

Sociaal Jaarverslag 2009 PWG Bedrijfsveilige Kleding BV

1. Introductie

Merkmamen in eigendom: PWG

Totale omzet in 2009 was € 10.604.000. Onze totale omzet wordt gegeven omdat de definitie van confectiegoederen voor de FWF recent is aangepast. Alles waar een “steek” in wordt gezet valt voor FWF onder confectiegoederen (dus ook schoeisel, riemen, petjes en dergelijke). Voor PWG vallen bijna alle handelsgoederen hier onder.

De verantwoordelijke personen voor implementatie FWF Gedragscode voor de Kledingindustrie zijn de heer T. Sorgedragger (adjunct directeur) en de heer M.P. Westveer (algemeen directeur).

PWG is sinds 24.06.2005 deelnemer van FWF.

In 2009 heeft één van de grootste toeleveranciers van handelsgoederen zich aan onze Fair Wear doelstellingen geconformeerd, hetgeen ons deugd doet.

2. Overzicht van landen waar PWG laat produceren

In 2009 maakten we gebruik van 4 loonconfectielocaties, gezamenlijk verantwoordelijk voor het confectioneren van 75% van onze omzet. Hiervan zijn er 3 in Nederland en 1 in Polen. De tweede confectionair uit Polen is komen te vervallen omdat er op de andere locatie capaciteit bijgekomen is.

Verder wordt er bij een 110-tal leveranciers kledingstukken en aanverwante artikelen ingekocht. Hiervan zitten er 93 in Nederland, 16 in overige EU-landen en 1 in India. Ondanks dat één belangrijke toeleveranciers zich geconformeerd heeft is het percentage van de goedereninkopen waarvan we met redelijke zekerheid kunnen zeggen dat deze worden geproduceerd volgens de internationaal geaccepteerde arbeidsnormen gedaald van 83% naar 79%. Dit komt voornamelijk omdat er een groter aandeel handelsartikelen in onze omzet zat. Een verdere analyse leert ons dat ruim 4% van de toeleveranciers niets met enige Fair Wear van doen heeft (veiligheidshelmen bijvoorbeeld) . Hiermee rekeninghoudend is alsnog 83% van onze inkopen conform de FWF normen

3. Ontvangen klachten in 2009

Geen klachten ontvangen.

4. Interne training en communicatie over FWF deelnemerschap

Jaarlijks wordt het FWF-lidmaatschap en de daarbij behorende acties in het MT-overleg en verkoperoverleg besproken.

5. Externe communicatie over FWF deelnemerschap

Naast een vermelding op onze website wordt tegenwoordig ook het FWF logo afgedrukt op ons briefpapier en visitekaartjes. Tevens wordt het onderwerp in offertes, verkoopgesprekken en inkoopgesprekken aangehaald.

6. Conclusies

Een groot deel van onze kledingomzet is al beoordeeld. Doordat een groot deel van de toeleveranciers zich (nog) niet geconformeerd hebben aan de FWF-normen en wij relatief meer hebben ingekocht is het percentage blijven steken op 83%.