaczące portfolio, co w konsekwencji doprowadziło ją do objęcia obecnej posady w WGSN. WGSN zajmuje się m.in. etyką w modzie, ponieważ jest to gwałtownie rozwijający się trend społeczny, który będzie miał ogromny wpływ na sposób, w jaki będą w przyszłości działać firmy odzieżowe i konsumenci. Melanie wierzy, iż ważne jest, by o etycznych kwestiach mówiono w mediach, zarówno po to, by pokazać opinii publicznej, jakie kwestie naprawdę kryją się za jej konsumenckimi decyzjami a także, by promować etyczne produkty.

Melanie uważa, że pisząc artykuł o etyce należy pamiętać, że czytelnicy są, co prawda coraz bardziej świadomi kwestii etycznych, lecz niekoniecznie są oswojeni z żargonem i terminami używanymi w świecie mody. Radzi też, żeby, podając nazwy i fakty dotyczące poszczególnych marek, sprawdzić wszystko dokładnie i kilkakrotnie. Etyczne kwestie to obecnie nośny temat, o którym wiele się pisze, więc ważne jest, by przyjrzeć mu się pod innym niż dotychczas kątem, przyciągając w ten sposób uwagę czytelników.

<sup>5</sup>WGSN jest wiodącą instytucją w prowadzeniu badań online na temat trendów nowości w świecie mody i przemyśle tekstylnym – odzieżowym Więcej na stronie <http://www.wgsn.com/>



## Media Pack

# inspiracja

**Louise Boulter** studiuje promocję mody na University College of Creative Arts Epsom. Jednym z jej projektów był „Magazyn-22. Liczba 22– co ona dla ciebie oznacza?” W modzie oznacza wiele rzeczy – modelka o amerykańskim rozmiarze zero ma 22 cale (55 cm) w talii, a w 2007 roku „Sunday Times” doniósł, iż pracownicy szyjący kolekcję Kate Moss dla firmy Topshop otrzymywali tylko 22 pence za godzinę pracy.

**Magazyn-22** jest zabawnym kusańcem dla mody oraz wyrazem wartości etycznych i slow fashion. Jego odbiorcami są kontestatorzy związani ze światem mody, mający świadomość, że powinna ona zmieniać się na lepsze. Magazyn -22 nie zawiera odpowiedzi – stawia on głównie pytania. **Ma wymiary 22 na 22 centymetry, zawiera 22 zagadnienia, 22 podwójne strony, margines ma 22 mm, a napisano go używając 22 różnych czcionek. Ma także 22 wiersze na każdej ze stron.**



## UCZ SIĘ ETYKI PODCZAS PRAKTYK I STAŻY.

Praktyki dają ci szansę, by na własne oczy przekonać się, jak pracuje się w przemyśle odzieżowym, by wypróbować swoją wiedzę w praktyce, na zadawanie pytań... i miejmy nadzieję, by otrzymać odpowiedzi. Każdy aspekt działalności firmy może mieć wpływ na ludzi lub środowisko. Nieważne gdzie odbywasz praktyki, czy jest to sieć eleganckich sklepów, czy mała etyczna firma. Jest to szansa na zajęcie się etyką w przemyśle odzieżowym od innej, bo bardziej praktycznej strony.

Jeśli chcesz dowiedzieć się czegoś więcej w czasie, gdy odbywasz staż lub praktykę, możesz sięgnąć po przewodnik „Fashioning an ethical industry” na temat odbywania staży. Pomoże ci to zastanowić się na warunkami pracy, w których produkuje się ubrania, i wziąć pod uwagę, jak firma i ludzie, których spotykasz w czasie praktyk, wpływają lub mogą na nie wpływać. Przewodnik jest pełen pytań, dających ci pole do badań przed, podczas i po zakończeniu praktyk.

