

La Rojak daraman Adidas logoak 30.769 langile txinatar balio du



Pello Zubiria Kamino

@pellozubiria

2016ko Eurokopak berekin daramatza kirol janzkien marka handiek publizitatean eta sponsor operazioetan inbertitutako dirutzak. Baina hitzetik hortzera “erantzukizun soziala” darabilten marka handi horiek –Nike, Adidas, Puma– kosteak jaisteko lasterketa zoroan segitzen dute. Beti eskulan zanpatuagoaren bila, orain Txinako produkzioak Vietnam edo Bangladeshera daramatzate.

Zer daukate ikusteko Real Madriden izar Cristiano Ronaldok, 2016ko Eurokopa antolatu duen Frantziako selekzioak eta Vietnamgo oihalgintzako obrero batek? Marka bat: Nike. 25 milioi euro pagatzen dizkio urtean Ronaldori logo fama-eramateagatik oinetako eta kamixetetan, eta beste 42,6 milioi oilarraren selekzioari. Langile vietnamdarrak ekoizten ditu bota eta tixertak hilero 170 euro kobratzearen truke, Vietnamgo familia baten oinarrizko beharrak asetzeko behar dena baino gutxiago.

Egin kontu. Adidasen Espainiako futbol selekzioari pagatzen dizkion 24 milioi euroekin soldata duina kobratuko lukete Kanbodiako 17.559 langilek, Indonesiako 18.796k edo Vietnamgo 27.242ek. Nikek *Les Bleus* bezala, Adidasen esponsorizatzen du *La Roja* eta Alemania, Puma Italia. Jokalarietan, Nikek Ronaldo, Adidasen Lionel Messi (38 milioi) eta Paul Pogba (38). Klubetan, Nikek Bartzelona (38,3) eta Paris Saint Germain (7,9), Adidasen Manchester United (114,3) eta Municheko Bayern (60,7).

Informazio hauek eta askoz gehiago bildu ditu *Alternatives Economiques* aldizkari frantsesak “*À qui profite l’Euro 2016*” (Eurokopa 2016 noren probetxurako) dossierrean. Afera elkarlanean jorraturik *Basta!* hedabide elektronikoa erekin, honek titulatu du: “Euro 2016: Nike eta Adidasen ihes egiten diote beren erantzukizun sozialari gero eta soldata txikerragoak pagatu nahian”.

Ethique sur l’Etiquette kolektiboan ari den Nayla Ajaltounik komentatu du: “Zifra deigarriok irudiztatzen dute kirol ekipamenduetako marka handien eredua: marketin eta komunikazioan sekulako dirutzak gastatzen dituzte beren akziodunei errentagarritasuna bermatzeko, eta, aldiz, konpainien hazkundearen oinarria diren langileei ez diete onurarik ekartzen”.

Nike, Adidas eta Puma beren esku daukate kirol janzki eta oinetakoen merkatu mundialaren %70. Marketin eta babesletzan egiten dituzten gastuak, akziodunen dibidenduak bezala, sekulako abiadan hazten dira, baina bitartean Asiako –batik bat Txina, Vietnam eta Indonesiako– azpi-kontratan soldatetan gastatzen dutena ez da aldatzen, oso baxu segitzen du beti.

Hamar urtean Niken akzioen urteko irabaziak %135 handitu dira, ia hiru mila milioi euro 2015ean. Adidasen etekinak %66 hazi dira, 600 milioitaraino.

Kalkulu gehiago egin ditu Ethique sur l’Etiquette kolektiboak. Herritar batek Nikeri oinetako pare baten truke pagatzen dizkion 100 eurotik bi baizik ez dira hura fabrikatu duen obreroarentzako. Adidasen kamiseta batek balio ditzakeen 85 euroetan proportzioa are kaxkarragoa da: azpi-kontratak beharginari 60 xentimo ordaindu dizkio. Kontrastean, markek kolpe bakoitzean 25 euro irabazi dituzte.

Soldatetan marka handiek ordaintzen duten zatia txikiagoa da babesletza eta



marketinean pagatzen dutena baino, produktu bakoitzeko 3-4 euro inbertitu baitute horretan. Akziodunen etekinen paraleloan handitu dira esponsorizazio aurrekontuak ere. Europako hamar futbol klub nagusien babesletzan 400 milioi euro gastatu zituzten konpainiek 2015ean eta handitzen jarraitzen dute.

Eskulana, alderantziz, gero eta gehiago merkatzeko ahaleginean segitzen dute, produktuaren osaketan ahalik eta zati txikiena eduki dezan. Dinamika hori ez da eten, nahiz eta azken urteotan marka horien lan politikak salatuz karpaina gogorrak egin zaizkien.

