



**CPT AG**  
**Conception Promotion Trading**  
Münchensteinerstrasse 43  
4002 Basel, Switzerland  
+41 (0)61 377 73 73 Tel.  
+41 (0)61 377 73 00 Fax  
www.cpt.ch

Georg Kell  
Secretary General  
United Nations  
New York, NY 10017  
USA

Basel, April 2012

### **Communication On Process (COP) to the Global Compact**

Dear Mr. Kell,

I am pleased to confirm that CPT AG still continues to support the ten principles of the Global Compact in respect to human rights, labour rights, the protection of the environment and anti-corruption. With this communication, we express our intent to support and advance those principles within our sphere of influence. We commit to making the Global Compact and its principles part of the strategy, culture and day-to-day operations of our company and undertake to make a clear statement of this commitment - both to our employees, partners, clients and to the public. We support public accountability and transparency and will report on progress made in a public manner.

Please find below our Communication on Progress (COP) as a description of our efforts that we did in 2011 since that last COP by CPT was published on your web site.

Sincerely yours,

Alex de Geus  
CEO

Alex de Geus

Tel.: +41 (0)61 377 73 64  
E-Mail: [alexdegeus@cpt.ch](mailto:alexdegeus@cpt.ch)

## Company Information to the Global Compact

Please type or use print capitals

Type of organisation  Company  Labour  
 Business Association  NGO  
 CSR Organisation  City  
 Other (please specify) \_\_\_\_\_

Name of the organisation CPT AG - Conception / Promotion / Trading

Address Münchensleimbühlstrasse 43 City \_\_\_\_\_

State/province Basel Zip/postal code 4002  
Country Switzerland

Telephone: 0041613777373 Fax: 0041613777300 Website: www.cpt.ch

Number of employees 24 (direct)

Type of activity/s Promotional Items

Name and title of highest executive

Mr/Ms CEO (name) Alex de Geus  
(title)

Name and title of contact person

Mr/Ms Marketing + Sales (name) Stephan Manoni - Eglin  
(title)

Telephone: 0041613777351 Fax: 0041613777300 Email: stephan.manoni@cpt.ch

Check if applicable:  Subsidiary of Mr. Manoni - Eglin

Sector (please highlight only one):

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Aerospace & Aviation           | <input type="checkbox"/> Construction Materials          |
| <input type="checkbox"/> Automobiles & Auto Components  | <input type="checkbox"/> Education                       |
| <input type="checkbox"/> Agriculture                    | <input type="checkbox"/> Finance & Insurance             |
| <input type="checkbox"/> Chemical                       | <input type="checkbox"/> Health Care Services & Supplies |
| <input type="checkbox"/> Commercial Services & Supplies | <input type="checkbox"/> Food & Drink                    |
| <input type="checkbox"/> Commerce & Distribution        | <input type="checkbox"/> Industrial Conglomerates        |
| <input type="checkbox"/> Construction & Engineering     | <input type="checkbox"/> Internet & E-commerce           |
| <input type="checkbox"/> Containers & Packaging         | <input type="checkbox"/> IT Consulting & Software        |

**Company Information to the Global Compact**  
**Please type or use print capitals**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Leisure Equipment & Products                       | <input type="checkbox"/> Real Estate                                   |
| <input type="checkbox"/> Machinery  | <input type="checkbox"/> Technology Hardware & Electrical<br>Equipment |
| <input checked="" type="checkbox"/> Media & Communications                  | <input type="checkbox"/> Textile, Apparel & Luxury Good                |
| <input type="checkbox"/> Metals & Mining                                    | <input type="checkbox"/> Transportation & Storage                      |
| <input type="checkbox"/> Oil and Gas  | <input type="checkbox"/> Telecommunication                             |
| <input type="checkbox"/> Professional, Scientific and Technical<br>Services | <input type="checkbox"/> Tourism and Leisure                           |
| <input type="checkbox"/> Pharmaceutical & Biotechnology                     | <input type="checkbox"/> Utilities                                     |
| <input type="checkbox"/> Paper & Forest Product                             | <input type="checkbox"/> Other   |
| <input type="checkbox"/> Personal Care & Household Products                 |  |

If 'Other' please specify \_\_\_\_\_

## Communication On Progress - Periode : Mai 2011 - April 2012

### **1 ) Einführung zum COP 2012**

Die CPT AG hat in der Periode vom April 2011 bis Ende März 2012 die Massnahmen zur Erfüllung der 10 Prinzipien von „The Global Compact“ weiter ausgebaut und verfeinert. Wir haben die bestehenden Set Ups weiter optimiert und sind bestrebt, diese auch in Zukunft stetig anzupassen und zu verbessern.

Wir haben diesen COP, anlog 2011 wiederum gemäss der 10 Prinzipien des UN Global Compact (UNGC) strukturiert. Im 1. Anhang finden Sie eine Übersicht mit den Prinzipien, den von der CPT angestrebten und umgesetzten Massnahmen und die bis zum jetzigen Zeitpunkt erreichten Resultate der vergangenen Periode.

### **2) Statement der CPT AG:**

Die CPT lebt intern und extern die 10 Prinzipien des UN Global Compact (UNGC). Als Unternehmen haben wir es uns zur Aufgabe gemacht diese Prinzipien zu vertreten und alles daran zu setzen diese intern und extern umzusetzen. Wir haben diese auf unserer Web Seite publiziert und kommunizieren diese als Voraussetzung für jegliche Geschäftsbeziehungen, die wir mit unseren Geschäftspartnern pflegen.

Die Absichtserklärung finden Sie in unserem separaten Schreiben vom 2012.

### **3) Praktische Umsetzungen gemäss den 10 Prinzipien des UNGC**

Im Anhang finden Sie die Übersicht 2011 zu unseren Bestrebungen, auf welche wir im folgenden genauer eingehen möchten.

Die Übersicht ist aufgebaut nach den einzelnen Prinzipien des UN Global Compact.

### **Dokument: *UN Global Compact Prinzipien 1-10 – Set Up 2012***

Die Unterlagen zur Umsetzung der 10 Prinzipien finden Sie immer aktuell auf der

**CPT Web Seite : [www.cpt.ch](http://www.cpt.ch)**

Die Rubrik CPT Ethik haben wir in 5 Teilbereiche eingeteilt:

- 1) Global Compact (Alle Unterlagen und Links zum UNGC COP 2009 / 2010 / 2011)
- 2) Fair Wear Foundation (Brief Membership und Vorstellung der Grund-Prinzipien)
- 3) Set Up (CPT Set Up zur Einhaltung der 10 Prinzipien)
- 4) Zertifikate (Anwendungsbeispiele)
- 5) International (Mitgliedschaft der CPT bei der IPPAG)
- 6) Anwendungen (Publikationen und Berichte der CPT)

## **Prinzipien 1 / 2**

- 1)  
*Unterstützung und Respektierung der Internationalen Menschenrechte im Eigenen Einflussbereich.*
- 2)  
*Sicherstellung, dass sich das eigene Unternehmen nicht an Menschenrechtsverletzungen beteiligt*

In der vergangenen Periode seit der Veröffentlichung des COP (Communication on Progress) 2011 setzt die CPT alles daran um Prinzip 1 / 2 zu erfüllen.

