

Clean
Clothes
Campaign



**FRIEDRICH
EBERT** 
STIFTUNG

Branduri internaționale și muncitori locali:

Studiu realizat de:

Lilia Nenescu
Vitalie Sprinceană
Anastasia Nani

PLAT  FORMA

o cartografiere a industriei
de îmbrăcăminte
și încălțăminte
în Republica Moldova

Chișinău, 2017

Cuprins:

Glosar	3
Listă de abrevieri.....	4
Introducere	5
Context. Haina: de la necesitate umană la sistem Lohn	7
Capitolul I. Sectorul TAFL în Republica Moldova. Indicatori principali.....	10
Capitolul II. Branduri străine și muncitori locali. Locul Moldovei în lanțul global de producție.....	23
Capitolul III. Istории personale ale muncitoarelor din fabricile de îmbrăcăminte din Moldova	31
Concluzii	35
Recomandări.....	36
Anexe	37

Despre autori:

Vitalie Sprinceană – sociolog, jurnalist, activist civic, redactor al portalului PLATZFORMA.MD.

Lilia Nenescu a studiat antropologia la Universitatea de Stat din Moldova. Din 2015 lucrează la Asociația Tinerilor Artiști „Oberliht”, iar la moment, coordonează proiectul „Comunități active pentru democrație participativă în oraș”.

Anastasia Nani este jurnalistă de investigații la Centrul de Investigații Jurnalistice.

Corina Ajder - coordonare si peer review, asociat Clean Clothes Campaign.

Glosar

Lanț valoric global (eng. *global value chain*) – descrie întregul spectru de activități realizate de companii și muncitori pentru a produce un produs, bun sau serviciu de la conceptualizarea acestuia până la rezultatul final și chiar dincolo. Activitățile incluse sunt: design, producere și marketing, transportare și distribuție către cumpărătorul final¹. Perspectivele lanțului valoric global subliniază valoarea relativă a activităților necesare pentru a aduce un produs sau serviciu de la faza incipientă de concept, prin diferite etape de producție – care implică o combinație de transformări fizice și contribuție a diverselor servicii de producere – până la livrarea către ultimul cumpărător, și eliminarea finală după utilizare².

Lanț global de producție (eng. *global supply chain*) – subliniază etapele de producție și distribuție, spre deosebire de lanțul valoric global care include și activități de design și branding care adaugă valoare unui produs, dar care nu reflectă în mod necesar și transformări fizice ale produsului³.

Salariu de trai (eng. *living wage*) – un salariu decent trebuie câștigat într-o săptămână de lucru standard (nu mai mult de 48 de ore) și trebuie să-i permită angajatului/angajatei din sectorul TAFI să cumpere produse alimentare pentru el/ea și familia acestuia/acesteia, să-și achiziționeze chiriile, asigurarea medicală, să-și cumpere îmbrăcăminte și încălțăminte, să-și asigure cheltuielile pentru transport și educație și să fie capabil/ă să economisească niște bani pentru cheltuieli neplanificate⁴.

Minim de existență – reprezintă volumul minimal de bunuri materiale și servicii necesare pentru satisfacerea cerințelor primordiale, asigurarea menținerii sănătății și susținerii viabilității omului⁵.

Acordul cu privire la fibre (MFA) – un acord internațional care a reglementat (în perioada 1974 – 2004) comerțul din industria textilă și a îmbrăcămintei prin impunerea unor cote.

Acordul cu privire la Textile și Îmbrăcăminte (ATC) – un acord de tranziție care, în perioada 1994 – 2004,

a reglementat eliminarea graduală a cotelor din regimul MFA.

Regimul Lohn sau Procesarea externă (eng. *Outward Processing*) – reprezintă procedurile vamale prin intermediul cărora bunurile care sunt în circulație liberă într-un teritoriu vamal pot fi temporar exportate pentru fabricare, procesare sau reparare și apoi re-importate, fiind total sau parțial scutite de taxele și impozitele pentru import⁶.

Uniformizare la un nivel inferior (eng. *race to the bottom*) – situația în care companiile și țările încearcă să concureze prin micșorarea salariilor și a standardelor de viață pentru lucrători, iar producția de bunuri ajunge să fie relocată acolo unde salariile sunt cele mai mici iar muncitorii se bucură de cele mai puține drepturi⁷.

Lanț-animat-de cumpărători (eng. *buyer-driven-chain*) – este lanțul în care cumpărătorul cu amănuntul care cumpără articole vestimentare de la producători are puterea să dicteze timpul de înlocuire, prețul și calitatea colecțiilor⁸.

Lanț-animat-de producători (eng. *producer-driven-chain*) – este lanțul în care producătorul care produce articolele vestimentare are puterea să coordoneze capacitatea de distribuție a pieselor și produselor finale livrate de către subcontractați pe piață.

Moda rapidă (eng. *fast fashion*) – este fenomenul de producere și promovare a îmbrăcămintei ieftine și de unică folosință. Astăzi, este un fapt general acceptat că „rapid” în moda rapidă se referă la două componente ale dezvoltării produsului: producerea rapidă și răspunsul rapid la orice semnal al pieței⁹.

Salariu de sărăcie (din eng. *poverty wage*) – un termen tot mai des utilizat de către cercetători în domeniul studiilor pe sărăcie și veniturilor din munca salariată. Salariul de sărăcie în cele mai multe cazuri este utilizat pentru a evidenția veniturile salariale medii (8 ore zi/muncă) relativ mai mici sau egale cu limita/pragul de sărăcie (stabilită diferit în diferite contexte/țări).

Listă de abrevieri:

APIUS	Asociația Patronatelor din Industria Ușoară
ATC	Agreement on Textiles and Clothes (Acordul pe Textile și Îmbrăcăminte)
BNS	Biroul Național de Statistică
CNSM	Confederația Națională a Sindicatelor din Moldova
CCC	Clean Clothes Campaign - este o alianță globală dedicată îmbunătățirii condițiilor de muncă și a împuternicirii lucrătorilor în industria de îmbrăcăminte și încălțăminte la nivel mondial
HS	Harmonized System (sistem armonizat)
MFA	Multi Fiber Agreement (Acord MultiFiber)
MIEPO	Moldova Investment and Export Promotion Organization (Organizația pentru Promovarea Investițiilor și Exportului din Moldova)
OEC	Observatory of Economic Complexity (Observatorul Economic Complexity)
T AFL	Textile, Apparel, Footwear and Leather (textile, accesorii, încălțăminte, piele)
UIPAC	Unitatea de implementarea a proiectului Băncii Mondiale de ameliorare a competitivității

Introducere

În 2014, *Clean Clothes Campaign*¹⁰ (CCC) a publicat un studiu intitulat ***Stitched Up/ Trași pe sfoară***¹¹ (Ro) care a reprezentat primul efort serios de a atrage atenția asupra condițiilor de muncă precare din industria îmbrăcăminteii în Europa de Est. Dacă până atunci majoritatea consumatorilor și opinia publică în general asociau condițiile precare de muncă cu țări din Asia de Est și Sud-Est (în special China, Bangladesh, Pakistan), studiul care a intervievat muncitori din fabrici din 10 țări post-socialiste, inclusiv Moldova, a demonstrat că muncitorii din Europa de Est suferă de aceeași sărăcie (iar uneori, de sărăcie mai severă) și lucrează în condiții similare cu cele ale muncitorilor din țările din Asia. Branduri precum *Benetton*, *Max Mara*, *Armani*, *Primark* sau *New Look* produc în fabrici din Republica Moldova. Contrar așteptărilor, studiul a arătat că cel mai jos salariu al unui muncitor din Moldova este mai mic decât cel mai jos salariu al unui muncitor din Pakistan, de exemplu.

„Salariile de sărăcie” (din eng. *poverty wage*) din industria îmbrăcăminteii reprezintă doar un aspect al condițiilor precare de muncă identificate de CCC în Europa de Est. În Moldova, în special, studiul constată și alte probleme sistemice: munca peste program în exces și neplătită la rata stabilită în lege, plata unor părți de salariu în plic, contractele pe termen scurt contrar prevederilor legale (tipuri de contracte utilizate în alt scop decât cel prevăzut de lege pentru activitatea/domeniul respectiv, predominant pentru evitarea/micșorarea taxelor) și frica răspândită în rândul muncitorilor de a-și revendica drepturile legale (ilustrată și de rata infimă de sindicalizare în industria îmbrăcăminteii în Moldova – doar 11 fabrici, la moment au organizații de sindicat, sau cca 2500 persoane.)¹².

Prezentul studiu este un efort comun al unui grup de activiști, jurnaliști și cercetători¹³ care și-au propus, cu susținerea Fundației Friedrich Ebert Moldova, să aprofundeze concluziile raportului CCC și să elucideze rolul Moldovei în industria globală a îmbrăcăminteii. Până în prezent, nu există o idee clară despre rolul Moldovei în economia globală și cum se înscrie industria de confecții a țării în imaginea de ansamblu în lume. Studiul de față își propune să îmbogățească baza de cunoștințe

despre brandurile care produc sau au produs în Moldova, la general, și să aducă mai multă lumină în locul pe care îl ocupă Moldova în economia globală și industria globală a confecțiilor, în mod special. Scopul pe care ni l-am propus – să cartografiem brandurile care produc în Moldova, dar și să discutăm cu muncitorii din câteva fabrici despre cum se simt aceștia lucrând pentru aceste branduri – s-a dovedit a fi destul de ambițios. Datele relevante despre numărul și tipul de întreprinderi, numărul de muncitori din fabrici, salariul acestora, și brandurile pentru care produc aceștia sunt adesea vagi, contradictorii sau lipsesc cu desăvârșire. Informația și datele au fost colectate și actualizate pentru luna decembrie 2017.

Principalele dificultăți care au apărut în procesul de cercetare au fost:

- Majoritatea companiilor moldovenești care lucrează în sistemul *Lohn* cu branduri internaționale aleg să protejeze numele brandurilor invocând „taina comercială”. Din acest motiv informația este foarte săracă și protejată, fiind obținută, în temei, în mod indirect.
- Companiile care afișează numele brandurilor străine cu care lucrează nu indică anii colaborării. Din acest motiv a fost dificil să stabilim cu exactitate dacă colaborarea mai continuă încă sau ține de domeniul trecutului.
- Foarte puține branduri străine aleg să publice numele furnizorilor moldoveni cu care lucrează.

În aceste condiții, cartografierea noastră s-a bazat pe următoarele surse:

- a) căutări în surse publice: site-urile oficiale ale companiilor, mass-media, alte mențiuni;
- b) căutări pe site-urile brandurilor care își publică lista de furnizori;
- c) interviuri și conversații anonime cu muncitoare și muncitori din fabrici (identific și direct la fabrică după terminarea zilei de muncă sau prin cunoștințe, rude, alte contacte);

d) vizite la magazinele fabricilor, la saloane și alte spații unde companiile locale își expun producția (a fost consultată eticheta articolului și verificată ca e produsă în Moldova de către o companie locală, dar sub nume de brand străin).

Deseori am fost nevoiți să descifrăm de unii singuri informația contradictorie pentru a formula anumite concluzii, pe care le prezentăm aici. Cu toate acestea, considerăm că informația limitată este un motiv în plus de a insista pe aceste subiecte și a le crește vizibilitatea.

Studiul urmează structura de mai jos:

Capitolul I oferă contextul istoric al industriei de îmbrăcăminte și anume, felul în care a evoluat produc-

ția de la scară mică la industrie globală și la actualul sistem Lohn. De asemenea, ea analizează mariajul dintre industria textilă și tendințele de dezvoltare a economiei și tehnologiei: globalizarea și relocalizarea producției.

Capitolul II prezintă lista principalelor branduri care lucrează cu companii din Republica Moldova, identificate în rezultatul cercetării.

Capitolul III prezintă câteva studii de caz realizate în baza unor interviuri cu muncitoare de la întreprinderi textile care lucrează cu branduri străine. Interviurile au fost realizate de Anastasia Nani, jurnalistă la Centrul de Investgații Jurnalistice.

În scopul protejării muncitoarelor intervievate, numele acestora a fost modificat.

Context

Haina: de la necesitate umană la sistem Lohn

Producerea articolelor de îmbrăcăminte reprezintă o trăsătură proprie și definitorie pentru om la fel precum raționalitatea sau imaginația. Aproape toate culturile și civilizațiile folosesc forme de îmbrăcăminte și încălțăminte.

Îmbrăcămintea e la fel de veche precum umanitatea însăși. Cel mai vechi articol de încălțăminte datează din mileniile 7 sau 8 î.e.n., iar cele mai vechi articole de îmbrăcăminte datează din jurul anilor 150 000 î.e.n. sau chiar și mai devreme. Într-un fel, producerea articolelor de îmbrăcăminte a însoțit omenirea pe durata întregii sale istorii (și ar putea fi responsabilă, conform unor interpretări, de Revoluția Industrială care s-a declanșat inițial în Anglia în sec. XVII-XVIII și care mai apoi s-a extins și în alte părți ale continentului și lumii, dând naștere fenomenului cunoscut ca *modernitate*).

Încălțăminte și îmbrăcămintea rămân desigur importante și astăzi. Ceea ce s-a schimbat însă, din vremurile preistorice când oamenii au început pentru prima oară să producă țesături și să proceseze pielea animalelor pentru a obține piele pentru încălțăminte, este faptul că întregul proces nu mai are loc doar la nivel local, nici nu mai e făcut doar în cadrul familiei sau al comunității mici. Din contra, el reprezintă o industrie globală complexă, dinamică și diversă ce antrenează milioane de oameni de pe toate continentele.

Unele surse indică faptul că valoarea întregii industrii globale de îmbrăcăminte se ridică la aproximativ 3 trilioane de dolari (3 mii de miliarde!) ceea ce reprezintă aproximativ 2% din produsul intern brut global¹⁴. De asemenea, sectorul angajează între 60 și 75 milioane de oameni la nivel global¹⁵. În Moldova, sectorul de producere a îmbrăcăminte și încălțăminte este unul de o importanță deosebită. Deși imaginea externă a țării pe care autoritățile vor să o promoveze este cea a unei țări vinicole, țara exportă de 3 ori și ceva mai

multe articole textile, îmbrăcăminte și încălțăminte decât vinuri.

Industriile de îmbrăcăminte și încălțăminte se numără printre industriile cele mai globalizate. Rețelele de oameni, companii și piețe (cunoscute ca lanțuri de producție, eng. *Commodity/ supply chains*) sunt împrăștiate pe tot globul și sunt prezente atât în cătunele cele mai izolate, cât și în orașele cele mai centrale. Industria combină, deopotrivă, tehnologiile cele mai sofisticate, metodele de marketing și promovare cele mai recente, și multă muncă manuală tradițională; buticuri strălucitoare în locurile cele mai „glamuroase” și scumpe ale planetei dar și fabrici de vopsire, situate în colțurile cele mai sărace și poluate ale planetei; munca plătită generos pentru designerii vestimentari, agenții de PR și marketing, modele și reviste lucioase, dar și condiții de sclavie pe câmpurile de recoltare a bumbacului din Uzbekistan, muncă în condiții feroce – căldură și umiditate excesivă, umilințe fizice și psihice, condiții nocive și insecuritate a muncii în atelierele legale și ilegale din Pakistan sau în fabricile din Bangladesh (acolo unde a avut loc, în 2013, cel mai mare accident de muncă petrecut vreodată în industria textilă ca urmare a prăbușirii clădirii *Rana Plaza*, ce adăpostea o fabrică de textile care producea articole pentru Benetton, Primark, Walmart sau Mango printre altele, au murit 1134 oameni)¹⁶.

Orice discuție pe marginea acestei situații a industriilor textile și de îmbrăcăminte trebuie să țină cont de alte câteva discuții conexe ce se referă la anumite tendințe de dezvoltare a economiei și tehnologiilor – *globalizarea*, pe de o parte, și procesele tehnologice precum *relocalizarea producției* ce o însoțesc, pe de altă parte.

Globalizarea este o paradigmă puternic contestată în științele sociale¹⁷, politică, economie, relații internaționale și studii militare. Pentru unii, ea reprezintă un fenomen „natural” care are loc inevitabil și are drept

motoare tendințele cele mai noi în dezvoltarea tehnologiei, managementului, transportului și comunicării. Pentru alții, e vorba de un proces influențat în mod inegal – unii actori-cheie (țări mari, corporații multinaționale, instituții internaționale) având posibilitatea de a influența cursul globalizării într-o măsură mai mare decât alți actori (țările mai mici, muncitorii, lucrătoarele domestice etc).

Din perspectiva acestui studiu ne interesează ambele aspecte ale globalizării. Pe de o parte, dezvoltarea și desfășurarea acesteia ca un fel de condiție economică „by default” (din eng. - în mod implicit) la care trebuie să se adapteze țările și companiile mai mici pentru a supraviețui. Pe de altă parte, în cadrul acestor procese globale nu toți actorii au aceeași pondere, nu toți au capacitate egală de a influența situația (unele corporații globale au bugete operaționale mai mari decât ale multor țări) sau de a genera anumite tendințe care să îi avantajeze mai ales pe ei.

Relocalizarea producției industriale, în general, și a producției textile, în particular, reprezintă una din consecințele cele mai directe ale globalizării. Explicată în modul cel mai accesibil, relocalizarea producției industriale are loc atunci când o companie A situată într-o anumită țară decide să transfere o parte a procesului de producție într-o altă țară sau în mai multe alte țări.

Procesul a devenit posibil în a doua jumătate a secolului 20 datorită progreselor în tehnologia comunicațiilor, în transporturi, în sfera tranzacțiilor și serviciilor financiare dar și a integrării țărilor lumii în sistemul capitalist. În industria textilă și de fabricare a încălțăminteii relocalizarea are loc prin decuplarea serviciilor de design, marketing și producție și prin strămutarea unor secvențe ale procesului de confecționare a articolelor (coaserea, atașarea accesoriilor – fermoare, logo-uri și etichete, călcarea și împachetarea) în alte țări și regiuni. Relocalizarea e un fenomen complex, cu efecte sociale și economice complexe (de la sărăcirea unor regiuni, ca urmare a dezindustrializării, la slăbirea puterii de negociere a sindicatelor).

