



Puhtaat vaatteet

Clean Clothes Campaign Finland



KAMPANJAOPAS 2011



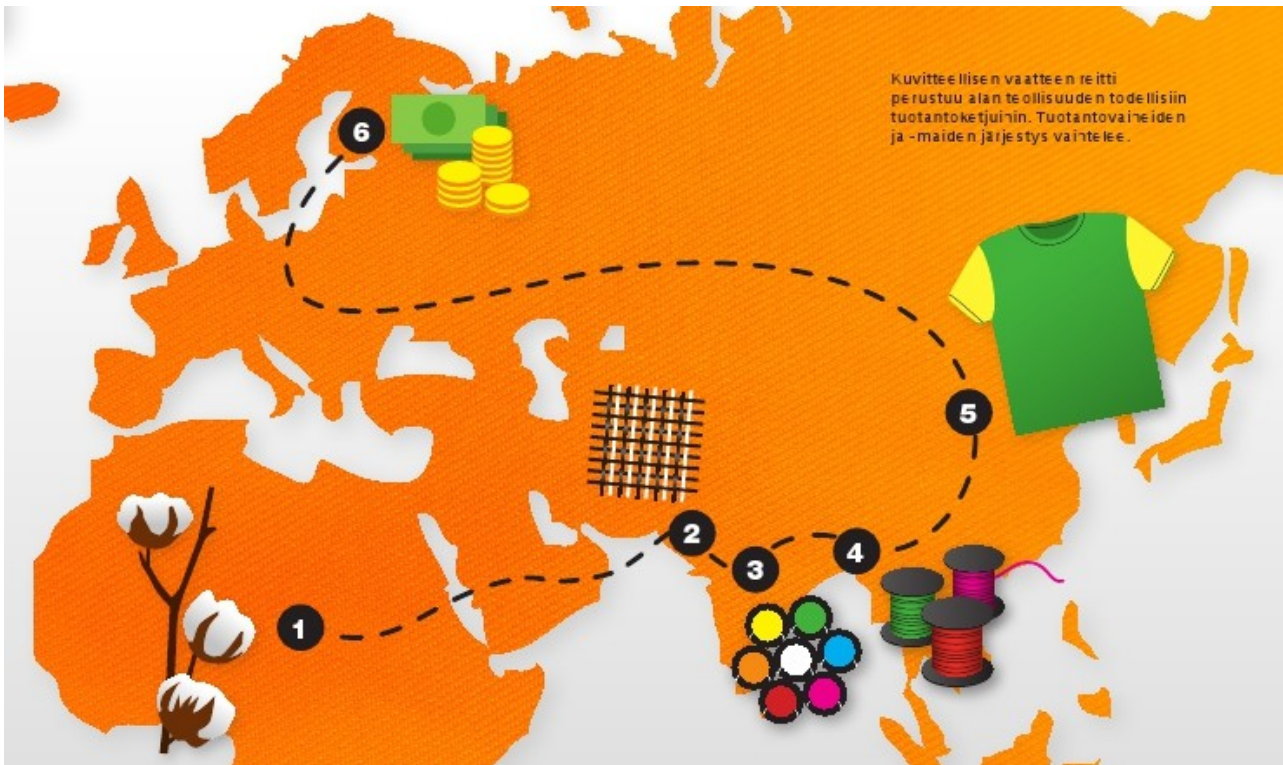
Suomessa ostettiin vaatteita 3,4 miljardilla eurolla vuonna 2009. Valtaosa näistä on tehty Aasian halpatuotantomaisissa.

Vaatteiden matka puuvillapelloilta suomalaisiin vaatekauppoihin on pitkä ja mutkikas. Ja kovimman hinnan vaatteista maksavat tänä päivänä niiden tekijät.

Globalisoitunut tuotantoketju peittää alleen epäinhimillisiä työolosuhteita, joihin Puhtaat vaatteet -kampanjalla halutaan puuttua: ylipitkät työpäivät, nälkät palkat ja hengenvaaralliset työolot ovat vaatetusalan arkipäivää.

Tässä oppaassa kerrotaan Puhtaat vaatteet -kampanjan sisällöstä, sekä siitä, mitä sinä voit tehdä oikeudenmukaisemman vaatetus- ja urheiluvälineteollisuuden puolesta.

Tervetuloa mukaan!



Kuvitteellisen vaatteiden reitti perustuu alan teollisuuden todellisiin tuotantoketjuihin. Tuotantovaiheiden ja -maiden järjestys vaihtelee.

