ZIN PRO VŠECHNY, KTERÝM TO NENÍ JEDNO

BUDOUCNOST MÓDY JE TADY <3

Clean Clothes Campaign

BEZ PRÁV PRO PRACUJÍCÍ, DŮSTOJNÝCH MEZD, ČISTÝCH ŘEK, BEZPEČNÝCH TOVÁREN A SPRAVEDLNOSTI TO NENÍ FÉROVÁ MÓDA.

PÁR SLOV REDAKCE

Nízká životní úroveň. Stoupající globální povrchová teplota. Těžký průmysl. Nárůst počtu válečných konfliktů. Nejzávažnější krize naší doby vycházejí z vykořisťování většiny, na níž profituje hrstka nejbohatších. Miliardáři z módního průmyslu doslova vydělávají na úkor naší budoucnosti. Zásobují své řetězce, zatímco planeta hoří.

Kapitalismus potlačuje práva lidí pracujících v oděvním průmyslu, znečišťuje přírodní prostředí a chrlí hory textilního odpadu. Je zodpovědný i za nedostatečné odměňování zaměstnanců a zaměstnankyň v maloobchodě. Semílá nás mezi mlýnskými kameny trendů a ze systémových problémů viní jednotlivce. Módní průmysl je mimořádně toxické a destruktivní prostředí, jež ovlivňuje životy nás všech.

Když člověk čelí nekonečné záplavě tragických novinových titulků a neustále se prohlubující společenské nerovnosti, není nijak těžké propadnout beznaději. Úplně to chápu! Ale pocit, že sami nedokážeme nic změnit, je ve skutečnosti jedna velká, pečlivě vystavěná past, jež nás tlačí k nečinnosti, protože nás velké korporace mají raději, když mlčíme a sypeme jim peníze. Hmmm... ne, díky!

Věc se má tak, že si všichni zasloužíme MNOHEM víc. Třeba svět, v němž nikdo není utlačovaný a planeta se nehroutí pod nánosem levného oblečení. Dobrá zpráva je, že toho můžeme dosáhnout – ale jedině pokud se společně postavíme za svá práva na důstojné bytí a žitelnou budoucnost.

Mladí lidé, manuálně pracující, etické oděvní společnosti, příznivci a příznivkyně spravedlivé módy společně vypracovali manifest, jenž popisuje naši společnou představu spravedlivého módního průmyslu. Takového, který zajišťuje důstojnou práci na vzkvétající planetě. Spravedlivá móda znamená prostě a jednoduše rovnost. Pojí se s ní spravedlnost ve všech svých podobách (sociální, ekonomická, genderová a klimatická) pro všechny, kterým módní průmysl někdy ublížil, a do budoucna se snaží škody eliminovat.

Tenhle zin je takovou mladší sestrou onoho manifestu. Každá z myšlenek je ztvárněna sérií rozhovorů, článků a her. Zin se do hloubky zabývá některými z nejpalčivějších problémů módního průmyslu, ale není to jen samý splín a stín. Nabízí taky plno postřehů a nápadů sesbíraných od odborářů a odborářek i mladých lidí, a navíc přináší i možnosti, jak se zapojit v každodenním životě.

Jestli tě taky vytáčejí miliardáři, kteří skrblí ukradené bohatství, kupují si naše politiky a tváří se, že jsme proti nim bezmocní, pak jsi na správném místě. Čti dál a zjisti, jak se bránit a postavit se za lidi pracující v oděvním průmyslu, za planetu a naše komunity. Nejsme sice strůjci problému, ale společně můžeme být součástí řešení. Změna začíná u nás.

Mel ♡

KDO JSME

Jsme Clean Clothes Campaign (CCC), síť 220 organizací ze 45 zemí, která s pracujícími v čele, bojuje za lepší pracovní podmínky v globálním oděvním průmyslu. V Česku zastupuje CCC organizace NaZemi, která vydala českou podobu tohoto zinu.

TAKHLE TO CHCEME!

#1 DŮSTOJNÁ PRÁCE JE GARANTOVÁNA VŠEM LIDEM, BEZ OHLEDU NA JEJICH PŮVOD NEBO ZAMĚSTNÁNÍ.

Z důstojné práce, kvalitního života a rovných práv profituje každý.

VYMEZENÍ DŮSTOJNÉ PRÁCE

Helen Gimber, SÜDWIND-Institute

D **DIGNITY – DŮSTOJNOST:** Práce ti pomáhá růst a respektuje tvé potřeby. Chovají se k tobě jako k člověku, ne jako k robotovi – a to bez výjimky!

E **EQUALITY – ROVNOST:** Stejné platy a práva bez ohledu na to, kdo jsi. Žádná diskriminace – gender, zázemí ani rasa by neměly hrát roli.

C **CASH – MZDA:** Důstojná mzda, která pokryje nutné náklady – nájem, jídlo a dopravu. To je základ, ne něco navíc.

E **EMPOWERMENT – MOC:** Na tvém názoru záleží. Můžeš otevřeně hovořit o problémech v práci, organizovat se a protestovat, požadovat lepší podmínky.

N **NO FEAR – BEZE STRACHU:** Smluvní i strukturální stabilita – žádné zanedbávání zdraví a bezpečnosti ani náhlé vyhazovy. Bezpečný prostor bez obtěžování a represe.

T **TOMORROW – BUDOUCNOST:** Sociální zabezpečení – zdravotní a penzijní pojištění, rodičovská dovolená pro tvé budoucí já. Život se mění. Práce by ti měla pomáhat, ne tě držet zpátky.

Důstojná práce není privilegium, ale základní lidské právo ukotvené v mezinárodních umluvách. Viz: International Labour Organization.

Q: Kdo platí za levné oblečení?

A: Ženy.

Elena Čavlin, YAB [Youth Advisory Board] Srbsko

„Tvrdí, že je to láska. My říkáme, že je to neplacená práce.“ – Silvia Federici

„Sejde z očí, sejde z mysli“ je nevyřčené motto módního průmyslu. Za každým levným tričkem ale stojí lidé, kteří se podíleli na jeho výrobě: ti, kdo zaseli, sklidili a obarvili bavlnu; lidé obsluhující stroje, kteří oblečení sešili; recyklátoři, již ho možná později dostanou. Mnozí pracující jsou ženy. Módní průmysl z velké části závisí na práci žen, ale jejich služby často oplácí sníženou ochranou, nižšími mzdami a nejnáročnějšími úkony.

To je koncept druhé směny: jedna placená směna, jedna neplacená. Ženy globálně zastávají třikrát více neplacené práce než muži. Po dlouhých a náročných směnách vykonávají domácí práce, které se často táhnou až do noci. Ženy vaří, uklízejí, starají se o děti i starší rodinné příslušníky a dohlížejí na každodenní chod domácnosti.

Srbské ženy v časopise Women Speak sdílejí právě takovou realitu. Popisují pracovní tlak i tichou rezignaci, po kterých následuje další várka povinností doma. Vykořisťování se neodehrává jen za zdmi oděvních továren. Můžeme ho najít i v neplacené práci, kterou společnost od žen očekává každý den.

Tohle břemeno je staré jako lidstvo samo. Ovlivňuje ženské zdraví, odpočinek, vzdělání i příležitosti. Každá hodina pendlování mezi placenou a neplacenou prací mohla být věnovaná vzdělávání, participaci v politice, organizaci odborů



Bangladéšské centrum pro solidaritu mezi pracujícími, 2019

nebo třeba tolik potřebnému odpočinku.

Výzkum Centre for the Politics of Emancipation ukazuje, že mzdy v srbském textilním průmyslu zdaleka nedosahují úrovně důstojné mzdy. V roce 2025 byla v Srbsku průměrná mzda v oděvním průmyslu 521 € (asi 12 600 Kč), zatímco minimální důstojná mzda činila 1232 € (zhruba 29 800 Kč). Takový rozdíl vytváří další nátlak na ženy, aby finančně podporovaly rodinu a zároveň se staraly o domácnost.

Ženské pracovnice se také častěji setkávají s genderovými problémy: s diskriminací během těhotenství, nátlakem po mateřské, sexuálním obtěžováním, genderově podmíněným násilím nebo třeba očekáváním, že ženy budou „trpělivé“, „poslušné“ a vděčné za každou práci. Ženy jsou v mnohých továrnách vnímány jako levná a disciplinovaná pracovní síla.



Federace pracujících v oděvním průmyslu Akota, Mezinárodní den žen 2023

Klimatická krize vytváří další vrstvu nespravedlnosti. Stoupající teploty a častější vlny veder jsou pro pracující v neventilovaných prostorech nebezpečné – obzvlášť pro ženy, které musejí kvůli kulturním zvyklostem nosit více vrstev než muži a nemohou se svléknout. Tepelný stres s sebou nese mnohá zdravotní rizika včetně dehydratace, malátnosti a únavy. Pro ženy v menopauze, těhotné nebo menstruující ženy jsou tato rizika ještě větší.

Mnohé světové značky oslavují ženy pouze skrze marketing. Každý mezinárodní den žen postují příspěvky o „ženské síle“. Ale opravdová síla netkví v růžových sloganech na tričkách. Znamená důstojné mzdy, bezpečné pracovní podmínky, placenou nemocenskou, ochranu po dobu mateřské, rodičovské příspěvky i právo se organizovat.

Pokud chceme spravedlivou módu, musíme si nejprve položit otázku, kdo nese tíhu systému na svých bedrech. Až příliš často jsou to ženy.



TAKHLE TO CHCEME!

#2 UNIVERZÁLNÍ SOCIÁLNÍ ZABEZPEČENÍ UMOŽŇUJE KAŽDÉMU DŮSTOJNÝ ŽIVOT ODOLNÝ VŮČI ZMĚNÁM KLIMATU.

Všichni mají k dispozici záchrannou síť, na kterou se můžou spolehnout v období krize. To zvyšuje odolnost vůči sociálním i environmentálním výkyvům.

SOCIÁLNÍ ZABEZPEČENÍ

...je kombinace práv na ochranu pracujících, sociálních jistot a veřejných služeb, které mají vést ke snížení chudoby, zranitelnosti a vyčlenění ze společnosti. To mimo jiné zahrnuje mzdy, pracovní podmínky, zdraví a bezpečnost, placenou neschopenku, rodičovskou dovolenou, odstupné, penzijní pojištění, podporu v nezaměstnanosti, vzdělání, zdravotní péči a podporu v získávání nových dovedností.



TOO HOT TO HANDLE

Cool oblečení se má vyrábět v klimatizovaných továrnách

Na pracujících, kteří omdlévají následkem smrtelných veder, není nic cool. Tepelný stres přitom bude růst spolu s průměrnou teplotou. Pracující v zemích jako Indonésie, Filipíny, Pákistán, Uganda nebo Srbsko už pociťují důsledky globálního oteplování, a to jak v továrnách, tak doma.

Zvláště u žen si vlny veder vybírají fyzickou i emoční daň. Gayani Gomes ze srílanské organizace Women's Centre hovoří o tom, že „ženy v továrnách jsou mnohdy nuceny pracovat dlouhé hodiny v extrémních teplotách, často dokud neomdlí. Na pracovištích jsou kovové střechy a zanedbatelné, nebo dokonce žádné odvětrávání a ženy jsou nuceny pracovat bez nároku na adekvátní přestávku. S vyššími teplotami stoupají i případy genderově podmíněného násilí a obtěžování, což pracujícím ženám přináší další příkoří."

Lidem pracujícím v oděvním průmyslu – kteří už tak sotva vyžijí a jimž kvůli vedru klesá produktivita – hrozí ztráta zaměstnání nebo části výdělku. Továrny kvůli teplotám pozastavují výrobu nebo se přesouvají. Módní značky vlivem extrémních projevů počasí poptávají zakázky jinde. Náklady na péči o zdraví a snižování teplot v domácnostech se zvyšují. Pracující se kvůli nedostatečnému sociálnímu zabezpečení (bez věcí jako placená nemocenská nebo zdravotní pojištění) nacházejí v neřešitelné situaci. Vzít si volno znamená ztrátu příjmu. Pracující jsou tedy během devastujících vln veder nuceni fungovat v nebezpečném a nevětraném prostředí.

A jakou roli v tom hraje oděvní průmysl? Módní značky představují velký zdroj znečištění pro planetu a nestarají se o zmírňování tepelného stresu. Pracující musejí přetrpět nekonečné směny v dusnu a bez větrání, studené vody nebo přestávek na toaletu. A módní společnosti – jejichž manažeři sedí v dalekých klimatizovaných zasedacích místnostech – nejsou schopny poskytnout ani základní podmínky: školení, finanční podporu nebo oporu při adaptaci na klimatickou krizi.

Je na čase, aby se módní průmysl postavil čelem k environmentálním dopadům a vykořisťování lidí. Pracující, kteří na klimatické krizi mají nejmenší podíl, by neměli nést na bedrech její finanční a sociální důsledky. Společnosti by měly 1) platit za škody, které způsobují, 2) chránit práva i úvazky pracujících a 3) zaměřit se na bezpečnostní a

NIKDO BY NEMĚL UMÍRAT KVŮLI MÓDĚ.

24. dubna roku 2013 se zhroutila oděvní továrna Rana Plaza v Bangladéši. Při této katastrofě, které se dalo snadno zabránit, zemřelo minimálně 1138 lidí. Mnohé světové značky následkem tragédie konečně podepsaly The International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry – právně závazný dokument, který má zajišťovat bezpečnější podmínky v bangladéšských a teď i pákistánských továrnách.

