



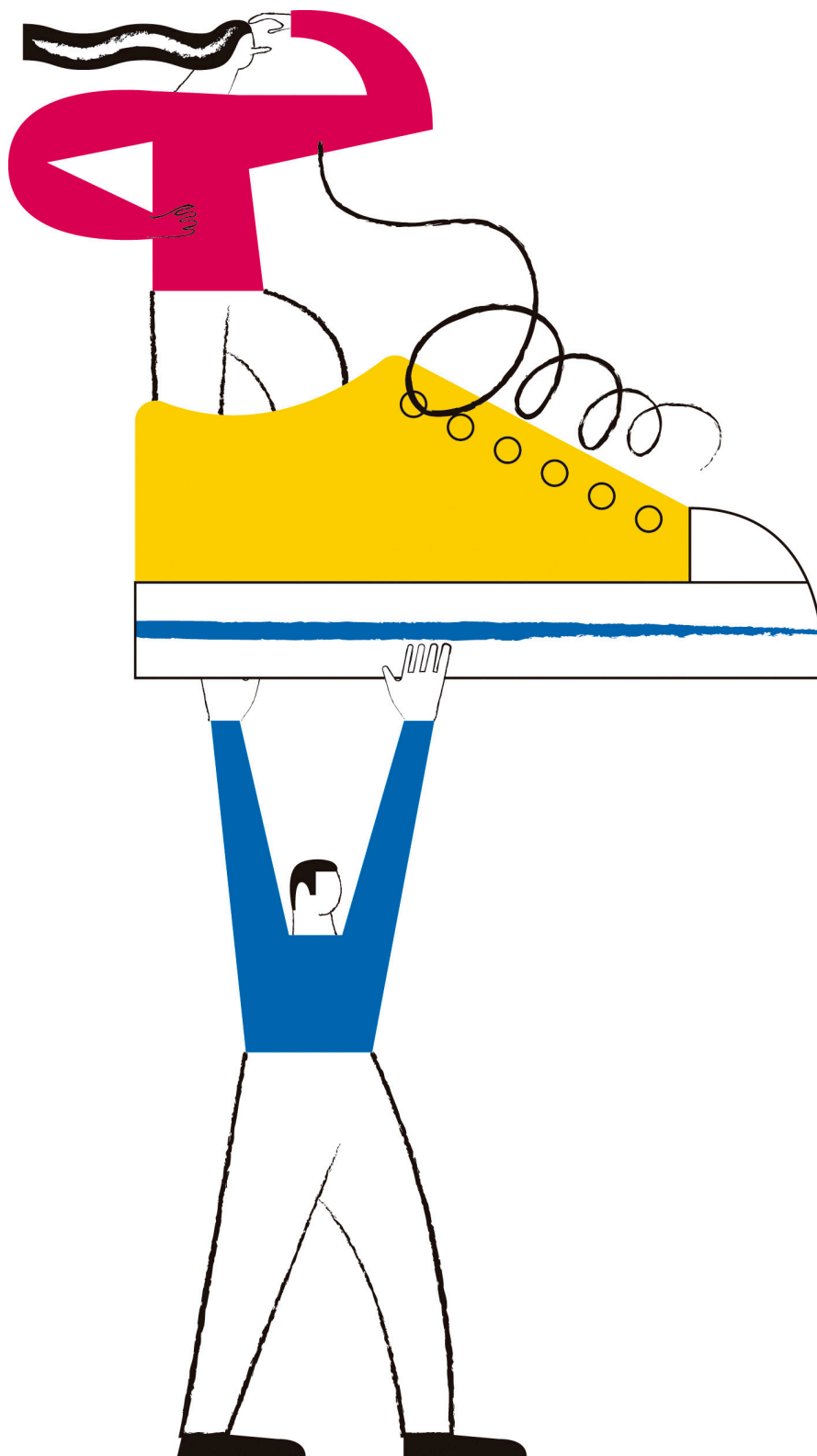
# DEZVOLTAREA PUTERII SINDICALE ÎN SUD-ESTUL EUROPEI

GHID PENTRU ORGANIZAREA SINDICALĂ ÎN  
INDUSTRIA UȘOARĂ (TEXTILE, CONFECȚII, PIELĂRIE  
ȘI ÎNCĂLȚĂMINTE)



Prezenta publicație este finanțată de Uniunea Europeană





Publicat în ianuarie 2020

Componentă a proiectului comun implementat de IndustriALL Global Union și industriAll European Trade Union și finanțat de Comisia Europeană în cadrul procesului de dialog social european

Proiect no. VS2017 / 002 / 0019

Design: La República Creativa. Ilustrații: Mariela Bontempi. Editor: Patrick Orr

# Cuprins

<b>5</b>	<b>Cuvânt înainte</b>
<b>7</b>	<b>Industria ușoară în lume și în sud-estul Europei</b>
7	O industrie globalizată
7	Condiții de muncă
8	Puterea mărcilor și a comercianților în detaliu
9	Ce este un lanț global de aprovizionare?
10	Industria ușoară în sud-estul Europei
12	Instrumente pentru îmbunătățirea sectorului
12	Acordurile cadru globale
15	Acțiune-Colaborare-Transformare
<b>17</b>	<b>Ghid în cinci pași pentru dezvoltarea și câștigarea unei campanii sindicale</b>
18	Pasul 1 - Campania prealabilă
22	Pasul 2 – Pregătirea
26	Cum se realizează cercetarea în companii din sectorul industriei ușoare
30	Pasul 3 - Construirea bazei de pornire
34	Cum să alegeți problema de abordat - listă de verificare
38	Comunicare individuală cu un lucrător: un ghid în șapte pași
40	Pasul 4 - Consolidare și lansarea acțiunii
42	Pasul 5 – Escaladarea situației și victorie
<b>46</b>	<b>Date de contact ale afiliațiilor industriAll în Europa de Sud-Est</b>







# Cuvânt înainte

Organizarea este esențială pentru dezvoltarea puterii sindicatelor. Sindicatul trebuie să recruteze noi membri care, în continuare, trebuie activați și mobilizați pentru a apăra cu adevărat interesele lucrătorilor.

Un sindicat mai puternic va avea o capacitate mai mare de a negocia contractul colectiv, de a îmbunătăți salariile și condițiile de muncă, de a asigura un mediu de lucru sigur și sănătos și de a soluționa problemele atunci când se produc.

În consecință, sprijinirea sindicatelor să își dezvolte capacitatea de organizare este o sarcină importantă pentru IndustriAll European Trade Union și IndustriALL Global Union. Ne îndeplinim această misiune prin cursuri și asistență tehnică acordată în Europa și în întreaga lume, cu accent deosebit pe organizarea sindicală a femeilor, tinerilor și imigranților, cu scopul de a spori puterea reală a sindicatelor noastre.

Organizațiile noastre au cooperat în cadrul proiectului „Consolidarea capacității sindicatelor din sud-estul Europei de a îmbunătăți salariile și condițiile de muncă în industria ușoară”, proiect finanțat de Uniunea Europeană.

În cele opt țări din această regiune (Albania, Bosnia-Herțegovina, Bulgaria, Croația, Muntenegru, Macedonia de Nord, România și Serbia), lucrează 600.000 de persoane, majoritatea femei. Cercetarea noastră a arătat că aceste persoane lucrează or multe pentru salarii mici, producând îmbrăcăminte și încălțăminte pentru bine-cunoscute mărci globale de modă. Densitatea sindicalizării este scăzută și există puține contracte colective de muncă.

În acest context, dezvoltarea puterii sindicale reprezintă o necesitate urgentă. Acesta este singura modalitate prin care se pot asigura condițiile în care fiecare lucrător să poată deveni membru de sindicat, să beneficieze de protecția unui contract colectiv de muncă și să își asigure un salariu care să acopere necesitățile unui trai decent.

Aceasta este angajamentul organizațiilor noastre în sud-estul Europei și în alte părți ale lumii. Scopul acestui manual este de a sprijini și facilita eforturile pe care sindicatul nostru le vor face în anii următori pentru a sindicaliza mii de lucrători, construind astfel sindicate mai puternice.



**Luc Triangle**  
Secretar General  
IndustriAll European Trade Union



**Valter Sanches**  
Secretar General  
IndustriALL Global Union





# Industria ușoară în lume și în sud-estul Europei

## O industrie globalizată

La fel ca în alte sectoare, globalizarea a modificat radical industria ușoară (textile, îmbrăcăminte, pielărie și încălțăminte – TIPI) și a determinat schimbări majore în ceea ce privește locurile și modalitățile de producție. Capacitățile de producție s-au mutat din țările dezvoltate în țări în curs de dezvoltare, cu un impact semnificativ asupra ocupării forței de muncă. La nivel global, circa 75 de milioane de persoane lucrează în industria ușoară, multe dintre ele femei. Sistemul de producție se bazează pe mulți furnizori aflați în diferite țări, fapt care conduce la o competiție necruțătoare pentru comenzi, cu consecința reducerii salariilor. În prezent, majoritatea activităților de producție au loc în țări în care condițiile de plată și de muncă sunt slabe. Abuzurile împotriva drepturilor omului și ale muncitorului sunt frecvente în întregul lanț de aprovizionare.

În sud-estul Europei, circa 600.000 de lucrători sunt ocupați industria ușoară. Deși, ca rezultat al restructurării și privatizării, a cunoscut reduceri drastice de personal, industria ușoară continuă să asigure ocuparea unui număr important de persoane, având o pondere destul de mare în exporturile țărilor în cauză.

Între 70% și 80% din exporturile de confecții și încălțăminte din sud-estul Europei merg către Uniunea Europeană, în principal către Germania, Italia și Austria. Apropierea geografică de UE înseamnă timp de livrare mai scurt, costuri de transport mai mici și comunicare mai ușoară cu partenerii comerciali.

## Condiții de muncă

Industria este caracterizată de condiții rele de muncă. Se raportează permanent programul de lucru prelungit (uneori fără o zi de repaos săptămânal), salariile mici, lipsa contractelor de muncă standard (sau lipsa totală a contractelor) și mediul de lucru periculos.

Salariile sunt foarte mici, sub nivelul care asigură subzistența reală. Deseori, orele suplimentare nu sunt compensate corespunzător.

În mai multe țări munca copiilor, munca forțată și munca în contul datorii reprezintă fenomene în creștere în lanțul de producție. Mulți muncitori din sectorul TIPI lucrează în condiții nesigure sau chiar periculoase. Expunerea la substanțe toxice, niveluri mari ale zgomotului, iluminarea slabă și ventilația necorespunzătoare sunt deseori întâlnite și conduc frecvent la accidente de muncă și incendii în fabrici. Aceste probleme se agravează și mai mult în amonte pe lanțul de aprovizionare, acolo unde supravegherea independentă scade și se exercită presiuni mai mari asupra prețurilor și termenelor de livrare.



### Ce este un salariu care asigură un trai decent?

Un salariu care asigură un trai decent înseamnă ca o persoană să câștige de la un loc de muncă suficient cât să își permită un standard de trai decent pentru sine și familia sa. Acesta înseamnă cel puțin suficient pentru a putea acoperi costurile cu alimentele, apa, locuirea, educația, transportul, îmbrăcămintea și alte necesități de bază, inclusiv constituirea de provizioane pentru evenimente neprevăzute.



Pe lângă prețuri scăzute, mărcile globale impun termene de livrare strânse. De asemenea, fac schimbări neașteptate la designul produselor și la volumele de producție, plasând comenzi în ultimul moment, fără a accepta costuri mai mari sau modificări ale termenelor de livrare. Muncitorii suportă consecințele acestor politici iresponsabile.

Moda se schimbă cu rapiditate: industria lucrează la viteze din ce în ce mai mari și cere producție rapidă și ieftină de la furnizori, pentru a putea ține pasul cu tendințele pieței. Presiunea noilor tehnologii, atât asupra producției, cât și al desfacerii cu amănuntul, se resimte în primul rând și cel mai puternic în halele de producție.

Majoritatea persoanelor ocupate în acest sector sunt femeii, cu o pondere ceva mai mică în pie-lărie-încălțăminte. Majoritatea acestor femei execută operațiuni rapide, repetitive, cum sunt cro-irea, coaserea și finisarea confecțiilor. În multe situații, operațiunile de cusătorie reprezintă peste două treimi din activitățile dintr-o fabrică.

Muncitorii sunt angajați în perioadele de vârf cu contracte flexibile sau pe termen scurt, fiind pur și simplu trimiși acasă când cererea scade.

În general, nivelul de sindicalizare în industria ușoară este scăzut, astfel încât lucrătorilor le este greu să se opună condițiilor de muncă periculoase și necorespunzătoare. Intimidarea, hărțuirea, presiunile, amenințările din partea angajatorilor, dar și lipsa de cunoaștere de către lucrători a drepturilor fundamentale la locul de muncă, au ca efect o densitate scăzută a sindicalizării și o acoperire slabă cu contracte colective de muncă. În mult locuri, această problemă este amplifi-cată de modificări aduse legilor muncii, modificări prin care angajarea și concedierea lucrătorilor devin mai ușoare.

Lucrătorii informali din ramurile textile și îmbrăcăminte (în multe țări, o uriașă forță de muncă), în special cei care lucrează de acasă, sunt deseori invizibili. Aceștia sunt plătiți la bucată, câștigă foarte puțin, nu sunt plătiți pentru ore suplimentare și nu beneficiază de concedii medicale.