- 1. Puuvilla tulee esimerkiksi Afrikasta**
- 2. Se kehrätään ja kudotaan Pakistanissa**
- 3. Värjätään Intiassa**
- 4. Vaatteet ommellaan Bangladeshissa**
- 5. Viimeistellään ja pakataan Kiinassa**
- 6. EU-alueen kautta kaupan hyllylle Suomeen**

1. TAUSTAA

1.1. Globaali tuotantoketju

Suomen kaupoissa myytävät vaatteet on useimmiten tuotu maahamme pitkien matkojen päästä. Vaatteiden ja asusteiden tuotantoketju raaka-aineesta valmiiksi tuotteeksi on usein pitkä ja

sitä on vaikea seurata: raaka-aine tuotetaan yhdessä maassa, kangas kudotaan toisessa, vaate leikataan ja ommellaan kokoon kolmannessa ja viimeistellään ja pakataan neljännessä maassa.

Suurin osa Suomen markkinoilla tarjolla olevista vaatteista tulee Aasiasta. Tällä hetkellä suurin vaatteiden tuoja on Kiina, mutta Bangladesh, Intia ja Kambodzha tuottavat myös merkittävän osan länteen tuotavista vaatteista.

Tekstiiliteollisuudessa työskentelevän työntekijän päivä on usein erittäin raskas. On vaikea suunnitella elämää eteenpäin, kun palkat ovat pieniä ja työsuhteet epävarmoja. Työntekijöiden, joista valtaosa on naisia, oikeuksia rikotaan: seksuaalinen ahdistelu on yleistä ja palkat eivät riitä elämiseen - lisäksi työntekijät tekevät jopa 18-tuntisia työpäiviä, 7 päivää viikossa. Työolojen parantamista yrittävät työntekijät joutuvat usein vaikeuksiin ja heidät voidaan erottaa. Ammatillinen järjestäytyminen on vaikeaa ja joskus jopa hengenvaarallista.

Kehitysmaiden hallitukset ovat osaltaan tukeneet tätä kehitystä luomalla *vapaatuotantoalueita*, valtion sisälle perustettuja alueita, joita ei koske maan kansallinen lainsäädäntö. Niiden tarkoitus on houkutella maahan ulkomaisia sijoittajia tarjoamalla erittäin edullisia ehtoja kuten verovapauksia, raaka-aineiden ja valmiiden tuotteiden ilmaista vientiä ja tuontia sekä liiketiloja. Ammatillinen järjestäytyminen on usein kiellettyä vapaatuotantoalueilla.

Maailmassa arvioidaan olevan tällä hetkellä 2700 vapaatuotantoaluetta, joilla työskentelee 43 miljoonaa ihmistä.

Enemmistö vapaatuotantoalueiden työntekijöistä on naisia. Vapaatuotantoalueiden palkat ovat pieniä, koska valtiot käyvät keskenään kilpailua palkoista ja muista työehdoista houkutellakseen sijoittajia. Monet työntekijöistä myös asuvat vapaatuotantoalueilla.

1.2. Vaatetusteollisuuden ongelmat

Työympäristö

Tekstiilitehtaiden työympäristöt ovat karut: valaistus ja ilmastointi ovat huonot sekä lämpötila usein korkea, hätäuloskäynnit eivät ole käytössä. On hyvin tavallista, että työtä joudutaan tekemään ilman asianmukaisia suojarusteita. Tehdassaleissa ilma on sakeanaan puuvillasta irtoavasta mikroskooppisen pienestä kuidusta, jota työntekijät joutuvat hengittämään. Niin ikään valkaisussa ja värjäyksessä käytetään vahvoja kemikaaleja, jotka ovat vaarallisia sekä luonnolle että ihmiselle: erityisesti puuvillan käsittelyssä vapautuu usein myrkkyjä, joita puuvillapeltoon on ruiskutettu. Myös näiden myrkkyjen hengittäminen on vahingollista. Lisäksi työtahti tehtaissa on kova: taukoja saa pitää harvoin ja on tavallista, että jopa wc:ssä käyntiä rajoitetaan tai kielletään.

