

„Together at Work”

IndustriAll European chce podjąć wspólny wysiłek, aby podkreślić rolę branżowych układów zbiorowych pracy, możliwość negocjowania i zagwarantowania dobrych płac i warunków pracy, a także budować bardziej sprawiedliwe społeczeństwa dla wszystkich. **Głównym celem kampanii jest wykazanie pozytywnego wpływu negocjacji zbiorowych,** wspieranych przez silne związki zawodowe, w celu polepszenia życia pracowników. Jest to kampania dotycząca budowania siły pracowników i siły związków zawodowych w miejscu pracy.

| Mirosław Miara |

”**T**ogether at Work” (Razem w Pracy) to hasło kampanii, którą we wrześniu rozpoczęła konfederacja europejskich związków zawodowych IndustriALL European. Konfederacja skupia ponad 8 mi- >





lionów członków z europejskich organizacji związkowych z branży chemicznej, górniczej, metalowej, energetycznej oraz przemysłu lekkiego (odzieżowy, obuwniczy). Członkami IndustriALL European są Krajowe Sekretariaty: Górnicztwa i Energetyki, Metalowców oraz Chemii NSZZ Solidarność.

Kampania „Together at Work” będzie prowadzona przez siedem miesięcy przez wszystkie organizacje europejskie zrzeszone w IndustriALL European. Będzie składać się z siedmiu odrębnych paneli skierowanych do różnych odbiorców.

Podczas kryzysu gospodarczego, jaki nastąpił po 2008 roku, w wielu państwach Unii Europejskiej znacznie spadła liczba zawieranych branżowych układów zbiorowych pracy.

Układy zbiorowe były stale atakowane przez rządy państw europejskich oraz instytucje europejskie, że są środkiem uniemożliwiającym obniżanie płac i odbudowywanie rentowności.

Doprowadziło to do wzrostu liczby indywidualnych umów o pracę, które uniemożliwiają pracownikom grupowe działanie i sprzeciwianie się ich zapisom.

Spowodowało wzrost liczby niestandardowych form zatrudnienia i wzrost ubóstwa pracowników.

Stworzyło błędne koło, gdzie niższy zasięg negocjacji zbiorowych podważa siłę związków zawodowych do działania w sprawie zarobków i warunków pracy dla wszystkich pracowników w społeczeństwie.

Napędza wzrost nierówności, ponieważ pracownicy nie dysponują połączonymi siłami, żeby zapewnić równy podział dóbr.

Ogranicza społeczną spójność i zagraża przyszłości naszych sys-

temów zabezpieczenia społecznego, ponieważ pracownicy mają mniej pieniędzy, a pracodawcy już nie muszą angażować wystarczających środków, aby zapewnić godziwe zarobki.

IndustriAll European chce podjąć wspólny wysiłek, aby podkreślić rolę branżowych układów zbiorowych pracy, możliwość negocjowania i zagwarantowania dobrych płac i warunków pracy, a także budować bardziej sprawiedliwe społeczeństwa dla wszystkich. Negocjacje na poziomie sektorowym mają zasadnicze znaczenie dla zmniejszenia nadmiernej nierówności, zapewniają równe wynagrodzenie i równe traktowanie pracowników w tym samym sektorze. To z tych powodów zdecydowano się rozpocząć tę kampanię.

Głównym celem kampanii jest wykazanie pozytywnego wpływu negocjacji zbiorowych, wspieranych przez silne związki zawodowe, na polepszenie życia pracowników.

Komunikaty kampanii skupią się na opowiadaniu prawdziwych historii wykorzystujących konkretne przykłady działań i negocjacji związków zawodowych w celu przekazania szerszych informacji, które będą rozpowszechniane w danym miesiącu.

Głównymi celami kampanii będą sami pracownicy, z drugorzędną grupą docelową pracodawców i decydentów. Większość materiałów kampanii będzie skierowana do pracowników, zarówno ogólnie, jak i do określonych grup, jak kobiety lub młodzi ludzie. Te specyficzne grupy mają doświadczenia w pracy, które są nieusuwalnie związane z przynależnością do jednej z tych grup: zwiększona niepewność, dyskryminacja, nierówność płci, godze-

nie pracy z opieką nad dziećmi.