Un caz specific al relocalizării producției în industria textilelor și încălțăminteii este așa-zisul regim *LOHN*. Regimul Lohn (eng. *Outward Processing Trade*) reprezintă una din formele recente ale comerțului internațional și care reflectă inegalitățile dar și diversificarea legăturilor între și în interiorul corporațiilor multinaționale și divizarea internațională a muncii. Regimul Lohn se deosebește radical de comerțul internațional

tradițional care se făcea conform principiului parității partenerilor (ambii se află pe picior egal). În Lohn părțile se află în raport inegal – una dintre părți se face responsabilă doar de un mic segment al procesului de producție – de obicei partea cea mai intensivă din punctul de vedere al muncii (asamblarea etc). Din punct de vedere tehnic, Lohn înseamnă o procedură vamală conform căreia bunurile pot fi exportate temporar pentru confecționare, procesare sau reparație și după aceasta sunt reimportate fiind scutite de taxele de import.

Ce înseamnă regimul Lohn în industria textilă în general și în cea moldovenească în particular? Aceasta înseamnă că unele branduri de îmbrăcăminte străine (din Europa dar și din alte părți ale lumii) exportă temporar în Moldova, pentru procesare și finalizare pânze, piele, țesături și alte textile. Deopotrivă, aceste branduri oferă și specificații exacte despre modul în care fabricile moldovenești vor asambla articolele finale. Ulterior, fabricile moldovenești assemblează articolele de îmbrăcăminte (adăugind inclusiv eticheta „Made in Italy” sau „Made in Moldova” sau altceva) după care sunt (re)exportate.

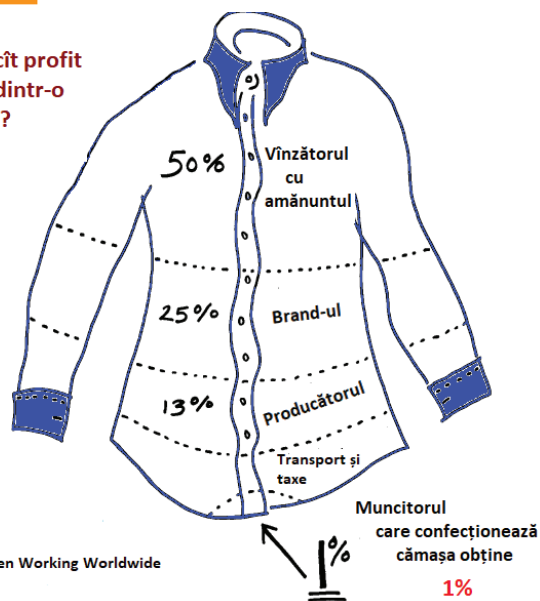
Acest proces trebuie analizat în două perspective: orizontală (transnațională, în interiorul lanțului de aprovizionare), și verticală (în interiorul lanțului de producție a mărfii). Din perspectiva transnațională, brandul exportă anumite procese de producție în regiuni/țări în care anumite costuri sunt mai mici (e vorba mai ales de costurile muncii fizice neautomatizate de asamblare, considerate a fi „flexibile” de vreme ce celelalte costuri – materiale, dar și marketing, design sunt considerate a fi „rigide”). Aceasta are drept efect faptul că guvernele țărilor mici sunt „forțate” să țină costurile muncii (atât în termen de mărime a salariului cât și din perspectiva respectării normelor de securitate a muncii) cât mai mici, atât la nivel global cât și în comparație cu vecinii (strategia *race to the bottom – uniformizare la un nivel inferior*) pentru a putea atrage „investitorii străini”.

Din perspectivă verticală, adică din perspectiva divizării muncii în interiorul lanțului valoric de producție a mărfii (eng. *commodity value chain/ supply chain*), regimului de tip Lohn sunt supuse doar unele procese, cele care istoric și ca practică sunt cele mai prost plătite (munca de confecționare, nu și operațiunile de design sau marketing). De exemplu, un grup de muncitori de la o fabrică din nordul Moldovei au calculat, în baza tarifelor la care sunt remunerați, că

toate operațiunile pe care le fac pentru a transforma tiparele în articole de îmbrăcăminte, inclusiv eticheta pe care este indicat prețul de 600 EUR ar costa în jur de 6-7 euro. Adică, costurile de muncă pentru producția unui articol de îmbrăcăminte pentru acel brand se ridică la 1-1.5% din prețul de vânzare cu amănuntul al acestui articol (vezi mai jos diagrama realizată de Women Working Worldwide¹⁸).

Figura 1.

Cine și cât profit obține dintr-o cămașă?



Sursă: Women Working Worldwide

Regimul Lohn ilustrează complexitatea diviziunii internaționale a muncii în capitalismul de tip neoliberal. Astfel, pentru branduri nu mai e necesar să mențină propriile fabrici (în fapt, deja unele branduri nu mai dețin nicio fabrică și subcontractează majoritatea serviciilor (de exemplu, Nike, Reebok, Liz Claiborne și Gap), lucrând cu rețele complexe de furnizori și agenți subcontractați. De exemplu, corporația Inditex (care gestionează printre altele cunoscutele branduri Zara și Mango) lucrează, conform informațiilor prezentate pe site-ul oficial al companiei¹⁹ cu 1805 furnizori din 53 țări care operează în 6959 fabrici. 661 furnizori și 3739 fabrici sunt localizate în Europa, 65 furnizori și 133 fabrici – în America, 1079 furnizori și 3087 fabrici- în Asia. În total, în operațiunile Inditex sunt angajați peste 162 mii oameni.

Pe lângă aceste fabrici oficial integrate în lanțul de producție al brandurilor, industria de îmbrăcăminte are și o rată mare de subcontractare. Subcontractarea are loc atunci când o fabrică împarte, neoficial, comanda din partea unui brand cu o altă fabrică, atelier sau muncitor domestic. Muncitorii subcontractați se află, astfel, într-o

poziție vulnerabilă, muncind de cele mai multe ori la negru pentru remunerare stabilită arbitrar de fabrica furnizoare. Fenomenul subcontractării a fost adesea criticat atât de media internațională cât și de ONG-urile care promovează drepturile angajaților care lucrează în condiții precare de muncă, iar unele branduri și-au intensificat eforturile de a identifica în propriul lanț de producție cazuri de subcontractare. *Studiul nostru arată că un număr considerabil de companii din Moldova, mai ales din domeniul încălțăminte, funcționează anume în calitate de subcontractanți, cel mai des pentru fabrici din România.*

Brandurile înseși sunt grupate în conglomerate corporative care gestionează mai multe branduri. Astfel, gigantul spaniol Inditex, menționat mai sus, adună sub aceeași umbrelă 8 branduri mari: Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home și Uterqüe²⁰. În această rețea complexă diversele operațiuni sunt dispersate între diversele niveluri (vezi mai jos fig. 5-6) ce se desfășoară în diverse colțuri ale globului.

Totuși, și aici ar trebui să introducem o mențiune importantă – profitul este distribuit inegal în rețea. Cea mai mare parte a profitului merge spre țările de origine ale brandului sau țările în care brandul operează vânzările. Cea mai mică parte a profitului rămâne în țările în care are loc cea mai mare parte a muncii de fabricare a articolului de îmbrăcăminte sau încălțăminte.

Cum se vede situația Moldovei, în general, și a industriilor locale textile și de producere a încălțăminte în acest context?

Pe de o parte, statul Republica Moldova este, desigur, un actor prea mic și prea slab pentru a influența aceste evoluții (dacă am face un clasament al brandurilor de îmbrăcăminte/încălțăminte după valoarea lor de piață²¹ găsim că cel puțin 13 cele mai mari din ele au o valoare ce întrece Produsul Intern Brut al Republicii Moldova). Pe de altă parte, aceasta nu scutește autoritățile de responsabilitatea de a-și pune întrebări precum: cum pot fi respectate drepturile lucrătorilor și asigurate salarii decente în aceste industrii? În ce fel pot și trebuie să fie ajutate companiile și fabricile să-și producă propriile branduri? Cum poate fi promovată inovația în acest sector? Care e modalitatea cea mai eficientă prin care companiile pot treptat să treacă de la regimul de producție a mărfurilor pentru brandurile străine la propriile branduri? Studiul ce urmează nu oferă răspunsuri complete la niciuna din aceste întrebări (acesta nefiind scopul lui), dar prezintă contextul în care aceste întrebări urmează a fi analizate, atât la nivelul politicilor publice cât și la nivelul discursului public.

CAPITOLUL I

Sectorul TAFL în Republica Moldova

Indicatori principali

Numărul de companii înregistrate

Numărul companiilor înregistrate care se ocupă de TAFL²² este destul de dificil de estimat întrucât cifrele prezentate de diverse instituții de stat sunt diferite.

De exemplu, Biroul Național de Statistică indica, pentru anii 2013-2015 (anii în care a adunat statistică) un număr ce oscilează în jurul cifrei de 450 întreprinderi²³ – 467 întreprinderi în 2013, 450 în 2014 și 455 în 2015.

Tabelul 1

Numărul de întreprinderi pe tipuri de activități

	2013	2014	2015
Fabricarea produselor textile	74	75	83
Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte	256	240	253
Tăbăcirea și finisa ea pieilor; fabricarea articolelor de voiaj și marochinărie, harnașamentelor și încălțăminte; prepararea și vopsirea blănurilor	71	70	61
Fabricarea articolelor de voiaj și marochinărie, a articolelor de harnașament și a altor articole din piele	13	13	10
Fabricarea încălțăminte	53	52	48
Total	467	450	455

Sursă: Biroul Național de Statistică

Pe de altă parte, alte surse indică cifre complet diferite. Astfel, Organizația de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exporturilor din Moldova (MIEPO) indică, în ediția 2016-2017 a prezentării generale a industriei de textile pe care o face pentru investitori, un număr de aproximativ 550 întreprinderi²⁴, dintre care 356 companii care produc îmbrăcăminte și 75 companii ce produc încălțăminte, articole de voiaj și marochinărie și 120 companii de materiale textile. Chiar dacă MIEPO utilizează datele oferite de Biroul Național de Statistică, organizația indică un număr cu 100 companii mai

mult decât datele oficiale ale BNS. Asociația Patronatelor din Industria Ușoară (APIUS) oferă o a treia cifră pentru numărul de companii ce activează în sector – cu 100 companii mai puțin – adică 350 companii²⁵.

Registrul de stat al unităților de drept privind întreprinderile înregistrate în Republica Moldova, un serviciu oferit de Agenția de Servicii Publice (la care a aderat, prin fuzionare, fosta întreprindere de stat „Camera Înregistrării de Stat”) oferă, pe Portalul Guvernamental al Datelor Deschise informații

privind întreprinderile înregistrate pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv după genul de activitate. Registrul conține informații la zi (setul la care ne referim datează din 20 noiembrie 2017) despre mai bine de 300 mii de agenți economici, inclusiv întreprinderile lichidate²⁶. Autorii studiului au efectuat o căutare complexă în Registru, căutând după mai multe criterii²⁷. Rezultatele căutării indică un număr total de **2519** companii cu activități în domeniul producerii articolelor de îmbrăcăminte și încălțăminte, dintre care **1957** – fabricarea articolelor de îmbrăcăminte și **562** – fabricarea articolelor de încălțăminte. Dacă adăugăm și întreprinderile cu activități în domeniul confecționării altor articole din textile în afară de îmbrăcăminte și alte articole din piele în afară de încălțăminte numărul întreprinderilor depășește cifra de **4000**.

E adevărat, aceasta nu înseamnă neapărat că aceste companii care au declarat la înregistrare un anumit tip de activități, cum ar fi cel de fabricare al unor articole de îmbrăcăminte și încălțăminte, efectuează aceste activități și în realitate. În fine, mai există și o altă sursă – Guvernul. Cu începere din 2010, Ministerul Economiei, în scopul acordării unor facilități și dezvoltării industriei ușoare, elaborează o listă a agenților economici-întreprinderi ale industriei ușoare și a tipurilor de servicii prestate de către aceștia pe teritoriul Republicii Moldova solicitanților plasării mărfurilor sub regim vamal de perfecționare activă, impozitate cu TVA la cota zero²⁸. Această listă crește constant în fiecare an, ultima modificare fiind făcută în iulie 2017. La moment în ea se regăsesc **718** companii care se ocupă de producerea îmbrăcăminte și încălțăminte²⁹ (712 – producători de îmbrăcăminte și 6 producători de încălțăminte). Astfel, conform Ministerului Economiei, în industria ușoară există cel puțin 718 companii care se bucură de impozitare cu TVA la cota 0.

Avem deci, cel puțin cinci cifre diferite pentru numărul de companii active în domeniul TAFL: **350** (APIUS), **450** (BNS),

550 (MIEPO), **718** (Ministerul Economiei) și **2519** (Registrul Companiilor din Moldova).

Care e numărul real al companiilor ce activează în domeniul TAFL? Care dintre cifrele indicate mai sus e cea adevărată?

Cel mai probabil, niciuna. Diferențele între estimări sunt atât de mari încât nicio cifră nu poate fi acceptată fără întrebări metodologice serioase. Ni se pare corect să presupunem că numărul de companii în sectorul TAFL este mai mare de 718 și probabil mai mic de 2519.

Orice estimare exactă în aceste condiții ni se pare un act hazardat, însă putem presupune că, orientativ, ar fi active cel puțin **1000-1500** companii. Dat fiind că raportul între fabricile de îmbrăcăminte și cele de încălțăminte este de 1 la 4, probabil estimarea noastră ar indica aproximativ 200-300 fabrici de încălțăminte și **800-1000** fabrici de îmbrăcăminte.

Numărul de angajați în sector

Dacă efortul de estimare a numărului companiilor înregistrate care produc articole textile și încălțăminte a întâmpinat dificultăți metodologice și date statistice contradictorii, obiectivul de identificare a numărului de angajați ai sectorului ni se prezintă a fi o provocare cel puțin la fel de complicată. Dincolo de practica generală de a folosi forță de muncă subcontractată și contracte pe termen scurt sau de a angaja neoficial, datele oficiale despre numărul de angajați ai sectorului sunt destul de imprecise.

Astfel, conform BNS³⁰, numărul total al angajaților pe economie este de 594 219 persoane, dintre care în sectorul industriei sunt angajați 99 068 persoane, dintre care în industria prelucrătoare sunt angajați 78 206 persoane.

Tabelul 2.

Numărul salariaților pe activități economice, anul 2016

	Ambele sexe	Femei	Bărbați
Total INDUSTRIE, din care	99068	47799	51270
INDUSTRIA PRELUCRĂTOARE	78206	42825	35381
Fabricarea produselor textile	3570	2737	833
Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte	14802	13368	1435
Tăbăcirea și finisarea pieilor; fabricarea articolelor de voiaj și marochinărie, harnașamentelor și încălțăminte; prepararea și vopsirea blănurilor	2917	2208	709

Sursa: Biroul Național de Statistică

Distribuția angajaților din sectorul TAFL se prezintă astfel:

- fabricarea produselor textile – 3 570 de angajați, dintre care 76,6% sunt femei
- fabricarea articolelor de îmbrăcăminte – 14 802 de angajați, dintre care 90% sunt femei
- fabricarea articolelor de voiaj, marochinărie și încălțăminte – 2 917 angajați, dintre care 75,7% sunt femei

Totuși, ca și în cazul cu numărul de companii din sector, datele BNS trebuie privite cu o doză considerabilă de suspiciune.

Altă sursă care indică un număr estimativ de angajați în industria de confecții (producția de textile, confecții, pielărie și accesorii, încălțăminte) este MIEPO. Conform raportului³¹ MIEPO din 2015, numărul de angajați în industria de confecții este de 26 000, iar în studiul *Textile, Apparel, Footwear and Leather Goods* din 2017, MIEPO indică numărul de 23 000 de angajați în sector, dintre care 14 635 activează în fabrici de confecționare a articolelor vestimentare, 3 761- în fabrici de confecționare a încălțăminte și articolelor de voiaj, și 4 244- în fabrici de confecționare a articolelor textile. Potrivit aceluiași studiu, 85-95% din angajații sectorului TAFL sunt femei.

Autorii acestui studiu au realizat o mică investigație și au colectat din diverse surse publice (Matching Apparel Manufacturers' Capabilities to Customers'

Needs³², Industria Ușoară a Republicii Moldova³³ etc.) date despre numărul de angajați din 50 de fabrici de confecții. Un simplu calcul matematic a însumat peste **20 mii** de angajați doar din 50 de fabrici care oferă informații publice despre numărul angajaților. Acest exercițiu ne permite să afirmăm că numărul de angajați TAFL, la fel ca și numărul companiilor care lucrează în domeniu, este mult mai mare decât cel indicat în datele oficiale. Folosind aceeași regulă, putem presupune că numărul angajaților TAFL este cel puțin dublu față de cifrele oficiale și ar putea fi estimat cel puțin la **45-50 mii** oameni.

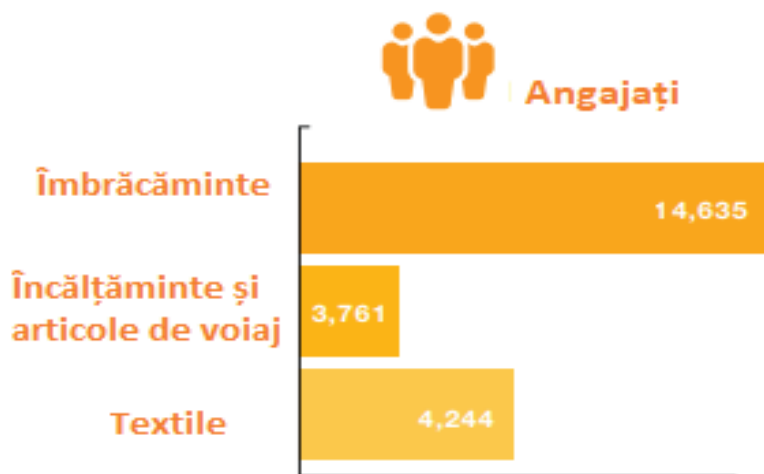
Exportul de îmbrăcăminte și încălțăminte

Conform clasamentului din exportul domestic (BNS), industria textilă se poziționează pe locul 4, după cum urmează:

1. Produse agricole – 28,23%;
2. Produsele alimentare și băuturi – 24,56%;
3. Produse electronice și mecanice – 15,67%;
4. Textile și îmbrăcăminte – 8,03%.

