

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI  
FILOSOFICKÁ FAKULTA  
KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ  
ANTROPOLOGIE

CESTY FÉROVÉHO TELEFONU

Bakalářská diplomová práce

Obor studia: Kulturní antropologie

**Autor:** Adéla Pegleyová

**Vedoucí práce:** Doc. Martin Soukup

Olomouc 2018

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou prací na téma „*Cesty férového telefonu*“ vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne .....

Podpis .....

## Anotace

<b>Jméno a příjmení:</b>	<i>Adéla Pegleyová</i>
<b>Katedra:</b>	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
<b>Obor studia:</b>	<i>Kulturní antropologie, Židovská a izraelská studia</i>
<b>Obor obhajoby práce:</b>	<i>kulturní antropologie</i>
<b>Vedoucí práce:</b>	<i>Doc. Martin Soukup</i>
<b>Rok obhajoby:</b>	<i>2018</i>

<b>Název práce:</b>	Cesty férového telefonu
<b>Anotace práce:</b>	<p>Předmětem bakalářské práce je teoreticko-empirická analýza nizozemského projektu Fairphone, který si výrobou „férového smartphonu“ klade za cíl zvýšit férové jednání (ve vztahu k člověku i životnímu prostředí) v elektronickém průmyslu. Práce analyzuje, jak Fairphone férovosti dosahuje a kde jsou její limity. Telefon je zkoumán v souvislosti s globalizačními procesy a propojeními, autorka bere v úvahu vliv, jaký může globalizace mít na lidi v různých částech složitých dodavatelských řetězců. V práci je využito elektronické „mapy zdrojů“ (Sourcemap) ke stopování Fairphonu od těžby po konečný produkt. Autorka zkoumá, v čem jsou zásady výroby Fairphonu odlišné od mainstreamu v elektronickém průmyslu, a tedy jak vypovídá zároveň o praktikách, vůči kterým se vymezuje. Hlavním zjištěním práce je, že Fairphone není stoprocentně „čistý“ ani nepředstavuje nové alternativy v zaběhnutých postupech elektronického sektoru, nicméně jeho tvůrci usilují o větší zodpovědnost výrobních postupů a o neustálou inovaci směrem k větší férovosti.</p>
<b>Klíčová slova:</b>	Fairphone, smartphonu, globalizace, mobilita, férovost, stopování, dodavatelské řetězce

<b>Title of Thesis:</b>	The trajectories of a fair phone
<b>Annotation:</b>	The topic of this thesis is a Dutch project "Fairphone" which, by producing a "fair smartphone", aims to improve fair treatment (of humans as well as of the environment) in the electronic industry. The question is in which way Fairphone reaches the ideal of "fairness" and where its limits are. This thesis juxtaposes the story of a phone with a reflection of globalization processes. It also examines how globalization can have an impact on people in different parts of the complex supply chains. It uses a "Sourcemap" to follow the story of Fairphone, from mining to the end product. The author looks into the Fairphone production practices and how they differ from the mainstream electronics industry, thus also telling us something about the mainstream. The thesis concludes that Fairphone is not one hundred per cent "clean", nor does it come with new alternatives to already existing ways of working common in the electronics sector, nevertheless its creators strive continuously to bring more responsibility into their production processes and develop towards making an ever fairer phone.
<b>Keywords:</b>	Fairphone, smartphone, globalization, mobility, fairness, tracking, supply chains
<b>Názvy příloh vázaných v práci:</b>	Příloha 1 – analýza ceny Fairphonu
<b>Počet literatury a zdrojů:</b>	59
<b>Rozsah práce:</b>	39 s. (93 410 znaků s mezerami)

# Obsah

Anotace.....	3
Úvod .....	6
Představení Fairphonu z různých úhlů: jak se v každém objevuje „férovost“? .....	8
Fairphone – vlastní prezentace .....	8
Fairphone jako každodennost – spotřební zboží.....	9
Fairphone jako materiál – stopa.....	11
Fairphone jako právnická osoba – firma.....	13
Fairphone jako jinakost .....	14
Globalizovaná ekonomika, mobilita a mapa cest Fairphonu .....	16
Těžba a globalizace .....	19
Konfliktní minerály v Demokratické republice Kongo – příklad „imobilizující těžby“ .....	20
Fairphone – nekonfliktní varianty všech konfliktních minerálů: dodavatelský řetězec wolframu.....	22
Shrnutí – Fairphone a těžba .....	23
Výrobní fáze a globalizace .....	24
Férovost dodavatelů (Asie).....	25
Manufaktura – imobilita čínských dělníků a její příklady .....	28
Shrnutí – Fairphone ve vztahu k výrobní části dodavatelského řetězce.....	32
Evropa – začátek a cíl férového telefonu .....	33
Stopa Fairphonu při cestě do Evropy.....	33
Koncentrace svobody pohybu – koncentrace férovosti? .....	36
Shrnutí – férovost Fairphonu z hlediska evropských hodnocení .....	38
Závěr .....	43
Seznam zdrojů .....	45

## Úvod

Tato práce si klade za cíl studovat „férově“ vyráběný telefon *Fairphone*, který je současně produktem, zbožím, firmou, obchodní značkou, aktivismem, reakcí, změnou. Pro výzkumnou otázku je zde zásadní pojem „fair“: soustředím se na *lidský aspekt* Fairphonu a na to, zda a jak se tato značka v rámci své kategorie *odlišuje*. Sledováním příběhu férového smartphonu zamýšlím (z pohledu „výzkumníka“, nikoli jako nezvratnou platnost) vyjasnit otázku: *Do jaké míry je pro Fairphone v globalizovaném světě možné vyrábět férový telefon? Neboli, co pro Fairphone znamená být v globalizované ekonomice „fér“?* Na férovost se zaměřím na jedné straně ve vztahu k lidem napříč dodavatelským řetězcem Fairphonu a také ke spotřebitelům, na straně druhé k životnímu prostředí člověka. Stopování trajektorií, které různé jeho části urazí, než se stanou konečným produktem, budu tedy vždy zkoumat v souvislosti s člověkem a životním prostředím.

Pro analýzu Fairphonu budu čerpat inspiraci z Marcusovy vícemístné etnografie (Marcus 1995). Několik myšlenek z jeho koncepce je obzvlášť důležitých pro vysvětlení způsobu, jakým se stavím k předmětu práce. Za prvé, cílem vícemístného etnografického zkoumání není holistická reprezentace, kopie či portrét skutečnosti, ale jde mu spíše o konstrukci – stopováním, asociací, trajektoriemi se výzkumník dostává k tvorbě určitého obrazu, který je ovšem – záměrně – spjatý s konkrétní tvůrčí osobností. Vícemístná etnografie počítá s *aktivismem* spojeným s prací antropologa. Marcus dále navrhuje, aby objekt konkrétního výzkumu nebyl jediným předmětem, který má být intenzivně studován, ale je třeba zohledňovat také velké rámce světového systému. Takovým „rámcem“ je pro mne globalizační proces. A konečně, antropolog se v průběhu svého výzkumu dozvídá něco o „plátku světového systému“<sup>1</sup>. *Fairphone* zde představuje právě tento „plátek“, z něhož se snažím konstruovat obraz obecnějšího systému.

Jasně hranice věcí nebo skutečností dané přesnými definicemi jsou ve vícemístné etnografii „destabilizovány“ – Arjun Appadurai se v úvodu ke knize *Social Life of things* nesnaží podat přesnou definici komodity, která by striktně zahrnovala jeden druh věcí a jiný už ne, ale nabízí definovat situaci (Appadurai 1986: 13). Komodita tedy není vymezena jako *něco*, ale v *komoditní situaci* se může ocitnout *jakákoli* věc. Podobně Marcusem

---

<sup>1</sup> V orig. „slice of the world system“. (Marcus 1995)

navrhovaná metoda se dívá na zkoumané objekty skrze různé *rámce*, které se mohou překrývat. V obdobném duchu je pojato i vymezení Fairphonu – nehledáme přesné formulace, ale různé překrývající se úhly pohledu.

Jako metodu vhodnou pro kompozici práce volím teoretickou analýzu. Obecné zaměření práce přirozeně brání jít u některého z jevů více do hloubky. Určitá abstrakce mi ale umožňuje zahrnout do textu více vzájemně spjatých témat a tvořit spíše subjektivně zbarvený *obraz*, než podávat empirické důkazy. Pro bezprostřední výzkum v terénu na úrovni bakalářské práce zde nenacházím opodstatnění a bezprostřední „terénní“ zkušenosti se vzdávám ve prospěch širšího zaměření. Analýzu férovosti Fairphonu však řeším, doufám, konkrétně a do detailu.

Pro „empirickou“ část práce považuji za vhodné využít jiné, relevantní, výzkumy. Platformu pro takové studie poskytuje například server GoodElectronics. Zásadním zdrojem je samotný web Fairphone, na jehož analýze tato práce do značné míry stojí. Fairphone dále na internetových stránkách zveřejňuje vlastní nebo částečně externí studie, které rovněž využívám. V teoretických částech čerpám především z teorie globalizace a modernity představené Zygmuntem Baumanem, jako další podklady slouží například některé myšlenky Artura Escobara nebo Karla Marxe. Celkový rámec pak práci dává již zmíněná vícemístná etnografie a především koncepty jako *antropologie v pohybu*, *trajektorie*, *antropologický aktivismus*, *konstrukce*, *stopování*.

Text je rozdělen do dvou relativně samostatných částí. Nejprve představuji Fairphone z různých úhlů pohledu – jeho prezentaci světu, Fairphone jako zboží, materiál, firmu, jinakost. Teoretickou inspirací pro tuto kapitolu byla Marcusova *Vícemístná etnografie* (1995), kde autor navrhuje zkoumat předmět výzkumu v různých překrývajících se rámcích (každá podkapitola představuje jeden rámec). Stručně zde zmiňuji, jak v jednotlivých rámcích Fairphone odpovídá pojmu „fair“. Marcusova etnografie se projevuje i v tom, jak pojmám druhou kapitolu. Tato kapitola se zabývá globalizovanou ekonomikou, globální mobilitou a mapováním trajektorií Fairphonu. Právě sledování trajektorií objektu a pohyb jsou koncepty, o nichž v souvislosti s antropologickým výzkumem mluví Marcus. Tato druhá, hlavní, část textu je členěna do tří úseků. První se věnuje těžbě (již nazývám „imobilizující“, podle pojetí globalizace Zygmuntem Baumanem) a jeho hlavní myšlenkou je poukázat na některé problémy, které s sebou těžba nerostných surovin

přináší. Zaměřuji se na konfliktní minerály a na to, jak se vůči nim vymezuje Fairphone. Ve druhém úseku řeším výrobu a vznáším argument, že čínští dělníci jsou v rámci celosvětové dělby práce lokálně znehybnění (mluvím pouze o Číně, protože je to největší světový výrobce elektroniky a i Fairphone zde nechává svůj produkt vyrábět, ale soudím, že tento obraz by se dal vztáhnout i na jiné země s velkým podílem na světové manufaktuře). Kromě teoretického podkladu Baumanových myšlenek se opírám také o *Ekonomicko-filosofické rukopisy* Karla Marxe, v nichž shledávám pro toto téma velmi relevantní *odcizenost* dělníka a práce. Poslední úsek se soustředí na Evropu a ekologickou stopu, kterou Fairphone při svých cestách zanechává. Jelikož v Evropě se nápad na férový smartphone zrodil, je tato část také shrnutím toho, do jaké míry plní své poslání férovosti. Čerpám zde ze studií, které srovnávají „férovost“ či „udržitelnost“ rozličných značek elektroniky. Z nich vyplývá, že Fairphone nemá precedent – ačkoli není přirozeně stoprocentně „férový“, je v porovnání s jinými smartphony nejférovější variantou. O tom vypovídá jak podoba současného modelu Fairphone 2 i podmínky, za kterých vzniká, tak také vůbec praktiky firmy Fairphone – například její velká transparentnost nebo skutečnost, že sdílí s veřejností také neúspěchy a komplikace na cestě za vývojem šetrnějšího telefonu.

## **Představení Fairphonu z různých úhlů: jak se v každém objevuje „férovost“?**

Fenomén Fairphone začneme analyzovat jako jev, který se dá uchopit z různých úhlů pohledu. V každém z hledisek budeme hledat, jak se vztahuje k férovosti, která již z názvu naznačuje hlavní rys tohoto alternativního telefonu, či ideál, k němuž chce dospět.

### **Fairphone – vlastní prezentace**

Otázka po definici toho, *co* Fairphone je, nepřináší jednu konečnou odpověď. Zpočátku pouhá kampaň upozorňující na problematiku etiky v elektronickém průmyslu, která se rozvinula ve společnost se sídlem v Nizozemsku vyrábějící konkrétní produkt – v praktické výrobě telefonů se slova stala činy. Fairphone může být chápán tedy jako firma, která produkuje nějaké zboží, i jako toto zboží samotné či jeho obchodní značka. Fairphone je také prostě iniciativa, je to hnutí dotažené do praxe.



Účel Fairphonu, tak jak se objevuje v jeho vlastní prezentaci světu, je přinést tomuto světu alternativu – „férový telefon“. Ačkoli pojem „fair“ je zde ústřední, Fairphone<sup>2</sup> samotný žádnou přesnou definici konceptu „fair“ nedává. Jak „férovost“ chápe však vyplývá z cílů, které si klade. Na webu (Fairphone 2018 a), kde se iniciativa Fairphone vymezuje a prezentuje hodnoty, kterých se v praxi snaží držet, nalézáme několik klíčových slov. Některá z nich zní: *dopad*, *pozitivní* (často ve spojení „pozitivní dopad“), *příběh*, *stopování*, *změna*, *zodpovědnost*, (*dodavatelské*) *řetězce*, *vztahy*. Čtyři konkrétní cíle, jež má férový telefon ztělesňovat, jsou: dlouhotrvající design, férové materiály, dobré pracovní podmínky, recyklovatelnost. Jde tedy o to, co nejvíce zmenšit negativní *dopad* elektroniky na životní prostředí a zvětšit *pozitivní dopad* na životy lidí, kteří jsou s výrobou elektroniky nějak spojeni – zviditelnit jejich *příběhy*, a zúžit tak propast mezi koncovým produktem a jeho spotřebiteli. O to, *změnit vztah* jak mezi konzumentem a zbožím, tak například mezi uživatelem a výrobcem či konzumujícím člověkem a přírodou, na *vztah* založený na *zodpovědnosti*. *Stopováním* vlastních *dodavatelských řetězců* se postupně přibližuje složitému cíli férovosti. Fairphone nemůže být férový, aniž by se svou férovostí vztahoval – účelem je být zodpovědný vůči svému okolí.

Za povšimnutí stojí také jazyková stránka jména. Fairphone svým názvem spíše než na jakýkoli „telefon“ odkazuje konkrétněji na „smartphone“, vůči němuž platí největší vymezení, ale kterému se chce zároveň nejvíce přiblížit. Ve způsobu výroby se chce odlišit, být „fair“; ve funkcích chce zůstat „smart“ a svým uživatelům poskytnout pokud možno rovnocenné služby jako standardní smartphony, je tedy také „(smart)phone“. Na druhou stranu nahrazení části „smart“ pojmem „fair“ naznačuje priority: nejvyšší metou není být stále „chytřejší“ a výkonnější, ale hledat cestu k férovosti – „fair“ na úkor „smart“.

### **Fairphone jako každodennost – spotřební zboží**

„Buy a phone. Make a difference.“ Tak zní reklamní slogan uvádějící Fairphone na trh, do světa zboží. (Fairphone 2018 b) Nevyzdvihuje se zde žádná výhoda z oblasti výkonnosti, kterou by potenciální spotřebitel čerpal z jeho koupě. Svým spotřebitelským hlasem se každý zákazník podílí na změně, o kterou společnost Fairphone usiluje.

---

<sup>2</sup> Slovo Fairphone je zde použito i v přeneseném významu pro aktéry, lidi, kteří za iniciativou Fairphone stojí.