Die CPT erachtet jeden Mensch als frei und gleichberechtigt betreffend Rang und Rechten am Arbeitsplatz. Wir haben uns verpflichtet, die Richtlinien betreffend Menschen- und Arbeitsrechten gemäss der „Universal Declaration of Human Rights der Labour Organization Conventions“ einzuhalten. Die CPT ist überzeugt davon, dass alle Angestellten das Recht auf einen sicheren Arbeitsplatz haben.

Als CPT haben wir uns verpflichtet, uns sowohl intern als auch extern durch klar definierte Sets Ups stetig zu verbessern und alle Bemühungen mit den verantwortlichen Geschäftspartnern abzustimmen, damit die Einhaltung der UN GC Prinzipien gewährleistet wird.

Die CPT hat in der vergangenen Periode nochmals alle Kunden verstärkt auf die Prinzipien der UNGC sensibilisiert und auf die Wichtigkeit aufmerksam gemacht.

Wir haben in unseren Publikationen verschiedene Teilbereiche zu den 10 Prinzipien des UNGC veröffentlicht (ZINE Kundenmagazin) und kommunizieren unsere Bestrebungen auch bei unseren Kundenbesuchen.

Wir erstellen immer mehr Angebote von Firmen in Asien, welche von der Fair Wear Foundation auditiert sind und somit die Richtlinien der Fair Wear Foundation erfüllen.

Die Fair Wear Foundation (FWF) ist eine Internationale Verifizierungsinitiative, die sich für ein besseres Leben von Arbeitnehmerinnen auf der Ganzen Welt einsetzt. Die UNGC Prinzipien 1 / 2 sind mit den Arbeitsrichtlinien der FWF definiert. Da die FWF Arbeitsrichtlinien auch die UNGC Prinzipien 3 / 4 / 5 / 6 abdecken möchten wir untenstehend unsere Pläne, Strategien und bereits erzielten Erfolge in der Zusammenarbeit mit der FWF vorstellen.

### **Prinzipien 3 / 4 / 5 / 6 - Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation (FWF)**

3)

*Wahrung der Vereinigungsfreiheit und wirksame Anerkennung des Rechts zu Kollektivverhandlungen*

4)

*Abschaffung von jeglicher Art von Zwangsarbeit*

5)

*Abschaffung der Kinderarbeit*

6)

*Beseitigung der Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung*

Die CPT respektiert das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen. Wir akzeptieren in keiner Art und Weise Zwangs- und Kinderarbeit. Wir erachten es als grundlegend, dass jeder Mensch, unabhängig von seiner Hautfarbe, Religion, Herkunft, politischer Haltung, Geschlecht, Alter, sexueller Neigung, Besitz, Eigentum und Fähigkeiten als gleichberechtigt gilt.

Alle Mitarbeiter der CPT werden laufend über Verbesserungen und neue Set Ups, die wir insbesondere mit unseren Geschäftspartnern umsetzen informiert.

Wir sensibilisieren unsere Kunden darauf, dass die CPT die Umsetzung der 10 Prinzipien des UNGC mit allen Handlungen anstrebt und setzen konkrete Set Ups mit unseren Lieferanten und Produzenten um.

Diese Set Ups werden laufend optimiert und ausgebaut. Sie umfassen folgende Massnahmen, die wir auch in der vergangenen Periode weiter verbessert und ergänzt haben:

- 1) Persönliche Besuche bei den Produzenten und Intensivierung der Geschäftsbeziehungen – Gute, langjährige Kontakte – Sensibilisierung

- 2) Lieferanten und Produzenten müssen der CPT schriftlich versichern, dass die 10 Prinzipien des UNGC eingehalten werden. Ohne schriftliche Versicherung wird kein Lieferant in die Supplierliste der CPT aufgenommen. Bei schwierigen Anfragen, wo ein Lieferant gesucht werden muss, wird in erster Instanz die IPPAG angefragt, welche ebenfalls Mitglied des UNGC ist. Die IPPAG ist eine Organisation, welche aus 25 Werbeartikelhändler aus 25 verschiedenen Ländern besteht mit eigenem Sekretariat. Die IPPAG Mitglieder tauschen sich gegenseitig Lieferanten aus, die nach einem Bewertungssystem geprüft sind und welche die Richtlinien der IPPAG erfüllen. In 2. Instanz werden neue Lieferanten und Produzenten in ASIEN vor Ort an der Canton Fair und Hong Kong Fair besucht, geprüft und nach erfolgreicher Prüfung im Lieferantenstamm der CPT aufgenommen (Immer nach ausfüllen der Requirements).
- 3) Durchführung von Produktionstests bei jedem Auftrag durch die international anerkannte Organisation ASIA Inspection. Diese überprüfen sowohl die Produktion als auch die Zustände in den Firmen (insbesondere Kinderarbeit muss sofort gemeldet werden, sollte ein Verdacht auftreten, damit unmittelbar gehandelt werden kann. Diese Tests helfen auch Qualität und Nachhaltigkeit der Artikel zu gewährleisten
- 4) Verlangen von Zertifikaten betreffend Inhaltsstoffen. Diese werden von der CPT verlangt und an die Kunden weitergegeben
- 5) Stetige Berücksichtigung von Lieferanten, welche die 10 UNGC Prinzipien erfüllen offerieren wir immer nur Produkte, deren Produktion nach den UNGC Prinzipien erfolgt. Es kann dadurch vorkommen, dass unsere Preise deshalb nicht immer an der untersten Grenze liegen. Wir kommunizieren dies auch unseren Kunden und versuchen unseren Kunden die Wichtigkeit und Notwendigkeit der UNGC Prinzipien zu erklären und laufend darauf hinzuweisen.
- 6) Die CPT hat Ende 2011 ein Lieferantenranking eingeführt. Jeder Lieferant wird nach bestimmten Richtlinien und Kriterien bewertet. Alle vorhandenen Zertifikate werden verlangt und von der CPT archiviert, sodass jederzeit Einsicht genommen werden kann.

In den persönlichen Gesprächen wird der Lieferant auf die Mängel aufmerksam gemacht damit diese in einer vernünftigen Frist verbessert werden können. Dies wird laufend nachgefasst, ob die Korrekturen erfolgt sind, bzw. die Zertifikate nun erhältlich sind.

Um Fortschritte bei den UN GC Prinzipien 3 / 4 / 5 / 6 zum Thema Arbeitsnormen zu erzielen ist die CPT seit August 2010 der Organisation Fair Wear Foundation (FWF) beigetreten. Dadurch können wir unsere Bemühungen seither deutlich verbessern.