Työajat

Vaatetus- ja kenkäteollisuuden työajat ovat tyypillisesti erittäin pitkiä: 80 viikkotuntia on pikemminkin sääntö, kuin poikkeus. Vaateyritykset perustelevat epäinhimillisen pitkiä työaikoja usein sillä, että työntekijät haluavat tehdä pitkiä päiviä, mikä voi pitää paikkansa. Syy *työintoon* on tosin siinä, ettei peruspalkka riitä

elämiseen. Toinen syy ylipitkiin päiviin on tehtaanjohdon ahneus: tehtaot ottavat mielellään vastaan tilauksia, jotka ylittävät tehtaon kapasiteetin. Syynä tähän on tehtaiden epävarmuus seuraavan tilauksen saapumisesta. Työntekijöille tämä voi tarkoittaa yli 20 tunnin työpäiviä, jotta tilaus saataisiin toimitettua.

21-vuotias indonesialainen työntekijä kertoo: "Kesä- ja heinäkuussa 2003 ompelimme aamuseitsemästä aamuneljän (21 tuntia), koska Reebokilta oli tullut suuri tilaus. Saimme mennä kotiin noin seitsemäksi tunniksi, mutta meidän oli oltava takaisin tehtaalla klo 11 aamupäivällä. Seuraava työpäivä päättyi kymmeneltä illalla."

Lapsityövoima

Maailmassa on yli 200 miljoonaa lapsityöläistä, jotka työskentelevät laajasti eri aloilla: puuvillan poiminnassa, jalokiviteollisuudessa, maataloudessa ja kaupustelijoina. Lapsityövoimaan turvaudutaan usein siksi, että vanhemmat eivät ansaitse tarpeeksi elättääkseen perheensä. Lapsityövoiman käyttöä perustellaan usein köyhyydellä - harvoin kuulee selvennettävän, että lapsityö itsessään pitää yllä köyhyyttä, koska sen käyttö painaa palkkoja alas. Luonnollisestikin lasten työskentely myös estää heidän koulunkäyntinsä, mikä on omiaan ylläpitämään köyhyyden kehää.

Vientivoittoisessa vaateteollisuudessa lapsityövoiman käyttö on vähentynyt. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö lapsityövoimaa enää käytettäisi vientiteollisuudessa. Lapsityövoimaa uskotaan esiintyvän enemmän raakamateriaalin kuten puuvillan ja silkkilangan käsittelyssä. Näitä tuotannon osia on tyypillisesti

ulkopuolisen vaikeampi kontrolloida, jos pitkässä tuotantoketjussa on mukana useita alihankkijoita. Tuotantomaiden kotimaisessa teollisuudessa lapsityövoimaa käytetään yhä yleisesti.

Ammattiyhdistysoikeudet

Monissa niistä maista, joissa käyttämämme vaatteet tuotetaan, oikeuksia vapaaseen ammatilliseen järjestäytymiseen on rajoitettu tai niitä ei ole. Esimerkiksi Kiinassa ammattiyhdistystoiminta on kielletty ja vapaiden ammattiyhdistysten perustamisyrietykset voivat johtaa kuolemaan.

Turkissa kaksi kolmasosaa valmisvaateteollisuuden työntekijöistä on päivätyöläisiä ja siirtotyöläisiä eikä heillä ole mahdollisuutta ammatilliseen järjestäytymiseen. Toki on myös maita, kuten Intia ja Kambodža, joissa ay-toiminta on lain mukaan mahdollista, mutta näissä maissa työnantajat usein estävät työntekijöiden järjestäytymisen.

Ammattiyhdistysoikeuksien puuttuminen on vaatetusteollisuuden suurin ongelma. Muiden ongelmien, kuten elämiseen riittämättömien palkkojen, pitkien työaikojen ja vaarallisten työolojen voidaan katsoa johtuvan siitä, että työntekijöillä ei ole oikeutta järjestäytyä. Ammattiyhdistysoikeuksien kunnioittaminen on ainoa kestävä ratkaisu vaatetusteollisuuden epäkohtiin. Työntekijöille täytyy antaa mahdollisuus vaikuttaa itse omaan tilanteeseensa.

Palkat

Tavallisesti lasketaan, että vaatekappaleen myyntihinnasta 0,5-5 prosenttia menee työntekijöiden palkkoihin. Useimmat vaate-

yritykset edellyttävät sosiaalisen vastuun ohjeistossaan, että työntekijöille maksetaan vähintään kansallinen minimipalkka. Minimipalkat on kuitenkin usein asetettu niin matalalle, etteivät riitä elämiseen.

Elämiseen riittävä palkka on summa, joka riittää ruokaan, asumiseen, vaatteisiin, sairaanhoitoon ja koulumaksuihin sekä mahdollistaa myös pienen rahasumman laittamisen sivuun. Tällainen palkka olisi ansaittava ilman, että perheen työssäkäyvät jäsenet tekevät jatkuvasti ylipyöriä työpäiviä.

