



Lehdistötiedote – SASK/ Play Fair 2008
Julkaisuvapaa maanantaina 4.2.2008 klo 13

**Raportti arvostelee kotimaisia merkkiyhtiöitä
Suomalainen urheilukauppa
valvoo heikosti vastuullisuuttaan**

Merkittävä osa urheiluvälineistä, -vaatteista ja –jalkineista myydään suomalaisille ilman minkäänlaisia takeita tuotteen eettisestä laadusta tai säädyllyisistä valmistusoloista. Tuoreen tutkimusraportin mukaan tunnetuilta suomalaisilta urheilu-brändeiltä puuttuu kokonaan sosiaalisen vastuun ohjeisto, eikä niiden tuotanto-oloja valvota käytännössä mitenkään. Parhaiten vertailussa selvisivät suuret kaupan keskusliikkeet, jotka ovat jo pitkään rakentaneet hankintojensa valvontajärjestelmää.

FinnWatchin tutkijan Outi Moilalan raportti kattaa 15 suurinta urheilutuotteita Suomessa myyvää yhtiötä. Moilala kokosi raportin tiedot suoraan yrityksiltä itseltään haastattelemalla, sähköpostitse sekä kirjallisista ja nettilähteistä. Kaikki yritykset vastasivat kysymyksiin. Raportin tilaaja on ammattiliittojen ja kansalaisjärjestöjen Play Fair 2008 –verkosto, joka pyrkii kiinnittämään huomiota työoloihin ja työntekijöiden oikeuksiin urheiluvaatteita ja –välineitä valmistavassa teollisuudessa sekä urheilun sponsoroinnissa. Suomessa verkostossa ovat mukana AKAVA, SAK, STTK, Toimihenkilöunioni, Kemianliitto sekä Reilun kaupan puolesta Repu ja ammattiliittojen solidaarisuuskeskus SASK.

Urheiluvaatteet ja –välineet Suomeen Aasiasta

Suomalaisen urheilukaupan suurimpia vähittäismyyjiä ovat kaupan keskusliikkeiden tavaratalot sekä urheilukaupan ketjut, joista suurin eli Intersport kuuluu Keskon yritysperheeseen. Alan kokonaismyynti oli vuonna 2006 runsaat 900 miljoonaa euroa.

Urheilukaupan merkittäviä tavaratoimittajia ovat suuret merkkiyhtiöt kuten Adidas, Nike ja Puma, mutta joukossa on myös suomalaisia brändiyhtiöitä, kuten Halti, Excel ja Karhu.

FinnWatchin raportissa kansainvälisiä merkkiyhtiöitä käsitellään vain lyhyesti, sillä niitä koskevaa tutkimustietoa kertyy maailmalta koko ajan. Kansainvälinen Play Fair 2008 –verkosto julkistaa huhtikuussa alaa koskevan suuren raportin, jonka kentävaiheessa on käyty useilla merkkiyhtiöille tuottavilla tehtaila. Suomalaisen urheilukaupan tuotteiden alkuperä on valtaosaltaan Aasia. Useat tuottajamaista on erilaisissa sosiaalisen vastuun ohjeistoissa luokiteltu riskimaiksi, mikä käytännössä tarkoittaa, että tuotanto-olot yksittäisessä tehtaassa eivät välttämättä kestä kriittistä tarkastelua. Yksittäisistä maista ylivoimaisesti eniten suomalaisiin urheilukaappoihin tulee tavaraa Kiinasta.

Tutkija Outi Moilala huomauttaa raportissaan, että eettisesti arveluttava alkuperä ja kehnot työolot tarkoittavat edelleen monille yrityksille ”vain” samaa kuin lapsityö. Varsinkin Kiinassa ja muissa Aasian halpatuotantomaisissa, samoin maailman vapaatuotantoalueilla suurin ongelma ovat kuitenkin teollisuudessa

• *Play Fair 2008 -kampanjan koordinaatio ja yhteydenpito Suomessa:*
Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK
Lintulahdenkatu 10, 00500 Helsinki
Puh. +358 207 6998 20 www.sask.fi

ahertavien aikuisten kelvottomat työolot ja keho palkkaus, jotka omalta osaltaan myös selittävät lasten työssäkäyntiä.

Epäeettinen tuotanto ilmenee yleisimmin kohtuuttoman pitkänä työpäivinä, laittomina nälkäpalkkoina, piittaamattomuutena työturvallisuudesta ja terveydestä sekä järjestäytymään pyrkivien työntekijöiden painostuksena.

Korkeimmat pisteet kaupan keskusliikkeille

Urheilutuotteita hankkivat ja myyvät kaupan suuret keskusliikkeet selviävät tutkijan vertailusta kohtalaisen kuivin jaloin. Ne ovat laatineet hankinnoilleen eettiset ohjeistot, ja kansainvälisten verkostojensa avulla ne ovat saaneet alulle myös valvontajärjestelmän rakentamisen. Keulakuvana on Kesko, joka on ollut aloitteellisesti mukana yhteiskuntavastuun sertifiointijärjestelmissä ja houkutelut mukaansa muitakin. Suurista urheilutuotteiden myyjistä mm. Kesko ja Stockmann ovat tällä hetkellä mukana kaupan omaan aloitteeseen perustuvassa BSCI-järjestelmässä. Se perustana ovat ulkopuolisten, riippumattomien konsulttien tekemät tarkastuskäynnit tehtaissa sekä moniportainen virheiden korjausjärjestelmä, jonka avulla tehtailija voi pyrkiä läpäisemään uuden tarkastuksen.