## **Puterea mărcilor și a comercianților în detaliu**

La nivel global, producția și comerțul în industria ușoară (TIPI) sunt controlate de mari corpora-ții multinaționale. Acestea își desfășoară activitatea prin intermediul unor rețele de producție sau al unor lanțuri de aprovizionare, în cadrul cărora plasează comenzi și transmit specificațiile produselor lor. Sistemul tipic este cel în care aceste mari corporații transmit specificații detaliate unor furnizori mai mici care realizează produsele unei mărci și le livrează în amonte, pe lanțul de aprovizionare.

Mărcile globale au rareori propriile capacități de producție pe scară mare. Mai degrabă, pentru a menține prețurile mici, se bazează pe competiția dintre diverși producători. Aceasta este una dintre cauzele cele mai importante ale salariilor mici din sector.

Mărcile păstrează controlul asupra designului, reclamelor și marketingului, pentru a își proteja imaginea și identitatea pe o piață extrem de concurențială. Nivelul de control este mai mare în sistemul de producție în lohn (croire-confecționare-finisare), în care mărcile beneficiare asigură materialele și furniturile pentru furnizori.

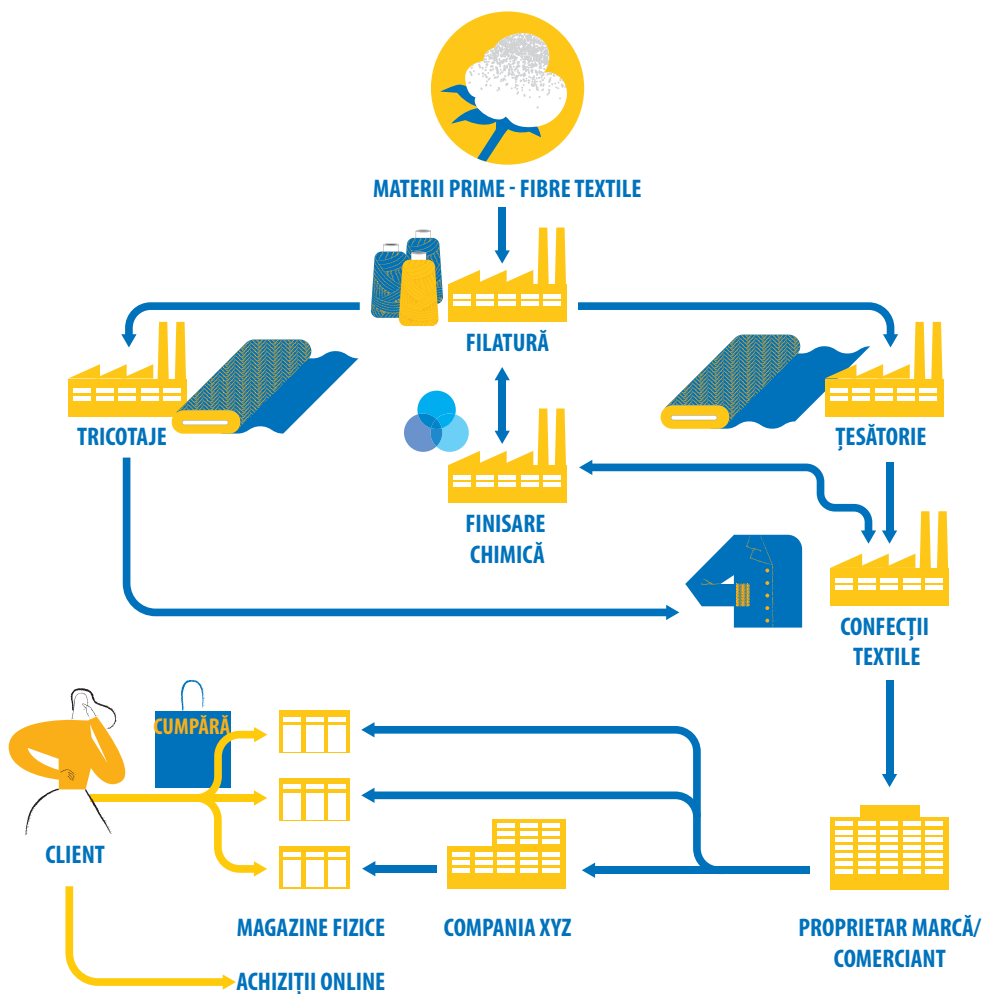
Marii comercianți globali stabilesc condițiile cu privire la ce se produce, cât de repede și la ce prețuri. Aceștia controlează îndeaproape fiecare aspect al producției, dar, în multe cazuri, externalizează răspunderea pentru lucrătorii care realizează articolele de îmbrăcăminte.

## Ce este un lanț global de aprovizionare?

Mărcile și comercianții de modă nu au fabrici în proprietate și nu produc confecțiile pe care le vând. Aceștia externalizează producția către fabrici din țări cu costuri de producție mai mici, produsele fiind confecționate de o diversitate de producători.

Un lanț de aprovizionare înseamnă o rețea complexă de furnizori interconectați. Lanțul de aprovizionare cuprinde toate activitățile necesare pentru a aduce un produs finit în magazin: producția materiilor prime, designul, producția, logistica și marketingul. Lanțurile de aprovizionare din ramurile textile și confecții devin din ce în ce mai complicate. În trecut, o companie proiecta un articol de îmbrăcăminte, îl producea în propria fabrică și îl vindea direct clientului. În prezent, un articol de îmbrăcăminte al unei mari mărci poate fi realizat de mai mulți furnizori care lucrează în același timp și pentru alte mărci sau companii. Acești furnizori pot subcontracta o parte a activităților către proprii lor furnizori, mici ateliere, persoane care lucrează de acasă sau lucrători independenți.

## Cum funcționează lanțul de aprovizionare?



Această structură determină o cursă a concurenței până la nivelul de bază, acolo unde producătorii concurează unii cu ceilalți pentru a obține comenzi de la comercianții care cer costuri din ce în ce mai mici și impun termene de livrare din ce în ce mai strânse.

## Industria ușoară în sud-estul Europei

În general, în sud-estul Europei, industria ușoară prezintă caracteristici similare cu cele din restul lumii – condițiile de muncă neadecvate sunt norma. La fel ca în alte părți ale lumii, marile mărci străine tind să subcontracteze producția către furnizori mai mici, deși unii au propriile fabrici, existând și câteva companii locale cu mărci proprii.

Modelul predominant de producție în industria confecțiilor textile este de tip croire-confecționare-finisare (lohn), cu alte cuvinte, se croiește materialul, se confecționează articolul de îmbrăcăminte și se finisează. De regulă, etapa finală cuprinde și verificarea calității, înainte de livrarea către beneficiar. Comercianții subcontractează producția către furnizori mai mici, fapt care determină din nou concurența fără scrupule. De regulă, acești subcontractori primesc designul și materiile prime de la beneficiari, trebuind să respecte cerințe stricte legate de drepturile de proprietate intelectuală, de calitate și de termenele strânse de livrare. În general, acești furnizori sunt întreprinderi mici sau mijlocii care își desfășoară activitatea în regiuni cu o concentrare mare de alți producători.

În general, lucrătorii sunt remunerați cu salariul minim legal sau mai puțin. Mulți muncitori lucrează ore suplimentare peste limitele legale, fără a fi remunerați corespunzător, în timp ce alții primesc salariul minim doar dacă lucrează peste program și își îndeplinesc norma de producție.

### Caracteristicile industriei ușoare în sud-estul Europei



Aport mare de manoperă, operațiuni repetitive și viteză mare de execuție



Plata salariilor este deseori întârziată



Ore suplimentare și contribuții sociale neplătite sau plătite incorect



Forță de muncă îmbătrânită



Mediu de lucru periculos



Deseori, concediul de odihnă nu se acordă integral



Respectarea legilor nu este impusă corespunzător; inspecția muncii este ineficientă



Deficit de forță de muncă și lucrători tineri puțini



Fabricile sunt deseori amplasate în zone izolate, unde muncitorii nu au acces la alte posibilități de ocupare.

Contractele colective de muncă, dacă există, sunt negociate la nivel de fabrică. Cu toate că există câteva, însă nu multe, contracte colective la nivel de unitate, nu există aproape niciun astfel de contract care să acopere întreaga ramură de activitate.

Chiar dacă unele sindicate sunt bine organizate, le lipsesc interlocutorii din partea angajatorilor cu care să poată negocia. Această absență a asociațiilor patronale face dificilă, dacă nu imposibilă, negocierea de acorduri naționale la nivel de ramură. Astfel de acorduri ar oferi mai multă protecție lucrătorilor și ar opri cursa degradării condițiilor de muncă descrisă mai sus prin stabilirea unor standarde minime la nivel național pentru sectorul respectiv de activitate industrială. Contractele colective de muncă, precum cele negociate în unele sub-sectoare industriale în anumite țări, sunt rareori întâlnite în sectorul industriei textile, de pielărie, îmbrăcăminte și încălțăminte din regiune.



## Tsvetelina Milchalieva, Președinte CITUB/KNSB Fossil, Bulgaria

„Discutând cu angajatorii, cu guvernul și cu lucrătorii, ne-am dat seama că sunt atât de multe probleme în acest sector în Bulgaria încât avem nevoie de negocieri colective. Mulți tineri pleacă în străinătate, așa încât acest aspect ne creează probleme pentru viitor, când nu vor mai exista suficient de mulți lucrători în acest sector.

Am început să facem cunoscute angajatorilor problemele muncitorilor, în special cele legate de salariile mici. Au înțeles că noi reprezentăm vocea muncitorilor, așa că au început să discute cu noi. Am început cu o campanie comună la nivel de întreprinderi și la nivel guvernamental, care a țintit mai întâi economia „gri”.



Apoi am luat ca model acordurile cadru globale existente. Am dorit să negociem ceva care să se poată aplica aici, în Bulgaria, la nivelul întregii ramuri economice. Am reușit să semnăm un acord care stabilește un salariu minim pe ramură economică cu 7% mai mare decât salariul minim prevăzut de lege. Este un prim pas și cred că mai putem face multe alte lucruri.

Pentru a ajunge în acest punct am întreprins mai multe acțiuni în întreprinderi. În prezent, am lansat o petiție națională împotriva muncii de noapte prost plătită. De asemenea, milităm pentru schimbarea legislației care face ca orele suplimentare să fie recalculate pe o perioadă mult mai lungă, ceea ce înseamnă că lucrătorii sfârșesc prin a lucra mai multe ore fără a beneficia de o plată suplimentară. Acest lucru este ceva ce membrii noștri au obținut cu mari greutăți. Milităm pentru schimbarea legislației, spre a pune capăt acestei practici abuzive. Este o campanie națională de anvergură: a fost începută de federația noastră și acum ia amploare. Sperăm să atingem 100 000 de semnături, pentru a forța guvernul să ia măsuri.”

## Instrumente pentru îmbunătățirea sectorului

La nivel global, au fost dezvoltate instrumente și mecanisme care să promoveze creșterea puterii sindicatelor și care să contribuie la îmbunătățirea condițiilor de muncă din sector.

### **Acordurile cadru globale - ACG**

Ca reacție la globalizarea rapidă a companiilor și lanțurilor de aprovizionare, federațiile sindicale internaționale au dezvoltat strategii pentru apărarea drepturilor lucrătorilor în cadrul companiilor multinaționale și în cadrul furnizorilor acestora. Un astfel de instrument în sprijinul acestor strategii este cel constituit de acordurile cadru globale (ACG).

ACG sunt negociate între confederațiile sindicale internaționale (cum este cazul IndustriALL Global Union) și companiile multinaționale. Acestea stabilesc bunele practici în domeniul drepturilor sindicale, al sănătății, siguranței muncii și protecției mediului. De asemenea, ele definesc principii de calitate a muncii pentru operațiunile globale ale unei întreprinderi, indiferent de existența sau absența respectivelor standarde la nivel național. Recunoașterea activității sindicale constituie principiul fondator al ACG și toate acordurile se bazează pe termenii libertății de asociere și negocierii colective, așa cum se regăsesc aceștia în Convențiile fundamentale ale Organizației Internaționale a Muncii (OIM).

Prin ACG, companiile se obligă să respecte drepturile angajaților în întreaga lume, atât în cadrul filialelor proprii, cât și în cadrul lanțurilor de aprovizionare globale. Libertatea de asociere și dreptul la negocieri colective reprezintă drepturi esențiale pentru un lanț de aprovizionare sustenabil.

ACG conțin, de asemenea, și mecanisme de rezolvare a conflictelor și monitorizare comună. Ca principiu central, orice problemă legată de implementarea unui ACG și/sau de cazuri de nerespectare a acestuia se rezolvă local prin dialog între părți. Dacă problema nu poate fi rezolvată sa-



### **Care sunt convențiile fundamentale ale OIM?**

- Libertatea de asociere – Libertatea sindicală – Convenția OIM nr. 87
- Recunoașterea efectivă a dreptului la negocieri colective – Convenția OIM nr. 98
- Eliminarea tuturor formelor de muncă obligatorie sau forțată – Convențiile OIM nr. 29 și 105
- Abolirea efectivă a muncii copiilor – Convențiile OIM nr. 138 și 182
- Eliminarea discriminării în materie de angajare și profesie – Convențiile OIM nr. 100 și 111

Acestea convenții fundamentale sunt obligatorii pentru toate statele membre ale OIM. Toate statele din Europa de Sud-Est sunt membre ale OIM.

tisfăcător la nivel local, trebuie adusă la cunoștința organismelor de monitorizare create ca parte a acordurilor sau la cunoștința sindicatelor semnatare și a IndustriALL Global Union.

