**TOGETHER AT WORK**

**Dlaczego kampania o układach zbiorowych?**

Wzmacnianie układów zbiorowych jest kluczem w walce o wyższe płace i lepsze warunki pracy. Przez ostatnie dekady układy zbiorowe w Europie zostały nadwyrężone. Następstwem kryzysu, który zaczął się w 2008 roku układy zbiorowe były stale atakowane przez rządy lokalne oraz instytucje europejskie, jako środek uniemożliwiający obniżanie płac i odbudowywanie rentowności.

TO:

* Doprowadziło 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 dłużej połączonymi siłami, żeby zapewnić równy podział bogactwa,
* Ogranicza społeczną spójność i teraz zagraża przyszłości naszych systemów zabezpieczenia społecznego ponieważ pracownicy nie mają pieniędzy, a pracodawcy już nie muszą wnosić wystarczających środków, aby zapewnić zabezpieczenie.

Nasza kampania musi wyraźnie pokazywać zalety alternatywnego, zbiorowego modelu relacji w miejscu pracy z układami zbiorowymi oraz wsparciem przez silne związki zawodowe.

Zbyt często debaty o standardach życia nie uwzględniają rokowań zbiorowych, a czyniąc to,

lekceważą własnych pracowników w poprawie ich życia i ich rodzin. Po dogłębnej dyskusji i konsultacji z naszymi oddziałami, IndustriAll Europe wierzy, że należy podjąć wspólny wysiłek, aby podkreślić centralną rolę kolektywu, targować się o zagwarantowanie dobrych płac i warunków, 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 też zdecydowaliśmy się rozpocząć tę kampanię.

**Czym jest kampania?**

Głównym celem kampanii jest wykazanie pozytywnego wpływu negocjacji zbiorowych, wspieranych przez silne związki zawodowe, na zapewnienie lepszego życia pracownikom.

Główne komunikaty kampanii skupią się na opowiadaniu prawdziwych historii wykorzystujących konkretne przykłady działań i negocjacji związków zawodowych w celu przekazania szerszych informacji, które będziemy rozpowszechniać 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, godzenie pracy z opieką nad dziećmi. Nasza kampania musi zwracać się bezpośrednio do tych grup, za pomocą przykładów i historii, które są dla nich istotne.

Jest to kampania dotycząca budowania siły pracowników i siły związków zawodowych w miejscu pracy. Będą pewne materiały skupione na pracodawcach, decydentach i społeczeństwie w całości, ale to będzie pełniło rolę wspierającą w głównym przesłaniu. Aby było to skuteczne, partnerzy powinni używać, dostosowywać i rozpowszechniać materiały kampanii w miejscu pracy i wśród swoich członków.

Konkretne materiały i komunikaty dla każdej części kampanii są wyszczególnione na osi czasu.

Partnerzy są również zachęcani do dostosowywania materiałów lub tworzenia własnych. Chcemy, aby kampania była odpowiednia i przydatna dla różnych związków. Informujcie nas o tym, jak używacie materiałów własnych, jak adaptujecie te, które tworzymy, tak, żeby ich używać w szerszej kampanii.

**Główne przesłania**

**Solidarność jest podstawą negocjacji zbiorowych**

Kiedy jesteśmy odizolowani w pracy, wszyscy przegrywamy. Zamiast tego zwracamy się do modelu zbiorowego opartego na solidarności, współpracy 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 kolektyw 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**

Należy zająć się dekarbonizacją przemysłu, transformacją energetyczną i cyfryzacją poprzez negocjacje zbiorowe, aby upewnić się, że tworzymy miejsca pracy, a nie je niszczymy i podnosimy standard życia, a nie obniżamy go.

**Slogan**

Z głównych komunikatów kampanii płynie 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 podobieństwo między krajami, jak również między sektorami. Wierzymy, że jego prostotę będzie łatwo zrozumieć w całej Europie.