1.3. Työntekijöiden oikeudet ja yritysten yhteiskuntavastuu

Työntekijöiden oikeudet

Kaikilla työntekijöillä – riippumatta sukupuolesta, iästä, kotimaasta, asemastaan työmarkkinoilla tai asuinpaikasta – on oikeus hyviin ja turvallisiin työoloihin. Työntekijöillä on oikeus järjestäytyä vapaasti ja neuvotella kollektiivisesti työehtosopimuksista. Heillä on myös oikeus ansaita elämiseen riittävä palkka, jonka turvin on mahdollista elää ihmisarvoista elämää. Näihin oikeuksiin liittyvät minimistandardit perustuvat kansainvälisen työjärjestön ILO:n konventioihin, vuonna 1998 hyväksytyyn ILO:n työelämän perusoikeuksien julistukseen sekä YK:n ihmisoikeusjulistuksen 23. artiklaan.

Nämä oikeudet kuuluvat kaikille työntekijöille, vaikka heitä tai heidän työpaikkojaan ei olisi virallisesti tunnustettu – siis myös ns. harmaan sektorin työntekijöille. Työntekijöillä on oikeus tietää oikeuksistaan, jotka heille kuuluvat kansallisen ja kansainvälisen lain mukaan sekä myös vapaaehtoisten sopimusten mukaan.

Eettiset ohjeistot

Vaikka työläisten oikeudet ovat tärkeä osa universaaleja ihmisoikeuksia, niitä rikotaan jatkuvasti. Yhä suurempi osa sekä kuluttajista että ammattiliitoista ja kansalaisjärjestöistä vaativat yrityksiä panostamaan enemmän yhteiskuntavastuuseen. Suurilla yrityksillä on paljon vaikutusvaltaa, joten niiden on myös kannettava vastuu tekstiilialan työolojen kehittämistä kansainvälisten standardien mukaisiksi.

Yritysten eettiset ohjeistot vaihtelevat paitsi sisällöiltään myös sitoutumisasteiltaan. CCC on kehittänyt eettisen malli-ohjeiston, joka pitää sisällään kansainvälisen työjärjestön ILO:n työelämän perussopimukset. Näihin kuuluvat oikeus järjestäytyä ja neuvotella työehtosopimuksista, saada elämiseen riittävää palkkaa, turvalliset työolot, ylärajat työaikoihin sekä syrjinnän, pakkotyön ja lapsityövoiman käytön kieltö.

Sen lisäksi, että yritykset luovat perusteellisen, vakuuttavan ja läpinäkyvän eettisen ohjeiston, joka perustuu kansainvälisiin työelämästandardeihin ja ihmisoikeuksien säädöksiin, niiden tulee sitoutua sen käyttöön: ohjeiston vaikuttavuutta on seurattava, tuloksia varmennettava ja järjestelmää kehitettävä vastaamaan työoloissa esiintyviä haasteita. Yhtiöiden tulee myös suhtautua myönteisesti työntekijöiden järjestäytymisvapauteen ja työehtosopimusneuvotteluihin: työntekijöiden mahdollisuus vaikuttaa omiin työoloihinsa on turvattava.

Eettiset yhteistyöverkostot

Yksi tapa yrityksille työskennellä sosiaalisen vastuun hyväksi on

liittyä jäseneksi *eettiseen yhteistyöverkoston*. Eettisellä yhteistyöverkostolla Puhtaat vaatteet -kampanja tarkoittaa yhteistyöelintä, jossa on mukana jäseniä yrityksistä, ammattiliitoista ja kansalaisjärjestöistä, mikä tarkoittaa, että päättävissä asemissa on siis muitakin osapuolia kuin yrityksen edustajia.

Eettisillä yhteistyöverkostoilla voi olla erilaisia tavoitteita. Esimerkiksi *Social Accountability 8000 (SA8000)* voi sertifioida tavarantoimittajien tehtaita. *Ethical Trade Initiative (ETI)* ja norjalainen *Initiativ för etisk handel* toimivat foorumeina, joiden jäsenet vaihtavat kokemuksia ja tietoja. Liittyminen jäseneksi eettiseen yhteistyöverkoston on ensimmäinen askel. Toinen, ja Puhtaat vaatteet -kampanjan mielestä se tärkeämpi, on verkoston suositusten toimeenpano.