Potrivit datelor oferite de BNS³⁴, în 2016, totalul de exporturi ale țării au constituit 2 044 610 000,76 dolari SUA. Dacă adunăm toți indicatorii de export din industria textilă (fibre textile, piele și blană prelucrată, țesături și îmbrăcăminte), atunci suma totală a exporturilor de textile și îmbrăcăminte în 2016 este de 322 379 000,43 dolari SUA, ceea ce constituie 15,76% din totalul de exporturi.

Figura 2



Sursă: MIEPO

Tabelul 3**Comerț exterior pe indicatori, secțiuni, anul 2016, mii dolari SUA**

	2016
EXPORTURI TOTAL	2 044 610
Fibre textile (cu excepția lânăii în fuior și a lânăii pieptănate) și deșeurile lor (neprelucrate în fi e sau țesături)	788.74
Piele, altă piele și blană prelucrată	2 350.57
Fire, țesături, articole textile necuprinse în altă parte și produse conexe	75 270.19
Îmbrăcăminte și accesorii	243 970.5

Sursa: Biroul Național de Statistică

Dacă însumăm și exporturile de încălțăminte, obținem 17,18% din totalul de exporturi. Astfel, industria TAFL s-ar clasifica pe locul 3 după totalul de exporturi.

Tabelul 4**Comerț exterior, mii dolari SUA**

	2013	2014	2015	2016
Export				
Total	2 428 303,0	2 339 529,60	1 966 837,20	2 044 610,76
Îmbrăcăminte și accesorii	260 495,40	277 573,70	229 185,20	243 970,50
Încălțăminte	37 713,00	33 504,10	23 755,70	28 907,09
Import				
Total	5 492 393,10	5 316 958,00	3 986 820,30	4 020 356,96
Îmbrăcăminte și accesorii	106 564,50	98 343,50	77 544,90	100 887,00
Încălțăminte	31 243,00	27,256,10	16 895,30	24 991,21

Sursa: Biroul Național de Statistică

*The Observatory of Economic Complexity*³⁵ (*Observatorul Complexității Economice (OEC)*), un instrument de vizualizare a datelor pentru comerțul internațional creat de Macro Connections Group la MIT Media Lab și o sursă credibilă) oferă date comprehensive referitor la raporturile comerciale export-import pentru fiecare țară în parte. Datorită acestui instrument pu-

tem vizualiza profilul pe export și import al industriei textile și al industriei de fabricare a încălțăminte, tipurile de articole textile și încălțăminte, valoarea totală a exporturilor și importurilor dezagregate pe HS (*harmonized system* – din eng. *sistem armonizat*) subclasificări precum și destinațiile de export și originile importului.

Conform OEC, suma totală a exporturilor de textile constituie 307 000 000 dolari SUA, iar importurile depășesc exporturile cu 37 000 000 dolari SUA³⁶. Volumul cel mai mare pentru export este deținut de articolele de îmbrăcăminte finisate (costume non-tricotat pentru femei și bărbați, tricouri, pulovere, costume tricotat, paltoane non-tricotat pentru femei și bărbați etc.), iar din categoria materiale textile exportăm în mare parte doar materiale textile tricotat ușor cauciucate. Cu totul diferit e profilul dezagregat pe subclasificări HS al importurilor din industrie. Astfel, dacă pentru export avem în mare parte doar

articole finisate de îmbrăcăminte, la compartimentul import prevalează articolele textile de materie primă (materiale textile tricotat ușor cauciucate, accesorii, țesătură din filamente, materiale textile plastificate, materiale textile sintetice, țesătură de bumbac etc.). Aceste date statistice susțin concluziile UIPAC³⁷ conform cărora 80% din volumul produselor textile sunt produse în regim Lohn.

Mai jos prezentăm profilul comerțului extern cu textile din Republica Moldova pentru anul 2016, realizat în baza datelor *The Observatory of Economic Complexity*.

Tabelul 5.

Profilul comerțului extern cu textile în Republica Moldova (2016)

Textile export total: 307 mln \$	Textile import total: 344 mln \$
<p>Costume non-tricotat pentru femei: 12% Valoarea exportului: 38 mln \$ Destinațiile exportului: Italia: 44% Marea Britanie: 26% Germania: 13%</p>	<p>Materiale textile tricotat ușor cauciucate: 16% Valoarea importului: 55.5 mln \$ Originile importului: Turcia: 52% China: 19% Italia: 18%</p>
<p>Costume non-tricotat pentru bărbați: 11% Valoarea exportului: 34.9 mln. \$ Destinațiile exportului: Italia: 27% România: 25% Germania: 23% Polonia: 21%</p>	<p>Alte accesorii tricotat pentru haine: 7.1% Valoarea importului: 24.6 mln \$ Originile importului: Turcia: 51% Rusia: 28% Italia: 17%</p>
<p>Materiale textile tricotat ușor cauciucate: 7.7% Valoarea exportului: 23.8 mln \$ Destinațiile exportului: Belarus: 94% Marea Britanie: 3%</p>	<p>Țesătură din filamente: 6.9% Valoarea importului: 23.6 mln \$ Originile importului: Italia: 50% Turcia: 15% China: 13%</p>
<p>Tricouri tricotat (Knitted T-shirts): 6.9% Valoarea exportului: 21.1 mln \$ Destinațiile exportului: Turcia: 52% Rusia: 21% Italia: 17% Marea Britanie: 7.7%</p>	<p>Materiale textile plastificate: 4.3% Valoarea importului: 14.9 mln \$ Originile importului: România: 38% Italia: 13% Polonia: 10% India: 7.3%</p>
<p>Pulovere tricotat: 6.6% Valoarea exportului: 20.2 mln \$ Destinațiile exportului: Italia: 57% Rusia: 18% Turcia: 9.8 % România: 9.4%</p>	<p>Materiale textile ne-țesute: 3.7% Valoarea importului: 12.9 mln \$ Originile importului: Serbia: 28% Italia: 25% Germania: 13%</p>

Textile export total: 307 mln \$	Textile import total: 344 mln \$
<p>Costume tricotate pentru femei 5.4% Valoarea exportului: 16.7 mln \$ Destinațiile exportului: Marea Britanie: 55% Italia: 20 % Rusia: 16%</p>	<p>Materiale textile sintetice 3.6% Valoarea importului: 12.5 mln \$ Originile importului: China: 29% Turcia: 28% Germania: 21% Marea Britanie: 19%</p>
<p>Paltoane non-tricotate pentru bărbați: 5.4% Valoarea exportului: 16.7 mln \$ Destinațiile exportului: Italia: 95%</p>	<p>Alte accesorii non-tricotate pentru îmbrăcăminte: 3.4% Valoarea importului: 11.5 mln \$ Originile importului: Italia: 69% România: 23%</p>
<p>Paltoane non-tricotate pentru femei: 5.4% Valoarea exportului: 16.4 mln \$ Destinațiile exportului: Italia: 83% Germania: 11%</p>	<p>Velur: 3.3% Valoarea importului: 11.4 mln \$ Originile importului: Germania: 56% Italia: 13% China: 18%</p>
<p>Cămăși non-tricotate pentru femei: 4.8% Valoarea exportului: 14.9 mln \$ Destinațiile exportului: Marea Britanie: 67% Italia: 15% Turcia: 7.9%</p>	<p>Alte materiale textile sintetice: 2.5% Valoarea importului: 8.55 mln \$ Originile importului: China: 38% Turcia: 11% Marea Britanie: 14%</p>
<p>Cămăși tricotate pentru femei: 3.6% Valoarea exportului: 11.1 mln \$ Destinațiile exportului: Marea Britanie: 81% Italia: 8.7%</p>	<p>Materiale textile din bumbac sintetic: 2.4% Valoarea importului: 8.19 mln \$ Originile importului: Germania: 43% Olanda: 31% Italia: 12%</p>
<p>Cămăși tricotate pentru bărbați: 2.2% Valoarea exportului: 6.88 mln \$ Destinațiile exportului: Turcia: 50% Italia: 40%</p>	<p>Țesătură de bumbac: 2.3 % Valoarea importului: 8.03 mln \$ Originile importului: Italia: 41% Turcia: 24% China: 15% Uzbekistan: 12%</p>
<p>Costume tricotate pentru bărbați: 1.1% Valoarea exportului: 3.35 mln \$ Destinațiile exportului: Italia: 44% Rusia: 32% România: 12%</p>	<p>Țesătură mixtă de bumbac: 1.8% Valoarea importului: 6.03 mln \$ Originile importului: Germania: 24% Turcia: 19% Italia: 18% Olanda: 13%</p>

Textile export total: 307 mln \$**Cămăși non-tricotat pentru bărbați: 1%**

Valoarea exportului: 3.06 mln \$

Destinațiile exportului:

Italia: 79%

Germania: 11%

Polonia: 6.6%

Textile import total: 344 mln \$**Țesături înguste 1.7%**

Valoarea importului: 5.74 mln \$

Originile importului:

Italia: 39%

Elveția: 12%

România: 11%

Turcia: 9.4%

China: 9.8%

Paltoane tricotat pentru femei: 0.81%

Valoarea exportului: 2.8 mln \$

Destinațiile exportului:

Italia: 88%

Germania: 3.8%

România: 3.6%

Etichete: 0.94%

Valoarea importului: 3.25 mln \$

Originile importului:

Italia: 36%

Marea Britanie: 16%

Turcia: 22%

China: 13%

Sursa: The Observatory of Economic Complexity

Dacă în cazul industriei textile se importă mai mult decât se exportă, profilul industriei de producere a încălțămintei se schițează în felul următor: se exportă cu 1 800 000 dolari SUA mai mult decât se importă.

Iar dacă în cazul industriei textile, se exportă în mare parte articole de îmbrăcăminte finisate și se importă materie primă textilă, în cazul industriei de încălțămintă raportul e inversat. Exportăm mai mult de jumătate din volumul total, 52% de piese de încălțămintă. Cea mai mare parte din aceste piese – 85% din ele – sunt exportate în România. Deci, fabricile

de încălțămintă din Moldova sunt subcontractate de fabricile de producere a încălțămintei din România. Probabil, piesele de încălțămintă produse în Moldova sunt asamblate în România pentru branduri internaționale. Pe locul 2 după volumul de export, se clasează încălțămintea din piele, care este realizată în proporție de 45% pentru branduri italiene. Dacă exportăm încălțămintă și piese în Italia și România, atunci importăm încălțămintă pentru piața domestică în mare parte din Turcia și China, iar piese de încălțămintă importăm din Italia și România, iarăși pentru producție în regim Lohn.

Tabelul 6.

Profilul comerțului extern de încălțăminte în Republica Moldova (2016)

Exportul total de încălțăminte: 29 mln \$	Importul total de încălțăminte: 27.2 mln. \$
<p>Piese de încălțăminte: 52% Valoarea exportului: 15.3 mln Destinațiile exportului: România: 85% Italia: 13%</p>	<p>Încălțăminte de piele 30% Valoarea importului: 8.28 mln \$ Originile importului: China: 27% Turcia: 24% Italia: 11%</p>
<p>Încălțăminte de piele: 35% Valoarea exportului: 10.3 mln \$ Destinațiile exportului: Italia: 45% România: 31% Belarus: 19%</p>	<p>Încălțăminte de cauciuc: 21% Valoarea importului: 5.67 mln \$ Originile importului: China: 82% Turcia: 8.2%</p>
<p>Încălțăminte din materiale textile: 5.1% Valoarea exportului: 1.5 mln \$ Destinațiile importului: Ucraina: 21% Italia: 20% Belgia: 18% România: 16%</p>	<p>Piese de încălțăminte: 18% Valoarea importului: 4.77 mln \$ Originile importului: Italia: 54% România: 27% Ucraina: 9.1%</p>
<p>Încălțăminte de cauciuc: 4.8% Valoarea exportului: 1.41 mln \$ Destinațiile exportului: Rusia: 98%</p>	<p>Încălțăminte din materiale textile: 16% Valoarea importului: 4.36 mln \$ Originile importului: China: 66% Turcia: 10% Vietnam: 8.9%</p>

Sursa: The Observatory of Economic Complexity

Salariu minim

Salariul minim se stabilește anual prin Hotărâre de Guvern³⁸ și se calculează pentru perioada 1 mai anul curent – 1 mai anul viitor. Pentru anul 2016 valoarea acestuia a fost de 12,43 lei pe oră, sau 2 100 lei pe lună, calculat pentru un program complet de lucru în medie de 169 de ore pe lună³⁹ (ceea ce constituie 93.58 Euro la cursul din 1 mai 2016).

Natalia, 28 de ani, muncitoare la o fabrică din Moldova

„Vin la fabrică din satul vecin. Lucrez aici de vreo doi ani. Am reușit să ridic și un salariu de vreo 3.000 de lei. Deocamdată, nu am copii, dar dacă i-aș avea cheltuielile ar fi foarte mari. Acum, împreună cu soțul care lucrează în domeniul construcțiilor, ne limităm să cumpărăm doar strictul necesar.”

Acesta însă este salariul minim brut. Valoarea salariului minim net se stabilește prin scăderea din suma salariului minim brut a valorii contribuțiilor la fondul de pensii (6%), la asigurarea medicală (4.5%) și impozitul pe venit care variază în funcție de scutirile personale (sau acordate partenerului legal) – dar le putem calcula ca fiind 7%. În total, valoarea salariului minim net ar fi 2100 lei minus 17.5%, adică 2100 lei minus 367 lei (17.5%), adică 1732 lei (ceea ce constituie 77.18 Euro la cursul din 1 mai 2016).

Pentru 2017, valoarea salariului minim brut este de 14,09 lei pe oră, sau 2380 de lei pe lună, calculat pentru un program complet de lucru în medie de 169 de ore pe lună⁴⁰ (ceea ce constituie 113.44 Euro la cursul zilei de 1 mai 2017). Folosind aceeași formulă obținem o valoare a salariului minim de 1963.50 Lei (ceea ce constituie 93.58 Euro la cursul zilei de 1 mai 2017).⁴¹

Salariu mediu

În 2016 salariul mediu lunar în economia națională a fost prognozat la 5050 lei lunar⁴². Suma în cauză a fost stabilită în conformitate cu prognoza indicatorilor macroeconomici pentru anii 2015-2018. Datele Biroului Național de Statistică indică faptul că mărirea câștigului salarial mediu lunar pe economie a fost puțin mai mare – 5084,0 lei (226.55 euro la cursul zilei de 1 mai 2016). Valoarea câștigului salarial mediu lunar în industrie a fost de 5353,7 lei (238.57 euro la cursul zilei de 1 mai 2016), cu variații considerabile în cadrul sec-toarelor industriei ușoare. De menționat că, per general, valoarea câștigului mediu salarial lunar în sectorul TAFL este sub valoarea câștigului mediu salarial lunar în sectorul industrial.

Astfel, în sectorul fabricării articolelor de textile valoarea câștigului mediu salarial lunar este de 5 101,8 lei (227.35 euro), în sectorul fabricării articolelor de îmbrăcăminte – 4154,6 lei (185.14 euro) iar în sectorul fabricării articolelor de încălțăminte – 4292,4 lei (191.28 euro). Datele sunt sintetizate în tabelul de mai jos.

Ana, 40 de ani, muncitoare la o fabrică din Moldova

„Cum primim salariile, punem deoparte pentru facturi, mâncare și nu ne mai rămâne nimic. Avem grădină și cotă cu vie. Dăm strugurii de pe cotă la o asociație din sat și ne dau în schimb grăunțe și grâu cu care hrănim păsările.”

Tabelul 7**Salariu mediu, anul 2016**

	Media anuală, Lei
Activități economice – total	5 084,0
Industrie	5 353,7
Fabricarea produselor textile	5 101,8
Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte	4 154,6
Tăbăcirea și finisarea pieilor, fabricarea articolelor de voiaj și marochinărie	4 292,4

Sursă: Biroul Național de Statistică⁴³

Conform Biroului Național de Statistică, valoarea cea mai mare a câștigului salarial mediu lunar se întâlnește în sectoarele de fabricare a altor mijloace de transport, cel de fabricare a produselor farmaceutice de bază și a preparatelor farmaceutice și cel de fabricare a produselor din tutun. Cea mai mică valoare este în sectoarele fabricarea articolelor de îmbrăcăminte și fabricarea mobilei.

Observăm că, cu excepția sectorului de fabricare a mobilei, în sectorul de fabricare a articolelor de îmbrăcăminte valoarea câștigului salarial mediu lunar este cea mai mică în cadrul industriei prelucrătoare. Datele sunt prezentate în tabelul de mai jos.