Ponieważ kampania będzie oparta na konkretnych przykładach i prawdziwych historiach, chcemy unikać słów, które być może znaczą wiele dla osób mocno zaangażowanych w politykę związkową, ale mogą nie być jasne dla przeciętnego pracownika. Dlatego zdecydowaliśmy się na proste hasło które mamy nadzieję wykorzystać w całej kampanii:

**TOGETHER AT WORK**

**Slogan ma wiele różnych cech:**

* Jest szeroki i pozwala nam łączyć się ze wszystkimi odbiorcami kampanii za pośrednictwem zestawu materiałów, od pracowników po pracodawców, kobiet do młodych ludzi,
* Jest adaptowalny i można go łatwo dostosować do konkretnych kampanii,
* Jest otwarty, ponieważ odnosi się do pracowników spotykających się w miejscu pracy lub sektorze, a także do współpracy między związkami zawodowymi i pracodawcami,
* Ma podwójne znaczenie, co oznacza „razem w miejscu pracy” i „wspólną pracę”



**Kalendarz kampanii:**

**Przewodnik krok po kroku**

Kampania zostanie podzielona na siedem mini-kampanii, 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.

Harmonogram zawiera szczegółowe informacje na temat celu każdej mini-kampanii, wiadomości, materiałów, które będziemy produkować i wreszcie, co partnerzy mogą z nimi zrobić.

**Szybki przewodnik po mediach społecznościowych**

Choć „Razem w pracy” („Together at work”) nie jest tylko kampanią online, chcemy rozpowszechniać w mediach społecznościowych nasze przesłanie, niech pracownicy zobaczą walki o układy zbiorowe toczące się w innych częściach Europy i ich wpływ na decydentów.

Co miesiąc będzie dostarczany kalendarz mediów społecznościowych z materiałami dotyczącymi kampanii do opublikowania i dzielenia się nimi na portalach społecznościowych.

**16 września do 13 października - Wprowadzenie kampanii**

**Co to jest?**

Rozpoczęcie kampanii: postaramy się uzyskać jak najwięcej zasięgu i zainteresowania kampanią w trakcie jej tworzenia i zaraz po jej rozpoczęciu, być może w Parlamencie Europejskim w Brukseli. Planujemy zaprosić na to wydarzenie kilku pracowników, których świadectwa zostały sfilmowane.

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.

WYDARZENIE INICJUJĄCE KAMPANIĘ MA TRZY CELE:

* TRAFIENIE Z OPOWIEŚCIAMI PRACOWNIKÓW DO SERC POLITYKÓW EUROPEJSKICH,
* PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI WŚRÓD NOWO WYBRANEGO PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO NA TEMAT POTRZEBY POLITYCZNEGO WSPARCIA DLA UKŁADÓW ZBIOROWYCH,
* PROMOWANIE KRÓTKICH POLITYCZNYCH WYSTĄPIEŃ, JAKO PROGRAMU DZIAŁANIA NA POZIOMIE KRAJOWYM I EUROPEJSKIM.

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

**Jaka jest wiadomość?**

**Układy zbiorowe są niezbędne do podniesienia standardów życia pracowników i budowania lepszego i sprawiedliwszego społeczeństwa dla wszystkich.**

**Od czasu kryzysu układy zbiorowe i władza związkowa zostały celowo osłabione, a w niektórych miejscach zlikwidowano je całkowicie, aby wprowadzić program oszczędnościowy. To musi zostać zmienione.**

**IndustriAll i jego podmioty stowarzyszone będą prowadzić kampanię przez następne siedem miesięcy podkreślając, w jaki sposób układy zbiorowe przynoszą korzyści różnym grupom i opowiadają prawdziwe historie osób, które na nich skorzystały.**