Tehdasolojen valvonta

Vaikka monilla yrityksillä on jo käytössä eettinen ohjeisto, sen käyttäminen ja valvominen jää usein puutteelliseksi. Tutkimuksen mukaan eettiset tarkastuskäynnit ovat usein lyhyitä, pinnallisia ja huolimattomia. Suuren osan niistä tekevät globaalit yritykset, joiden henkilökunnalla voisi olla parannettavaa kokemuksessa ja pätevyydessä. Valvontakäyntien jälkeen ei useinkaan tehdä riittävää toimenpideohjelmia. Eikä valvontateollisuus ole läpinäkyvää.

Looking for a quick fix -tutkimuksen mukaan eettiset valvontajärjestelmät eivät pystyneet puuttumaan varsinkaan yhdistymisvapauden rajoitukseen sekä liiallisiin ja pakollisiin ylitöihin. Valvontajärjestelmä osoittautui myös liian heikoksi parantamaan työntekijöiden halventavaa kohtelua.

Haastatteluissa työntekijät kertoivat monista epäkohdista: tehtaan johto oli ollut läsnä, kun hankkijayrityksen edustaja oli keskustellut heidän kanssaan, eivätkä he olleet uskaltaneet kertoa työpaikan ongelmista tai heitä ei ollut lainkaan päästetty yrityksen sosiaalisesta vastuusta huolehtivien vieraiden puheille.

2. PUHTAAT VAATTEET -KAMPANJA

2.1. Clean Clothes Campaign

Kansainvälisellä Clean Clothes Campaign -kampanjaverkostolla (CCC) on yli 200 kumppanijärjestöä ympäri maailmaa. Kumppanit auttavat kampanjaa identifioimaan paikallistason ongelmat ja tavoitteet sekä auttavat kampanjastrategioiden kehittämisessä. CCC on toiminut Euroopassa vuodesta 1989, ja sen läheisiä yhteistyökumppaneita ovat samankaltaiset työntekijöiden oikeuksia ajavat järjestöt Yhdysvalloissa, Kanadassa ja Australiassa.

CCC:llä on neljä päätavoitetta:

- 1) Saada vaatteita valmistuttavat yritykset ottamaan vastuu siitä, että niiden tuotteet valmistetaan ihmisarvoisissa työoloissa
- 2) Solidaarisuuden osoittaminen vetoomustoiminnalla sellaisissa yksittäisissä tapauksissa, joissa on rikottu työ- ja ihmisoikeuksia
- 3) Suuren yleisön tietoisuuden lisääminen vaatetus- ja urheiluvälineteollisuuden työoloista sekä kuluttajien aktivointi

4) Lainsäätäjiin vaikuttaminen, jotta hallituksista ja yrityksistä tulisi eettisiä kuluttajia.

2.2. Periaatteet

Puhtaat vaatteet -kampanjan työ nojaa seuraaviin periaatteisiin:

* Työntekijöiden oikeudet ovat kampanjan lähtökohta.

Työntekijöiden itsensä pitäisi (voida) ottaa vastuu omasta järjestäytymisestään ja voimaantumisestaan.

* Yleisöllä on oikeus tietää, missä ja miten heidän vaatteensa ja kenkänsä on tuotettu.

* Yleisö voi ja sen pitäisi ryhtyä toimiin sen puolesta, että työntekijöiden oikeuksia kunnioitetaan. Puhtaat vaatteet ei kuitenkaan yleensä suosittelen boikotteja tavoitteiden saavuttamiseksi. Boikotointi vaarantaa pahimmassa tapauksessa työläisten työpaikat, kun tehtaalta vaatteita tilaava yhtiö lopettaa tilauksen ja sillä tapaa pesee kätensä julki tulleista väärinkäytöksistä. Puhtaat vaatteet -kampanja rohkaiseekin brändiyrityksiä ja jälleenmyyjiä luomaan pikemminkin pitkäkestoisia ja vakaita sopimuksia ostajien ja alihankkijoiden välille.

* Työntekijät ovat itse omien tarpeidensa parhaita asiantuntijoita ja tuntevat parhaiten riskit, joita he joutuvat ottamaan ajaessaan asioitaan. Julkisuudessa käytäviä kampanjoita, joilla kiinnitetään huomiota työntekijöiden oikeuksien rikkomisiin, ei ryhdytä toteuttamaan ennen kuin työntekijöiden tai heidän edustajiensa kanssa on neuvoteltu.

* Hallitusten tulisi laatia sitovia lakeja, jotka noudattavat ILO:n konventioissa mainittuja standardeja.

* Työntekijöiden oikeuksia ei voida saavuttaa eikä ylläpitää ilman, että taustalla olevat sukupuolikysymykset otetaan huomioon.