Dezvăluirea locațiilor în care funcționează furnizorii este de importanță critică pentru sindicate. Sub presiunea IndustriALL Global Union și a organizațiilor care se preocupă de libertatea de asocieri, tot mai multe mărci publică în prezent pe site-ul propriu liste detaliate ale furnizorilor lor și ale fabricilor acestora, incluzând denumirea și localizarea geografică, liste care sunt actualizate în permanență. Sindicatele naționale și locale pot utiliza aceste informații pentru a contacta lucrătorii din aceste fabrici și pentru a se asigura că standardele de muncă prevăzute în ACG sunt respectate și acolo.

Produsele textile și de pielărie nu sunt utilizate numai în articolele de îmbrăcăminte și încălțăminte, ci și în alte sectoare industriale, de exemplu în tapițeria pentru autovehicule. Câteva companii care produc astfel de elemente în statele din Europa de Sud-Est sunt furnizoare pentru producători auto internaționali, semnatare ale unui ACG cu IndustriALL Global Union. Menționarea furnizorului într-un ACG capătă o importanță deosebită în contextul în care cele mai frecvente abuzuri asupra lucrătorilor au loc în cadrul acestor lanțuri de furnizori.

ACG sunt utilizate de sindicate pentru a-și organiza eforturile în cadrul companiilor furnizoare pentru a crește puterea sindicatelor (a se vedea caseta de mai jos pentru exemplul Turciei).

**Mărci din industria textilă care au contract cadru global cu IndustriALL Global Union**

<b>INDITEX</b>		<b>H&amp;M</b>			
<b>ZARA</b>	ZARA HOME	<b>MONKL</b>	<i>&amp; other Stories</i>		
<b>Bershka</b>	<b>OYSHO</b>	<b>WEEKDAY</b>	<b>COS</b>		
<b>Kiddys Class</b>		<b>ASOS</b>			
<b>PULL&amp;BEAR</b>	<i>Massimo Dutti</i>				
<b>UTERQÜE</b>					











## ACG ca instrument de organizare în sectorul industriei ușoare din Turcia

**Beks:** Beks are 2 000 de angajați și este unul din furnizorii principali ai H&M și Tchibo. În 2017 conducerea a concediat membri de sindicat ca răspuns la încercarea acestora de a sindicaliza muncitorii și a recurs la diferite tactici de intimidare pentru a bloca sindicatul. Muncitorii au fost trimiși în concediu fără plată și a fost adus personal subcontractat pentru a continua activitatea. IndustriALL Global Union a susținut activ muncitorii și a cerut reprezentanților mărcilor să se implice, asigurându-se că va înceta campania anti-sindicală derulată de conducere. După câteva săptămâni de discuții intense și presiuni din partea reprezentanților companiilor de marcă, a fost semnat un protocol în vederea rezolvării conflictului. Protocolul oferă posibilitatea lucrătorilor concediați să se întoarcă la locul lor de muncă. Conducerea a sfârșit prin a recunoaște sindicatul ca reprezentant legitim într-un dialog constructiv. ACG au fost vitale pentru câștigarea acestei bătălii, fiind folosite în mod activ.

**Akar Tekstil:** o campanie de sindicalizare a fost lansată la mijlocul anului 2017. În acea perioadă, Akar Tekstil avea circa 1500 muncitori și producea pentru H&M, Inditex și C&A. În stadiile incipiente ale campaniei, sindicatul a identificat câteva încălcări grave ale drepturilor muncitorilor și presiuni exercitate asupra acestora, lucruri despre care a informat imediat companiile de marcă. Acestea au cerut conducerii să înceteze încălcarea drepturilor lucrătorilor și să înceapă un dialog constructiv și direct cu sindicatul. S-a înființat un comitet de dialog social. În ianuarie 2018, Akar Tekstil și sindicatul au semnat un protocol, IndustriALL Global Union având rolul de observator. Un acord colectiv a fost încheiat în luna martie a anului 2018. ACG încheiate cu companiile internaționale de marcă au adus contribuții pozitive și importante în rezolvarea problemei.

**Bony Socks:** Bony Socks are circa 1200 lucrători și produce în principal pentru două mărci semnate de ACG - H&M și Tchibo. În august 2017 sindicatul a recrutat majoritatea lucrătorilor de la Bony și a depus cerere la minister pentru a fi autorizat să încheie un acord colectiv. În timpul campaniei de sindicalizare, nu au existat reacții serioase din partea angajatorului (nu au existat concedieri din cauza sindicalizării, fără presiuni asupra muncitorilor, etc.). Companiile semnate de ACG au gestionat situația cu succes. Însă, ulterior, angajatorul a contestat autorizația, iar procesul în instanță a durat peste un an. În noiembrie 2018, părțile au putut începe negocierile și au ajuns la un acord în ianuarie 2019.

Datorită ACG și sindicatelor, 15 000 de lucrători din sectorul textil au fost organizați sindical în ultimii doi ani și jumătate în Turcia și sunt protejați prin acorduri colective de muncă.



În campania desfășurată de companie, sindicatului i-a fost interzis să discute cu muncitorii. Din acest motiv, sindicaliștii au început să li se adreseze muncitorilor prin gardul fabricii, dar compania a instalat panouri solide. Ca răspuns, sindicaliștii au folosit o macara pentru a se ridica deasupra gardului, adresându-se muncitorilor prin portavoce.

### **Acțiune-Colaborare-Transformare – ACT**

ACT este o inițiativă demarată între companiile globale de marcă/companiile de desfacere a produselor cu amănuntul la nivel internațional și IndustriALL Global Union. Obiectivul acestei inițiative este să transforme industria ușoară pe plan internațional și să asigure salarii decente lucrătorilor. Inițiativa reprezintă primul angajament global asumat de companiile de marcă cu privire la salarii decente care implică toți actorii relevanți – sindicate, patronate și autorități publice.

Libertatea de asociere și dreptul la negocieri colective se află în centrul acestei inițiative.

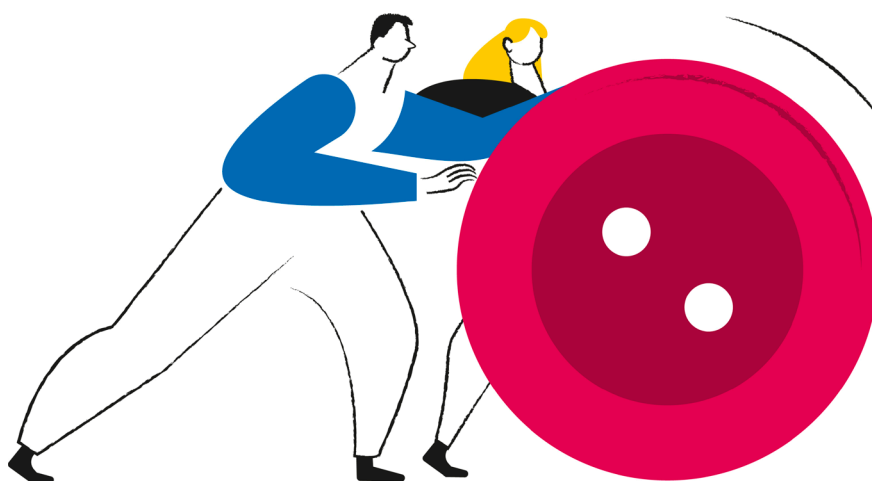
Angajamentele exprimate de companiile de marcă la nivel global în cadrul ACT sunt:

- Acorduri colective aplicabile la nivelul întregii ramuri de activitate
- Stabilitatea comenzilor
- Corelarea salariilor cu practicile de achiziție
- Mecanisme de a asigura plata de către furnizori a salariului negociat

Negocierea colectivă la nivelul ramurii industriale reprezintă un instrument esențial al inițiativei ACT. Aceasta presupune ca muncitorii dintr-un anumit stat să poată să-și negocieze salariile în aceleași condiții, indiferent în ce fabrică lucrează și pentru ce vânzători cu amănuntul sau pentru ce mărci produc. Corelarea salariilor cu practicile de achiziție presupune ca plata salariului negociat să fie susținută și facilitată prin condițiile contractuale convenite cu mărcile și vânzătorii cu amănuntul la nivel global. Practicile de achiziție influențează salariile și condițiile de muncă. Nu numai stabilirea prețurilor, ci și termenele de plată, termenele de planificare a producției și de livrare trebuie luate în calcul.

Câteva dintre mărcile care iau parte la ACT provin din Europa de Sud-Est. Exemplele includ Arcadia Group, Bestseller, C&A, New Look, Next, Pentland, PVH și Primark. Ca parte la ACT, IndustriALL Global Union a pus la punct metode de colaborare cu aceste mărci și se angajează într-un dialog bazat pe bună credință. Acesta constituie o temelie solidă pentru stabilirea unor relații industriale constructive.

Pe baza abordării ACT și împreună cu angajatorii, sindicatele din Europa de Sud-Est ar trebui să lucreze pentru stabilirea sau restabilirea negocierilor colective la nivel de ramură industrială în sectorul industriei ușoare.



Mărci și comercianți în detaliu membri ai ACT



Arcadia

ASOS

BESTSELLER



COTTON:ON

Debenhams

ESPRIT

G-STAR RAW

H&M

INDITEX



N BROWN  
GROUP PLC  
*Where fashion fits!*

NEW LOOK

next plc

Pentland

PRIMARK®



PHILLIPS-VAN HEUSEN CORPORATION



TESCO

zalando

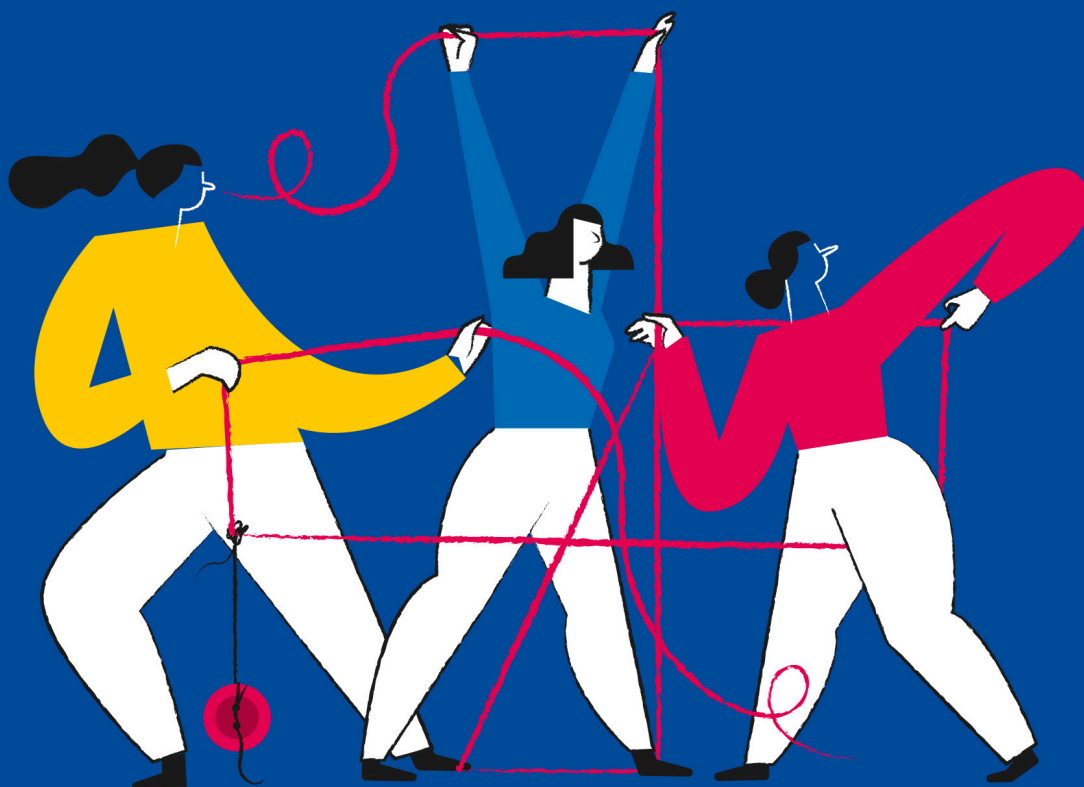
În Europa de Sud-Est există un potențial important de sindicalizare la nivel sectorial precum și perspective bune pentru dezvoltarea sindicatelor și a puterii sindicale. Presiunile pentru mărirea salariilor și îmbunătățirea condițiilor de muncă pentru lucrătorii din sector nu au fost niciodată mai mari.

IndustriALL Global Union a încheiat ACG cu aproape 50 de corporații multinaționale, din care șase sunt mărci de renume internațional. Acestea sunt Inditex (2007), Mizuno (2012), H&M (2015), Tchibo (2016), ASOS (2017) și Esprit (2018). Companiile din domeniul industriei ușoare care au semnat un ACG pot fi proprietare ale mai multor mărci de renume, cum este cazul companiei spaniole Inditex sau al companiei suedeze H&M. Alte ACG sunt în curs de pregătire.

Majoritatea acestor mărci participă și la inițiativa ACT. ACT include, de asemenea, mărci participante care provin din Europa de Sud-Est.

O listă a acordurilor cadru globale se regăsește pe site-ul web al IndustriALL Global Unions: <http://www.industriall-union.org/global-framework-agreements>

# Ghid în cinci pași pentru dezvoltarea și câștigarea unei campanii sindicale



## Modul de utilizare a acestui ghid

Acest ghid în cinci pași este conceput pentru a vă ajuta să parcurgeți etapele necesare pregătirii, organizării și câștigării unei campanii de succes în sectorul industriei ușoare. Pașii respectivi sunt însoțiți de resurse suplimentare, de exemplu, modalitatea de cercetare a activității unei companii, o listă de verificare pentru alegerea problemei adecvate și un scurt ghid pentru a purta conversații individuale cu lucrătorii. Folosind pictogramele, puteți găsi cu ușurință diferitele elemente de pregătit în cadrul fiecărei etape și apoi puteți bifa fiecare punct, după ce acesta este finalizat. Această abordare vă va ajuta să urmăriți progresul înregistrat.