**Co mogą zrobić organizacje zrzeszone?**

* PODZIELIĆ SIĘ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH materiałami, postami czy tweetami promującymi wydarzenie,
* PROMOWAĆ KAMPANIĘ w mediach społecznościowych i zachęcać zwolenników do śledzenia @industriAll\_EU, Twitter i @industriAllEU na Facebooku,
* WYSŁAĆ PRZEDSTAWICIELA na inaugurację kampanii w Brukseli,
* ZAMIEŚCIĆ INFORMACJE o kampanii w czasopismach i publikacjach związkowych,
* PRZETŁUMACZYĆ, WYDRUKOWAĆ I DYSTRYBUOWAĆ krótkie, polityczne oświadczenia. IndustriAll pomoże w zaprojektowaniu układu tłumaczenia,
* Dotarcie do krajowych Europarlamentarzystów z prośbą o wsparcie kampanii w mediach społecznościowych.

**Kiedy to się wydarzy?**

TRZECI TYDZIEŃ WRZEŚNIA

Rozpoczyna się tworzenie mediów społecznościowych. To byłby dobry moment na promowanie konta na portalach społecznościowych i dzielenie się początkowymi postami.

OSTATNI TYDZIEŃ WRZEŚNIA

Wydarzenie inauguracyjne. Udostępnij transmisję na żywo, wyślij kogoś do Brukseli i opublikuj coś w biuletynie lub publikacjach.

PIERWSZE DWA TYGODNIE PAŹDZIERNIKA

Akcja w mediach społecznościowych skierowana do Członków Parlamentu Europejskiego.

**14 października do 15 listopada - Kampania pracowników**

**Co to jest?**

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

W tym miesiącu koncentruje się na historiach zwykłych pracowników i przekazuje pozytywne wiadomości o ich zwycięstwach i osiągnięciach dzięki negocjacjom zbiorowym.

Daje możliwość organizacji nowych miejsc pracy, wzmocnienia członkostwa oraz świadomości układu zbiorowego w miejscach pracy i rekrutacji nowych członków.

**Jakie jest przesłanie?**

**Przystępując do związku i mobilizując się razem, możemy wygrać lepszą płacę i warunki.**

**Problemy, które masz 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.**

**SLOGANEM W TYM MIESIĄCU BĘDZIE:**

**ORGANIZOWANIE SIĘ RAZEM W PRACY**

**Co mogą zrobić organizacje zrzeszone?**

* PRZEJRZEĆ plakaty i ulotki i pomyśleć o tłumaczeniu i zaadaptowaniu ich dla potrzeb danego kraju. Możemy pomóc w układzie i tłumaczeniu.
* WYKORZYSTAĆ PLAKATY I ULOTKI w miejscach pracy, aby porozmawiać z pracownikami o tym, czego chcą od ich układu zbiorowego i powiedzieć o korzyściach, jakie mają ci, którzy już z niego korzystają. To potencjalna rekrutacja do związków i narzędzie do zatrzymania członków.
* UDOSTĘPNIĆ VIDEO Z WYWIADAMI na mediach społecznościowych oraz wysłać organizacjom z listy mailingowej. Zastanów się, jak możesz powiązać ich historie z doświadczeniami swojej organizacji związkowej.
* UDOSTĘPNIĆ inne materiały społecznościowe, takie jak GIF-y i zdjęcia i dalej promować kampanię w oparciu o wasze własne materiały.
* POWIEDZIEĆ NAM, co działa i jakie opinie otrzymaliście z miejsc pracy.
* WYSŁAĆ ZDJĘCIA I ŚWIADECTWA DO NAS z akcji, które zorganizowaliście, aby umieścić je na interaktywnej mapie.
* OPUBLIKOWAĆ ARTYKUŁ ZWIĄZANY Z TEMATYKĄ w tym miesiącu w prasie ogólnej lub związkowej.

**Kiedy to się wydarzy?**

Otrzymasz cały materiał z wyprzedzeniem, aby móc go przejrzeć i dostosować go do własnych potrzeb. Od 14 października możesz zacząć wykorzystywać go w miejscach pracy. Opublikujemy wywiady, filmy i zdjęcia w ciągu miesiąca. Możesz je wtedy udostępniać, dostosowywać i używać.