* Hallitusten ja kuntien tulisi myös ottaa käyttöön sosiaalisen

vastuun periaatteet omissa julkisissa hankinnoissaan.

Kampanjan rooli **ei ole valvoa** ja varmentaa tekstiilialalla toimivien yhtiöiden taustoja eikä kampanja pidä listaa ns. ”puhtaista” yhtiöistä. Sen sijaan se kannustaa vaatetus- ja urheiluvälineyhtiöitä kehittämään tuotantonsa työoloja.

2.3. Suomen Puhtaat vaatteet -kampanja

Suomalainen Puhtaat vaatteet -kampanja on osa kansainvälistä Clean Clothes Campaign -verkostoa ja se perustuu samoihin periaatteisiin. Suomen liittyessä mukaan kampanjaan 8.3.2010 CCC toimi 14:ssä Euroopan maassa ja sen jäseniä ovat ammattiliitot ja monipuolisesti eri asioita kuten naisten oikeuksia ja köyhyyden vähentämistä ajavat kansalaisjärjestöt.

Suomessa Puhtaat vaatteet -verkoston jäseniä ovat tällä hetkellä Changemaker, Luontoliitto, Palvelualojen ammattiliitto PAM, Eettisen kaupan puolesta ry, Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK, TEAM Teollisuusalojen ammattiliitto sekä Ammattiliitto Pro.

Suomalaisten yritysten aloitteet yhteiskuntavastuun alueella ovat edelleen lapsen kengissä. Tämä selviää mm. FinnWatchin raportissa ”Ostoja etelästä ja hikipajoista – kotimaisten vaate- ja urheilu-yritysten sosiaalinen ja ympäristövastuu” (2009). Puhtaat vaatteet -kampanja on tärkeä ja tehokas tapa tuoda vaatetusteollisuuden epäkohdat julkisuuteen ja sitä kautta luoda yrityksiin kohdistuvaa painetta puuttua näihin ongelmiin. Haluamme kannustaa yrityksiä toimimaan vastuullisemmin!

Puhtaat vaatteet -kampanja vaikuttaa

- a) Suomalaisiin kuluttajiin ja laajemmin yhteiskuntaan kasvattamalla tietoisuutta vaatetusteollisuuden epäkohdista, ja kannustamalla ihmisiä vaatimaan yrityksiltä eettisesti tuotettuja vaatteita.
- b) Suomalaisiin vaatetusalan jälleenmyyjiin ja yrityksiin, jotta he turvaisivat työntekijöidensä oikeudet, ja vaatisivat samaa myös alihankkijoiltaan. Lisäksi heidän on lisättävä tuotantoketjun läpinäkyvyyttä.
- c) Suomen valtion ja kuntien päättäjiin, jotta he ottaisivat työntekijöiden oikeudet huomioon julkisissa hankinnoissaan.

Lisätietoja raporteista ja kampanjasta:

www.puhtaatvaatteet.fi,
www.cleanclothes.org,
www.renklader.org

3. CASE: TAPPAJAFARKUT

**Farkkujen hiekkapuhallus
on tappava trendi**



Puhtaat vaatteet -kampanja vaatii maailmanlaajuisia kieltä farkkujen hiekkapuhallukselle. Työntekijöiden oikeuksia ajavien järjestöjen mukaan joka vuosi kymmenet tuhannet farkkuteollisuuden työntekijät altistuvat hengenvaaralliselle työmenetelmälle - muotivillityksen vuoksi.

Hiekkapuhallus on farkkujen viimeistelyä, jota tehdään, jotta vaate saataisiin näyttämään muodikkaasti haalistuneelta, kuluneelta tai valkaistulta. Kuluneennäköiset farkut ovat kannattavaa liiketoimintaa, sillä vähittäiskaupassa hiekkapuhalletuista farkuista saa huomattavasti paremman hinnan kuin tavallisista farkuista.

Trendin todelliset kustannukset ovat kuitenkin piilossa: hiekkapuhallustyöntekijät sairastuvat tappavaan kivipölykeuhko-sairauteen niissä maissa, joissa suurin osa vaatteistamme valmistetaan, kuten Bangladeshissa, Egyptissä, Kiinassa, Turkissa, Brasiliassa ja Meksikossa.

