

Suur druiwe

Suid Afrikaanse werkers op wynplase
en die mag van Britse supermarkte



Inleiding

Die wynindustrie is werklik wêreldwyd bekend. Wyne uit Australië, Nieu Seeland en Chile lê die rakke van supermarkte vol, wat eers Europees gedomineer was. Suid-Afrika is deel van hierdie sukses storie deurdat daar nou meer as 300 miljoen liters wyn per jaar uitgevoer word. Suid-Afrika is die wêreld se negende grootste wynprodusent. Die Nuwe Wêreld wyne het volwasse geword en Europese supermarkte is sy belangrikste klante.

Ongeag die prestasies en die belangrikheid van Suid-Afrikaanse wyn vir die ekonomie, het die omstandighede vir diegene wat in die wynindustrie werk, vinnig agteruitgegaan. Baie werkers wat in die wingerde werk, kom uit die armoedigste dele van die samelewing en word karig beloon, werk onder onsekere omstandighede, word geteister en ervaar 'n tekort aan behuising. Te wyte aan die onstabiliteit van die wynmark moes plaaswerkers op wyn plase tevrede wees met ongereelde werk en die konstante dreigement van skielike ontslag. Vroulike werkers het die meeste onder hierdie omstandighede gely, omdat hulle geneig is om seisoenale kontrakte te hê en die ergste vorm van diskriminasie in terme van lone ervaar.

Hierdie verslag is gebaseer op navorsing wat gedoen is deur die Internasionale Instituut vir Omgewing en Ontwikkeling vir War on Want en sy Suid-Afrikaanse eweknie, die werkersunie Sikhula Sonke. Dit ondersoek die veranderende magte wat 'n impak het op die globale wynindustrie en beklemtoon die uiters belangrike rol wat Britse supermarkte speel. Hierdie verslag illustreer hoe die werkers wat die wyn produseer die meeste ly onder die voorsieningsketting wat tot die maksimum

gedryf word, terwyl die supermarkte die vrugte pluk en al die voordele geniet.

Sikhula Sonke is 'n werkersunie wat deur vroue gelei word en hulle verteenwoordig werkers op wyn- en vrugteplase in die Wes-Kaap. Meer as 'n 100,000 Suid-Afrikaneers – meesal uit die armoedigste vlak van die samelewing – werk in wingerde. Sikhula Sonke se holistiese benadering om saam met plaaseienaars en plaaslike regerings te werk om die omstandighede waaronder werkers op wynplase werk, te verbeter, is ongelooflik suksesvol. Hierdie verslag beklemtoon dan ook die positiewe verandering wat grondvlak bewegings soos Sikhula Sonke kan meebring.

War on Want ondersteun werkersunies soos Sikhula Sonke en het in die Verenigde Koninkryk (V.K.) veldtogte gehou teen die uitbuiting van werkers in supermark kettingwinkels. Europese kleinhandelaars het aansienlike mag oor kleinskaalse produsente uitgeoefen wat probeer het om te oorleef in die globale wynmark, waar die aanvraag nog steeds die aanbod oorskry het. Die Suid-Afrikaanse wynindustrie voorsien uiters noodsaaklike werk aan duisende werkers. Nou is dit tyd dat die regering van die Verenigde Koninkryk seker maak dat alle supermarkte ordentlike werksomstandighede in hulle kettingwinkels regoor die wêreld het.



John Hilary
Uitvoerende Direkteur,
War on Want

Van die Kaap tot die verbruiker

Wynproduksie het werklik 'n globale industrie geword omdat al hoe meer lande die afgelope jare tot die mark toegetree het. Lande soos Suid-Afrika, Australië, Chile en Nieu-Seeland het belangrike rolspelers in die industrie geword, want Europese wyndrinkers het hulle smaak begin gevarieer.

Suid-Afrika het homself gevestig as 'n hoof-wynprodusent, vandag die negende grootste wynproduserende nasie in die wêreld. Wyn maak ook 'n belangrike bydrae tot die Suid-Afrikaanse ekonomie met uitvoere wat meer as \$500miljoen per jaar beloop. Die afwisselende klimaat van Suid-Afrika beteken dat 'n verskeidenheid van wyne, wat baie gewild in Europa is, hier geproduseer kan word. Suid-Afrika se noue verwantskap met Europa wanneer dit vergelyk word met Australië of Chile, maak handel met Suid-Afrika nog meer aantreklik vir Europese kopers.