Tabelul 8**Câștigul salarial mediu lunar pe activități economice în diverse sectoare ale industriei prelucrătoare (pentru anul 2016), cele mai bine și cele mai prost plătite sectoare.**

Sectorul	Media anuală (lei)	Media anuală (euro) – la cursul din 1 mai 2016
sectoarele cele mai bine plătite, industrie		
Fabricarea altor mijloace de transport	9 975,8	444,55
Fabricarea produselor farmaceutice de bază și a preparatelor farmaceutice	7 680,5	342,26
Fabricarea produselor din tutun	6 763,7	301,41
sectoarele cele mai prost plătite		
Fabricarea încălțămintei	4 292,4	191,28
Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte	4 154,6	185,14
Fabricarea de mobilă	4 091,3	182,32

Sursă: Biroul Național de Statistică⁴⁴

Datele statistice nu clarifică dacă salariile indicate reprezintă remunerarea pentru ore standard de muncă sau pentru orele de muncă care includ munca peste program. Interviuurile cu muncitori de la 2 fabrici din Moldova arată că salariile acestora pentru ore standard de muncă (8 ore/zi) se află mult sub această medie statistică. Doar muncind peste program, muncitorii pot ridica salarii mai mari și cel mai des, munca peste program și sacrificarea timpului propriu este unicul mod de a-și mări venitul. Potrivit tuturor muncitorilor intervievați, salariile lor variază între 1800 de lei (cel mai jos salariu raportat) și 6000 de lei (cel mai înalt salariu raportat, care include muncă peste program) în funcție de volumul comenzilor și deci a muncii suplimentare. Posibilitatea muncii peste program s-a „transformat”

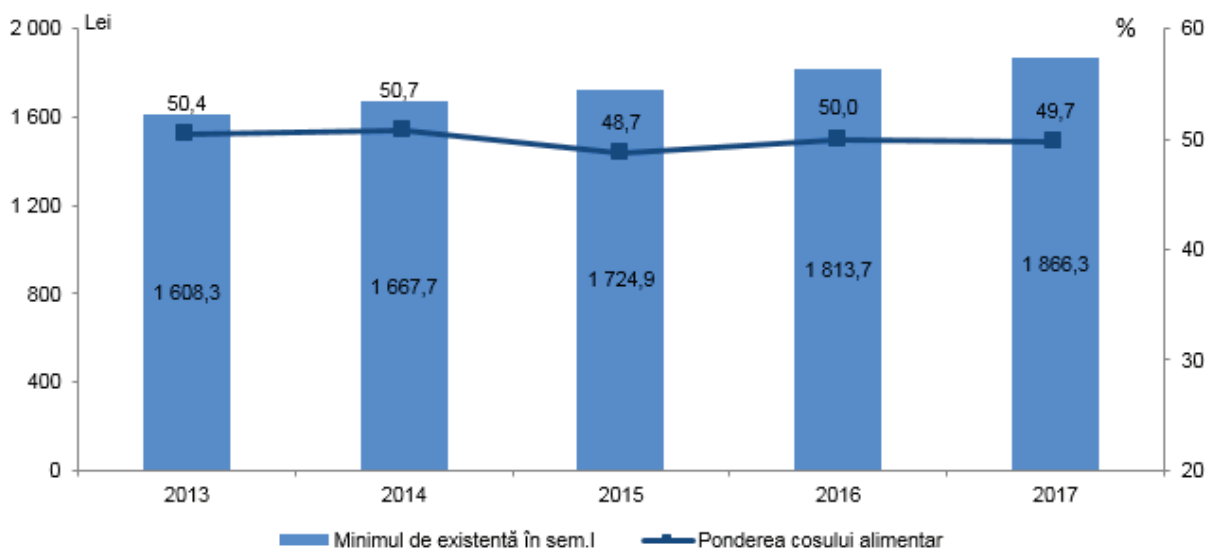
într-un argument răspândit că muncitorii pot câștiga suficient dacă își doresc și sunt harnici. În realitate, muncitorii ar trebui să fie remunerați cu un salariu suficient pentru trai exclusiv pentru orele standard de muncă, adică pentru 8 ore pe zi. De asemenea, pentru a suplimenta venitul, multe muncitoare lucrează în grădinile pe lângă casă. „Pe lângă activitatea la fabrică avem și grădină acasă, ca să mai culegem câte ceva pentru familie. Grădina nu e mare – 11 ari. Mai avem și rațe și găini. Asta ne salvează.”, spune una din muncitoarele interievate. La aceeași fabrică o altă muncitoare povestește că ridică o leafă lunară de 3000 lei (*Istoria nr. 3*). Aceste istorii personale scot la iveală viața reală din spatele cifrelor oficiale și anume că, pentru a suplini salariul insuficient, muncitoarele utilizează și alte surse de venit.

Minim de existență

Conform BNS, cea mai recentă estimare a minimului de existență pentru o persoană este cea pentru semestrul I al anului 2017 și constituie 1866.3 lei⁴⁵ (aproximativ 90.60 Euro la cursul din 1 iulie 2017). Nominal, minimul de existență se află în permanentă creștere cu începere din 2013, când a constituit 1608.3 lei (în 2014 – 1667.7

lei, în 2015 – 1724.9 lei, în 2016 – 1813.7 lei). Exprimat într-o valută de referință, de exemplu euro, dinamica minimului de existență este diferită – în 2013 valoarea acestuia era de 98.18 euro, în 2014 – 87.08 euro, în 2015 – 81.82 euro, în 2016 – 81.95 euro. Jumătate din valoarea acestuia o constituie coșul alimentar.

Figura 3



Sursă: Biroul Național de Statistică

În orașele mari (Chișinău și Bălți) valoarea minimumului de existență este de 2015.6 lei (2117.1 lei per general pentru populația aptă de muncă, 2297.8 lei pentru bărbații apti de muncă și 1940.9 lei pentru femeile apte de muncă). În orașele mai mici, valoarea minimumului de existență este de 1836.7 lei (1944.5 lei pentru populația aptă de muncă, 2101.9 lei pentru bărbații apti de muncă și 1776.3 lei pentru femeile apte de muncă). În mediul rural, valoarea minimumului de existență este de

1809.9 lei (1926.3 lei pentru populația aptă de muncă per general, 2088.2 lei pentru bărbații apti de muncă și 1740.6 lei pentru femeile apte de muncă)⁴⁶.

În general, câștigul salarial mediu lunar în industria de fabricare a articolelor de îmbrăcăminte depășește de doar 2.3 ori valoarea minimumului de existență, în industria de fabricare a încălțăminte – de 2.36 ori, iar în industria de fabricare a articolelor textile – 2.95 ori.

Salariu de trai (living wage)

Salariul minim reprezintă valoarea minimă a remunerării salariale pe care un angajator o poate achita în mod legal lucrătorilor, altfel spus este pragul de jos sub care muncitorii nu-și pot vinde propria muncă. În Republica Moldova, în 2017, salariul minim net (salariul „curat” pe care îl primește angajatul, după plata contribuțiilor sociale și a impozitelor) este de 1980 de lei. Orice salariu mai mic decât salariul minim achitat pentru o normă întreagă de lucru (169 de ore/lună) este ilegal.

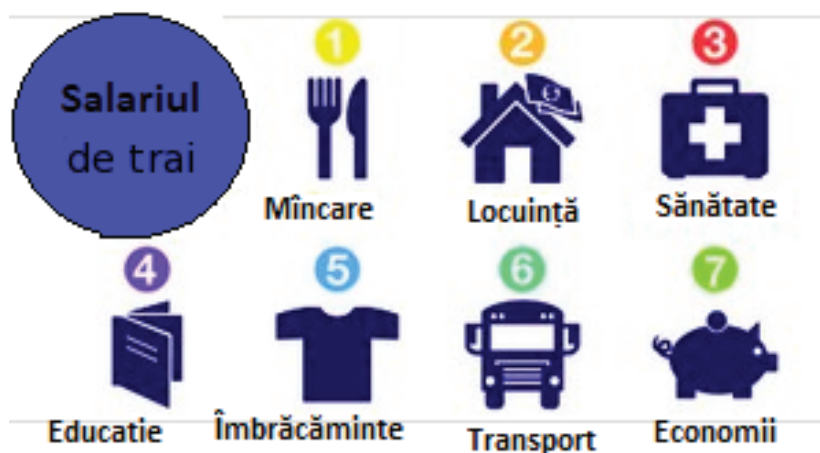
Valoarea salariului minim în Republica Moldova este justificată de calculele realizate despre valoarea minimumului de existență de către Biroul Național de Statistică. În 2017, minimul de existență pe țară a constituit 1866 de lei pentru o persoană. Minimul de existență este calculat în baza a 3 necesități: coșul minim alimentar, mărfuri industriale și servicii, prime și contribuții obligatorii, și reprezintă suma calculată pentru traiul unei persoane pentru o lună.

Un alt concept pentru evaluarea raportului dintre remunerarea muncii și necesitățile angajaților este **salariul de trai**.

Spre deosebire de salariul minim, salariul de trai (eng. *living wage*) se calculează în baza necesităților fundamentale necesare pentru viața decentă a unei familii formată din 4 membri, și include următoarele 7 necesități: produse alimentare, locuință (achitarea chiriei, întreținere), sănătate, educație, îmbrăcăminte, transport, economii (bani de rezervă pentru cheltuieli neprevăzute).

Noțiunea de salariu de trai a fost definită pentru prima dată în 1919 de către Organizația Internațională a Muncii. În Convenția 95 și 131 precum și în Recomandările 11 și 135 cu privire la articolul 23 din Declarația Universală cu privire la Drepturile Omului, Organizația Internațională a Muncii definește și recunoaște că salariul decent este un drept fundamental.

Figura 4



Sursă: Clean Clothes Campaign⁴⁷

În Republica Moldova, prima și unica estimare a valorii salariului de trai a fost realizată de către Confederația Națională a Sindicatelor din Moldova în 2016⁴⁸. Rezultatele cercetării arată că doar coșul alimentar al unei persoane adulte ar trebui să fie de 4039 lei, adică de 2 ori mai mult

decât actuala valoare a salariului minim din Moldova. De menționat e faptul că coșul alimentar a fost calculat în baza recomandărilor Organizației Mondiale a Sănătății. Calculele efectuate pentru satisfacerea necesităților unei familii de 4 persoane timp de o lună relevă următoarele cifre:

Tabelul 9

Categorie cheltuieli	Suma, Lei
Alimentație (dintre care 8 078,95 lei pentru alimentație la domiciliu și 2 305,29 lei pentru alimentație în afara casei).	10 384,24
Îmbrăcăminte și încălțăminte	1 085,59
Igienă personală	366,16
Produse farmaceutice	166,67
Articole de uz familial	2 122,31
Achitarea serviciilor comunale	4 016,41
Apartament (procurare, rate credit etc.)	3842,86
Transportare	7 943,69
Diferite servicii prestate populației (telecomunicații etc.)	5 360,98
Asigurare socială și asigurare medicală	1 000
Sărbători familiale	333,33
Situații neprevăzute	476,19
TOTAL	37 098,89

Sursa: CNSM

Cercetarea concluzionează că, pentru asigurarea unui nivel rațional și decent de trai al unei familii (ținând cont de cheltuielile pentru investițiile capitale: apartament și automobil), formate din doi salariați și 2 copii este necesar un buget de **37 098,89** lei pe lună.

CAPITOLUL II

Branduri străine și muncitori locali. Locul Moldovei în lanțul global de producție

Datorită faptului că articolele produse de industria TAFL cântăresc foarte puțin, costurile pentru transportare devin foarte accesibile, iar acest lucru (laolaltă cu ușurința comunicării la distanță și accesibilitatea serviciilor și tranzacțiilor financiare) facilitează practica folosită de branduri de a relocaliza forța de muncă în țările în curs de dezvoltare fără a lua în calcul distanțele fizice dintre actorii lanțului de producție. Aceste condiții, alături de facilitățile fiscale care au dominat industria, începând cu facilitățile acordate de cadrul acordului MFA în 1974, continuând cu regulamentele de tranziție ale ATC din 2004, mai mult ca niciodată încurajată de regulamentele zonelor de comerț libere, industria de producere a îmbrăcăminte și încălțămintei s-a proliferat vicios pe întregul glob (a se vedea exemplu Inditex menționat mai sus).

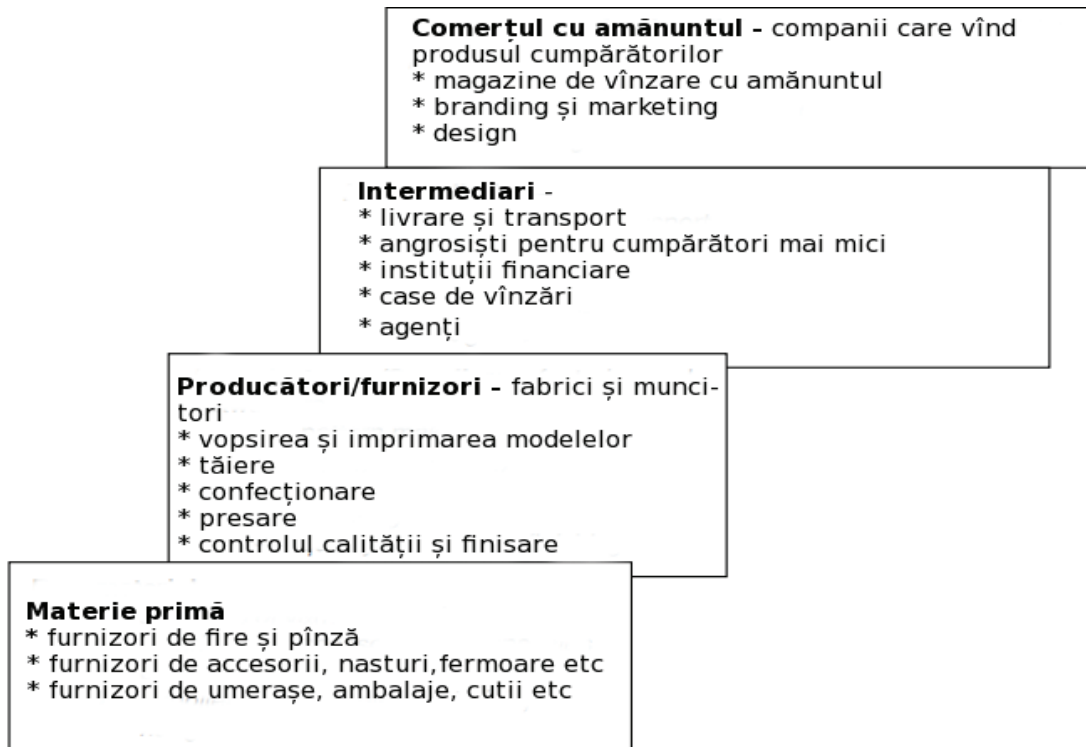
Intenția de a conceptualiza o industrie atât de globalizată și complexă reprezintă o provocare teoretică destul de serioasă. O abordare care încearcă să surprindă complexitatea lanțurilor de producție în industria TAFL e ilustrată în cartea „*Threads of Labour: Garment*

Industry Supply Chains from the Workers' Perspective”⁴⁹. Această structură (Fig.5) îi încorporează pe toți actorii lanțului global de producție (eng. global supply chain) în patru categorii principale în dependență de funcțiile pe care aceștia le îndeplinesc: furnizori de materie primă, producători și furnizori, intermediari și comercianții cu amănuntul. În cadrul fiecărei categorii se intersectează diferite roluri și responsabilități, după cum este ilustrat în figura de mai jos.

Elena, 52 de ani

„Lucrez la fabrica de 34 de ani. Salariul? Încercăm să facem să ne ajungă la toate celea, așa cât de mult sau cât de puțin este. Știți cum e aici? Cât muncești, atâta ai. Dacă stai peste program, mai faci un ban. Totul depinde de cum vin comenzile.”

Figura 5



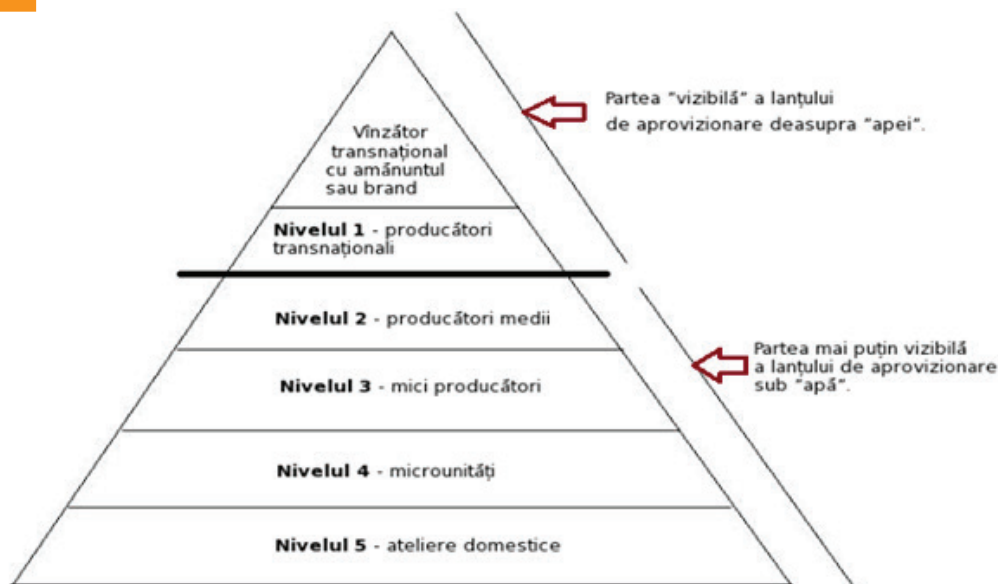
Sursă: Gereffi and Kozminski 1994

Dacă ne propunem să prezentăm portretul general al industriei TAFL, structurată în formă de lanț, în interiorul căruia diferiți actori sunt responsabili de diferite sarcini, iar acești actori fie nu cunosc nimic despre ceilalți, fie au o cunoaștere rudimentară, atunci vizualizarea lanțului de producție după modelul fig.5 poate fi folositoare. Totuși pentru o înțelegere mai bună a modului

în care este structurată și distribuită în mod real relația de putere în interiorul lanțului, considerăm că modelul "ghețarului" este mult mai convingător.

Modelul ghețarului împarte actorii din lanțul de producție în două blocuri majore în dependență de nivelul lor de vizibilitate. Astfel, producătorii, brand-urile și

Figura 6



Sursă: Women Working Worldwide 2004

vânzătorii transnaționali, se află la suprafață, în timp ce ceilalți actori – producătorii medii și mici, microunitățile și atelierile domestice -se află sub apă (Moldova e, în temei, sub apă!).

Acest model are și avantajul de a arăta diversele niveluri de vizibilitate a lanțului de producție.

În urma unor campanii mediatice și de activism bine organizate, unele branduri au început să publice listele de furnizori⁵⁰, dar de obicei, companiile publice doar numele furnizorilor de nivelul 1. Așa cum am mai menționat, celelalte niveluri (cum ar fi subcontractarea) sunt invizibile, în afara ochiului public, greu de monitorizat și de verificat.

Ilustrarea lanțurilor de producție sub formă de ghețar reflectă tendințele globale ale corporațiilor multinaționale, care afectează în mod direct structura industriei, pe de o parte alcătuită din furnizori anonimi și lucrători invizibili, iar pe de altă parte, din nume de branduri și corporații foarte vizibile și cunoscute. Vânzarea ieftină cu amănuntul (eng. *lean-retailing*), vânzarea on-line (eng. *e-commerce*), co-aprovizionare (eng. *co-sourcing*) sunt practicile cele mai răspândite care contribuie la perpetuarea aparenței „netede” a lanțului de aprovizionare. Aceste practici consolidează puterea actorilor vizibili și înmulțesc presiunea la care sunt supuși actorii invizibili.