Koska farkkujen hiekkapuhallusta tehdään yleisimmin pienissä ja tuntemattomissa alihankintaverstaissa, työsuojeluvalvonnan ulkopuolella, suurelta osin farkkutuottajat eivät pysty varmuudella takaamaan, millaisella tekniikalla ja millaisin suojavaarustein heidän farkkujensa viimeistelytyö on lopulta tehty. Tämän vuoksi moni tunnettu merkkiyhtiö on luopunut terveydelle haitallisen työmenetelmän käytöstä poistamalla hiekkapuhalletut tuotteet mallistoistaan kokonaan. Esimerkiksi farkkuvalmistajat Levi-Strauss, Lee, Wrangler ja Pepe Jeans sekä muotijätti Hennes&Mauritz ovat äskettäin ilmoittaneet lopettavansa hiekkapuhallettujen farkkujen myynnin, mikä antaa ymmärtää, ettei alan omavalvonnalla pystytä takaamaan hiekkapuhaltajien työturvallisuutta.

Hiekkapuhallus historiaan

Vaikka moni tunnettu merkkiyhtiö on jo tunnustanut hiekkapuhalluksen vaarat ja luopunut terveydelle haitallisen

työmenetelmän käytöstä poistamalla hiekkapuhalletut tuotteet mallistoistaan, tappavan trendin aallonharjalla ratsastaa yhä usea kansainvälinen brändi.

Puhtaat vaatteet -kampanja yhteistyökumppaneineen pyytää niitä merkkiyhtiöitä, jotka yhä valmistavat hiekkapuhallettuja farkkuja, aloittamaan välittömästi tuotannon vaiheittaisen lopettamisen. Lisäksi kampanja vetoaa kuluttajiin kannustaen näitä kertomaan brändeille, ettei tappajafarkkuja haluta ostaa. Hiekkapuhalluksen yhä sallivia hallituksia kampanja kehottaa kieltämään työmenetelmän hengenvaarallisena sekä harkitsemaan hiekkapuhallettujen tuotteiden maahantuontikieltoa.

Lisätietoa tappajafarkuista, vetoamus hiekkapuhalluksen lopettamiseksi sekä listaus farkkumerkkien *hyvistä pahoista ja rumista* on luettavissa kampanjan nettisivuilla osoitteessa www.puhtaatvaatteet.fi.

4. KAMPANJATYÖKALUT – MITÄ VOIMME TEHDÄ?

Jokainen meistä voi toimia eettisemmän vaatetusteollisuuden puolesta. Jotta kampanja olisi mahdollisimman tehokas tarvitsemme paljon näkyvyyttä, joten jokaisen asiasta kiinnostuneen panos on arvokas. Vaikuttamistapoja on monta. Jollei paikkakunnallasi ole vielä Puhtaat vaatteet -kampanjaan liittyvää toimintaa, voit itse perustaa kampanjaryhmän: yhdessä on helpompaa ja hausempaa kampanjoida! Toimintaideoita, kampanjamateriaalia sekä tsemppiä saat Eetti ry:stä.

Vinkkejä kampanjointiin puhtaiden vaatteiden puolesta

- × Tiedostava kuluttaja vaatii yrityksiltä puhtaita vaatteita, esimerkiksi **kysymällä vaatekaupan myyjältä** ostamiensa vaatteiden alkuperästä ja tuotanto-olosuhteista. Kampanjan **vaikuttamiskortit** ovat helppo ja tehokas tapa kohdistaa tarvittavaa kuluttajapainetta yrityksiin. Voit myös ottaa yhteyttä vaateliikkeisiin niiden nettisivuilta löytyvien **sähköisten palautelomakkeiden** kautta.
- × Kampanjan nettisivuilta löydät **sähköisiä vetoomuksia**, joiden avulla puututaan suoraan konkreettisiin tapauksiin, jossa työntekijöiden oikeuksia on rikottu. Allekirjoittamalla vetoomuksen osoitat tukesi työntekijöille. Vetoomukset laaditaan yleensä yhdessä eurooppalaisen kampanjaverkoston ja aasialaisten yhteistyötahojen kanssa ja ne suunnataan tavallisimmin joko eurooppalaiseen jälleenmyyjiin, valmistajiin tai tuotantomaiden hallituksiin.
- × Vaadi **kotikuntasi** päättäjiä ottamaan eettiset periaatteet huomioon tekstiilihankinnoissa.
- × Ehdota urheiluseurallesi, että **urheiluvaateostoksissa** otetaan eettisyys huomioon.
- × Myös **työpaikallasi** tai **seurakunnassasi** voit pitää aihetta esillä esimerkiksi järjestämällä keskustelutilaisuuden vaatetusteollisuudesta. Voit kutsua paikalle myös Eetin työntekijöitä ja/tai aktiiveja, he kertovat mielellään teemasta enemmän.
- × Järjestä **opintopiiri, keskustelutilaisuus tai leffailta**.
- × Osallistu paikkakunnallasi kesätapahtumaan, joulumarkkinoihin tms. ja pidä **kampanjapöytää**, jossa jaat esimerkiksi esitteitä ja vaikuttamiskortteja ja kerrot ohikulkijoille kampanjasta. Tilaa materiaalit ilmaiseksi Eetin toimistolta.