Die FWF Arbeitsrichtlinien umfassen:

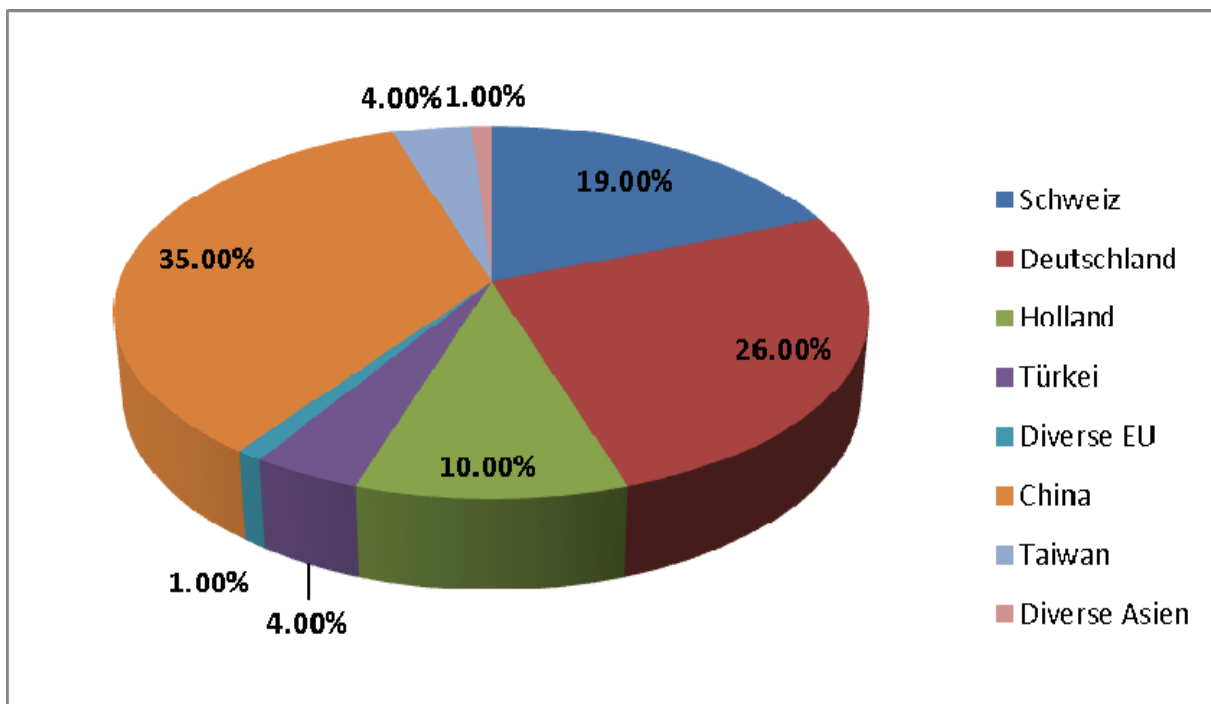
- 1) Keine Zwangsarbeit
- 2) Keine Diskriminierung am Arbeitsplatz
- 3) Keine Kinderarbeit
- 4) Vereinigungsfreiheit und das Recht auf kollektive Versammlungen
- 5) Existenzsichernde Löhne
- 6) Keine überlangen Arbeitszeiten
- 7) Sicheres und gesundes Arbeitsumfeld
- 8) Ein rechtsverbindliches Arbeitsverhältnis

Die FWF wurde in unserem Kundenmagazin ZINE unseren Kunden vorgestellt.  
Der Artikel ist in unseren Beilagen integriert:

### **WORK PLAN 2010 – 2012 – CPT AG**

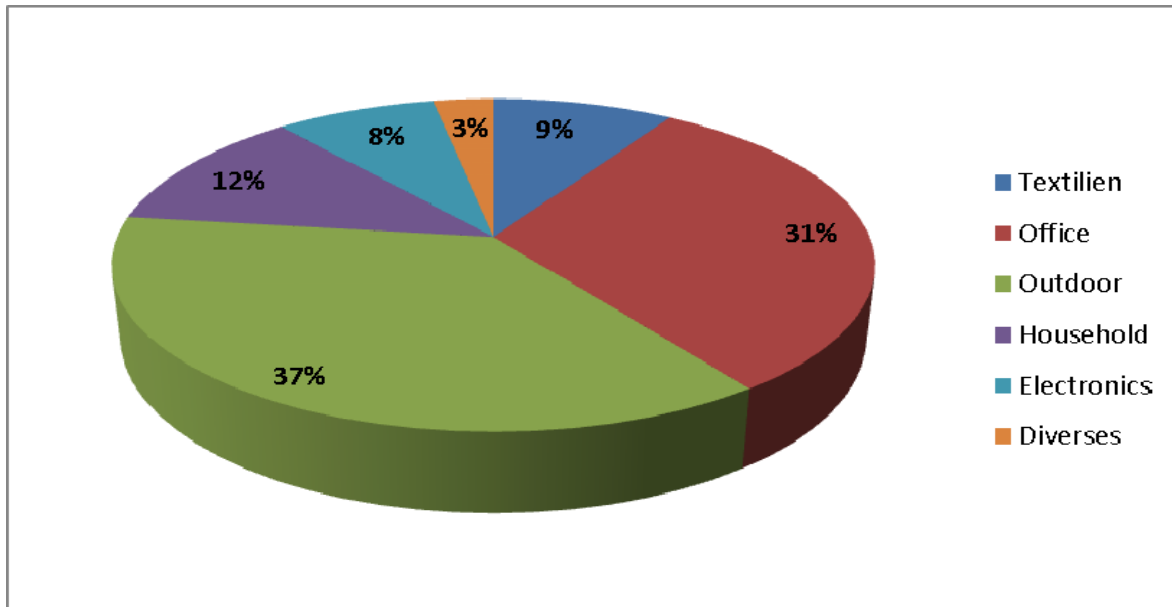
Hierzu verweisen wir auf das Dokument im Anhang

### **Grafik – Umsatz der CPT 2011 nach Ländern**





## Umsatz der CPT 2010 nach Produktgruppen



Die CPT hat im Verhältnis 35% aller Produkte aus Asien bezogen und rund 65% aller Produkte aus der EU mit dem Schwergewicht aus Deutschland und aus der Schweiz.

Aus den Grafiken wird ersichtlich, dass die „genähten Artikel“ (Taschen, Caps, Textilien, Rucksäcke, Lanyards usw.) einen grossen Teil des CPT Umsatzes ausmachen. Deshalb wird auch das Schwergewicht auf Lieferanten gelegt,

welche die Kriterien der Fair Wear Foundation erfüllen.

Die Tendenz geht insgesamt Richtung Produktionen in Europa. Viele Kunden wünschen heute, dass die Ware, welche im Give Away und Geschenkbereich eingesetzt wird in Europa produziert wird. Der Trend zeigt, dass vermehrt auch Markenartikel eingesetzt werden. Dennoch werden immer noch viele Artikel in Asien produziert.

Um sicher zu stellen, dass diese Produzenten auch nach den Richtlinien der FWF produzieren hat die CPT folgende Schritte unternommen um den Work Plan 2011/12 zu der Fair Wear Foundation zu erfüllen.

## **Prinzipien 7 / 8 / 9 - Umweltschutz**

7)

*Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen*

8)

*Ergreifung von Schritten zur Förderung einer grösseren Verantwortung gegenüber der Umwelt*

9)

*Hinwirkung auf die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien*

Die CPT hat in der vergangenen Periode die Bestrebungen zur Erreichung der UNGC Prinzipien 7 / 8 / 9 weiter ausgebaut.

Die CPT hat es sich zur Pflicht gemacht, die erforderliche Sorgfalt zur Umwelt zu tragen. Sei dies im Hinblick auf Entwicklungen, den Herstellungsprozess, Dienstleistungen und Aufgabenübertragung.

Die CPT integriert die Rücksichtnahme auf die Umwelt in der gesamten strategischen Planung und allen Aktivitäten. Es wird laufend sichergestellt, dass die umweltrelevanten Aspekte in alle Arbeitsprozesse eingebunden werden.

Die CPT arbeitet dabei mit ISO 14001 zertifizierten Partnern zusammen und verlangt die Zertifikate für die produzierten Produkte.