Dohoda zaručuje, že továrny společností, jež se k dokumentu připojily, procházejí kontrolami a zjištěná zdravotní rizika jsou napravena. A – což je nejdůležitější – společnosti jsou právně i finančně odpovědné za vzniklé potíže.

Vzhledem k prudkým nárůstům teplot dohoda představuje způsob, jak se vyrovnávat s dopady veder na pracující. Módní značky musejí využít svého vlivu a zajistit, že zaměstnanci, kteří mají na starost dohled nad plněním dohody, účinně prověří rizika spojená s klimatickou krizí.







Odshora dolů: Pietní akt k příležitosti 10. výročí Rana Plaza, foto: Bas Baltus. Protestující pracující, foto: Bangladéšské centrum pro solidaritu mezi pracujícími.

Tepleji než v pekle

Jak rapidně rostoucí teploty a povodně ovlivňují indonéské oděvní pracující

Paula M. Hiemer, YAB Nizozemí

Představ si oděvní továrnu. Obrovská, docela oprýskaná budova z vlnitého plechu, cihel, hliníku a dřevotřísky. Má pár malých oken a veliká kovová vrata. Vevnitř se táhnou nekonečné řady pracovních stolů, regály plné rolí látek, krabice přetékající knoflíky a zipy. Vlhký vzduch je plný textilního prachu a štiplavého pachu chemikálií. Tisíce pracovnic se naklánějí nad stoly, rychle a precizně šijí za neutichajícího hluku stovek šicích strojů. Na stropě bezcílně visí vypnuté větráky.

Takhle mi oděvní pracující v Indonésii vykreslili své pracoviště. Indonésie je jednou ze zemí, které jsou nejnáchylnější ke změnám klimatu. Už teď se potýká se stále nepředvídatelnějšími přívalovými dešti, jež vedou k ničivým povodním. Každý rok v téhle už tak horké zemi padají teplotní rekordy. Když jsem navštívila Jakartu, nebylo mi dovoleno nahlédnout do továren – vedení se obávalo, že jsem ve skutečnosti vyzvědačka jedné ze společností, které zásobují. Místo toho jsem se tedy setkala se skupinkou pracovnic, které jsou členkami odborů zaměřených na ženy. Vyprávěly mi jednak o své nejisté práci – kdy se musejí neustále strachovat, jestli budou schopné za měsíc nebo i týden nakrmit své děti –, jednak o vyčerpávajícím horku a situacích, kdy se továrny zatopí vodou.

Pracoval/a jsi někdy v opravdu horkém a vlhkém dni, kdy tvoje tělo ani mozek nedokážou pořádně fungovat? Možná se ti motala hlava nebo ti bylo na omdlení. To je tepelný stres: reakce těla na nemožnost se ochladit. Může být nebezpečný – když ignoruješ příznaky, dostaneš úpal. Lidé pracující v oděvním průmyslu ale bohužel nemají jinou možnost než pracovat ve vysokých teplotách. V továrnách horko sálá ze strojů, světel a rozpálených žehliček a mísí se s teplým a vlhkým vzduchem zvenku. Vzhledem k tomu, že větráky jsou většinou vypnuté, nehýbe se tu žádný vzduch – tedy až na dny, kdy probíhá kontrola. Dělnice doufají v kontroly každý den. Při nich se totiž pracovní podmínky stávají snesitelnými.

Jindy je tu tak horko, že se pracovnice doslova koupou ve vlastním potu, motá se jim hlava a je jim nevolno, ochromují je migrény a vyčerpání. Hlídači ještě navíc pravidelně kontrolují řady a urážejí všechny, kdo nedrží tempo. Pracovnice každý den omdlévají, a když se proberou, očekává se, že se vrátí k práci. Bojí se, že pokud nenaplní stanovené cíle, přijdou o místo. Některé pracovnice denně jedí prášky na bolest, aby byly schopné pracovat. Jiné si přinášejí malé přenosné větráky ve snaze zajistit alespoň drobný pohyb vzduchu. Odbory si několikrát stěžovaly na vedra, ale vedení jejich stížnosti ignoruje a členy i členky zastrašuje výhružkami, že přijdou o místo.

A teď si popisovanou továrnu představ uprostřed velkoměsta sužovaného povodněmi. Ucpané vodovodní potrubí, zanesené kanály a volné plochy pokryté betonem neumožňují vodě odtékat pryč. Každoroční monzunové deště jsou vinou stoupající teploty oceánů čím dál nevypočitatelnější a silnější. Pracující se musejí do továren brodit ulicemi plnými deš-

ťové vody a toxického odpadu. Když se zatopí továrny, jako první odejde elektřina: světla se vypnou a šicí stroje přestanou hučet. Pracující musejí počkat, dokud elektřina znovu nenaskočí. Pokud se tak nestane, pošlou je domů. Každá ztracená hodina představuje nižší mzdu. A pokud se hladina vody zvedne natolik, že prosakuje do továrních objektů nebo při náhlých povodních zaplaví výrobní prostory, dělnice riskují, že budou za pokus o evakuaci potrestány. V továrnách na boty značek Nike a New Balance se pracující téměř dostali do fyzického konfliktu s vedením, protože chtěli odejít zkontrolovat během povodní své rodiny. A vedení továren samozřejmě udělá cokoli, aby se vyhnulo proplacení dnů, kdy dělnice nemohou kvůli popovodňovému úklidu do práce.

Ve sweatshopech po celém světě klimatická krize narušuje provoz továren. Právě pracující jsou ti, kdo trpí následky environmentálních výkyvů. Jaké je řešení? Jejich odbory musejí mít možnost se svobodně zasazovat o lepší pracovní podmínky, mzdy a ochranu před extrémním počasím. A značky zase musejí přijmout odpovědnost za vykořisťování ve svých dodavatelských řetězcích i následky klimatické krize – za kterou svým podnikáním nesou velkou část odpovědnosti.

COOL THE WORKPLACE!

„Snažíme se co nejrychleji stihnout stanovené úkoly, ale když dojde k nějaké přírodní katastrofě, jsme to my, kdo trpí následky."

„Často se stává, že někdo omdlí. Když se probere, řekneme mu, aby šel domů (...). On ale nechce, protože pracovní tlak je tak velký, že se bojí."

„Dovoluju si tvrdit, že je tu větší vedro než v pekle!"

„Když dojde k povodním (...), vedení nám neproplatí dny, kdy jsme nemohli pracovat, i když je to přírodní katastrofa – neprosili jsme se o ni (...). Očividně to není naše chyba."



TAKHLE TO CHCEME!

#3 ŽIVOTY PRACUJÍCÍCH JSOU DŮLEŽITĚJŠÍ NEŽ ZISKY ZNAČEK A SPOLEČNOSTÍ.

Nepodmíněné příjmy, radikální přerozdělení bohatství, spravedlivé obchodní praktiky a adekvátní financování klimatických opatření obohacují životy pracujících, jejich rodin a místních komunit.

VYŠŠÍ MZDY, MÍŇ ODPADU



DŮSTOJNÉ MZDY JSOU VÝHROU PRO LIDI I PRO PLANETU

Anne Bienias, koordinátorka kampaně za důstojnou mzdu, Clean Clothes Campaign

Jestli to, čemu říkáme spravedlivá transformace, nebude znamenat i důstojnou mzdu pro **všechny**, nechceme ji!!! Možná to zní trochu jako „praštěná“ fantazie, ale důstojné mzdy jsou ve skutečnosti základním lidským právem. Ve „spravedlivé transformaci“ nám jde o spravedlnost, hlavně tu finanční. Miliardáři si křečkují bohatství získané z nedostatečně zaplacené práce dělníků. Zatímco dělnice mají sotva na jídlo pro rodinu, boháči utrácejí peníze za superjachty, které ničí planetu. Důstojné mzdy nejsou o férovosti: jsou zásadní součástí řešení sociální a klimatické otázky. Pojďme si to shrnout:

1) Důstojné mzdy zvyšují odolnost vůči změně klimatu. Lidé pracující v oděvním průmyslu, kteří se už teď snaží hlavně vyžít, jsou zasaženi změnou klimatu často nejvíc. Mnohdy šijí oblečení v částech světa, v nichž dochází k povodním, extrémním vedrům a požárům. Kvůli mzdám tak nízkým, že je udržují v chudobě, je pro ně prakticky nemožné šetřit. V době, kdy jsou klimatické katastrofy častější a intenzivnější, důstojná mzda představuje záchytnou síť pro nepředvídatelné události. V praxi to znamená, že si pracující mohou dovolit klimatizovat domovy, platit si zdravotní pojištění, přestěhovat se do bezpečnějšího bydlení nebo se (dočasně) přesunout do méně rizikových regionů, aniž by se museli bát, že zmeškají den dva v práci.

POČKEJ, CO ŽE JE TA DŮSTOJNÁ MZDA?

Důstojná mzda představuje takové ohodnocení, které si pracující vydělá standardním pracovním týdnem (který nikdy nepřesahuje 48 hodin). Taková mzda je dostačující, aby pokryla základní potřeby pracujících a jejich rodin. To znamená bydlení, vzdělání, zdravotní péči a úspory pro případ nouze. Zní to celkem jako základ, ne? Taky si myslíme. Proto jsme zavedli Den důstojné mzdy, každoroční osvětovou akci, která dělá čest svému jménu. Tímto tě chci pozvat – příští září se taky zapoj!

Na Den důstojné mzdy 2025 se CCC spojilo s nizozemskou odborovou federací FNV a přejmenovaly amsterdamskou nejrušnější nákupní ulici na „Lagelonenlaan“ – „Ulici nízkých mezd“.



Na Den důstojné mzdy 2024 v Srbsku vyšly do ulic Centrum pro politickou emancipaci, Srbská koalice pro důstojnou mzdu a ženská bubenická skupina „Bubnjarke sa ulice“, aby zvýšily povědomí o důstojné mzdě.

2) Nízké mzdy = hory odpadu. Velké módní značky profitují z vykořisťování lidí i planety. Tucty korporátních klimatických strategií vůbec nepomáhají zlepšovat pracovní podmínky, nebo je dokonce ještě zhoršují. Důstojné mzdy jsou základem spravedlivých klimatických opatření. Kdyby lidé pracující v oděvním průmyslu dostávali adekvátně zaplaceno za svou práci a společnosti by do cen zboží zahrnuly důstojné mzdy, byly by tyhle firmy konečně nuceny přehodnotit své obchodní modely. Základní nepodmíněný příjem by vedl ke snížení (samozřejmě pečlivě naplánovanému a detailně vydiskutovanému s pracujícími) denních kvót, přesčasů a celkové produkce módních značek. Byla by to výhra pro všechny: pracující by mohli důstojně žít v době klimatických změn a módní značky by vytvářely obchodní modely, které by tolik nezatěžovaly klima. Koneckonců, na mrtvé planetě styl nenajdeš!

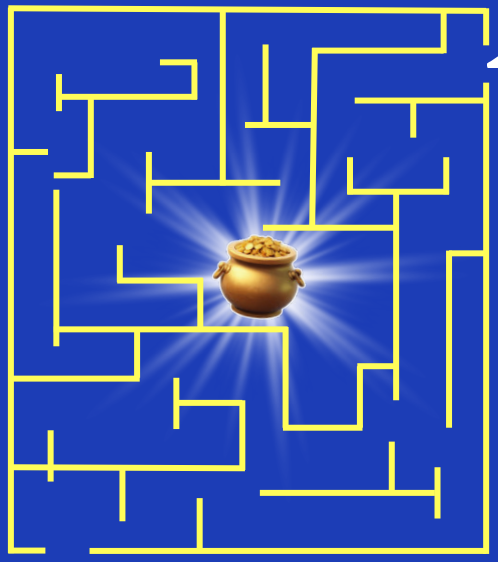
Celá hra je cinklá

MILIARDÁŘI SI ZAHRÁVAJÍ S NAŠÍ BUDOUCNOSTÍ

Co mají společného Jeff Bezos z Amazonu a Bernard Arnault z LVMH? Tihle budoucí bilionáři (!) se při druhé inauguraci skámošili s americkým prezidentem Trumpem. Jejich značky sice představují módní opozici – jedna luxusní, druhá rychlá –, ale ve skutečnosti jsou si podobnější, než byste čekali. Přemrštěné ceny totiž nejsou zárukou etičnosti. Vzhledem ke stejným dodavatelským řetězcům, srovnatelné uhlíkové stopě a podobně skandálnímu vykořisťování zaměstnanců se vážně moc neliší.

Pravda je taková, že celý systém je cinklý. Děkovat můžeme kapitalismu! Rychlá móda – všechny ty Sheiny, Boohoosky a H&Mka – není jediná, kdo ničí planetu a nerespektuje práva pracujících. Známé luxusní prodejny, sportovní značky a prodejci doplňků v tom jedou taky. Velké módní firmy jsou mocní, multimilionoví hráči, kteří ovládají oděvní průmysl. Všechny tyhle značky se svými nehorázně bohatými manažery těží z nerovného rozdělení moci a peněz na planetě. Zatímco oni si zahrávají s naší budoucností, ty si zahraj tyhle hry a zjisti, kolik švindlu za tím vším je.

Projdi bludištěm do středu a zaber si své bohatství!





NÁPOVĚDA: Zasekneš se pokaždé ve slepé uličce? Zkus najít tajný vchod, který tě dovede přímo do zlatého středu.