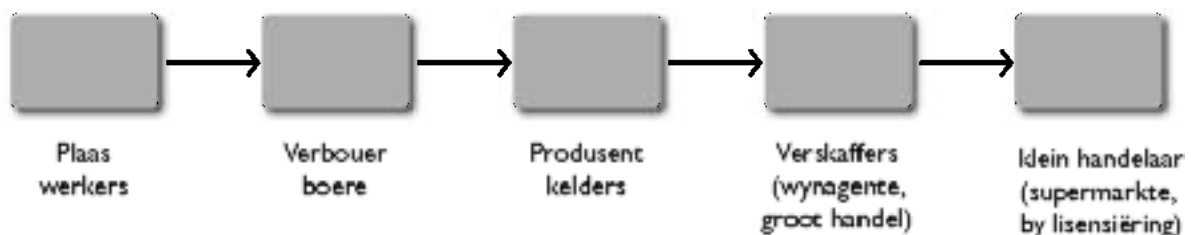
Maar ongeag die wêreldwye aanvraag vir wyne, is die globale produksie nog steeds meer as wat die verbruiker kan hanteer. Teen 2006 was daar 'n rekord oorfloed van wyn wat die onderhandelingsposisie van winkopers verstewig het. Met die hoogste aanvraag vir wyn in Europa het groot getalle Europese kleinhandelaars die mark gedomineer.

Koopmag het toenemend in die hande van 'n paar hoof kleinhandelaars gesentreer wat dit moontlik gemaak het vir wynverskaffers om te onderhandel met wynprodusente.

Terselfdertyd het 'n hele aantal groot wynprodusente gekompeteer vir 'n plek op die winkelrakke in ons supermarkte en dit het beteken dat kleinhandelaars toenemend van die dienste van "wynagente" gebruik gemaak het om die koopproses te fasiliteer. Uiteindelik hang dit af van hierdie "agente" wat 'n portefeulje van wyne hou, wat bepaal of 'n produsent besigheid kry of nie.

'n Volle 90% van Suid-Afrikaanse wyne wat in die Verenigde Koninkryk (V.K.) verkoop word, word deur "wynagente" bemark. Terwyl slegs 'n paar groot produksie-groothandelaars soos DGB en Distell hulle produkte direk aan Verenigde Koninkryk handelaars verkoop het, is die meeste van Suid-Afrikaanse wyn produsente afhanklik van tussenpersone. Hierdie agente is V.K.-gebaseerde maatskappye wat oor portefeuljes van wyne regoor die wêreld beskik en slegs 12 agente hanteer oor die 80% van hierdie verkope. Hierdie konsentrasie beteken dat hierdie agente ongelooflik baie invloed het omdat hulle dikwels gesien word as die enigste manier om tot die mark toe te tree. Gevolglik

Suid Afrikaanse wynverskaffers ketting



kompeteer wynprodusente in Suid-Afrika om ingesluit te word deur die agentportefeuljes en sodoende mekaar se kele af te sny.

Ongeag die mag van hierdie wynagente, is dit nog altyd die mag van supermarkte wat die opperhand handhaaf in onderhandelings oor pryse en hoeveelhede wat gekoop moet word van produsente. Wanneer supermarkte eise aan agente oor afslag en bemarkingskoste stel, word dit gewoonlik na die produsente oorgedra.

Die V.K. beheer buitengewone invloed oor die Suid-Afrikaanse wynindustrie. Die V.K. is by

verre die grootste invoerder van Suid-Afrikaanse wyne en dit beloop oor die 30% in omvang. Dit maak V. K.-handelaars en agente besonder magtig. Kompetisie vir 'n plek in die V. K. mark is bitter moeilik. Suid-Afrikaanse produsente moet met groter en meer gevorderde uitvoerders van die Verenigde State van Amerika (V. S. A.), Australië, Frankryk en Italië meeding. Op die oomblik is Suid-Afrika die vyfde grootste wynverkoper in die V. K. en besit gevolglik 8% van die V.K. se markandeel. Die tabel hieronder wys die 20 beste wyne wat in die V. K. verkoop word; die beste Suid-Afrikaanse wynsoort, Kumala, is agste op die lys.