Firma má vlastní e-shop, kde je zájemcům k dispozici přehled parametrů telefonu, jak je v oblasti online obchodu běžné.<sup>3</sup> V nabídce jsou také v souladu s cílem sníženého dopadu na životní prostředí samostatně prodejné součástky, jako například baterie, displej či reproduktor a mikrofon. Ke každé ze součástí je pro uživatele vytvořen návod, jak ji v telefonu vyměnit, tak aby běžné opravy mohly být prováděny spotřebiteli samostatně. (Fairphone 2018 b) Kamenný obchod s Fairphony jako takový chybí, firma však distribuuje do několika zemí (Francie, Lucembursko, Švýcarsko, Německo a Rakousko), kde lze v některých centrech telefon zakoupit i přímější „offline“ cestou. Nověji přibyla předváděcí služba: ve Spojeném království, Belgii, Nizozemsku, Švýcarsku a Německu si potenciální odběratelé mohou na určených místech Fairphone prohlédnout a případně vyzkoušet, což rozšiřuje možnost bezprostředního kontaktu s produktem před jeho koupí o další tři země. (Fairphone 2018 c, d)

Poslední model byl představen v roce 2015 za kupní cenu 525 €. Fairphone usiluje o transparentnost, a zveřejňuje tedy přehled o složení této ceny (Příloha 1). Po odečtení téměř pětiny za daně získá prodejce 407 € jako částku, se kterou operuje. Většina (340 € – asi 83 % z ceny bez daně, nebo přes 60 % z kupní ceny) připadne na samotnou výrobu telefonu: to zahrnuje materiály, proces výroby součástí, montáž, balení, ale také podporu projektů zaměřujících se na pracovní podmínky (v současnosti například spolupráce s partnery v Číně na zlepšování sociálního zabezpečení jejich pracovníků) nebo životní prostředí (sběr elektronického odpadu v Ghaně či Rwandě). Dalších asi 33 € Fairphone investuje do dalšího vývoje produktu a do projektů s cílem etičtějšího dodavatelského řetězce. Zbytek ceny je pak vynaložen na náklady na chod podniku a marketing (přičemž Fairphone spoléhá na „neformální reklamu“ v rámci sociální interakce a omezuje investice v této oblasti). (Fairphone 2018 e)

V poměru parametry versus cena se Fairphone nemůže poměřovat s konkurencí jiných smartphonů – například Samsung Galaxy S7, jehož cena se nyní<sup>4</sup> pohybuje okolo 13 000 Kč, nabízí za podobnou cenu více uživatelských výhod. Velkou předností Fairphonu z hlediska hardwaru

---

<sup>3</sup> Tuto pro současnou dobu ničím překvapivou informaci zmiňuji, abych podala obraz Fairphonu i jako běžného zboží.

<sup>4</sup> Platné ke dni 16. 11. 2017.

dominující i v recenzích<sup>5</sup> je však jeho modularita – první modulární smartphone umožňuje při poruchách výměnu součástí namísto celého telefonu. Modulární design ale nevyžaduje výrazně vyšší náklady na výrobu oproti jiným smartphonům – vysoká cena je ovlivněna velikostí (resp. nepatrností) firmy Fairphone a jejími prioritami. Opět – Fairphone i jeho odběratel volí „fair“ na úkor „smart“.

Můžeme dále shrnout, že ve vztahu ke svým odběratelům Fairphone jejich volbu „fair“ potvrzuje v těchto oblastech: zveřejněním analýzy ceny telefonu umožňuje celkem detailní přehled o tom, za co a proč potenciální spotřebitel platí. Online tutoriály s návodem, jak vlastní telefon opravit, jsou v souladu s cílem snížit ekologický dopad elektroniky – namísto strategie tlačící konzumenty k rychlému nákupu dalších zařízení je pobízí k opaku.

Na druhou stranu je zde určitá nekonzistence týkající se prvního modelu, Fairphone 1<sup>6</sup>: v červenci 2017 společnost oznámila, že další podpora tohoto modelu pro ni není již udržitelná. To znamená, že vlastníci Fairphonu 1 si již nebudou moci dokoupit rezervní díly a neprobíhají další aktualizace operačního systému. Nabízí se otázka, zda koupě Fairphonu 1 nebyla spíše jakousi investicí do začínající společnosti, která jí pomohla se vůbec jako firma uchytit (na stránkách je uvedeno několik cílů, které se „díky lidem, kteří si Fairphone 1 koupili“, podařilo splnit). Na webu se o majitelích Fairphonu 1 přímo píše jako o průkopnících, kteří „poskytli finanční odrazový můstek, aby se naše firma mohla rozjet“. (Fairphone 2018 f) Nemusí se ale nutně jednat o negativní jev – záleží, jak kupující chápali hlavní účel telefonu: zda jako čistě uživatelské zboží, které má díky modulárnímu složení vydržet „věky“, nebo jako investici do rozvíjejícího se projektu, která umožní krok k širší změně ve férovosti elektronického průmyslu.

## **Fairphone jako materiál – stopa**

Dva ze čtyř hlavních cílů společnosti se přímo týkají životního prostředí. Tvůrcům záleží na tom, aby výrobek po sobě zanechával v okolí stopu co

---

<sup>5</sup> Účelu tohoto tvrzení posloužilo prvních pět recenzí v Google vyhledávači při zadání hesla „Fairphone 2 review“. Za předpokladu, že při čtení recenzí na internetu bude potenciální zájemce postupovat právě od horní – první – směrem dolů, považuji tento počet za dostatečný. Recenze jsou dostupné na: <https://goo.gl/2FcGLX>, <https://goo.gl/iuJjgv>, <https://goo.gl/49jVna>, <https://goo.gl/PkjjFT>, <https://goo.gl/Dpjfne>

<sup>6</sup> Fairphone 1 byl první model Fairphonu, představený v roce 2013. Roku 2015 následoval Fairphone 2 – pojem „Fairphone“ v této práci se týká aktuálního modelu Fairphone 2, pokud není uvedeno jinak.

nejmenší velikosti. Jeho originální modularita má ve světě „spotřební elektroniky“ (ve smyslu elektroniky jako zboží s nízkou životností) produkující tuny elektronického odpadu umožnit, aby telefon naopak vydržel co nejdéle – proto „dlouhotrvající design“. V tomto kontextu činí Fairphone zajímavé gesto: k telefonům nepřidává nabíječku, aby zbytečně nepřispíval k hromadění odpadu – předpokládá, že přebytečných nabíječek je již v oběhu dostatek. (Fairphone 2018 g) Pak je zde přímo otázka recyklace (čtvrtý z cílů definovaných výše). Smartphony jsou vyráběny z desítek druhů materiálu a mnoho z nich – například zlato, stříbro, měď nebo hliník – lze znovu využít. Ročně vzniká v industrializovaných zemích 50 milionů tun elektronického odpadu – tři čtvrtiny jsou pak ilegálně vyváženy do Afriky, Číny či Indie, kde obrovské skládky s toxickými látkami ohrožují zdraví místních lidí a přírodu (Good Electronics 2018 a). Fairphone spolupracuje se dvěma partnery, *Closing the Loop* a *Recell Ghana*, a z prodeje férových telefonů přispívá na jejich projekty sběru a vývozu elektronického odpadu z Ugandy a Rwandy (v minulosti také z Ghany). Vyvezený odpad je pak recyklován v Belgii a jeho zpracováním vzniká materiál k dalšímu použití. (Fairphone 2018 h)

Fairphone definoval v praxi několik kritérií a s nimi spojených překážek, rozhodujících o tom, u kterého z 38 prvků, které používá pro výrobu smartphonu, je smysluplné se zaměřovat na další úsilí v oblasti recyklace. (Fairphone 2018 i, *The Dragonfly Initiative* a) Například nemusí být dostupná technologie či finanční prostředky na recyklování některých prvků; dále je zde problém množství – současný trend miniaturizace hardwaru elektroniky může vést k tomu, že k získání dostatečného množství kýženého prvku by bylo potřeba posbírat nepoměrně mnoho elektronického odpadu. K tomu se přidává nutnost finanční odměny těm, kteří odpad sbírají, plus ne vždy fungující infrastruktura v dané zemi, čili problémy s vývozem již nasbíraného odpadu. Otázka vyčerpatelnosti zásob prvku je dalším kritériem rozhodujícím o tom, kterým prvkům má Fairphone dát při recyklaci přednost. Poměřením a spojením s dalšími indikátory týkajícími se znečišťování životního prostředí, vlivu na zdraví, asociací prvku s konfliktem atd. vznikl seznam deseti prioritních prvků. (Fairphone 2018 j, *The Dragonfly Initiative* b) Problémy spojené s těmito deseti materiály podle expertů z Fairphone nejvíce volají po změně. V současnosti se činnost Fairphone v této oblasti pohybuje spíše na úrovni výzkumů a hledání cest, jak dále čelit použití problematických materiálů.

Ekologické stopě věnuje Fairphone pozornost i na úrovni balení a dopravy konečného produktu. Zájemce má možnost z webu zjistit, za jakých podmínek doprava a balení zakoupeného zboží probíhá: telefony ve své konečné podobě jsou v balících po více kusech zasílány z Číny do Nizozemí (letecky je posílána jen nezbytná část, zbytek, jako například příbalové letáky, se tisknou přímo v Nizozemsku, aby nemusely v letadlech překonávat dlouhé vzdálenosti). Zde jsou individuálně zabaleny do recyklovatelné a rozložitelné pěny z přírodních materiálů a distribuovány spotřebitelům, přičemž Fairphone podporuje iniciativu zaměřující se na dopravu se sníženými emisemi *GoGreen*. (Fairphone 2018 k)

Jak již bylo naznačeno, ve vztahu k ekologické stopě podnikl Fairphone některé konkrétní kroky k jejímu zjemnění a větší férovosti v této oblasti (modularita, snížená letecká přeprava, recyklovatelný obal). Další iniciativa probíhá zatím ve výzkumech, jak a kde šetrnost k životnímu prostředí dále realizovat – teorie „férovosti“ zde zatím nedošla zcela do praxe.

### **Fairphone jako právnická osoba – firma**

Nezávislou korporací se Fairphone stal v roce 2013 a zatím prodal přes 135 000 telefonů<sup>7</sup>. Prezentace firmy světu budí dojem, že ladění firmy v sobě nese známky hnutí či mise, kterými začínala – jsou jimi například častý důraz na komunitu, „optimismus“, „otevřenost“, spolupráci, odhodlanost; vystupuje spíše rovnostářsky než jako podnik řízený hierarchicky<sup>8</sup>(příkladem může být odkazování ke všem členům týmu stejně jako k výkonnému řediteli<sup>9</sup>jejich křestním jménem). Fairphone je „sociální podnik“ a jako takový se v roce 2015 stal členem skupiny certifikovaných *B Corporations* sdružující korporace, které usilují o řešení sociálních a environmentálních problémů (B Corporations 2018).

Jako subjekt jednající na trhu má Fairphone dva velké, vzájemně spojené cíle – rozšířit trh o férovější elektroniku a zvýšit vlastní dopad na elektronický sektor. Konkrétnější ambice definované k začátku roku 2017 jsou soustředěny na dvě oblasti: získat více kapitálu (tzn. hledat nové sponzory a investory, jelikož pouhé příjmy z prodeje telefonů nejsou pro realizaci cílů

---

<sup>7</sup> K datu 27. 09. 2017 podle <https://goo.gl/FZdWVj>. Poptávka převyšuje nabídku a zásoby Fairphone nepostačily k pokrytí zvyšující se poptávky.

<sup>8</sup> Toto tvrzení vyplývá pouze ze subjektivního dojmu z analýzy webu a blogu Fairphone, není podloženo žádným konkrétním výzkumem či přímou zkušeností.

<sup>9</sup> Zakladatelem a výkonným ředitelem (anglicky CEO) firmy Fairphone je Bas van Abel.

růstu dostatečné) a posílit organizační rovinu společnosti (tzn. rozšířit tým o nové pracovní pozice). (Fairphone 2018 l) Na podzim 2017 získal ambiciózní cíl učinit zodpovědný elektronický sektor „mainstreamem“ oporu v konkrétním, materiálním kroku: platformy GoodElectronics a SustainableBrands přinesly zprávu o tom, že Fairphone bude investovat 6,5 milionů eur do rozšíření svého pole působnosti v elektronickém průmyslu (GoodElectronics 2018 b, SustainableBrands 2018). Tím bude moci pružněji reagovat na rostoucí poptávku po férovější elektronice zvýšením produkce a distribuce po Evropě<sup>10</sup>, čímž může získat větší vliv na svůj dodavatelský řetězec a přístup k četnějším příležitostem na opatření férových materiálů. Investice se týká rovněž dlouhotrvajícího designu, pracovních podmínek a nových možností v recyklaci. Obecněji to znamená krok k většímu dopadu na elektronický trh.

Právnícká osoba Fairphone tedy manifestuje své úsilí o změnu a větší férovost symbolickým sdružením s jinými aktéry stejné kategorie (korporacemi), kteří se nějakou formou snaží přispět k sociálnímu a environmentálnímu zlepšení. Nedávnou investicí také podnikla praktický krok slibující dostání nebo přinejmenším přiblížení se cílům férové elektroniky.

### **Fairphone jako jinakost**

Definovat tento aspekt Fairphonu znamená spíše shrnout předchozí úhly, jelikož jinakost rezonuje přímo v centru jeho aktivit. Objeví-li se Fairphone na půdě mediálních článků, reportáží, recenzí či platforem, je prezentován ve shodě s jeho vlastním posláním vždy jako *alternativa* k mainstreamu v elektronickém průmyslu.

Podle Arjuna Appaduraie (1986: 13–16) mají všechny věci potenciál stát se v určité situaci komoditami – součástí „komoditní situace“ jsou kritéria, která rozhodují o směnitelnosti věci. Zde se mimo jiné rozlišuje mezi komoditou „homogenní“ a „jedinečnou“. Zatímco určitá věc vstupuje na pole směnitelnosti proto, že odpovídá obecné charakteristice nějaké třídy, tedy je homogenní (hodnota měděného drátu pro určitý průmysl je v tom, že je nerozeznatelný od ostatních měděných drátů ve své třídě), jiná dosáhne stavu komodity právě proto, že se v rámci své třídy odlišuje, je jedinečnou.

---

<sup>10</sup> Fairphone zatím distribuuje pouze do evropských zemí.

Fairphone má potenciál dostat se do komoditního stavu právě na základě odlišnosti – jinakosti.

Namísto snahy o apriorní a detailní analýzu celého svého dodavatelského řetězce – složitou teorii – investuje Fairphone energii rovnou do praxe, kde může a cílí něco změnit: při samotném procesu tvorby telefonu zároveň získává postupné porozumění komplexnímu systému, v němž se tato výroba pohybuje a na nějž chce Fairphone svými odlišujícími se postupy působit. Mapování řetězců a trajektorií telefonu je pak záležitost a posteriori. Jeho jméno může evokovat *fair trade*, jehož ale Fairphone není součástí. Při vědomí, že na jeho cestě k „férovosti“ je ještě potenciál teprve čekající na využití, netvrdí, že je „stoprocentně fér“, ale přiznává, že splnění vytyčených cílů je proces, při němž je třeba stále zvedat laťku.

Fairphone je jinakostí, která usiluje jinakostí nebýt. Ideální stav, skrývající se za sebe-prezentací celé mise, je takový, kdy se z Fairphonu-jinakosti stává Fairphone-každodennost. Svou odlišností totiž Fairphone upozorňuje na zobecněné jediné: že by jiný být neměl. Jeho úsilí je orientováno tak, aby se jeho vlastní priority staly v elektronickém sektoru standardem. V takovém „posunu paradigmatu“<sup>11</sup> by Fairphone ztratil svůj status výjimečnosti a zapadl do všeobecné běžnosti. Svět podle jeho ideálů by byl asi ten, ve kterém by označení produktů jako „férový“, „etický“ či „fair trade“ ztrácelo význam, protože tyto vlastnosti by byly normou.

---

<sup>11</sup> V orig. *paradigm shift* – termín zavedl Thomas Samuel Kuhn.

