

МАЙКИ НА КРОВИ

«Этичная торговля» спасает рабочих на швейных фабриках и подрывает экономику Бангладеш

АННА ГАРАНЕНКО

Недавно мир отметил годовщину крупнейшей промышленной катастрофы, унесшей более тысячи жизней, — обрушения фабрики Рана Плаза в пригороде Дакки, столицы Бангладеш. Что дало лишний повод задуматься о наших потребительских привычках. Феномен «быстрой моды» (fast fashion) превратил шопинг в развлечение: найти вещь получше, купить подешевле. Например, в России десять лет назад семья тратила на одежду 9% дохода, теперь — 7%. И мало кто задумывается, как попадает в торговые центры копеечная одежда. Между тем по магазинным стеллажам можно изучать мировую географию и новейшую историю экзотических стран, порой полную жертв и лишений. А за трюпичными развалами —

разглядеть глобальные процессы, аналогов которым до сих пор не было, например рождение понятия «этичной торговли». Откуда одежда попадает в супермаркеты, сколько она на самом деле стоит и почему у современной моды кровавый привкус — за ответами на эти вопросы спецкор журнала «Мир и политика» отправилась в Бангладеш, вторую по величине швейную мастерскую мира.

16-миллионная Дакка выглядит как одна стройка, большая и очень непосредственная. Отели, бизнес-центры, дома растут прямо из благоустроенной уличной грязи и нищеты, без

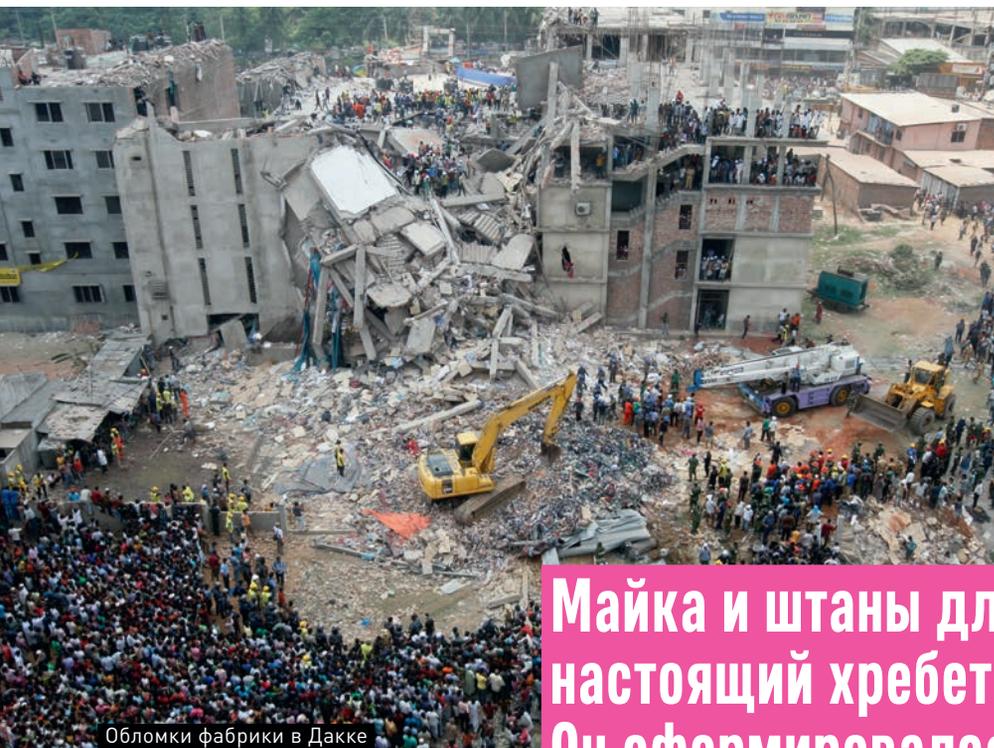
лишних глупостей вроде строительных заборов, обязательных касок и пунктов мойки колес. Неподготовленный очевидец, бывает, вздрагивает при виде экзотических технологий — новые этажи часто держатся на хлипких на вид бамбуковых подпорках. Новостройки заселяются, еле успевают подняться из котлована, — никто не возмущается, все понимают, что застройщику нужно скорее вернуть кредиты. Корреспонденту «МП» довелось побывать в гостях у молодой семьи, живущей на втором этаже дома в спальном районе Дакки. «Всего будет этажей шесть или семь, точно мы не

Волна, поднятая в западной прессе, отразилась напрямую на имидже модных корпораций

знаем, — рассказали молодожены. — Это обычное дело, когда люди живут, а стройка продолжается». Лихорадочная застройка — верная примета того, что в страну пришли деньги. Международные модные корпорации платят за то, что Бангладеш обшивает планету. RMG (Ready Made Garments — индустрия готового платья) обеспечивает 80% экспорта страны и примерно

1138 человек

погибли 24 апреля
2013 года, когда сложилось
8-этажное здание швейной
фабрики в пригороде
Дакки



Обломки фабрики в Дакке

половину его бюджета. В Дакке и окрестностях, а также в крупнейшем портовом городе страны Читтагонге более 6 тыс. фабрик одежды. Примерно две трети — швейные, на остальных делают трикотаж.