VN wyn verkope per handelsmerk (2007)

Posisie	Handelsmerk (land)	Posisie	Handelsmerk (land)
1	Hardys (Aus)	11	JP Chenet (Fr)
2	Gallo (US)	12	Concha & Toro (Ch)
3	Blossom Hill (US)	13	Montana (NZ)
4	Jacob's Creek (Aus)	14	First Cape (SA)
5	Stowells (Various)	15	Namaqua (SA)
6	Wolf Blass (Aus)	16	Rosemount (Aus)
7	Lindemans (Aus)	17	Piat d'Or (Fr)
8	Kumala (SA)	18	Oyster Bay (NZ)
9	Banrock Station (Aus)	19	La Gioiosa (It)
10	Echo Falls (US)	20	Fiordaliso (It)

Bron: Wynverslag 2007, by lisensie nuus 2007

Mag in die hande van die minderheid

Supermarkte beheer die meeste aandele van die V. K.-wynmark, deur 80% van alle wyn ingevoer na die V. K. van oor die hele wêreld te verkoop. Die aanvraag word deur 'n klein groepie van groot V. K. handelaars hanteer: Tesco, Sainsbury's, Asda en Morrisons is verantwoordelik vir meer as 75% van alle V. K. supermarkte wynverkope (sien figuur). Die mark vir Suid-Afrikaanse wyne in die V. K. is omtrent dieselfde, maar vir die "Co-op" 14% as tweede grootste invoerder na Tesco (20%) volg Sainsburys (12%), Asda en Morrisons (albei 9%).

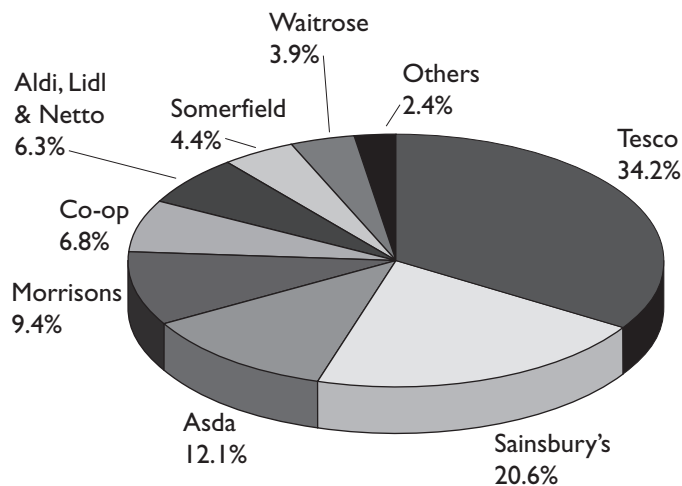
Die V. K. regering Competition Commission het 'n reeks ondersoeke geloods na die dominerende V. K. supermarkte in 2000. Die kommissie se mees onlangse verslag, gepubliseer in April 2008, het bevind dat supermarkte hulle koopkrag gebruik om druk te plaas op verskaffers deur risikos en kostes aan die verskaffers oor te dra. In hulle stryd om 'n regverdige prys vir hulle produkte te kry, is die verskaffers huiwerig om teen die supermarkte op te tree uit vrees dat hulle van

die agent se lys verwyder sal word en so belangrike besigheid sal verloor.

Suid-Afrikaanse wyn produsente is besonders kwesbaar vir die giere van die supermarkte, want dit is weinig dat handelaars formele kontrakte het. Die gebruik van informele kontrakte beteken dat produsente enige tyd, op kort kennisgewing, deur agente van die lys verwyder kan word. Dit beteken ook supermarkte hulle kostes en pryse soos dit hulle pas kan verander. 'n Daling in verkope kan die gevolg wees van 'n kansellasie op kort kennisgewing sonder enige vergoeding aan die produsente.