## **Globalizovaná ekonomika, mobilita a mapa cest**

### **Fairphonu**

*Globalizace není to, co si přejeme dělat, ale to, co se nám všem děje* (Bauman 1998: 60). Spojit na jedné straně Baumanovo pojetí globalizace jako určité síly, která je poháněna spíše již sama sebou, než kontrolována konkrétními lidmi, a jež své aktéry přesahuje, a trajektorie Fairphonu na straně druhé, je záměrem této kapitoly. Základní osou je tedy popis Fairphonu jako produktu globalizace. Na mapě cesty Fairphonu – od nerostných surovin po samotný produkt – se pokouším vykonstruovat symboliku, v níž propojuji Baumanovu koncepci mobility v globalizovaném světě a „férovost“ v elektronickém průmyslu. Jedná se opravdu spíše o konstrukci ze zorného pole „výzkumníka“, která si nenárokují „objektivní“ platnost. Následuje nejprve vymezení některých pojmů, které jsou pro prezentaci tématu potřebné.

#### **Mapa zdrojů**

Fairphone vytvořil skrze software *Sourcemap Inc.* mapu, která zobrazuje všechny části jeho dodavatelského řetězce, jež mu jsou doposud známé. Na této interaktivní mapě jsou umístěny názvy a adresy (pokud jsou dostupné) všech firem, které se na dodavatelském řetězci nějak podílí. Jsou to za prvé dodavatelé všech dílků, které se postupným spojováním a závěrečnou montáží stávají férovým telefonem. Za druhé se jedná i o poskytovatele služeb, kteří nějak v dodavatelském řetězci figurují, například dopravce. Dále jsou zde zakresleny společnosti, kde probíhá zpracování různých surovin, jako je přeměna tantalu na prášek, zpracování zlata, atd. Najdeme tam i doly (pokud jsou známé), v nichž se získávají nerostné suroviny potřebné k výrobě Fairphonu. Mapa znázorňuje současně trajektorie pohybu každého dílku po světě, jeho putování mezi různými dodavateli až ke své konečné podobě posílané do sídla Fairphonu v Nizozemí. Tuto „mapu zdrojů“ dává Fairphone veřejnosti k dispozici. (Fairphone 2018 m)

#### **Překonání prostoru pohybem – „nekontrolovatelnost“ kapitálu**

Globalizovaný svět je charakterizován zvyšující se rychlostí, kterou se (některé) jeho „objekty“ pohybují. Následkem je transformováno pojetí fyzického prostoru a omezení, jímž dříve byly vzdálenosti mezi státy a kontinenty, pozbývá platnosti. Kapitál se pohybuje rychlostí elektrického signálu kolem glóbu, jehož rozprostraněnost jako by byla totálně zrušena –



místo časoprostoru jako hlavního rysu globálních transakcí nabývá globalizací na důležitosti pohyb, neboť právě rychlostí se fyzické vzdálenosti, a s nimi časová omezení, překonávají. Rychlost pohybu kapitálu způsobuje, že je permanentně „o krok napřed“ před každým politickým uspořádáním<sup>12</sup> (tedy jednotkou vázanou na teritorium), které by se pokusilo jeho tok regulovat. Kapitál je tak v podstatě oproštěn od omezení teritoriem, ve kterém vznikl, ke kterému směřuje či přes které prochází – globalizovaný trh je nezávislý na prostoru. Obecněji se záležitosti světa nedají shrnout jediným tématem, mají neurčitý, nezvladatelný charakter, jsou roztržité, protože je nepoutá „gravitace“. (Bauman 1998: 58)

Podíváme-li se na mapu vytvořenou Fairphonem (Fairphone 2018 m) uvádějící všechny dosud vystopované aktéry, kteří se podílí na vzniku férového telefonu, stojí za povšimnutí skutečnost, že mapa, ačkoli velmi podrobná, je *neúplná*. Z alespoň 38 surových materiálů (prvků) obsažených ve smartphonu je v mapě zakreslena těžba pouze čtyř, přestože si Fairphone přímo klade jako jeden ze čtyř cílů „férové materiály“, tedy materiály, u nichž je minimálně známý původ, aby bylo dále možné pracovat na jejich větší férovosti. Právě u materiálů umístěných na mapu – cínu, tantalu, wolframu a zlata – garantuje Fairphone jejich „férovost“, tedy to, že jejich získávání je transparentní, za důstojných mezd a podmínek práce a nefinancuje ozbrojený konflikt. (Fairphone 2018 n)

Figurování dodavatelů na mapě „neznamená, že tito výrobci jsou férovější než jejich konkurence, nebo že je Fairphone s těmito společnostmi v přímém vztahu a má vliv na praktiky, jež používají při obchodování.“ (Fairphone 2018 m) To znamená, že garance férovosti není nutnou podmínkou pro umístění oněch čtyř surových materiálů na mapu – podmínkou je prostě skutečnost, zda je možné jejich původ *vůbec vystopovat*. Bez přesného vysledování prvku až k místě jeho těžby je nemožné podnikat další kroky směrem ke zlepšování podmínek s touto těžbou spojených. Tento prostý předpoklad ale v realitě naráží na problém: přesná poloha těžby ostatních materiálů zatím zjištěna nebyla. Neboli: kapitál je o krok napřed před teritoriem – nezávislý na místě, kde vznikl.

Absence pevných vazeb k místu, a tedy také okolnostem, za kterých kapitál vznikl – v tomto případě „kapitál“ označuje surové materiály potřebné

---

<sup>12</sup> V orig. *polity*.

k výrobě telefonu – ukazuje na paradox: těsně propojený, globalizovaný svět, kde je ale těžké najít hmatatelné *spojky, kterými* je propojen. Dodavatelské řetězce nejsou složeny z po sobě jdoucích, jasných článků, ale jsou spíše vzdušnými čarami, jejichž počátek, průběh či konec je složité dohledat. Vypovídající je již samotná skutečnost, že firmy včetně Fairphonu své dodavatelské řetězce *dohledávají*, tedy je *stopují*, než že by je *budovali* – světový trh jako by opravdu byl silou přesahující jednotlivce. Druhou stranou těsné globální propojenosti je tedy neexistence nebo malá míra vztahů napříč řetězci. Skutečnost, že není pro Fairphone jednoduché najít původ všech svých materiálů (dát je do jasného kontextu teritoria) také koresponduje s Baumanem zmíněnou teorií komprese prostoru: stlačený prostor ani nedává místo pro vzájemné vazby, právě proto, že vzdálenosti v něm vlastně neexistují, jsou stlačeny na minimum. Teritorium ztrácí v globalizovaném trhu oproti pohybu něco ze svéprávnosti.

Fairphone je společnost, mezi jejímiž hlavními prioritami je zmapování a znalost svého dodavatelského řetězce – přesto je zatím vytvořená mapa ještě nedokončená, což Fairphone otevřeně doznává a postupně přidává aktualizace. Tímto nedemonstruji „netransparentnost“ či „nedůvěryhodnost“ firmy, ale skutečnost, že již pouhá znalost všech článků, které tvoří vlastní dodavatelský řetězec – první předpoklad pro práci na férovosti komponentů – představuje v globalizovaném světě ne navzdory, ale kvůli globalizaci výzvu.

### ***Globální mobilita***

Globalizovaný svět se bez přestání hýbe – a podle stupně mobility je také globalizovaná konzumní společnost stratifikována. V uspořádání stratifikovaném podle mobility záleží na tom, do jaké míry má jedinec svobodu vybírat si místo svého pobytu, tedy do jaké míry je mobilní – toto, dle Baumana nejzásadnější stratifikační kritérium, rozhoduje o rozdílu mezi „vysoko“ a „nízko“ postavenými v globalizované společnosti. Přístup ke globální mobilitě je přístupem k možnostem. (Bauman 1998: 86–87)

Bauman (1998: 77) rozlišuje dva typy lidí v závislosti na globálním pohybu: „turisty“ a „tuláky“<sup>13</sup>. Turista se pohybuje, protože chce, svět mu nabízí nepřeborné množství zajímavostí, příležitostí, zážitků, práce – není důvod, proč by turista necestoval, když je mu celý svět otevřený a dává mu k ruce

---

<sup>13</sup> V orig. *tourists and vagabonds*.

moderní technologie. Turista je *návštěvník*, má domov všude a nikde a kam přijde, je vítán. Je vysoce mobilní a shledává svět ve svém globálním dosahu přitažlivým. Tulák se pohybuje spíše proto, že svět kolem něj je v pohybu – okolnosti způsobují, že se tulák *musí* rozpohybovat. Tulákovi je svět uzavřený a jeho cestování – pokud se nějaké koná – nedobrovolné. Tulákova cesta je útekem před podmínkami, které ho donutily odejít, a hledáním lepšího místa. Na rozdíl od turisty mu ale svět nenabízí lákavé možnosti uplatnění a senzací, ale je zdrojem nejistoty – svět jím hýbe. Tulák byl z domova vyhnán a hledá nový, ale zůstává *cizincem*. Kam přijde, je nahlížen s podezřením a zpoza zavřených dveří. Zatímco pro potřeby turisty jsou rušeny pasové kontroly, naproti tulákovi jsou stavěny zdi. Tulák je imobilní, svět má pro něj lokální rozsah. (Bauman 1998: 89)

## **Těžba a globalizace**

Fairphone začíná svou cestu těžbou nerostných surovin – na jeho výrobu je jich potřeba asi 38, ale jak již bylo zmíněno, mapa spolehlivě dokládá těžbu pouze čtyř – cínu, tantalu, wolframu a zlata. Doly na tři z nich (cín, tantal, wolfram) najdeme na africkém kontinentu – ve Rwandě a Kongu, zlato pak pochází z Peru. Sektor těžby obecně je spojen s problémy, jako například environmentální zatížení, tvrdé pracovní podmínky, fyzická a toxická zátěž podepisující se na zdraví dělníků. Tyto čtyři prvky jsou ale navíc ještě klasifikovány jako „konfliktní“. Zákon přijatý v USA roku 2010 a účinný od roku 2012, *Dodd-Frank Act*, definuje minerál jako konfliktní, pokud zisk z jeho těžby napomáhá financovat ozbrojený konflikt v Demokratické republice Kongo a sousedních zemích<sup>14</sup>, což se vztahuje pouze na tyto čtyři minerály. (Security and Exchange Commission 2018)

Z analýzy surovin provedené Fairphonem (Fairphone 2018 j) vyplývá, že těžbu zlata, cínu, tantalu a wolframu spojuje několik problematických témat<sup>15</sup>: vážná zdravotní a bezpečnostní rizika, kontaminace životního prostředí toxickými látkami, dětská nebo nucená práce, zneužívání, odlesňování nebo jiná forma radikálního zásahu do krajiny, konflikt místních komunit s korporacemi či jejich nucené přesídlení kvůli těžbě. V tomto

---

<sup>14</sup> Neboli doly jsou kontrolovány ozbrojenými skupinami a příjmy z těžby minerálů končí v rukou těchto skupin. Jestliže se nějaký ze zmíněných konfliktních minerálů objeví v jakémkoli produktu a pochází z Demokratické republiky Kongo či sousední země (například Rwanda), znamená to, že firma, jež ho vyrábí, se nepřímo podílí na financování ozbrojeného konfliktu v zemi.

<sup>15</sup> Následující výčet je průřez tématy týkajícími se různých zemí, v nichž probíhá těžba těchto čtyř surovin, tedy zdaleka ne pouze Rwandy, Demokratické republiky Kongo a Peru, odkud pocházejí minerály používané Fairphonem.

kontextu se vracím k Baumanovu pojetí prostoru a pohybu ve světle globalizace: překonání prostoru dává nový rozměr kapitálu a finančním transakcím – kapitál je globální, abstraktní a cestuje elektronicky. Nemateriální povaha kapitálu ale neznamená, že jeho neustálé cestování za sebou v prostoru nic nezanechává. Globální, „odlehčená“ mobilita vytváří lokální, „bolestivě hmatatelné“ stopy (Bauman 1998: 75). Komunity řemeslných dělníků či místních obyvatel oproti přesile korporací bychom mohli nazvat oněmi „tuláky“.

### **Konfliktní minerály v Demokratické republice Kongo – příklad „imobilizující těžby“**

Tato podkapitola se blíže zaměřuje na minerály financující konflikt v DRK a jejím účelem je dát jeden příklad „imobilizující těžby“ – těžby nerostných surovin, která pro místní obyvatele představuje přítěž namísto benefitu. Řečeno na pozadí Baumanova pojetí globalizace tvrdím, že místní lidé jsou „tuláci“, kteří pociťují účinky globalizace nikoli jako fenoménu zjednodušujícího komunikaci, podnikání, cestování – „propojenost světa“ – ale jako jev umožňující nadnárodním koncernům a místním ozbrojeným skupinám zneužívat peněz z *lokálního* bohatství. *Globální* koncový produkt surovin vytěžených za těžkých lokálních podmínek je špičková elektronika, která slouží „turistům“ nejen jako jeden z prostředků právě oné „světové propojenosti“, jež je s globalizací spojována, ale přímo globalizační procesy popohánějí.

Kongo disponuje obrovským bohatstvím na nerostné suroviny a čtyři zásadní byly, jak již bylo řečeno, označeny za „konfliktní“: zlato, cín, tantal a wolfram. Zisk z exportu těchto surovin ale nerozvíjí zemi ani na regionální ani na státní úrovni (například zdravotnictví i vzdělávací systém jsou v rozkladu), ale končí u ozbrojených skupin a nadnárodních korporací. (GoodElectronics 2018 h) Finance z těžby minerálů nejsou pro válčící skupiny jediným zdrojem, ale jsou tím nejvýnosnějším. Následkem ozbrojeného konfliktu<sup>16</sup> je velká místní chudoba, smrt milionů lidí a vysídlení mnoha dalších, nemoci, problém dětských vojáků – konžský konflikt je jeden z největších v obětech na životech od druhé světové války. (Enough Project 2017) Pro lokálně imobilní obyvatele Konga – tuláky – je to svět, který jimi

---

<sup>16</sup> V roce 2003 byl formálně vyhlášen konec konžské války, ale oblast je stále nestabilní. (BBC 2018 a, Enough Project 2017)

pohybuje: zářným příkladem jsou lidé vysídlení v průběhu konfliktu, kteří se dávají do pohybu, protože kvůli podmínkám musí.