«Общий объем экспорта всех видов одежды составил в 2013 году около 26 млрд. долларов, — рассказал «МП» Чоудхури Куазид, директор по развитию Ananta group, объединяющей пять крупных фабрик с общим числом работников 18 тыс. человек. — И мы ожидаем, что он значительно вырастет, а через 10 лет может достичь 50 млрд. Он растет по экспоненте — для сравнения, в 2006 году эта цифра составляла 7 млрд долл.»

Всего в этом секторе занято около 5 млн человек (в подавляющем большинстве — женщин), а учитывая

Майка и штаны для Бангладеш — настоящий хребет экономики. Он сформировался примерно 30 лет назад вместе с глобальным разделением труда

членов семей, всего от RMG напрямую зависят судьбы 30 млн человек. Так что майка и штаны для Бангладеш — настоящий хребет экономики. Он сформировался примерно 30 лет назад вместе с глобальным разделением труда и окончательно укрепился, когда круговорот одежды в мире стремительно ускорился. Для эпохи fast fashion нормально, когда вещи устаревают и выкидываются, будучи надетыми всего пару раз. «Быстро-портящаяся» одежда и возможной-то стала во многом потому, что на

планете есть места, где много умелых рабочих рук готовы аккуратно и быстро сшить все, что придет в голову дизайнеру. Так что для многих стран появление феномена fast fashion сопоставимо с тем, как если бы в стране нашли месторождение нефти.

Впрочем, и для одежных брендов Бангладеш тоже в некотором роде «месторождение» — золотое дно с точки зрения дешевизны рабочих рук. Треть населения одной из самых бедных и перенаселенных стран мира (на территории, в 120 раз меньшей, чем у России, помещается на 20 млн человек больше) живет за чертой бедности. Неудивительно, что работа на швейной фабрике для деревенских девушек считается за счастье, а «человеко-час» здесь стоит втрое меньше, чем в Китае.

СМЕРТЕЛЬНАЯ СТРОЧКА

Глобальный швейный бум, несмотря на молодость, имеет свою историю — и это история катастроф. Свои печальные летописи пожаров и обрушений фабрик есть у Индии, Пакистана, Камбоджи и практически любой страны, вовлеченной в глобальный круговорот «быстрой моды». В Бангладеш она просто более очевидна. Отчасти этому способствовали зыбкая болотистая

Лихорадочная застройка верная примета того, что в страну пришли деньги. Международные модные корпорации платят за то, что Бангладеш обшивает планету

почва и субтропический климат, но главное — стремительность и сила, с которыми индустриальная волна накрыла страну. Ну и неизбывная человеческая жадность, конечно. Шить начали везде, в любых условиях, важно было выполнить заказ как можно быстрее и дешевле. Под фабрики использовались любые более-менее пригодные здания, в том числе жилые и офисные. Чтобы начать производить, не нужно было практически ничего — просто арендовать этаж или несколько, поставить машины и начинать шить. Нередко уже ветхие здания переоборудовались и надстраивались без всяких согласований и проектов. В итоге — ветхие конструкции, негодная электропроводка, отсутствие пожарных выходов плюс работа в режиме постоянного аврала и полная заботливость и бесправие персонала соединились в смертельно опасный коктейль.

По данным бангладешского пожарного ведомства, между 2006 и 2009 годом 414 рабочих погибло в 213 пожарах на фабриках (из отчета Clean Clothes Campaign). Минимум четыре крупных инцидента, унесших жизни 165 человек, произошли с 2009 по 2012 год. Наиболее крупным из них стал пожар на фабрике Tazreen — 24 ноября 2012 года погибли 112 человек. Но черным днем для всей мировой модной индустрии стало 24 апреля 2013 года, когда сложилось 8-этажное здание швейной фабрики в районе Савар в пригороде Дакки. Оно погребло под собой 1138 человек, еще две с половиной тысячи были ранены, многие остались инвалидами (снимок погибшей в Рана Плаза супружеской пары потряс мир, став одним из призеров всемирной фотовыставки World