Wir haben zahlreiche Lieferanten in unserem Lieferantenstamm aufgenommen, welche Produkte produzieren, die

- aus Recycling-Materialien produziert werden
- aus biologisch abbaubaren Materialien gefertigt werden
- Nachhaltigkeit erfüllen
- aktive zum Sparen von Energie und Wasser beitragen
- Berücksichtigung von Organic-Produktionsmethoden

Diese Produkte wurden in das Sortiment der CPT aufgenommen und aktiv beworben. Ein spezifisches Projekt ist das Projekt „The Battle – The Bottle“. Hier geht es darum die Kunden zu sensibilisieren, aktiv den Konsum an PET Flaschen zu verringern. Das Projekt wird im folgenden Anhang vorgestellt.

**Informationen zu The Battle – The Bottle**  
**ZINE Artikel – Faber Castell CO2 Neutrale Produktion**  
**ZINE Artikel – Eco Kugelschreiber Prodir / Eco Line Senator**

Als CPT unterbreiten wir unseren Kunden zu jedem angefragten Artikel eine Eco-Variante, sofern wir diese anbieten können. Die Verkäufe der Eco Artikel nehmen laufend zu und die Kunden erkennen mehr und mehr den Sinn und Nutzen auf solche Alternativprodukte umzusteigen und konkret etwas für die Umwelt zu tun.

Auf unserer Web-Seite finden Sie viele Eco Produkte aus den oben genannten Sparten in der Produkterubrik – Recycling Line.

[www.cpt.ch](http://www.cpt.ch) – Teil „Produkte“ – Öko Artikel

## **Prinzip 10 - Anti-Korruption**

10)

*Selbstverpflichtung, Korruption in allen Formen, einschliesslich Erpressung und Bestechlichkeit zu bekämpfen.*

Die CPT ist klar gegen jede Art von Bestechung und gelegentliche zusätzlichen Zahlungen, sowie Erpressung und jegliche Form von Schmiergeldern. Wir haben klare Set Ups um jegliche Formen der Korruption zu vermeiden. Alle Rechnungen werden transparent in unserem Firmensystem gespeichert und sind für jeden MitarbeiterIn der CPT jederzeit einsehbar. Alle Aufträge werden klar dokumentiert und können von jedem MitarbeiterIn nachgeprüft werden, da jede Position einzeln ausgewiesen wird.

Bei Lieferanten, wo in irgendeiner Form interne Bestechungsfälle bekannt werden (z.B. mit Zuliefern von Rohstoffen, Verwendung günstigerer Materialien usw.) werden jegliche Geschäftsbeziehungen sofort abgebrochen und die Informationen an die IPPAG weitergeleitet.

2010 bis Ende 2011 entstanden bei Lieferungen aus Asien immer wieder Engpässe. Diese ergaben sich aus:

- Abbau von Schiffen und Containern sowie keine Neuproduktion von Containern in, während und nach der Wirtschaftskrise Ende 2008, 2009, 2010 und 2011 durch Logistikunternehmen, und Redereien
- Problematik des Vulkanausbruchs in Irland im Frühling 2010

-Flugverzögerungen, die zu vermehrtem Ausweichen auf Schiffstransporte führten  
Hier wurden fix gebuchte Container einfach vom Schiff genommen und andere Container von Auftraggebern, die mehr bezahlt haben ersetzt

Die CPT hat ihre Kunden der CPT jeweils über Lieferverzögerungen unterrichtet und gemeinsam mit den Kunden Lösungen erarbeitet und umgesetzt, damit die Ware rechtzeitig angeliefert werden konnte. Dabei hat die CPT das klare Statement verfolgt, niemals höhere Preise zu bezahlen, damit entsprechende Transporte rascher oder wie ursprünglich geplant erfolgten. Wir halten uns an die Preise und Abmachungen und lassen uns auf keine widerrechtlichen Machenschaften ein.

Die CPT unterstützt die UNO Konvention gegen Korruption (UNCAC). Sie ist das erste globale Anti-Korruptionsinstrument und wurde bereits von 140 Ländern unterzeichnet und von 136 Ländern ratifiziert. Ein wichtiger Bestandteil der Konvention ist das Verbot der Bestechung.

**Die 10 Prinzipien von The Global Compact**



Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung sind ethische Grundwerte für die sich die CPT einsetzt.

The Global Compact verfolgt den Aufbau sozialer und ökologischer Eckpfeiler zur Abstützung der neuen globalen Wirtschaft.

Die CPT ist als Mitglied von The Global Compact verpflichtet, regelmässig und schriftlich nachzuweisen, dass die 10 Prinzipien erfüllt werden.