Dodd-Frank Act byl přijat jako opatření s cílem omezit propojenost elektronického průmyslu s násilím v Kongu a okolí pomocí větší transparentnosti dodavatelských řetězců. Podle tohoto zákona musí nyní všechny firmy, které na území USA obchodují a jejichž produkty obsahují kterýkoli z konfliktních minerálů, každoročně zveřejňovat původ minerálu, a pokud pochází z Konga či okolí, popsat, jak společnost zajišťuje, že nákupem minerálu nepodporuje ozbrojený konflikt a jiné trestné činy. Zákon neukládá korporacím odejít z Konga nebo získávat minerály z nekonfliktních dolů, pouze vyžaduje transparentnost. V souladu s cílem zákona došlo ohledně konfliktních minerálů ke značnému zlepšení v transparentnosti dodavatelských řetězců a úbytku „konfliktních dolů“ ve východním Kongu. Před zavedením Dodd-Frank Act neexistoval spolehlivý způsob, jak rozlišit konfliktní doly (ovládané ozbrojenými skupinami nebo konžskou armádou) a doly „nekonfliktní“. Následkem reformy spojené s Dodd-Frank Act vznikl trh, kde cena cínu, tantalu a wolframu je mnohem nižší, není-li možné dohledat jejich původ, než cena těchto minerálů certifikovaných jako „nekonfliktní“. To znamená, že obchod s cínem, tantalem a wolframem se stal pro ozbrojené skupiny méně lukrativním. (Enough Project 2017) V roce 2010 byly téměř všechny doly na cín, tantal a wolfram ve východním Kongu kontrolovány ozbrojenými skupinami, nyní jsou zde téměř tři čtvrtiny dolů certifikované. (BBC 2018 b) Zlato podle zprávy Rady bezpečnosti OSN z roku 2016 (U.N. Security Council 2018) zůstává pro ozbrojence nejvýnosnějším zdrojem a chybí fungující systém, který by zajišťoval dohledání jeho původu.<sup>17</sup>

Na konfliktu v Demokratické republice Kongo vidím konkrétní projev toho, co Bauman označuje za odlehčený kapitál, nezávislý na teritoriu, zanechávající ony reálné, hmatatelné stopy. (Bauman 1998: 75) Kromě tantalu, jehož těžba v DRK a sousední Rwandě tvoří dohromady 70 % z celkové světové těžby (Fairphone 2018 j), je v globálním měřítku procento cínu, wolframu i zlata pocházejícího z DRK a okolí malé (ibid.). Toto –

---

<sup>17</sup> Tomu odpovídá i rozdíl v původu nekonfliktních minerálů používaných Fairphonem – zatímco certifikovaný cín, tantal a wolfram získává Fairphone z Demokratické republiky Kongo a Rwandy, což dokládá, že je možné nakupovat nekonfliktní materiály z oblasti konfliktu, certifikované zlato musí opatřit jiným způsobem, a to „oklikou“ přes Peru ve spolupráci s certifikací Fairtrade (viz podkapitola „Role dodavatele třetího stupně v zajišťování férového zlata“).

v tabulkách srovnávajících globální těžbu – zanedbatelné množství vytěženého konžského (nebo okolního) cínu, tantalu a zlata má ale drastické lokální účinky. Kapitál (zde tedy suroviny), jehož původ před rokem 2012 ani nebylo možné vystopovat a i v současnosti trvají výzvy s tím spojené, je nezávislý na teritoriu. Jeho lokalita ale hraje stěžejní roli pro lidi, kteří v místě jeho vzniku žijí – netýká se jich koncový produkt (například smartphone), zaměřený na „turisty“, ale těžba jako velmi důležitý aspekt konfliktu, jenž zásadně působí na jejich životy. V tomto smyslu mluvím o imobilizující těžbě, která pro místní znamená „uvíznutí“ v lokalitě. „Bohatství je globální, strádání je lokální.“ (Bauman 1998: 74) A tato lokalizace určitých lidí je dle Baumana (který zde navazuje na Rolanda Robertsona) druhou polovinou globalizace. (Bauman 1998: 69–75)

### **Fairphone – nekonfliktní varianty všech konfliktních minerálů: dodavatelský řetězec wolframu**

Fairphone začínal jako kampaň upozorňující právě na konfliktní minerály a násilí spojené s jejich těžbou v DRK. (Fairphone 2018 o) Dalo by se tedy říci, že cíl férovější těžby surovin byl první ze všech aspektů férovosti, ve kterých se nyní Fairphone angažuje. První model, Fairphone 1, obsahoval dva nekonfliktní minerály (cín a tantal) – oba pocházejí z certifikovaných dolů přímo v problematické části DRK (Jižní Kivu a Katanga). (Fairphone 2018 p) Současný model zahrnuje ve svém dodavatelském řetězci již všechny čtyři nekonfliktní varianty konfliktních minerálů. Ve výzkumu provedeném v roce 2016 serverem RankaBrand (Rank a brand 2018) Fairphone jako jediná značka jasně prokázal nekonfliktní původ cínu a tantalu a také podíl nekonfliktního Fairtrade zlata, které používá na tištěné plošné spoje (viz podkapitola *Role dodavatele třetího stupně v zajištění férového zlata*). Od té doby do svého dodavatelského řetězce zahrnul také nekonfliktní wolfram. Právě na získávání tohoto minerálu se zde zaměřím, protože nekonfliktní wolfram je v řetězci nejnovější.

Nekonfliktní wolfram integruje Fairphone do svého smartphonu od června 2016. Minerál pochází z dolu New Bugarama Mining Company (NBM) ve Rwandě, který zaměstnává v závislosti na poptávce mezi 700 až 1200 místních dělníků. (Fairphone 2018 n) Důl je částečně industrializovaný, což zvyšuje produktivitu a příjmy pracovníků, a firma NBM má dostatečný zisk, aby mohla investovat například do lepších podmínek bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (kompletní ochranné uniformy pro všechny, vybudování

toalet), prevence dětské práce či do větší zodpovědnosti vůči životnímu prostředí. Pravidelné audity v dolu NBM mají zajistit transparentnost všech operací a vyloučit možnost nějaké „trhliny“, jež by mohla vést k financování ozbrojených skupin. (Fairphone 2018 q)

Vytěžený wolfram putuje dále do rakouské tavicího závodu Wolfram Bergbau und Hütten (WBH), která úspěšně prošla auditem zkoumajícím „nekonfliktnost“. WBH tím pádem garantuje, že wolfram, který zpracovává, pochází z nekonfliktních dolů. Jedním z důsledků Dodd-Frank Act byl úplný odklon mnoha firem z problematických oblastí (DRK, Rwanda) – i tavicího závod WBH byla pod tlakem svých obchodních partnerů nucena stáhnout se na čas z Afriky, a musela tak přestat spolupracovat s rwandským dolem NBM, přestože je certifikovaný jako nekonfliktní. Následkem přerušeno kontaktu měl NBM nízký odbyt a tamní dělníci ztratili práci a příjmy. Podporovat komunitu rwandských pracovníků byl společný zájem jak Fairphonu, tak rakouské WBH. Partnerstvím Fairphonu a WBH se tedy spojuje cíl WBH obnovit obchodní styky se Rwandou a ambice Fairphonu používat pro výrobu nekonfliktní wolfram. (Fairphone 2018 q, Fairphone 2018 r)

Zpracovaná surovina míří z Rakouska do Číny, kde se z ní vyrábí mechanismus, který působí, že telefon vibruje. V konečné montáži (rovněž v Číně) je pak nekonfliktní wolfram integrován do Fairphonu. (Fairphone 2018 n)

### **Shrnutí – Fairphone a těžba**

Ve vztahu k otázce, jakou podobu na sebe bere férovost Fairphonu v globalizovaném světě, demonstruje tato podkapitola snahu Fairphonu čelit „imobilizující těžbě“ a učinit její aktéry mobilnějšími – svým praktickým působením se snaží dávat iniciativa Fairphone hlas dělníkům stojícím přímo u počátku dodavatelského řetězce, kteří – jak tvrdím – představují skupinu, jež je zranitelná globalizačními procesy. Partnerstvím s New Bugarama Mining Company pomáhá Fairphone zajistit práci, větší bezpečnost a sociální zajištění lidem žijícím v konfliktní oblasti, aniž by finance z přírodního bohatství Rwandy unikaly do rukou ozbrojených skupin.

Transparentní a dohledatelný dodavatelský řetězec se ale týká zatím „jen“ čtyř minerálů, jejichž způsob získávání nejnápadněji volal po změně, neboť byly právně definovány jako minerály podporující konflikt. U zbývajících prvků, z nichž se smartphone skládá, zatím Fairphone hledá cesty, jak zvětšit

jejich férovost (vůči lidem i životnímu prostředí – viz *Fairphone jako materiál – stopa*) a zároveň transparentnost jejich dodavatelského řetězce. Skutečnost, že i pro Fairphone jako iniciativu, která má přímo za cíl mít co nejtransparentnější dodavatelský řetězec jednotlivých surovin, je dohledat souvislosti v těchto řetězcích velmi složité, přisuzuji paradoxní absenci pevných vazeb v těsně propojeném globalizovaném světě. Fairphone tak může být charakterizován jako „férový“ proto, že již samotná snaha o nalezení všech jeho primárních zdrojů a stop, jež za sebou zanechávají, je tváří v tvář globalizaci výzvou.

### **Výrobní fáze a globalizace**

Od těžby nerostných surovin z Afriky a Peru (mluvíme tedy o těch, jejichž původ může Fairphone s jistotou a transparentností doložit) se těžiště vznikání férového smartphonu posouvá do Asie – zde probíhá konečná montáž, ale i výroba naprosté většiny součástek. Součástky vyrobené jinými dodavateli – v USA či Evropě – se na své cestě Asie i tak dotknou, minimálně Číny, kde telefon nabývá své konkrétní a finální podoby, ale dodavatelská síť je tak propletená, že často na jedné dílčí součástce pracuje několik dodavatelů z různých zemí. Například pouzdro na telefon vzniká tak, že postranní výběžky na tlačítka jsou vyráběné v Německu a odtud putují do čínské firmy, která vyrábí zbytek onoho krytu; integrovaný obvod vzniká ve čtyřech zemích a v rámci těchto zemí ještě na různých místech, atd. Na Fairphonu v jeho výsledné podobě se podílí desítky dodavatelů z téměř všech kontinentů. (Fairphone 2018 m) Mezi nimi existuje taková propojenost a díly kolují po tak početných trajektoriích, že navrhuji nahlížet je spíše jako dodavatelský *glomus*, klubko, než dodavatelský *řetězec*, který implikuje uspořádané a jasné řazení.<sup>18</sup> Vracíme se k myšlence, že to není tvůrce – Fairphone nebo jiná značka – kdo přesně určuje všechny své dodavatele, ale zpětně „rozmotává“ vztahy „glomů“, a teprve poté má možnost postupně zavádět změny a na tyto dodavatele působit.

Kromě mapy uveřejnil Fairphone také jmenný seznam všech jemu doposud známých firem figurujících mezi jeho dodavateli. (Fairphone 2018 s) Dodavatelské řetězce v elektronickém odvětví jsou rozděleny do komplexních a často nejasných úrovní či „pater“<sup>19</sup>. Tyto úrovně

---

<sup>18</sup> Nicméně pojem „dodatelský řetězec“ je zavedeným termínem, a bude v této práci tedy i nadále používán.

<sup>19</sup> V orig. *tiers*.



odstupňované podle přímosti ve vztahu k zadávající firmě (v našem případě Fairphone) od prvního do čtvrtého patra. Ve Fairphonem uveřejněném seznamu se dodavatelé dělí do úrovní z pohledu finální montáže – to znamená, že dodavatel, který dává dohromady koncový produkt (samotný telefon), patří do první úrovně. Tento dodavatel má své dodavatele součástek (úroveň dvě), kteří mají zase své (úroveň tři) a těm opět součástky dodávají jiní partneři (úroveň čtyři). Fairphonem sestavený seznam zahrnuje první tři úrovně. Fairphone spolupracuje s jedním výrobcem na první úrovni (firma Hi-P) a podařilo se mu zmapovat i celou druhou úroveň, zatímco stále pracuje na podrobnějším přehledu úrovně třetí a čtvrté, ačkoli s některými firmami ze třetí vrstvy již seznam dodavatelů počítá.

### **Férovost dodavatelů (Asie)**

U jedenácti dodavatelů uvádí Fairphone symbol, který značí, že se s tímto partnerem podílí na nějaké specifické iniciativě, jejímž cílem jsou zlepšení v jeho dodavatelském řetězci, jako jsou zabezpečení pracovníků či práce s férovými materiály. (Fairphone 2018 s) Následuje výběr několika dodavatelů a zmínka o způsobu, jakým se angažují ve větší férovosti.

#### ***Hi-P***

Prvním vybraným subjektem je singapurská firma Hi-P – jediný zástupce první, nejpřímější linie v dodavatelském řetězci Fairphonu. Zaměstnává na patnáct tisíc lidí v patnácti filiálkách. Pro Fairphone vyhotovuje jeho čínská pobočka konečnou kompletaci telefonu – „Hi-P“ zde odkazuje právě k této konkrétní pobočce v Suzhou na východě Číny. (Fairphone 2018 t)

K vyhodnocování oblastí, ve kterých by u dodavatelů bylo žádoucí zlepšení – týkající se sociální stopy – využívá Fairphone posudků od společnosti TAOS (Training, Auditing, Organization, Systems), která působí v Číně a snaží se dosáhnout větší sociální zodpovědnosti u firem, které navštěvuje. Na základě takových vyhodnocení pak Fairphone rozvíjí s lidmi, kteří se na jeho výrobě podílí, programy s vizí tyto pracovníky více podpořit. (Fairphone 2018 u)

V dubnu 2015 vyhotovila TAOS pro Fairphone posudek firmy Hi-P v oblasti pracovních podmínek jejích zaměstnanců. Závěrečná zpráva celkově vyznívá příznivě ve prospěch Hi-P, přičemž byly navrženy některé oblasti žádající si zlepšení (například pracovní doba, některé body bezpečnosti práce, pracovní agentury jako bariéra v pracovním poměru mezi zaměstnavatelem Hi-P a

zaměstnancem, kterého vlastně zaměstnává agentura a nikoli přímo Hi-P). Následně vytvořil Fairphone na podporu tamních zaměstnanců fond Worker Welfare Fund, který každý vlastník férového smartphonu svým nákupem spolufinancuje. (Fairphone 2018 v) Dodržování dohodnutých standardů práce s jeho přímým partnerem Hi-P je členy týmu Fairphone pravidelně na místě monitorováno a roku 2016 přišel Fairphone se zprávou, že například v bezpečnosti práce byly odstraněny všechny identifikované nesrovnalosti a lidé zaměstnaní zprostředkovaně nyní platili agentuře jen minimální částky. Na druhou stranu přetrvává vyšší pracovní doba nebo vůbec zaměstnávání pracovníků přes agentury, což jsou běžné problémy čínského průmyslu. (Fairphone 2018 w, Fairphone 2018 cc)

Postupovat na cestě za větší férovostí znamená pro Fairphone ve výrobním stadiu řetězce hledat a volit takového dodavatele, který se zajímá o své zaměstnance – zajišťuje jim bezpečné pracovní prostředí, možnost organizovaně se sdružovat a vyjadřovat, horní hranici pracovních hodin, minimální mzdu schválenou v zemi, kde se výroba realizuje. Hi-P je v těchto kritériích vhodný kandidát a podle posudku od TAOS je také splňuje. Hi-P je dodavatel prvního stupně – mezi ním a Fairphonem probíhá přímá ekonomická výměna. Tento dodavatel představuje pro Fairphone relativně dostupnou část řetězce, na kterou může působit – děje se to formou různých dohod s Hi-P a kontrolou ujednaných standardů. Je zde třeba se soustředit na jednu konkrétní pobočku jedné konkrétní firmy, která je, na rozdíl od těžby nerostných surovin, přesně dohledatelná a její praktiky dokumentované.

### *AT&S*

Rakouská společnost AT&S je jedním z globálně nejvýznamnějších výrobců tzv. tištěných plošných spojů, které se používají pro elektrické propojení elektronických součástek v zařízení. Pro Fairphone tyto plošné spoje vyrábí pobočka AT&S v Šanghaji; z hlediska úrovně dodavatelského řetězce má status dodavatele druhého stupně, tedy je v jejím vztahu k Fairphonu stále potenciál pro dostatečnou komunikaci a spolupráci, přestože se již nejedná o dodavatele přímého. (Fairphone 2018 x)

Společnost jako celek má jasné cíle spojené se zodpovědným podnikáním – soustředí se například na snižování své environmentální stopy postupnou redukcí emisí či postupně nižší spotřebou pitné vody, což je obojí spojené s výrobou plošných spojů. (AT&S 2018) S Fairphonem pak spolupracuje na

jednom konkrétním aspektu zodpovědného obchodu, jímž je transparentní a férová trajektorie zlata<sup>20</sup> – od těžby po smartphone. Plošné spoje zlato obsahují, a jelikož AT&S je jejich největším evropským a významným asijským výrobcem, je spolupráce na férovém zlatě právě s ním v souladu s cílem Fairphonu mít co nejznatelnější dopad na elektronický průmysl.