Jó a zmínili jsme, že vchodem můžou projít jen miliardáři? Ne? Ups, tak to pardon!

(značně přeceněnou)

Zjisti jejich hodnotu

Propoj každého miliardáře s jeho značkou a čistou hodnotou majetku* a dozvíš se, jak zazobaní doopravdy jsou.

1) Les Wexner



2) Tadashi Yanai



3) François Pinault



4) Amancio Ortega



5) Phil Knight



6. Bernard Arnault



UNIQLO
ZAKLADATEL
57,5
MILIARDY $

VICTORIA'S SECRET
ZAKLADATEL
8,8
MILIARDY $

LVMH
ŘEDITEL
146,7
MILIARDY $

KERING
ZAKLADATEL
27,4
MILIARDY $

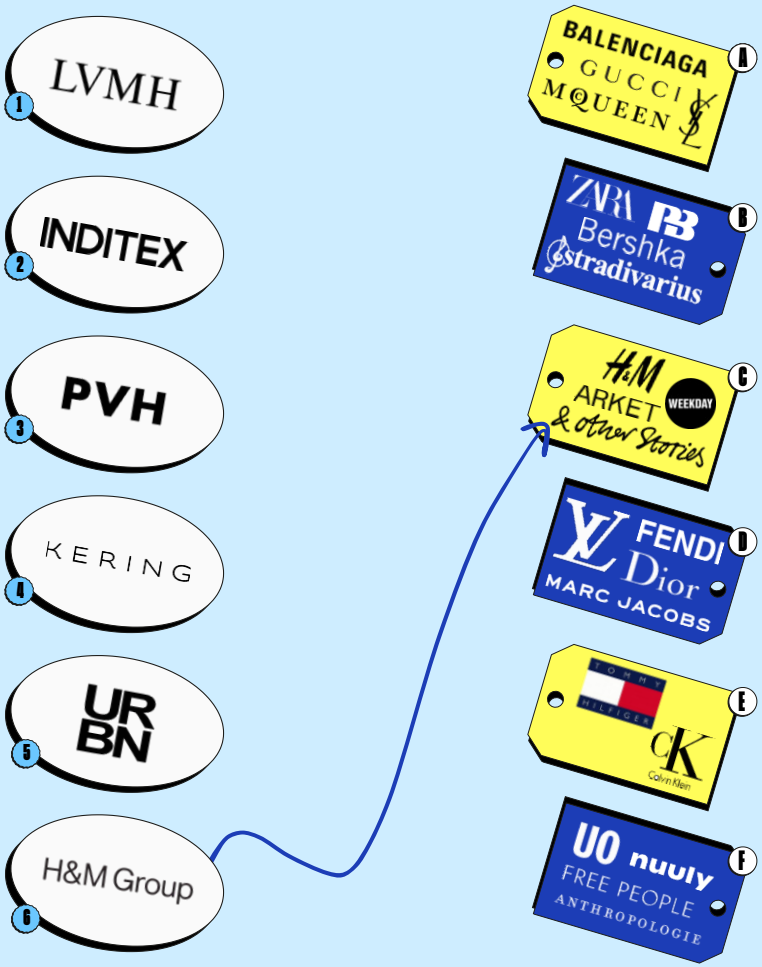
SPOLU-ZAKLADATEL
25,6
MILIARDY £

ZARA
ZAKLADATEL
131,1
MILIARDY $

*hodnota platná k začátku května roku 2026. Jestli si troufáš, klidně si najdi jejich aktuální výši.

Hádej kdo

Monopoly už nejsou jen hra a velké módní firmy zabírají VŠECHNA pole na herní desce. Dokážeš poznat, kdo je kdo? Propoj obchody se značkami, které vlastní.



A to jste věděli? Původní herní plán Monopoly – zvaný „Landlord's Game" – vytvořila Lizzie Magie v roce 1903 jako kritiku kapitalismu. O dvacet let později byl patent prodán za pouhých 500 dolarů. Teď hra vydělává miliardy a lze ji hrát na všemožných franšízových tematických herních plánech.

Pravda, nebo lež?

1) 94,6 % všech velkých módních značek svým zaměstnancům nevyplácí důstojnou mzdu.

2) Oděvní dělnici s bangladéšskou minimální mzdou by trvalo 123 milionů let, než by si vydělala stejnou sumu, jakou činí současné čisté jmění zakladatele Zary.

3) Nejbohatší procento populace produkuje stejné množství odpadu jako dvě třetiny lidstva.

4) Mzda lidí pracujících v oděvním průmyslu je průměrně o 45 % nižší než důstojná mzda.

5) Téměř polovina dotazovaných pracujících v Kambodži přiznává, že do práce často chodí nenajezení.

6) Čtvrtletní příjem společnosti Nike by zcela pokryl rozdíl mezi tím, kolik si kambodžští pracující reálně vydělávají, a kolik by měli (a ještě by jim zbyla hromada peněz).

7) Když se ve výrobní zemi zvedne minimální mzda, módní značky automaticky začnou za zboží továrnám platit víc, aby změny zohlednily.

ODPOVĚDI!

Zaber si své bohatství: To byla trošku podpásovka. Do stříbrného se nedostaneš, pokud tedá nemáš po kapsách miliardy. **Zjisti jejich hodnotu:** 1) Victoria's Secret 2) Uniqlo 3) Kering 4) Zara 5) Nike 6) LVMH. **Hádej kdo:** 1) D 2) B 3) E 4) A 5) F 6) C. **Pravda, nebo lež:** Všechna tvrzení kromě čísla 7 jsou bohužel pravdivá. Rychlá móda je vážně hrozná.

„Není to naše továrna, takže to není náš problém“

Ehmmm… jo, jasně!?

Když budeš dost dlouho scrollovat na stránkách značky, dostaneš se k větě jako: „Nevlastníme továrny…“ To je pravda! Od 70. let 20. století značky začaly přesouvat výrobu do zámořských továren kvůli tamním nižším mzdám a méně přísným zákoníkům práce. Jo a taky aby měly výmluvu, když se porušují práva pracujících! Tyhle značky moc rády tvrdí, že „to nejsou naše továrny, takže to není náš problém“, a předstírají, že o ničem nerozhodují.



Věc se má asi takhle: můžeš outsourcovat výrobu, ale ne zodpovědnost. Pokud módní značky nutí továrny vyplácet nejnižší možné mzdy a dodávat zboží v co nejkratším čase, jsou stoprocentně zodpovědné za pracovní podmínky. Vykořisťovatelské ceny značek znamenají nižší mzdy a horší bezpečnostní normy. A jejich šibeniční termíny vedou k neplaceným přesčasům a omezeným pauzám na toaletu.

A věděli jste, že si můžete pořídit nové oblečení dřív, než za něj osoba, která ho ušila, dostane zaplaceno? Módní značky často zakázku zaplatí až měsíce po jejím dokončení, nenadále ji změní nebo vyžadují zpětně slevu. Tahle hrozivá praxe – způsob, jakým společnosti komunikují s dodavateli a nakupují od nich – může vést k hromadnému propouštění nebo neproplácení mezd.

Zároveň se posledních dvacet let všechno zdražuje… alespoň pro nás. Víte, kdo neplatí ani o korunu navíc? Velké módní firmy! Naše nejnovější studie dokazují, že značky za bavlněné tričko platí v podstatě totožnou cenu jako před dvaceti pěti lety! Vzhledem k inflaci vlastně platí asi o 50 % míň. A když značky platí málo dodavateli, odskáčou si to hlavně pracující. Jeden bangladéšský dodavatel přiznal, že „se snaží pracujícím platit co nejnižší příjmy“.

Vliv značek sahá daleko za hranice továren; velké firmy ovládají trh. Tahle hluboce zakořeněná mocenská nerovnost brání pracujícím se vzepřít, továrnám vyjednat lepší ceny a vládě zlepšit práva pracujících. Všichni se totiž

V solidaritě s pracujícími, kterých se týkalo masivní zatýkání v Bangladéši, narušilo CCC činnost největšího distribučního centra značky Zara a požadovalo, aby stáhla vymyšlená obvinění vznesená proti pracujícím, kteří si dovolili se postavit proti vykořisťování. »»

bojí, že se společnosti přesunou někam jinam. To bylo jasně vidět při bangladéšském vyjednávání o minimálních mzdách v roce 2023. Prakticky žádná velká oděvní firma nepodpořila požadavky odborů na 23 000 taka (asi 3902 Kč) ani neslíbila, že tyhle náklady – které jsou mimochodem naprosté minimum – pokryje! A výsledek? Další minimální mzda na hranici chudoby a spolu s ní státní násilí a trestní stíhání lidí, kteří proti konečnému výsledku protestovali.

Značky se rády distancují od skandálních odhalení a tváří se, že zajistit důstojné mzdy je nemožné. Ale ono není. Jenže tyhle firmy jedou hlavně na zisk a mocenskou nadvládu. Mohly by osekat marketingové náklady nebo přestat utrácet za spolupráci se supermodelkami. Mohly by snížit odměny managementu a zmenšit obrovskou propast mezi mzdami dělnic a vyššího vedení. Že to nedělají, je jejich **volba**.

Zkrátka a jednoduše se zaměřujeme na značky proto, že nás na ně upozorňují pracující. A ví proč! Pokud nastavuješ pravidla, přijímáš i jejich následky. Pokud profituješ z vykořisťování, budeš terčem kritiky. Jestli chceš tipy, jak velké firmy donutit k odpovědnosti, přejdi na strany 47–48.







KŘÍŽOVKA

Rozlušti nápovědy a vylušti tajenku! Všímáš si nějakého společného motivu?

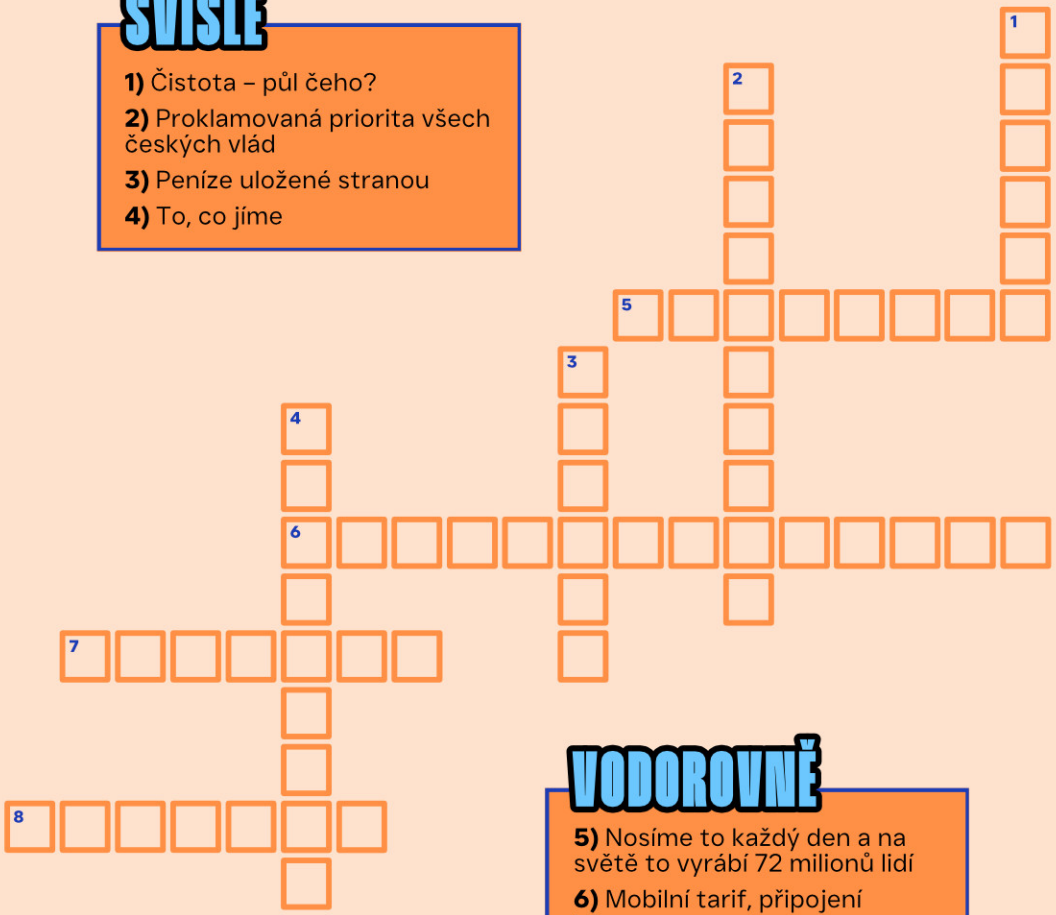
SVISLE

1) Čistota – půl čeho?

2) Proklamovaná priorita všech českých vlád

3) Peníze uložené stranou

4) To, co jíme



VODOROVNĚ

5) Nosíme to každý den a na světě to vyrábí 72 milionů lidí

6) Mobilní tarif, připojení k internetu...

7) Vlak, autobus, kolo, nohy, auto...

8) Střecha nad hlavou

ODPOVĚDI
Svisle: 1) Život 2) Vzdělávání 3) Úspory 4) Potraviny
Vodorovně: 5) Oblečení 6) Telekomunikace 7) Doprava 8) Bydlení

TAKHLE TO CHCEME!

#4 VŠICHNI MAJÍ PRÁVO SE PODÍLET NA ROZHODNUTÍCH, KTERÁ OVLIVŇUJÍ JEJICH ŽIVOTY.