Жертва катастрофы в Дакке

Press Photo). Вину за происшедшее немедленно возложили на владельца здания — именно он, влиятельный бизнесмен и политик, надстроил четырехэтажные этажами без всяких согласований и проектов. Он сдал наскоро сделанные этажи под фабрики, а арендаторы под завязку заполнили их оборудованием и людьми. При этом на каждом этаже появились мощные электрогенераторы, которые ежеднев-

\$26 млрд

заработала страна на экспорте одежды в 2014 году

но по несколько раз дружно включались (перебой с электричеством на 3–4 часа в сутки здесь обычное дело), вызывая вибрацию и резонанс, что продолжалось несколько лет.

РАЗГРЕБАЯ ЗАВАЛЫ

Несмотря на весь ужас случившегося, Рана Плаза стала поворотным моментом к лучшему для всей модной индустрии Бангладеш. Всем стало понятно, что «дешево и сердито» имеет свой предел. Правительство разработало национальный план безопасности текстильной индустрии — с участием бизнеса и общественных организаций.

«Как только это случилось, мы первым делом провели собственное расследование причин катастрофы, — рассказал корреспонденту «МП» Шаббир Мостафа, председатель Читтагонгского офиса Ассоциации производителей готовой одежды BGMEA (Bangladesh Garments Manufacturing Export Association). — В Дакке и Читтагонге провели инспекции и выявили все незаконно надстроенные здания. Оборудование с этих этажей было немедленно убрано, и сейчас правительство вынуждает владельцев разобрать их (за собственный счет, разумеется). Кроме того, все фабричные генераторы с верхних этажей убрали в подвалы — туда, где вибрация не может повредить зданиям. Словом, сделано все,

чтобы такое больше не повторилось».

Вообще, катастрофа запустила уникальные процессы, точных аналогов которым до сих пор не было: пожалуй, впервые в истории человечества усилия всего мира направлены на то, чтобы привести в порядок отдельно взятую отрасль промышленности в одной маленькой стране.

Волна, поднятая в западной прессе, отразилась напрямую на имидже модных корпораций. Было проведено расследование, кто из брендов размещал заказы на смертельной фабрике, и для имиджа тех марок, чьи этикетки были найдены среди завалов и чью связь с Рана Плаза удалось доказать, это оказалось серьезным ударом. Спустя месяц после трагедии была создана коалиция по поддержанию пожарной и строительной безопасности в Бангладеш (The Accord for Fire and Building Safety in Bangladesh, или просто Accord). В нее вошли 40 компаний — производителей одежды (главным образом европейские), два

ДАЕШЬ ПРОФСОЮЗЫ

Другое побочное следствие катастрофы — бангладешскому пролетариату стало немного легче жить. Одним из требований международных организаций, которые работают в этой сфере, стали трудовые права — запрет на использование детского труда, право на разумный рабочий день, на зарплату, достаточную для жизни (living wage). А также на создание профсоюзов, что жизненно, а порой и смертельно важно (будь на Рана Плаза профсоюз, возможно, рабочим удалось бы отбиться от начальства и сохранить жизнь).

«Действительно, после трагедии с рабочими стали обращаться лучше, — подтвердила «МП» Сафия Первин, генеральный секретарь центрального комитета Национальной федерации рабочих текстильщиков (National Garments Workers Federation). — Случаев побоев стало

несмены заглядываются на другие рынки — Азию, Африку, Латинскую Америку. И Россию, конечно, про которую здесь говорят с надеждой и некоторым недоумением: «Главная проблема — таможенные пошлины для бангладешских товаров составляют 30%-40%, в том время как в Европе — 10-14%, а в некоторых странах ввозных сборов вообще нет», — рассказал корреспонденту «МП» глава торгово-промышленной палаты Читтагонга Махбул Аламты.

30-40%

**составляют в России
таможенные пошлины для
товаров из Бангладеш**

Больше

ОДЕЖДЫ

**Процент дохода
среднестатисти-
ческой семьи,
который тратится
на покупку
одежды**

США	Россия
2000-е 4%	2000-е 9%
2010-е 2,8%	2010-е 7%

Английские социологи подсчитали, что в 1997 году британка покупала 19 предметов гардероба в год, а спустя всего десять лет — уже 34. Сейчас среднестатистическая женщина в Великобритании за год в среднем приобретает 18 футболок, 10 платьев и 9 пар брюк или джинсов.

