

Tisková zpráva

## **Představení unikátního průzkumu: V jakých podmínkách se šijí trička pro české zákazníky?**

**Praha, 1. června 2010 – H&M, New Yorker, Levi Strauss, Orsay či Promod – všechny tyto firmy si nechávají šít své oděvy v asijských textilních továrnách. Zaměstnanci těchto továren jsou ale ve velké míře šikanováni, nemohou si dojít v pracovní době na toaletu a nedostávají ani minimální mzdu. Postoj firem, které oblékají nejen Evropany včetně Čechů, k těmto zjištěním zveřejní finální zpráva Společnosti pro Fair Trade s názvem Smíme vědět, co nosíme? na tiskové konferenci 7. června v Café Therapy.**

*„Obrovské množství lidí na jednom místě, kteří se nemohou ani napít nebo dojít si na toaletu,“ popisuje otřesné podmínky výroby našeho oblečení v Asii koordinátorka kampaně Ušili to na nás! Michaela Rychtecká, která osobně loni v létě navštívila několik továren v bangladéšské Dháce. „Viděla jsem vyčerpané dělnice, které měly za sebou 14,5hodinovou směnu a následně pouze osmihodinové volno. Dochází tam k řadě zranění, protože pracovníci nemohou používat ochranné pomůcky,“ doplnila Michaela Rychtecká.*

V rámci kampaně Ušili to na nás! bylo v lednu 2010 formou otevřeného dopisu obesláno přes sto oděvních firem působících v České republice s dotazem, zda mohou uvést, jakým způsobem kontrolují dodržování pracovních podmínek v textilních továrnách v rozvojových zemích (zejména Čína, Indie, Bangladéš), kde se pro český trh šije většina oblečení. Z více než sta oslovených oděvních firem jich odpovědělo pouze 21. Osm z nich vyrábí svoji produkci v České republice. *„Firmy jako Esprit, New Yorker, Orsay či Promod nikdy nekontrolují podmínky v továrnách neohlášeně, vždy se dopředu ohlásí, a tím pádem tam pak naleznou, co vidět chtějí – vše vypadá navenek naprosto v pořádku,“* komentuje výsledky průzkumu koordinátorka kampaně Michaela Rychtecká. Finální zpráva Smíme vědět, co nosíme? o výsledcích průzkumu bude představena 7. června v 10.30 v Café Therapy v Praze.

Jedině firma Levi Strauss uvádí na svých webových stránkách seznam všech svých dodavatelů. K podobnému kroku se neuchýlila žádná další společnost – na přímé dotazy většinou odpovídaly odmítavě. Nelze tak dosledovat původní továrnu, kde své oděvy jednotlivé značky šijí. Ani v prodejnách Levi Strauss, stejně jako v žádných jiných prodejnách firem, které odpověděly na otevřený dopis, však nelze koupit zboží s nezávislým certifikátem – například Fairtrade či Fairwear.

Kampaně jako je v Česku právě probíhající Ušili to na nás! vedly v Německu, díky tlaku spotřebitelských sdružení zapojených do mezinárodní koalice Clean Clothes Campaign, ke stažení klamavé reklamy obchodního řetězce Lidl. Lidl ve spotu nepravdivě uváděl, že při výrobě textilního zboží, jež se prodává i v ČR, byly zaručeny slušné pracovní podmínky dělnic v Bangladéši.

**Tisková konference: 7. června 2010, 10:30 hodin, Café Therapy, Školská 30, Praha 1. K dispozici bude mj. celé znění výzkumné zprávy Smíme vědět, co nosíme? a dále DVD s krátkým filmem a fotografiemi z textilních továren v indickém Gurgaonu a bangladéšské Dháce. Občerstvení včetně fairtradové kávy, čokolády a čaje zajištěno.**

### **Kontakt:**

Michaela Rychtecká, Společnost pro Fair Trade, [misa.rychtecka@fairtrade.cz](mailto:misa.rychtecka@fairtrade.cz), 775 712 975 (koordinátorka kampaně Ušili to na nás!)

Gabriela Štěpánková, Společnost pro Fair Trade, [gabriela.stepankova@fairtrade.cz](mailto:gabriela.stepankova@fairtrade.cz), 776 226 691 (specialistka PR)

## Kampaň Ušili to na nás!

Kampaň Ušili to na nás! si klade za cíl **zlepšovat pracovní i životní podmínky dělníků v rozvojových zemích**, ze kterých pochází většina našeho spotřebního zboží. Dbá proto na to, aby veřejnost dostávala **dostatek informací** o podmínkách, jež při výrobě spotřebního zboží panují. Snaží se docílit, aby se spotřebitelé **zajímali o původ svého oblečení** a svou nákupní sílu používali cíleně a pozitivně. Se zájmem zájmu spotřebitelů pak míří na **změnu přístupu oděvních firem a obchodníků** s tímto zbožím a snaží se přispět k takovým legislativním změnám, které by na tyto firmy kladly větší odpovědnost za původ jimi prodávaného zboží.

V neposlední řadě se kampaň rovněž snaží o **rozšíření nabídky alternativ k běžnému zboží**, aby zákazníci, kteří nechtějí kupovat eticky diskutabilní zboží, měli na výběr a mohli nakupovat i výrobky s nezávisle ověřovanou certifikací (Fairwear, Fairtrade či jinou, kterou garantuje nezávislá autorita).

Více o kampani Ušili to na nás! se dočtete na [www.usiltonanas.cz](http://www.usiltonanas.cz).

Na 12. června připadá **Mezinárodní den boje proti dětské práci**, který vyhlásila Mezinárodní organizace práce (ILO). Podle údajů UNICEF je po celém světě nuceno pracovat více než čtvrt miliardy dětí, a to především v Asii, Africe a Latinské Americe. Upozornit na tuto skutečnost a celkově na otřesné podmínky v továrnách na výrobu oděvů hodlá v Brně 9. června **Módní přehlídka na náměstí Svobody** (v 11:00 a 13:30 hodin). K vidění budou originální modely z netradičních materiálů jako jsou igelitové tašky či králičí pletivo.

## Společnost pro Fair Trade

Společnost pro Fair Trade je nevládní nezisková organizace, která se zabývá podporou a propagací fair trade jako účinného nástroje k prosazování udržitelného rozvoje v zemích globálního Jihu. Zasazuje se o šíření odpovědného přístupu ke spotřebě a nabízí programy globálního rozvojového vzdělávání. Pod názvem NaZemi provozuje síť obchodů a prodejních míst produktů fair trade. Zisk z prodeje plyne na propagaci fair trade v České republice. Více na [www.fairtrade.cz](http://www.fairtrade.cz) a [www.svetvnakupnimkosiku.cz](http://www.svetvnakupnimkosiku.cz).

Projekt je realizován s finanční podporou Evropské unie. Obsah projektu je zcela na odpovědnosti Společnosti pro Fair Trade a jako takový nemůže být považován za stanovisko Evropské unie. Projekt byl podpořen z prostředků Ministerstva zahraničních věcí ČR v rámci Programu zahraniční rozvojové spolupráce ČR.