Cesta ke spravedlivé a zelené budoucnosti je vydlážděná potřebami a znalostmi pracujících. Každý může vyjádřit své názory bez obav z represe.

Kdo má v módě slovo?

Spoiler: dělníci a dělnice to nejsou

Když si představíte velkou oděvní firmu, koho vidíte? Generálního ředitele nebo třeba miliardáře, který ji založil? Kolotoč kreativních manažerů? Takzvaného ambasadora udržitelnosti nebo slavnou „designérku“ z titulních stránek? Možná jsou tváří značky, ale rozhodně nejsou její podstatou. Celý tenhle humbuk jen odvádí naši pozornost od těch, na kterých doopravdy záleží – od lidí, kteří vyrábějí naše oblečení.

Je to pořád dokola. Velké značky stojí ve světle reflektorů – na konferencích, udílení cen, v podcastech a na tiskových konferencích –, zatímco ti, co pro ně oblečení šijí, jsou přehlíženi. Módní značky se soustředí výhradně na environmentální „udržitelnost“, zatímco jejich dodavatelské řetězce jsou v troskách. Naprosto přehlížejí lidský faktor udržitelné módy.

Stejné opomíjení se děje i v samotných továrnách, kde odrazují dělníky a dělnice, aby se za sebe postavili. Svoboda sdružování je základní lidské právo, které umožňuje všem pracujícím zakládat odborové organizace a přidávat se k nim. Realita ale rozhodně není tak růžová.

V současnosti se jen velmi malé procento pracujících sdružuje do odborů. Potlačování odborových sdružení je běžnou praxí, podporovanou tlakem ze strany značek – očekávají od továren, že budou levné a flexibilní – i vlád, které chtějí přilákat zahraniční investory. Hlavní oděvní oblasti jako Myanmar, Filipíny nebo Turecko patří mezi deset



zemí nejméně přívětivých pro odborové sdružování. Ve Vietnamu nebo Číně nezávislé odbory ani neexistují.

Pracující sami vědí nejlíp, jaké jsou jejich potřeby a jak bojovat za svá práva. Zaslouží si zastoupení v demokratickém rozhodování. Není na tom nic těžkého! Ale velké značky se stejně spíš kloní k výkonnosti než ke spolupráci. Třeba takové H&Mko se svou „Insights Board“ – výborem založeným ve spolupráci se Stellou McCartney: hlavní myšlenkou je sesbírávat „různé názory“ a „odlišné pohledy“ na udržitelnost. Až na to, že tyhle různé názory pocházejí od celebrit, jež jsou naprosto odtržené od reality oděvního průmyslu. Lidé, kteří ve skutečnosti šijí H&Mku oblečení, jaksi nebyli přizváni do diskuze. Pracující – nejvíce zasažení klimatickou krizí a ekologickými katastrofami způsobenými velkými značkami – nemají zastoupení.

Takže, H&Mko, tady máš pár bezplatných tipů:

1) Reálná změna začíná zapojením pracujících, ne celebrit.

2) Období „naslouchání a učení“ máme dávno za sebou. Bez činů jsou to jen prázdná slova.

RuPaul udeřil hřebíček na hlavičku, když řekl: „Žádné zku*vené H&Mko nechci ani vidět.“ Co tedy chceme? Vidět pracující rozhodovat o věcech, které přímo ovlivňují jejich životy.

FÉROVÁ MÓDA STAVÍ PRACUJÍCÍ NA PRVNÍ MÍSTO

Protest na Filipínách na Svátek práce s aktivisty Clean Clothes Campaign z celé jihovýchodní Asie



Přechod k nízkouhlíkové společnosti je příležitostí, jak udělat svět lepším místem. Nechceme dál spoléhat na systém založený na ubližování druhým. Máme možnost snížit dopady módního průmyslu a zajistit **všem** kvalitnější žití. A právě tady vstupují do hry odborová sdružení. Přicházejí s nejefektivnějšími a nejpodstatnějšími způsoby, jak pracujícím zajistit férové podmínky. Odbory dávají hlas pracujícím, kteří se bojí ozvat sami.

Ne náhodou volání po spravedlivé transformaci přicházejí od odborářských hnutí. Pokud velké oděvní firmy se svými plány na udržitelnost nebudou naslouchat odborům, jen tím ztíží pracujícím život. Přicházet s ekologickými opatřeními a nenaslouchat přitom požadavkům dělníků a dělnic je jako lepit náplast na otevřenou zlomeninu.

Výzkum italské organizace Fair tenhle rozpor zdůrazňuje. Certifikát LEED (Leadership in Energy and Environmental Design; česky Vedení v oblasti energetiky a environmentálních opatření) je v současnosti světově uznávanou normou pro hodnocení ekologické udržitelnosti budov. Na začátku roku 2024 se 18 z 20 nejekologičtějších továren nacházelo v Bangladéši. To ale neznamená, že šlo o respektující a spolupracující pracovní prostředí.

LEED analýza osmi certifikovaných bangladéšských továren, které šijí oblečení pro značky jako Decathlon, Hugo Boss nebo H&M, odhalila „kulturu ticha“. Ani jedna z továren nemá odbory. Pracující se bojí, že kdyby se ozvali, stihl by je trest. Nesmějí komunikovat s auditory – to mohou jen manažeři. Bez odborů, které by se za ně postavily, pracující zůstávají bez ochrany. Mnozí také popisovali obrovský tlak na výkonnost, opakované slovní napadání, nucené přesčasy, nedostatečné větrání na pracovišti nebo zdravotní potíže z prašného prostředí a vedra.

Možná zníme jako zaseklá gramofonová deska, ale dokud velké oděvní značky nezačnou naslouchat pracujícím, budeme to opakovat: sociální a klimatická spravedlnost jdou ruku v ruce. Móda nikdy nebude udržitelná, dokud zaměstnancům a zaměstnankyním v oděvních továrnách nezajistí důstojné žití. Nezávislé odbory by měly být základem celého průmyslu – aby zajišťovaly, že jsou práva pracujících a ochrana klimatu na prvním místě.



Zkušenosti předáků a organizátorek

Zeptali jsme se lidí z odborů a skupin organizovaných zdola na jejich cestu k aktivismu zasazujícímu se za práva pracujících. Posdíleli s námi tipy pro mladé, kteří se chtějí zapojit, ale nevědí, jak začít.



V textilním průmyslu jsem začal pracovat v patnácti jako dětský dělník a roky jsem dělal v turecké továrně na pískování džínů. Během toho se mi rozvinula silikóza – nevyléčitelné profesní onemocnění plic, které je způsobené vdechováním křemičitého prachu. Přišel jsem o 46 % kapacity plic, což mi kompletně změnilo život. Díky tomu jsem začal bojovat za bezpečnější a humánnější pracovní podmínky. Stavím se za svá práva i za práva dalších lidí trpících silikózou. Po čase jsem se začal zapojovat nejen jako bývalý dělník, ale i coby aktivista, organizátor a obhájce lepších pracovních podmínek a etické oděvní produkce ve světě.

Mladým lidem bych poradil, aby se zasazovali o lepší budoucnost a začali naslouchat pracujícím, kteří mluví o pracovních podmínkách v oděvním průmyslu. Na právech dělníků a dělnic záleží hromadě lidí, ale často jim přijde, že proti systému nic nezmůžou. Opravdová změna ale začíná u malých a promyšlených činů, jako je podpora kampaní za práva pracujících, volání po transparentním fungování společností, zapojení se do lokálních solidárních seskupení, podpora pracujících a vzdělávání okolí. Taky bych mladé podpořil, aby dělníky a dělnice z oděvního průmyslu nevnímali jen jako oběti, ale i coby silné a moudré lidi, kteří od nich potřebují hlasitou podporu a solidaritu. Každý hlas může vést k rozkrytí nespravedlnosti a podnítit vlnu odporu.

Bego Demir, turecký organizátor a aktivista v boji za práva zaměstnanců



Oděvní dělnicí jsem se stala ve velmi mladém věku a zažila jsem si dlouhé směny, nízké mzdy, rizikové podmínky a diskriminaci, které čelí mnoho pracujících, zejména ženy. Tyhle zkušenosti mě přivedly k boji za práva dělníků a dělnic. Být součástí CCC pro mě znamená zapojit se do celosvětového hnutí, které staví životy pracujících nad výdělky. A dělnice v Bangladéši díky tomu vědí, že nejsou samy – lidé z celého světa s námi bojují za spravedlnost, bezpečí a respekt. Mladým lidem z Evropy bych vzkázala, aby nepodceňovali svou sílu. Oblečení, které nosíte, je provázané s životy na druhé straně světa. Zjišťujte si, odkud pochází, naslouchejte pracujícím a podporujte hnutí – ne jen značky a marketingové kampaně. Pravá změna vychází ze solidarity, kolektivního jednání a tlaku na vlády a korporace. Nemusíte o problematice vědět všechno, abyste se mohli zapojit. Začněte tím, že se budete udržovat v obraze, podpoříte kampaně pracujících, budete otevřeně mluvit o právech dělníků a klimatické spravedlnosti a postavíte se za pracující. Mezinárodní solidarita už dřív přispěla ke změně a stále je třeba.

Kalpona Akter, bangladéšská předsedkyně odborů a aktivistka v boji za práva zaměstnanců

Oba mí rodiče byli v celostátních filipínských odborech organizátoři na plný úvazek. V mládí jsem trávila prázdniny v kancelářích odborů, navštěvovala jsem dělnické komunity a účastnila se prvomájových demonstrací. Mamka organizovala lidi v mnoha továrnách. Pamatuju si, že jsem pravidelně navštěvovala jejich stávkové hlídky a protestní tábory. Podporovala jsem malé družstvo, které pracující založili, aby zajistili obživu propuštěným dělníkům a dělnicím, za jejichž práva bojovali. To mě inspirovalo, abych se v bakalářské práci zaměřila na dodavatele sportovního oblečení v Marikině. V rámci projektu jsem dělala rozhovory s pracujícími z továrny. Mnohem později, v roce 2021, jsem se přidala k CCC jako regionální koordinátorka Urgent Appeals v jihovýchodní Asii. Pracující můžeme podporovat malými a jednoduchými způsoby – pomoct CCC a dělníkům s šířením informací na sociálních sítích. Třeba jen sdílet post a označit na něm značku. Vyslechněte si příběhy pracujících – z jejich příkoří i bojů se toho můžeme tolik naučit. Jejich vyprávění nabízejí nejrůznější možnosti, jak se zapojit do hnutí.



Niki Gamara, filipínská koordinátorka pro Urgent Appeals

TAKHLE TO CHCEME!

#5 ODĚVNÍ PRŮMYSL NAPLŇUJE POTŘEBY VŠECH A ZÁROVEŇ RESPEKTUJE PLANETÁRNÍ MEZE.

Výrobní modely jsou vymyšlené tak, aby respektovaly práva dělníků, důstojnou práci a planetární limity. Přírodní zdroje přestávají být komoditou. Oblečení se vyhazuje zřídkakdy.

ROZPÍNAVOST ODĚVNÍCH FIREM DEVASTUJE PLANETU

Kolik půdy, vody a paliva je ve skutečnosti každoročně potřeba k výrobě miliard a miliard produktů? Kolik hodin šití, vyšívání, pěstování a převážení všechno to oblečení stojí? Organizace War on Want a Research & Degrowth to propočítaly – rozsah ekologické stopy oděvního průmyslu je vážně šokující. Podívejme se, jaké zdroje evropská móda ročně potřebuje:



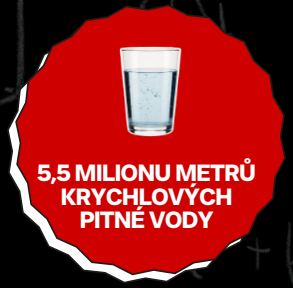
PŮDU O ROZLOZE VELKÉ BRITÁNIE

Tahle půda mohla být využita k pěstování plodin, výstavbě domů nebo obnově přírodních ekosystémů. Jde především o půdu v Asii a Africe, což jen podtrhuje neokoloniální mocenské vztahy, které formují dnešní oděvní průmysl.



PĚT MILIONŮ LET (NE HODIN!)

Je to výměnou za mizerné mzdy a vykořisťování. Čas, který mohl být strávený péčí o komunitu, agroekologií, výstavbou protipovodňových zábran nebo odpočinkem! Pracovní síla pochází především z Asie.



5,5 MILIONU METRŮ KRYCHLOVÝCH PITNÉ VODY

Voda je odčerpávána z oblastí, které už tak čelí jejímu nedostatku. Oděvní produkce vodu nejen krade, navíc ji i tráví. Únik barviv je tak velký, že se prý dá odhadnout barva další sezóny jen podle odstínu řek poblíž barvíren.



40 976 KILOTUN FOSILNÍCH PALIV

Spotřeba sice vydělává miliardy fosilním společnostem, ale taky ničí planetu a způsobuje pracovní nejistotu.

MÉNĚ JE VÍCE

Nadprodukce sponzorovaná velkými oděvními firmami těží z vykořisťování pracujících a nadměrného vytěžování přírody. Co by se stalo, kdybychom při výrobě oblečení dbali na potřeby všech, respektovali práva pracujících a nepřekračovali planetární limity? Z čeho by takové oblečení bylo? Jak bychom se ohledně něj cítili? Vyplň prázdná políčka a ukaž nám svou představu férové módy!