Die prys wat 'n Suid-Afrikaanse produsent verkry, is nie 'n vaste reëling nie, wat beteken dat produsente geen versekering het dat hulle eie onkoste gedek is nie. Betaling kan ook uitgerek word tot weke nadat produkte gelewer is, met tot 120 dae verdragings wat nie ongewoones nie. Hierdie situasie is besig om toe te neem. Dit kan gewigtige kontantvloei probleme veroorsaak, veral vir die

VN Supermarkte wyn verkope per waarde (2007)



Bron: TNS WêreldPaneel, aangehaal in Wyn Verslag 2007, by lisensie nuus, Julie 2007

kleiner handelaars. Groot afslagpryse of spesiale aanbiedinge soos twee-vir-die-prys-van-een verkope, is algemene taktiek wat supermarkte gebruik om klante aan te moedig om wyn te koop. Die rakprys is dikwels afgemerk gedurende uitverkopings en hierdie kortings word verhaal van die handelaar, of dit word direk verhaal binne die bestaande kontrak of deur druk te plaas op 'n latere datum om die wynverkope deur lae pryse te bevorder. Handelaars dring aan op ekstra betaling om te verseker dat 'n sekere wyn 'n goeie plek op die rak toegeken word. Aan die einde van 'n rak-posisie kan £15,000 kos terwyl 'n primêre plek voor in die winkel sowat £100,000 kan kos.

Hiermee saam plaas baie supermarkte druk op handelaars om 'n eksklusiewe ooreenkoms met hulle aan te gaan, wat verseker dat wyne

slegs in hulle supermarkte verkoop kan word en nêrens anders nie. As 'n handelaar eers so 'n ooreenkoms met 'n supermark aangegaan het, bevind produsente dat hulle heeltemal afhanklik van een supermark is. Die V.K. is so 'n belangrike mark vir die Suid-Afrikaanse wynindustrie dat produsente onder geweldige druk is om toe te gee aan die eise en voorwaardes wat op hulle deur supermarkte geplaas is. Nog verdere druk vir Suid-Afrikaanse produsente is die hoë lenings kostes, strenger omgewings- en veiligheidsstandaarde, stygende produksiekoste en die wisselende Suid-Afrikaanse rand. Die uiteinde hiervan is dat die produsente die druk na hulle werksmag verskuif. Uiteindelik, soos in die volgende gedeeltes geïllustreer word, is dit die Suid-Afrikaanse werkers wat die prys betaal vir die V.K. se supermarkte se honger na mag en hebsug.



Afslae in VN Supermarkte word tot onder die verskaffer ketting deur gegee
Foto: Mehmet Baylav/War on Want

Betaal die prys

Die mag van die klein groepie supermarkte wat die V. K. se wynmark domineer beteken dat hulle die vermoë het om handelaars te dwing om lae pryse op hulle produkte te verseker. Die prys vir goedkoper wyn word uiteindelik deur die werkers in die wingerd betaal deurdat hulle met armoedige lone worstel. Kleinskaalse produsente moet hulle kostes besnoei om te oorleef en moet noodgedwonge hulle permanente werkers verminder.

Die onstabiliteit van die wynindustrie beteken dat, indien produsente waardevolle kontrakte op kort kennisgewing verloor, die afdanking van werkers die mees effektiewe manier is om hierdie kostes te dek. Die aanstelling van seisoenale werkers beteken lae arbeidskoste, want hierdie soort werkers word minder betaal en kry geen voordele soos behuising of betaalde siekteverlof nie. Hulle kan makliker afgedank word en produsente is dan ook meer insiklik. In baie gevalle word seisoenale werkers slegs betaal vir die aantal druiwe wat hulle gepluk het, en nie vir die ure wat hulle gewerk het nie. Gevolglik is die aantal seisoenwerkers besig om onrusbarend te groei. In 1995 was daar dieselfde getal seisoenale werkers as wat daar permanente werkers op wynplase was. Teen 2000 het hierdie balans dramaties verander: 65% van die arbeiders was seisoenaal, terwyl slegs 35% van die arbeiders permanente kontrakte gehad het.

'n Tekort aan geskrewe dienskontrakte is algemeen en dit beteken dat seisoenwerkers enige tyd vervang kan word as die werkgewer so voel. Hiermee saam is baie Suid-Afrikaanse plase moeilik om te bereik en arbeiders se lae lone veroorsaak dat werkers nie vir hulle

vervoer kan betaal nie, in 'n land waar die infrastruktuur vir openbare vervoer alreeds 'n probleem is. Die onreëlmatigheid van hulle aanstellings maak dit ook moeilik om werkers te organiseer om 'n unie te vorm aangesien hulle slegs vir 'n beperkte tyd op die plaas is, en nie eens verseker van 'n werk is nie, of die versekering het dat hy/sy op dieselfde plaas vir die volgende oes gaan wees nie. Lae vlakke van getletterdheid en onkundigheid oor hulle regte beteken dat seisoenale werkers nie die probleem van lae lone en slegte werksomstandighede kan aanspreek nie, en dra verder by tot die marginalisering van werkers.