Txina garesti samar bihurtu zaigu

Badira hogeitun urte argazki deigarri bartzuetan azaldu zirela Pakistango umeak lurtean eserita Nike markako baloiak josten. Gero 2000ean Nike bezala Adidas Indonesian azpi-kontrata bidez lanerako haurrak ari zirela erabiltzen zabaldu zen, 15 orduko lan aldien trukean hilabeteko 50 euro baino gutxiago ordainduta. Geroztik, presioaren pederioz, auditoriak eta arau sozialak onartu zituzten multinazionalak.

Baina *Basta!* eta *Alternatives Economiques*eko dosierek erakutsi dutenez, bake sozial asmo horiei gain hartzen diete berehala elkarren arteko konkurrentzia errukigabearen arauak.

Hamar urtetan Txinako langileen soldata 2,5 biderkatu da, Asiako herrialde bakarra da familia batek bizirauteko behar duen gutxieneko soldatara hur-



“Thanhnien News” hedabide elektronikotik eskuratutako argazkian, langileak Adidas oinetakoak ekoizten Vietnamgo usina batean. Nayla Ajaltounik esan duenez, “Nike eta Adidas saiatu dira beren marka irudia zaintzen, produkzio katean [lan baldintzen] gardentasun gehiago ezarriz. Baina denborak erakutsi du gauzak aldatzeko tartea estua dela: dauzkaten irabazientzat, marka handiok erraz lortuko lukete lan baldintza onetan ekoiztutako produktuak eskuratu eta saltzea, baina nahiago dute produktuak nork merkeago egin enkantean funtzionatzea”.

biltzen: batz besteko hileroko soldata ia 400 euro tara igo da, bizirauteko gutxienezkotzat jotzen den 460etatik hurbil.

Hau, ordea, poztekoa baino kezkatzekoa zaie etekinak eten gabe handitze-ko lehian diren multinazionaleri. Adidaseko buruak kezu azaldu dira “Txina merkea” bukatzen ari omen delako, eta Nike baitan egindako ikerlan batek on-dorioztatu du Txinako soldaten igoera “mehatxu bat dela balio erantsiaren iraupenarentzako”.

Nike bezala Adidas hasi dira ekoizpena Txinatik Vietnamera eta hein txikiagoan Indonesia eta Kanbodiara eramaten, nahiz eta Lanaren Nazioarteko Erakundeak dioen horietan langileen eskubideak ez direla babesten.

Vietnamen hamar usinatatik bedertzitan langileek ez daukate legez da-

gozkien oporrak. Indonesian hilabeteko gutxienezko soldata 80 eurokoa baldin bada, hiru lantokitatik batean gaxiagotzat pagatzen zaie obreroei; hirutatik bitan legezko lan orduak baino gehiagotzat aritu behar dute beharrean.

Soldata duin baten eta herrialdean dauden soldaten mediaren arteko tartea ere esanguratsua da. Kanbodian familia batek hilabetea txukun –ez Euskal Herriko bizi-baldintzetan, prefosta- bizirauteko behar baditu 229 euro, 115 euro irabazten ditu. Indonesian tartea 209 eurotik 102ra doa, eta Vietnamen 247tik 174ra.

Lan baldintzetan kontaktu behar dira osasun arriskuak ere, langileek nozitu behar dituzten pozoitoxikoenak tartean. Kirol oinetakoen ezaugarriak gai kimiko kaltegarriak usatuz lortzen dira: eguzkia jasaten duten tinduak,

ura eta hezetasuna jasateko PFC perfluorokarburuak, bakteriei aurre egiteko zilar ioiak, eltxoen kontrakoak... Niek bezala Adidasek sinatu dute Blue Sign programa, beren hornitzaileen artean gai toxikoak eragozteko, baina ekoizpen katean nork bermatu hainbeste azpi-kontrata egiten ari dena?

Nazioarteko kanpainen azpitik eta gainetik, inork ez du lortu marka handien logika haustea, alegia, publizitate eta babesletzeko gastu eta inbertsioak jartzea azpi-kontratetako langileen bizi baldintzen gainetik. Horregatik, *Basta!*-rako artikulua egin duten Germain Lefebvre eta Ivan du Royk esan duten moduan, “Euro 2016rako UEFAn Adidasi eskatu dion baloia Pakistanen ekoiztua izango da, azkeneko Munduko Kopakoa izan zen moduan”. ■



zuri begira



ZINKUNEGI
OPTIKA

Hernani, 23 · 20004 Donostia
T. 943 420 624
info@zinkunegioptika.com
www.zinkunegioptika.com