**18 listopada do 15 grudnia – Kampania pracodawców**

**Co to jest?**

Ten miesiąc 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. Pojawią się materiały dyskursywne - fakty, liczby i raporty pokazujące zalety szczęśliwej, zaangażowanej i dobrze wynagradzanej siły roboczej - jak również referencje pracodawców na temat tego, dlaczego wspierają układy zbiorowe.

**Jakie jest przesłanie?**

Kiedy pracownicy mają prawo głosu i mogą być częścią firm, w których pracują, to jest to dobre i dla nich i dla firm, które odnoszą więcej korzyści z produktywnej siły roboczej.

**SLOGAN W TYM MIESIĄCU:**

**NEGOCJOWANIE RAZEM W PRACY**

**Co mogą zrobić organizacje zrzeszone?**

* SKONTAKTOWAĆ SIĘ z federacją pracodawców i / lub firmą, w której się organizujesz i zaproponować spotkanie, żeby porozmawiać o treści raportu.
* POPROSIĆ federacje pracodawców oraz firm o udostępnianie materiałów w mediach społecznościowych.
* PROMOWAĆ informacje na swoich własnych portalach społecznościowych.
* Możesz także KONTYNUOWAĆ UDOSTĘPNIANIE materiałów z październikowej kampanii pracowniczej w tym samym czasie.
* PRZEKAZAĆ INFORMACJE o reakcjach i wynikach do IndustriAll.
* OPUBLIKOWAĆ ARTYKUŁY podkreślające zalety UKŁADÓW ZBIOROWYCH dla pracodawców i ogółu społeczeństwa w prasie, przy użyciu argumentów z naszego raportu.

**Kiedy to się wydarzy?**

Powinieneś skontaktować się z odpowiednimi pracodawcami, kiedy kampania zostanie uruchomiona, aby uświadomić ich i udostępnić odpowiednie materiały z inauguracji kampanii.

Będzie to dobra okazja do zaproszenia ich do zaangażowania się w mini kampanię w tym miesiącu. My opublikuje konkretne materiały dla pracodawców **pomiędzy 18 listopada i 15 grudnia**. Byłoby dobrze mieć jakikolwiek wkład od pracodawców, lub własne materiały, gotowe do rozprowadzenia w tym czasie.

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

**Co to jest?**

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 układach zbiorowych. Po tym nastąpi okres nowego roku, który przekazuje nasze cele i nadzieje na rok 2020.

**Jakie jest przesłanie?**

Kampania TOGETHER AT WORK miała udane pierwsze trzy miesiące. Dużo aktywności jest planowanych na 2020 rok - powiedz nam, co chcesz osiągnąć w pracy i zaangażuj się.

**Co mogą zrobić organizacje zrzeszone?**

* Byłaby to dobra okazja do WYŚWIETLENIA DOWOLNEGO MATERIAŁU WIDEO LUB FOTOGRAFICZNEGO, który partnerzy wyprodukowali podczas kampanii. WYŚLIJ NAM wszystko, co sfilmowałeś, a my to umieścimy w mediach społecznościowych w ramach retrospektywy.
* OPUBLIKUJ ARTYKUŁ w swojej gazecie związkowej lub newsletterze opisując i oceniając pierwsze trzy miesiące kampanii zarówno w Europie, jak i w twoim kraju.
* UDOSTĘPNIJ materiały z @industriall\_EU i industriAll Facebook i Instagram.
* TWEETUJ I UMIESZCZAJ POSTY na Facebooku i Instagramie pokazując cele twojego związku na rok 2020 przy użyciu #TogetherAtWork. Możesz nawet robić zdjęcia pracowników z banerami wrażającymi ich dążenia.

**Kiedy to się stanie?**

Ta retrospektywa potrwa do 24 grudnia, a po tej dacie z niecierpliwością oczekujemy na rok 2020 i witamy w tym roku naszych zwolenników pytając, jakie mają nadzieje związane z ich miejscami pracy w nadchodzącym roku.