Bykomend, net soos wyn deur agente verkoop word, so ook die werkersmag. Arbeidsagente onderhandel met plaaseienaars en dit veroorsaak dat werkers nie direkte kontak met die werkgewer het nie, wat maak dat die werkgewers nie verantwoordelikheid vir hulle werkers aanvaar nie. As gevolg hiervan het werksomstandighede in die wingerde baie agteruitgegaan.

Die werksmag is nie verdeel tussen permanente en seisoenale werkers nie. Vroue spesifiek het swaar gely onder die agteruitgang van werkstoestande en as die vrou 'n seisoenale werker is, is die lewe dubbel so moeilik. Permanente werkers het meer regte en noukeuriger omstandighede spesiaal geïnisieer deur Ethical Trading Initiative en WIETA, South Africa's Wine and Agricultural Ethical Trade Association. Sommige supermarkte het ingeteken op hierdie vrywillige skemas, maar in die praktyk was dit weinig toegepas.

Tradisioneel is slegs vir mans permanente kontrakte aangebied, wat beteken dat die

meeste seisoenale werkers uit vroue bestaan. Vroue is minder as mans betaal en hulle moet gereeld seksuele teistering in die werkplek verduur. Behuising is slegs aan permante kontrakte gekoppel, 'n kritieke benadering, inagenome dat behuising naby afgeleë plase moeilik is om te vind. Gevolglik is vroulike werkers afhanklik van die mans in die familie vir behuising en dit maak die vroue uiters kwesbaar. Dit beteken dat vroue dikwels mishandeling in hul verhoudings verduur omdat hulle nêrens het om heen te gaan nie. Verder, as die man in die huishouding sy werk verloor en gevolglik ook sy huis op die plaas, word die vrou en kinders ook uitgesit.

Die komplekse geskiedenis van Suid-Afrika en die politieke situasie in naburige lande beteken dat daar verdere verdeling in die werkplek as gevolg van taal en kultuur is. Die toename in seisoenale indiensneming het tot gevolg dat daar ook 'n toename in die indiensneming van

rondtrekkende arbeiders uit buurlande is, wat nie Afrikaans magtig is nie. Omdat Afrikaans die dominerende taal in die Wes-Kaap is, het baie van die vreemdelinge gesukkel om te kommunikeer met hulle kollegas en die werkgewers. Sulke taal- en kultuurhindernisse maak dat dit nog moeiliker vir die werkers is om hulself en hulle regte te verdedig.

Waar tradisionele werkersunie verteenwoordiging wel bestaan om te veg vir beter werksomstandighede vir plaaswerkers, word dit gedomineer deurdat daar slegs na die belange van permanente manlike werkers omgesien word. Die behoefte van vroue is grootliks geignoreer en ongeag die feit dat seisoenale rondtrekkende werkers nie Afrikaans kan praat nie, is strategieë nie deur die tradisionele werkersunie aangepas om in die behoeftes van hierdie erg gemarginaliseerde groepe te voorsien nie.



*Vroue werkers op wyn plase verdien minder as mans en is oop vir mishandeling in die wingerde
Foto: Rodger Bosch/AFP/Getty Images*

Sikhula Sonke: Ons groei saam

In die Westelike Provinsie, waar die meeste van die Suid-Afrikaanse wyne geproduseer word, kan uitgebuite plaaswerkers hulle wend tot Sikhula Sonke, 'n werkersunie wat deur vroue beheer word. Die IsiXhosa naam Sikhula Sonke beteken: "Ons groei saam".

Sikhula Sonke se doel is om die lewensomstandighede en werkstoestande vir plaaswerkers te verbeter deur met werkgewers namens plaaswerkers te onderhandel en die plaaslike en nasionale regering te oorreed om te verseker dat plaaswerkers se regte beskerm word. Dit is die enigste werkersunie wat spesifiek ontwerp is om in die behoeftes van die mees kwesbare plaaswerkers naamlik: vroulike werkers, seisoenale werkers, rondtrekkende werkers en werkers wat nie Afrikaans magtig is nie, te ondersteun.