Keskusliikkeistä Tradeka hankki viime vuoden loppuun saakka urheilutavaransa osuustoiminnallisen InterCoopin kautta, jolla on oma eettinen ohjeisto ja sen valvontajärjestelmä. Omistajanvaihdoksen vuoksi Tradekan hankintakanavat menivät uusiksi, ja myös oma vastuuoheisto on harkinnassa.

Edistysaskelista huolimatta kaupan keskusliikkeetkään eivät saa FinnWatchin raportista synninpäästöä urheilubisnekselleen. Kaupan oma BSCI-järjestelmä on väljyytensä vuoksi kansalaisjärjestöjen kritiikin kohteena, eivätkä esimerkiksi Keskon tavaratoimittajat ole läpäisseet tarkastuksia läheskään asiakkaan toivomassa tahdissa. Vielä vaikeammin on edennyt myös ay-liikkeen siunaama SA8000-sertifiointi, jota kehitysmaiden tehtailijat pitävät kalliina ja vaativana keinona päästä säädylisen kirjoihin.

Myös Suomessa myyvillä urheiluketjuilla, kuten kotimaisella Top-Sportilla ja Stadiumilla on oma vastuuoheistonsa, mutta ulkopuolinen valvontajärjestelmä puuttuu. Pienistä urheiluketjuista taas Partiokaupoilla, Elmolla tai Sport'in-ketjulla ei ole sen paremmin omaa eettistä ohjeistoa kuin valvontaakaan.

Kotimaiset merkit eivät valvo työoloja

Suomalaiset urheiluvaatteiden ja -välineiden myyjät luottavat vahvasti suurten kansainvälisten merkkiyhtiöiden vastuullisuuteen ja valvontajärjestelmiin, FinnWatchin raportti päättelee. Isojen merkkiyhtiöiden mahdollisuudet asettaa ehtoja valmistajilleen ovatkin kokonaan toiset kuin pienten suomalaisten asiakkaiden.

Tutkijan mielestä huolestuttavin tapaus tutkitussa joukossa ovat suomalaisten omat merkkiyhtiöt, jotka teettävät brändituotteitaan nimenomaan riskimaissa, kuten Kiinassa ja muualla kauko-Idässä.

Maailmanmarkkinoille myyvät suomalaisyhtiöt Exel, Karhu, Erätukku ja Halti eivät raportista päätellen ole toistaiseksi uhranneet paljoakaan energiaa eettisen uskottavuutensa takaamiseen. Yksikään niistä ei valvo hankintaketjunsä tuotanto-oloja edes omilla, järjestelmällisillä tarkastuksillaan puhumattakaan ulkopuolisista tarkastuksista.

Kävely- ja hiihtosauvoja sekä mailoja tehtaileva ja teettävä Exel on siirtänyt enimmänsä osan tuotannostaan Mäntyharjulta Kiinaan. Sillä on alihankintasopimuksissaan vastuullisuuspykälä, mutta sen toteutumista ei valvota mitenkään.

Karhu teettää yli puolet jalkineistaan ja kaikki hiihtokengät Kiinassa. Silläkin on alihankintasopimuksissaan vastuullisuuspykälä, mutta ei puolueetonta ulkopuolista valvontaa. Haltilla on ohjenuoranaan vastuullisen tuontikaupan verkoston eettinen säännöstö, joka toteutumista ei kuitenkaan käytännössä valvota. Mm. ulkoiluasuja ja jalkineita kauko-Idässä teettävä Erätukku taas ei edellytä toimittajiltaan erikseen minkäänlaista sosiaalista tai ympäristövastuuta.

Suomalaisbrändien eduksi voi tutkimusraportin mukaan laskea sen, että ne pyrkivät pitkäaikaisiin asiakassuhteisiin, mikä osaltaan turvaa paikallisten tehtaiden työsuhteiden jatkuvuutta.

Amer pitää piilossa alihankintaketjunsä

Suomalaisista merkkiyhtiöistä omassa sarjassaan painii Amer Sports, jolla on omistuksessaan lukuisa määrä kansainvälisesti tunnettuja urheilubrändejä. Maailman suurimpana urheiluvälineyhtiönä Amer on laatinut oman eettisen ohjeiston, jonka se ilmoittaa perustuvan kansainväliseen SA8000-standardiin.

Amer sanoo edellyttävänsä standardin mukaisia työoloja kaikilta alihankkijoiltaan, mutta ei kerro, kuinka monta sille tavaraa toimittavista tehtaista on saanut SA8000-sertifioinnin.

Alihankinnan osuus Amerin tuotteissa on yhtiön mukaan noin 50-60 prosenttia. Tuotemerkeistä Wilson teettää eniten tavaraa Aasian riskimaissa.

Amer ei ole julkistanut alihankintaketjuaan toisin kuin monet muut sen kanssa samassa sarjassa toimivat urheilujätit, viimeksi Adidas.