**Zamów dla siebie egzemplarz przewodnika na czas stażu (w języku angielskim):**

**<http://fashioninganethicalindustry.org/fashioninternships/placements/>**



# Konsumuj Etycznie

**B**ędąc etycznym konsumentem, „głosujesz za pomocą swojego portfela”. Możesz oddawać **głos negatywny** – nie kupując tego, co nie jest godne z twoimi **zasadami**, i **pozytywny** – faworyzując produkty, które ci odpowiadają. **Świadoma konsumpcja** w przemyśle odzieżowym może być **trudna**. **Nie istnieje uniwersalna definicja** słowa „etyczny”. **Etyczny konsument musi sam rozsądzić**, które z kwestii są dla niego ważne, **akceptując na przykład**, że para butów ze skóry pochodzącej z **recyklingu mogła** zostać wyprodukowana w Chinach, gdzie **niezależne związki zawodowe** są nielegalne.

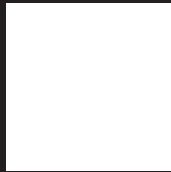
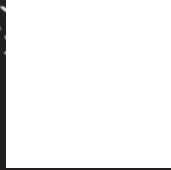
Lista „dobrych” i „złych” firm **nie istnieje**. Niektóre koncerny poczyniły jakieś kroki w **dobrym kierunku**, ale przeciętna firma zajmująca się modą z **wysokiej półki** zaopatruje się w setkach różnych fabryk na całym **globie**, a **prawa pracownicze** są w jej łańcuchu zaopatrzeniowym **zwyczajowo łamane**. Powstaje coraz większa liczba **alternatywnych firm**, które twierdzą, iż produkują „etycznie”. Niektóre z nich podejmują **autentyczne wysiłki**, by stawić **czoła sposobowi**, w jaki obecnie działa przemysł odzieżowy, natomiast dla innych to bardziej zabawa niż **realne przedsięwzięcie**. **Konsument** powinni zająć za **zastonę marketingu** i **samodzielnie** podjąć decyzję, od jakich firm chcą kupować. **Ważnymi elementami** etycznej konsumpcji są: wybieranie marki, której **wiarygodność** została sprawdzona i której można **zaufać**, **kupowanie organicznej** i pochodzącej ze **sprawiedliwego handlu bawełny**, **kupowanie odzieży** używanej, **samodzielne tworzenie** ubrań i **kupowanie** mniejszych ilości odzieży, czy **też** **wymienianie** się ubraniami.

**Innym ważnym elementem** **bycia** **aktywnym konsumentem** jest **monitorowanie pracy firmy**: **wywieranie** na nią **presji**.

**Możesz po prostu zapytać w swoim ulubionym sklepie**, co dana firma robi **dla zapewnienia** **praw pracowniczych** robotnikom szycącym **jej ubrania**. **Możesz również pisać listy** lub **brać udział** w akcjach **Pilnych Apeli Clean Clothes Campaign** czy **Labour Behind The Label**. **Aby znaleźć nowe pomysły** na **zaangażowanie** **odwiedź stronę:**

[www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)





**Catt Mazza** użyła swojej kreatywności tworząc Microrevolt i angażując się w tropienie firm łamiących prawa pracownicze. Koordynowała międzynarodowy kolektyw hobbystów robienia na drutach i szydełkowania. **Wyszli oni szeroki na czternaście stóp (7 m) koc ze znakiem Nike. Każdy wyszyty piksel (kwadrat) obrazuje petycję o uczciwe prawa pracownicze dla robotników firmy Nike.** Zdobyła wirtualne podpisy i ręcznie robione kwadraty z ponad czterdziestu krajów. Liść podpisywanych zostanie wręczona Philipowi Knightowi, członkowi zarządu korporacji Nike.

Obejrzyj film o projekcie: [www.microrevolt.org](http://www.microrevolt.org)



# Zaangażuj się w projekt „Modnie i etycznie” [www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)

- dzieląc się swoimi pomysłami na bardziej modną i etyczną szafę...
- pisząc artykuły czy robiąc tłumaczenia raportów i artykułów ze stron innych zaangażowanych w sprawę organizacji,
- pomóż nam szukać zainteresowanych kwestiami odpowiedzialnego biznesu, etycznej mody wykładowców czy nauczycieli w swojej szkole lub uczelni,
- zorganizuj akcję edukacyjną w swojej szkole lub uczelni, na temat warunków pracy w przemyśle odzieżowym i roli konsumenta w tworzeniu praktyk handlowych, a następnie poinformuj nas o tym,
- masz pomysł na swoje zaangażowanie w projekcie – napisz do nas koniecznie.