**13 stycznia do 7 lutego - Kampania młodych pracowników**

**Co to jest?**

Ta mini kampania jest pierwszą, która poradzi sobie z konkretnymi wyzwaniami, przed którymi stoi dana osoba z konkretnej demograficznej grupy pracowników. Młodsi 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.

Będziemy również starać się podkreślić zarówno wpływ niepewności pracy na starszych pracowników, jak i korzyści dla wszystkich pracowników, młodych lub tych nie zrzeszających się dla wspólnej sprawy.

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 są zaprojektowane tak, aby poruszyć kwestie, które mają miejsce w całej Europie, takie jak nadużywanie umów na czas określony lub niskie wynagrodzenia. Można ich użyć do rozpoczęcia rozmowy na temat tego, czym są te problemy i jak je naprawić.

**Jakie jest przesłanie?**

Niepewność pracy przybiera różne formy: niskie płace, niepewne umowy, fikcyjne samozatrudnienie, nieregularne godziny pracy lub za mało godzin.

Ma to szczególnie wpływ na młodszych ludzi, ale wpływa również na pogorszenie warunków pracy starszych pracowników, zwłaszcza gdy muszą zmienić pracę.

Odpowiedzią są układy zbiorowe, w których pracownicy mogą wykorzystać swoją połączoną siłę wygrywając większe bezpieczeństwo dla wszystkich pracowników.

**SLOGAN W TYM MIESIĄCU:**

**NASZA PRZYSZŁOŚĆ RAZEM W PRACY**

**Co mogą zrobić organizacje zrzeszone?**

* OZNACZ KAMPANIĘ WSPÓLNIE ZE SWOJĄ SIECIĄ MŁODYCH do końca 2019 roku. Przedyskutuj, w jaki sposób mogą to wykorzystać i jak mogą pomóc w kampanii.
* TŁUMACZ I ADAPTUJ plakaty i ulotki. My możemy pomóc w układzie i tłumaczeniu.
* UŻYWAJ PLAKATÓW, ULOTEK I INFOSHEETÓW dla organizowania działań we współpracy z młodymi członkami. Mogą oni też tworzyć własne materiały wykorzystując styl kampanii.
* UDOSTĘPNIJ VIDEO Z WYWIADAMI na portalach społecznościowych, w szczególności na Instagramie. Zachęcaj młodych członków do robienia tego samego
* Jeśli masz zasoby, rozważ FILMOWANIE NIEKTÓRYCH z twoich własnych członków opowiadających o swoich doświadczeniach związanych z niepewnością pracy, bycie młodym członkiem związku oraz układami zbiorowymi.
* UDOSTĘPNIJ inne materiały z mediów społecznościowych, takie jak GIF-y i zdjęcia i dalej promuj kampanię w oparciu o twoje własne materiały.
* POWIEDZ NAM, co działa i jakie opinie otrzymałeś od twoich młodych członków i innych pracowników.
* WYŚLIJ zdjęcia oraz opis akcji, które zorganizowałeś w celu umieszczenia ich na interaktywnej mapie.

**Kiedy to się wydarzy?**

Aby rozpocząć tę część kampanii w styczniu, my dostarczymy Ci materiały przed świętami po to, żeby je zaadaptować i użyć. Wyślemy Ci przypomnienie 6 stycznia, a działania rozpoczną się ponownie 13 stycznia.

**10 lutego do 8 marca- Kampania kobiety, jako pracownicy**

**Co to jest?**

Miesiąc podkreślający specyficzne wyzwania, przed którymi stoją kobiety i korzyści płynące z

układów zbiorowych dla kobiet. Czas kampanii zbiega się z Międzynarodowym Dniem Kobiet.