- *Vânzarea ieftină cu amănuntul* e dictată de imperativul modei rapide (eng. *fast-fashion*) și constă

în practica de a rota stocurile de modă foarte des. Dacă în trecut, brand-urile de modă întrețineau doar 8 sezoane de modă, în prezent aceleași branduri produc 24 de sezoane diferite de modă. Pentru a fi în pas cu această practică, companiile multinaționale plasează comenzi pentru cantități mult mai mici de producție, dar mult mai des decât o făceau înainte, câteodată, chiar săptămânal. Această practică determină un tip de „relație-pa-sager” între branduri și producători, în consecință crește precaritatea generală a muncitorilor, re-lațiilor de muncă și contractelor din sector.

- *Vânzarea on-line* e practica de aprovizionare cu furnizori și producători în regim on-line. Această practică forțează producătorii să concureze unul cu celălalt pentru a oferi cel mai profitabil preț. De regulă, pentru a obține un contract în regim Lohn, producătorii reușesc să taie din preț prin neglijarea beneficiilor sociale și a salariilor decente a forței de muncă.

Spre exemplu, pe situsul *casata.md*, la compartimentul dedicat profilului despre Întreprinderea cu Capital Străin Floreana Fashion S.R.L., un reprezentant al companiei Eurotex S.R.L, plasează o propunere de colaborare direct în secțiunea comentarii. Din comentariu⁵¹ înțelegem că fabrica românească confecționează îmbrăcăminte pentru branduri internaționale și că ar dori să subcontracteze și niște fabrici moldovenești care i-ar ajuta să proceseze mai multe comenzi Lohn. E de remarcat că în România există platforme⁵² on-line

Figura 7

1 Nume: Ion Bondar Email: nelu_bondar61@yahoo.com Tel: 0040751537252 Data: 2016-09-15 09:38:57

Stimată doamnă /Stimate domn

Societatea noastră, S.C. EUROTEx S.R.L, cu sediul în Iași, România, produce confecții textile de damă exclusiv pentru piața externă, pentru cele mai cunoscute branduri din lume. Producția pentru clienții noștri o asigurăm atât prin atelierul nostru propriu (peste 300 de angajați), cât și prin cele peste 30 de societăți cu care colaborăm. În acest moment, suntem în căutarea unor noi capacități de producție, pentru o colaborare pe termen lung.

În cazul în care ați fi interesați de o colaborare cu firma noastră, vă rugăm să ne confirmați cât mai repede posibil.

Detaliile legate de posibila colaborare vor fi stabilite la sediul societății dumneavoastră, la o dată fixată de comun acord.

Cu stimă,
Ing. Ion Bondar
+40 751 537 252

Comentează:

specializate în negocierea și căutarea contractelor de tip Lohn.

- *Co-aprovizionarea* este practica prin care contractantul principal (brand-ul multinațional) oferă indicații foarte precise producătorului despre calitatea, forma, design-ul, culoarea exactă și chiar locul de origine a materialului textil, fermoarului, nasturilor, și altor elemente de detaliu ale produsului final. Spre deosebire de regimul Lohn, unde brand-ul oferă toate materialele necesare pentru realizarea comenzii, co-aprovizionarea plasează această presiune pe spatele producătorului care trebuie să negocieze

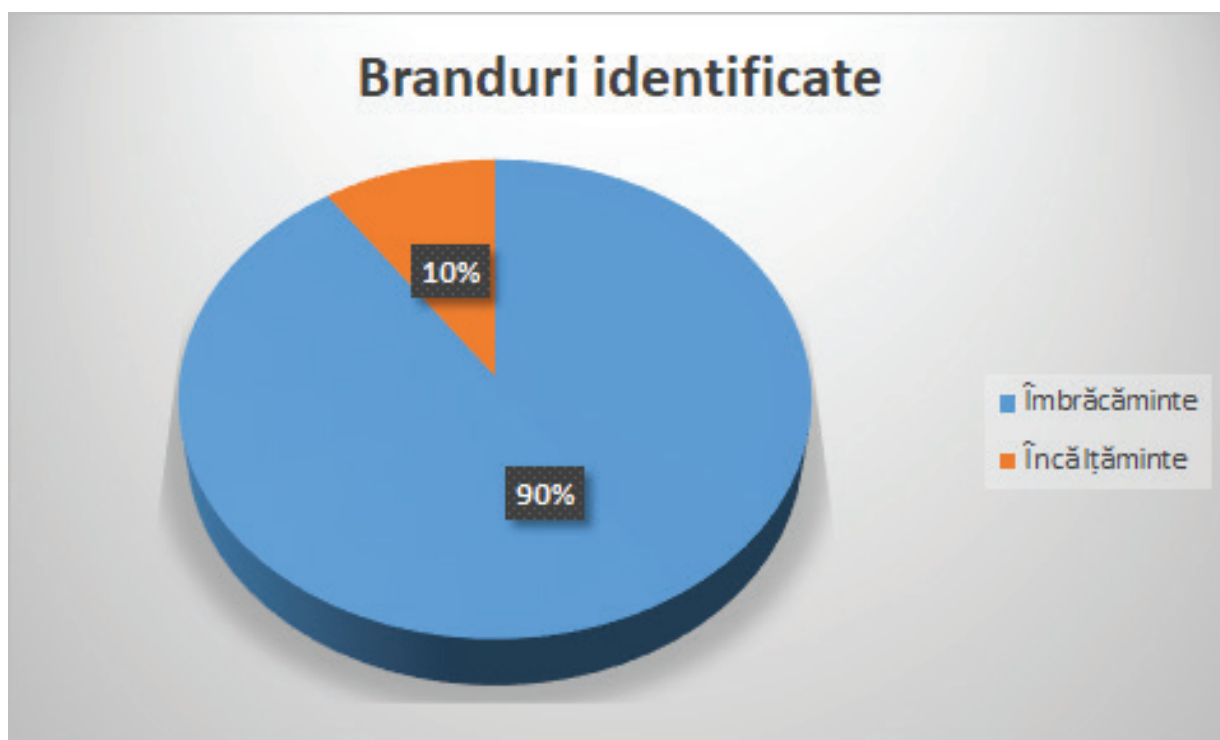
cele mai profitabile contracte cu diferiți furnizori de materiale textile, fermoare, nasturi etc.

Aceste practici, împreună cu alte tendințe și reticența generală a brand-urilor de a fi responsabili față de muncitorii care confecționează hainele, transformă „eticheta” în „secret comercial”. După cum afirmă cunoscuta jurnalistă, scriitoare și activistă Naomi Klein: „Dacă în trecut, corporațiile care produceau bunuri de consum își afișau logo-urile pe clădirile fabricilor lor, multe dintre brand-urile multinaționale de azi își mențin locația de producere a bunurilor lor ca „secret comercial”, care trebuie protejat cu orice preț”⁵³.

Branduri globale în Moldova

Tabelul din Anexa 1 prezintă rezultatele încercării noastre de a cartografia principalele branduri care produc în Moldova. Așa cum se poate vedea din tabel au fost identificate peste 130 branduri de îmbrăcăminte și textile și 14 branduri de încălțăminte.

Figura 8



Acoperirea geografică a acestor branduri este foarte diversă: am identificat branduri americane, europene, din Federația Rusă etc. La fel este și cu diversitatea corporativă – în Moldova sunt prezente majoritatea brandurilor globale majore de îmbrăcăminte: Nike, Gap, Zara, Armani, Versace etc.

Figura 9

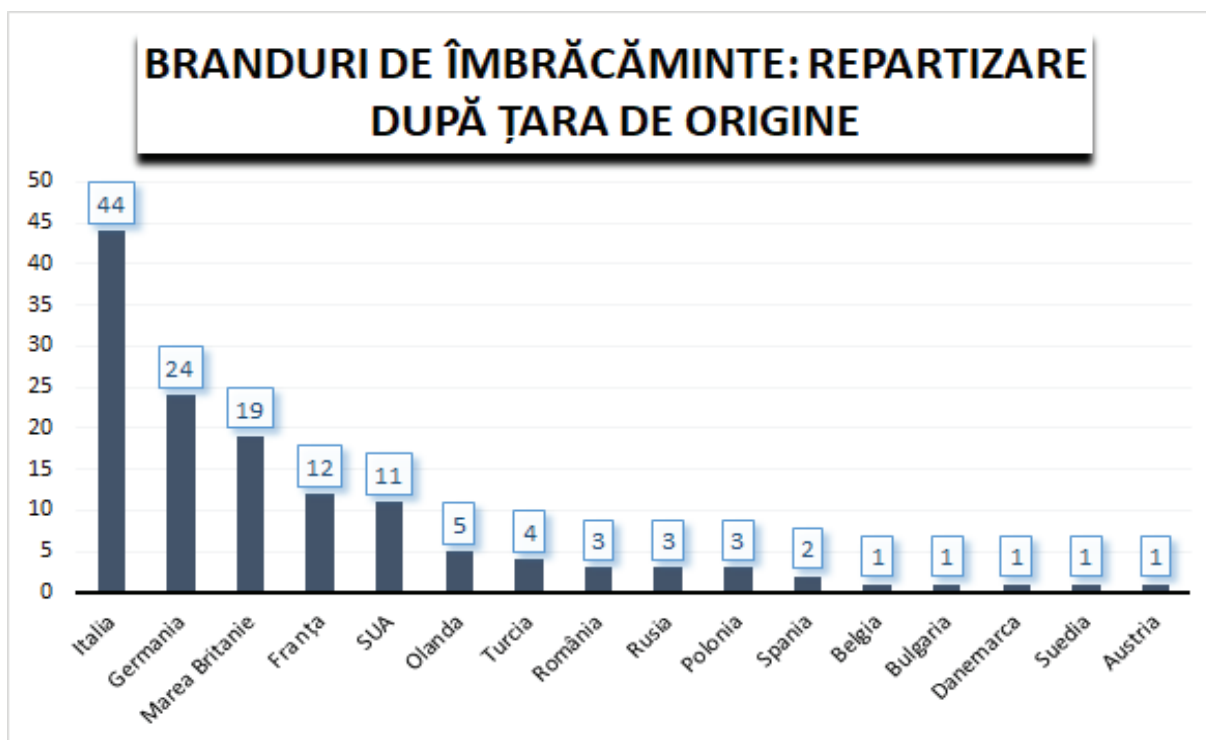
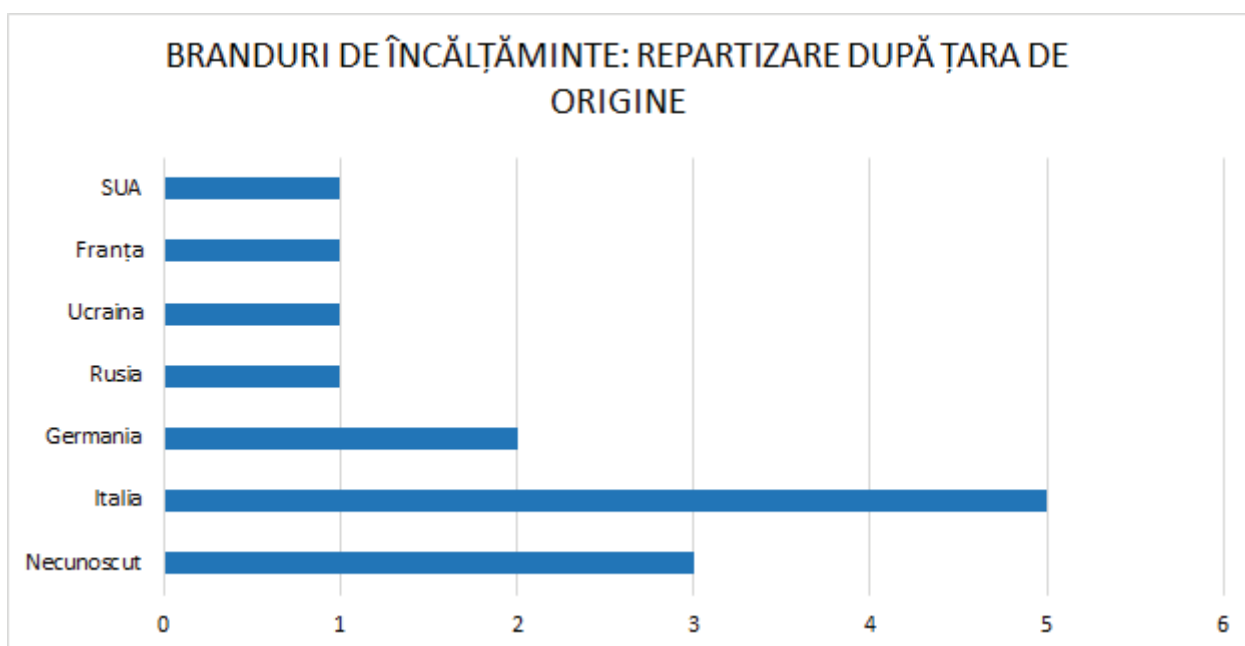


Figura 10



Unele branduri precum Nike sau Teamdress lucrează cu mai mulți furnizori locali (2-3).

Figura 11

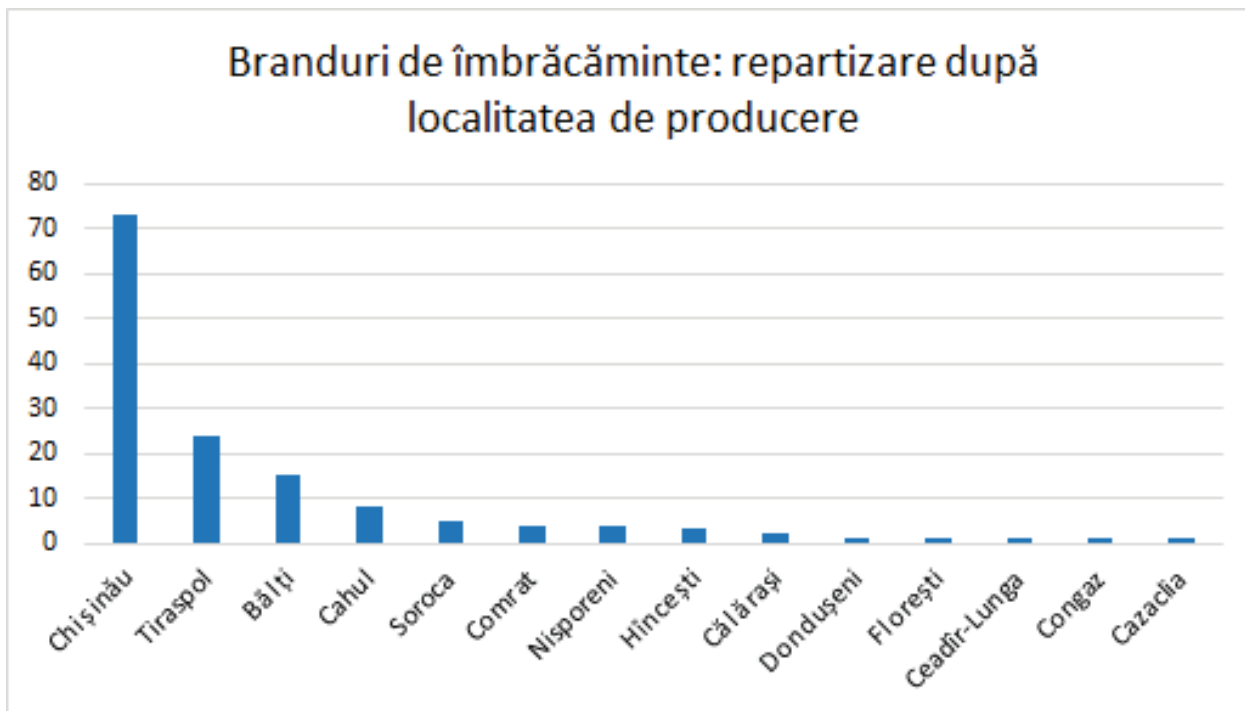
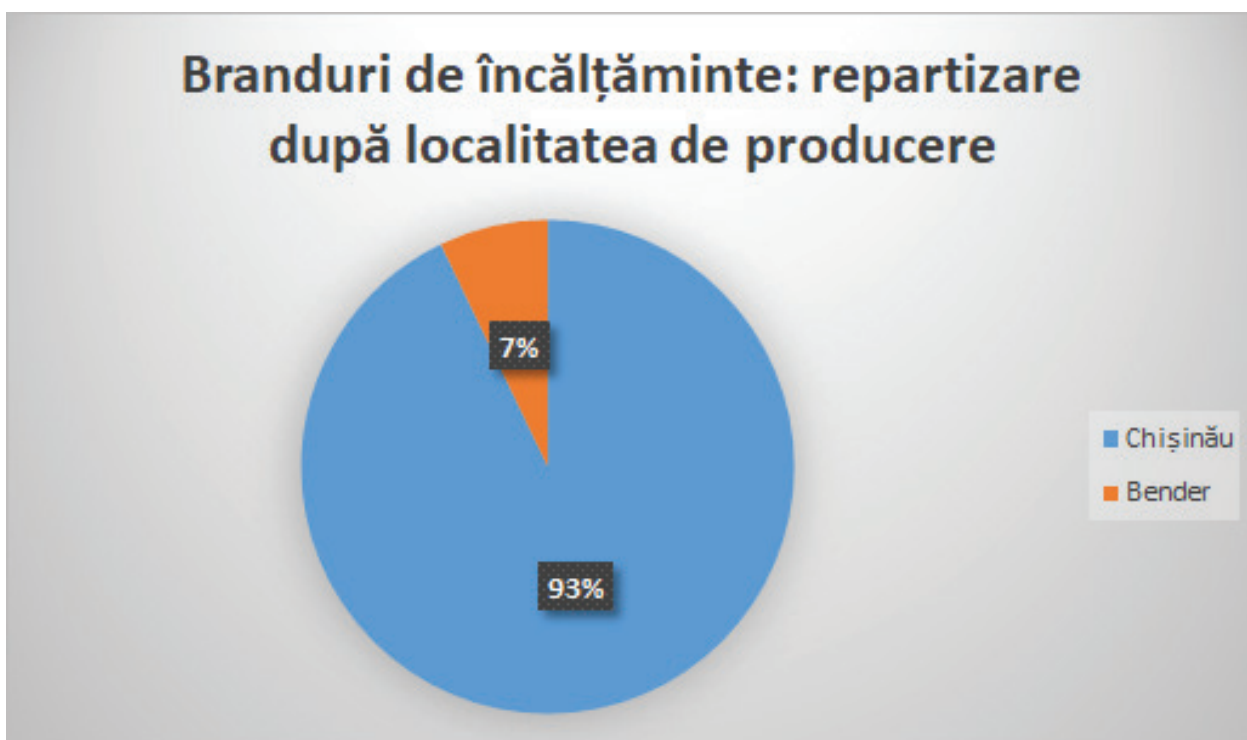


Figura 12



Un lucru extrem de interesant – faptul că Transnistria reprezintă o enclavă separatistă nerecunoscută nu împiedică companiile locale – Odema, Tirotext, Inter-

centru Lux – să colaboreze cu brandurile cele mai cunoscute ale lumii – Puma, Prada, Lacoste, semn că regimul Lohn depășește granițele politice recunoscute.