**Spis źródeł:**  
**Po dodatkowe informacje,  
źródła, zdjęcia i filmy zajrzyj na:**  
[www.fashioninganethicalindustry.org](http://www.fashioninganethicalindustry.org)  
[www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)

## ALTERNATYWNE MATERIAŁY

**Ecotextile News...www.ecotextile.com...**

Bądź na bieżąco z najświeższymi wiadomościami dotyczącymi ochrony środowiska sprawdzając nowości w tym magazynie poświęconym zrównoważonym materiałom i ubraniom.

**5 Ways...**

**www.5ways.info/docs/intro.intro.htm...**

Interesujący projekt, inspirujący do rozważań nad cyklem życia produktu i przeznaczeniem ubrań.

## WYMIANA UBRAŃ

**Swishing...www.swishing.org...** Stylowa

inicjatywa dotycząca sztuki ubierania się – wymianie się, łącznie z wcześniejszym przygotowywaniem zaproszeń i zasadami zabawy.

**Clothes Swap „Meetup” Gropus...www.**

**clotheswap.meetup.com...** Wyszukaj wydarzenia związane z wymienianiem ubrań w Wielkiej Brytanii i poza nią!

## SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU (CSR)

**Ethical Trading Initiative...**

**www.ethicaltrade.org...** Dogłębne spojrzenie na ETI, która ma na celu „promować i poprawić wdrażanie korporacyjnego kodeksu postępowania, związanego z warunkami pracy w łańcuchu zaopatrzeniowym”.

**European Colation for Corporate Justice (ECCJ)...www.corporatejustice.org...**

Organizacja, uznająca, iż społeczna odpowiedzialność biznesu powinna zostać zbudowana na podwalinach prawnych. Fantastyczna lektura na temat ich pracy.

**Forum Odpowiedzialnego Biznesu...  
http://www.odpowiedzialnybiznes.pl...**

Forum stara się upowszechniać idee odpowiedzialnego biznesu jako standardu obowiązującego w Polsce w celu zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zadowolenia społecznego i poprawy stanu środowiska.

**CSR info...http://www.csrinfo.org...** Jest

tematycznym serwisem informacyjnym poświęconym koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (Corporate Social Responsibility), badającej relacje pomiędzy biznesem i jego otoczeniem.

## KWESTIE EKOLOGICZNE

**The Ecologist...www.theecologist.org...**

Magazyn poświęcony sprawom ekologii, z wnikliwymi artykułami i dokumentalnymi filmami. Szczególnie interesującym artykułem jest „Moda ekologiczna od A do Z”, napisany przez M. Lee i L. Sevier.

**Polska Zielona Sieć...http://www.zielonasiec.pl...** Sieć organizacji ekologicznych w Polsce, promujące idee świadomej konsumpcji m.in. na portalu edukacyjnym. **www.ekonsument.pl**

## SPRAWIEDLIWY HANDEL

**Grupa eFTE...www.efte.org...** Organizacja polska zajmująca się promocją idei sprawiedliwego handlu oraz świadomej konsumpcji. W ramach jednego ze swych projektów stworzyła portal, jak w zrównoważony sposób prowadzić biuro: **www.etycznebiuro.pl.**

**Portale Polskiej Zielonej Sieci...  
www.fairtrade.orf.pl oraz  
www.ekonsument.pl...** Prężnie rozwijające się portale informacyjne na temat sprawiedliwego handlu oraz odpowiedzialnej konsumpcji.

**The Fairtrade Foundation...  
www.fairtrade.org.uk...** Robią to, czym się chwalą w nazwie! Wszystko, co musisz wiedzieć na temat sprawiedliwego handlu – fakty, liczby, dostawcy, kampanie i więcej...