**Jakie jest 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.

Społeczeństwo, o które walczymy, to 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 kobiety. Tam, gdzie kobiety są ofiarami przemocy w domu, albo są nękane 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:**

**KOBIETY RAZEM W PRACY**

**Co organizacje zrzeszone muszą zrobić?**

* OFLAGUJ KAMPANIĘ z siecią twoich kobiet. Przedyskutujcie, w jaki sposób można wykorzystać obchody Międzynarodowego Dnia Kobiet w kampanii.
* PRZETŁUMACZ I DOSTOSUJ plakaty i ulotki. Możemy pomóc w tłumaczeniu i układzie graficznym.
* UŻYWAJ PLAKATÓW, ULOTEK I INFORMACJI do działań wspólnie z kobietami i na rzecz kobiet pracowników. Możecie tworzyć własne materiały w stylu kampanii.
* UDOSTĘPNIJ VIDEO Z WYWIADAMI na portalach społecznościowych. Zachęć swoich członków do zrobienia tego samego.
* Jeśli masz zasoby, rozważ sfilmowanie niektórych z twoich własnych członków opowiadających o dyskryminacji, równości płci, negocjacjach zbiorowych oraz o tym, co związek robi dla kobiet.
* UDOSTĘPNIJ inne materiały w mediach społecznościowych, takie jak GIF-y i zdjęcia i dalej promuj kampanię również w oparciu o twoje własne materiały.
* WYŚLIJ zdjęcia i opis akcji, które zorganizowałeś szczególnie wokół Międzynarodowego Dnia Kobiet w celu umieszczenia na interaktywnej mapie.
* POWIEDZ NAM co działa i jakie opinie otrzymałeś z miejsc pracy.

**Kiedy to się stanie?**

Będziemy prowadzić tę mini kampanię z wyprzedzeniem przed Międzynarodowym Dniem Kobiet, który obchodzony jest 8 marca. To umożliwi promowanie tej ważnej daty. Omów kampanię ze strukturami twoich kobiet z dużym wyprzedzeniem, może pod koniec 2019 roku.

**9 marca do 31 marca - Europejski tydzień działań**

**Co to jest?**

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.

**Jakie jest przesłanie?**

Kiedy pracownicy trzymają się razem, wygrywają lepsze życie dla siebie i swoich rodzin.

Związki organizują pracowników, aby mogli negocjować z szefami na równych zasadach.

Każdego dnia pracownicy związków zawodowych w całej Europie zyskują nowe miejsca pracy.

Pracownicy wykazują solidarność z pracownikami w różnych krajach dla zapewnienia płac w równej wysokości.

**SLOGAN W TYM MIESIĄCU:**

**ZWYCIĘSTWO RAZEM W PRACY**

**Co mogą zrobić organizacje zrzeszone?**

* ZAPLANOWAĆ I ZORGANIZOWAĆ swoje działania z zapasem czasu na mobilizację.
* PIBLIKOWAĆ INFORMACJE O SWOICH DZIAŁANIACH w miejscu pracy poprzez media tradycyjne i społecznościowe.
* ZAADAPTOWAĆ PLAKAT I ULOTKI dla pokazania swoich działań.
* SFILMOWAĆ, SFOTOGRAFOWAĆ I UDOKUMENTOWAĆ swoje działania w celu publikacji w mediach społecznościowych.
* SKONTAKTOWAĆ SIĘ Z PRASĄ na tyle wcześniej, aby zapewnić ich obecność.
* WYŚLIJ NAM ZDJĘCIA, VIDEO I RAPORTY z działań w celu umieszczenia na mapie interaktywnej.

**Kiedy to się wydarzy?**

Dokładna data wydarzenia w Brukseli będzie potwierdzona, ale na pewno odbędzie się pod koniec marca. Możesz zorganizować swoje własne działania, które zbiegną się z tym wydarzeniem i wykorzystać ten tydzień na promocję i reklamę wydarzeń.

**1 kwietnia do 31 maja - Przegląd kampanii**

Przeprowadzimy przegląd działań, gdzie każdy będzie miał okazję podzielić się swoimi doświadczenia z kampanii i skomentować to, co działało, a co nie.