Oblečení se vyrábí z _____

a lidmi, kteří _____

Oblečení má sloužit k _____

_____

Nadprodukce je trapná. _____ je in!

Nic se nevyhazuje. Všechno se _____

_____

Naše šatníky plní naše potřeby, například _____

_____

Ekologická stopa oděvního průmyslu je _____

Férová móda mi slouží a cítím se díky ní _____

_____

ODPAD JEN TAK NEMIZÍ



Odhalení odpadního kolonialismu s F. Irene Lanyero

Eva Meyermans Spelmans, YAB Belgie
Foto na pozadí: Abdul Jalil, Wrapped Up Media

Evropa kupuje a vyhazuje oblečení víc než kdy dřív, ale kde ve skutečnosti toto oblečení končí? Jen malé procento se v Evropě znovu využije nebo prodá. Zbytek – většinou oděvy nižší kvality – putuje na tisíce kilometrů vzdálené trhy, na skládky a do řek. Takové praktice se říká odpadní kolonialismus: oblečení nošené na globálním Severu je masově odváženo do zemí globálního Jihu. Zatěžuje místní komunity textilním odpadem, znečištěním a zdravotními riziky. Popovídala jsem si s odborovou předsedkyní F. Irene Lanyero, která vyprávěla o dopadech takových praktik v Ugandě.

Eva: Co se děje s oblečením, které Evropa daruje?

Irene: Většina končí v obchodech po celé zemi. V kampalském second handu pracují převážně ženy a mladí lidé za mizerné mzdy a v nebezpečných podmínkách. Často jsou tam i matky samoživitelky a starší osoby. Třídí oblečení podle kvality a možnosti dalšího prodeje. Při rozřazování se do vzduchu vylučují nebezpečné látky, proti kterým nejsou pracovnice chráněné. Poté – v nejlepším případě – jsou oděvy recyklovány a znovu využity. Třídírny nicméně nemají kapacity ani vybavení, aby si poradily s obrovským množstvím textilu.

E: Co se stane s oblečením, které nelze znovu prodat?

I: Pokud se oděvy nedaří prodat, recyklátorky a místní návrháři je mohou předělat na jiné modely. Skupují například balíky nekvalitního oblečení a přešívají je na dětské oblečky nebo kapesníky, které pak prodávají. Recyklační trh zatím není tak velký, jen asi 20 % oblečení se využívá znovu. Ale tento trh stále roste. Neprodejné oděvy se využívají k vycpávání polštářů, křesel nebo gaučů. Pokud je textil kompletně nepoužitelný, končí v kanalizaci nebo na skládce.

E: Odpadní kolonialismus dopadá hlavně na lidi a komunity, které s ním musejí nakládat. Jak to vypadá v Ugandě?

I: Jde o celý řetězec událostí, který se váže na odpad globálního Severu. Ovlivňuje pracovní podmínky, prostředí, ekonomiku i společnost. Ze skládek vane toxický vzduch, který přenáší různé nemoci včetně cholery.

Odpadní kolonialismus ovlivňuje také celkové klima na planetě. Čím víc otevřených skládek, tím horší je environmentální situace. To znamená například častější povodně a vlny veder. Důvodem jsou emise skleníkových plynů a odvodňovací systémy ucpané textilem.

Změny podnebí mají přímý vliv na pracující, kteří už tak fungují v nejistých podmínkách. Mladí lidé, ženy, starší osoby a citlivější skupiny pracují bez ochranného vybavení. Jsou také vystaveni nepříznivému počasí, protože nemají dostatečné vybavení.

Po ekonomické stránce zabraňují vyřazené oděvy ze zemí globálního Severu

rozvoji místního textilního průmyslu. Lokální trh nemůže konkurovat enormnímu množství importovaného secondhandového textilu.

E: Je jasné, že odpadní kolonialismus ovlivňuje všechny lidi v Ugandě a situace se pravděpodobně bude vlivem klimatické krize dál stupňovat. Jaké dopady pozorujete už teď?

I: V centru Kampaly dochází k rozsáhlým záplavám. Celý secondhandový trh byl několikrát vytopen. Dochází k požárům, které trh ničí. Kvůli neustálým deštům došlo v roce 2024 k tragédii na jedné ze skládek – Kiteezi –, kde kvůli sesuvu půdy přišlo o život asi 23 lidí. Domovy byly zasypané troskami.

E: Jak můžeme donutit značky, aby přijaly odpovědnost za své chování?

I: Nejde jen o to dohnat značky k odpovědnosti. Problematika se týká i politiky a legislativy. Politici by měli zvyšovat povědomí o situaci v oděvním průmyslu, zajistit bezpečné podmínky pracujícím a zasadit se o zlepšení zdravotní péče. Klíč ke změně je transparentnost, protože pokud ani nevíš o dopadech koupených produktů, jak můžeš něco změnit? Je taky důležité si uvědomit, že módní značky jsou odpovědné za celý cyklus svých produktů – od výroby až po likvidaci. A podle mě je důležitá i finanční odpovědnost za škody.

E: Co bys vzkázala čtenářům a čtenářkám ve spotřebitelských zemích?

I: Celý globální hodnotový řetězec je propojený. Od módních stylů přes způsoby, jakými konzumenti s látkami zacházejí, až po „odpad“ v našich zemích. Mnohé environmentální dopady jsou dané už ve chvíli, kdy vzniká návrh designu. Konzumenti by měli vědět, že na konci řetězce je člověk. Když se o své oblečení budou lépe starat, pozitivně tím ovlivní životy konečných příjemců.

Nadměrná spotřeba zemí globálního Severu způsobuje velké škody místnímu průmyslu. Neplatí to jen pro Ugandu,

Foto: Abdul Jalil, Wrapped Up Media



týká se to i zemí jako Zambie nebo Ghana. Snahy místních řemeslníků prosperovat tak přijdou vniveč.

E: V čem spatřuješ naději?

I: Že můžu tyhle příběhy sdílet, i když je to bolestivé. Považuju za důležité zvyšovat povědomí o těchto tématech. Jsem vděčná za platformy, kterými toho můžu dosahovat, a za narůstající zájem otevírat problematiku odpadního kolonialismu.

TAKHLE TO CHCEME!

#6 MZDY A JISTOTA ZAMĚSTNÁNÍ SE ZVYŠUJÍ, VÝROBNÍ OBJEMY KLESAJÍ.

Produkce není poháněná růstem a zisky. Pracující vytvářejí méně a mají kratší pracovní dobu, ale vydělávají si víc. Veškeré snižování výroby je citlivě vydiskutováno s dělníky. Nikdo není opomenut.





NIKDO NENÍ OPOMENUT

Jak zajistíme, aby přechod na nízkouhlíkovou společnost neovlivnil životy a živobytí dělníků a dělnic z oděvního průmyslu? Vytvořením férového oděvního průmyslu spolu **s nimi a pro ně**! Pracující ve spravedlivém světě potřebují:

CCC aktivisté z jednadvaceti zemí uspořádali solidární akci před milánským velkoobchodem Benetton. Vyvíjeli tlak na firmu, aby chorvatským pracujícím vyplatila mzdu za vyrobené oblečení. Foto: Alessandra Di Consoli

1 SVOBODU SDRUŽOVÁNÍ

Pracující se mohou svobodně sdružovat za účelem vytváření lepších pracovních podmínek a vyžadovat ochranu před klimatickými změnami. Pomocí odborů vyjednávají snižování produkce, aby předešli náhlému propouštění a zavírání továren.

2 ZODPOVĚDNÉ UKONČENÍ PROVOZU

Pokud je to nevyhnutelné, pracující jsou zavčas informováni o zavírání továrny a dalších možnostech práce. Jsou jim k dispozici rekvalifikace, která zajišťují bezpečnější a klimaticky odolnější pracovní nabídky.



3 ODSTUPNÉ

Všichni zaměstnanci mají v případě nedobrovolného uzavření továrny nárok na odstupné – za to bojujeme s naší kampaní Pay Your Workers. Další detaily jsou na straně 40–41.



4 UNIVERZÁLNÍ SOCIÁLNÍ ZABEZPEČENÍ

Sociální zabezpečení spolu s odstupným zajišťují pracujícím dodatečnou ochranu v těžkých časech.

5 ROVNÉ PRACOVNÍ PŘÍLEŽITOSTI

Aby se zajistilo, že všude po světě vznikají „zelená“ pracovní místa, mezinárodní podpora a obchodní vztahy umožňují zemím s rozsáhlým oděvním průmyslem budovat vlastní ekonomickou sílu díky jiným odvětvím.

Odvrácená strana textilního průmyslu



Značky zavádějí kontejnery na zpětný odvoz a recyklační plány, což je podle nich důkazem, že se odklánějí od rychlé módy. Pracující v Indii a Pákistánu ale vyprávějí jiné příběhy. Výzkum Arisy ve spolupráci s Labour Education Foundation odkrývá, že pracující se v oděvním průmyslu potýkají s nepřiměřenou pracovní dobou; pracují za nízké mzdy a jsou vystavováni toxickým látkám a místnímu znečištění. Dokud se velké oděvní firmy nepostaví čelem k problému nadprodukce – která je založená na vykořisťování zaměstnanců a zaměstnankyň –, k podobným věcem bude docházet stále častěji. Pobavili jsme se s pracovníkem Arisy odpovědným za lidská práva a obchod Diewertjem Heylem, abychom se dozvěděli víc.

Když si představíme lidi pracující v oděvním průmyslu, většinou si vybavíme zaměstnance a zaměstnankyně u šicích strojů, ne ty, kteří oblečení později recyklují. Co taková práce obvykle obnáší?

Textilní recyklátoři dělají hromadu neviditelné, ale velmi důležité práce. Přetvářejí zničené oblečení a tovární zmetky v nová vlákna. Případová studie v Indii a Pákistánu ukázala, že je to komplexní proces o mnoha krocích: textilie se sesbírají, roztřídí podle barev, typu a velikosti a odstraní se knoflíky a zipy. Poté se látky nařežou, vybělí a roztrhají, čímž se vytvoří nová látka. Někdy jsou materiály downcyklovány (třeba na hadry) nebo využity na úplně jiné produkty.

Práce je hodně genderově rozdělena. Ženy primárně třídí a ručně řežou, odstraňují knoflíky, zipy, loga a cedulky. Muži naopak obstarávají nakládání a vykládání, ovládají trhací stroje a starají se o úkony typu bělení.

Značky podávají textilní recyklaci jako environmentální výhru, ale recyklace má i svou lidskou cenu. Jaká je situace v Indii a Pákistánu?

V celém textilním recyklačním sektoru se značná část práce odehrává pokoutně a často ji vykonávají migranti. I přes sliby o vytvoření cirkulárních recyklačních systémů pracovní podmínky zůstávají značně nestabilní. V Pákistánu jsou úkony většinou monotónní a fyzicky náročné. Jsou vykonávány v horkém, prašném a rušném prostředí, bez ochranných pomůcek. Pracovní doba je dlouhá a mzdy mizerné. Podobné podmínky panují i v Indii, kde neoficiální a polooficiální recyklační struktury z velké míry spoléhají na ohrožené skupiny, jako jsou migranti a místní zaměstnanci a zaměstnankyně. Průzkumy odhalují neustálé problémy s nadměrně dlouhou pracovní dobou, nedostatečnou sociální ochranou a se zajištěním bezpečnosti a ochrany zdraví (objevují se dýchací problémy, záněty očí či vyrážky vzniklé kontaktem s chemikáliemi). To jen podtrhuje strukturální nedostatky při kontrole a vymáhání práv v textilním průmyslu. Odhalili jsme i případy dětské práce. V Panipatu, největší textilní recyklační továrně v Indii, vykonávaly některé práce pětileté děti.

Mnohé recyklační procesy znečišťují okolí. Prach z trhacích strojů je rozhazován v okolí továrny, voda z bělení je vylévána do kanalizace a nerecyklovatelné látky se používají v některých odvětvích jako palivo, což vede ke znečištění vzduchu a spalování chemikálií v látkách. Okolní komunity musejí nést následky. Jsou vystaveny zdravotním rizikům a nemohou v okolí továren nic pěstovat. Tohle odvětví má ve skutečnosti daleko k environmentální udržitelnosti.

Jak zajistíme, aby byla cirkulární móda férová k pracujícím?

Férová proměna musí od začátku myslet na práva dělníků a dělnic, ne je odsouvat do pozadí. Pracující by měli být vnímaní jako ústřední článek cirkulárních systémů a mělo by podle toho s nimi být zacházeno. Společnosti musejí zmapovat recyklační továrny svých dodavatelů, zajistit jim náležitou péči i důstojné a bezpečné pracovní podmínky. Takže i svobodu sdružování a kolektivního vyjednávání. To v praxi znamená zajištění oficiálních pracovních smluv, férové mzdy, bezpečné a zdravotně nezávadné pracovní prostředí, dostatečné ochranné pomůcky, přiměřenou pracovní dobu a funkční zastoupení pracujících.

CIRKULÁRNÍ MÓDA

Systém, v němž je oblečení zodpovědně navrhováno, vyráběno a (opětovně) využíváno tak, aby zůstalo v oběhu co nejdéle a aby se co nejvíc eliminoval odpad.

Cirkulární móda: uzavřený systém, v němž je oblečení zodpovědně navrhováno, šito a (znovu)využíváno, aby zůstalo v oběhu co nejdéle.