Prinzipien	Verpflichtung	System	Aktionen	Erreichte Ergebnisse
<b>Menschenrechte</b>				
<p><b>Prinzip 1</b> Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte im eigenen Einflussbereich</p> <p><b>Prinzip 2</b> Sicherstellung, dass sich das eigene Unternehmen nicht an Menschenrechtsverletzungen beteiligt</p>	<p>Die CPT erachtet jeden Mensch als frei und gleichberechtigt betreffend Rang und Rechten am Arbeitsplatz. Wir haben uns verpflichtet, die Richtlinien betreffend Menschen- und Arbeitsrechten gemäss der Universal Declaration of Human Rights der Labour Organization Conventions einzuhalten.</p> <p>CPT ist überzeugt davon, dass alle Angestellten das Recht auf einen sicheren Arbeitsplatz haben. Deshalb hat sich die CPT verpflichtet, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz intern und durch klare Set-Ups extern stetig zu verbessern</p>	<p>Der Code of Conduct der CPT beruht auf klaren Setups für korrektes Verhalten und Einhaltung der 10 Prinzipien von The Global Compact</p> <p>In unseren Setups können alle Mitarbeiter der CPT ihre Meinung äussern.</p> <p>CPT unterstellt sich mit vollen Einsatz den Prinzipien von The Global Compact</p> <p>Die CPT stimmt alle Bemühungen mit den verantwortlichen Geschäftspartnern ab, damit die Einhaltung der Prinzipien sichergestellt wird.</p> <p>Die CPT ist Mitglied der Fair Wear Foundation</p> <p>Das CSR (Corporate Social Responsibility) System der IPPAG ermöglicht, dass jeder Lieferant auch auf der Ebene der IPPAG geprüft und bewertet wird. Auf diese Lieferanten kann die CPT zugreifen</p>	<p>Die CPT ist seit Anfang 2007 Mitglied bei The Global Compact und unterstützt diese Initiative mit vollem Einsatz</p> <p>Der Code of Conduct der CPT wird intern und extern gelebt. Das Personal der CPT wird regelmässig geschult. Wir berichten in unserem Kundenmagazin über einzelne Fortschritte und halten diese jährlich in unserem COP (Communication on Progress) fest.</p> <p>Die CPT sensibilisiert die Kunden, die ethischen Grundsätze als wichtig und absolut notwendig zu erachten</p> <p>Sämtliche Lieferanten der CPT werden geprüft, ob die Prinzipien eingehalten werden können. Nur wenn dies der Fall ist, kommt eine Zusammenarbeit zustande</p>	<p>Das CPT Team wird laufend intern geschult.</p> <p>Die CPT hat Setups erstellt, welche sicherstellen, dass die 10 Prinzipien auch von allen Lieferanten eingehalten werden (ca. 300 Lieferanten, auditiert)</p> <p>Die CPT hilft mit, die Anzahl der Wochenarbeitsstunden zu reduzieren, jegliche Kinderarbeit auszuschliessen, die Sicherheit am Arbeitsplatz zu verbessern indem nur Produzenten und Lieferanten ausgewählt und berücksichtigt werden, welche diese Ziele verfolgen, umsetzen und bestrebt sind, diese stetig zu verbessern</p> <p>Die CPT verbreitet nach innen und vor allem nach aussen die 10 Prinzipien des Global Compact und weist alle Kunden auf die grosse Bedeutung hin. Dies auch in allen Publikationen (Web Seite, Kundenmagazin)</p> <p>Die Fair Wear Foundation garantiert, dass diese Prinzipien eingehalten werden. Die CPT ist Mitglied der Fair Wear Foundation.</p>
<b>Arbeitsnormen</b>				
<p><b>Prinzip 3</b> Wahrung der Vereinigungsfreiheit und wirksame Anerkennung des Rechts zu Kollektivverhandlungen</p> <p><b>Prinzip 4</b> Abschaffung von jeder Art von Zwangsarbeit</p> <p><b>Prinzip 5</b> Abschaffung der Kinderarbeit</p> <p><b>Prinzip 6</b> Beseitigung der Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung</p>	<p>Die CPT respektiert das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen</p> <p>Die CPT akzeptiert in keiner Art und Weise Zwangsarbeit und Kinderarbeit</p> <p>Die CPT erachtet es als grundlegend, dass jeder Mensch, unabhängig von seiner Hautfarbe, Religion, Herkunft, politischen Haltung, Geschlecht, Alter, sexuellen Neigung, Besitz, Eigentum und Fähigkeiten als gleichberechtigt gilt.</p>	<p>Der Code of Conduct der CPT besteht aus den Prinzipien von The Global Compact</p> <p>Alle Mitarbeiter der CPT werden laufend über Verbesserungen und neue Setups informiert, um den Prinzipien noch gerechter zu werden und haben jederzeit die Möglichkeit Fragen, Kritik und Anmerkungen mit einzubringen</p> <p>Die CPT hat klare Setups um alle Bestrebungen intern und vor allem auch extern mit Produzenten, Zulieferern und Agenten umzusetzen</p>	<p>Die CPT ist seit Anfang 2007 Mitglied bei The Global Compact und unterstützt diese Initiative mit vollem Einsatz</p> <p>Der Code of Conduct der CPT wird intern und extern gelebt. Das Personal der CPT wird regelmässig geschult. Wir berichten in unserem Kundenmagazin über einzelne Fortschritte und halten diese jährlich in unserem COP (Communication on Progress) fest.</p> <p>Die CPT sensibilisiert die Kunden, die ethischen Grundsätze als wichtig und absolut notwendig zu erachten</p> <p>Sämtliche Lieferanten der CPT werden geprüft, ob die Prinzipien eingehalten werden können. Nur wenn dies der Fall ist, kommt eine Zusammenarbeit zustande</p>	<p>Die CPT überprüft die Produzenten und Lieferanten mittels:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Persönlichen Besuchen vor Ort</li> <li>2) ASIA / SGS - Inspections vor Ort</li> <li>3) Förderung langjähriger Geschäftsbeziehungen und Aufbau von Vertrauen</li> <li>4) Check jedes neuen Lieferanten mittels Requirement-Sheets und schriftlicher Bestätigung der Einhaltung der Prinzipien</li> <li>5) Stetig wachsende Sammlung von aktuellen Zertifikaten und Bestätigungen Klare Kommunikation mit den Lieferanten</li> <li>6) Stetige Berücksichtigung der 10 Prinzipien auch, wenn sich Angebote dadurch deutlich verteuern - Kunden sensibilisieren</li> </ol>
<b>Umweltschutz</b>				
<p><b>Prinzip 7</b> Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen</p> <p><b>Prinzip 8</b> Ergreifung von Schritten zur Förderung einer grösseren Verantwortung gegenüber der Umwelt</p> <p><b>Prinzip 9</b> Hinwirkung auf die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien</p>	<p>Die CPT hat es sich zur Pflicht gemacht, die erforderliche Sorgfalt zur Umwelt zu tragen. Sei dies im Hinblick auf Entwicklungen, den Herstellungsprozess, Dienstleistungen und Aufgabenübertragung. Die CPT integriert die Rücksichtnahme auf die Umwelt in der gesamten strategischen Planung und in allen Aktivitäten.</p> <p>Es wird laufend sichergestellt, dass die umweltrelevanten Aspekte in alle Arbeitsprozesse eingebunden werden.</p> <p>Sicherstellung, dass die Art und Weise der Produktion von CPT Produkten als umweltfreundlich eingestuft wird</p>	<p>Die CPT arbeitet mit ISO 14001 zertifizierten Partnern zusammen. Wir verlangen Social Audits.</p> <p>Die CPT fördert Produzenten, welche nach neuen umweltfreundlichen Methoden produzieren. Sie unterstützt Recyclingprodukte und Produkte, welche aus Recyclingmaterial hergestellt werden</p> <p>Die CPT hat ein grosses Sortiment an umweltfreundlichen Produkten aufgebaut, welches laufend erweitert wird.</p>	<p>Das Setup der CPT für umweltfreundliche Produkte umfasst ein Sortiment aus:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Biologisch abbaubaren Produkten</li> <li>2) Produkte aus Recyclingmaterial</li> <li>3) Produkten, die aktives Handeln fördern (weniger Wasser- und Energieverbrauch)</li> <li>4) Förderung des Verkaufs dieser Produkte durch Sensibilisierung der Kunden</li> <li>5) Förderung auf internationaler Ebene durch die IPPAG</li> <li>6) Nachhaltige Produkte mit langer Lebensdauer und grossem Nutzen</li> <li>7) Berücksichtigung von Organic-Produktionsmethoden</li> </ol> <p>Die CPT sucht laufend nach Möglichkeiten, den CO2-Ausstoss zu reduzieren</p>	<p>Deutliche Steigerung des Abverkaufs von Recycling Produkten.</p> <p>Sortiment von über 100 verschiedenen Alternativ-Produkten auf ökologischer Basis</p> <p>Einbindung von Recyclingprodukten in allen Sortimenten von Fullfilmentlösungen</p> <p>Förderung und Sensibilisierung der Kunden auf ökologische Produkte (Vorstellung von Herstellungsprozessen im Kundenmagazin)</p> <p>Verteilung von Gratis-Artikeln (Eco Bag) zu Steigerung des Bekanntheitsgrades der Eco-Line der CPT.</p>
<b>Anti-Korruption</b>				
<p><b>Prinzip 10</b> Selbstverpflichtung, Korruption in allen Formen, einschliesslich Erpressung und Bestechlichkeit, zu begegnen</p>	<p>Die CPT ist ganz klar gegen jede Art von Bestechung und gelegentliche zusätzliche Zahlungen, sowie Erpressung und jegliche Form von Schmiergeldern</p>	<p>Der Code of Conduct der CPT beruht auf klaren Setups für korrektes Verhalten und Einhaltung der 10 Prinzipien von The Global Compact</p> <p>Wir haben klare Setups, um jegliche Formen der Bestechung zu vermeiden. Alle Rechnungen werden transparent in unserem System gespeichert und sind für jeden Mitarbeiter/In der CPT jederzeit ersichtlich</p>	<p>Wir verbessern unsere Setups laufend.</p> <p>Durch die Mitgliedschaft bei der IPPAG haben wir die Möglichkeit auf einer höheren Ebene mehr Einfluss zu nehmen.</p> <p>Bei Lieferanten, wo in irgendeiner Form interne Bestechungsfälle bekannt werden (z.B.mit Zulieferern von Rohstoffen, Verwendung günstigerer Materialien usw.) werden jegliche Geschäftsbeziehungen sofort abgebrochen und die Informationen an die IPPAG weitergeleitet.</p>	<p>Die CPT unterstützt die UNO Konvention gegen Korruption (UNCAC). Sie ist das erste globale Anti-Korruptionsinstrument und wurde bereits von 140 Ländern unterzeichnet und von 136 Ländern ratifiziert. Ein wichtiger Bestandteil der Konvention ist das Verbot der Bestechung.</p>