### ***Role dodavatele třetího stupně v zajištění férového zlata***

Při stopování trasy zlata od dolů k plošným spojům a tím do celého telefonu narazili lidé z týmů Fairphone a AT&S na problém netransparentnosti v globalizovaných obchodních vztazích – AT&S galvanizuje plošné spoje ve zlaté směsi dodávané jinou čínskou firmou ZhaojinKanfort, která se tak stává pro Fairphone dodavatelem třetího stupně. Zlato se sem dostává přes šanghajskou zlatou burzu, kde veškerá sledovatelnost končí. Jelikož má vliv na čínskou měnu, musí všechny transakce se zlatem procházet uzlem šanghajské obchodní platformy, který je příliš složitý na to, aby bylo možné identifikovat jednotlivé nitky, které ho tvoří – odkud pochází každá konkrétní dávka zlata zakoupená na této burze, bylo pro Fairphone nezjistitelné. (Fairphone 2018 y)

Po dvouletých vyjednáváních docílil Fairphone společně s partnery řešení. ZhaojinKanfort je držitelem licence umožňující mu nakupovat zlato přímou cestou z Hong Kongu, nemusí tedy nutně jít cestou zmíněné zlaté burzy; za významné asistence organizace Max Havelaar – nizozemské platformy Fairtrade – nyní Fairphone kupuje zlato s Fairtrade certifikací<sup>21</sup> z dolu Minera Sotrami v Peru, které je následně zpracováno ve švýcarském Valcambi, odkud putuje do čínského ZhaojinKanfort, kde je přeměněno do směsi, již od svého dodavatele získává AT&S, subdodavatel Fairphonu. Fairphone je první značkou spotřebitelské elektroniky, která užívá surovinu licencovanou Fairtrade. (Fairphone 2018 y, Fairtrade Österreich 2018)

---

<sup>20</sup> Zlato je jednak identifikováno jako minerál financující konflikt v Demokratické republice Kongo, jednak je spojeno například s nedostatečnými mzdami, nebezpečnými podmínkami práce nebo významným únikem rtuti. (Fairphone 2018 x)

<sup>21</sup> Právo používat pro zlato známku Fairtrade zavazuje obchodníky k dodržování rozsáhle vypracovaných standardů odpovědnosti. Patří sem například dodržování lidských práv (mj. netolerance přímé či nepřímé podpory ozbrojeného konfliktu, nucené práce, násilí vůči zaměstnancům), povinnost respektovat suverenitu místních obyvatel, kterých se těžba dotýká, dohledatelnost původu drahého kovu, jeho jasná odlišitelnost od jiného zlata, než je Fairtrade, garance minimální mzdy ad. (Fairtrade International 2018, Fairtrade Österreich 2018)

### *Shrnutí férovosti dodavatelů*

O férovosti Fairphonu z hlediska jeho dodavatelů a v souvislosti s globalizačními procesy je možné říci několik věcí. Za prvé, jeho úspěšné zařazení Fairtrade zlata do jedné ze součástí tvořících konečný produkt ukazuje, že při znalosti vlastního dodavatelského řetězce v detailním rozsahu, tedy při úsilí proniknout i do jeho vzdálenějších pater, lze dosáhnout změny a zodpovědnějších postupů. Využitím Fairtrade zlata demonstruje elektronickému průmyslu, že vhodné partnerské vztahy mohou vést k etičtějším alternativám. Na druhou stranu, Fairtrade zlato je v procesu výroby zlaté směsi v Zhaojin Kanfort smícháno i se zlatem jiného původu. V telefonu není tedy obsaženo výhradně zlato „férové“. Zakoupením Fairphonu však zákazník podporuje peruánské dělníky v dole Minera Sotrami, který podle Fairphone a Fairtrade Österreich živí pět set domácností. (Fairphone 2018 y, Fairtrade Österreich 2018) Dostáváme se tak k pojetí férovosti: opět zde nejde o to, že by telefon byl prost všech problematických surovin a postupů, absolutně „čistý“, ale o jeho férovost spočívající v aktivitě – část smartphonu, konkrétně plošný spoj, má jako latentní funkci sociální podporu pracovníků na úplném počátku dodavatelského řetězce, místo aby byla tato oblast řetězce upozaděna a neprůhledná. Jinými slovy, nemá ambice vytvořit alternativní systém v elektronickém průmyslu, ale razit alternativní cestu v existujících praktikách elektronického průmyslu. (Schipper 2015) Globalizace tady představuje výzvu v podobě komplikovaných transakčních vztahů v patrech řetězce, zároveň ale také výhodu – globální propojenost umožňuje pohyb Fairtrade zlata z Latinské Ameriky přes Evropu do Asie a zpět do Evropy, kde spotřebitel může skrze Fairphone a jeho řetězec dát svůj spotřebitelský hlas podnikům se zodpovědnějším přístupem<sup>22</sup>, jako je Minera Sotrami, AT&S či ZhaojinKanfort.

### **Manufaktura – imobilita čínských dělníků a její příklady**

Místem, kde je vyráběna většina smartphonů, je Čína. Poslouží nám tedy symbolicky jako reprezentant arény dalšího stadia pohybu Fairphonu. Čína jako „dílna světa“ (Gereffi 2005: 18) je ústředním dějištěm výroby, manufaktury. Slovo *manufacture* je odvozeno od slov „ruka“ (*manus*) a „dělat“ (*facere*). Lidé zaměstnaní v sektoru výroby, stejně jako je tomu u těžby, zastávají práci manuální – „dělají rukama“. Na rozdíl od dělníků

---

<sup>22</sup> O zodpovědnějším přístupu hovořím pouze v konkrétním kontextu příběhu Fairphonu.

v dolech zastávají pracovníci v továrnách fyzicky „jemnější“ činnost montérů. Telefon je v této fázi v plném proudu pohybu, neboť se pohybuje nejen přes zeměkouli (a dopravním uzlem je právě Čína) v podobě desítek součástek a surovin, ale i v rámci Číny samotné. Mapa cesty Fairphonu (Fairphone 2018 m) vyobrazuje několik desítek dodavatelů z jeho řetězce, kteří mají továrny v Číně, a mezi těmito výrobci probíhá interakce (jedním příkladem je výše popsaná cesta pouhé jedné suroviny, zlata – z šanghajské burzy k ZhaojinKanfort, odtud do AT&S, dále k Hi-P, kde je telefon sestavován – vše jen v mezích Číny). Taková podoba manufaktury přímo stojí na globálním pohybu, protože pracuje se součástkami a surovinami v různých stadiích zpracování mířícími sem z rozličných částí světa, a naopak, vyhotovené produkty nemají svůj cíl na čínském trhu, ale jsou odtud opět do světa vysílány.

Zygmunt Bauman (2000: 54) rozlišuje v moderní éře dva druhy kapitalismu: historicky první, „těžký kapitalismus“, následovaný současným „lehkým kapitalismem“. Nositelem těžkého kapitalismu byl svět fordismu. Fordistický model reprezentoval kapitalismus, potažmo společnost, v jeho mohutné, uzemněné, imobilní a masivní fázi. Kapitál, řízení podniku a práce (či pracovní síla) byly těsně spjaté a sdílely určitý, ohraničený prostor rozlehlých továrních komplexů. Zvýšení mezd tak, aby si, podle Forda, jeho zaměstnanci mohli dovolit jeho auta, zároveň pracovníky poutalo k jejich pracovním místům mezi stěnami továrny, takže neodcházeli jinam. Připoutanost k jednomu pracovnímu místu měla být hlavním rysem fordismu. Daniel Cohen (in Bauman 2000: 58) srovnává: kdo začne svou kariéru u Microsoftu, nemá tušení, kde až může skončit. Začít pracovat u Fordu nebo Renaultu znamenalo pro zaměstnance téměř úplnou jistotu, že jeho život pracovníka bude pořád stejný. (Bauman 2000: 54–58)

Ve své těžké podobě byl kapitál tak zafixovaný, jako pracovníci, kterým poskytoval práci. Dnes kapitál „cestuje nalehko“, stačí mu k tomu telefon a laptop, nezná prostorové limity. Naopak manuální práce a manuální pracovník<sup>23</sup> zůstávají stejně imobilizovaní jako v minulosti – tito pracovníci jsou stále typu „Ford/Renault“. (Bauman 2000: 58) Existence „továrny světa“, již je dnešní Čína, je podmíněna existencí globálně spjaté ekonomiky (jinak bychom nemohli mluvit o továrně *světa*). V ní jsou tedy kapitál a materiál na

---

<sup>23</sup> V orig. použito slovo *labour*, které může odkazovat jak k práci (fyzické), tak k tomu, kdo práci vykonává.

výrobu vysoce mobilní; práce asijských dělníků je tak podmíněna i globální mobilitou, zatímco sami jsou „imobilní“. Symbol turistů a tuláků nabývá významu i v této, manufakturní, části dodavatelského řetězce: někteří obyvatelé světa jsou na cestě, pro jiné je to svět, který se rozpohyboval, zatímco jejich mobilita stagnuje. (Bauman 2000: 58)

V této podkapitole je záměrem ilustrovat, jak chápu Baumanovu lokální imobilitu – druhou stranu mince mobilizující globalizace – na příkladu největší továrny na smartphony, Číny. U konkrétních dílčích příkladů se budu opírat o studie zveřejněné serverem GoodElectronics, a tuto „praxi“ doplním o komentáře čerpající z poznatků Karla Marxe (Marx 1961: 5–23) na téma *odcizenosti* dělníků od vlastní činnosti, práce – a to od *produktu* této činnosti i od *sebe samých* při aktu práce.<sup>24</sup> Účelem příkladů je, aby zkonkretizovaly tvrzení, že Čína na naší mapě symbolizuje imobilitu v rámci dodavatelských řetězců v elektronickém průmyslu. Zajímá mě také, jak se vůči imobilitě či uzemněnosti dělníků vymezuje Fairphone.

Lokální sociální imobilita je absencí přístupu ke globálnímu pohybu turistů, tedy k jakési nezávislosti, sociální svobodě. V elektronickém průmyslu znamená *imobilita* totéž, co *nežádoucí podmínky* práce: nucené přesčasy, platy pod životním minimem, vyčerpávající a dlouhé směny, vystavení škodlivým látkám, nátlak ze strany zaměstnavatelů, malá či žádná záruka stability pracovní pozice. (GoodElectronics 2018 c)

Ve studii provedené v utajení několika evropskými organizacemi ve spolupráci s China Labour Watch ukázaly čtyři továrny vyrábějící pro značky jako ASUS, HP, Samsung atd. konkrétní tlak „pohyblivého“ světa na „nepohyblivé“ dělníky následovně. Jejich pracovní týden čítal až 74 hodin, zatímco mzdy byly příliš nízké na to, aby si mohli dovolit čtyřicetihodinový. Změna z denní na noční směnu závisela na vůli zaměstnavatele a při výrobní špičce byli nuceni pracovat 7 dní v týdnu. Pracovníci byli bez vhodné ochrany vystaveni chemikáliím a čelili verbálnímu násilí a stresujícímu pracovnímu prostředí. Čína je z pohledu korporací atraktivní, protože odbory mají malou moc a stát nedostatečně vymáhá vlastní legislativu o pracovních podmínkách. (GoodElectronics 2018 c)

---

<sup>24</sup> Ač filosof uvažující v kontextu stadia těžkého kapitalismu, Marxovy postřehy na téma *odcizenosti* dělníků se zdají být pro téma této kapitoly výstižné – neboť kapitál a část aktérů v globální ekonomice jsou sice flexibilní a samostatní, fyzická práce v globálním systému ale stále zůstává uzemněná. (Bauman 2000: 58)

Do širšího povědomí západní společnosti začíná již vstupovat znepokojující zákulisí vznikání iPhonů a jiných Apple produktů. V roce 2010 instaloval Foxconn, největší továrna ve světě elektroniky, vyrábějící zboží pro Apple, na střeších síť mající zabránit lidem, aby odtud skokem ukončili svůj život – fakt sám hluboce vypovídající. Nejednalo se o prevenci eventuality, ale o reakci na proběhlé události. (GoodElectronics 2018 d) V tomto vidím praktickou paralelu s Marxovou úvahou o sebeodcizenosti dělníka. Dělník se při procesu práce stává této činnosti odcizený, jeho vlastní vynaložená energie proti němu vystupuje jako cizí, na něm nezávislá, již náležející někomu jinému, od osobnosti pracujícího jakoby oddělená. Aktivita dělníka je redukována na úroveň stroje. Protože „co jiného je život než činnost“, odcizuje se pracující dělník při takové činnosti sám sobě, a sebeodcizení se tak stává aspektem dělníkovy života. (Marx 1961: 24)

Stejného roku byla provedena studie (SOMO 2018), opět částečně v utajení, částečně tvořena rozhovory s pracovníky, jejímž cílem bylo zjistit podmínky, za jakých zaměstnanci Foxconnu pracují. Opakují se pozorování popsána výše: základní mzda pod úrovní životního minima, nadměrné a nedobrovolné přesčasy (překročení zákonem povolených 36 hodin přes čas až na 120 hodin – lidé, kteří svým platem nedosáhnou na životní minimum, musí tak vlastně porušovat zákon, aby se užívali), nepravidelné přechody z ranní směny (8:00 – 20:00) na noční (20:00 – 8:00), požadavky vykonávat práci jako stroje, bez přestávek, sprosté jednání ze strany managementu. Jedna z Marxových myšlenek zní, že dělba práce *zvyšuje bohatství a zjemnělost společnosti* a dělníka poníží až na úroveň stroje (Marx 1961: 6) – tuto myšlenku považuji za výstižnou ve vztahu k dnešní *globální* dělbě práce, kde levná pracovní síla „odjinud“ – například právě z „dílny světa“ – přispívá k bohatnutí a oné „zjemnělosti“ západního kulturního okruhu. Ekonomický růst zvětšuje dělníkovu chudobu stejně jako ekonomická recese – podobnou myšlenkou se zabývá i Bauman (1998: 95), když cituje Jeremy Seabrooka a dodává, že vlivem růstu se vystavuje na odív o to více „konzumních senzací“, což zvyšuje propast mezi *touženým* a *dosažitelným*. Zde se zdá také vhodné zmínit druhý aspekt odcizenosti dělníka při aktu práce, a to odcizenost od *produktu* práce. Dle Marxe dělba práce (v našem případě odkazují tedy ke *globální dělbě*) způsobuje, že výsledek – produkt – dělníkovy vlastní práce proti němu vystupuje jako *cizí vlastnictví*. S ohledem na mzdy, které nedosáhnou ani na životní minimum, si lze jen těžko představit, že by si statisíce lidí podílejících se na výrobě iPhonů či

smartphonů mohly dovolit pořídit zboží, které vytvářejí pro „turisty“. Pracovník je tím chudším, čím více má jeho výroba moci, a tím levnějším, čím více toho produkuje. Chudnutí dělníka je výsledkem bohatství, které vytváří.<sup>25</sup> (Marx 1961: 22)

Studie dále zjistila až třetinový či poloviční podíl studentů mezi dělníky – v rámci „praxe“ jsou studenti nuceni pracovat u pásů dlouhé pracovní dny (včetně přesčasů) za stejně tvrdých okolností jako ostatní – to je podmínka absolvování školy. Po mezinárodním nátlaku, který informace vyvolala, tuto skutečnost společnost Apple oficiálně přiznala. (GoodElectronics 2018 e) V souvislosti s odcizením dělníka práci užívá Marx termín *zvnějšnění práce* – práce se stává předmětnou, dělníkovi vnější (neboli energie dělníka se fixuje v nějakém předmětu, produktu), a *uskutečněním* práce dochází k *odskutečnění* dělníka. Člověk při práci necítí spojení sám se sebou, nerozvíjí svou fyzickou ani duchovní energii, ale vyčerpává ji. Pracující je „při sobě“ teprve vně práce (Marx 1961: 22–23) – vezmeme-li v úvahu, že studenti odbývající „stáž“ ve Foxconnu pocházeli i z nesouvisejících oborů (ošetřovatelství, zámečnictví), nabývá možná tento koncept u pracujících čínských studentů přidaného významu. (SOMO 2018)

### **Shrnutí – Fairphone ve vztahu k výrobní části dodavatelského řetězce**

Fairphone se Číně jako hlavnímu světovému výrobcí elektroniky asociovanému s tolika problémy na straně dělníků nevyhýbá – na mapě figuruje většina jeho dodavatelů právě v Číně; v tomto směru se tedy Fairphone nevymyká mainstreamu – jeho cílem je ostatně působit změny v již fungujícím modelu produkce elektroniky.