Jak může evropská politika řešit textilní odpad a bránit práva pracujících?

Evropská politika může sehrát důležitou roli v přísnějších kontrolách textilního exportu a zajišťovat, že použité materiály je možné recyklovat, takže neskončí na skládkách nebo ve spalovně. Měla by taky od značek, třídíren a vývozu požadovat převzetí odpovědnosti za práva pracujících v třídicích a recyklačních procesech. Environmentální politiky, které cílí na podporu cirkulární módy, musejí důsledně zohlednit i práva pracujících. To zajistí, že cirkulární systémy neodsouvají znečištění a vykořisťování do pozadí.

Co můžeme dělat, abychom omezili textilní odpad?

Mladí lidé v Evropě můžou značně pomoct, když budou kupovat míň oblečení, nosit ho déle, opravovat ho a vyměňovat si ho. Pomůže i to, že budou raději nakupovat v sekáčích, kdykoli to půjde. Můžou taky podporovat značky, které otevřeně informují o recyklačních procesech a ochraně zaměstnanců a zaměstnankyň. „Recyklované“ totiž nutně neznamená „odpovědné“.

Další cesta může být pokládat značkám konkrétní dotazy: co se děje s odvezeným oblečením, jestli a jak mapují recyklační továrny, jestli jsou v ochraně zaměstnanců zahrnuta i práva dělníků a dělnic pracujících v recyklačním průmyslu. Pokládání otázek může vést k větší zodpovědnosti v oděvním průmyslu.

SVĚDECTVÍ PRACUJÍCÍCH

Dlouhá pracovní doba, nízké mzdy

„Pracujeme dvanáct hodin denně sedm dní v týdnu a máme jen krátké pauzy na čaj a oběd. To se podepisuje na našem zdraví. Je toho na nás prostě moc.“ (Indie)

„Muži a ženy nejsou rovnocenně placeni. Pracovnice vydělávají průměrně o 1000 PKR (asi 75 Kč) týdně míň než pracovníci. Mzdy nepokrývají náklady, ani když pracujeme dvanáct hodin denně.“ (Pákistán)

„Děláme to, abychom přežili.“ (Indie)

„Musíme tu pracovat kvůli chudobě, i když nechceme. Potřebujeme nějaký příjem pro rodiny, takže nemáme na výběr... Nechceme, aby to musely dělat naše děti, až vyrostou.“ (Pákistán)

„Neproplácejí nám přesčasy.“ (Indie)

Neoficiální práce

„Najímají nás dodavatelé. Nemáme žádné pracovní smlouvy ani jiný doklad o zaměstnání. Nemáme ani žádné sociální zabezpečení.“

„Nevíme o žádných odborech a komunitách v naší oblasti ani o žádné podpoře našich práv.“

„Nemáme žádné doklady o zaměstnání. Nedostáváme výplatní pásky. Vyplácejí nás v hotovosti.“

Prach a vystavení toxinům

„Naše pracovní prostředí je přetopené, prašné a hlučné. Je tu mizerná ventilace. V takových vedrech se těžko pracuje a jsme neustále vystaveni prachu, což ovlivňuje naše zdraví. Nemáme roušky, které by nás před prašnem chránily. Když onemocníme nebo se zraníme, pošlou nás domů a nedostaneme žádné peníze.“

„Všichni máme kvůli práci zdravotní potíže. Každý den vdechujeme prach. Bělení poškozuje játra, způsobuje dýchací potíže a oční nemoci. Bojíme se rakoviny. Ti, kdo třídí oblečení, trpí záněty dýchacích cest a krku, chřipkami a nachlazením. Plicní choroby jsou mezi lidmi, kteří obsluhují trhací stroje, úplně běžné.“

„Jedna žena si s sebou bere do práce dítě. To si hraje i spí v kopách textilního odpadu, který je plný špíny a škodlivin. Víme, že odpad pochází odjinud. Občas objevíme v kapsách džín drobné z jiných zemí.“

„Lékařské výlohy si platíme sami.“

„Chtěli bychom mít nárok na potřebnou zdravotní péči, bezpečné pracovní podmínky, míň hluku, férové mzdy, sociální zabezpečení a osmihodinovou pracovní dobu.“

@značky, zaplaťte pracujícím



Aktivisté přerušili prezentaci Nike na olympiádě a požadovali zaplacení zaměstnanců.



Vzpomínáte na pandemii COVID? Bylo to období, na které bychom nejraději zapomněli, ale tisíce lidí pracujících v oděvním průmyslu stále čelí následkům. V roce 2020 hromada velkých značek odmítla zaplatit za vytvořené a vyrobené objednávky. Továrny zavřely ze dne na den a zanechaly dělníky bez práce a odstupného. Mělo to rozsáhlé následky.

Kampaň Pay Your Workers byla založena ve spolupráci s organizacemi, které bojují za pracovní práva a odbory. Tlačí na značky, aby prostě a jednoduše vyplatily svým zaměstnancům mzdy. Díky globální podpoře jsme od oděvních firem z nevyplacených mezd a odstupného pracujících z doby pandemie získali pro dělníky a dělnice přes 40 milionů dolarů (840 856 000 Kč). Dalším případem úspěšné kampaně je nátlak na firmu Victoria's Secret. Ta nakonec vyplatila 8,3 milionu dolarů (174 477 620 Kč) v odstupném thajským pracujícím, kteří pro ni šili prádlo – šlo o největší krádež odstupného v oděvní továrně.

I přesto se značky jako Adidas, Amazon, Nike nebo Victoria's Secret odmítají zodpovídat za krádeže mezd v době pandemie. Pracovníkům z Thajska a Kambodži, kteří pro ně vyráběli zboží, dohromady značky dluží přes deset milionů dolarů (210 214 000 Kč). Když je k odpovědnosti nepřivedl mediální poprask, petice ani výpovědi pracujících, co vůbec můžefungovat?Právnězávaznádohoda, která zabraňuje firmám vyhnout se odpovědnosti.

Tlačíme na značky, aby podepsaly dohodu Pay Your Workers, Respect Labour Rights, která má zajistit, že zaměstnanci a zaměstnankyně už nikdy nezůstanou bez peněz, když se stane něco nepředvídatelného. Fond na odstupné, do kterého přispívají dodavatelé a značky, má zaručovat, že pracující dostanou zákonem stanovené odstupné a stížnosti na porušování pracovních práv budou prošetřeny.

Ani jedna značka dohodu nepodepsala, ačkoli problematika je stále palčivější. Po ničivém zemětřesení v Turecku v roce 2023 firmy nechaly továrny na holičkách – bez objednávek a finanční podpory. Rok 2025 s sebou přinesl nejničivější povodně v Asii. S postupující klimatickou krizí budeme pravděpodobně čelit stále častějším katastrofám, které povedou k zavírání továren a náhlým změnám.

Podpořte naši kampaň na **payyourworkers.org**.

SPOKOJENĚJŠÍ A BEZSTAROSTNĚJŠÍ

Přestat se zaměřovat na růst může znít nebezpečně, možná až restriktivně. Záměrem ale není, aby nám bylo hůř, naopak – jde o spokojenost nás i planety. Pokud se to dobře promyslí ve spolupráci s pracujícími, férová móda znamená víc, ne míň. Třeba:



TAKHLE TO CHCEME!

#7 SPOLEČNOSTI A JEJICH MANAŽEŘI JSOU ODPOVĚDNÍ ZA VEŠKERÉ ŠKODY, KTERÉ MAJÍ NA SVĚDOMÍ.

Společnosti nesou právní a finanční odpovědnost za jakékoliv sociální i environmentální újmy, které se stanou v jejich dodavatelském řetězci.

Etika není volba

Věděli jste, že značky technicky vzato nejsou odpovědné za bezpečnost a pohodu pracujících v dodavatelském řetězci? Přesně tak: ve většině zemí je dodržování základních práv dobrovolné, ne předepsané zákonem.

Kdyby dobrovolná opatření společností fungovala, viděli bychom nějaké změny. Realita vypadá jinak. Plané sliby. PR se otáčí a vychvaluje značky, ale značky informace o změnách neposkytují, lhůty se nedodržují, sliby se nesplní nebo se od nich ustupuje. Zapomeňte na oblečení, značky recyklují spíš přísliby:

1) H&M se zaručilo, že do roku 2018 zajistí 850 000 pracujícím důstojné mzdy a pak... to prostě neudělalo.

2) Crocsy cíl uhlíkové neutrality firmy posunuly o dekádu.

3) Nike povyhazovalo část týmu věnujícího se udržitelnosti **poté**, co přislíbilo, že zkrouhne uhlíkové emise.

A to je přesně ten problém s dobrovolnými opatřeními. Nejdou vymáhat, je to jako chtít po značkách, aby si samy vypracovaly domácí úkoly, a pak přivírat oči, když podvádějí. (ehm, politici...?)

Dobrovolné iniciativy, kdy značky naslibují řešit konkrétní problémy průmyslu, jim ve skutečnosti poskytují alibi. ACT (Action, Collaboration, Transformation) nezajistilo milionům pracujících důstojné mzdy. Ani jeden člen The Microfibre Consortium aktivně nevyřazuje syntetiku, aby zamezil znečištění mikroplasty. Členství v SBTi nevede k výraznému snižování uhlíkových emisí. Chápete, co tím myslíme? Když si politici myslí, že se značky snaží o změnu, přestanou je regulovat. Ale takové intriky pracujícím nezajistí spravedlnost – mezinárodní zákony ano.

Značky si můžou tvrdit, co chtějí. Málo z nich podle toho ale opravdu jedná. Činy znamenají víc než slova. Takže až příště uvidíte, že značky slibují hory doly, přečtěte si celou zprávu. Přicházejí s nějakým akčním plánem? Poradily se s pracujícími? Bude probíhat nějaká kontrola postupu? Nebo jde jen o další PR pozlátko?

Jsou to značky, nebo politici?

Za oponou upadajícího Green Dealu

Giuseppe Cioffo, Lobby & Advocacy Officer za CCC

Vymáhat po značkách odpovědnost není snadné, ale někdo to dělat musí! V Clean Clothes Campaign se snažíme, aby se značky zodpovídaly za škody, které páchají. Má to dvě úrovně. Zaprvé ukazujeme příkoří dělníků a dělnic a vytváříme na značky tlak, aby nesly odpovědnost za porušování jejich práv. Zadruhé bojujeme za systémové řešení, které 1) nutí značky ke změně, 2) zajišťuje, že pracující jsou v případě bezpráví odškodněni.

Špatné zacházení s lidmi se neděje omylem; právě z něj velké společnosti těží. A dokud je jejich byznys založen na vykořisťování a znečišťování, potřebujeme se opírat o silné zákony, regulace, pracovní práva a mezinárodní politiku, abychom je udrželi na uzdě.

Zní to jako hračka, že? Kéž by! Značky mají pocit, že je regulace hrozně omezují, a tak dělají všechno proto, aby neprošly. Vliv korporátů na naše životy je tak velký, až se občas zdá, že o věcech rozhodují právě značky – ne politici. Stačí se kouknout na zprávy. Světoví lídři spolupracují s korporátními magnáty – megalomanskými řediteli AI společností, technologickými miliardáři a manažery módních značek. Zdá se, že zvolení politici zapomínají na mandáty od voličů a voliček, kteří je dosadili do funkce. Neváhají předat otěže korporátním lobbistům, kteří pak určují směr.

Příkladem je evropský Green Deal, na kterém je skvěle vidět, jak se značky vměšují do rozhodování. Green Deal, vzniklý v roce 2020, měl být hlavním nástrojem Evropy v boji proti klimatické krizi. Zahrnoval pravidla stran uhlíkových emisí, cirkularity a biodiverzity. Navrhoval také způsoby, jak nutit korporace k odpovědnosti v případě újmy lidem či planetě. Jasně, v něčem působil příliš opatrně, ale podobné změny jsme nutně potřebovali, takže jeho vznik slavili aktivisti a aktivistky, environmentální kolektivy, občané, odbory i některé pokrokovější společnosti.

Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) v roce 2024 konečně uznala, co tvrdíme už roky: značky spoluzodpovídají za podmínky, ve kterých pracují jejich zaměstnanci a zaměstnankyně (na straně 18 je shrnutí). Nastavila



se přísná pravidla – zajištění důstojných mezd a svobody sdružování – a pokuty společnostem, které je nedodržují. CSDDD je důležitým dílkem ve snaze reformovat světovou módu a velké oděvní firmy kvůli němu panikaří.

Jak nám připomenuli kolegové a kolegyně ze SOMO, obří korporace krátce po schválení zákona znovu ukázaly, kdo ve skutečnosti tahá za otěže. Svými odpornými, agresivními lobby kampaněmi útočily na vysoce postavené úředníky Evropské komise. Vytáhly všechna esa z rukávů: šířily dezinformace a fake news, tajně se setkávaly s evropskými úředníky a úřednicemi, veřejně hanily aktivisty a sociální hnutí, spřáhly se s krajně pravicovými a středově pravicovými stranami Evropského parlamentu, aby zákon potopily. Dokonce to dotáhly tak daleko, že přiměly katarskou vládu k výhrůžkám, že pokud evropské země zákon nezruší nebo neomezí, přestanou jim prodávat ropu!

A zabralo to – Evropská komise začala škrtat důležité části zákona. Revidovaná verze omezuje jen malou část firem, se-škrtaly se pokuty a značkám se usnadnilo nedodržování kontroly dodavatelů. Po všech úpravách byl zákon k nepoznání a neplnil původní účel.