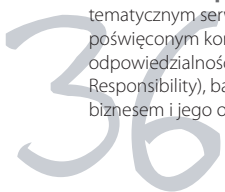
**Fairtrade Labelling Organisation (FLO)...  
www.fairtrade.net...** „Czołowa organizacja w wyznaczaniu standardów i certyfikacji fairtrade”.

**International Federation for Alternative Trade (IFAT)...www.ifat.org...** „Globalna sieć i adwokat sprawiedliwego handlu, zapewniający, że głosy producentów są słyszalne”. Odwiedź stronę, by dowiedzieć się więcej na temat organizacji Fair Trade Organisation (FTO), marki i misji..

## ZIELONE MAGAZYNY

**Style Will Save Us...www.stylewillsaveus.com...** Modny ekologiczny lifestyleowy magazyn z trzema głównymi sekcjami: Czytaj – artykuły do rozważań, Mów – o aktualnych kwestiach i Działaj – zmień coś!

**Thread: Fashion Without Victim...  
www.bbc.co.uk/thread...** Internetowy magazyn mody z związany z BBC, poświęcony ostatnim trendom, z etycznym zacięciem. Zawiera filmy o gwiazdach, galerie zdjęć i inne materiały pobudzające do myślenia.



### **Inhabitat...www.inhabitat.com...**

Fascynujący blog z nowinkami dotyczącymi zrównoważonego projektowania. Ich motto:

**"Zielony projekt to dobry projekt – dobry projekt to zielony projekt"**

### **PRACA W DOMU**

#### **Homeworks Worldwide...**

**www.homeworkers.org.uk...** Organizacja mająca na celu ukazanie kwestii pracujących w domu uczestników łańcucha zaopatrzeniowego. Prezentuje ona źródła, kampanie i interaktywną mapkę obecnego światowego podziału zawodowych pracowników domowych.

#### **The National Group on Homeworking (NGH)...www.ngh.org.uk...**

Organizacja prowadząca kampanię w celu polepszenia warunków pracy 1 miliona pracowników domowych w Wielkiej Brytanii. Zaloguj się, aby dowiedzieć się więcej o tej „ukrytej sile pracowniczej” i akcjach przeciwko ich dyskryminacji.

### **INICJATYWY WIELOSTRONNE**

#### **MFA Forum...www.mfa-forum.net...**

Sieć ponad siedemdziesięciu członków (łącznie sprzedawców detalicznych, związki zawodowe i organizacje pozarządowe), mająca na celu „promowanie społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności w krajowych przemysłach odzieżowych, podatnych na wpływ społecznych praktyk handlowych”.

#### **Fair Wear Foundation ...**

**http://en.fairwear.nl...** Skoncentrowali się na promowaniu pozytywnych warunków pracy w produkcji odzieży. Członkowie chcą stosować się do kodeksu postępowania FWF, kładąc nacisk na realistyczne podejście i poprawianie sytuacji krok po kroku.

**Jo-In...www.jo-in.org...** Jest „wspólnym wysiłkiem sześciu organizacji, z których każda pragnie polepszyć standardy pracy w globalnym łańcuchu zaopatrzeniowym poprzez nacisk na stosowanie się do kodeksu postępowania”.

### **ORGANICZNA BAWEŁNA**

#### **The Environmental Justice Foundation...**

**www.ejfoundation.org...** Kampania „Wybieraj bawełnę z rozumą” jest wspierana przez takie osoby jak Katharine Hamnett i Betty Jackson. Upewnij się, że obejrzałeś ich dokument, pt. „Białe złoto”, pokazujący skorumpowany przemysł bawełniany w Uzbekistanie.

#### **Pesticide Action Network ...** **www.pan-uk.org/Projects/Cotton/indem.htm...**

Ich stronę „Ubieraj się organicznie” uważa się za „jedynocentrum informacyjne dotyczące organicznej bawełny”. Zawiera ona mnóstwo publikacji, raportów i dokumentalnych filmów na ten temat.