Jest to kampania dotycząca budowania siły pracowników i siły związków zawodowych w miejscu pracy. Będą również materiały skupione na pracodawcach, decydentach i społeczeństwie w całości, ale to będzie pełniło rolę wspierającą w głównym przesłaniu. Aby kampania była skuteczna, wszystkie organizacje związkowe powinny używać, dostosowywać i rozpowszechniać materiały kampanii w miejscu pracy i wśród swoich członków. W każdej z siedmiu części kampanii będą przygotowane konkretne materiały i komunikaty. Organizacje związkowe z poszczególnych państw będą mogły dostosować materiały do swoich potrzeb lub stworzyć własne.

GŁÓWNE PRZESŁANIA KAMPANII:

- **Solidarność jest podstawą negocjacji zbiorowych**

Kiedy jesteśmy odizolowani w pracy, wszyscy przegrywamy. Zamiast tego powinniśmy dążyć do modelu zbiorowego opartego na solidarności i współpracy na rzecz wspólnych celów. Stykając się z coraz bardziej spolaryzowanym społeczeństwem, które przeciwstawia sobie różne grupy, walczymy o solidarność.

- **Organizacja miejsca pracy budowana na wspólnych doświadczeniach pracowników**

Chcemy zastanowić się i wykorzystać ludzkie doświadczenie w pracy – to nie jedyna rzecz, która określa nas, ale nasze wynagrodzenie, warunki i przyjemność z pracy mają ogromny wpływ na całość naszego życia. To znaczy, że dobre płace i warunki pracy, zabezpieczone przez układowe porozumienia, stanowią podstawę dobrej jakości życia pracowników

oraz poczucie sprawiedliwości i uczestnictwa w społeczeństwie jako całości.

• **Układy zbiorowe to konkretne wyrażenie solidarności w pracy**

Zbiorowe negocjacje to najlepszy sposób na zapewnienie przyzwoitego poziomu życia ludzi pracy i uczciwe społeczeństwo dla wszystkich. To także daje siłę normalnym ludziom, którzy mogą działać w swoim własnym interesie, łącząc się.

Negocjacje zbiorowe zostały celowo podważone, aby zrealizować program oszczędnościowy i przywrócić rentowność dla biznesu kosztem pracowników. W całej Europie zasięg układów zbiorowych został zmniejszony, a struktury zdemontowane po to, żeby kryzys został opłacony przez pracowników.

Negocjacje zbiorowe przynoszą korzyści społeczeństwu jako całości, nie tylko pracownikom, którzy zyskują na umowach. Poprzez zmniejszenie nierówności, zwiększenie siły nabywczej i zapewnienie uczestnictwa w życiu zawodowym, układy zbiorowe przynoszą szersze dobro społeczne dla gospodarki i demokracji.

Negocjacje zbiorowe to kluczowe narzędzie dla uczciwej transformacji przemysłu.

Jeśli w ogóle mamy w UE zająć się dekarbonizacją przemysłu, transformacją energetyczną i cyfryzacją, to poprzez negocjacje zbiorowe, aby upewnić się, że stworzymy miejsca pracy, a nie niszczymy ich, i podnosimy standard życia, a nie obniżamy go.

Z komunikatów kampanii płynię główne hasło. Przyjmie ono formę logo, które będzie używane we wszystkich elementach kampanii (zdjęcia, wideo, media społecznościowe, publikacje itp.) i będzie można je łatwo dostosować

do każdej docelowej kampanii przy jednoczesnym zachowaniu wspólnego przekazu i identyfikacji wizualnej między oddzielnymi wątkami.

Hasło będzie w języku angielskim dla wszystkich wersji językowych, aby stworzyć poczucie podobieństwa między krajami, jak również między sektorami. Jego prostotę będzie łatwo zrozumieć w całej Europie.

Ponieważ kampania będzie oparta na konkretnych przykładach i prawdziwych historiach, nie będzie słów, które być może znaczą wiele dla osób mocno zaangażowanych w politykę związkową, ale mogą nie być jasne dla przeciętnego pracownika. Dlatego zdecydowano się na proste hasło, które towarzyszyć będzie całej kampanii: „Together at Work”.