# 1

## Pasul 1 Campania prealabilă



### Obiective Ce dorim să obținem

- Obțineți decizia unui sindicat dacă organizarea sindicală va deveni activitate de bază și, în cazul unui decizii pozitive, care sunt resursele ce vor fi folosite
- Obțineți informațiile generice, prin cercetare la nivel corporatist
- Decideți sectoarele/companiile vizate în vederea organizării
- Elaborați un plan strategic de acțiune și liniile generale ale campaniei din teren
- Înființați echipa de organizare



### Acțiuni Ce trebuie făcut pentru atingerea obiectivelor?

- Convingeți-vă sindicatul: un sindicat trebuie să fie convins de necesitatea organizării de o manieră pro-activă. Organizarea încununată de succes are nevoie de sprijin din partea întregului sindicat
- Alegeți o companie vizată: evaluați dacă organizarea acțiunii va fi fezabilă în cadrul companiei vizate pe care ați ales-o împreună cu echipa organizatoare, cu conducerea sindicală și cu activiștii/membrii din cadrul companiei
- Definiți o strategie cuprinzătoare de campanie: elaborați ideile principale și linia generală a campaniei dvs.
- Planificați-vă campania în teren: intrați în mai multe detalii și țineți cont de încadrarea în termene și de resursele necesare. Pentru a evalua punctul în care vă aflați în procesul de planificare, va trebui să măsurați progresul și să identificați elementele care lipsesc
- Alcătuiți-vă echipa: stabiliți în mod clar responsabilitățile și rolurile, dacă oamenii au nevoie de instruire pentru a-și putea îndeplini rolul și aflați dacă lipsesc abilități/funcții importante. În acest caz, trebuie să vă gândiți la modul în care să le obțineți



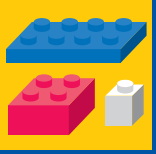
### Oameni Ce persoane/roluri sunt implicate?

- Echipa de organizatori
- Conducerea sindicatului
- Personalul sindicatului
- Membrii sindicatului/activiști la nivel de unitate de producție



## Resurse Ce este necesar pentru îndeplinirea acțiunilor?

- Resurse financiare (salarii, cheltuieli de deplasare etc.)
- Cunoștințe/formare
- Oameni
- Materiale (pliante, broșuri, afișe etc.)



## Timp Ce trebuie făcut mai întâi și cât durează ducerea la bun sfârșit a acțiunilor?

- Planificarea în timp depinde de nivelul de angajament manifestat de sindicatul dvs., de echipa dvs. și de compania vizată
- Fiți realiști: Roma nu a fost construită într-o zi, iar un șantier nu poate fi organizat într-o săptămână



## Riscuri și soluții Care sunt riscurile posibile și care sunt soluțiile pentru reducerea probabilității survenirii acestora și a impactului lor?



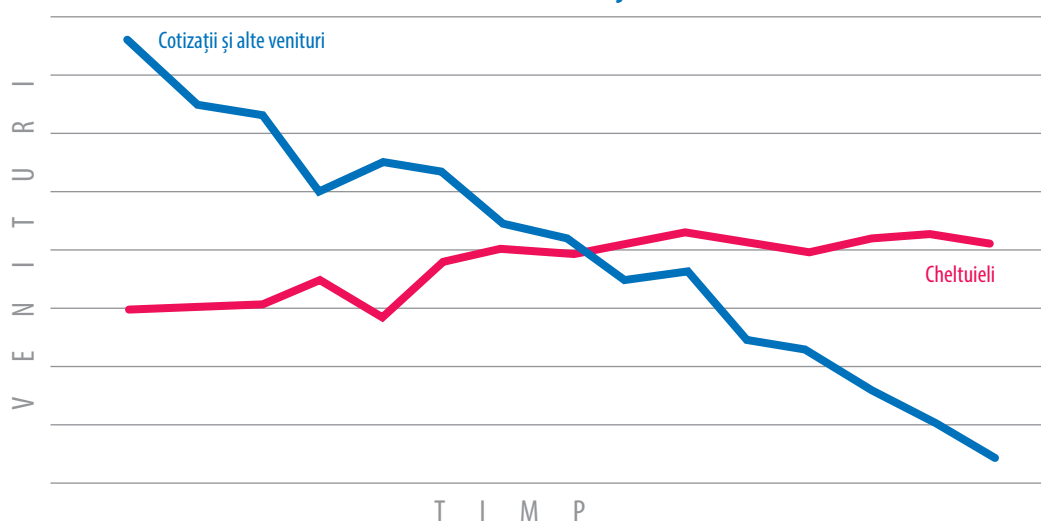
Risc	Reduceți impactul prin
Conducerea sindicatului nu este convinsă de necesitatea organizării proactive	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> folosiți „graficul înfricoșător”, explicați că sindicatele se află într-o situație de criză evidentă sau disimulată, pierzând membri și influență</li> <li><input type="checkbox"/> „Dialogul social” tradițional se deteriorează</li> <li><input type="checkbox"/> Numeroase locuri de muncă rămân neorganizate sindical</li> <li><input type="checkbox"/> Membrii sunt pasivi și/sau se tem</li> <li><input type="checkbox"/> Gradul de acoperire a lucrătorilor prin contracte colective de muncă este în scădere</li> </ul>
Lipsa capacității	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Alegeți ținte mici și alcătuiți echipe</li> </ul>
Lipsă de resurse	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Alegeți o țintă mai mică și decideți împreună cu conducerea cu privire la realocarea resurselor</li> </ul>
Lipsa de expertiză	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Căutați sprijin în cadrul sindicatului dvs., în cadrul industriAll Europe și în cadrul IndustriALL Global Union, în cadrul altor sindicate din țara dvs. interesate de compania vizată de dvs. și chiar în rândul cercetătorilor. Identificați nevoile de formare și organizați acest proces</li> </ul>



### Recomandări Câteva sfaturi utile pentru a duce această etapă la bun sfârșit

- ❑ Etapa campaniei prealabile necesită o planificare foarte detaliată și aprofundată, care ar putea dura mai mult decât vă imaginați: sindicatele sunt adesea mai degrabă obișnuite să ducă o campanie activă decât să cerceteze și să planifice.
- ❑ Ideea de activitate sindicală tradițională (adică reprezentarea membrilor) este adânc înrădăcinată în mințile majorității sindicaliștilor tineri activi și chiar și în rândurile celor care sunt mai radicali, însă trebuie să deprindem (din nou) vechea zicală a organizatorului principal de acțiuni sindicale: „Nu faceți niciodată în locul lucrătorilor ceea ce aceștia pot face la fel de bine și de unii singuri”.

### Graficul „înfricoșător”



### Savo Šmitran, coordonator regional, TOKG Croația

„Planificăm să creăm cinci echipe regionale de organizare, deoarece acestea sunt mai prezente la nivel local și sunt capabile să-și aplice cunoștințele la companiile vizate din zona lor. Fiecare campanie are nevoie de resurse financiare, așa că am decis să dedicăm 15 % din venitul lunar al sindicatului pentru a investi în campania de recrutare.”

„Organizarea este importantă, deoarece lucrătorii au nevoie de asistență pe parcursul întregii lor vieți profesionale, iar noi putem face acest lucru prin semnarea contractelor colective de muncă la nivelul companiei. Avem o strategie axată pe două direcții: pentru companiile în care avem membri, le solicităm membrilor să-și implice colegii în conversații individuale. Companiile care nu sunt organizate sindical deocamdată sunt în mare parte deținute de acționari din afara țării și nu le putem accesa. Prin urmare, analizăm modul în care putem aborda lucrătorii în afara companiei, pentru a recruta primii activiști”.





# 2

## Pasul 2

# Pregătirea

În etapa de pregătire, ne apropiem de compania vizată de noi. Această etapă implică o activitate intensă de colectare de informații.



### Obiective Ce dorim să obținem

- Obțineți o imagine de ansamblu detaliată a companiei (cercetare strategică)
- Obțineți cunoștințe detaliate despre forța de muncă, despre problemele cu care se confruntă lucrătorii și despre orice activiști potențiali sau existenți (cartografierea locului de muncă)



### Acțiuni Ce trebuie făcut pentru atingerea obiectivelor?

- Cercetare strategică - obțineți următoarele informații:
  - o Informații generale privind angajatorul vizat
  - o Structura corporativă
  - o Sectorul industrial și produsele realizate
  - o Forța de muncă și sindicatele
  - o Conducerea
  - o Politici de responsabilitate socială corporativă, acorduri-cadru globale, activități filantropice și palmares etic, imagine corporativă
  - o Istoric
  - o Strategie/plan de creștere
  - o Situație financiară
  - o Contracte și clienți
  - o Sănătate, siguranță și igienă
  - o Protecția mediului
  - o Mediul de reglementare/juridic și antecedente în ceea ce privește gradul de conformitate
  - o Relațiile de afaceri ale companiei vizate
  - o Punctele slabe/vulnerabile și punctele tari ale companiei vizate

- Cartografierea locului de muncă - aflați informații despre:
  - o gradul de ocupare (câți lucrători există, cum pot fi accesați, raportul bărbați/femei, raportul lucrători permanenți/ocazionali, raportul lucrători nativi/imigranți etc.)
  - o amplasamente și/sau departamente
  - o schimburi
  - o potențiali activiști/lucrători deja incluși în sindicate
- Desenați-vă propria hartă a companiei
- Verificați progresul

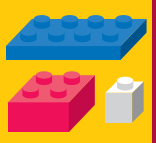
### **Oameni** Ce persoane/roluri sunt implicate?

- Pentru cercetare strategică: cercetător, sediu sindical, Federația Globală a Sindicatelor, Federația Europeană a Sindicatelor, Comitetul European de Întreprindere
- Pentru cartografiere: (foști) lucrători ai companiei vizate, sindicat(e) local(e)
- Consilier juridic pentru sindicatul dvs. (în caz de urgență)
- Responsabilul dvs. de sector industrial, membrul al CEI sau coordonator la sediul central



### **Resurse** Ce este necesar pentru îndeplinirea acțiunilor?

- Conexiune bună de internet, telefon, aparat de fotografiat, hârtie
- Abilități de cercetare



### **Timp** Ce trebuie făcut mai întâi și cât durează ducerea la bun sfârșit a acțiunilor?

- Ambele activități principale pot fi realizate în paralel, planificare în timp în funcție de capacitate (1-2 luni)







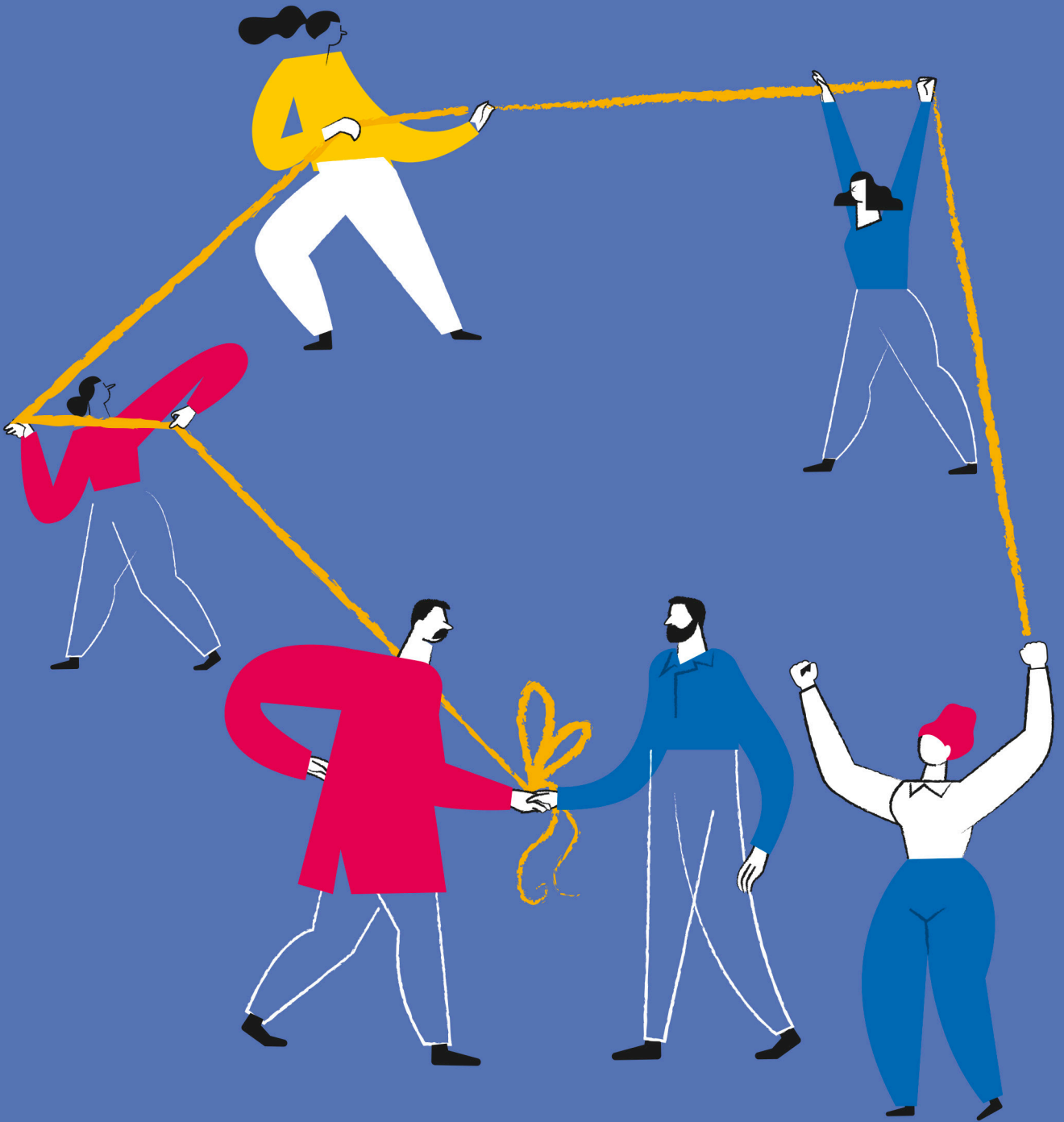
### **Riscuri și soluții:** Care sunt riscurile posibile și care sunt soluțiile pentru reducerea probabilității survenirii acestora și a impactului lor?