Je to znepokojivý příběh, který ale dokazuje, proč jsou závazné zákony ke změně módního průmyslu tak důležité. Z historie víme, že ke změnám nedochází přes noc. Díky odborům máme osmihodinovou pracovní dobu, dovolenou a sociální zabezpečení. Pracující toho nedosáhli sami: spojili se s dalšími, kteří zastávají stejné hodnoty. Politici a političky jim nic nenaservírovali na stříbrném podnose. Dělníci a dělnice za svá práva tvrdě bojovali a my v boji musíme pokračovat, abychom zajistili, že nová pravidla budou platit pro všechny světové dodavatele.



Protestující před Evropským parlamentem ve Štrasburku na 11. výročí pádu Rana Plaza, den před hlasováním parlamentu o CSDDD. Foto: Justice is Everybody's Business

Ať se třesou!

Pět způsobů, jak donutit značky k odpovědnosti

Giuseppe Cioffo

1 Chtějte od značek víc

Značky naslouchají svým zákazníkům, takže po nich chtějte, aby lidem pracujícím v oděvním průmyslu vyplácely důstojnou mzdu. Můžete jim napsat e-mail nebo jim pošlete DM, komentujte jejich příspěvky nebo se ptejte manažerů či manažerek poboček. Udělejte cokoli, čím dáte značkám vědět, že nesouhlasíte s neférovým zacházením. A řekněte i kamarádům a kamarádkám – čím víc stížností, tím spíš si jich značky všimnou.

2 Napište politikům a političkám

Ať už jde o zvolené zastupitele, členy vlády, nebo městské představitele, ptejte se jich, jak se postaví k negativním dopadům, které módní průmysl má na pracující i prostředí. Vezměte si sváču, svolejte kámoše a udělejte seanci s psaním dopisů. Je to účinný způsob, jak dát politikům a političkám vědět, že vám to není jedno – zvlášť, pokud usilují o znovuzvolení.

3 Upozorňujte na greenwashing

Značky zajímá reputace víc než etika – pojďme je tedy zasáhnout na citlivých místech! Vyzývejte e-mailem nebo pomocí DMs značky, aby podložily svá tvrzení. Pokud neodpovídají nebo vám jen zkopírují nicneříkající odpověď ze svých stránek, zveřejněte to. Komentujte jejich příspěvky na sociálních sítích (můžete se inspirovat našimi falešnými cedulkami na další straně) nebo jim dejte špatnou recenzi. Můžete je taky nahlásit České obchodní inspekci. Regulační úřady se soustředí na lživé reklamy, takže značky, třeste se!

4 Přidejte se ke stávkám

V solidaritě je síla. Sledujte odborové organizace v oděvním průmyslu a podpořte pracující ve stávkách. Sdílejte jejich příspěvky, přidejte se k demonstracím nebo napište značkám.

5 Podporujte Clean Clothes Campaign

Jsme největší solidární síť pracujících a odběratelů. Pomocí našich „Urgent Appeals“ podporujeme pracující, které oděvní společnosti poškodily. Sledujte nás na Instagramu, sdílejte naše cíle, přidejte se k přímým akcím nebo darujte. Vaše podpora je důležitá!

STŘÍHEJ JAKO O ŽIVOT

Jak na to: vystřihni cedulky a schovej je do kapes oblečení v obchodech.



TAKHLE TO CHCEME!

#8 OBLEČENÍ JE CENĚNÉ A HODNOTNÉ, PROPOJUJE VÝROBCE S KUPUJÍCÍMI.

Móda naplňuje naše potřeby, ne touhu společností po penězích. Nejsme jen kupující: vážíme si našich oděvů – představují formu sebevyjádření – i práce, která se za nimi skrývá.

SDÍLENÍ JE PÉČE

V našich představách o férové módě je opravování, opětovné nošení, přeprodávání, vyměňování, znovuvyužívání a recyklování normou. Jak by taková vzkvétající ekonomika sdílení vypadala?



SECOND HANDY



KREJČOVSTVÍ



WORKSHOPY OPRAV



KOMUNITNÍ SWAPY

FREEBOXY



KNIHOVNY VĚCÍ





VZDĚLÁVÁNÍ SE V PÉČI O OBLEČENÍ



PŮJČOVNY OBLEČENÍ

SECOND HANDY POD DROBNOHLEDEM

SÜDWIND-Institute

Second handy v posledních letech rostou jako houby po dešti. Což je super, ne? Ale pro koho? Tady je odpověď SÜDWIND-Institutu.

Ačkoli opětovný prodej je fajn, sám o sobě módní průmysl nezachrání...



Ilustrace: Irem Kurt

Přínosy

Secondhandové nákupy prodlužují oděvům život, redukují odpad a **šetří zdroje**.

Opakovaný prodej představuje **cirkulární** alternativu k velkým módním firmám. Udržuje oblečení déle v oběhu.

Jsou **dostupnější** pro lidi s nižšími příjmy nebo sociálně vyloučené osoby.

Limity

Sekáčový boom nezlepšuje pracovní podmínky ani nezajišťuje **důstojné mzdy**. Na to je potřeba odpovědnost a solidarita!

Velké oděvní firmy nadále **produkují hromady zboží** a využívají sekáče k omlouvání svého vykořisťování.

Někteří lidé nakupují hromady sekáčového oblečení, ale pak ho skoro nenosí nebo **dál nakupují rychlou módu**.

RECYKLACY V KLECI

6 rádoby green flagů, které jsou ve skutečnosti red flagy

Proč se s něčím párat, když se stačí tvářit, že jste to udělali? To je esence greenwashingu – značky se tváří, že jsou ekologické, ale jejich znečišťování, odpady a vykořisťování svědčí o opaku. Zatímco se nás velké společnosti snaží přesvědčit, že všechno bude v pohodě, z továren se stále valí miliardy textilu. Škodí pracujícím a oteplují planetu. Když si toho jednou začnete všímat, dokážete to snadno rozeznat. Soustřeďte se na těchhle šest red flagů:

GREEN WASHING ALERT!

MÓDNÍ BINGO

„Organické“, „uhlíkově neutrální“, „vědomé“ – značky si vymyslí cokoli... Dokonce ve svém honu na nová módní slovíčka překonávají i politiky. No jasně. Plastové oblečení z Primarku je „odolné“ tak maximálně tím, že nás všechny přežije!

50 ODSTÍNŮ ZELENÉ

Kampaň „clean luxury“ od Everlane splňuje všechna kritéria: zemité barvy, modelky v přírodě, reálné kalhoty z trávy. A pak firmu odkoupila nejšpinavější oděvní firma, Shein?! Jestli to působí až moc dobře, pravděpodobně to není pravda.

KOLOBĚH LŽÍ

V době, kdy je textilní odpad viditelný z vesmíru, sekáčové appky, pronájmy nebo nabídka oprav, aniž by se reálně snížila produkce, fakt nestačí. Je to opravdu cirkulární produkce, když neomezuje ani nenahrazuje výrobu? Dávejte si taky pozor na značky, které cirkularitu házou na vás – jako když v Coach radili zákazníkům, aby „nevyhazovali, ale opravovali“, zatímco tajně likvidovali neprodané kabelky.

VELKÁ SLOVA O RECYKLACI

Od Adidas až po Patagonii se recyklovaný polyester prodává jako ta „lepší volba“. Až na to, že je to stále mikroplastový horor, který se nikdy plně nerozloží a nesnižuje poptávku po novém zboží – výroba polyesteru stále roste.

KDE JE TEN SKROMNÝ LUXUS?

Značky jako PrettyLittleThing sázejí na look „skromného luxusu“, jako kdybychom díky tomu mohli zapomenout, že jde stále o rychlou módu. Velké oděvní firmy udělají cokoli. Teda kromě snížení emisí, péče o odpad, ukončení vykořisťování zaměstnanců a zaměstnankyň.

ROZKOŠNÉ PETROCHEMIKÁLIE

Nejnovější greenwashingový trend – značky představují celou škálu textilií, které znějí přírodně, ale ve skutečnosti jde zase o plast. Jako kašmírově jemné tričko z GAP, ve kterém není kašmír. Nebo Lululemon se svým (De)Lululinen, které je zčásti ropa a z části polyfluoroalkylové látky.

A nejhorší část greenwashingu? Kašle na pracující. Značky milují fráze typu „lidé a planeta“, ale pak úplně zapomínají na lidi. Kvůli greenwashingu se zaměřujeme na ananasovou kůži a plasty v oceánu, zatímco lidi pracující v oděvním průmyslu nejsou dostatečně zaplacení, dělají přesčasy a zůstávají bez ochrany. To je podle nás v rozporu s udržitelností. Taky vás vytáčejí lži módních magnátů? Pošlete značkám zprávu s našimi falešnými cedulkami (str. 48).



TAKHLE TO CHCEME!

#9 SPRAVEDLIVÁ MÓDA STAVÍ NA GLOBÁLNÍ SOLIDARITĚ A KOLEKTIVNÍ MOCI

Solidarita spojuje lidi, kteří oblečení nosí, s těmi, kdo ho vyrábí. Změna nezačíná v zasedacích místnostech. Začíná u nás!



„Students for International Labor Solidarity“ na Univerzitě v Pittsburghu

KOMUNITY JSOU ANTIKAPITALISTICKÉ

Neoliberalismus se na našem světě podepsal. Tahle ideologie je od 80. let 20. století kulturní normou a s kapitalismem – jakožto ekonomickým systémem – se navzájem posilují. Stojí na volném trhu a představě, že vlády by neměly zasahovat do obchodu a nechat společnosti být – prostě volňásek na vykořisťování.

Neoliberalismus může za mnohé, třeba:

1) Předal veškerou moc značkám: Regulace byly rozcupovány. Veřejné služby rozprodány a privatizovány. V minulosti byly rozdrceny vlivné odbory. A výsledek? Firmy mají větší moc než kdy dřív. Kašlou na regulace, zbavují se odpovědnosti a politici jim naslouchají.

2) Propaguje individualismus jako normu: Komunitní prostory zanikají. Místo kolektivních řešení se zaměřujeme pouze na osobní rozvoj. Z „my“ se stalo „já“. Odcizili jsme se a to se značkám hodí! Rozptýlení rovná se pasivita.

Je za tím záměr, jak už to se špatnými věcmi bývá. Nekontrolovaný vliv korporací těží z oslabení a nezájmu lidí. Vnucuje nám pocit, že sami nic nezměníme. Topíme se ve spotřebitelské vině nebo viníme druhé. Zapomínáme přitom, kdo jsou ve skutečnosti padouši: velké oděvní firmy, jejich ředitelé a politici, kteří je podporují.

Globalizace nás místo propojování dál rozděluje. Propast mezi lidmi, kteří šijí oblečení, a těmi, kdo je kupují, je obrovská. Nevidíme jejich mizerné mzdy, ženy omdlévající vedrem v žehlírnách ani ostrovy textilií, které znečišťují Ghanu, Chile nebo Guatemalu. Tuhle neviditelnou oponu akademici kdysi nazvali „odcizení“: odcizení pracujících od produktů, které vyrábějí, a spotřebitelů od podmínek, v nichž je kupované zboží vyráběné. Kdybychom byli přímými svědky utrpení a hrůz, které jsou všité do polyesterového topu, koupili bychom si ho se stejným nezájmem? Asi ne.

Jasně, vlivem kapitalismu si všichni svými činy protiřečíme. To ale neznamená, že budeme jen nečinně sedět a nezasadíme se o změnu, protože záměrem není dokonalost. Kdybychom naslouchali jen těm, kteří nikdy nenakupovali v Zaře ani si nic impulzivně neobjednali, komu bychom vůbec mohli naslouchat? 1 % nejbohatších je odpovědné za stejné množství emisí jako 66 % nejchudších obyvatel světa. To na ně bychom se měli zaměřit!

Když si myslíme, že nemůžeme nic změnit, značky profitující z vykořisťování se radují. Jenže my něco změnit můžeme. Věřte, že každé rozhodnutí napomáhá změně. Ale společně jsme silnější. Změna nezačíná v zasedacích místnostech. Začíná u nás: pracujících a kupujících. Podoba naší budoucnosti je na nás. Uvědomit si svůj vliv ve společnosti, která nám říká, že jsme bezradní, znamená najít svou sílu. Začněme s kritikou těch nahoře – ne těch vedle nás nebo pod námi. Organizujme se v komunitách, odmítejme chválu individualismu a spojme se v globální solidaritě. Projděte si náš solidární checklist! (na str. 58)

„Každý den se snažím dělat co nejlepší rozhodnutí o tom, co vyrábět, co spotřebovávat, s kým spolupracovat – ale žít ve světě kapitalismu vyžaduje morální kompromisy. Nesměřuju k úplné „čistotě“ – nic takového neexistuje. Místo toho se snažím věci dělat tak, jak nejlépe umím, a zaujmout stanovisko a být slyšet tam, kde cítím, že můžu mít nějaký vliv.“

– Roxanne Gay

Za nákupním košíkem



HRABAŘENÍ JE SUPER, ALE SOLIDARITA JE JEŠTĚ LEPŠÍ

Co je tajnou přísadou úspěšné kampaně za práva pracujících? Globální solidarita. Ne sekáče a míň nakupování. Nechápejte nás špatně: vaše bankovní účty a osobitý styl vám poděkují, ale nedokážou změnit podmínky pracujících. Nakupovat vědomě podle nás otevírá prostor pro hlubší změny. Když neběháme v kruzích trendů, můžeme se semknout a bojovat za spravedlivost a změnu.