Kampania została podzielona na siedem minikampanii, z których każda trwa jeden miesiąc. Każda z nich będzie skierowana do określonej grupy, z określonym zestawem wiadomości, jednocześnie rozpowszechniając i wzmacniając główne komunikaty kampanii. Co miesiąc będzie dostarczany kalendarz mediów społecznościowych z materiałami dotyczącymi kampanii do opublikowania i dzielenia się nimi na portalach społecznościowych.

I ETAP:

16 września – 13 października: Rozpoczęcie kampanii

26 września 2019 r. w sali konferencyjnej Hotelu Renaissance mieszczącego się naprzeciw Parlamentu Europejskiego odbyła się inauguracja kampanii „Together at Work”.

W spotkaniu inauguracyjnym wzięli udział posłowie do Parlamentu Europejskiego z całego spektrum politycznego, przed-

stawiciele prezydencji fińskiej i Komisji Europejskiej. Obecni byli także pracownicy, liderzy związków zawodowych i przedstawiciele pracodawców z całej Europy. Nie zabrakło również przedstawicieli NSZZ Solidarność z Krajowych Sekretariatów Górnictwa i Energetyki, Metalowców oraz Chemii. Mieliśmy też możliwość zabrania głosu i przedstawienia sytuacji w Polsce na temat branżowych układów zbiorowych pracy.

Luc Triangle, sekretarz generalny IndustriALL European, otwierając spotkanie, powiedział: „Zbyt często dyskusje na temat poziomu życia ignorują negocjacje zbiorowe, usuwając pośrednictwo pracowników w polepszaniu własnego życia. Ta kampania ma na celu zarządzenie temu poprzez umiejscowienie pracowników na pierwszym planie. W ciągu ostatnich dziesięcioleci układy zbiorowe uległy erozji w całej Europie. Po kryzysie, który rozpoczął się w 2008 r., zarówno rządy krajowe, jak i instytucje europejskie świadomie zaatakowały układy zbiorowe. To spowodowało, że wielu pracowników nie mogło się bronić, i doprowadziło do wzrostu niepewnej pracy i ubóstwa pracujących. To się musi skończyć. Pracodawcy, szczególnie w Europie Wschodniej, muszą usiąść przy stole negocjacyjnym. Rządy i Komisja Europejska muszą przestać wspierać polityki podważające negocjacje zbiorowe, takie jak narzucanie reprezentatywności lub ograniczanie ich tylko do poziomu przedsiębiorstwa”. Po premierze kampanii celem jest utrzymanie tempa kampanii do połowy października – za pomocą działań w mediach społecznościowych skierowanych >

do eurodeputowanych z prośbą o wsparcie kampanii.

Impreza inauguracyjna zbiegła się w czasie z rozpoczęciem kampanii wideo, która wykorzystuje doświadczenia pracowników dotyczące organizowania, walki i negocjacji w celu przekazania głównego przesłania kampanii.

II ETAP:

14 października – 15 listopada: Kampania pracowników

Kampania przeniesie się do miejsc pracy i zacznie łączyć prawdziwe historie pracowników z historiami pracowników w innych miejscach, którzy mają podobne doświadczenia.

W tym okresie kampania koncentruje się na historiach zwykłych pracowników i przekazuje pozytywne wiadomości o ich zwycięstwach i osiągnięciach dzięki negocjacom zbiorowym.

Przesłanie tego etapu: Przyśpieszając do związku i mobilizując się razem, możemy wygrać lepszą płacę i warunki.

Problemy, które mamy w miejscu pracy, są podobne do tych, których doświadczają koledzy i inni pracownicy w całej Europie. Solidarność nie jest tylko miłym słowem – to jest sposób na to, żeby szefowie traktowali nas dobrze i płacili nam wystarczająco na tyle, żeby prowadzić godne życie.

SLOGAN W TYM MIESIĄCU:
ORGANIZOWANIE SIĘ RAZEM
W PRACY

III ETAP:

18 listopada – 15 grudnia: Kampania pracodawców

Ten okres będzie nieco inny niż reszta kampanii. Celem jest podniesienie świadomości wśród pracodawców na temat korzyści, jakie negocjacje zbiorowe mogą

wnieść do ich działalności oraz dla społeczeństwa jako całości. Pojawiają się materiały dyskusyjne – fakty, liczby i raporty pokazujące zalety zadowolonej, zaangażowanej i dobrze wynagradzanej siły roboczej – jak również referencje pracodawców na temat tego, dlaczego wspierają układy zbiorowe.