Deur te erken dat maatskaplike en kulturele faktore sowel as die voorwaardes waaronder werkers aangestel word, werkers kan affekteer, het Sikhula Sonke 'n holistiese benadering tot arbeid bepleit. Die unie se metodes het die effektiwiteit daarvan merkwaardig bewys. Sedert die stigting van Sikhula Sonke in 2001, het hulle bewys dat hulle met groot sukses die broodnodige arbeid hervorm het en het hulle lede gegroei tot meer as 4,000 werkers.

Sikhula Sonke maak seker dat vroulike werkers dieselfde basiese regte as manlike werkers geniet byvoorbeeld 'n ordentlike loon, werksekuriteit en behuising. Die unie daag werkgewers uit wat diskrimineer op grond van geslag wat óf vroue van 'n minimum loon weerhou of die vroue minder betaal as hulle manlike kollegas. Sikhula Sonke spreek hulle ook sterk uit teen werkgewers wat vroue sonder rede afdank; 'n algemene dreigement waarmee wingerdwerkers daaglik te doen

kry. Sikhula Sonke doen baie meer as om geslagsdiskriminasie aan die kaak te stel: die unie veg ook vir wesenlike voordele wat 'n tasbare impak op die daaglikse lewens van vroulike werkers sal hê.

Sikhula Sonke het 'n leidende rol gespeel in die daarstelling van gewaarborgde kraamverlof vir werkers. As gevolg van hierdie pogings van die unie hoef vroue nie meer onmiddellik nadat hulle gekraam het, te gaan werk nie. Sikhula Sonke het ook suksesvol versoek dat dagsorg vir kleuters op 'n hele aantal wynplase ingerig word; 'n betekenisvolle maatreeël wat vroue toegelaat het om te werk en sodoende meer geld vir hulle families in te bring.

Sikhula Sonke het onlangs begin met 'n veldtog namens seisoenale werkers van wie die oorgrote meerderheid vroulik is. Omdat hulle skaars aan 'n unie behoort en waarskynlik nie op kontrak werk nie, is wynplaseienaars in 'n toenemende mate geneig om van seisoenale werkers gebruik te maak. In erkenning van hulle onsekere werk, het Sikhula Sonke die versekering van gereelde en gewaarborgde werk vir seisoenale werkers hulle hoofprioriteit gemaak.

'n Baie belangrike komponent van Sikhula Sonke om seisoenale werkers te ondersteun, is hulle veldtog om die lewens van rondtrekkende werkers wat lang afstande afgelê het om tydelike diens te aanvaar, te verbeter. Baie van hierdie rondtrekkende werkers praat streekstale en nie Afrikaans nie en kry gevolglik moeilik toegang tot beskikbare dienste. Omdat Sikhula Sonke se lede 'n hele reeks Suid-Afrikaanse tale besig, word die unie dus gereeld genader om die dialoog te bevorder tussen rondtrekkende werkers en hulle plaaslike kollegas.



Die Unie Sikhula Sonke loods veldtogte
vir die regte van vroue werkers op wyn plase
Foto:Vroue op Plase Projek

Sukses 'n langdurige verandering

Die afgelope paar jaar het Sikhula Sonke 'n leidende rol gespeel in die versekering van 'n indrukwekkende reeks van arbeidsoorwinnings vir wynplaaswerkers. Die unie se belangrike veranderinge het 'n positiewe impak op baie aspekte van werkers se lewens gemaak bv. veiliger werksomstandighede en beter lone as gevolg van hulle tweeledige benadering ten opsigte van grondvlak aktivisme en die oorreding op politieke vlak.

Sikhula Sonke het ook suksesvol tussen beide getree in 'n hele paar individuele gevalle waar werkgewers willens en wetens werkers van hulle regte ontnem het. Die voorbeelde hieronder gee 'n aanduiding van 'n reeks van Sikhula Sonke se suksesse en dien as 'n bewys van die unie se toegewydheid aan arbeidsregte.