Contact person



Margrit Altorfer  
0041 61 377 73 13  
[Margrit.altorfer@cpt.ch](mailto:Margrit.altorfer@cpt.ch)



Stephan Marioni  
+41 61 377 73 51  
[Stephan.marioni@cpt.ch](mailto:Stephan.marioni@cpt.ch)



Alex de Geus  
+41 61 377 73 64  
[alex.degeus@cpt.ch](mailto:alex.degeus@cpt.ch)

Start date membership

August 2010

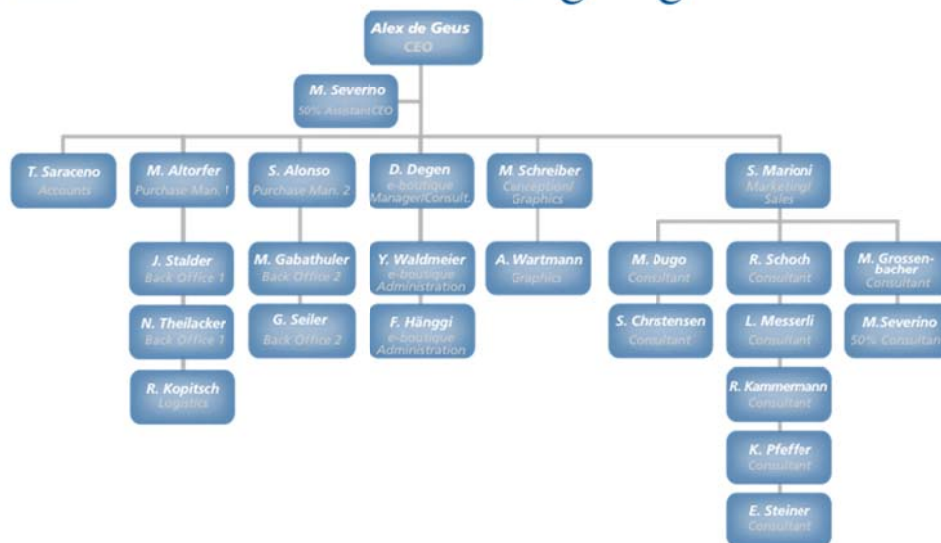
Annual Turnover

6.5 euro (consolidated annual financial report, accompanied by our accountant)

Organisational chart



# Organigramm 2011





Contents

1. Summary: goals for 2011/ 2012 .....	3
2. Sourcing strategy.....	5
3. Coherent system for monitoring and remediation .....	8
4. Complaints procedure .....	9
5. Training and capacity building.....	9
6. Information management .....	10
7. Transparency & communication.....	10
8. Management system evaluation and improvement.....	10
9. Corporate Social Responsibility .....	10
Appendix: supplier register.....	11

## **1. Summary: goals for 2011 / 2012**

In 2011 / & 2012 we want to achieve in terms of implementing the FWF Code of Labour practices along in our supply chain. As a summary we can name the following goals CPT wants to reach in the next period:

### **1) Working on Social Audits – Prepare two selected partners**

We try to get ready two companies CPT makes a huge turnover in sewed products for a FWF Audit by the FWF Audit Team:

-Wico Toys (Plush Products)

-Inanc Textiles (Textiles such as Towels, Polos, T-Shirts, socks, Bathrobes)

The working plans for each company will be attached separately

### **2) Cooperation with Other FWF Members**

Here we started ordering products from Manroof, Switzerland who is also a member of the FWF and has audited 80% of the turnover. We started to make business with Manroof as a supplier for Lanyards (sewed item).

We force our cooperation with the company King Caps (NL) very much. We try to sell caps for our clients that were produced under FWF conditions. King Cap is a FWF audited company. Together with King Caps we have created a special Tag for each cap with the explanation of FWF and what it means. We try to sell the more expensive caps from King Cap with the argument for the client that he gives something good to his clients because the cap is produced under fair conditions (FWF production).

### **3) BSCI listed Companies – IPPAG source**

CPT is member of IPPAG and here we have the opportunity to exchange good suppliers. We have started working this year with suppliers who are BSCI members. This is a standard that is highly requested in Switzerland. We have started working with CiXi City East-Sea Natural Bath (Toys, bath accessoires) how is BSCI listed.

### **4) Inspiring Companies for FWF Information Meetings**

We inform our suppliers on all the FWF Info-Meeting and try to inspire them to go to the meetings and learn about FWF. Here we select important companies for CPT who are still not willing to make the Social Audits. We try to inspire them to see all the advantages that a FWF Audit can bring for the workers.

-Winson (Bags / backpackers/Toilet Bags)

-Options: Raytek (Writing cases) / Hawin (Towels – China Production) / PP Bag Supplier

### **5) Additional Remarks / plans for 2012**

As we said we cannot say what exactly will be the turnover with the suppliers mentioned above because CPT is doing each order on demand. These are the most important suppliers for sewed items. We focus on these suppliers because we have long term relationships with them and we trust each other for many years. In 2012 we start to create a special supplier ranking.





## **Responsibilities**

### **Policy formulation & work plan**

Alex de Geus / Stephan Marioni

### **Sourcing policy**

Margrit Altorfer

### **Monitoring & execution of corrective action plans**

Alex de Geus / Margrit Altorfer

### **Complaints procedure**

Alex de Geus / Margrit Altorfer / Supplier

### **Training & capacity building**

Supplier

### **External communication**

Alex de Geus / Stephan Marioni

### **Factories register & information management**

Margrit Altorfer

### **Evaluation & social report**

Alex de Geus / Margrit Altorfer / Stephan Marioni

## **Budget**

CPT is planning to do several activities for reaching the FWF goals in the Work Plans. Planned are two FWF social audits and we are working with ASIA INSPECTIONS. We force AI to make Social Audits with the suppliers we would like to bring to the FWF level.

Here the idea is to do the AI Audits to see where we stand. We already did it with Inanc Textiles and Marianne Ernstberger from FWF gave us a feedback on the points that we have to approve to be ready for a FWF Social Audit.

Therefore it is not easy to fix an amount for the activities in 2011/12. We estimate an amount between \$3'000-5'000 depending on the fact if the Social Audits are successful.

We also invest \$2'000 in Marketing Activities to change to point of view of our customers. That means going away from the cheapest product to a product with added value such as the tag on the caps made by King Cap. We try to inspire our customers for products that are produced under FWF conditions.

Here we are on track of the budget planning 2012. FWF activities, including also the FWF membership fee is here an important subject.