<b>Risc</b>	<b>Reduceți impactul prin</b>
Colectarea de prea multe informații, ceea ce face dificil de decis care informații sunt utile	<input type="checkbox"/> Abordarea sistematică și concentrarea asupra informațiilor identificate anterior ca fiind importante
Conflicte juridice (acuzății de spionaj corporatist)	<input type="checkbox"/> Nu se stochează date în sisteme publice, ci numai prin intermediul sistemului de „cloud” protejat, asistență asigurată prin intermediul consilierului juridic al sindicatului
Încălcarea protecției datelor cu caracter personal	<input type="checkbox"/> Nu se stochează date în sisteme publice



### **Recomandări:** Câteva sfaturi utile pentru a duce această etapă la bun sfârșit

- Foarte multe informații despre compania vizată sunt publice. Companiile transnaționale sau companiile listate pe bursă sunt obligate să publice rapoarte anuale.
- Nu uitați că nu faceți cercetarea de dragul cercetării: concentrați-vă pe informații utile.
- Cooperăți cu rețeaua dvs. sindicală, responsabilul dvs. sectorial este probabil expert în respectiva companie.
- Verificați ghidul cu instrucțiuni cu privire la realizarea cercetării la adresa companiei, pentru mai multe sfaturi.



# Cum se realizează cercetarea în companii din sectorul industriei ușoare

Cercetarea este un instrument de bază pentru conceperea campaniilor de organizare strategică. Cunoașterea este o armă pentru dezvoltarea puterii sindicale. Prin urmare, este esențial să aveți o bună imagine de ansamblu și cunoștințe detaliate despre compania pe care intenționați să o organizați sindical.

Înainte de a începe să efectuați cercetări despre o anumită companie, va trebui să identificați ceea ce căutați. Începeți cercetarea în mod diferit dacă ținta dvs. este o companie locală față de situația în care este vorba despre toți furnizorii unei mărci sau despre toate întreprinderile dintr-un anumit sector sau dintr-o anumită regiune.

În cazul unei companii locale, aflați ce produce, cui furnizează și care îi sunt clienții. Presa locală, membrii comunității locale și rețelele de socializare (unde lucrătorii ar putea posta informații despre locul lor de muncă) sunt locuri bune pentru a începe. În funcție de țară, informațiile despre compania respectivă pot fi disponibile prin intermediul bazelor de date care înregistrează societăți comerciale.

Dacă vizați toți furnizorii unei mărci, atunci începeți cu compania mamă. O cantitate importantă de informații cu privire la companie, la condițiile de muncă și la lanțul lor de aprovizionare poate fi disponibilă prin internet, de exemplu, pe site-urile web ale industriAll Europe sau ale IndustriALL Global Union.

Nu uitați să consultați imaginile de la paginile 13 și 16, pentru a vedea dacă marca respectivă are încheiat un acord-cadru global cu IndustriALL Global Union sau dacă este membru al ACT.

În ambele cazuri, acuratețea datelor este esențială. Este important să verificați încrucișat datele culese, folosind surse alternative de informații.

## Surse de informare:

- ✍ **Site-uri web ale companiilor:** Site-urile web oferă multe informații (cu privire la conducere, produse, locații, statistici)
- ✍ **Site-urile web ale mărcilor internaționale.** Adesea mărcile internaționale publică pe site-urile web proprii o listă de furnizori proprii. Mai jos veți regăsi câteva exemple:  
ASOS: [www.asosplc.com/corporate-responsibility/our-products/our-supply-chain](http://www.asosplc.com/corporate-responsibility/our-products/our-supply-chain)  
Benetton: [www.benettongroup.com/sustainability/sustainable-supply-chain/supplier-list-map](http://www.benettongroup.com/sustainability/sustainable-supply-chain/supplier-list-map)  
C&A: <http://sustainability.c-and-a.com/supplier-map>

H&M: <https://sustainability.hm.com/en/sustainability/downloads-resources/resources/supplier-list.html>

- ✍ **Wikipedia:** O sursă utilă pentru identificarea site-urilor web, o prezentare utilă a istoricului companiei respective
  
- ✍ **Raportul anual de activitate:** Calitatea informației depinde de dimensiunea companiei. În cazul în care este un raport de calitate, aici veți regăsi informații cu privire la profituri, datorii, companii afiliate, modelul afaceri, alocarea activităților de afaceri. Trebuie să rețineți că o companie declară toate activitățile, inclusiv cele internaționale, în țara de origine. Multe țări pun la dispoziție baze de date online pe care le puteți consulta sau obligă societățile comerciale să își publice rapoartele pe site-urile web proprii.
  
- ✍ **Registrul Comerțului:** Informații cu privire la conducere, acționariat, principala activitate economică derulată, istoric, companii afiliate. Nu uitați să verificați existența unui registru online al comerțului în țara de origine a grupului de firme vizat.
  
- ✍ **Site-urile web ale clienților și partenerilor de afaceri ai companiei respective:** utile pentru înțelegerea mediului de afaceri și a dependenței economice a țintei dvs.
  
- ✍ **Încercați să folosiți căutarea prin intermediul motorului Google de căutare** (o soluție evidentă, însă s-ar putea să fiți uimiți de rezultate!). De asemenea, puteți încerca o căutare în Google News în limba dvs. precum și în engleză pentru a verifica modul în care este reflectată în presă imaginea companiei
  
- ✍ **Baza de date Hoovers** incluzând înregistrări și date ale societăților comerciale: [www.hoovers.com](http://www.hoovers.com)
  
- ✍ **Asociațiile patronale:** utilizați site-urile web și contactul direct pentru a afla mai multe despre rețeaua pe care o are la dispoziție ținta dvs. și pentru a înțelege dacă respectiva companie se percepe sau nu ca fiind un partener social.
  
- ✍ **Presa locală:** aici veți regăsi informații cu privire la conflictele survenite, investițiile pe plan local la ora actuală, relația între compania vizată, proprietarii și administratorii acesteia și comunitatea locală, precum și detalii de importanță mai mică pe care le-ați pierde altfel din vedere
  
- ✍ **Canalele oferite de platformele de socializare:** ca întotdeauna, aveți grijă la acuratețea acestor informații și reverificați-le cu grijă. Cu toate acestea, acest gen de sursă este utilă pentru a afla mai multe cu privire la forța de muncă și la modul în care conducerea se prezintă în ochii opiniei publice.

Pentru a afla mai multe cu privire la drepturile fundamentale ale muncitorilor, situația din acest sector industrial în alte țări, precum și la organizațiile guvernamentale și internaționale care ar putea deveni relevante în cazul companiei dvs., următoarele pagini s-ar putea dovedi utile:

### ✍ **Organizația Internațională a Muncii (OIM)**

- 🌐 Pagina de gardă: [www.ilo.org](http://www.ilo.org)
- 🌐 Normele internaționale în domeniul muncii: <https://www.ilo.org/global/standards/lang--en/index.htm>

### ✍ **Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE)**

- 🌐 Pagina de gardă: [www.oecd.org](http://www.oecd.org)
- 🌐 Linii directe pentru întreprinderile multinaționale: <http://mneguidelines.oecd.org/guidelines/>
- 🌐 OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains in the Garment and Footwear Sector (Ghidul OCDE pentru respectarea legislației de către lanțurile de aprovizionare în domeniul industriei ușoare): [www.oecd.org/governance/oecd-due-diligence-guidance-for-responsible-supply-chains-in-the-garment-and-footwear-sector-9789264290587-en.htm](http://www.oecd.org/governance/oecd-due-diligence-guidance-for-responsible-supply-chains-in-the-garment-and-footwear-sector-9789264290587-en.htm)

### ✍ **Uniunea Europeană**

- 🌐 Pagina de gardă: [www.europa.eu/european-union](http://www.europa.eu/european-union)
- 🌐 Industria textile și articolelor de îmbrăcăminte: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/textiles-clothing\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/textiles-clothing_en)
- 🌐 Industria produselor de încălțăminte: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/footwear/eu-industry\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/footwear/eu-industry_en)

De asemenea, ar fi recomandabil să parcurgeți resursele de internet ale:

✍ **Ministerului Muncii** din țara dvs. (sau al unei instituții similare)

✍ **Institutului Național de Statistică**

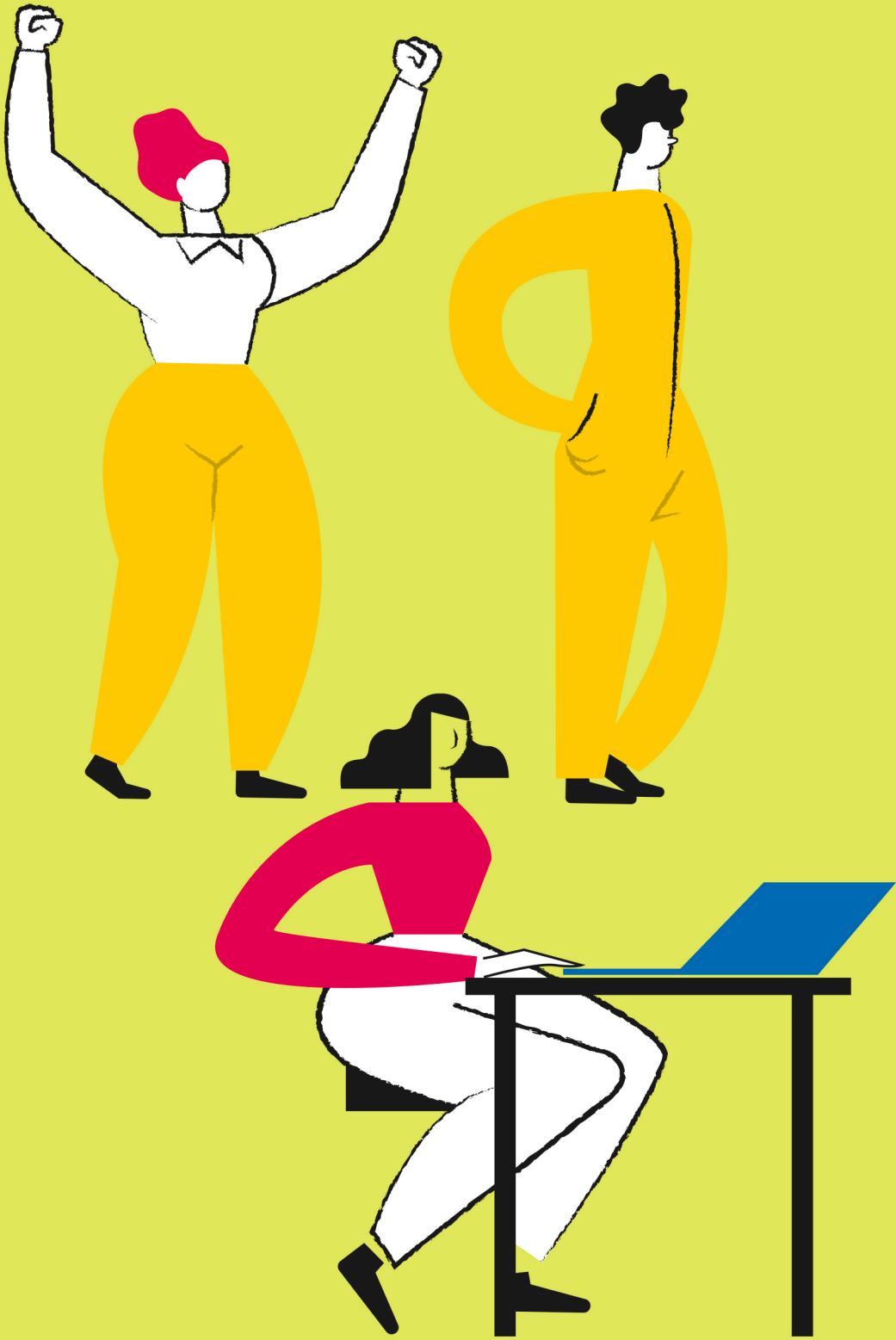
În final, pe lângă discuțiile avute direct cu alte sindicate din regiune sau din sectorul de activitate, s-ar putea dovedi utile și următoarele resurse puse la dispoziție de IndustriAll European Trade Union și IndustriALL Global Union:

✍ Pe tema **acordurilor cadru globale**: <http://www.industrialunion.org/global-framework-agreements>

✍ Informații cu privire la sectorul industrial de referință pe **plan global**: <http://www.industrialunion.org/textile-leather-garment-shoes-and-textile-services>

✍ Informații cu privire la sectorul industrial de referință pe **plan european**: <https://news.industrial-europe.eu/p/tclf>





# 3

## Pasul 3

# Construirea bazei de pornire



### Obiective Ce dorim să obținem

- Organizați comunicarea cu lucrătorii
- Alegeți o problemă, aflați care este principala preocupare/problemă a lucrătorilor în viața de zi cu zi și decideți cu echipa dvs. care este problema centrală și ce veți folosi pentru a vă formula cererea
- Găsiți și integrați activiști, în special din grupuri mai marginalizate (femei, tineri, lucrători ocazionali sau temporari)
- Construiți alianțe cu societatea civilă, cu alte sindicate, cu politicieni și cu persoane de contact din mass-media
- Dezvoltați o strategie pentru relația cu angajatorul și fiți pregătiți pentru negocieri



### Acțiuni: Ce trebuie făcut pentru atingerea obiectivelor?

- Aflați unde se strâng în mod obișnuit lucrătorii (stația de autobuz, cafenea, bar), unde locuiesc, unde îi puteți contacta
- Discutați cu lucrătorii: comunicare individuală (consultați ghidul nostru pentru conversații individuale)
- Consemnarea discuțiilor avute în cadrul comunicării individuale
- Identificarea activiștilor și formarea de grupuri de activiști = comitetul de organizare
- Contactați aliații din societatea civilă/alte sindicate, politicieni și mass-media
- Cooperați cu negociatorii sindicali pentru relațiile cu angajatorii
- Verificați progresul înregistrat

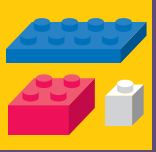


### Oameni Ce persoane/roluri sunt implicate?

- Organizator principal
- Organizatori
- Activiști (lucrători locali)
- Negociatorii din cadrul sindicatului dvs.