- In Julie 2006 het dit onder Sikhula Sonke se aandag gekom dat 'n werkgewer sy werkers R885,00 per maand betaal, veel minder as die maandlikse minimumloon van R950,00. Die unie het die werkgewer suksesvol gedwing om, nie net die loon te verhoog na R1048,00 per maand te betaal nie, maar die werkgewer moes ook opdok vir die agterstallige geld wat hy vir werkers geskuld het. Sikhula Sonke monitor wynplase wat inskiklik was vir die minimum loon, terwyl hulle ook die regering versoek het om wetgewing gereeld te hersien om te verseker dat veranderinge in die lewenskostes gereflekteer word.
- In Oktober 2006 is 35 vroulike werkers op die wynplase waar hulle gewerk het, sonder enige verduideliking afgedank. Kort daarna is vroue van 'n nabygeleë nedersetting gehuur om hulle plekke in te

neem. Sikhula Sonke het ingegryp namens die afgedankte vroue en 'n week later het hulle hul ou werk teruggekry. Sikhula Sonke tree op teen onwettige afdankings op wynplase deur direk met die werkgewers te onderhandel, en as die onderhandelings skeefloop, die saak onder die aandag van die owerheid te bring.

- In Junie 2007 het Sikhula Sonke in kollektiewe onderhandelinge – wat beskou kan word as 'n mylpaal – 'n ooreenkoms met 'n magtige wynboer aangegaan. Hierdie ooreenkoms verseker werkers van gesondheidsvoordele wat die volgende insluit: die werkgewer word gedwing om 'n gedeelte by te dra tot so veel as 4 doktersbesoeke per jaar; te betaal vir 'n bril; om by te dra tot tandoartsbesoeke en 4 maande betaalde kraamverlof aan vroue sowel as 5 verlofdae vir vaders. Sikhula Sonke het baie ander belangrike voordele vir wynplase werkers verseker, insluitende: dagsorg vir die kleuters van plaaswerkers, onderwysfasiliteite vir die kinders van plaaswerkers en gratis vervoer vir plaaswerkers na winkels om kos te koop.
- Om die veiligheid van wingerdarbeiders wat gereeld blootgestel word aan plaagdoders en ander skadelike gifstowwe wat gebruik word in wynproduksie, te verseker, het Sikhula Sonke in 2005 'n veldtog geïnisieer waarin daar geëis word dat werkgewers die nodige stappe neem om hulle arbeiders se gesondheid te beskerm. In die daaropvolgende maande het arbeiders op verskillende vrugte- en wynplase gerapporteer dat hulle werkgewers begin het om beskermende pakke, veiligheidsstewels, veiligheidshoede, oorpakke en baadjies aan te koop. Die unie

is tans besig met 'n veldtog waarin hulle die werkgewers wil verhoed om gedurende werksure die boorde te bespuit.

Sikhula Sonke se sukses het 'n betekenisvolle impak in die lewens van wynplaaswerkers gemaak, maar 'n groot stryd lê nog voort. Byvoorbeeld: Sikhula Sonke is tans besig om 'n veldtog mee te maak teen die uitsetting van plaaswerkers uit hulle huise, wat veroorsaak dat arbeiders na agterbuurtes en plakkerskampe trek. Gegewe die unie se string suksesse tot op hede, is daar grondige rede op hoop vir die huidige stryd en dié wat nog kom in die jare wat voorlê.



*Sikhula Sonke het hul lidmaatskap tot meer as 4000 vermeerder
Foto: Wendy Pekeur/Sikhula Sonke*

Neem aksie

Goedkoop wyn kom teen 'n prys. Terwyl Britse verbruikers voordeel trek uit “Koop-een-en-kry-een-gratis” uitverkopings en afslagpryse in supermarkte, betaal wynplaaswerkers in lande soos Suid-Afrika die prys. Ten einde 'n profyt te maak uit promosieverkope verplaas supermarkte die koste deur die voorsieningsketting na die wynplaaesenaars, deur hulle te dwing om lone laag te hou, lang ure te werk en werkers af te dank.

Alhoewel supermarkte hoofsaaklik gebruik maak van wynagente, glo War on Want dat supermarkte verantwoordelik gehou word vir die uitwerking wat hul besigheidspraktyke het op plaaswerkers wat aan die laagste punt van die voorsieningsketting is. In besonder glo War on Want dat oorsese werkers die reg het om vergoeding vir herstel te eis as hulle benadeel was deur die aksies van V. K. maatskappye of hulle verskaffers.