De ce aceste branduri vin în Moldova?

Răspunsul este complex. În primul rând, pentru că multe dintre costurile operaționale sunt mai mici în Moldova decât în alte țări din regiune. Astfel, impozitul pe venit pentru persoane juridice în Moldova (12 %) este unul din cele mai mici în Europa⁵⁴. De asemenea, așa cum au indicat mai multe organizațiile ale investitorilor străini, costurile forței de muncă în Moldova sunt mai mici decât în alte țări din regiune⁵⁵. Uneori, unii investitori preferă să re-localizeze în Moldova unități de producție din regiune. Așa a făcut, de exemplu, compania britanică

Alison Hayes, care produce îmbrăcăminte pentru branduri precum Primark sau Debenhams care a anunțat, încă în primăvara anului 2017, că intenționează să-și închidă o fabrică din Urziceni, România, unde lucrau peste 350 muncitori pentru a veni în Republica Moldova, unde costurile sunt mai mici⁵⁶.

Aspectul cel mai important în acest context este, totuși, sărăcia și salariile cele mai joase din regiune.

Țara	Salariul minim net legal, EUR	Salariul mediu net în industria de îmbrăcăminte, EUR
Bulgaria	139	141
Bosnia și Herțegovina	189	189
Croația	308	378
Georgia	nu există	132
Macedonia	111	175 (îmbrăcăminte) 159 (încălțăminte)
Moldova	71	114 (îmbrăcăminte) 126 (încălțăminte)
România	133	234 (îmbrăcăminte) 252 (încălțăminte)
Slovacia	292	392 (îmbrăcăminte) 470 (încălțăminte)
Turcia	252	251
Ucraina	80	145

Sursa: „Trași pe sfoară”, Clean Cloths Campaign, 2014

Un alt fenomen interesant ține de faptul că Moldova produce atât pentru branduri din țările dezvoltate (SUA, UE), dar și pentru branduri din țări care, la rândul lor, sunt recunoscute ca fiind producători pentru brandurile mari (Polonia, Bulgaria, Turcia, România etc). În acest caz, strategia de a re-amplasa anumite capacități de producție în Moldova ține de dorința companiilor din țări periferice de a micșora la minim anumite costuri de producție. Astfel, Moldova se poziționează ca un dublu capăt de jos al lanțului de producție fiind un producător atât pentru brandurile cunoscute cât

și pentru brandurile în curs de dezvoltare. Cercetarea noastră nu a găsit cazuri în care brandurile locale să fi deschis capacități de producție în alte țări.

Un alt argument este și poziționarea geografică și economică a Moldovei. Țara a încheiat acorduri de liber schimb cu mai multe blocuri economice din Vest și Est – cu Uniunea Europeană, CSI și Federația Rusă. În acest fel, Moldova apare ca un coridor care permite investitorilor din Vest să acceadă la piețele din Est și viceversa.

CAPITOLUL III

Istории personale ale muncitoarelor din fabricile de îmbrăcăminte din Moldova

Autoare: Anastasia Nani

Tatiana, 33 de ani (muncitoare la o fabrică din Chișinău)

16.45. Tatiana (33 de ani) iese grăbită pe poarta fabricii. Se îndreaptă spre casă unde o așteaptă fiul de 12 ani. Soțul se află de aproape șase ani în Israel. A plecat să câștige bani de un apartament la Chișinău. Ea a rămas acasă, lângă copil. „Am luat între timp o locuință de vreo 60 de metri pătrați, dar el a mai rămas acolo pentru că aici este foarte greu să câștigi bani pentru un trai decent”, spune ea.

Muncește la fabrică de vreo opt ani, iar acum a ajuns să ridice până la 5.000 de lei (250 de euro) pe lună, care include munca suplimentară. „Salariul ne ajunge doar pentru cheltuieli curente: bani de drum, ceva de ale gurii, facturi, produse de igienă: un praf de spălat, pastă de dinți, săpun. Îi mai dau și copilului la școală în fiecare zi câte 50 de lei (2,5 euro), bani de buzunar și nu ne mai rămâne nimic. Asta în condițiile în care facem economie la maxim”, ne-a enumerat cusătoreasa.

Sunt zile când se așază în fața mașinii de cusut la ora 7.00 și se ridică uneori după 16.30, în condițiile în care în mod normal programul în-

cepe la 7.30 și se termină la 16.00. „O normă este plătită cu aproximativ 170 de lei. Sunt modele de haine unde normele sunt grele. Ca să reușim să facem norma întreagă mai rămânem după lucru, iar uneori venim aici de la 7.00. Sunt zile când nu reușim să facem o normă întreagă, așa că în alte zile recuperăm când avem norocul să fie norme mai ușoare. Eu încerc să nu mă rețin des. Sunt însă femei care vin mai dimineață și se rețin la fabrică de când mă țin minte aici, ca să reușească să facă mai mult. Unele vin de la țară, o duc mai greu, poate nu au pe nimeni peste hotare. Ar fi bine ca șefii să se gândească și la angajați și să ne ușureze munca, să revadă normele”, spune femeia.

Aceste rețineri, susține Tatiana, nu sunt remunerate, ci mai degrabă sunt benevole. „Când sunt comenzi, mai multe cusătorese iese la muncă și sâmbetele. Acestea sunt condițiile, iar angajații le acceptă atâta timp cât au un loc de muncă și stabilitate cât de cât. Cum altfel să-ți câștigi un ban cinstit? Unde să mergi în altă parte, dacă peste tot e la fel?”, se întrebă ea retoric.

Ce se întâmplă atunci când o cusătoreasă are nevoie de o zi liberă ca să meargă, de exemplu, la medic sau pur și simplu să rămână acasă pentru că se simte rău. „De obicei iau această zi din contul concediului, dar dacă e vorba de o perioadă mai lungă în care mă simt rău, iau concediu medical. În aceste condiții și salariul e minimal, de vreo 2.500 cred. Am avut însă grijă să nu mă îmbolnăvesc des. Astăzi e un lux să stai acasă”, recunoaște Tatiana.

Din cauza salariului mic și neplătit la timp, angajații fabricii au încercat să protesteze. Încercările au fost însă modeste, își amintește cusătoreasa. „Deconectam mașinile de cusut și așteptam ca șefii să ne spună când ne vor achita leafa. Vă dați seama că salariul și așa e mic, adesea munca e grea, dar încă și leafa neplătită la timp ne îngreunează și mai mult situația. Grevele noastre nu durau mult, câteva minute. Nu au muncitorii curajul să meargă până la capăt. Nu-ți place aici, te duci în altă parte, unde e la fel sau poate mai rău”, susține femeia.

Tamara, 37 de ani (muncitoare la o fabrică din Călărași)

E trecut de 17.30 și lumina e încă aprinsă în secția de producere. Prin geam se mai văd câteva cusătorese la locul de muncă, încercând să-și termine lucrul. Ies apoi grăbite, în grupuri mici, și cu pași iuți se îndreaptă spre stație. E ora la care pot prinde un microbuz spre casă. Unele vin din sate și trebuie să ajungă la kilometri buni distanță.

„Ne mai dau uneori voie șefii să rămânem ca să putem termina lucrul și așa să adunăm cât de cât niște bani la salariu. Nu te obligă nimeni să rămâi. Salariile noastre depind de operațiunile pe care le facem. Unele sunt plătite mai bine, altele mai puțin. Dacă sunt mai plătite, asta ar putea însemna că sunt și mai greu de făcut. Și tot așa. E adevărat că dacă depășești norma, îți adaugă câțiva lei la salariu. Asta dacă treci de 20% din normă. Cândva la fabrică se lucrau sâmbetele. Acum nu se mai întâmplă atât de des”, explică Tamara (37 de ani), o cusătoreasă care a

lucrat aici timp de 14 ani, adică încă până la reorganizarea fabricii.

„Nu avem sindicate, dar nici greve nu ne-am gândit să facem. De ce ne-am plânga și am protesta dacă în altă parte nu ai unde să te angajezi? Câte organizații credeți că oferă locuri de muncă la noi în raion? E foarte greu să te descurci cu banii pe care îi câștigăm, dar nu avem de ales. Să știți că pe noi munca nu ne sperie, mai dă Doamne să fie de lucru și să aducă șefii comenzi ca să putem și noi avea lefuri”, spune ea.

Salariul mediu pe care îl ridică este de doar 4.000 de lei. „În familie de multe ori suntem cu gândul să plecăm și noi peste hotare, așa cum face majoritatea. Vă spun sincer că gândul acesta ne urmărește în toată ziua. Ne uităm în jur că unii reușesc mai mult și o duc mai bine. Dar cum să lași totul și să pleci când ai acasă copii – unul de 10 ani, iar altul de 16 ani? Sunt la vâr-

sta când nu trebuie să-i lăsăm. Așa că noi spunem bogdaproste! Nu cred că este în raion vreun loc de muncă unde se plătește mai mult de atât, chiar dacă pare puțin. Știu cel puțin că am un program fix: de la 8.00 până la 17.00, iar apoi mă duc acasă”, mărturisește femeia.

Din banii pe care reușește să-i adune împreună cu soțul, cam 3.000 sunt pentru necesitățile casei: facturi, produse pentru igienă, de ale gurii. „Mai ținem un purcel, câteva găini, avem și o grădină unde cultivăm castraveți, roșii și altele. Iată așa mai facem economii, mai ales vara. Dacă e să cumperi din salariu chiar tot de ce ai nevoie, nu are cum să-ți ajungă. Noi și casa ne-am ridicat-o cu ajutorul părinților. E posibil oare să te descurci altfel în țara asta?”, se întreabă retoric cusătoreasa care a calculat că dacă ar câștiga de două ori mai mult ar reuși să-și îmbunătățească viața.

Tatiana, 36 de ani (muncitoare la o fabrică din Călărași)

„Lucrez de 13 ani la această fabrică. Sunt dintr-un sat din apropiere și vin și plec pe jos. Nu sunt singura, ne ia cam jumătate de oră. Dacă e nevoie de oameni, ieșim sâmbăta pentru care ni se plătește dublu. Ne bucurăm pentru că asta înseamnă și niște bani în plus. Dacă vrei să te reții, asta e problema ta. Când se deschisese fabrica se întâmpla să nu se reușească să se facă normele depline, acum nu mai există această problemă.

Cel mai mare salariu pe care am

reușit să-l iau a fost de 6.000 de lei, iar cel mai mic de vreo 2.000. Totul depinde de comenzile pe care le are fabrica. Soțul lucrează în (oraș din apropiere – numele schimbat). E șofer. Încercăm să o întindem o lună la alta cu venitul pe care îl avem ambii, facem economii acolo unde putem. Mulțumim că avem de lucru, dar calculasem că dacă aș avea 10.000 de lei pe lună ar fi bine și ne-ar ajunge pentru mai multe necesități. Pe săptămână cheltuim în jur la 500-600 de lei pentru mân-

care. Avem pe lângă casă niște păsări și o grădină, din care nu avem atât de multe produse, dar tot înainte e.

Cei doi copii ai noștri frecventează școala și le dăm și lor de cheltuială, să mănânce la școală. De îmbrăcat le luăm la început de an școlar, apoi mai luăm câte ceva când se mai schimbă sezonul.

A fost o perioadă când ne gândeam să plecăm peste hotare, dar atunci copiii erau prea mici.”

Tamara, 50 de ani (muncitoare la o fabrică din Călărași)

„Cel mai mic salariu pe care l-am ridicat aici a fost de 1.800 de lei, poate 2.000. Se întâmplă mai rar. Cea mai mare leafă a fost de până la 5.000 de lei. Asta a însemnat că noi chiar am lucrat, era mult de lucru. Când se întâmplă să fie comenzi, venim și noi mai devreme, ca să reușim să câștigăm poate mai mult.

Sigur, noi am vrea mai mult. Facem economii. Dă Doamne să nu fie mai rău! Dacă aș avea în fieca-

re lună câte 5.000 de lei ar fi bine, mi-ar plăcea. Cum s-ar spune, am trăi fără sărăcie.

Lucrez aici de 11 ani. Pe lângă activitatea la fabrică avem și grădina acasă, ca să mai culegem câte ceva pentru familie. Grădina nu e mare – 11 ari. Mai avem și rațe și găini. Asta ne salvează. Probabil că celor care trăiesc la apartamente le este mai greu din acest punct de vedere.

Un lucru pot să vă spun: copiii sunt mari și nouă ne e mai ușor. Cei care au copii mici lor cu siguranță le este mai greu. Soțul meu are grad de invaliditate, așa că toată povara gospodăriei este pe umerii mei.

Anterior au fost comisii, probabil din România. Au pus exact aceleași întrebări pe care le adresați și Dvs. Totul depinde de producție, de comenzi. Dacă sunt înseamnă că și salariul e mai mare.”

Victoria, 32 de ani (muncitoare la o fabrică din Chișinău)

Victoria (nume schimbat) are 32 de ani, iar în scurt timp urmează să-l aducă pe lume pe cel de-al doilea copil. De câteva săptămâni, deșteptătorul nu o mai trezește cu noaptea-n cap ca să ajungă din suburbie la fabrică. În schimb, în apartamentul de 36 de metri pătrați, în care în curând vor trăi în patru, stă înghesuită într-un colț de la bucătărie propria-i mașină de cusut. Mai repară un fermoar, mai scurtează o pereche de pantaloni. Așa reușește să facă niște bani mărunți pentru necesitățile casei.

Victoria a venit la Chișinău dintr-un sat de pe la 18 ani, iar de la 19, după absolvirea unei școli profesionale, a început să lucreze în industria confecțiilor. A urmat Colegiul Tehnologic, a intrat și la universitate, doar că acum aproape cinci ani a solicitat un concediu academic, iar studiile superioare așa și nu le-a mai continuat.

„De ce ar accepta 5.000 de lei dacă, fiind harnică și abilă, poate

face 6.000 sau 7.000 de lei?” (n.r. dacă muncește peste program).

Pe la mijlocul anilor 2000, s-a angajat la o fabrică din Chișinău și a rămas aici până în momentul în care întreprinderea a trecut prin procedura de insolvență, întâmpinând probleme financiare. Atunci mulți angajați au fost puși în situația să-și găsească noi locuri de muncă, la alte fabrici. „M-am angajat la o altă fabrică de unde am și ieșit în primul concediu de maternitate. M-am întors la vechiul loc de muncă după ce m-au chemat înapoi (unii dintre vechii fondatori au întemeiat o nouă firmă – n.r.). Atunci probabil s-au rezolvat problemele fabricii. Am acceptat să revin pentru că condițiile erau la fel, doar că eram mai aproape de casă. Plecasem de aici cu salariul de 3.500 de lei (175 de euro) și am revenit la vechiul loc de muncă cu 4.500 – 5.000 de lei (225 – 250 de euro)”, spune femeia.

Victoria a intrat în această industrie în calitate de cusătoreasă, iar

mai târziu a devenit croitor-modelier. „Spre deosebire de cusătorese, croitorul-modelier face haina cap-coadă, un fel de mostră care este trimisă apoi peste hotare, către client. Ulterior, cusătoresele fac aceste haine pe pași, pe norme. Aș fi putut rămâne în secția de cusătorese, dar este complicat să faci același lucru pe același loc – doar buzunare, fermoare, mâneci etc. În schimb, cusătoresele dacă reușesc să-și facă mai multe norme pot lua un salariu mai mare. Iată de ce atunci când am plecat în concediu de maternitate, nu se găsea om în locul meu. De ce ar accepta 5.000 de lei (250 de euro) dacă, fiind harnică și abilă, poate face 6.000 sau 7.000 de lei (300 sau 350 de euro)?”, se întreabă ea retoric.

„Oamenii sunt foarte fricoși. Preferă să-și păstreze locul de muncă”

Salariu este mic oricum, recunoaște ea, iar pe lângă asta este plătit cu întârziere. „E-he-he de câte ori

am vrut să facem grevă din cauza salariului! Nu era plătit la timp și nu era o dată stabilă la care îl puteam ridica. În alte fabrici unde am mai lucrat ziua de salarizare era după data de 15. Aici e după data de 25. Se întâmpla însă să nu-l dea pe 25, dar pe 28-29. Poate omul are credit, are necesitățile lui, să plătească facturi, iar lui nu-i vine salariul. Cum să întoarcă datoriile? Câteodată, ei, șefii, nu intrau în situația omului. Apoi, hai apucă-te și împrumută bani. Din cauza asta lumea nu voia să lucreze, făcea scandal”, povestește Victoria.

„Grevele” erau însă scurte, iar salarii nu aveau curajul să meargă până-n pânzele albe. „De bodogănit toți bodogăneau, dar când veneau șefii tăceau. Doi oameni îndrăzneau să vorbească și rămăneau răi. Tot timpul așa a fost. Grevele noastre durau câte 15 minute. Femeile deconectau mașinile de cusut și nu lucrau până nu venea șefa și spunea că în curând vor fi banii și toți: «Hai înapoi la lucru!» Nu s-a întâmplat niciodată să nu iasă oamenii la lucru. În ziua de astăzi oamenii sunt foarte fricoși. Preferă să-și păstreze locul de muncă și se tem să se confrunte cu situația”, susține femeia.

„Avocatul fabricii apără drepturile omului, dar nu știu pe ale cui”

În toți acești ani, programul la fabrică a devenit o adevărată rutină.