## Resurse Ce este necesar pentru îndeplinirea acțiunilor?

- Timp
- PC, hârtie, internet
- Posibilitatea de a întâlni frecvent lucrătorii
- Întreținerea relațiilor prin intermediul rețelelor (personal și prin canale de socializare)



## Timp Ce trebuie făcut mai întâi și cât durează ducerea la bun sfârșit a acțiunilor?

- După ce aflați unde puteți comunica direct cu lucrătorii, este necesară o comunicare individuală. În continuare, găsiți activiști și formați grupuri. Identificați nevoile de instruire! Construirea bazei de pornire reprezintă cea mai lungă parte a campaniei. Aceasta ar putea dura până la 5 luni.



## Riscuri și soluții Care sunt riscurile posibile și care sunt soluțiile pentru reducerea probabilității survenirii acestora și a impactului lor?



Risc	Reduceți impactul prin
De a vorbi prea mult și de a nu asculta suficient lucrătorii	<input type="checkbox"/> Instruire pentru comunicarea individuală
Dificultăți în a găsi lucrători în afara companiei	<input type="checkbox"/> Fiți creativ! Muncitorii sunt și părinți, merg la cumpărături, fac naveta. Cunoașterea comunității locale și a locului în care lucrătorii s-ar putea afla în afara orelor de lucru este foarte utilă
Problemă aleasă în mod greșit	<input type="checkbox"/> Pregătiți-vă cu atenție. Alegeți o problemă care: este resimțită pe larg și profund, poate fi rezolvată, merită efortul, are ca rezultat îmbunătățiri reale, inspiră membrii, le oferă lucrătorilor un sentiment al puterii pe care o au, este ușor de înțeles, trimite un mesaj către conducere, presupune un interval de timp clar care lucrează în favoarea dvs., nu este de natură a da naștere unor disensiuni, este capabilă să dezvolte abilități de conducere, oferă punctul de plecare pentru următoarea campanie, câștigă sprijinul comunității și dezvoltă solidaritatea sindicală



### **Recomandări** Câteva sfaturi utile pentru a duce această etapă la bun sfârșit

- Comunicarea individuală este esențială. Rezervați timp pentru aplicarea metodei de formare care presupune alocarea a 70 % din timp ascultării și 30% discuțiilor
- Formare pentru abilitatea de: „Capacitate de ascultare strategică”
- Adunați argumente pentru a explica de ce sindicalismul reprezintă soluția



### **Biljana și Biljana, lucrători la Golden Lady și membri ai IER Nezavisnost, Serbia**

Sectorul industriei textile poate fi greu de organizat, însă nu înseamnă că este imposibil de făcut acest lucru. Acum doi ani, un grup de numai trei lucrători dintr-o fabrică textilă din Serbia s-au reunit și au decis să formeze un sindicat. Aceștia au dedicat timp și energie din viețile lor pline pentru a parcurge procesul de cercetare și apoi de înregistrare la autoritățile centrale a sindicatului companiei lor.



Însă, odată ce au terminat cu activitățile birocratice, au putut culege roadele printr-

un început fulminant, recrutând 200 de membri în primele nouă luni. Primele recrutări au fost cele mai dificile. Nu li s-a permis să vorbească despre sindicat în timpul programului, iar pauzele lor erau prea scurte pentru a-și aborda colegii. Prin urmare, au început prin a se întâlni în grupuri mici de lucrători într-o cafenea locală. Vicepreședintele filialei locale a federației sindicale a venit, de asemenea, de câteva ori, pentru a le explica lucrătorilor cum funcționează sindicatul. Au discutat, s-au cunoscut unii pe ceilalți și au câștigat încrederea colegilor lor.

Muncitorii din alte fabrici ale companiei lor au văzut un articol cu privire la nou înființatul sindicat și au decis că vor să se organizeze și ei. Au crezut că le va fi mai ușor atât timp cât se dusesse deja vestea înființării noului sindicat. Cu toate acestea, a fost nevoie de ceva muncă: lucrătorii sunt în special femei tinere și de obicei acestea nu știu ce este un sindicat. Întâlnindu-se răbdător cu colegii în grupuri mici, au câștigat de partea lor peste o sută de membri și lucrează împreună cu colegii lor din cealaltă fabrică. Ei comunică folosind aplicații de mesagerie și nu iau nicio decizie fără a se consulta unii cu ceilalți.

După ce au câștigat suficientă forță, au abordat conducerea cu ajutorul sucursalei locale a federației sindicale. Amenințarea cu inspecția muncii i-a făcut pe șefi să reacționeze. Anterior, timpul de lucru al femeilor nu era calculat corect, ceea ce rezulta în faptul că nu era calculat în mod corespunzător timpul liber care le revenea. Sindicatul a rezolvat acest aspect și a înființat un panou de anunțuri în cele două uzine, pentru a informa lucrătorii cu privire la sindicat.

Ei sunt încă în curs de negociere - următoarea lor cerere o reprezintă înființarea unui birou sindical în uzină, astfel încât să poată avea acces la mai mulți lucrători. Dar folosindu-și puterea dată de numărul lor, au obținut deja câștiguri reale pentru lucrătorii pe care-i reprezintă. Nu este rău pentru un sindicat care are mai puțin de un an de existență.



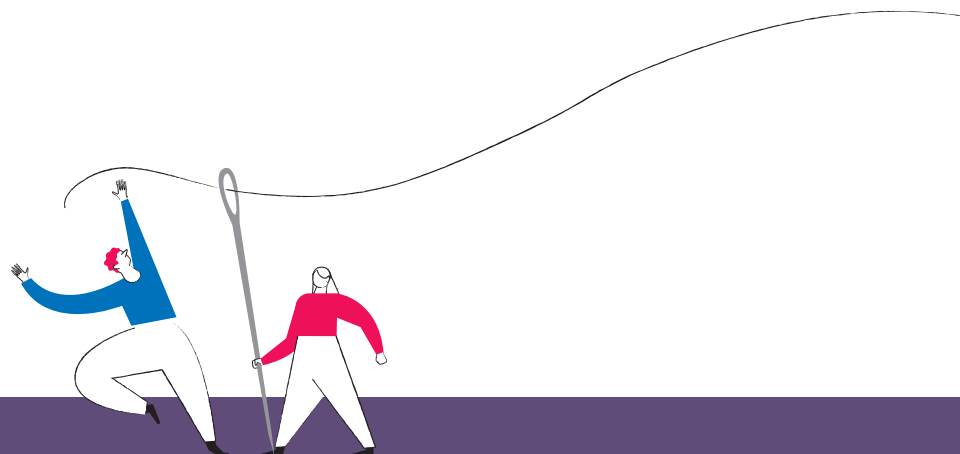


# Cum să alegeți problema de abordat - Listă de verificare

Nu orice chestiune reprezintă o „problemă” în sensul de a fi subiectul potrivit pentru organizarea unei campanii. Alegerea problemei corecte este un aspect important. Citiți care sunt cerințele pentru o problemă adecvată și apoi utilizați lista de verificare, pentru a analiza cât de adecvată este problema pentru organizare sindicală. Nu desconsiderați problema dacă nu îndeplinește toate cerințele. În schimb, utilizați lista de verificare pentru a identifica unde problema pare a fi mai slabă și gândiți-vă ce puteți face și cum o puteți încadra, astfel încât să îndeplinească cerința. Nu vă fie teamă să încercați acest exercițiu cu mai multe probleme, pentru a o găsi pe cea adecvată.

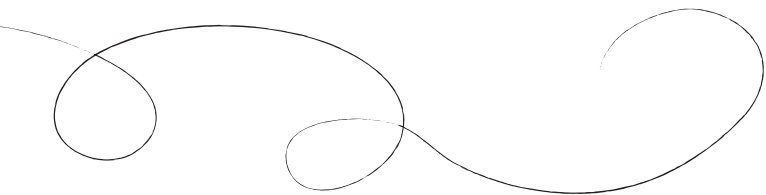
Problemele trebuie:

- să fie de natură de a sensibiliza mulți lucrători** - uneori activiștii aleg o problemă care este foarte importantă pentru un anumit grup. Totuși, acest lucru va face mai dificil ca alții să vadă de ce ar trebui să se alăture campaniei (**resimțite pe scară largă**);
- să fie importante pentru lucrători** - ceva de care le pasă cu adevărat (**resimțite profund**);
- să fie câștigătoare** - trebuie să avem o șansă de câștig. Nu are sens să începem o luptă pe care știm că nu o putem câștiga
- să merite efortul**: o campanie de organizare necesită timp și energie și implică anumite riscuri. Oamenii se vor alătura doar atunci când cred că problema merită efortul. Încercați să vă imaginați care ar fi rezultatul: merită efortul?
  - o Aceasta înseamnă că trebuie să **conducă la o îmbunătățire reală**
- să fie de natură a inspira membrii**: imaginea unei victorii cu privire la respectiva problemă trebuie să le ofere membrilor energie, idei și bună dispoziție pentru a o duce la capăt - nu trebuie să fie plictisitoare sau neînsemnată
- să le ofere lucrătorilor un sentiment al puterii lor**: o problemă pur juridică, de exemplu, este soluționată în mare parte prin acțiunea în justiție. Activiștii în acest caz sunt avocații și



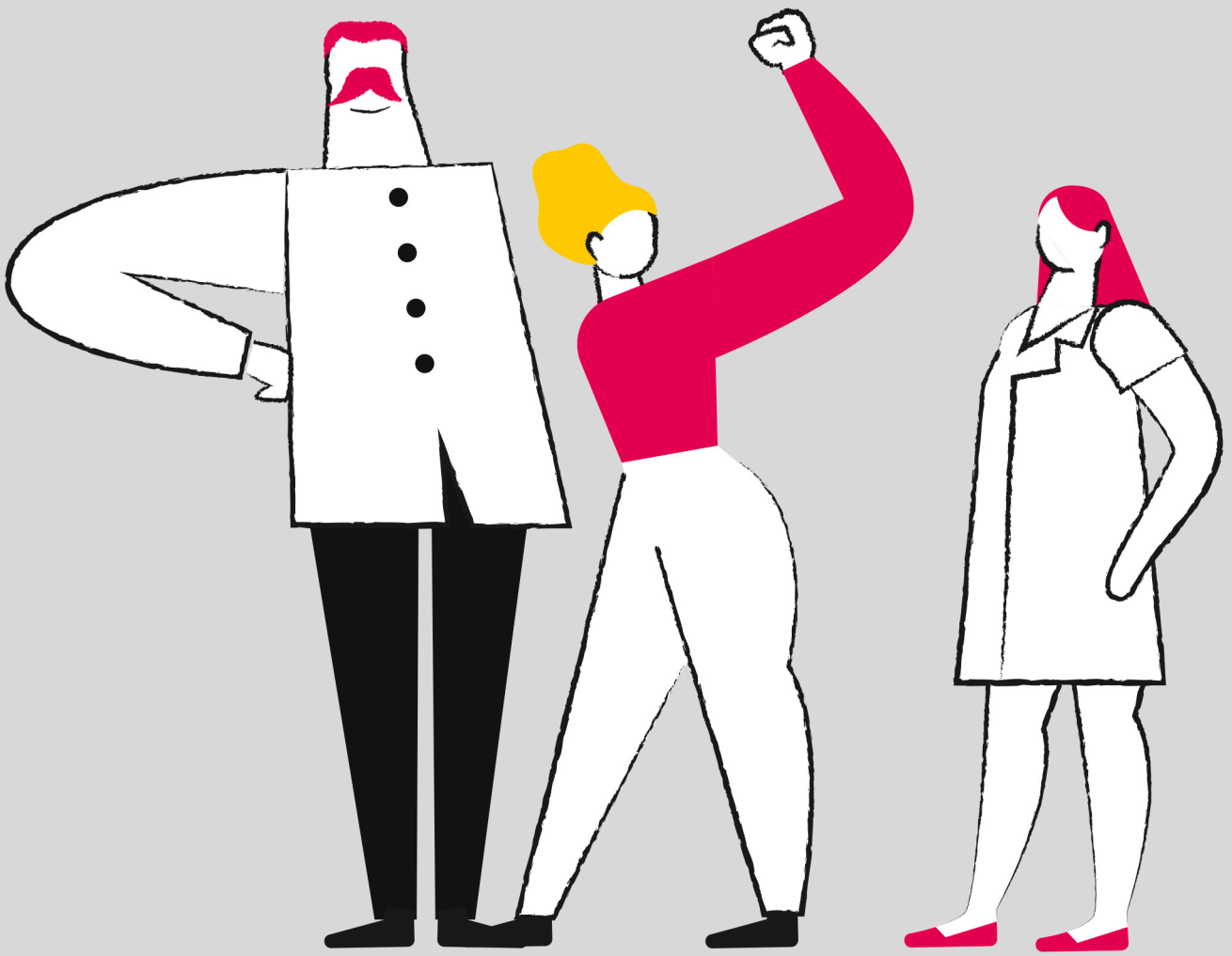
funcționari sindicali cu normă întreagă. Această chestiune nu va implica acțiunea colectivă ca sursă a puterii lucrătorilor. Prin urmare, deși este important să protejăm drepturile legale, problemele juridice nu constituie cele mai bune subiecte care să fie alese drept probleme pentru organizare sindicală.