Die Britse regering verkies egter dat maatskappye hulle eie gedrag monitor as deel van die vrywillige 'korporatiewe sosiale verantwoordelikheds' model. Tog het hierdie alternatief homself oor en oor as oneffektief bewys. Totdat ons politieke leiers bereid is 'n stop te sit aan hierdie korporatiewe misbruike, hang dit van ons af om druk toe te pas. Ons kan help om die volgende aksies toe te pas:

1. Doen 'n beroep op die V. K. regering om wetgewing daar te stel wat oorsese werkers sal bemagtig om vergoeding te eis as hulle enigsins benadeel is deur aksies van die Britse maatskappye of hulle verskaffers. Rig 'n skrywe aan Rt. Hon. Lord Mandelson, Sekretaris van State for Business, Enterprise & Regulatory Reform, en doen beroep op die

regering om weg te doen met hul ondersteuning van die vrywillige benadering van 'korporatiewe sosiale verantwoordelikheds' model en om 'n sisteem van bindende korporatiewe regulasies in sy plek te stel.

Skryf aan:
Rt. Hon. Lord Mandelson
Department for Business, Enterprise & Regulatory Reform
1 Victoria Street
London SW1H 0ET
mpst.mandelson@berr.gsi.gov.uk

2. Koop wys

War on Want moedig jou aan om nog steeds Suid-Afrikaanse wyne te koop en te drink. As jy jou inkopies op 'n etiese manier wil doen, sal die Fairtrade etiket kopers verseker dat die produsent 'n regverdige prys vir sy wyn betaal word en dat sy werkers beter besoldig word en regverdige behandeling kry. In 2003 het Suid-Afrika se Thandi etiket die wêreld se eerste wyn geword wat die Fairtrade status bekom het en die V.K. bly die belangrikste mark vir Fairtrade Suid-Afrikaanse wyne. Hoe dit ook al sy, slegs 1% van alle wyne wat in die V. K. verkoop word het die Fairtrade akkreditering, wat die behoefte beklemtoon vir 'n kragtige sisteem van korporatiewe regulasie vir alle produsente.

3. Sluit aan by ons

War on Want maak staat op u donasies om grondvlak organisasies soos Sikhula Sonke te ondersteun en om voort te gaan met ons veldtog oor sake soos voedsel geregtigheid en werkers regte. Word 'n lid vandag by www.waronwant.org/joinus

Vorige verslae deur War on Want

- Fashion Victims II: How UK clothing retailers are keeping workers in poverty (December 2008)
- Banking on Bloodshed: UK high street banks' complicity in the arms trade (October 2008)
- Fuelling Fear: The human cost of biofuels in Colombia (May 2008)
- Fanning the Flames: The role of British mining companies in conflict and the violation of human rights (November 2007)
- Anglo American – The Alternative Report (August 2007)
- Time for a New Deal: Social dialogue and the informal economy in Zambia (July 2007)
- Growing Pains: The human cost of cut flowers in British supermarkets* (March 2007)
- Fashion Victims: The true cost of cheap clothes at Primark, Asda and Tesco (December 2006)
- Corporate Mercenaries: The threat of private military and security companies (November 2006)
- Globeleq – The Alternative Report (September 2006)
- Profiting from the Occupation: Corporate complicity in Israel's crimes against the Palestinian people (July 2006)
- Coca-Cola – The Alternative Report* (March 2006)
- Asda Wal-Mart – The Alternative Report (September 2005)
- Caterpillar – The Alternative Report (March 2005)

U kan al die PDF weergawes van al ons publikasies aflaai by www.waronwant.org/resources/publications

* Informe disponible en español

Gepubliseer Februarie 2009

Geskryf deur Hannah Erlichman en Jesse Lerner-Kinglake gebaseer op navorsing deur die Internasionale Instituut vir Omgewing en Ontwikkeling

War on Want
Development House
56-64 Leonard Street
London EC2A 4LT, UK
Tel: +44 (0)20 7549 0555
Fax: +44 (0)20 7549 0556
E-mail: mailroom@waronwant.org
www.waronwant.org

Printed on recycled paper

Company limited by guarantee Reg. No. 629916. Charity No. 208724

War on Want

War on Want beveg armoede in ontwikkelings lande in vennootskap en solidariteit met mense wat affekteer word deur globalisering. Ons loods veldtogte vir werkers regte en teen die oorsprong van globale armoede, ongelykhede en onregverdigheid

Voorblad foto: Suid Afrikaanse werkers op wyn plase gedurende seisoentyd

Die verslag is vervaardig met die Hulp van Comic ReliefVN. Die inhoud van die verslag is die totale verantwoordelikheid van War on Want en kan onder geen omstandighede gesien word as 'n posisie van Comic ReliefVN.