Právě vůči všem aspektům imobility pracovníků se ale Fairphone vymezuje. Financováním fondů, důrazem na fungující odborové organizace u partnerů, pravidelnými audity a studiiemi podmínek v daných továrnách (a následném vyjednávání s dodavateli o jejich možných zlepšeních), snahou zajistit férové mzdy, bezpečné prostředí atd. čelí Fairphone výzvam v dodavatelském řetězci elektronického průmyslu. Partneri zmínění výše, s nimiž rozvíjí spolupráci na větší férovosti, jsou jen příklady. Na druhou stranu, ze všech dodavatelů zatím na nějakém programu spolupracuje Fairphone pouze s jedenácti z nich – skutečnost, která důvěryhodnost větší etičnosti Fairphonu nijak nevyvrací, neboť předpokládat, že při složitosti globálních

---

<sup>25</sup> Pro srovnání: Od svého uvedení na trh v roce 2007 až do konce minulého roku (2017) prodal Apple asi jednu a čtvrt miliardy iPhonů za 790,8 miliard dolarů. (Statista 2018)



dodavatelských řetězců bude moci kontrolovat férovost veškerých svých dodavatelů a subdodavatelů, by nebylo reálné.

Roli hraje také velikost Fairphonu jako firmy, která má pouhých 50 zaměstnanců. (Fairphone 2018 o) Tím je na jednu stranu ve výhodě: vyrábí menší množství zboží, čili pro něj pracuje mnohem méně lidí, a tedy jsou pro něj kontrolovatelnější podmínky, za kterých pracují, než pro gigantické společnosti typu Apple. Na stranu druhou je stejná skutečnost pro Fairphone i nevýhodou – tím, že je na elektronickém trhu zatím jen malým aktérem, má jeho hlas ve vyjednáváních s partnery o podmínkách, za kterých mají lidé podílející se na výrobě Fairphonů pracovat, mnohem menší váhu, protože tvoří u partnerů jen nepatrný podíl jejich odbytu.

To, že má Fairphone dopad na individuální lidské příběhy, stojící za výrobou telefonů, plyne například ze zkušenosti autora článku „A bloody decade of the iPhone“. (GoodElectronics 2018 d) Firma Hi-P, zmíněná jako klíčový dodavatel sestavující Fairphony, dodává také Applu. Podle jedné z tamních pracovnic je práce pro iPhone mnohem obtížnější – manažeři z Hi-P se prý pokoušeli pro své zaměstnance vyjednat s Apple podobné výhody, jako jim poskytuje Fairphone, zatím bez výsledku. Lidé v Hi-P prý pracují raději pro Fairphone, protože práce je méně namáhavá a lépe ohodnocená.

## **Evropa – začátek a cíl férového telefonu**

Pro příběh Fairphonu zásadní oblastí je Evropa. Oproti Asii zde najdeme v mapě zdrojů mnohem menší počet společností podílejících se na *dodavatelském řetězci* Fairphonu (dvanáct dodavatelů), zato je zde mozek celého projektu – sídlo firmy Fairphone v Nizozemí. (Fairphone 2018 m) V prostředí Evropy se zrodil koncept férového telefonu, a sem se tato myšlenka vrací materializovaná, připravená na použití v praktickém životě. Opět nás v této části globalizovaného světa bude zajímat podoba férovosti Fairphonu.

## **Stopa Fairphonu při cestě do Evropy**

Mezi cíli, které si Fairphone definuje a jež má férový telefon uvádět do praxe, je snížený dopad na životní prostředí – dvě ze čtyř hlavních oblastí, na něž se zaměřuje, tomu odpovídají: snaha o dlouhotrvající design a reálnou recyklovatelnost. Otázka ekologie je tedy součástí otázky férovosti. Ve vztahu k otázce, jakým konkrétním způsobem je a může být Fairphone v globalizovaných vztazích férový, se zde ptám, jakou stopu za sebou

Fairphone zanechává na své cestě až do Evropy – na místo, kde na začátku svého cestování existuje jako impulz a kam se vrací jako hmatatelný celek.

Dopad na životní prostředí je příliš obecný pojem, a tak se Fairphone zaměřuje na tři zásadní kategorie, v nichž mají smartphony ekologický<sup>26</sup> dopad: *změna klimatu* (globální oteplování), *vyčerpávání přírodních zdrojů* a *toxická vůči člověku*, přičemž z těchto tří oblastí je pro Fairphone prioritou globální oteplování. Zdaleka největší dopad ve všech třech kategoriích má samotná *výroba* komponent, skutečnost, kterou může Fairphone ovlivnit jen málo. To znamená, že ve stopě, kterou zanechává výroba, se Fairphone nemůže příliš vymezovat vůči ostatním smartphonům. Spotřební fáze – tedy období, ve kterém je telefon používán – do prostředí zasahuje méně (například její „potenciál globálního oteplení“<sup>27</sup> je 13,6 % oproti 82,1 % u výroby), a doprava má zanedbatelný podíl – nevlivnější je zde letecká cesta hotových telefonů z Číny do Nizozemska, k níž zatím Fairphone nenašel reálnou alternativu (i tak představuje její „potenciál globálního oteplení“ pouhých 6 % celku). (Fairphone 2018 z, Fairphone 2018 aa)

Studie (Fairphone 2018 aa), již si Fairphone za účelem detailního vhledu do ekologické stopy telefonu nechal vypracovat, ukazuje hodnotnost modulárního designu, což je specifikum Fairphonu. Modularita podle této studie snižuje v životním cyklu<sup>28</sup> telefonu únik oxidu uhličitého o 30 % – konkrétní příklad redukce emisí je pojetí oprav produktu, kdy telefon není dopravován celý do centrály v Nizozemí a zpět k majiteli, ale z Amsterdamu je pouze zaslána náhradní součástka, kterou si spotřebitel sám vymění. Modulární design má být zároveň i „dlouhotrvajícím designem“, jeho průměrná životnost však není o nic delší, než u jiných smartphonů – tři roky. Specifičnost je ale právě v modularitě – tříletá životnost je vlastně prodloužena o dalších odhadovaných pět let díky dostupné opravitelnosti. Tento typ designu také může zefektivnit recyklaci jednotlivých materiálů, z nichž se skládá. Na druhou stranu, složitě nakombinované materiály se tomuto potenciálu staví do cesty. (Fairphone 2018 z, Fairphone 2018 bb)

Samotná recyklace, již Fairphone rovněž v charakteristice férového telefonu zdůrazňuje, má kromě pozitiv také problematické stránky, a výrobci

---

<sup>26</sup> V neutrálním smyslu jako vztahující se k životnímu prostředí.

<sup>27</sup> V orig. global warming potential (GWP) – relativní měřítko (srovnává se s oxidem uhličitým) množství tepla zachyceného skleníkovým plynem v atmosféře.

<sup>28</sup> Životní cyklus se skládá z následujících částí: získávání nerostných surovin, výroba, doba používání, konec životnosti a doprava.

Fairphonu stále hledají nejvhodnější postup. Při recyklování se spotřebuje velké množství energie, takže se neobejde bez environmentální stopy. Není také možné získat zpět všechny původně použité materiály. V příspěvku na svém blogu z roku 2016 (Fairphone 2018 z) řeší tvůrci Fairphonu dilema, jak nakládat s již nepoužívanými součástkami. Zatímco jejich sběr a opětovné použití nejlépe odpovídají Fairphonem stanoveným prioritám, kvůli dopadu, který má přeprava s tím spojená, se jim jeví nakonec přínosnější podporovat recyklaci součástí na lokální úrovni. Vlastníci Fairphonu také mohou zdarma poslat použitý telefon do *Teqcycle* v Mnichově, kde telefony recyklují či upravují k dalšímu použití. (Schipper 2015: 36) Téměř o rok později (Fairphone 2018 bb) přichází Fairphone s výsledky analýzy možných způsobů recyklace. Jako nepřijatelnější vyhodnotil cestu demontáže (model slučitelný s modulárním designem telefonu). Tímto způsobem je možné získat zpět více prvků tvořících telefon, především drahých kovů. Technika demontování je pro tvůrce Fairphonu dále hodnotná například v tom, že při její aplikaci uniká oproti jiným dvěma cestám recyklace nejmenší množství skleníkových plynů. (ibid.)

Fairphone se také věnuje obalům, v nichž se telefon pohybuje světem. Do distribučního centra v Nizozemí se dostává ve třech částech – přístroj, zadní kryt a baterie. Každá z nich je zabalena zvlášť v kartonové krabici. Pro oblast férovosti je zajímavé balení, v němž je Fairphone dopravován ke spotřebiteli. Zákazník obdrží balík, který kromě Fairphonu obsahuje pouze recyklovaný papír, karton a materiál zvaný Paperfoam. Tento druh materiálu se skládá ze 70 % bramborového škrobu a 20 % celulózy a je stoprocentně kompostovatelný. (Fairphone 2018 aa) Vyrábí ho nizozemská firma Paperfoam, která za svůj produkt obdržela několik ocenění za ekologický přínos. (Paperfoam 2018)

Z uvedeného vyvozují závěr, že Fairphone na úrovni *výroby* za sebou zanechává podobnou stopu jako ostatní přístroje v jeho kategorii, neboť se skládá z podobných materiálů. Chce-li konkurovat smartphonům, musí mít podobnou výkonnost, jíž se docílí za cenu větší environmentální zátěže, než u telefonů jednodušších. Výstižné je konstatování člena týmu Fairphone: pro životní prostředí bychom udělali mnohem lépe, kdybychom používali „hloupé“ telefony – ale víme, že to se nestane. (Fairphone 2018 z) Fairphone ale pracuje na zmenšení své ekologické stopy (čili zvýšení férovosti) v jiných částech životního cyklu telefonu, kde má angažovanost dopad – jsou to

například modulární design, výzkumy v oblasti recyklace, šetrnější balení, redukce emisí z dopravy. Recyklace, jíž se Fairphone prezentuje jako jedním ze čtyř přímých vyjádření férovosti, nepřináší při bližším pohledu pouze pozitiva (řečeno v pojmech této práce, není jen „férová“). Na druhou stranu se tuto skutečnost dozvídáme ze zdrojů Fairphone, kde se jeho zástupci této otázce otevřeně věnují a hledají nejšetrnější řešení, aniž by o svém produktu tvrdili, že je vůči prostředí jeho stopa neznatelná.

### **Koncentrace svobody pohybu – koncentrace férovosti?**

Termín globalizace naznačuje, že se jedná o proces, který se přede vším ostatním týká glóbu – má to být proces, za jehož chodu se svět stává stále propojenějším. Jednostrannost pojmu zakrývá druhou část jevu – proces lokalizace<sup>29</sup>. Při dvousečném procesu globalizace dochází k tomu, že se kapitál, finance a jiné zdroje koncentrují v místech, která Arturo Escobar (1995) nazývá *centrem* či *jádrem*, zanechávající za sebou světové *periferie*<sup>30</sup>. Koncentruje se také svoboda pohybu a jednání – neboli mobilita určité skupiny (turistů) jde ruku v ruce se znehybněním jiné (tuláků). (Bauman 1998: 70) V rámci globalizace Bauman (1998: 72) mluví o *přijímající straně* – straně, které je globalizace ku prospěchu. Uvážíme-li, že koncept Fairphonu pochází z evropského prostředí, tedy právě z takového centra, jež považují obecně za přijímající stranu globalizace, ptám se, zda nedochází také k určité „koncentraci férovosti“ na jednom místě.

Fairphone je produktem mobilních turistů, jimž je svět v globálním měřítku otevřen v podobě příležitostí konat a měnit. To ztělesňuje samotné jeho krédo, totiž *mít vliv* na praktiky v elektronickém sektoru. Z celého dodavatelského řetězce Fairphonu je právě Evropa symbolem největší mobility.<sup>31</sup> Jsou to lidé z jeho centrály v Nizozemsku, kdo se pohybuje po světě a vyhledává vhodné partnery a dodavatele – oni jsou „hybnou silou“, která, chce-li něčeho dosáhnout, musí sama činit. Dělník těžící kobalt v Kongu vzhledem ke svým možnostem nejspíš na vlastní pěst nevycestuje k megakorporacím, aby spatřil, kde jím vytěžená surovina končí, či odhadl, zda vzhledem ke koncovému produktu a dělníkem vydané energii má

<sup>29</sup> Lokalizaci se věnuji všude tam, kde mluvím o imobilitě, uzemněnosti, tulácích.

<sup>30</sup> V orig. *core and periphery* – jádro odpovídá přibližně zemím industrializovaným v 19. století, „rozvinutým zemím“. Escobar (1995: 234) je specifikuje jako západní Evropu, USA, Kanadu, Austrálii, Nový Zéland a Jihoafrickou republiku. V této práci termín „centrum“ či „jádro“ nepoužívám s takto specifickými hranicemi, ale spíše symbolicky jako doménu turistů.

<sup>31</sup> Ponechávám stranou USA či Japonsko, které v dodavatelském řetězci také figurují, a u nichž by se dalo argumentovat, že rovněž představují vysoce mobilní oblasti.

z těžby dostatečný příjem. Zato lidé z Fairphonu jsou v pozici, kdy podnikají četné výjezdy do Demokratické republiky Kongo, Číny a jinam po světě za účelem zjistit, co mohou dělat, a pak se o to snažit.<sup>32</sup> Toto je zajímavé v kontextu Baumanova pojetí současné modernity: otázku „Jak mám nejlépe udělat to, co *musím* stejně vykonat?“ střídá právě ono „Co *mohu* dělat?“ S tím je spojena plná svoboda a odpovědnost jednotlivce, je na něm, aby zjistil, čeho je a není schopný. (Bauman 2000: 62–66)

Filosofií tvůrců Fairphonu rozhodně není férovost koncentrovat v Evropě, ale využít své mobility k vytvoření férových podmínek jinde ve světě, tak, aby jejich snaha měla dopad. Turisté v případě Fairphonu sdílí svůj přístup ke globální mobilitě s těmi, již ho postrádají – s lidmi napříč dodavatelským řetězcem. Tendence vidět „blyštivý“ koncový spotřební produkt jako nezávislou entitu, jež se v obchodě objevila, nebo maximálně „byla dovezena“, a jež čeká pouze na zaplacení a použití, může znamenat, že lidé a podmínky, za kterých na produktu pracují, nejsou bráni v potaz. Fairphone ale usiluje o zviditelnění těch, kdo stojí za jeho vznikáním, a vlastně tak *sdílí* svoji mobilitu. Jeho projekty na podporu lepších pracovních podmínek a materiálů získaných transparentním způsobem se zaměřují na území mimoevropská, v tomto smyslu si tedy „férovost“ nenechává pro oblast svého původu.

Pohled na fázi života telefonu, kdy je samotným směňovaným a spotřebovávaným zbožím, přináší poznatek: ve chvíli, kdy se Fairphone stává smartphonem určeným k prodeji a nákupu, tedy vstupuje do ekonomické směny, zůstává pole jeho oběhu dost omezené. Fairphone totiž zatím distribuuje pouze do Evropy. Znamená to, že svůj spotřebitelský hlas férovějším podmínkám v elektronickém sektoru mohou dát pouze Evropané, turisté. Vidím zde další příklad mobilních turistů oproti omezené mobilitě tuláků – stejně jako lidé společnosti Fairphone jsou „aktivním prvkem“, který dává věci do pohybu, iniciuje změnu, tak každý majitel Fairphonu disponuje dostatečnými financemi<sup>33</sup> na to, aby jejich hlasem mohl přispět k férovosti –

---

<sup>32</sup> Nemám v úmyslu viktimizovat lidi žijící mimo Evropu, ale poukázat na to, že v globálním uspořádání společnosti mají lidé, podle toho, zda žijí v centrech, nebo v periferiích, rozdílné možnosti.