- să fie ușor de înțeles:** păstrați problemele la un nivel cât mai simplu și ușor de înțeles cu puțință. Douăzeci și cinci de cereri diferite nu sunt de natură a mobiliza. Alegeți câteva cereri importante și clare.
- să trimită un mesaj către conducere:** problema trebuie să transmită în mod clar conducerii mesajul că lucrătorii sunt pregătiți să-și susțină drepturile.
- să presupună un interval de timp clar, care funcționează în favoarea dvs.:** nu foarte scurt - nu veți avea timp să pregătiți oamenii să acționeze; nu foarte lung - oamenii vor obosi și vor fi dezamăgiți înainte ca dvs. să vă atingeți obiectivul.
- să nu fie de natură a crea disensiuni:** problemele nu trebuie să creeze privilegii pentru anumite grupuri sau să ia drepturi de la unii pentru a le oferi altora.
- să dezvolte abilități de conducere:** un obiectiv al campaniei dvs. este de a determina mai mulți oameni să-și asume roluri active în sindicat. Deci problema trebuie să creeze condiții ca aceste persoane să facă ceva și să se implice.
- să pună bazele pentru următoarea campanie:** campania de organizare nu va fi ultima campanie din viața sindicatului dvs. - de fapt, sindicatele vor trebui întotdeauna să se gândească din timp la următoarea campanie. Problema este astfel gândită încât să dezvolte o platformă de la care următoarea campanie să poată porni cu obiective și mai ambițioase?
- să câștige sprijin din partea comunității:** un sindicat puternic are nevoie de o comunitate puternică și de legături bune cu aceasta. Trebuie să le puteți explica reprezentanților comunității de ce ar trebui să sprijine campania.
- să dezvolte solidaritatea sindicală:** alegeți o problemă pe care alte sindicate o pot înțelege. O problemă ideală este cea în jurul căreia s-au mobilizat deja alte sindicate, astfel încât acestea simt că v-ați alăturat unei lupte comune.



## Problema (prezentați-o aici)

Această problemă...	Da	Nu	De ce/De ce nu?
va fi resimțită pe scară largă			
va fi resimțită în mod profund			
va putea fi rezolvată			
va merita eforturile investite			
va duce la o îmbunătățire reală			
va fi de natură a inspira membrii de sindicat			
va oferi lucrătorilor un sentiment al puterii pe care o dețin			
va fi ușor de înțeles			
va trimite un mesaj conducerii companiei vizate			
va presupune un interval de timp clar care să lucreze în favoarea dvs.			
nu va fi de natură să creeze disensiuni			
va fi de natură să dezvolte abilități de conducere			
va pune bazele pentru următoarea campanie sindicală			
va câștiga sprijinul comunității			
va dezvolta solidaritatea sindicală			



# Comunicare individuală cu un lucrător: un ghid în șapte pași

**Rețineți! Cheia o reprezintă alocarea a 70 % din timp ascultării și 30 % din timp discuțiilor!**

## 1. Introducere

- Prezentați-vă și explicați pe scurt rolul dvs. în cadrul sindicatului.
- Explicați-vă motivul pentru abordare
- Dezvoltați raportul creat și puneți la punct o relație de lucru
- Fiți prietenos și afișați o atitudine deschisă

**🗨️** „Sunt aici să mă prezint, astfel încât să știți cine sunt și care este rolul meu în sindicat”

## 2. Colectați informații de bază cu privire la lucrătorul respectiv

- Afișați interes față de lucrător, întrebându-l despre locul său de muncă și despre interesele sale
- Folosiți întrebări deschise și ascultați activ

**🗨️** „Cum considerați că este locul dvs. de muncă?” sau „Ce s-a mai întâmplat în ultimul timp?”

## 3. Găsiți puncte de preocupare

- Aflați care sunt problemele din perspectiva lucrătorului
- Adresați întrebări deschise, pentru a-l determina pe lucrător să vorbească despre problemele sale

**🗨️** „Cum credeți că stau lucrurile aici, la locul de muncă?” sau „Ce părere aveți despre modificarea orelor de lucru?”


## 4. Informați în legătură cu participarea ca membru de sindicat

- Vorbiți despre unele dintre succesele pe care le-au avut membrii sindicatului acționând colectiv, precum probleme în care au avut câștig de cauză sau îmbunătățirea condițiilor de muncă
- Sugerați modul în care problema lor ar putea fi rezolvată printr-o abordare de acțiune colectivă
- Ascultați activ și răspundeți-le la întrebări


## 5. Obțineți un acord pentru a întreprinde ceva concret

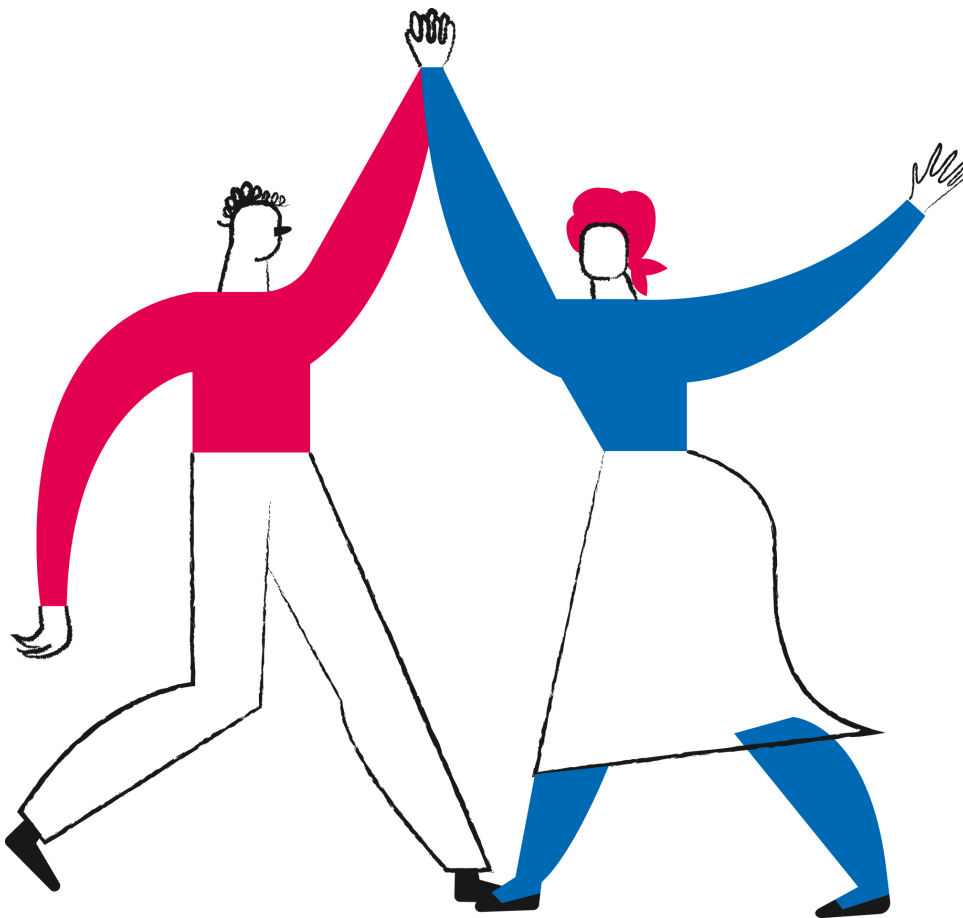
- Spuneți-i să întreprindă o acțiune de natură „sindicală” sau să se alătore sindicatului
- Această acțiune ar putea include acordul de a participa la o reuniune, semnarea unei petiții, distribuirea de materiale sindicale sau aderarea la sindicat
- Fiți pregătit pentru obiecții și răspundeți la acestea într-un mod care să îl miște pe lucrător

## 6. Inoculați idei

- Cum credeți că va reacționa șeful?
- De ce?
-  „Aceasta ar putea fi o campanie dificilă, așa că trebuie să ne unim pentru a o face să funcționeze”

## 7. Încheiere

- Încheiați abordarea într-un mod prietenos, care să lase o portiță deschisă pentru un contact ulterior
- Aveți pregătite câteva propoziții standard de încheiere a discuției.
-  „Mulțumesc pentru timpul acordat. Împreună vom putea schimba în bine condițiile de muncă” sau „Este minunat că ați decis să vă alăturați sindicatului. Ne vedem săptămâna viitoare”.



# 4

## Pasul 4

# Consolidare și lansarea acțiunii

### Până la acest moment, aveți:

- Infrastructura campaniei deja configurată
- Informații colectate prin planificare și cercetare cu privire la compania vizată
- Contacte realizate și discuții cu lucrătorii pe parcursul etapei de construire a bazei de pornire

Acum sunteți gata să pregătiți lucrătorii pentru lansarea publică a campaniei de organizare/identificare a problemelor.

În acest moment, oamenii trebuie să fie deja interesați și informați cu privire la aceste probleme și să aibă sentimentul că trebuie să acționeze în mod concret. Acum este important să vă asigurați de angajamentul lor de a se implica și să discutați modul în care va funcționa campania.

Sarcina organizatorului este de a sprijini oamenii să se organizeze, nu de a face totul singur!

### Obiective Ce dorim să obținem

- Pregătiți lucrătorii pentru lansarea publică a campaniei de organizare/identificare a problemelor
- Extindeți-vă baza de activiști
- Transformați sindicaliștii activi în organizatori/participanți la campanie

### Acțiuni Ce trebuie făcut pentru atingerea obiectivelor?

- Elaborați cererea
- Informați și comunicați cu lucrătorii pe toată durata campaniei
- Motivați lucrătorii să participe la campanie
- Pregătiți escaladarea sau/și o acțiune concertată, acolo unde vă demonstrați forța prin numărul mare de participanți
- Lansați campania: prezentați problemele, prezentați cererea, demonstrați puterea sindicatului
- Organizați o ședință a comitetului de organizare
- Verificați progresul înregistrat



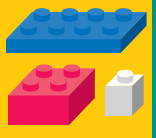
## Oameni Ce persoane/roluri sunt implicate?

- Organizator principal
- Organizatori
- Activiști (lucrători locali)



## Resurse Ce este necesar pentru îndeplinirea acțiunilor?

- Materiale de campanie, în funcție de campanie (pliante, broșuri, insigne, steaguri, afișe, tricouri, fluiere, tobe...)



## Timp Ce trebuie făcut mai întâi și cât durează ducerea la bun sfârșit a acțiunilor?

- Între o zi și până la o săptămână



## Riscuri și soluții Care sunt riscurile posibile și care sunt soluțiile pentru reducerea probabilității survenirii acestora și a impactului lor?



Risc	Reduceți impactul prin
Motivația lucrătorilor pentru a continua participarea la campanie scade	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Începeți cu o activitate de dimensiuni reduse și obțineți victoriile mai facile</li> <li><input type="checkbox"/> Comunicare</li> <li><input type="checkbox"/> Implicare</li> <li><input type="checkbox"/> Fiți democratic</li> <li><input type="checkbox"/> Acționați ca un bun motivator, comunicator</li> </ul>
Presiune din partea angajatorului	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> „Inoculați” = instruiți persoanele vizate cum să se reacționeze la presiune</li> <li><input type="checkbox"/> Dezvoltați solidaritatea</li> </ul>
Muncitorilor le este teamă	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Transformați teama în furie</li> </ul>

## Recomandări Câțeva sfaturi utile pentru a duce această etapă la bun sfârșit

- Acest pas al campaniei este prima activitate asumată în mod deschis. Puteți să planificați realizarea acestei acțiuni fie doar la nivelul locului de muncă, fie pe plan public. Fiți conștienți de faptul că trebuie să fiți întotdeauna cu un pas înainte și pregătit.
- În această etapă, veți avea nevoie de angajament și de rezistență din partea lucrătorilor, așa încât îngrijiți-vă de aceste aspecte! Fiți alături de ei și arătați-vă disponibilitatea de a lucra alături de aceștia, în numele lor. Arătați-le că este acțiunea lor și că aceasta se va transforma în victoria lor. Dvs. sunteți „numai” susținătorul lor. Ei reprezintă sindicatul!



# 5

## Pasul 5

# Escaladarea situației și victorie

Ideea principală a unei campanii de sindicalizare și/sau de tratare a unei probleme este că, atât timp cât angajatorul vă refuză cererile, trebuie să escaladați situația. Pentru ca respectiva campanie să aibă succes, trebuie să concepeți o strategie de escaladare, planificată cu mare atenție. Puține activități colective sunt pur spontane, așa încât planificarea pentru succes este obligatorie.