La 7.30 era deja la locul de muncă, iar după 16.00 se îndrepta spre casă. Avea, la fel ca ceilalți muncitori, o pauză de doar 30 de minute. „15 minute mâncam, altele 15 minute ne odihneam. E suficient. Am decis să luăm pauza de doar 30 de minute ca să reușim să facem și alte treburi, poate ceva pe lângă casă”, spune Victoria.

Orele suplimentare nu sunt o excepție în fabrică. „Când era ceva urgent de făcut șefa ne spunea că trebuie să rămânem după serviciu o oră sau o oră și jumătate. Uneori se întâmpla să fie și sâmbăta lucrătoare. Potrivit fluturașului de salariu, în acele luni se întâmpla să iau un pic mai mult, surplusul era de până la 500 de lei (25 de euro). În secție, cusătoreșelor li se plătea în funcție de normele pe care o făceau. Se întâmpla să muncim și de sărbători ca 1 mai sau 9 mai, dar doar dacă eram de acord. Dacă munceam în aceste zile ne luam o zi în plus la concediu. De exemplu, stăteai acasă nu 14 zile, dar 15”, afirmă tânăra mamă.

„Sindicate?”, ridică nedumerită din umeri când este întrebată dacă a auzit despre o astfel de structură menirea căreia ar fi, între altele, să-i apere drepturile. „Ne-au spus că există avocatul fabricii care apără drepturile omului, dar nu știu pe ale cui. În caz că dacă ceva nu îți convine, te adresezi lui. El vine de două

ori pe săptămână. Nu am apelat niciodată și nu știu dacă a apelat cineva. Nu am auzit ca cineva din fabrică să se ducă sus (la șefi) și să facă gălăgie”, mărturisește femeia.

„E-he-he ce cheltuieli ne așteaptă!”

De câțiva ani, Victoria împreună cu soțul ei locuiește în propriul apartament din suburbia Capitalei. Deși e mic, e al lor. Au adunat ban cu ban ca să întoarcă datoriile. La început au fost banii de la nuntă, apoi au luat un credit bancar. „Soțul are un salariu de 6.000 de lei. Pe acesta îl cheltuiam pe credit, mâncare, facturi. Doar mâncarea pe săptămână ne costă vreo 600 de lei și nu ne permitem să luăm chiar de toate. Salariul meu îl puneam deoparte ca să cumpărăm un lucru în casă. Altfel ar fi fost imposibil să adunăm bani. Acum ne va fi și mai greu, rămâne doar el să aducă bani în casă. Mă gândesc că voi avea o indemnizație de vreo mie de lei, banii care vor merge la copil: scutețe și medicamente. E-he-he ce cheltuieli ne așteaptă! Important e că nu mai stăm cu chirie și că acum suntem la casa noastră”, oftează femeia.

Victoria a calculat că pentru o viață decentă în Republica Moldova ar avea nevoie de 18.000 de lei: 10.000 de lei să-i câștige soțul, iar ea 8.000 de lei.

Concluzii

Studiul a revelat că industria de textile, îmbrăcăminte și încălțăminte a Republicii Moldova este bine integrată în lanțurile de producție globale ale mărfurilor. Fabricile locale colaborează cu mari branduri internaționale și sunt parte a lanțului valoric de producție al acestora.

Estimativ, în industria TAFL din Republica Moldova, sunt angajați cca. 40-50 mii persoane, față de doar cca. 17 mii persoane raportate oficial. Rezultă că marea majoritate a angajaților lucrează neformal și nu există date veridice în acest sens. De asemenea, conform cercetării, salariul mediu în acest sector este unul din cele mai joase pe industrie.

Numărul de întreprinderi din sectorul TAFL, conform estimărilor este de cca. 2-3 ori mai mare decât cifrele prezentate de statistica oficială, acesta fiind un sector important al economiei naționale – al 3-lea loc după volumul total de exporturi din țară.

Bineînțeles, din cauza dificultăților metodologice enumerate, cercetarea noastră nu e nici completă, nici exhaustivă. Avem toate motivele să credem că cele peste 150 branduri de îmbrăcăminte identificate nu reprezintă decât o mică parte a unei rețele mai vaste. O cercetare mai riguroasă în acest sens, ar fi binevenită pe viitor.

De asemenea, cercetarea noastră sondează doar preliminar condițiile de muncă din fabricile investigate: istoriile muncitorilor vin să ilustreze câteva practici importante care reflectă probleme sistemice în industria confecțiilor, în special:

- Remunerarea în baza normei de muncă (preț pe bucată/proces) și nu în baza orelor lucrate. Acest sistem duce la ore suplimentare excesive și la plata muncii suplimentare într-un mod care nu corespunde ratei cerute de lege;
- Salariile mizere pentru orele standard de muncă impun muncitoarele să muncească peste program pentru a-și suplimenta venitul;
- Internalizarea de către multe muncitoare a ideilor de hărnicie și efort: cei care stau peste program sunt harnici, cei care pleacă acasă după 8 ore sunt leneși;
- Munca suplimentară în agricultură ca al doilea job pentru a obține alimente și a reduce costurile;
- Împrumuturi la bancă și de la prieteni/rude pentru a-și acoperi cheltuielile de trai;
- Munca peste hotare, adesea în condiții precare sau ilegale în construcții sau agricultură, pentru a își spori venitul;
- Majoritatea muncitoarelor vin din sate din apropierea fabricii, neputându-și permite costurile de trai din regiunile urbane;
- Frica răspândită în rândul muncitoarelor de a își revendica condiții de muncă mai bune.

Recomandări

Pentru Guvern

- Crearea și implementarea unor politici de sprijin pentru companiile locale din TAFL (inclusiv facilități fiscale, măsuri protecționiste, subsidii) așa încât acestea să fie motivate să treacă gradual, de la colaborări de tip Lohn la producerea unor articole sub brand propriu.
- Asigurarea respectării standardelor de securitate a muncii, condițiile și timpul de muncă etc. în sectorul TAFL.

Pentru Biroul Național de Statistică

- Elaborarea și introducerea unei noi metodologii de calcul a salariului, ghidat de mecanismul de calcul al unui salariu decent (ca instrument de evaluare alături de costul minim de consum, salariul mediu etc). Un exemplu ar putea fi metodologia *living wage* propusă de Clean Clothes Campaign⁵⁷

Pentru Sindicate

- Promovarea unor campanii de advocacy și lobby pentru adoptarea unui sistem de calcul salarial de tip *living wage*;
- Încurajarea muncitorilor din TAFL de a se asocia în organizații sindicale, inclusiv prin campanii prin intermediul cărora angajatorii să fie obligați să accepte organizații sindicale în fabrici;
- Promovarea transparenței despre brandurile pentru care lucrează muncitorii din fabrici;
- Organizarea unor campanii de informare în fabrici cu privire la avantajele sindicalizării;
- Instalarea unei linii telefonice fie binți și crearea unui website prin intermediul căruia muncitorii ar putea semnala despre încălcările dreptului lor constituțional la asociere, despre neglijarea condițiilor de securitate și muncă etc.

Pentru muncitori

- Revendicarea drepturilor și semnalarea încălcărilor acestora la organele abilitate (Sindicate, Inspectia Muncii, Centrul de Sănătate Publică, Inspectoratul General de Poliție etc.);
- În cazul în care autoritățile publice nu iau măsuri, să se adreseze la mass-media, activiști, să utilizeze instrumente și platforme on-line (facebook, youtube, email, blog, forum-uri etc.) pentru a-și face auzite revendicările.

Pentru branduri/companii

- Plata unui salariu de trai pentru muncitorii din lanțul lor de producție;
- Creșterea transparenței asupra lanțului de furnizori de toate nivelurile.

Pentru activiști, cumpărători

- Evitarea brandurilor și companiilor cunoscute pentru lipsa de transparență, abuzuri ale drepturilor muncitorilor etc.;
- Boicotarea practicii „fast fashion”;
- Practicarea metodelor de reciclare și reutilizare a hainelor și încălțăminte;
- Revalorificarea produselor de tip „second hand” și învățarea unor tehnici elementare de „do it yourself” (DIY);
- Solicități și presiuni constante asupra companiilor locale și brandurilor internaționale ca acestea să fie transparente, să respecte drepturile muncitorilor, să respecte normele sanitare și ecologice;
- Presiune constantă asupra guvernelor pentru monitorizarea situației în sectorul TAFL, mai ales în aspectele ce țin de dreptul muncii.

ANEXE

Anexa 1: Cartografierea brandurilor de îmbrăcăminte care se produc în Moldova

Cartografierea brandurilor de îmbrăcăminte care se produc în Moldova		
BRAND FABRICĂ		SURSĂ
Branduri identificate din discuțiile cu muncitorii din fabrici		
ARENA (FR)	Întreprinderea cu Capital Străin PUNCT AZURIU S.R.L Donușeni, str. Independenței, 10	Fost angajat al fabricii
Branduri identificate conform informațiilor furnizate de paginile web ale fabricilor		
BASLER (DE)	SOCIETATEA PE ACȚIUNI TRICON Cahul, Stefan cel Mare str.,20 Anul înfii țării: 1966 Capacitate de producție anuală: până la 250 000 buc. Angajați: 600	http://www.tricon.md/en/for-partners
GERRY WEBER (DE)		
MAX&CO (IT)		
PENNY BLACK (IT)		
LUISA SPAGNOLI (IT)		
CARACTERE (IT)		
DIANA GALLES (IT)		
ELENA MIRO (IT)		
BARBOUR (UK)	Artizana SRL Chișinău, str.Academiei 13/1 http://artizanafashion.md/ Anul înfii țării: 1997 Angajați: 480 (dintre care 80 sunt subcontractanți)	http://artizanafashion.md/default-en.html
STAF (IT)		
TEXAL (IT)		
Manufature del Nord (IT)		
Mon Claire (IT)		
Trussardi (IT)		
Armani (IT)		
Teamdress (DE)		Bevera Nord SRL Soroca, str.V. Stroiescu 50 http://bevera-nord.com/ Anul înfii țării: 2003
Uniform C.S.M. Italia (IT)		

ASPESI (IT)	Întreprindere de Stat Odema Tiraspol, str. Lunaciarski 24 www.odema.info Anul înfii țării: 1945 Angajați: 410 (dintre care 70 sunt subcontractanți)	http://odema.bizpmr.com/
CHERVO (IT)		
PATRIZIA PEPE (IT)		
BARBOUR (UK)		
VERSACE (IT)		
GEOSPIRIT (IT)		
CARINTHIA (AUS)		
DOLCE&GABBANA (IT)		
BELSTAFF(UK)		
WAL_MART Stores (US)		INFINITEXTIL S.R.L. Chișinău, str. M-t Dosoței 115 www.infini_extil.com Anul înfii țării: 1999 Angajați: 450 (dintre care 50 sunt subcontractanți)
CHEROKEE (US)		
DISNEY STORES (US)		
CAROLE HOCHMAN Design Group (DE)		
TARGET Stores (US)		
NIKE (US)		
GAP (US)		
MERVYN'S (US)		
EUROPRIDE (agent for New Look, Primark, Asda)		
GELCO (DE)		
GRUPPO ARCTE (IT)		
VIP LINE MODE GmbH (DE)		
JMJ Industriel del a mode (FR)		
PALMERS (UK)		
CHAMPION EUROPE (IT)		
COTTON FIELD TEXTILE		
COMTESSA (DE)		
PENTEUX (UK)		
M&S Mode Nederland (NE)		
VALENTIN IUDASHKIN (RU)		
POMPA (RU)		
HOLDING Centre (RU)		
HEMTEX (SE)	Întreprinderea de Stat TIROTEX Tiraspol, Unitatea Industrială Octombrie Anul înfii țării: 1993	

Branduri identificate conform etichetelor din magazinele specializate ale fabricilor, alte magazine

PETER HAHN (UK)	Societatea Comercială PATRÎ-NICHI-STIL S.R.L. Chișinău, str. Zelinski N., 7/1 Anul înfii țării: 2006	Magazinul Cosânzeana, Chișinău, Bulevardul Ștefan cel Mare și Sfint 132
KIABI (FR)		
NAVIGARE (IT)	Întreprinderea cu Capital Străin SOTEX-GRUP S.R.L.	
SCHOFFEL (UK)	Soroca, str. Ștefan cel Mare, 110 Anul înfii țării: 2011	
EXTROME (NL)	Angajați: 145 (dintre care 15 sunt subcontractanți)	
HASANOVA (UK)	Societatea Comercială SLAVISA-P S.R.L.	
POTIS&VERSO (PL)	Chișinău, str. Valea Crucii, 22, ap. 35 Anul înregistrării: 2006	
THOMAS RATH TOM	Societatea Comercială MILABREGA S.R.L.	Centrul Comercial Unic Chișinău, Bulevardul Ștefan cel Mare și Sfint 8
CATAVI (RO)	CROITOR TRICOT S.R.L. Chișinău, str. Alba-Lulia 75/7 www.croitortricot.md	
Bexleys Woman (DE)	Întreprinderea cu Capital Străin PREMIERA-DONA S.R.L.	
MAURO GRIFONI (IT)	FABRICA DE CONFEȚII IONEL S.A	Magazinul fabricii, Chișinău, str. Bulgară 47
PURO LINO (IT)		
SELECTED (DK)	FABRICA DE CONFEȚII IONEL S.A Anul înfii țării: 1946	CC „Zorile” str. Calea Iesilor 8
PRIMATIST MARLANE (IT)	Chișinău, str. Bulgară 47 www.ionel.md	
DEVRED 1902 (IT)	Angajați: 800 (dintre care 80 sunt subcontractanți)	
LANIFICIO CIATTI E BARONCELLI S.P.A (IT)		
BRICE (FR)		
WOOL AND CASHMERE (UK)		
CELIO (FR)		
SAMANGE (IT)	Vistline S.R.L. Chișinău, str. Uzinelor 115	CC „Zorile” str. Calea Iesilor 8
Giorgio Rotti (TR)	www.vistline.md	Zity Mall
Giovanni Botticelli (IT)		

Branduri identificate conform surselor media, camerei de comerț și altor informații publice

Umlauf & Klein (DE)	Artizana SRL Chișinău, str. Academiei 13/1 http://artizanafashion.md/ Anul înfii țării: 1997 Angajați: 480 (dintre care 80 sunt subcontractanți)	Asociația de Patronare a Industriei Ușoare	
Cantex (RO)			
Extrome (RO)			
CHEVIGNON (FR)			
Miroglio (BG)			
BAYKAR (TR)		AGRICOM-LUX» S.R.L Chișinău, str. Teilor 9/3, 114	
ROLY-POLY (TR)			
BRIX (TR)			
KEY (PL)			
KAPALUA (DE)	Î.M. BĂLȚEANCA S.A. Bălți, str. Păcii 5		http://esp.md/2013/03/10/ao-balteanca-dlya-tex-kto-xochet-rabotat-v-xo-roshix-usloviyax
KIRSTEN (DE)			
STEILMANN (DE)			
APANAGE (DE)			
Marks & Spencer (UK)			
MARCONA (DE)			
Dolce&Gabana (IT)		Întreprinderea cu Capital Străin GRUPPO DUE S.R.L	https://www.zdg.md/editia-print/social/moldovenii-imbraca-europenii
Uniform C.S.M. Italia (IT)			
United Colors of Benetton (IT)		Societatea cu Răspundere Limitată MAGLIA EST Hîncești, str. Hîncu Mihalcea, 143/4	http://mamaplus.md/posts/2988/ https://point.md/ro/noutati/ekonomika/pochemu-armani-versace-i-benetton-uhodyat-iz-moldovi
Zara Inditex (ESP)			
Giorgio Armani (IT)			
ASOS (UK)	PORTAVITA S.R.L. Anul înfii țării: 2000 Angajați: 300 (dintre care 20 sunt subcontractanți)		https://point.md/ro/noutati/ekonomika/pochemu-armani-versace-i-benetton-uhodyat-iz-moldovi
NAF NAF (FR)			
PRIMARK (UK)			
TESCO (UK)			
DIDI (NE)			
NEW LOOK (UK)			

MIROGLIO GROUP (CARACTERE) (IT)		http://www.germanfashion.net/downloads/seminare-downloads/220617_ak_beschaffung_und_tech-nik_moldawien/Unterlagen-AK-Beschaffung-und Technik-Moldawien-220617-Koeln.pdf
NAVIGARE (IT)		
CALVIN KLEIN (US)	FABRICA DE PRODUSE DIN PIELE ARTIMA S.A Chişinău, Calea Ieşilor 6	https://point.md/ro/noutati/ekonomika/pochemu-armani-versace-i-beneton-uhodyat-iz-moldovi
VERSACE (IT)		
PENNY BLACK (IT)		
BYBLOS (IT)		
WAREHOUSED (UK)	Întreprindere de Stat Odema Tiraspol, str. Lunaciarski 24 www.odema.info	https://point.md/ro/noutati/ekonomika/pochemu-armani-versace-i-beneton-uhodyat-iz-moldovi
STREET ONE (DE)	Anul înfii țării: 1945 Angajați: 410 (dintre care 70 sunt subcontractanți)	
CALMO (IT)		
CANDA (BE)		
JUSTINA (UK)		
MARTINELLI (ES)		
PRADA (IT)	Intercentre Lux S.R.L. Tiraspol, str. Cotovschi 4 / Dubăsari, Lomonosov 2A www.centrelux.com	https://point.md/ro/noutati/ekonomika/pochemu-armani-versace-i-beneton-uhodyat-iz-moldovi
BURBERRY (UK)	Anul înfii țării: 1992 Angajați: 600	
PEUTEREY (IT)		
CHERVO (IT)		
DANIEL-HECHTER (DE)		
PRADA (IT)		http://www.corriere.it/inchieste/reportime/economia/lusso-oltre-confine/d-f436ca-61e7-11e4-8446-549e7515ac85.shtml
MONCLER (IT)		
ASPESI (IT)		
CARVEN (FR)	Î.M. MOBILE S.R.L. Chişinău, Alba Iulia 75	http://www.germanfashion.net/downloads/seminare-downloads/220617_ak_beschaffung_und_tech-nik_moldawien/Unterlagen-AK-Beschaffung-und Technik-Moldawien-220617-Koeln.pdf
MAXMARA Group (IT)	Angajați: 60 (fabrica lucrează cu 2 subcontractanți care angajează 10 oameni)	
HOTEL PARTICULIER (FR)		