SLOGAN W TYM MIESIĄCU:
NEGOCJOWANIE RAZEM
W PRACY

IV ETAP:

16 grudnia – 3 stycznia: Nowy rok, nowy układ w pracy

Ten dwutygodniowy okres wyznacza półmetek kampanii, a wraz ze zbliżającym się okresem świątecznym daje możliwość ponownego wykorzystania niektórych materiałów z ostatnich trzech miesięcy i wzmacnia centralne komunikaty kampanii. Warto spojrzeć wstecz na 2019 r., podkreślając niektóre zwycięstwa w zawieraniu układów zbiorowych. Po tym nastąpi okres nowego roku, który przekazuje cele i nadzieje na rok 2020.

V ETAP:

13 stycznia – 7 lutego: Kampania młodych pracowników

Ta minikampania jest pierwszą, która poradzi sobie z konkretnymi wyzwaniami, przed którymi stoi dana osoba z konkretnej demograficznej grupy pracowników. Młodzi pracownicy stają przed szczególnymi wyzwaniami, nie tylko takimi, jak narażenie na niepewne umowy. Ponoszą również ciężar wysokiego bezrobocia po kryzysie oraz szczególnie są dotknięci brakiem układów zbiorowych w ciągu ostatniej dekady. W wielu krajach zatrudniono młodszych

pracowników na umowach, które nie są chronione układami zbiorowymi, i na znacznie gorszych warunkach pracy i wynagrodzeń niż poprzedni pracownicy. Podobnie jak kampania pracownicza w październiku, okres ten daje możliwość adaptacji i korzystania z materiałów kampanii do bezpośredniego przeniesienia do miejsc pracy. Zdjęcia, filmy i świadectwa będą zaprojektowane tak, aby poruszyć tematy, dotyczące całej Europy, jak nadużywanie umów na czas określony lub niskie wynagrodzenia. Można ich będzie użyć do rozpoczęcia rozmowy na temat tego, czym są te problemy i jak je naprawić.

SLOGAN W TYM MIESIĄCU:
NASZA PRZYSZŁOŚĆ RAZEM
W PRACY

VI ETAP:

10 lutego – 8 marca: Kobiety jako pracownicy

Miesiąc podkreślający specyficzne wyzwania, przed którymi stoją kobiety, i korzyści płynące z układów zbiorowych dla kobiet. Czas kampanii zbiega się z Międzynarodowym Dniem Kobiet.

Przesłanie: Negocjacje zbiorowe mają kluczowe znaczenie dla ochrony równowagi między życiem zawodowym a prywatnym i wykorzystania tego przez każdą osobę, niezależnie od płci. Każdy powinien mieć dostęp do wysokiej jakości zatrudnienia.

Walczymy o społeczeństwo, w którym opieka i praca w domu są dzielone równo między mężczyznami i kobietami oraz między rodzinami, firmami i sektorem publicznym. Opieka nad osobami zależnymi powinna być zadaniem, które angażuje nas wszystkich.

Układy zbiorowe są niezbędnym narzędziem eliminowania przemocy wobec kobiet. Tam,

gdzie kobiety są ofiarami przemocy w domu albo są nękanie w miejscu pracy, najlepszym rozwiązaniem są układy zbiorowe, które dają im ochronę i bezpieczeństwo zarówno w pracy, jak i poza nią.

Wreszcie negocjacje zbiorowe są najlepszą gwarancją równości, nie tylko w dostępie do zatrudnienia, ale także podczas rozwoju kariery kobiet. Zapewniając równość wynagrodzenia i egzekwowanie praw pracowniczych, kobiety korzystają z możliwości postępu w wybranej dziedzinie.

SLOGAN W TYM MIESIĄCU:
KOBIEТЫ RAZEM W PRACY

VII ETAP:

9 marca – 31 marca:

Europejski tydzień działań

Ten miesiąc będzie kulminacją dotychczasowej kampanii. Będzie skupiony wokół tygodnia różnych działań w ramach kampanii w całej Europie pod koniec marca. Nadchodzące tygodnie zostaną wykorzystywane do promowania i rozpowszechniania wszystkich podjętych działań.