### Obiective Ce dorim să obținem

- Să câștigăm campania
- Să semnăm un acord cu angajatorul
- Să creștem numărul de membri



### Acțiuni Ce trebuie făcut pentru atingerea obiectivelor?

- Organizați diferite acțiuni colective care să se intensifice pe o scală de aplicare a presiunii
- Întăriți organizația, recrutați membri
- Răspundeți la represiune
- Mobilizați susținere din exterior
- Organizați impactul asupra partenerilor de afaceri, acționarilor, clienților etc.
- Acordați-vă un moment de liniște, sărbătoriți și mulțumiți celor care v-au susținut!

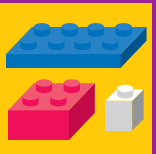


### Persoane Ce persoane/roluri sunt implicate?

- Organizator principal
- Organizatori
- Activiști (lucrători locali)
- Reprezentanți ai sindicatului
- Sprijinitori externi
- Presă/media

### Resurse Ce este necesar pentru îndeplinirea acțiunilor?

- Rezistență și motivare
- Experți în comunicare cu presa/relații publice
- Negociatori



### Timp Ce trebuie făcut mai întâi și cât durează ducerea la bun sfârșit a acțiunilor?

- Timpul necesar depinde de planul de escaladare a situației și rezistența angajatorului



### Riscuri și soluții Care sunt riscurile posibile și care sunt soluțiile pentru reducerea probabilității survenirii acestora și a impactului lor?



Risc	Reduceți impactul prin
Temeri din partea lucrătorilor	<input type="checkbox"/> Transformați frica în mânie
Ignorarea situației din partea angajatorului	<input type="checkbox"/> Escaladați campania, creșteți nivelul de conștientizare în rândurile publicului, folosiți rețeaua din care faceți parte, ACG (dacă este cazul), informați angajatorul, transmițând mesajul că un bun acord colectiv de muncă va reinstaura pacea socială
Răzbunare din partea angajatorului	<input type="checkbox"/> Asigurați-vă că nu vă veți confrunta cu o încălcare a contractului colectiv, discriminări împotriva activiștilor principali sau alte forme de presiune imediat după încheierea campaniei. Informați-vă de îndată sindicatul, informați industriAll Europe și/sau industriALL Global Union

### Mariana, fabrică de accesorii de îmbrăcăminte din Reșița, România



„Înainte să avem sindicatul, aveam un grup care ne reprezenta, dar nu puteam mereu să luăm legătura cu ei. Deci ceva nu era chiar în regulă aici. Așa că ne-am hotărât să ne facem sindicat: un grup de femei au luat inițiativa și s-au unit, apoi am vorbit unele cu altele și am format sindicatul ăsta.

Femeile vor condiții bune de muncă, vor să li se respecte orele de lucru, să câștige suficient ca să ducă un trai decent. Și apoi, bineînțeles, venim ca un sindicat, punem cererile femeilor pe

masă, în fața conducerii, și încep discuțiile. Mai lăsăm de la noi pe de o parte, mai lasă ei din alta și tot așa, până când ajungem la un compromis care să mulțumească pe toată lumea.

Avem doi ani de când facem asta. Încă mai sunt probleme, lucruri de rezolvat. Uneori nu suntem mulțumite de ceva, poate uneori conducerea este nemulțumită de altceva, însă, încet-încet, ajungem la un echilibru care într-un fel există deja.

Am văzut îmbunătățiri ale timpului de lucru, cu privire la orele de program, zilele de sărbătoare, valoarea tichetelor de masă a crescut, valoarea primelor a crescut. Adevărul este că, atunci când vine vorba de bani, discuțiile sunt întotdeauna mai dificile. Dar în cele din urmă, lucrurile se aranjează.

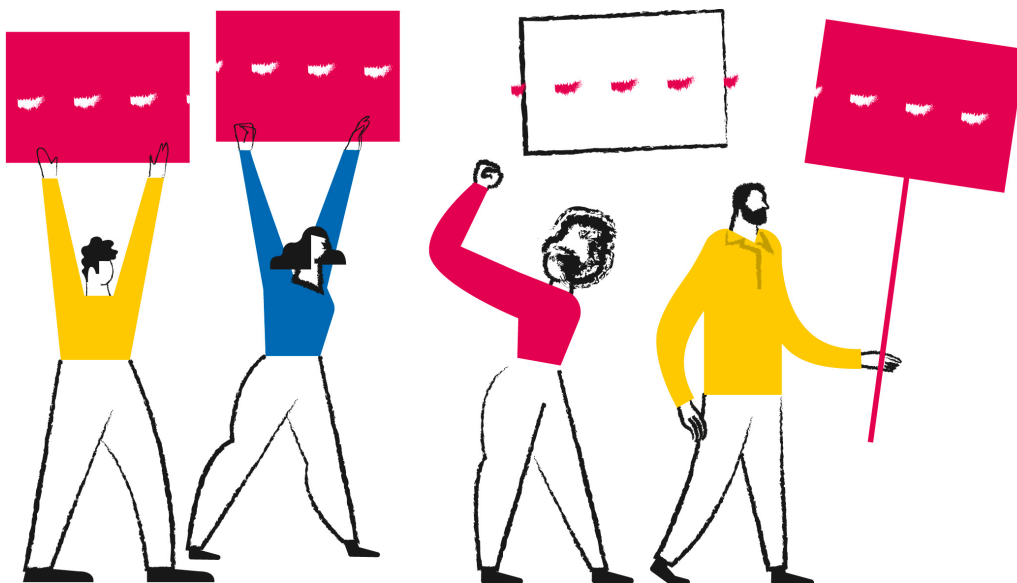
Acum există dialog, asta este important; femeile știu ce vor și știu că există cineva care le reprezintă doleanțele.

Însă nu toate sunt cu adevărat convinse că este nevoie de sindicat. S-au obișnuit să-și ceară drepturile de unele singure. Dar, în cele din urmă, este foarte dificil pentru ele să vină una câte una să-și ceară drepturile. Și apoi sunt cele care sunt neîncrezătoare din cauza fricii din trecut... Le era teamă de conducere... dar toate trebuie să înțeleagă, și asta le spun și eu, că acesta este un dialog. Fiecare trebuie să îl înțeleagă pe celălalt. Dacă nu spunem nimic și rămânem doar suspicioși unii la adresa celorlalți, lucrurile nu se vor îmbunătăți niciodată. Însă, atât timp cât ne spunem unii altora părerile, în cele din urmă vom ajunge la un consens.”



## Recomandări Câteva sfaturi utile pentru a duce această etapă la bun sfârșit

- Multe persoane tind să considere că o campanie constă numai din această etapă. Însă, dacă nu ați parcurs în mod corect etapele precedente, campania nu va avea efectul scontat. Trebuie să vă căutați și să vă analizați informațiile, să vă construiți baza de activiști, lucrătorii trebuie să fie sensibilizați și informați cu privire la probleme și pregătiți să devină activi, pentru a avea forța și rezistența necesară pentru a câștiga.
- Dincolo de tot stresul și de toate grijile, ar trebui să fie și o activitate distractivă!
- Organizarea campaniilor are de-a face, de obicei, cu recunoașterea sindicatului și ducerea la bun sfârșit a primelor negocieri serioase cu privire la problemele ridicate. Într-o campanie dedicată unei anumite probleme veți dori în primul rând să rezolvați problema respectivă. Pentru a păstra ușa deschisă pentru negocieri, veți dori să adăugați presiune treptat: după fiecare pas veți da ocazia angajatorului să cadă la o înțelegere în mod pașnic. Natura compromisului pe care va trebui să-l atingeți în cele din urmă va fi decisă de gradul de pregătire a membrilor voștri de a continua lupta și de capacitatea dvs. de a pune suficientă presiune asupra angajatorului. De asemenea, numeroși membri ai sindicatului se vor alătura mai prompt unei campanii menite să escaladeze situația dacă veți începe de la bun început cu cea mai bună armă pe care o aveți la îndemână. Oamenii au nevoie să capete încredere în ei înșiși și în acțiunea colectivă – și acest lucru ajută la trecerea de la acțiuni de dimensiuni reduse la cele de dimensiuni mari.
- Adesea, angajatorii au tendința să pretindă că orice îmbunătățiri ale condițiilor de muncă sau creșteri de salarii sunt rodul propriei lor bunăvoințe. Asigurați-vă că toată lumea cunoaște faptul că victoria aparține lucrătorilor și sindicatului acestora!



# Date de contact ale afiliațiilor industriAll în Europa de Sud-Est



## ALBANIA

### **Independent Trade Union for Textile and Light Industry - SPILT/BSPSH**

21 Dhjetorilsh Ndermarrja Gjeologjike

Tirana

Tel.: +355 682 139 880

E-mail: info@bspsh.org.al; spilt-al@hotmail.com

### **Trade Union of Workers of Light Industry, Handicrafts and Agro-Processing/KSSH**

Sheshi Garibaldi, 3 Ish Pallati Tekstilisti, Kombinat

Tirana

Tel.: +35 5 682034 411

E-mail: kananihajdar@gmail.com; tekstil@kssh.org; kssh@kssh.org



## BOSNIA ȘI HERȚEGOVINA

### **Trade Union of Textile, Leather, Footwear and Rubber of the Federati- on of Bosnia and Herzegovina - STKOG FBIH**

Obala Kulina Bana 1

71000 Sarajevo

Tel.: +387 3321 3669

E-mail: stkogfbih@sssbih.com

### **Trade Union of Textile, Leather and Shoe Industry Workers of Repu- blika Srpska-STKORS**

ul. Srpska 32

78000 Banja Luka

Tel.: +387 51 214 347

E-mail: dankostkors@gmail.com; bskrbic@savezsindikatars.org; bskrbic6@gmail.com



## BULGARIA

### **Federation FOSIL/KNSB**

1, Makedonia Square, Floor 9,  
1000 Sofia  
Tel.: +359 2 4010 433, +359 2 9877 016  
E-mail: fnsolp@abv.bg

### **Federation of Light Industry/Podkrepa**

35 Dragan Tzankov Str.  
1125 Sofia  
Tel.: +359 2 870 3916  
E-mail: flp\_podkrepa@abv.bg; r.marinova\_podkrepa@abv.bg



## CROAȚIA

### **Trade Union in Textile, Footwear, Leather, Rubber of Croatia – TOKG**

Trg kralja Petra Kresimira IV/2  
10000 Zagreb  
Tel.: +385 1465 5131  
E-mail: nenad.lecek@sindtokg.hr; ljubica.hosni@sindtokg.hr



## MUNTENEGRU

### **Trade Union of Chemical, Pharmaceutical and Textile Industry**

Novaka Miloseva 29/1  
81000 Podgorica  
Tel.: +382 20 231 038; +382 68 011 800  
E-mail: vidak.djuranovic@gmail.com; ivana.prnjat@gmail.com



## MACEDONIA DE NORD

### **Trade Union of Textile, Leather and Shoe Making Industry of Macedonia - STKC**

Bul 12-ta Makedonska udarna brigada - 2a  
1000 Skopje  
Tel.: +389 23 16 36 48  
E-mail: stkc@on.net.mk





## ROMÂNIA

### **Federatia Sindicatelor - UNICONF**

Bulevardul Iuliu Maniu, nr. 11, sector 6,  
Bucarest

Tel.: +40 7 3429 7053

E-mail: [uniconf@gmail.com](mailto:uniconf@gmail.com); [cjnastase@gmail.com](mailto:cjnastase@gmail.com)

### **IndustriALL-BNS**

Piata Vasile Milea nr3, Cladirea Sindicatelor, Etaj 4, Camera 1  
Pitesti

Tel.: +40 21 3147507

E-mail: [industriall.bns@gmail.com](mailto:industriall.bns@gmail.com); [icaunion@gmail.com](mailto:icaunion@gmail.com)

### **Federatia Lucătorilor din Industria Ușoară Confpeltex**

Blvd Eroilor nr 16  
3400 Cluj Napoca

Tel.: +40 264 19 67 13

E-mail: [confpeltex@gmail.com](mailto:confpeltex@gmail.com)



## SERBIA

### **Trade Union of Industry, Energy and Mining Nezavisnost - IER Nezavisnost**

Nusiceva 21  
11000 Belgrade

Tel.: +381 11 3306 770

E-mail: [international@ier-nezavisnost.rs](mailto:international@ier-nezavisnost.rs); [predsednik@ier-nezavisnost.rs](mailto:predsednik@ier-nezavisnost.rs);  
[sekretar@ier-nezavisnost.rs](mailto:sekretar@ier-nezavisnost.rs);

### **Autonomous Union of Textile, Leather and Footwear Industry Workers of Serbia**

Decanska 14/VI  
11000 Belgrade

Tel.: +381 11 32 39 172

E-mail: [radojko.jovanovic@sindikat.rs](mailto:radojko.jovanovic@sindikat.rs); [jovanovic@sindikat.rs](mailto:jovanovic@sindikat.rs)

### **Industrijski sindikat Srbije - ISS**

Trg Nikole Pašića 3/5  
11000 Belgrade

Tel.: +381 11 2928 525 - 5

E-mail: [office@industrijskisindikat.org](mailto:office@industrijskisindikat.org)





@IndustriALL\_GU



IndustriALL Global Union



@industrialall\_gu



info@industrialall-union.org



www.industrialall-union.org



@industriAll\_EU



IndustriAll Europe



@industrialall\_europe



info@industriAll-europe.eu



www.industrialall-europe.eu