## Sourcing strategy

### Sourcing strategy & pricing

Here we have added a spread Sheet to show you our working flow. Specially concerning FWF / UN Global Compact principles:

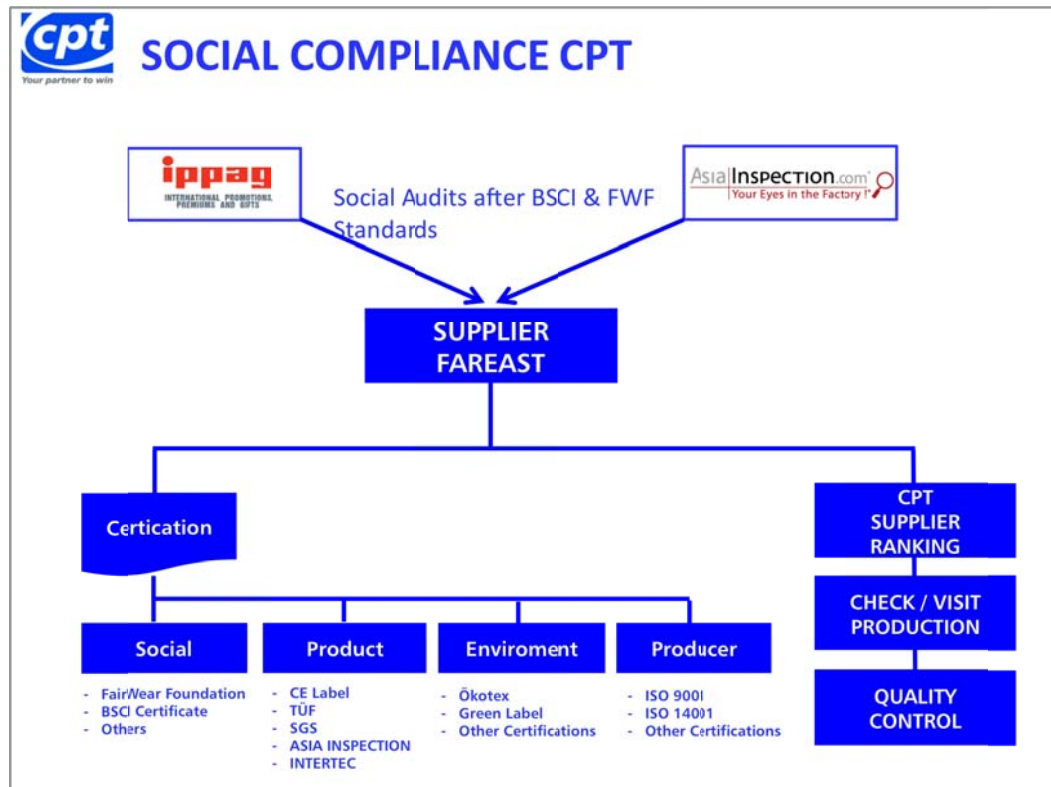
First we always try to evaluate new suppliers via three ways:

The first way we already described above. We try to make AI Social Audits that are defined with the requests of FWF / BSCI standard. Examples are Manroof, King Cap,

The second way is to be constantly in contact with IPPAG to get addresses from companies which are BSCI members.

If we need products from other suppliers which we work on for a long time we try to get as much information concerning Social, Product, Environment, Supplier/producer:

In 2012 CPT is starting a special supplier ranking. Here we want to collect all information such as listed on the spread sheet.



Organisation of the sourcing department

CPT has two purchase departments. We buy several products from Europe and several products from Far East. As we declared in our first document 2010 for FWF the buying volume is about 50:50.

For FWF we concentrate on the Far East Purchase, because Europe Productions usually always fulfil the requirements of the FWF principles.

We have three persons in the Purchase team Far East:

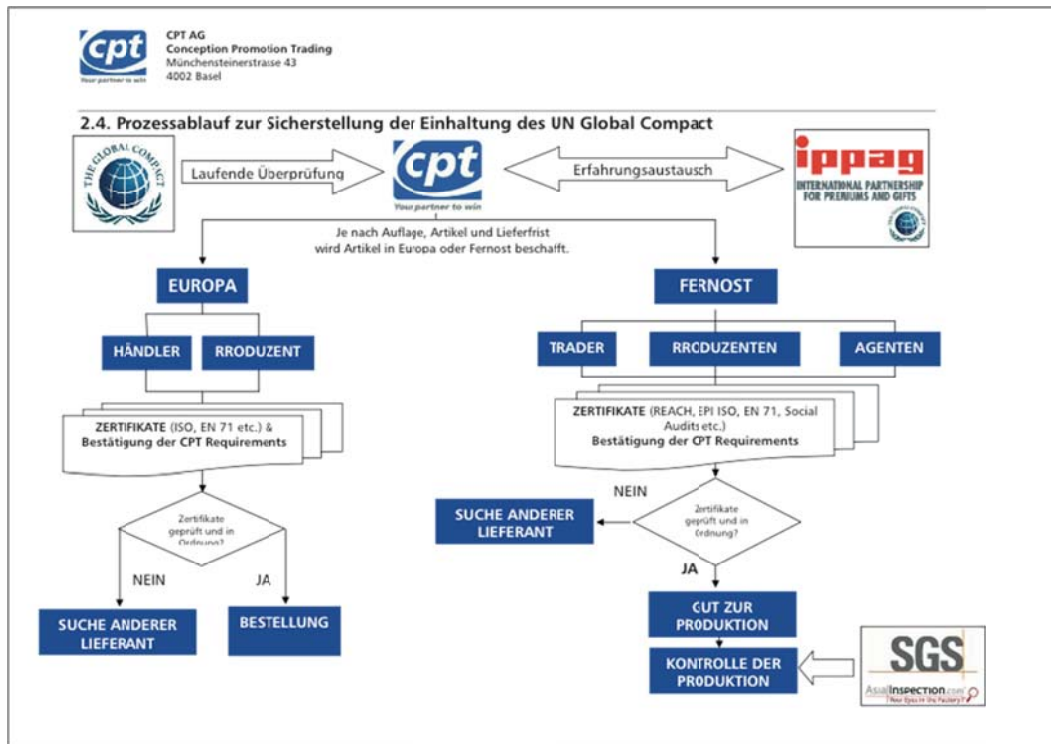
- Margrit Altorfer (Head)
- Jasmin Stalder (Purchase)
- Nicole Theilacker (Purchase)

Each person has a special product group in which she is specialised in. Here we list all the sewed items only:

- Margrit Altorfer (Bags, Backpackers, plush items, Baby Items, taylor made items, balls)
- Jasmin Stalder (Towels, Bathrobes, socks)
- Nicole Theilacker (Caps, Lanyards)