Předáci odborů v našich řadách mají jasno: nechtějí, abyste se tiše stáhli a nepodporovali levnou módu. Naopak, potřebují, abyste se ozvali. Když budeme společně vytvářet nátlak, značky budou nuceny reagovat a pracujícím se dostane spravedlnosti. Trojúhelník solidarity, kde vrcholy tvoří pracující, síť CCC a přívrženci jako vy, napomohl větší bezpečnosti v továrnách, vysoudil miliony v ukradených mzdách a dostal vůdce odborů z vězení. Trvalo roky, než Levi's podepsal mezinárodní dohodu Accord, ale vytrvalost komunity se vyplatila!



„Lidem, kteří nakupují oblečení, bych vzkázala tohle: místo bojkotování značek raději podpořte požadavky a kampaně oděvních pracovníků. Bez tlaku ze strany nakupujících se jen těžko dobereme spravedlnosti. [Náš spor] jsme sice vyhráli, ale mnoho dalších pracujících stále trpí. Vaši podporu a solidaritu teď potřebují víc než kdy dřív.“

Miriana Obradović, bývalá zaměstnankyně v oděvním průmyslu

Vaše solidarita pomáhá pracujícím daleko víc než odpovědné nakupování. Sepsali jsme pár tipů, jak můžete podpořit hnutí za práva pracujících a podílet se na systémové změně:

SOLIDARITY CHECKLIST

- ☐ Sledujte organizace vedené pracujícími, jako je ta naše.
- ☐ Naléhejte na značky a vlády, ne na sebe navzájem.
- ☐ Přidejte se k odborům.
- ☐ Mluvte o příkořích pracujících.
- ☐ Místo tichého nesouhlasu se zapojte do společného boje.
- ☐ Podpořte stávkující pracující.
- ☐ Přesdílejte informace o vyšetřování v továrnách (a označte značky!).
- ☐ Podepisujte a sdílejte petice.
- ☐ Chtějte po značkách, aby dokládaly svá tvrzení o udržitelnosti.
- ☐ Nahlašujte greenwashing a socialwashing.
- ☐ Zapojte se do akcí před obchody mezinárodních značek ve vašem bydlišti či okolí.
- ☐ Nechávejte v obchodech cedulky ze strany 48.
- ☐ Podpořte iniciativy bojující za přísnější zákony.
- ☐ Tlačte na společnosti, aby podepsaly zavazující dohody. (jako Pay Your Workers nebo Accord)
- ☐ Napište místním zastupitelům či zastupitelkám, co vás trápí.
- ☐ Podpořte politiky a političky, kteří se zajímají o práva pracujících.

HNUTÍ ZA SPRAVEDLIVOU MÓDU TĚ POTŘEBUJE! CÍTÍŠ SE NA TO?

Čas zahrát si kvíz! Zakroužkuj odpověď, se kterou nejvíc souzníš, spočítej odpovědi a dozvíš se, jaká role by se pro tebe hodila.

Vyšla nová kampaň #PayYourWorkers. Tvoje podpora spočívá v...

- **A** Natočíš reelsko a označíš značku
- **B** Zorganizuješ demošku před obchodem
- **C** Napíšeš dopis řediteli
- **D** Přesdílíš petici

Odbory lidí pracujících v oděvním průmyslu svolají stávku. Pomůžeš tak, že...

- **A** Podpoříš jejich požadavky online
- **B** Sepíšeš solidární vyjádření
- **C** Vyvěsíš banner na podporu
- **D** Zorganizuješ komunitní sbírku pomoci

Pozor, socialwashing! Velká oděvní značka tvrdí, že je „etická“. Ty...

- **A** Vyhledáš si a přesdílíš důkazy
- **B** Namotivuješ lidi, aby komentovali příspěvek
- **C** Ustříháš jim cedulky (str. 48)
- **D** Rozčílíš se na on-line fóru

Den důstojné mzdy se blíží. Zapojíš se tak, že...

- **A** Navrhneš tematický zin
- **B** Naplánuješ pochod ulicemi
- **C** Vyrobíš plakáty a letáky
- **D** Uspořádáš kvízový večer

Hlavně áčka

Mluvčí! Svým hlasem prorážíš komnatu ozvěn a inspiruješ k akci. Bez viny a studu! Ať už je to ve třídě, skupinovém chatu, nebo na sociálních sítích, šíříš světem změnu.

Nejvíc béček

Organizátor/ka! Hnutí na lidech jako ty závisí: skvělé nápady měníš v realitu. Máš energii na všechno! Co takhle začít s nějakou demoškou nebo akcí?

Hlavně céčka

Craftivista/ka! Štve tě, v jakém je módní průmysl stavu? Bojuj proti tomu kreativitou! Vyber si, co tě baví – vyšívání, umění, focení, prostě cokoli – a vyjádři svou frustraci tak, že ji lidé (a značky) rozhodně nepřehlédnou.

Nejvíc déčeck

Budovatel/ka komunity! Nazdárek, lidumile. Moc dobře víš, že změna začíná v komunitě. Ujisti se, že se všichni cítí začleněni a jsou připraveni se zapojit. Pokračuj v propojování a síťování!

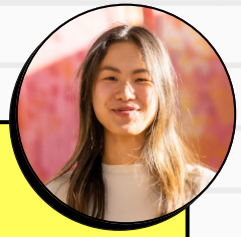
Aha momenty

Poprosili jsme členy a členky poradního orgánu mladých lidí v CCC, aby s námi posdíleli své momenty osvícení: chvíle, v nichž si uvědomili, že velké módní firmy profitují z vykořisťování a oni to nechtějí podporovat. Máš taky svůj příběh?



Po střední jsem rok pracovala jako prodavačka v jednom švédském obchodě rychlé módy (iykyk), a když jsem to viděla, řekla jsem si, že tohle FAKT NE. Sklady plné oblečení, které nikdo nekupuje, a každou sezónu nové kolekce. Také jsme měli zboží v podstatě za prodejní cenu jako „zaměstnaneckou výhodu". Přirážka byla přemrštěná a teď už taky vím, že dělníci pracující v oděvním průmyslu z ní rozhodně nic nemají! Skončila jsem a začala jsem místo toho pracovat v sekáči. A samozřejmě tam i nakupovala (krom spodního prádla a občas bot).

Vic Frånstedt, YAB Švédsko



Odmala jsem se zajímala o módu. Když jsem ale začala studovat oděvnictví, rychle jsem odhalila temnou stranu tohohle průmyslu. Najednou už mi móda nepřišla tak skvělá, spíš jako svět postavený na vykořisťování lidí i planety. To mě změnilo: nebudu pracovat v odvětví, které je vybudované na kvantitě a obrovských maržích. V odvětví, které má obrovský negativní dopad na prostředí a pořádně neplatí své zaměstnance a zaměstnankyně. S tím nemůžu souhlasit ani toho nechci být součástí.

Esmei van der Kleij, YAB Holandsko

Pro mě to asi nebyl jeden jediný moment, spíš hodně menších věcí, které se postupně kupily. Bavení se s lidmi, kteří pracovali v oděvním průmyslu, a pochopení, kolik práce a umu výroba oblečení vyžaduje. A pak člověk vidí ty věci za 20 € (500 Kč) a prostě už mu to nedává smysl. Ve stejnou dobu jsem si začal všímat, kolik oblečení vyhazujeme, i když je stále použitelné. Ten nepoměr se mi zaryl do mysli. Od té doby se snažím nakupovat míň a víc o tom přemýšlet. Taky se ale zapojuju do iniciativ jako YAB, protože to očividně není jen o osobní odpovědnosti.

Mohamed Chiheb Bida, YAB Belgie



Neuvědomila jsem si to ze dne na den. K uvědomění, že oděvní průmysl je prohnilý, mě dovedlo několik věcí. Starší bratr pro mě byl v dospívání velkým idolem a kupoval hodně věcí v sekáčích. Takže jsem to dělala taky. Myslím, že jsem si první sekáčové tričko koupila ve čtrnácti. Nosila jsem ho roky, až bylo tak plné děr, že už to ani nebylo triko. Odmala jsem slýchala, že „H&Mko využívá dětskou pracovní sílu", a když jsem vyrostla, setkávala jsem se s více příklady porušování lidských práv a znečišťování přírody. Zvlášť když se rozmohly sociální sítě. Časem jsem módnímu průmyslu přestala věřit. Takže jsem zarytá fanynka sekáčů – kupování věcí, které už existují. A navíc je to větší sranda!

Caroline Meltzer, YAB Švédsko

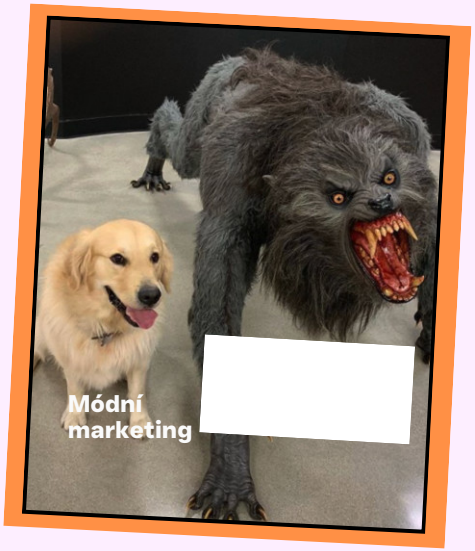


ZMEMUJ TO

ŘEKNI TO MEMEM!

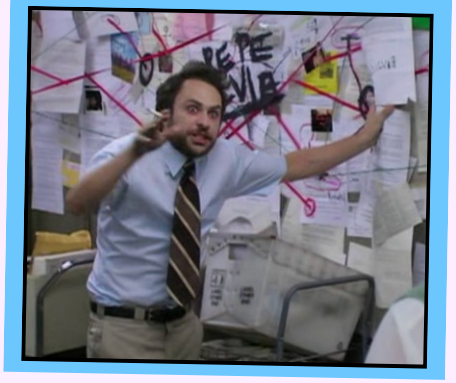
Svět, kdyby ředitel Zary nikdy nepřišel s rychlou módou







Já ve dvě ráno



Doporučení

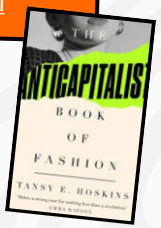
Chceš se do tématu ponořit hlouběji? Tady jsou nějaká doporučení do začátku!

PS: Ani do zinu se nevejde všechno. Můžeš nás sledovat na Instagramu (NaZemi a Clean Clothes Campaign) nebo se přihlas k newsletteru CCC nebo NaZemi!

TIPY NA ČTENÍ:

- The Anti-Capitalist Book of Fashion, Tansy Hoskins
- No Logo, Naomi Klein
- It's Not That Radical, Mikaela Loach
- Manifest za práva pracujících v boji s klimatickou krizí





TIPY NA FILMY:

- Trashion
- The True Cost
- How We Really Stop Fashion



TIPY NA PODCASTY:

- Remember Who Made Them
- Articles of Interest
- Šatníky

TIPY NA STRÁNKY:

- fashionchecker.org
- greenwash.com
- nazemi.cz/odevy
- anxiety.eco



Tenhle zin je společný projekt vytvořený pod hlavičkou Clean Clothes Campaign. Českou verzi vydala brněnská organizace NaZemi.

V NaZemi se oděvnímu průmyslu věnujeme víc než 15 let a členy CCC jsme od roku 2014. Přinášíme do debaty o udržitelnosti módy sociální otázky, vydáváme materiály s aktuálními informacemi, děláme osvětu formou přednášek či výstav, pořádáme workshopy, pracujeme s mladými lidmi a vedeme je ke smysluplné akci. Více info o nás najdete na nazemi.cz a na našem facebooku nebo instagramu.

Editorky:
Mel Watt, Not Buying It magazine
Bogu Gojdź, Clean Clothes Campaign
Tereza Volmutová, NaZemi

Překladatelka:
Adéla Pakostová

Přispěvatelé:
Helen Gimber, SÜDWIND-Institute
Elena Čavlin, YAB Srbsko
Paula M. Hiemer, YAB Holandsko
Anne Bienias, Clean Clothes Campaign
Eva Meyermans Spelmans, YAB Belgie
Giuseppe Cioffo, Clean Clothes Campaign
SÜDWIND-Institute

Dotazovaní:
Bego Demir, Temiz Giysi Kampanyası
Kalpona Akter, Bangladesh Center for Workers Solidarity
Niki Gamara, Clean Clothes Campaign, Jihovýchodní Asie
F. Irene Lanyero, Horn of Africa Confederation of Trade Unions
Diewertje Heyl, Arisa
Vic Frånstedt, YAB Švédsko
Mohamed Chiheb Bida, YAB Belgie
Esmei van der Kleij, YAB Holandsko
Caroline Meltzer, YAB Švédsko

Projekt Fashioning a Just Transition (FJT) je realizován za finanční podpory Evropské unie. Za jeho obsah je odpovědná organizace Clean Clothes Campaign a nemusí se shodovat s názory Evropské unie.

NA ZE MI

Spolufinancováno Evropskou unií



Členové a členky globální sítě CCC a poradního výboru mládeže na fóru „Youth Meets Workers“ v Bělehradě v roce 2026


JOIN THE
MOVEMENT
LÍBIL SE TI ZIN? POŠLI HO KÁMOŠŮM!