



## Nota de premsa

# Més de dues dècades de responsabilitat social de les empreses no ha millorat les condicions de vida de les obreres de la confecció

La Campanya Roba Neta presenta la publicació 'Moda: indústria i drets laborals. Guia per a un consum crític de roba' i el curtmetratge 38

*Barcelona, 28 d'abril de 2011.* Avui, mentre les firmes internacionals de la moda i les grans cadenes de distribució sedueixen la seva clientela amb l'actualització constant dels seus dissenys i amb els preus dels seus productes, obreres de Xina, Marroc, Bangla Desh, Hondures o Romania, viuen envoltades de peces de roba que confeccionen durant més de 12 hores diàries a canvi de salaris que am prou feines cobreixen les necessitats bàsiques.

La Campanya Roba Neta (CRN), que coordina SETEM a l'Estat Espanyol, ha presentat la publicació '**Moda: indústria i drets laborals. Guia per a un consum crític de roba**' i el curtmetratge '**38**' en un acte celebrat amb la col·laboració de l'associació Educació per a l'Acció Crítica (EdPac) el dijous 28 d'abril al Centre Sant Pere Apòstol de Barcelona. D'una banda, el llibre repassa les darreres investigacions realitzades per la Campanya Roba Neta internacional i les organitzacions que hi col·laboren per documentar la realitat de les cadenes de subministrament de les grans empreses presents a països com Marroc, on **les treballadores realitzen jornades de fins a 14 hores diàries per salaris que poden ser inferiors als 100 euros mensuals** i que gairebé mai superen els 200 euros mensuals; o com **Bangla Desh, on els salaris en el sector se situen entre els 20 i els 35 euros mensuals** i els incendis i esfondraments de fàbriques han matat a centenars de persones en els darrers cinc anys.

La Campanya Roba Neta denuncia les condicions d'explotació que hi ha darrera de la moda i de la roba esportiva des de principis dels 90 i, malgrat les estratègies de responsabilitat social empresarial que les firmes internacionals han engegat i publicitat amb força durant els darrers vint anys, la seva tasca és més vigent que mai. En aquesta publicació es posa de manifest que la lluita contra l'explotació laboral no es pot deixar en mans de mesures que les empreses transnacionals adopten voluntàriament i **més preocupades per la seva imatge de marca que pel benestar i la dignitat de les persones treballadores.**

### Anàlisi de 12 companyies de moda

Són moltes les persones consumidores preocupades per aquestes situacions que volen disposar de més informació sobre les marques. Assumint que les grans empreses reaccionen de maneres diferents a les denúncies de la CRN i d'altres xarxes, i que encaren de maneres molt heterogènies les polítiques de responsabilitat social, aquesta publicació vol posar a l'abast de tothom una sistematització de les polítiques comercials de moltes de les principals empreses distribuïdores de roba. Hi trobareu fitxes de 12 companyies com **Inditex, Adolfo Domínguez, Benetton o H&M**, un anàlisi de l'evolució dels compromisos de 4 de les més importants empreses de roba esportiva, i una presentació de les contradiccions entre els compromisos i les polítiques reals de les grans cadenes minoristes Carrefour, Lidl i Aldi.

Per aproximar a les persones consumidores a la quotidianitat de les obreres s'han inclòs quatre relats curts basats en les experiències reals de la Ching Lan, la Taew, la Nawar i la Lupita, viscudes dins i fora de les fàbriques on treballen.

Es tanca la publicació amb criteris per a un consum crític i les referències a experiències de producció i comercialització alternatives, netes d'explotació i que constitueixen opcions per a un altre tipus de consum i exemples de que un altre model pot ser viable amb el compromís de tots i totes.

## **Curtmetratge '38'**

Coincidint amb la publicació de la guia, la Campanya Roba Neta, en col·laboració amb Educació per a l'Acció Crítica (EdPac) ha presentat el curtmetratge '38', realitzat per l'entitat Interferències. Es tracta d'una **animació en stop motion** que juga amb el **significat que pot arribar a tenir el número '38'**. Aproximadament, és el salari mensual (en euros) d'una treballadora de la confecció a Bangladesh i és la talla màxima per 'gaudir' dels productes de les grans firmes de moda.

La **Campanya Roba Neta** (CRN) és una coalició internacional d'ONG, organitzacions de persones consumidores, sindicats i altres entitats que treballen per la defensa dels drets laborals al sector tèxtil mundial. Va néixer als països Baixos el 1989, està activa a 14 països europeus i coopera amb grups de treballadores i treballadors del sector tèxtil organitzats arreu del món. A l'Estat Espanyol està coordinada per l'ONGD SETEM.

**>> Informe complet en català (PDF. 3,6 MB):**

[http://www.setem.org/setem\\_ftp/catalunya/pdf/moda\\_industria\\_i\\_drets\\_laborals\\_baixa.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/catalunya/pdf/moda_industria_i_drets_laborals_baixa.pdf)

**>> Informe complet en castellà (PDF. 4,1 MB)**

[http://www.setem.org/setem\\_ftp/catalunya/pdf/moda\\_industria\\_i\\_derechos\\_laborales\\_baixa.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/catalunya/pdf/moda_industria_i_derechos_laborales_baixa.pdf)

### **Més informació:**

Campanya Roba Neta /SETEM. Albert Sales / Marta Solano  
T +34 93 441 53 35 (ext. 103). M +34 661 501 109

Correu-e: [comunicacio@setem.org](mailto:comunicacio@setem.org)

Web: [www.setem.cat](http://www.setem.cat)