- × Kirjoita **mielipidekirjoitus** paikallislehteen. Voit esimerkiksi viitata FinnWatchin laatimaan raporttiin *Ostoja etelästä ja hikipajoista* tai tehdä oman pienen kyselyn paikallisissa kaupoissa.
- × Muoti- ja naistenlehtien lukijapalstat, lehtien nettikeskustelut ja Facebook-sivut sekä blogit ovat loistava kanava **herätellä keskustelua nykypäivän muotitrendeistä**.
- × **Muistathan myös liittyä Puhtaat vaatteet -kampanjan Facebook -faniksi!** Fanisivun kautta saat tuoreinta tietoa vaateteollisuuden tapahtumista sekä pysyt parhaiten kärryllä kampanjan uusimmista käänteistä.

Tempaukset ovat hyvä tapa saada huomiota ohikulkijoilta ja ne voivat myös houkutella mediaa paikalle. Alla muutama idea sekä kampanjatiedotuksen muistilista.

Pyykkinaru

Tämä tempaus on helposti toteutettavissa ja se herättää huomiota. Sen voi hyvin yhdistää infopöydän pitämiseen. Ripusta pyykkinaru ja siihen vaatteita. Kiinnitä vaatteisiin lappuja, joissa lukee tietoa vaatteiden alkuperästä, kuten ”Ompelija sai 0,5% tämän paidan hinnasta”.

Vapaatuotantoalue/ompelukoneet

Luo oma vapaatuotantoalueesi! Voit esimerkiksi rakentaa häkin kanaverkosta ja asettaa ompelukoneita ja ompelijoita häkkiin. Ompelukoneita voi myös käyttää ilman häkkiä esimerkiksi infopöydän yhteydessä. Voit kehottaa ohikulkijoita kokeilemaan ompelua ja antaa heille 30 sekuntia aikaa ommella pari kangaspalasta yhteen. Se ei ole helppoa...

Vaihtoehtoinen muotinäytös

Tämä vaatii hieman enemmän suunnittelua, mutta lopputulos on todella näyttävä, ja sitä on hauska tehdä! Kuten oikeassa muotinäytöksessä, tarkoituksena on esitellä vaatteita, mutta tässä esitellään myös vaatteiden tuotanto-oloja. Esimerkiksi näin: ”Tässä tulee Emilia kauniissa mustassa silkkipaidassa. Se on yhtä pikimusta kuin työolot bangladeshilaisessa tehtaassa, jossa työntekijät tekevät 15 tuntisia työpäiviä” jne. Ajatuksia herättävän käsikirjoituksen lisäksi muotinäytöksen toteuttaminen vaatii hyvän musiikin ja koreografian miettimistä.

Kampanjatiedotuksen muistilista:

- × Paras ajankohta tempaukselle mediaa silmällä pitäen on aamupäivällä, viikon alussa. Lähettäkää tiedote 7-4 päivää ennen tempausta.
- × Varmistakaa, että tempauspaikalla on joku joka osaa vastata toimittajien kysymyksiin ja on perehtynyt kampanjan teemoihin. Kiperimmissä kysymyksissä toimittajat voi ohjata ottamaan yhteyttä esimerkiksi Eetin toimistoon.
- × Keksi oma tempaus tai muu toimintamuoto ja kerro siitä kampanjaverkostolle! Jos sinulla on kampanjaan liittyviä kysymyksiä, älä epäröi ottaa yhteyttä kampanjakoordinaattoriin! Yhteystiedot löytyvät nettisivuilta: www.puhtaatvaatteet.fi.
- × Myös Eetin toimistolta saat apua Puhtaat vaatteet -kampanjointiin liittyen: www.eetti.fi

**Yhdessä voimme tukea vaatetusteollisuuden työntekijöitä ja vaikuttaa oikeudenmukaisemman tuotantoketjun puolesta.
Hyvää kampanjointia!**

**Parhain terveisin,
Tanja Eskola, kampanjakoordinaattori**

