

# VEČER

Svetozarevska 14, 2504 Maribor, SLOVENIA - tel. h.c. 02 / 23 53 500 - e-mail: [pc@vecer.com](mailto:pc@vecer.com)

Datum: **Sreda, 21. Decembar 2005** - Stran: **SLOVENIJA**

**Danes protestni shod proti izkoriščanju v "švicfabrikah"**

## **(Pre)visoka cena izdelkov v svetu izobilja**

**Predstavniki organizacije Ljudjeza bodo v križišču Vetrinjske in Jurčičeve ulice v Mariboru opozarjali na nemoralo nekaterih multinacionalk**

Sredi največje nakupovalne mrzlice in ko prodajalci kar tekmujejo z nizkimi, nižjimi in najnižjimi cenami, se morda le velja vprašati, kako visoka je v resnici cena izdelkov po nizkih cenah. Ali je pravično in etično, da morajo za cenejšo in zato boljšo prodajo izdelkov potrošnikom ter neskončno povečevanje kapitalističnih profitov v razvitem svetu trpeti množice brutalno izkoriščanih delavcev v že tako revnih deželah? In ali niso prav selitve proizvodnje v države s podplačano delovno silo vse pogostejši vzrok za socialno negotovost, brezposelnost in revščino tudi v tistih delih sveta, kjer "v povprečju" sicer ne trpijo pomanjkanja?

Mimoidoče bodo skušali vzpodbuditi k razmisleku o tem predstavniki organizacije Ljudjeza, ki bodo danes ob 13. uri v Mariboru na križišču Vetrinjske in Jurčičeve ulice pripravili brezplačni performans in shod, s katerim želijo opozoriti na vse bolj razširjeno problematiko tako imenovanih švicfabrik (kot so v ljudski jezik prevedli angleški izraz sweatshop). Take tovarne nastajajo predvsem v najbolj revnih državah, njihovi izdelki pa se, tudi pod zelo zvenečimi blagovnimi znamkami znanih multinacionalk (večinoma s sedeži v ZDA, a tudi v drugih bogatih državah) in po razmeroma visokih cenah, prodajajo predvsem v svetu izobilja.

V takih tovarnah so pogosto zaposleni otroci in mladina, velik je tudi delež mladih žensk. Po podatkih ameriškega nacionalnega odbora za delo (National Labour Council - NLC) traja redni delovni dan v teh obratih v povprečju 10 do 12 ur, obvezne pa so še dodatne nadure. Delovne razmere so nemogoče, varnost pri delu praktično ne obstaja, o socialni varnosti ter pokojninskem in zdravstvenem zavarovanju ni niti govora. Delavci so pogosto v suženjskem odnosu, kratijo jim osnovne pravice in svoboščine - ne dovolijo jim niti odmora za kozarec vode ali odhod na stranišče. Pogosta so spolna nadlegovanja podrejenih, verbalne zlorabe, ustrahovanja in telesne kazni. In za vse to dobijo delavci v povprečju manj kot 6 ameriških centov oziroma 12 tolarjev na uro!

Mnoge multinacionalke zavračajo vsakršno odgovornost in se sprenevedajo, da njihovi izdelki ali sestavni deli zanje pač niso bili proizvedeni v "švicfabrikah". A podatki NLC kažejo, da to preprosto ne drži. Med tudi na našem trgu prisotnimi družbami in blagovnimi znamkami, ki naj bi najbolj množično izkoriščale ceneno delovno silo, navajajo multinacionalke Nike (športna oprema), CocaCola (osvežilne pijače), Mattel (igračice, vključno z originalnimi barbicami), Disney (filmi, zabava, spominki, igrače...), McDonald's (hitra prehrana; sporna so predvsem darilca za otroke ob nakupu otroških menijev) itd.

Po podatkih NLC je Disney za vsak sešiti kostum, ki so jih ob izidu filma 101 dalmatinec v ZDA z velikim uspehom prodajali po 19,99 dolarja (4000 tolarjev) za kos, plačal delavcu na Haitiju natanko 6 centov (12 tolarjev). Majice podjetja Gap, proizvedene v El Salvadorju po ceni 12 centov (24 tolarjev), v ZDA "izjemno ugodno" prodajajo po 20 dolarjev (4000 tolarjev), drugod po svetu pa še za malenkost več. Če bi Nike le en odstotek svojega oglaševalskega



**V "švicfabrikah" vse pogosteje za nizko plačilo garajo otroci.**

proračuna, ta naj bi znašal okrog 280 milijonov dolarjev letno, primaknil delavcem v Indoneziji, bi njihovi zasluži zadoščali za povsem spodobno življenje - a vprašanje je, ali bi se potem še pustili tako brezobzirno izkoriščati.

Organizatorji shoda (pripravljajo jih še več in tudi v drugih krajih) želijo mimoidoče seznaniti s temi ugotovitvami in jih opozoriti, naj kupujejo preudarno in naj bodo pozorni na oznake o izvoru izdelkov. Če teh oznak ni, če so pomanjkljive ali če sumijo o njihovi verodostojnosti, naj se nakupu raje odpovedo ter opozorijo prodajalce in zvezo potrošnikov.

Kot nam je pojasnila predstavnica organizacije Ljudjeza Urška Breznik, so oznake na izdelkih pogosto lažne. Na oblačilih Benetton na primer največkrat piše, da so bila izdelana v Italiji; a tam so bila le oblikovana, večino proizvodnega dela pa so opravili podplačani delavci v Aziji (česar podjetje niti ne skriva). Z opozarjanjem na neverodostojnost želi organizacija Ljudjeza (v povezavi s sorodnimi v tujini) odvrniti morebitne potrošnike od nakupa in s tem ustvariti pritisk na proizvajalce, da naj vsaj pri označevanju izdelkov končno nehajo na veliko goljufati. Dolgoročno bi lahko pošteno označevanje dvignilo tudi ugled in ceno delovne sile v nerazvitih državah ter posledično izboljšalo tamkajšnje splošno blagostanje in razvitost. Kratkoročno je to najbrž utopično - a naj bo dovoljeno vsaj v prednovoletnem času vsesplošnih pričakovanj.

**Darinko Kores Jacks**