#### **Soil Association...** **www.soilassociation.org...**

Świetne źródło wiedzy o wszystkim, co organicznie! Szukaj bawełny i przejrzyj ich materiały lub przyłącz się do „organicznego spisu” magazynierów z Wielkiej Brytanii.

#### **Izba Bawełny w Gdyni...www.gca.org.pl...**

Jest międzynarodowym zrzeszeniem o charakterze zawodowym, nieprzynoszącym zysków, nieprowadzącym działalności handlowej, którego członkami jest prawie 100 firm i organizacji z 11 krajów z całego świata. Zarządza Znakiem Czystej Bawełny.

### **RECYKLING**

#### **Waste Online...www.wasteonline.org.uk...**

Bazują na hasle: redukuj, przetwarzaj, używaj ponownie! Ich obszerny opis faktów może być szczególnie interesujący...

#### **TRAID...www.traid.org.uk...**

Znani także jako Textile Recycling For Aid & International Development. Zabawna strona opisująca charytatywną misję odzyskiwania i ponownego sprzedawania (czasem też restylizacji) podarowanych ubrań w celu podniesienia ekologicznej świadomości.

### **PRAWA PRACOWNICZE**

#### **Clean Clothes Campaign (CCC)...**

**www.cleanclothes.org...** Międzynarodowa kampania skupiająca się na poprawianiu warunków pracy w globalnym przemyśle odzieżowym i sportowym oraz umocnieniu pozycji pracowników”. Rozstrzygający głos w tej sprawie.

#### **Labour Behind The Label...**

**www.labourbehindthelabel.org...** Brytyjski oddział CCC, wspierający wysiłki pracowników przemysłu odzieżowego na całym świecie, by bronić ich praw. Edukują konsumentów, lobbują w firmach i rządzie, podnoszą świadomość i zachęcają do międzynarodowej solidarności z pracownikami.

#### **International Labour Organisation (ILO)...**

**www.ilo.org...** Międzynarodowa organizacja odpowiedzialna za podnoszenie i nadzorowanie międzynarodowych standardów pracy.

#### **ITGWF...www.itgwf.org...**

The International Textile, Garment and Leather Workers Federation - to Międzynarodowy Sekretariat Związkowy łączy 217 związków zawodowych z 110 krajów.



# Słowo końcowe

...wywiad z Katharine Hamnett

Katharine Hamnett, ikona projektowania etycznej mody, wystąpiła na ostatniej konferencji „Fashioning an ethical industry”, organizowanej przez Labour Behind the Label, przedstawiając swoją wizję etycznej mody i rolę, jaką może odegrać we wprowadzaniu zmian.

**Czy da się zaobserwować zmianę w przemyśle odzieżowym, jeśli chodzi o kwestie etyczne?**

**KH :** Kolosalna zmiana zaszła w podejściu konsumentów. Dzisiejsi klienci są z troskami warunkami, w jakich został wytworzony produkt, który kupują. Według ostatniego raportu WWF, ta zmiana oznacza „największe kulturne przesunięcie dwudziestego wieku”. Ale dla ludzi będących na końcu łańcucha zaopatrzeniowego ta zmiana okazała się bardzo niewielka. 20,000 rolników produkuje chleb w Ameryce co roku z powodu przypadkowego zatrucia pestycydami podczas produkcji, a wiele tysięcy kobiet pracujących w fabrykach w specjalnych strefach ekonomicznych zarabia 2 dolary dziennie – jeśli mają szczęście. Żądania konsumentów, dotyczące etycznych produktów, nie zostały do tej pory wzięte poważnie pod uwagę przez przemysł, który dał im przyłbicę gorącego uczynku „nieetycznych zachowań”.