международных профсоюза и четыре бангладешских профсоюзных федерации. Сейчас в Accord входят более 150 компаний из 20 европейских стран. Независимые инспекции, оценивающие состояние фабрик, проходят по всей стране и должны быть завершены к концу 2014 года. Аналогичная организация объединяет и большинство американских брендов, размещающих заказы в стране, — The Alliance for Bangladesh Worker Safety, или Alliance.

меньше. Детский труд практически не используется, по крайней мере, очень редко».

Теперь Бангладеш реально рискует потерять свое главное преимущество — дешевый труд. Тем более, что западные бренды не спешат компенсировать своим поставщикам расходы на улучшение условий труда.

Пытаясь снизить зависимость от требовательных и прижимистых западных марок, бангладешские биз-

По его мнению, таможенное законодательство стран мира способно в корне изменить не только экономику Бангладеш, но и весь рынок одежды, который зависит от экспорта. **МП**

Выражаем благодарность за помощь в подготовке материала Торгово-промышленной палате Читтагонга (Chittagong Chamber of Commerce & Industry) и лично Мохаммаду Нурул Анвару.

ДЕББИ КОУЛТЕР, руководитель программ международной организации Ethical Trade Initiative:

«Вопросы этики будут все сильнее влиять на привычки покупателей»

«Мир и политика»: «Честная торговля» — это более-менее понятно: продавать добротный товар по адекватным ценам. А «этическая торговля» — что это?

Дебби Коултер: Это значит, что марки, ритейлеры и их поставщики должны брать на себя ответственность за условия труда людей, производящих товары, которые они продают. Наша организация работает в глобальной производственной сети, объединяя компании и некоммерческие организации. Мы действуем не только в текстильном секторе, но и в сельском хозяйстве и многих других сферах, где работают наши организации-участники. Стремимся сделать так, чтобы на всех предприятиях-поставщиках по всему миру соблюдались хотя бы минимальные требования, касающиеся прав трудящихся: достаточная минимальная зарплата, право на создание союзов, безопасность.

«МП»: Можно ли воспитать «этичного покупателя» — так, чтобы он мог отделить «этическую» продукцию от «неэтической»? Например, снабдить вещи, произведенные в нормальных условиях, зелеными этикетками?

Д.К.: Такие попытки «социальных ярлыков» (social labelling) активно предпринимались в 1990-х годах. Проблема в том, что при глобальном разделении труда отследить, чтобы на каждом этапе — от выращивания и сбора хлопка до швейного цеха и склада — соблюдались все трудовые права, практически невозможно. Любые проверки и аудиты дают сиюминутную картинку. Единственный способ — сделать так, чтобы работники предприятий были постоянными «глазами и ушами», проводили свой ежедневный аудит, следя за соблюдением всех правил и норм. Этим и занимаются организации, подобные нашей.

«МП»: То есть покупатели пока не могут сделать ничего? Может цена быть индикатором: слишком дешево — незачто, подороже — наоборот?

Д.К.: К сожалению, не все так просто. Есть дорогие бренды, которые вообще не задумываются об этических вопросах. А есть более дешевые, которые стремятся производить даже недорогие вещи в нормальных условиях. Но уже сейчас у покупателей есть понимание того, что детский труд не должен использоваться — никто не хочет поку-

Возможно, через несколько лет в магазине одежды мы будем так же привычно читать этикетки, как сейчас делаем в супермаркете, выбирая еду без консервантов и красителей. Только поводом, чтобы отказаться от покупки, будут не пищевые добавки, а отсутствие этикетки «изготовлено без использования детского труда» или «произведено на фабрике, где всем платят достойную зарплату». О том, что такое этическая торговля, социальная ответственность покупателя и кто за все это будет платить, «МП» рассказала Дебби Коултер, руководитель программ международной организации Ethical Trade Initiative (ETI).

пать продукцию, сделанную детьми. И мы должны расширить эту сознательность на другие вопросы.

«МП»: Вам уже удалось добиться сколько-нибудь заметных результатов?

Д.К.: Это длительный процесс. Например, мы почти десять лет занимаемся проектом в Индии, где в одном из районов существуют производства ниток. Туда свозят со всей округи молодых девушек, и те работают практически как рабыни, не получая зарплаты — только карманные расходы. Зато по прошествии трех лет им выдается определенная сумма на приданое к свадьбе, и для многих это единственный шанс выйти замуж. Войти в контакт с этими предприятиями очень сложно, ведь они производят продукцию для внутреннего рынка, поэтому не так чувствительны к действиям международных организаций.

«МП»: Социальная справедливость требует затрат. Готовы ли люди платить больше за спокойную совесть?

Д.К.: В принципе, я как покупатель не должна заботиться об этом — это ответственность производителей. 