BLUE LINE PROJECT (IT)	IONEL S.A Anul înfii țării: 1946 Chișinău, str. Bulgară 47 www.ionel.md Angajați: 800 (dintre care 80 sunt subcontractanți)	
NIGITEX (IT)		
UVEX (DE)	ECO TEXTIL GRUP S.R.L Chișinău, Alba Iulia 75 www.ecotextil.md Anul înfii țării: 2000 Angajați: 150 (10 dintre care sunt subcontractați)	
DE BERKEL (DE)	INSTACON S.R.L Călărași, str. Alexandru cel Bun 114 Anul înfii țării: 2002 Angajați: 310 (10 dintre care sunt subcontractați)	
Traco Berufsmode GmbH (DE)		
subcontractor to a supplier of ASDA (UK)	LUXTORE S.R.L. Chișinău, bul. Moscova 21 Anul înfii țării: 2011 Angajați: 75 (dintre care 10 sunt subcontractați)	
LACOSTE (FR)	INTERCENTRE-LUX S.R.L.	
CHEVIGON (FR)		
MAX MARA Group (Pennyblack, MAX&CO., Tresophie) (IT)	CORALAV-LUX S.R.L. Bălți, str. Feroviarilor 59 Anul înfii țării: 2004 Angajați: 200 (dintre care 20 sunt subcontractați)	
MAX MARA Group (Pennyblack, MAX&CO. Tresophie) (IT)	Societatea cu Răspundere Limitată FASHION-TEXTIL Chișinău, str. Lomonosov M., 49/1, ap. 39 Anul înfii țării: 2011 Angajați: 45	
LUISA SPAGNOLI (IT)		
POTIS & VERSO (PL)	Întreprinderea cu Capital Străin PREMIERA-DONA S.R.L Bălți, str. Ștefan cel Mare, 137 Anul înfii țării: 2007 Angajați: 62 (dintre care 17 sunt subcontractați)	
L'Âme de Femme (PL)		
De Berkel (Teamdress Group of Germany) (DE)	Societatea cu Răspundere Limitată BECCARA Anenii Noi, Varnița, str. Ștefan cel Mare, 73 Anul înfii țării: 1995 Angajați: 100 (dintre care 5 sunt subcontractați)	

BMW (DE)	CODREANCA S.A. Nisporeni, str. Adam G., 7 Anul înfii țării: 1992	https://dorinachirilov.wordpress.com/tag/sa-codreanca/
RENAULT (FR)		
SIGGIGROUP (IT)		http://www.calarasi-primaria.md/files/5481_strategia_del_calarasi_fina.pdf
PALMA (IT-US)		
TEAMDRESS (DE)		
BELW (NE)		
WOOLRICH (IT, part of ERLIVIA)	ÎNTRERINDEREA MIXTĂ ERMOGRUP S.R.L. Soroca, str. Ocolirii, 8 Anul înfii țării: 2005	
ALBERRO LA TORE (IT, Maritan)	Întreprinderea cu Capital Străin MARITAN-SOR S.R.L. Soroca, str. Ștefan cel Mare, 110 Anul înfii țării: 2006	https://itaita.ru/subscr/37770.pdf
MARCO FERRETTI (IT, Maritan)		
ANNA FIDANZA (IT, Maritan)		
BENNETON (IT)		
MAX MARA Group (IT)	Societatea Comercială RIDIAGER-SV S.R.L. Comrat, str. Ialpușkaia, 29 Anul înfii țării: 2004	http://www.swedenabroad.com/en-GB/Embassies/Chisinau/Current-affairs/News/Women--catalysts-of-the-Moldovan-economy-sys/
MIROGLIO Group (IT)		
GELCO GmbH&Co.KG (DE)		
BIZNIZ (NE)		
LUISA SPAGNOLI (IT)		http://importnet.ru/rezidenty
SUCCES (FR)		http://gagauznews.md/10325/krupnaya-tekstilnaya-kompaniya-ridia-ger-sv-namerena-otkryt-proizvodstvennyj-filial-v-chishmiki.html
QUELLE (DE)	Întreprinderea de Stat TIROTEX	https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81
ALDI (DE)		
JOTEX (UK)		

branduri identificate în listele furnizorilor publicate pe paginile web ale brand-urilor

C&A (BE)	Întreprinderea cu Capital Străin DANIROD S.R.L Chișinău, str. Sarmizegetusa, 26, ap. 3	http://sustainability.c-and-a.com/supplier-list/
	Întreprinderea cu Capital Străin FLOREANA FASHION S.R.L Florești, str. Ștefan cel Mare, 61	
	Întreprinderea cu Capital Străin FLOREANA FASHION S.R.L Cupcini	
NIKE, CONVERSE (US)	ÎNTREPRINDEREA CU CAPITAL STRĂIN ASENA-TEXTIL S.R.L Congaz	http://manufacturingmap.nikeinc.com/
	ÎNTREPRINDEREA CU CAPITAL STRĂIN ASENA-TEXTIL S.R.L Cazaclia	
	ÎNTREPRINDEREA CU CAPITAL STRĂIN ASENA-TEXTIL S.R.L Ciadir Lunga, str. Lenin, 42/1	
	ÎNTREPRINDEREA CU CAPITAL STRĂIN ASENA-TEXTIL S.R.L Ciadir Lunga (2)	
George at Asda (WALMART) (US)	Întreprinderea cu Capital Străin FLOREANA FASHION S.R.L	https://direct.asda.com/george/source-dbygeorge,default.pg.html#factory-list
	Societatea cu Răspundere Limitată TOP FASHION Chișinău, str. Tighina, 65 Anul înfii țării: 2013	
VF Corporation (US)	Societatea cu Răspundere Limitată ENNSGERN Bălți, str. Locomotivelor, 1/2	https://static1.squarespace.com/static/55649607e4b0576ead-7365cd/t/5989ceabebbd1a409eca-06ca/1502203566564/VF_Global_SupplierFactoryList_2017_Q2.pdf
	INTERCENTRE-LUX S.R.L.	
	Întreprinderea cu Capital Străin TEXTRE S.R.L Bălți, str. Eminescu M. bd., 13, ap. 58	

Anexa 2: Cartografierea brand-urilor de încălțăminte care se produc în Moldova

Cartografierea brand-urilor de încălțăminte care se produc în Moldova		
BRAND	FABRICĂ	SURSĂ
Branduri identificate conform etichetelor din magazinele specializate ale fabricilor, alte magazine		
Giovani Aidini (RU)	Î.C.S. CRISTINA MOLD-ROM SIMPEX S.R.L. Chișinău, str. Mesager 27 www.cristina.md	salonul de încălțăminte din magazinul UNIC + broșura brand-ului
Stella Marco		
Gelsomino		
Mode Anona		
Geronea (UA)		
Seline (IT)		
Caravelle (IT)	SOCIETATEA PE ACȚIUNI ZORILE Chișinău, str. Calea leșilor, 8 www.zorile.md	Zorile Mall Chișinău, str. Calea leșilor, 8
GAMP (FR)		
RIEKER (DE)		
BRAKING (IT)		
NINA Collection (US)		
MELLUSO (IT)		
ROMIKA (DE)	Floare S.R.L. Bender, str. Comunismului 181 www.floa_e.com	
Branduri identificate conform surselor media, camerei de comerț și altor informații publice		
Fly Flot (IT)	SOCIETATEA PE ACȚIUNI ZORILE	http://arhiva.vipmagazin.md/top-branduri/111_cele_mai_indragite_branduri_in_Moldova_2012/Zorile_brand12/

Note de final

- 1 The Global Value Chains Initiative, Concepts and Tools: <https://globalvaluechains.org/concept-tools>
- 2 Gary Gereffi, John Humphrey, Raphael Kaplinsky and Timothy J. Sturgeon: Introduction: Globalisation, Value Chains and Development. IDS Bulletin 32.3, 2001. https://www.ids.ac.uk/files/dmfile/g_effie-tal323.pdf
- 3 The Global Value Chains Initiative (GVCI), Concepts and Tools: <https://globalvaluechains.org/concept-tools>
- 4 <https://cleanclothes.org/livingwage>
- 5 <http://www.statistica.md/pageview.php?l=ro&id=2272&idc=302>
- 6 World Customs Organization: http://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/instrument-and-tools/conventions/pf_revised_kyoto_conv/kyoto_new/spanf.aspx
- 7 Financial Times Lexicon – <http://lexicon.ft.com/Term?term=race-to-the-bottom>
- 8 G. Gereffi 2001, "Shifting Governance Structures in Global Commodity Chains, With Special Reference to the Internet"
- 9 Anguelov, Nikolay. The Dirty Side of the Garment Industry: Fast Fashion and Its Negative Impact on Environment and Society. Boca Raton, FL: CRC Press, Taylor & Francis Group, 2016.
- 10 <https://cleanclothes.org>
- 11 <https://cleanclothes.org/resources/publications/stitched-up-1>
- 12 <https://cleanclothes.org/livingwage/europe/country-profiles/moldova/view>
- 13 Vitalie Sprinceană și Lilia Nenescu au realizat cercetarea de birou și au scris textul acestui studiu. Anastasia Nani a realizat interviurile cu muncitorii. Corina Ajder a coordonat și făcut peer review-ul studiului.
- 14 Global fashion industry statistics – International apparel. Source: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>
- 15 Lina Stotz & Gillian Kane. Global Garment Industry Factsheet. Sursă: <https://cleanclothes.org/resources/publications/factsheets/general-factsheet-garment-industry-february-2015.pdf>
- 16 https://en.wikipedia.org/wiki/2013_Savar_building_collapse
- 17 Câteva referințe: Held, David, and Anthony G. McGrew, eds. Globalization Theory: Approaches and Controversies. Global Transformations, v. 4. Cambridge; Malden, Mass: Polity, 2007; Michie, Jonathan. The Handbook of Globalisation. Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar, 2011; El-Ojeili, Chamsy, and Patrick Hayden. Critical Theories of Globalization. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006; Stiglitz, Joseph E. Globalization and Its Discontents. 1st ed. New York: W. W. Norton, 2002.
- 18 www.women-ww.org organizație internațională care asistă și ajută femeile care lucrează în lanțurile internaționale de aprovizionare să își revendice drepturile și să obțină salarii decente pentru munca lor.
- 19 <https://www.inditex.com/our-commitment-to-people/our-suppliers>
- 20 <https://www.inditex.com/en/about-us/who-we-are>
- 21 Am folosit datele din această listă: <https://fashionunited.com/i/most-valuable-fashion-brands>
- 22 Pentru comodată am decis să folosim acronimul englezesc TAFL (eng. textiles, apparel, leather, articles, and footwear) pentru a desemna industria de textile, haine, piele, articole din piele și încălțăminte. Unele rapoarte și documente de politici utilizează pentru acest sector numele de industrie ușoară.
- 23 Biroul Național de Statistică. Numărul de întreprinderi și unități de producție, pe tipuri de activități (2013-2015). Sursă: http://www.statistica.md/public/files/se_ii_de_timp/industrie/principali_indicatori/14.2.xls
- 24 TAFL Sector Overview, 2016-2017, p.2. Sursă: <http://miepo.md/sites/default/files/eports/TAFL%20sector%20overview.pdf>
- 25 http://mbw.md/upl/upload/file/2_%20arina%20LAPUSNEANU,%20APIUS.pdf
- 26 Portalul Governmental al Datelor Deschise. Sursă: <http://date.gov.md/ckan/ro/dataset/11736-date-din-registrul-de-stat-al-unitatilor-de-drept-privind-intreprinderile-inregistrate-in-repu/resorce/212eba87-1b1a-4c9d-84e3-860e68dc8c6a>
- 27 Am folosit căutarea după codurile pentru Fabricarea Îmbrăcăminte și Încălțăminte conform Clasificării Activităților din Economia Moldovei (CAEM), adică 18220 – fabricarea articolelor de îmbrăcăminte și 19300 – fabricarea articolelor de încălțăminte, al Biroului Național de Statistică. Sursă: http://www.statistica.md/public/files/Clasificarea_caem_editia2005.zip
- 28 Ministerul Economiei, ORDIN Nr. 66 din 04.05.2010 cu privire la aprobarea Listei agenților economici-întreprinderi ale industriei ușoare și a tipurilor de servicii prestate de către aceștia pe teritoriul Republicii Moldova solicitanților plasării mărfurilor sub regim vamal de perfecționare activă, impozitate cu TVA la cota zero. Sursă: <http://lex.justice.md/md/334484/>
- 29 http://lex.justice.md/UserFiles/File/2017/mo181-189md/lista_66.doc
- 30 http://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala_03%20FM_SAL020/SAL020200.px/table/tableViewLayout1/?rxid=2345d98a-890b-4459-bb1f-9b565f99b3b9
- 31 http://miepo.md/sites/default/files/aport_MIEPO_2015.PDF
- 32 http://www.germanfashion.net/downloads/seminare-downloads/220617_ak_beschaffung_und_technik_moldawien/Unterlagen-AK-Beschaffung-und-Technik-Moldawien-220617-Koeln.pdf
- 33 http://ukrexport.gov.ua/i/imgsupload/file/Liq_t_IndustryAll_pages.pdf
- 34 http://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica_21%20EXT_EXT010_serii%20anuale/EXT010600.px/table/tableViewLayout1/?rxid=2345d98a-890b-4459-bb1f-9b565f99b3b9
- 35 <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/mda/#Exports>
- 36 Observăm că, conform datelor BNS, exporturile de articole de îmbrăcăminte și încălțăminte sunt mai mari decât importurile, în timp ce, conform datelor OEC, raportul e invers. Această diferență se explică prin metodologiile diferite de calculare utilizate de cele două instituții (datele OEC utilizează așa-zisul Harmonized System, care permite o detaliere mai mare a produselor și mărfurilor, în timp ce BNS utilizează un nomenclator propriu, mai puțin detaliat).
- 37 Unitatea de implementarea a proiectului Băncii Mondiale de ameliorare a competitivității https://uipac.md/uploads/0/images/large/final-report-rom_560be468d1810.pdf
- 38 HG Nr. 165 din 09.03.2010 cu privire la cuantumul minim garantat al salariului în sectorul real, amendată anual. Sursă: <http://lex.justice.md/md/333943/>
- 39 HG Nr. 488 din 20.04.2016 cu privire la modificarea punctului 1 din Hotărârea Guvernului nr.165 din 9 martie 2010. Sursă: <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=364526>
- 40 HG Nr. 242 din 26.04.2017 cu privire la modificarea punctului 1 din Hotărârea Guvernului nr. 165 din 9 martie 2010. Sursă: <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=370110>
- 41 Pentru aceste calcule a fost folosit convertorul valutar al Băncii Naționale a Moldovei de pe site-ul bnm.md
- 42 <http://msmps.gov.md/ro/content/salariul-mediu-lunar-pe-economie-prognozat-pentru-2016-constituie-5050-lei>
- 43 http://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala_03%20FM_SAL010_serii%20lunare/SAL015100.px/table/tableViewLayout1/?rxid=93c7b78c-de89-4335-ba81-c380f5419da6
- 44 http://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala_03%20FM_SAL010_serii%20lunare/SAL015100.px/table/tableViewLayout1/?rxid=93c7b78c-de89-4335-ba81-c380f5419da6
- 45 <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=5755>
- 46 BNS. Minimul de existență în semestrul I 2017. Sursă: <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=5755>
- 47 <https://cleanclothes.org/livingwage>
- 48 Metodologia de estimare a costului forței de muncă din perspectiva necesităților salariaților, adoptată prin Hotărârea Comitetului Confederal nr. 12-1 din 20 decembrie 2016
- 49 Hale, Angela, and Jane Wills, eds. Threads of Labour: Garment Industry Supply Chains from the Workers' Perspective. Antipode Book Series. Malden, MA: Blackwell Pub, 2005.
- 50 O listă preliminară a brandurilor ce au făcut publice, unele liste de furnizori se găsesc aici: <http://fashionrevolution.org/transparency-is-trending/>
- 51 <http://companies.casata.md/companies.php?l=ro&action=viewcompany&id=139376>
- 52 <https://www.afaceritextile.ro/>
- 53 Klein N (2000) No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies. London: Flamingo
- 54 <https://tradingeconomics.com/country-list/corporate-tax-rate?continent=europe>
- 55 Ожидается ли рассвет итальянских инвестиций в Молдове? <https://goo.gl/BaLJE2>
- 56 <https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/retail/britaniciei-de-la-alison-hayes-care-produc-in-romania-haine-pentru-retailerii-internationali-inchid-fabrica-din-urziceni-din-cauza-costurilor-16827841>
- 57 <https://cleanclothes.org/livingwage>

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) este o fundație politică social-democrată germană scopurile căreia sunt promovarea principiilor și fundamentelor democrației, a păcii, înțelegerii și cooperării internaționale. FES își îndeplinește mandatul în spiritul democrației sociale, dedicându-se dezbaterii publice și găsirii, într-un mod transparent, de soluții social-democrate la problemele actuale și viitoare ale societății. Cu Republica Moldova, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) și-a început colaborarea în anul 1994 prin intermediul Biroului Regional de la Kiev, iar din octombrie 2002, la Chișinău activează un birou permanent al Fundației.

ADRESA DE CONTACT:

Oficiu Republica Moldova,
Chișinău, bd. Bănulescu Bodoni 14/1, et.2, 2012,
Republica Moldova
Telefon: (373-22) 88 58 30
Fax: (373-22) 85 58 31
E-Mail: fes@fes-moldova.org
www.fes-moldova.org

Clean Clothes Campaign (CCC)

Clean Clothes Campaign - este o alianță globală dedicată îmbunătățirii condițiilor de muncă și a împuternicirii lucrătorilor în industria de îmbrăcăminte și încălțăminte la nivel mondial. www.cleanclothes.org

Plattform (PZF)

Portalul <http://www.plattform.md> este o platformă online de discuții critice și analize calificate ale anumitor fenomene și problematici sociale neglijate sau manipulate în spațiul public (inegalități, vulnerabilitate, opresiune, identități, culturi, ideologii etc.).

Opiniile exprimate aparțin autorilor.

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) nu poartă răspundere pentru estimările și opiniile prezentate în cadrul acestei publicații.

Orice utilizare a unor extrase ori opinii ale autorului acestui studiu trebuie să conțină referință la și Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)