<sup>33</sup> Jak je zmíněno výše, cena Fairphonu se pohybuje na 525 €. Předpokládám, že majitelé Fairphonu jsou ochotni a schopni tuto částku ve svém rozpočtu vyhradit na něco, co pro ně není materiálně „nezbytně nutné“ (za podobnou cenu si mohou pořídit výkonnější smartphone), ale spíše na „ideál“. Proto ji považuji za dost vysokou na to, abych tvrdila, že majitelé Fairphonu mají dostatečné finanční zázemí, přestože je to tvrzení nepodložené.

tedy aby se „podělil“ o svou mobilitu. Omezené odbytiště férového telefonu pouze na území Evropy by mohlo naznačovat korespondenci s koncentrací financí a svobody pohybu podle Baumana. V určitém světle to tvrdit lze – v tom smyslu, že stejně jako pracovníci vyrábějící v čínských továrnách iPhoney či dělníci těžící pro ně potřebné suroviny nemohou svým příjmem dosáhnout na koncový produkt, na jehož vzniku se významně podílí, nedosáhnou kvůli jeho ceně ani na Fairphone. Jeho nákup, a tedy finanční podpora celého projektu, zůstává stále doménou turistů. Není ale důvod tvrdit, že Evropa je jedinou oblastí, kde ke koncentraci v rámci globalizace dochází, či že příklad distribuce férových telefonů pouze na evropském území dokládá „elitářství“ projektu Fairphone. Jeví se pravděpodobné, že příčina je spíše v omezené působnosti malého podniku, jímž Fairphone je, a proto není zatím pro něj proveditelné expandovat na další trh.

Fairphone je reakcí na koncentraci svobody a financí, které přichází s globalizací. Je iniciativou, kdy část „přijímající strany“ dává – využívá svého přístupu ke globální mobilitě, aby pomohla zajistit „pevnou půdu pod nohama“ straně, jíž globalizace výhody nepřináší. Fairphone pod svým názvem sdružuje lidi s přístupem k celosvětové mobilitě i bez něj, kterým je společná snaha o převzetí zodpovědnosti za podmínky vznikání určitého spotřebního produktu, a pro něž život smartphonu nepředstavuje pouze krátká fáze jeho používání, ale je zde něco, co jí předchází (výroba, doprava) a co ji přesahuje (konec životnosti a s ním spojená otázka recyklace a elektronického odpadu). Smartphone pak nemá primární úlohu okamžitě a dočasně uspokojit konzumenta, ale sdílet mobilitu přijímající strany globalizace ve formě větší zodpovědnosti vůči lidem napříč dodavatelským řetězcem a životnímu prostředí. Férovost nekonzentruje, ale snaží se o její šíření, přestože částečně – možná vlivem koncentrovanosti financí – je jako zboží zatím dostupný jen v Evropě.

### **Shrnutí – férovost Fairphonu z hlediska evropských hodnocení**

Tato kapitola představuje shrnutí otázky férovosti „etického“ telefonu, jíž se zabývám. Do oddílu spojeného s Evropou je zařazena proto, že studie hodnotící praktiky v elektronickém průmyslu, které zde zmiňuji, mají evropské pozadí. Fairphone jako produkt evropského prostředí pojímá férovost odpovídajícím způsobem: ve férovosti vůči lidem vychází

z („evropsky“<sup>34</sup>) obecného principu svobody jedince, vlastní zodpovědnosti a požadavku rovnosti. Férovost ve vztahu k životnímu prostředí znamená pro Fairphone zodpovědnost člověka za stopy, které za sebou zanechává, a požadavek pracovat na tom, aby stopy, které mají na prostředí negativní dopad, byly jemnější.

Zde zmiňované studie vznikly za účelem porovnávat mezi elektronickým sortimentem počínání různých značek v oblastech „udržitelnosti“, „sociální zodpovědnosti korporací“, „opravitelnosti“, „životního prostředí“ a „klimatické změny“. Lhostejno, jaký přesný název jednotlivé studie používají – zkoumané kategorie můžeme shrnout právě pod pojem „férovost“.

### ***Greenpeace a iFixit: 10 z 10 bodů pro Fairphone***

Greenpeace a platforma iFixit provedly v roce 2017 hodnocení čtyřiceti elektronických zařízení (smartphonů, tabletů a notebooků) na základě jejich opravitelnosti – zajímalo je, jak dostupná je oprava daného zařízení, a tedy jak přispívá k problému elektronického odpadu. Definovaly praktiky, které přispívají k hromadění elektronického odpadu, a možnosti jim předcházet – zde má stěžejní význam to, jestli lze přístroj opravit, a dosahovat tak jeho delší životnosti, nebo zda je navržený na „jedno použití“, po uplynutí lhůty uvolňuje místo další dočasné novince na trhu, a stává se tak elektronickým odpadem. Fairphone získal nejlepší umístění – splňuje všechna posuzovaná kritéria opravitelnosti: vyměnitelná baterie, vyměnitelný displej, možnost oprav bez zvláštních nástrojů a dostupné náhradní díly. Jako jediný smartphone obdržel deset z deseti bodů. (Greenpeace 2018, GoodElectronics 2018 e)

### ***Rank a Brand: Fairphone získává nejvyšší dosaženou známku***

Jedna z největších evropských spotřebitelských platforem porovnávající férovost značek na trhu je Rank a Brand. V letech 2014 a 2016 zkoumala a srovnávala 19 obchodních značek na poli elektroniky (mezi nimi například Samsung, Apple, Nokia a také Fairphone). Hodnocení probíhalo ve třech oblastech: změna klimatu/karbonové emise, postoj vůči životnímu prostředí a pracovní podmínky. Rank a Brand použila škálu známek od A do E. Nejvyšší dosažená známka je „B“ (znamená „na dobré cestě“), kterou jako jediný obdržel Fairphone, jenž měl ze všech nejspokojivější výsledky (ze 39

---

<sup>34</sup> Pojem „evropský“, „evropsky“ zde nehodnotím; netvrdím ani, že zmíněné obecné principy férovosti se omezují pouze na evropský prostor. Jedná se jen o pokus rozostřit hrany pojmu „obecný“ – nechci tvrdit, že takto pojímaná férovost má stejnou – obecnou – platnost všude.

bodů získal 23). Za ním pouze tři společnosti – Apple<sup>35</sup>, HP a ASUS – splňují kritéria kategorie „C“ („obstojné, ale může být lepší“). Zbývající značky byly ohodnoceny „D“ a „E“. (Rank a brand 2018, GoodElectronics 2018 g)

Fairphone si ohodnocení B zasloužil nejvíce svými výsledky v oblasti férových pracovních podmínek. Kritéria, která zde splňuje, jsou například: angažovanost v iniciativách zaměřených na zlepšení sociálních a environmentálních podmínek spojených s těžbou kovů (například konfliktních minerálů); prokazatelné zahrnutí alespoň jednoho minerálu certifikovaného jako nekonfliktní – v dodavatelském řetězci Fairphonu již figurují certifikované verze všech čtyř<sup>36</sup> „konfliktních minerálů“ (cín, tantal, wolfram, zlato); žádná nucená/dětská práce, žádná diskriminace, bezpečné pracovní prostředí, a to jak ve vlastní firmě, tak u jejích dodavatelů; kodex garantující zaměstnancům práva jako pracovní doba nepřesahující 48 hodin za týden, možnost se sdružovat v odborech, dostatečná mzda, dobrovolné a placené přesčasy limitovaného počtu hodin; roční zprávy o podobě pracovních podmínek nastavených firmou, a další. (Fairphone 2018 z)

V oblasti životního prostředí splňuje Fairphone kupříkladu následující kritéria: eliminace použití PVC; zákaz využití toxických látek benzenu a hexanu v procesu konečné montáže<sup>37</sup>; výskyt alespoň dvaceti procent recyklovaného plastu v produktu; aktivita za účelem prodloužit životnost přístroje, například jeho snadnou opravitelností a dostupností náhradních součástí. Body v kategorii změny klimatu získal Fairphone za redukci své klimatické stopy a zveřejňování emisí vznikajících ve výrobním řetězci. (Fairphone 2018 z)

Fairphone ale nezískal bodů plný počet a kritéria, kde nejsou splněny podmínky férovosti či chybí informace, se dají najít ve všech třech kategoriích. Ve vztahu k pracovním podmínkám je to například otázka reálného plnění pracovního kodexu garantujícího zaměstnancům v procesu konečné montáže zaměstnanecká práva (u Fairphonu se toto týká fabriky Hi-P v čínském městě Suzhou). Fairphone provedl audit u svého hlavního

---

<sup>35</sup> Společnost Apple má po Fairphonu druhé nejvyšší celkové skóre.

<sup>36</sup> Studie zveřejněná portálem RankaBrand uvádí pouze tři, od doby její poslední aktualizace však Fairphone docílil všech čtyř minerálů (zahrnutí posledního zbývajících, wolframu, oznámil na svém blogu 20.06.2016). (Fairphone 2018 n)

<sup>37</sup> Toto kritérium by mohlo spadat i do oblasti pracovních podmínek, neboť toxicita benzenu a hexanu představuje vážné riziko pro zdraví člověka. Jiná studie (Schipper 2015) kritérium ve vztahu k pracovníkům chápe a zařazuje jej do kategorie „sociálně odpovědná výroba“ (v orig. *socially responsible manufacturing*).



dodavatele Hi-P<sup>38</sup>, kde byly identifikovány i všechny oblasti vyžadující zlepšení. Zatím ale neupřesnil, zda a jak byly tyto problémy vyřešeny. Požadavek, se kterým studie od Rank a Brand přichází, je „životní minimum“<sup>39</sup>, a nikoli pouze minimální mzda. Ta je zákonem daná pro jednotlivé oblasti a Fairphone pro pracovníky Hi-P garantuje mzdy vyšší, než je v Suzhou ta minimální. (Fairphone 2018 v) Na základě provedeného auditu Fairphone sám přichází s návrhem blíže zkoumat životní náklady v daném regionu, a směřovat tak k zajištění životního minima, které nepokrývá pouze nutné minimum biologických potřeb, ale „základních potřeb“, jež se mohou lišit. (ibid.) Dosud ale Fairphone neuvedl, zda v tomto dosáhl nějakých výsledků. (Fairphone 2018 z)

#### ***Srovnání „férových“ modelů: Fairphone oproti certifikaci TCO Development***

V roce 2015 uskutečnila nizozemská organizace SOMO (Centrum pro výzkum nadnárodních korporací) ve spolupráci s GoodElectronics výzkum, jehož cílem bylo srovnat férovost dvou souběžných fenoménů: Fairphone a Samsung Galaxy S4, jenž od certifikace TCO Development získal pro svůj model Samsung Galaxy S4 status etického smartphonu. Výzkum vznikl ve snaze nabídnout spotřebitelům porovnání férovosti obou modelů a odpověď na to, zda jsou férové srovnatelně. Tato odpověď také ze závěru zprávy vyplývá: standardy Fairphonu a certifikace TCO Development nejsou na stejné úrovni, Fairphone jednoznačně vychází jako férovější varianta. (Schipper 2015)

TCO Development je společnost udělující produktům v elektronice certifikáty udržitelnosti – TCO Certified. Postupně rozšiřuje své pole působnosti od zaměření na zdravotní rizika počítačů v 80. letech až k současné snaze řešit špatné pracovní podmínky ve výrobě nebo elektronický odpad. SOMO definovala 34 kritérií „udržitelnosti“ (férovosti), která zkoumala jak u Fairphonu, tak u smartphonů certifikovaných TCO. U TCO Certified bylo pouze 7 kritérií férovosti splněno nad rámec běžných praktik v elektronickém průmyslu (například lepší recyklovatelnost, redukce nebezpečných chemikálií, zvýšení životnosti snadnou opravitelností, vyměnitelné baterie); 11 jich bylo na stejné úrovni a 16 nebylo dodrženo dostatečně. Fairphone naproti tomu plní 20 kritérií nad rámec běžných praktik (alternativní získávání konfliktních minerálů, zahrnutí

---

<sup>38</sup> Viz kapitola „Férovost dodavatelů (Asie)“.

<sup>39</sup> V orig. *living wage*.

recyklovaných materiálů, iniciativy na podporu dělníků v sektoru těžby a manufaktury, online tutoriály pro snadnější opravu přístroje, atd. – viz také výhody zmíněné u jiných studií výše), 9 na srovnatelné úrovni s jinými firmami v elektronickém odvětví a v pěti kritériích nevyhovuje. Z toho plyne, že Samsung Galaxy S4, navzdory obdržení statusu férovosti od TCO, není výrazně férovější než necertifikované produkty na trhu s elektronikou. Fairphone ve většině otázek férovosti dosáhl výsledků, které jsou oproti průměrným praktikám v elektronickém průmyslu nadstandardní. (Schipper 2015)

Za zmínku stojí struktura studie. Zatímco u TCO Certified je v závěru shrnuto 7 oblastí, kde je dotyčný certifikovaný produkt nadstandardně férový, u Fairphonu je naopak na závěr rekapitulováno 5 kritérií, v nichž férovosti nevyhovuje. U obou je vyzdviženo, co je u nich *výjimečné*, vybočující: pro TCO Certified je to sedm okruhů, v nichž je férovější než mainstream (férovost je tedy prezentována spíše jako výjimečnost), pro Fairphone je to pět aspektů<sup>40</sup>, v nichž podle studie férovosti nedosahuje (naopak zde je tedy „neférovost“ více vybočující, než „férovost“).

---

<sup>40</sup> Není bez zajímavosti, že jedním z těchto pěti bodů je „zodpovědné použití chemikálií v produkci“ (zákaz benzenu a hexanu). Ze studie (Schipper 2015: 35) vyplývá, že Fairphone nikde nezmiňuje zákaz těchto látek ve výrobě. Rank a Brand však ve svém výzkumu uvádí údajné prohlášení Fairphonu, že hexan a benzen v konečné montáži nejsou používány. (Fairphone 2018 z)

## Závěr

Při zkoumání otázky, jak vypadá férovost Fairphonu v globalizované ekonomice, se nejprve zaměřuji na jeho představení z různých úhlů. Svůj postoj k férovosti v elektronickém průmyslu vyjadřují tvůrci Fairphonu ve čtyřech konkrétních cílech: lepší pracovní podmínky, zodpovědné materiály, dlouhotrvající design a recyklovatelnost. Tím ji definují nejen pro svůj produkt, ale jejich dlouhodobou vizí je také být vzorem férovějšího jednání v elektronickém sektoru vůbec. Vycházím zde z analýzy webu Fairphone. V další části se věnuji stopování dodavatelského řetězce Fairphonu v souvislosti s globalizací, globální mobilitou, problematikou konfliktních minerálů, pracovními podmínkami v továrnách, ekologickou stopou elektroniky. Teoretickým východiskem pro tuto druhou část byla Baumanova koncepce globalizace, empirická data jsem čerpala z „mapy zdrojů“ Fairphonu a především ze studií zveřejněných Fairphonem a jinými platformami, například GoodElectronics.

Z metodologického hlediska představuje Fairphone v této práci *kritický případ*: výrobce telefonů, který na problémy v elektronickém průmyslu upozorňuje a působí, a některými odlišnými postupy *vypovídá o mainstreamu*. Proto je Fairphone jako předmět práce vhodný jak pro konkrétní analýzu férovosti, tak pro konstrukci obecnějšího obrazu elektronického průmyslu.

Hlavním zjištěním práce je, že Fairphone jednak není absolutně „fér“, jednak se tak ani neprezentuje. Není „revoluční“ ve způsobu výroby (používá standardní materiály a vyrábí v „továrně světa“ – Číně) či funkcích (je to smartphone, který co do vybavení nemůže konkurovat cenově srovnatelným značkám). Přináší nicméně do elektronického sektoru zodpovědnost: jestliže se nedistancuje od Číny či například Demokratické republiky Kongo, je to proto, že záměrem tvůrců je problémy spojené s výrobou v těchto zemích řešit. Ve shodě s tím se již podařilo najít takové čínské partnery, kteří jsou ochotni s Fairphonem spolupracovat na zlepšování pracovních podmínek zaměstnanců, či například integrovat do telefonu nekonfliktní varianty všech čtyř konfliktních minerálů, přičemž tři z nich pochází z certifikovaných dolů v DRK a okolí. Přichází také s modulárním designem – ten zlepšuje opravitelnost přístroje, což má zvýšit jeho celkovou životnost, a tedy snížit podíl na elektronickém odpadu. Firma Fairphone je zatím na poli elektronického sektoru malým aktérem, a často tak nemůže začínat vlastní projekty. Podílí se však na iniciativách jiných organizací. Velikost firmy je

také jednou z překážek na cestě k větší zodpovědnosti. Jednou z oblastí, kde Fairphone svého ideálu férovosti nedosáhl, jsou například materiály – smartphone obsahuje asi čtyřicet minerálů, z nichž u „pouhých“ čtyř zaručuje transparentní dodavatelské řetězce. Složitost dodavatelských řetězců a výzvy, které výrobcům Fairphonu v tomto ohledu vyvstávají, dávám do souvislosti s globalizačními procesy. Úplná férovost není tedy ani v možnostech jeho tvůrců ani není jejich cílem. Svůj projekt považují za dlouhý *proces* směrem k férovosti. Zajistit čtyři nekonfliktní minerály znamenalo pro tým Fairphone značné úsilí a důkazem jedinečnosti budiž skutečnost, že je zatím jedinou firmou, které se to podařilo.