Oprócz akcji, która odbędzie się w Brukseli, wszystkie organizacje zrzeszone są zachęcane do organizowania imprez w ich własnym kraju. Mogą one przybierać różne formy: demonstracji, zgromadzeń w miejscu pracy, akcji rekrutacyjnych, rajdów itp.

SLOGAN W TYM MIESIĄCU:
ZWYCIĘSTWO RAZEM W PRACY

PRZEGLĄD KAMPANII

1 kwietnia – 31 maja

W tym okresie będzie dokonany przegląd działań. Każdy będzie miał okazję podzielić się swoimi doświadczeniami z kampanii i skomentować to, co się działo.

Kampania „Together at Work” już się rozpoczęła, jesteśmy praktycznie w drugim etapie jej trwa-

nia. Krajowe Sekretariaty Górnictwa i Energetyki, Metalowców oraz Chemii NSZZ Solidarność włączyły się w działania wszystkich organizacji zrzeszonych w IndustriALL European. Wysłaaliśmy stosowne pisma dotyczące kampanii do naszych europosłów oraz do Rady Dialogu Społecznego. Umieszczamy na naszych stronach oraz w mediach społecznościowych materiały kampanii. W kampanię „Together at Work” włączy się wkrótce cały NSZZ Solidarność. W Polsce należałoby tę kampanię zapewne przedłużyć o wiele miesięcy, ponieważ nasza sytuacja pod względem ilości branżowych układów zbiorowych pracy jest o wiele trudniejsza niż w wielu krajach UE. Cały przyszły rok 2020, jubileuszowy rok czterdziestej rocznicy powstania NSZZ Solidarność, powinien być „Rokiem Branżowych Układów Zbiorowych Pracy”, rokiem intensywnych działań związku na rzecz układów zbiorowych.

Podczas kampanii powinniśmy przekonywać pracowników i związkowców do korzyści wynikających z układów zbiorowych, powinniśmy przekonywać pracodawców do zrzeszania się i do negocjacji zbiorowych. Nasze działania winny być również skierowane do rządu w celu dokonania niezbędnych zmian ustawowych, aby branżowe układy zbiorowe pracy mogły dawać korzyści również pracodawcom. Zmiany ustawowe, podobnie jak w niektórych krajach UE, mogą również iść w kierunku nakłaniania pracodawców do skutecznych negocjacji zbiorowych. W samym naszym Niezależnym Samorządnym Związku Zawodowym Solidarność powinniśmy przeprowadzić szerokie debaty, konsultacje, co należy zrobić, aby negocjacje

zbiorowe były atrakcyjne dla obu stron.

Może warto przeanalizować możliwość zapisów mniej korzystnych w układach zbiorowych pracy niż w Kodeksie pracy. To bardzo kontrowersyjna propozycja, często podnoszona przez pracodawców, ale jest to propozycja, która daje z jednej strony zapisy mniej korzystne, np. wydłużenie dopuszczalnych okresów rozliczeniowych czy liczby nadgodzin, a z drugiej strony daje związkowi zawodowemu wynegocjowanie w zamian za te ustępstwa innych profitów dla pracowników. Tak czy inaczej tego typu propozycje wymagają szerokiej związkowej debaty.

Reasumując, aby w Polsce negocjacje branżowych układów zbiorowych pracy stały się rzeczywistością, musimy włączyć się w kampanię „Together at Work”. Powinniśmy tę kampanię znacznie wydłużyć, angażując się w nią z całą siłą NSZZ Solidarność.

W samym związku niezbędne są szerokie debaty, których efektem winno być wypracowanie układowej strategii działania. Ponadto intensywnych działań wymaga przekonywanie pracodawców co do korzyści wynikających z negocjacji układowych. Niemniej ważne będą również działania, które poprzez przekonanie poszczególnych ministrów i rządu doprowadzą do zmian ustawowych z jednej strony zachęcających pracodawców do rokowań, a z drugiej również do koniecznego i skutecznego zaangażowania w negocjacje i zawieranie branżowych układów zbiorowych pracy.

Autor jest przewodniczącym
Rady Krajowego Sekretariatu
Przemysłu Chemicznego
NSZZ Solidarność. 