

Vaatebrändit vastuuseen!

Seuraavaksi tutkitaan vaatebrändien vastuullisuutta. Tutustukaa johonkin vaatebrändiin ja sen nettisivuihin. Brändi voi olla esimerkiksi teidän lempparivaatemerkki tai joku sellainen, jota pidätte vastuullisena.

Huom. Jos vaatebrändi ei ole suomalainen, tietoja löytyy vain englanniksi!



Tarkistakaa, löytyykö yrityksen nettisivuilta vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

1. Onko brändi sitoutunut elämiseen riittävään palkkaan? Ottakaa huomioon, että mi-nimipalkka ja elämiseen riittävä palkka eivät ole sama asia.
2. Julkaiseeko brändi tietoja päästöistään? Kertooko se koko arvoketjunsä päästöt? Yleensä puhutaan scope 1, 2 ja 3 päästöistä, joista ainoastaan scope 3 päästöt kertovat koko arvoketjun päästöt!
3. Julkaiseeko brändi tehdaslistansa tai jotain muuta tietoa tuotteiden alkuperästä?
4. Kehottaako brändi pidentämään vaatteidensa käyttöikää esimerkiksi antamalla huolto-ohjeita erilaisille materiaaleille?

Aikaa sivujen tutkimiseen voi antaa noin 20 minuuttia. Tämän jälkeen käydään yhteisesti läpi, mitä havaintoja nuoret tekivät.



HARJOITUS SUOSITELLAAN TEHTÄVÄKSI 3-4 HENGEN RYHMISSÄ. ITSEKSEEN TYÖSKENTELY ON MYÖS MAHDOLLISTA.

KURKKAA KÄÄNTÖPUOLELLE! SIELTÄ LÖYTYY LISÄTIETOJA OPETTAJALLE.

Muistiinpanoja opettajalle

1. Elämiseen riittävä vs. minimi palkka

Vähimmäispalkka eli minimipalkka on laissa säädetty pienin mahdollinen palkka, joka työntekijälle tulee maksaa. Monissa maissa minimipalkka on kuitenkin niin pieni, ettei se riitä elämiseen. Elämiseen riittävä palkka onkin usein eri kuin minimipalkka.

Elämiseen riittävällä palkalla tarkoitetaan palkkaa, jolla työntekijä pystyy hankkimaan itselleen ja perheelleen ihmisarvoisen elintason. Tällainen palkka riittää tyydyttämään perheen perustarpeet, kuten riittävän ravinnon, asumisen, terveydenhuollon, vaatehoidon, liikkumisen ja lasten koulutuksen. Lisäksi se mahdollistaa pienimuotoisen säästämisen.

Esimerkiksi Kiinassa minimipalkka on keskimääräisesti noin puolet elämiseen riittävästä palkasta ja Bangladeshissa vain viidennes. Monissa Itä-Euroopan maissakaan palkat eivät riitä elämiseen.

Lisätietoa elämiseen riittävästä palkoista löytyy esimerkiksi Fashion Checkerin sivuilta <https://fashionchecker.org/> (engl.). Sivuilta löytyy myös tulokset tutkimuksesta, jossa tarkasteltiin eri vaatebrändejä sekä sitä, maksavatko he tuotannon työntekijöilleen elämiseen riittäviä palkkoja. Lisäksi sivulta löytyy erottelu siitä, mikä erottaa minimipalkan elämiseen riittävästä palkasta.

2. Päästöt eli *scopet*

Vaateyritykset sekä yritykset yleisesti puhuvat usein vastuullisuudesta sekä esimerkiksi hiilineutraaliudesta. Vaatebrändit yhä useammin laskevat omat päästönsä ja ilmoittavat ne esimerkiksi vastuullisuusraportissaan.

Päästöt ilmoitetaan scope 1, 2 ja 3 päästöinä, mutta mitä näillä eri scopeilla tarkoitetaan?

- **Scope 1** kattaa yrityksen oman toiminnan päästöt. Siihen voi kuulua esimerkiksi omien kiinteistöjen tai omien ajoneuvojen aiheuttamat päästöt.
- **Scope 2** taas kattaa yrityksen ostoenergiaan liittyvät päästöt kuten sähkön ja lämmöntuotannon.
- **Scope 3** päästöt kattavat kaikki epäsuorat päästöt koko arvoketjussa. Vaateyrityksellä scope 3 päästöihin kuuluu esimerkiksi kankaiden tuotantoon sekä kuljetuksiin liittyvät päästöt.

Usein yritykset puhuvat hiilineutraaliudesta, vaikka ne saattavat viitata vain scope 1 ja 2 -luokan päästöihin. Olisi tärkeää, että yritys laskisi ja kertoisi myös scope 3 päästöistään.

Yritysten vastuullisuusraportteja (engl. *sustainability report*) tutkimalla voi selvittää, onko yritys julkaissut tietoja koko arvoketjunsä, eli myös scope 3 -tason päästöistä vai ainoastaan oman toiminnan aiheuttamista päästöistä.

3. Miksi tuotteiden alkuperä tulee kertoa?

Vaateyritysten tulisi julkaista tehdaslistat ja/tai tarjota muuta tietoa tuotteidensa sekä raaka-aineidensa alkuperästä, sillä se lisäisi läpinäkyvyyttä kuluttajille. Näin kuluttajat voivat arvioida valmistukseen liittyviä ihmisoikeusriskejä.

Mikäli raaka-aineiden alkuperä tai valmistusmaat eivät ole tiedossa, on kuluttajan ja muiden sidosryhmien vaikea varmistua siitä, että tuotetta ei ole valmistettu pakkotyön keinoin. Tietoa tarvitaan, jotta voidaan arvioida vaikkapa sitä, miten suomalainen vaatetuotanto linkittyy Kiinan uiguurivähemmistön pakkotyöhön puuvillapelloilla ja tehtaissa.

4. Miksi yritysten tulisi kannustaa ostajaa käyttämään vaatteita pitkään?

Tarjoamalla kuluttajille esimerkiksi huolto-ohjeita tai jopa omia korjauspalveluja, yritykset kannustavat kuluttajia pitämään huolta ostamistaan vaatteista sekä siten pidentämään niiden elinikää.

Olisi tärkeää sekä ilmaston, ympäristön että ihmisoikeuksien näkökulmasta, että koko vaateteollisuus

pyrkisi pois liiketoimintamallista, jossa pyritään tuottamaan mahdollisimman halvalla lyhytikäisiä vaatteita. Siirtymässä pikamuodista hitaaseen, yritykset tarjoavat vaatteiden elinkaaren pidentämiseksi esimerkiksi hoito-ohjeita, korjauspalveluja tai pidennetyn takuun.