## Seznam zdrojů

- Appadurai, Arjun (1986). *The social life of things*. Cambridge University Press.
- AT&S 2018: *AT&S Sustainability Report 2015/2016* [online]. [Cit. 22.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/eWszxV>
- Bauman, Zygmunt (1998). *Globalization – the Human Consequences*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Zygmunt (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- B Corporations 2018: *Fairphone* [online]. [Cit. 28.11.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/PP4Es7>
- BBC 2018 a: *Q&A: DR Congo conflict* [online]. 20.11.2012 [Cit. 02.03.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/4JeiZb>
- BBC 2018 b (BBC News): *DR Congo minerals: Most mines 'conflict free' since US law* [online]. 10.06.2014 [Cit. 06.03.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/fWp0Db>
- Enough Project 2017: *Progress and Challenges on Conflict Minerals* [online]. [Cit. 02.03.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/C4GId4>
- Escobar, Arturo (1995). *Encountering Development: The making and unmaking of the third world*. New Jersey: Princeton University Press.
- Fairphone 2018 a: *A better phone is a phone made better* [online]. [Cit. 28.11.2017] Dostupné z: <https://goo.gl/semLKg>
- Fairphone 2018 aa: M. Proske, C. Clemm, N.Richter (Fraunhofer IZM): *Life Cycle Assessment of the Fairphone 2* [online]. Listopad 2016. Dostupné z: <https://goo.gl/TynMdf>
- Fairphone 2018 b: *Fairphone 2 overview* [online]. [Cit. 29.11.2017] Dostupné z: <https://goo.gl/MM7SxP>
- Fairphone bb: *Examining the environmental footprint of electronics recycling* [online]. 8. 8. 2017 [Cit. 08.02.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/Vr22ZQ>
- Fairphone 2018 c: *Scaling up our social enterprise – challenges and achievements* [online]. 22.12.2016 [Cit. 29.11.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/DWQWZs>

Fairphone 2018 cc: *Progress and challenges to improving working conditions with our Fairphone 2 manufacturer* [online]. 18.08.2016 [Cit. 22.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/cFWjv1>

Fairphone 2018 d: *Fairphone store locator* [online]. [Cit. 29.11.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/1WRdoX>

Fairphone 2018 e: *Cost breakdown of the Fairphone 2* [online]. [Cit. 29.11.2017] Dostupné z : <https://goo.gl/rxLQj7>

Fairphone 2018 f: *Why we had to stop supporting the Fairphone 1* [online]. Poslední změna 20.07.2017 [Cit. 21.12.2017]. Dostupné z: [https://goo.gl/E2\]afx](https://goo.gl/E2]afx)

Fairphone g: *Long-lasting design* [online]. [Cit. 21.12.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/xMDWAt>

Fairphone 2018 h: *Collecting used phones, from Africa to Europe* [online]. [Cit. 21.12.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/Zvrkhn>

Fairphone 2018 i, The Dragonfly Initiative a: *Guide to the Scoping Study* [online]. Fairphone 2017. Aktualizováno 31.01.2017 [Cit. 28.11.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/Rp9HBV>

Fairphone 2018 j, The Dragonfly Initiative b: *Smartphone Material Profiles 2017* [online]. 04.05.2017 [Cit. 28.11.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/YzLkod>

Fairphone 2018 k: *From the factory to you: Packaging the Fairphone 2* [online]. 22.04.2016 [Cit. 8.12.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/PKEEzj>

Fairphone 2018 l: *Growing the Fairphone team and hiring a Managing Director* [online]. 21.04.2017 [Cit. 28.11.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/WTbiKB>

Fairphone 2018 m: *Mapping the journey of your phone* [online]. [Cit. 27.12.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/WYvo2W>

Fairphone 2018 n: *Fairphone 2 good vibrations with conflict-free tungsten* [online]. Fairphone 2018. 20.06.2016 [Cit. 23.02.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/XtjqGd>

Fairphone 2018 o: *Fairphone fact sheet* [online]. Poslední změna červenec 2016. Dostupné z: <https://goo.gl/kkBVMD>

Fairphone 2018 p: *Fairphone establishes a transparent supply chain for all four conflict minerals* [online]. 20.06.2016 [Cit. 08.03.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/Xb3YQ2>

Fairphone 2018 q: *Our latest step to integrate conflict-free tungsten: visiting the mine in Rwanda* [online]. 19.03.2016 [Cit. 09.03.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/pMVVx2>

Fairphone 2018 r: *Supporting conflict-free tungsten in Rwanda* [online]. 13.01.2016 [Cit. 09.03.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/kngZuR>

Fairphone 2018 s: *List of Suppliers for the Fairphone 2* [online]. Srpen 2016 [Cit. 15.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/4DHtgD>

Fairphone 2018 t: *The Path to Finding Our New Production Partner Hi-P* [online]. 19.02.2015 [Cit. 22.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/uAmKFO>

Fairphone 2018 u: *Social Responsibility: Introducing TAOS Network* [online]. 16.08.2013 [Cit. 22.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/kLMjww>

Fairphone 2018 v: *Social Assessment Program: Hi-P* [online]. Duben 2015 [Cit. 22.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/kDssrR>

Fairphone 2018 w: *Social Assessment Program begins at our manufacturer Hi-P* [online]. 08.04.2015 [Cit. 22.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/wnzGa6>

Fairphone 2018 x: *Digging deeper into our supply chain with partner AT&S* [online]. 11.11.2015 [Cit. 26.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/qLi6X6>

Fairphone 2018 y: *How we got Fairtrade certified gold in the Fairphone 2 supply chain* [online]. 27.01.2016 [Cit. 26.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/wWNqvu>

Fairphone 2018 z: *How sustainable is the Fairphone 2?* [online]. 17.11.2016 [Cit. 08.02.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/TER8JP>

Fairtrade International 2018: *Fairtrade Standard for Gold and Associated Precious Metals* [online]. 08.11.2013 [Cit. 22.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/xfMfKy>

Fairtrade Österreich 2018: *Fairphone achieves first Fairtrade Gold supply chain for electronics* [online]. 29.03.2016 [Cit. 26.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/wmSV2m>

Gereffi, Gary: *New offshoring of jobs and global development* [online]. Jamaica: ILO Social Policy Lectures. Prosinec 2005. Dostupné z: <https://goo.gl/QKxC8z>

GoodElectronics 2018 a: *Watch and vote for The e-waste tragedy* [online]. 20.10.2017 [Cit. 28.11.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/R4tGHa>

GoodElectronics 2018 b: *Fairphone will invest €6.5 million* [online]. 17.10.2017 [Cit. 28.11.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/xakkpp>

GoodElectronics 2018 c: *Poor working conditions persist in Chinese IT production* [online]. 03.11.2015 [Cit. 28.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/d4eWJA>

GoodElectronics 2018 d: *A bloody decade of the iPhone* [online]. 27.09.2017 [Cit. 28.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/7vxkmn>

GoodElectronics 2018 e: *Apple has admitted student intern abuses* [online]. 22.11.2017 [Cit. 28.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/URCHnp>

GoodElectronics 2018 f: *Greenpeace and iFixit present product repair guide* [online]. 30.06.2017 [Cit. 18.02.2018]. Dostupné z: [https://goo.gl/on\]Pr5](https://goo.gl/on]Pr5)

GoodElectronics 2018 g: *RankaBrand ranks 19 electronics brands: bulk of brands get low scores* [online]. 19.05.2016 [Cit. 23.02.2018]. Dostupné z: [https://goo.gl/93q\]6a](https://goo.gl/93q]6a)

GoodElectronics 2018 h: Bjurling, K. A.; Ewing, J.; Munje, D.; Purje, H.: *From Congo with (no) blood: Recent developments relating to the sourcing of conflict-free minerals from the Democratic Republic of Congo* [online]. Finnwatch, Swedwatch. Prosinec 2012 [Cit. 02.03.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/AgjaED>

Greenpeace 2018: *Product repair guide* [online]. [Cit. 18.02.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/DWtMZe>

Marcus, George. *Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography*. In: *Annual Review of Anthropology*, Vol. 24 (1995).

Marx, Karl (1961). *Ekonomicko-filosofické rukopisy*. Praha: Státní nakladatelství politické literatury.

Rank a Brand 2018: *How sustainable is Fairphone?* [online]. Poslední změna 17.05.2016 [Cit. 22.02.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/L6TkBF>



Schipper, Irene (SOMO): *TCO Certified Smartphones versus Fairphone* [online]. Červenec 2015. Dostupné z: <https://goo.gl/nc2Svo>

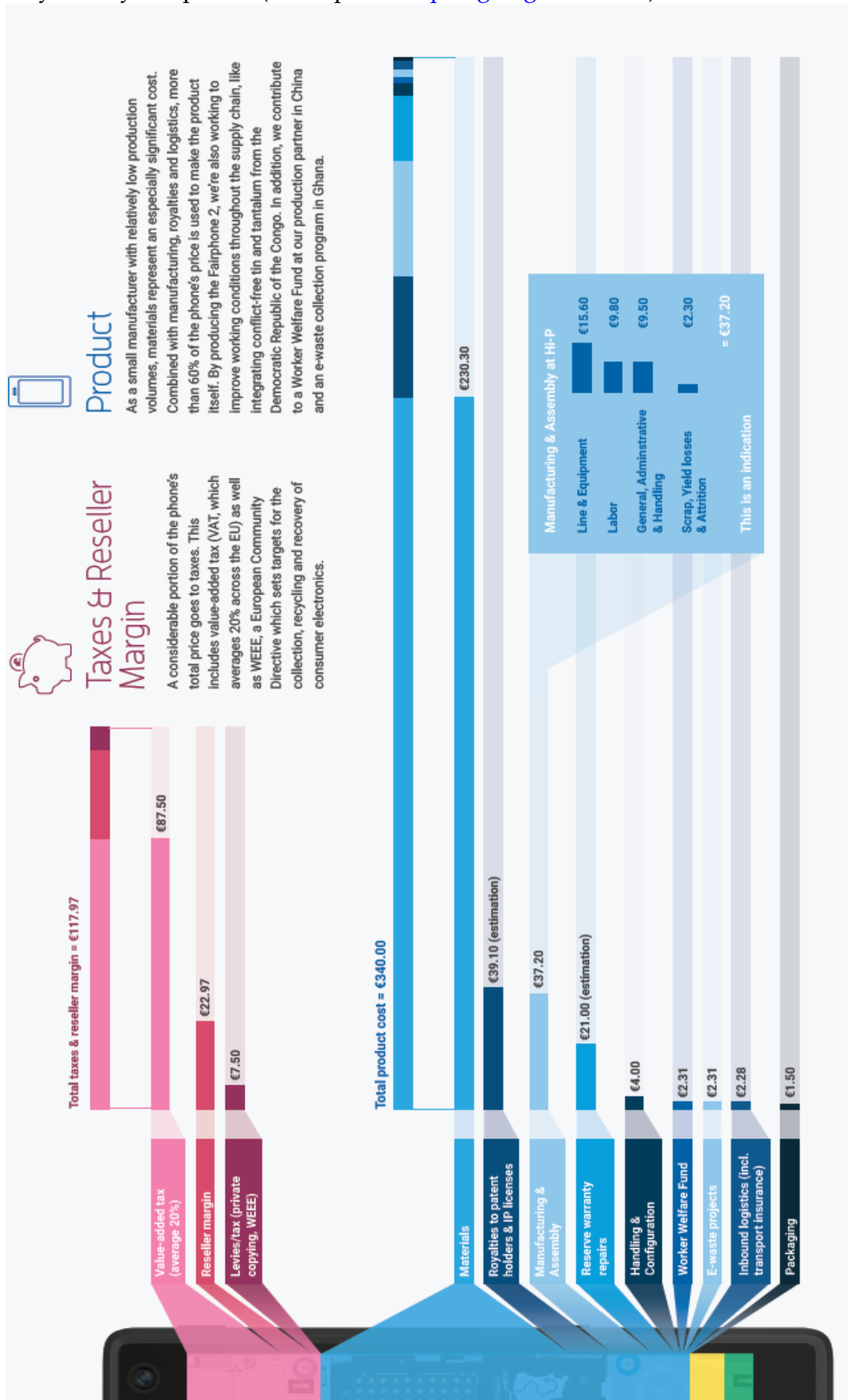
Security and Exchange Commission 2018: *Final rule: Conflict minerals* [online]. 13.11.2012 [Cit. 28.12.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/C5YI4b>

SOMO 2018: SACOM (Students & Scholars Against Corporate Misbehaviour): *Workers as machines: military management in Foxconn* [online]. 12.10.2010 [Cit. 28.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/kLckrE>

Statista 2018: *Unit sales of the Apple iPhone worldwide from 2007 to 2017 (in millions)* [online]. [Cit. 29.01.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/IMZhQ6>

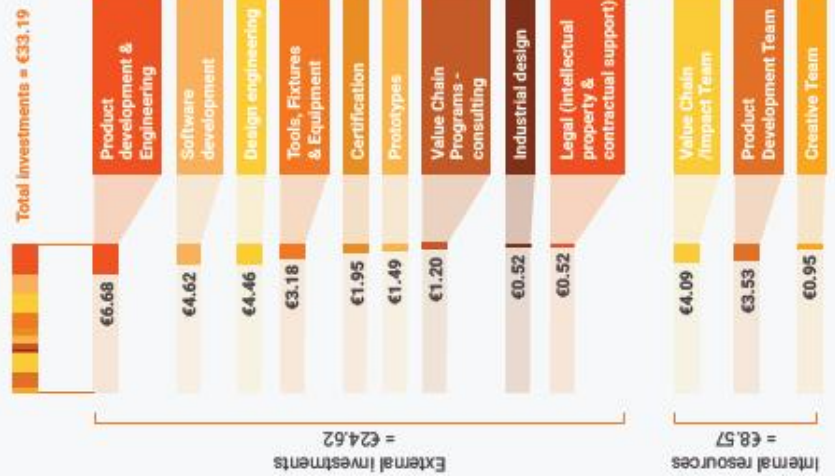
Sustainable Brands 2018: *Fairphone Secures €6.5M to Take Fair, Conflict-Free Electronics Mainstream* [online]. 27.09.2017 [Cit. 28.11.2017]. Dostupné z: <https://goo.gl/FZdWVk>

U.N. Security Council 2018: *Final report of the Group of Experts, S/2016/466* [online]. United Nations and the Security Council Affairs Division 2018. 23.05.2016 [Cit. 06.03.2018]. Dostupné z: <https://goo.gl/tZUEKp>



## Investments

Fairphone invests in product development as well as projects that stimulate social and environmental improvements. For the Fairphone 2, we've created an original design that embodies our values of openness, longevity and reparability. Besides supporting the creation of our phones, our value chain, creative, product and legal teams research and manage projects that influence a more ethical and transparent supply chain.



## Operations

Sales of the Fairphone 2 help us maintain our financial independence by covering our operating costs like marketing, IT and administration. To keep our spending in check, we handle customer service in-house and rely on word of mouth instead of advertising. Our recent B-Corp certification recognizes our dedication to addressing social and environmental issues with our daily business practices.