**W jaki sposób studenci mogą pomóc we wprowadzaniu zmian w przemyśle odzieżowym?**

**KH :** Najważniejsza jest edukacja. Jeśli studenci zaczną być świadomi tych kwestii oraz różnych znaczeń i ról, jakie odgrywają, mogą użyć swojej wiedzy, kiedy zaczną działać w przemyśle odzieżowym. Od poznania wymagań konsumentów do wybierania etycznie produkowanych ubrań, do zaopatrzenia prowadzi długa droga. Ludzie chcą ubrań, które im się podobają, za cenę, na jaką mogą sobie pozwolić i obowiązkami przemysłu w przyszłości będzie zapewnienie im tego. Musimy zwracać uwagę na skandalicznie niskie dochody pracowników i niewyobrażalnie wysokie np. modelek, przy wybielaniu się ekologia, co uprawniają niektóre marki i sprzedawcy detaliczni na tym polu. Nowi aktorzy na rynku mody powinni mieć na celu zbudowanie przemysłu uczciwego i transparentnego.

Szybki rozwój rynku „szybkiej mody” może jedynie zachęcić do nieetycznego postępowania na końcu łańcucha zaopatrzeniowego, bowiem nie istnieje coś takiego jak „tanie ubranie”. Konsumentom muszą uświadomić, że ktoś gdzieś płaci za to prawdziwą cenę, i odmówić bycia częścią tego procesu. Odpowiedzialni za to są nie tylko konsumenci, ale także przemysł. Koszty pracy to tylko mała część ostatecznej ceny ubrania, i możliwe byłoby podwojenie zarobków ludzi produkujących naszą odzież bez istotnego wpływu na końcową cenę. Rząd także odgrywa kluczową rolę, mógłby bowiem wprowadzić legislację wymagającą dostosowania się do kodeksu postępowania, podobnego do tego stworzonego przez Ethical Trading Initiative (ETI). Pod warunkiem, że wszyscy aktorzy odegrają swoje role – za pięć lat powinniśmy już potrafić to robić.

Projekt „**Modnie i Etycznie**” jest edukacyjnym projektem Polskiej Akcji Humanitarnej i jest realizowany w partnerstwie z Suedwind Agentur z Austrii, Schone Kleren Kampagne z Holandii i Labour Behind the Label z Wielkiej Brytanii.

Celem projektu jest praca z nauczycielami i wykładowcami oraz studentami polskich szkół średnich, policealnych i uczelni wyższych, aby uzyskali oni ogólne spojrzenie na pozytywny i negatywny wpływ, jaki przemysł odzieżowy wywiera na warunki pracy w krajach Globalnego Południa.

Ideą „**Modnie i etycznie**” we wszystkich krajach projektu jest przyczynienie się, aby następnego pokolenie twórców przemysłu tekstylnego - odzieżowego zainspirować do podniesienia standardów pracy producentów odzieży w przemyśle przyszłości.

Napisane przez zespół Fashioning an Ethical Industry,  
Labour Behind the Label lipiec 2008.

A : 10-12 Picton Street, Bristol, BS6 5QA

T : +44 (0) 117 944 1700

E : [info@fashioninganethicalindustry.org](mailto:info@fashioninganethicalindustry.org)

W : [www.fashioninganethicalindustry.org](http://www.fashioninganethicalindustry.org)



Publikacja została wyprodukowana dzięki finansowemu wsparciu Unii Europejskiej.

Za treść tej publikacji jest odpowiedzialna wyłącznie Polska Akcja Humanitarna i w żadnym wypadku nie może być postrzegana jako odzwierciedlenie stanowiska Unii Europejskiej.

Prawa autorskie do wszystkich prezentowanych tu prac studentów są własnością studentów lub ich instytucji.

Dystrybucja polskiego wydania:

Polska Akcja Humanitarna

Biuro Pomorskie

Ul. Wita Stwosza 2

87-100 Toruń

[www.pah.org.pl](http://www.pah.org.pl)

[www.modnieietycznie.pl](http://www.modnieietycznie.pl)

Jeśli chcesz zamówić więcej kopii tego magazynu,  
skontaktuj się z nami przez e-mail:

[anna.paluszek@pah.org.pl](mailto:anna.paluszek@pah.org.pl)

**Wydrukowane na papierze ekologicznym.**