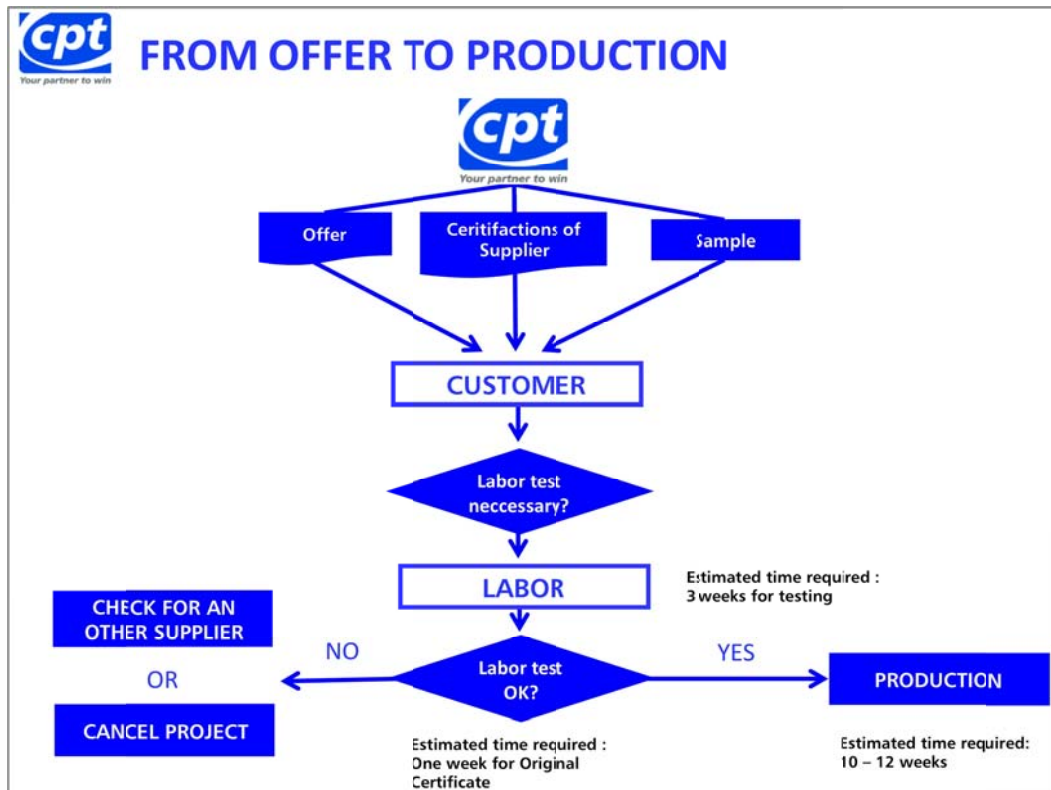
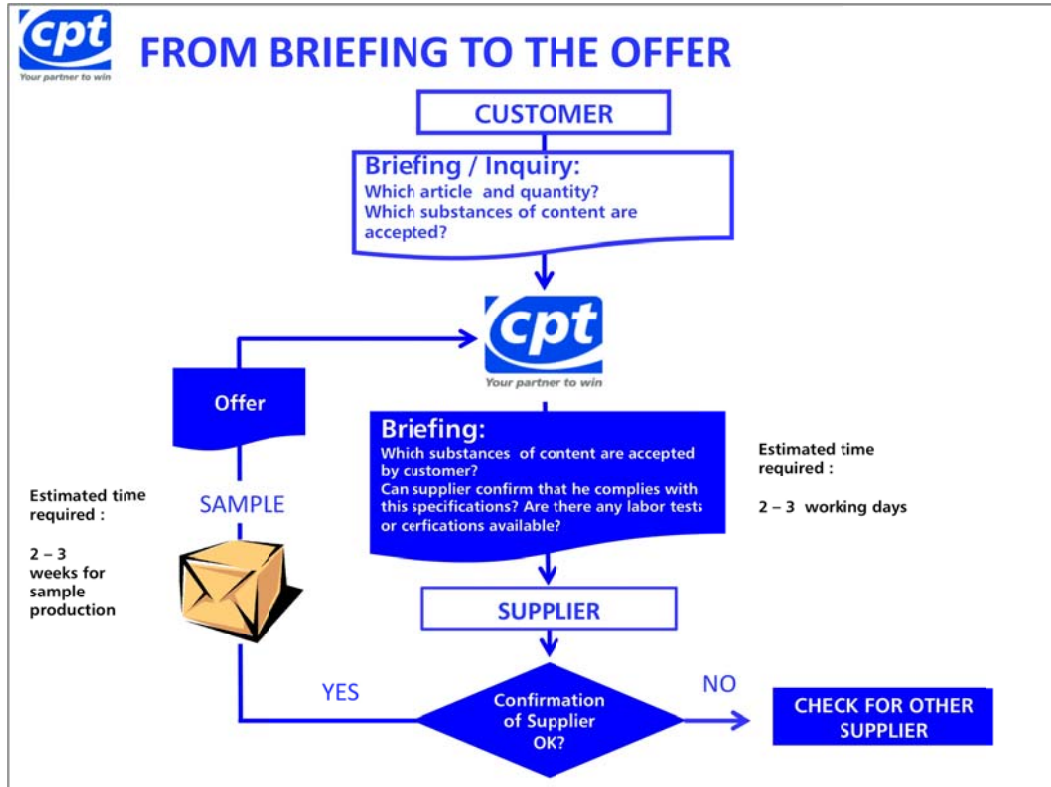
We purchase in China and Turkey, very little in India (soccer balls)

For the sourcing we have added a special spread sheet



**Production cycle and the project planning.**

Here we have added to special spread sheets how the production cycle is organized:





### **Selection of new factories**

First we always try to evaluate new suppliers via three ways:

The first way we already described above. We try to make AI Social Audits that are defined with the requests of FWF / BSCI standard. Examples are Manroof, King Cap, The second way is to be constantly in contact with IPPAG to get addresses from companies which are BSCI members.

If we need products from other suppliers which we work on for a long time we try to get as much information concerning Social, Product, Environment, Supplier/producer:

### **Describe the selection process of new factories.**

Here the process is the same as explained above.

### **Integration monitoring activities and sourcing decisions**

We are travelling to China each year to meet all important suppliers.

We visit them on the Hongkong Fair, Canton Fair in their offices and we visit the factories. We make AI to learn more about the factories.

Inanc Textiles who is based on the Asia side of Turkey is visiting CPT in Basel twice a year. He also joins us on the marking fair in Zürich Swiss Emex.

## **2. Coherent system for monitoring and remediation**

### **Coherence of the programme**

Here we want to come back to our spread sheet which was presented before on the subject of our sourcing strategy / pricing. As you can see this is a difficult task we have to take care of for each supplier.

### **Informing manufacturers about the Code of Labour Practices**

CPT is informing manufacturers. We invite them to FWF meetings, try to inspire them for Social Audits, in a first step with AI to check the actual state, in a second step to prepare them for an FWF Social Audit. We try to inspire them in personal meetings in their factories. We tried that with Winson, Wico Toys, Inanc Textiles and others. It is to say that it is very difficult to get them to the first step. We tell them that this is the future and also our cooperation is depending on these steps.

### **Role of staff and agents**

We meet our Partners in their factories in China. Alex de Geus and Margrit Altorfer are responsible for this. The purchase team gets the instruction from Margrit Altorfer which are the suppliers we are working with. The same procedure is valid for Turkey.

### **Execution of Corrective Action Plans**

Here we attached the working plans for three companies we are on train to get the right level to make a successful Social Audit by FWF:

- Inanc Textiles
- Wico Toys
- Winson Ltd.
- options: Raytek / Hawin

The other goals are mentioned in the summary of goals for 2011 / 2012 on page 1.

### **Co-operation with other clients**

Here we started ordering products from Manroof, Switzerland who is also a member of the FWF and has audited 80% of the turnover. We started to make business with Manroof as a supplier for Lanyards (sewed item).

We force our cooperation with the company King Caps (NL) very much. We try to sell caps for our clients that were produced under FWF conditions. King Cap is a FWF audited company. Together with King Caps we have created a special Tag for each cap with the explanation of FWF and what it means. We try to sell the more expensive caps from King Cap with the argument for the client that he gives something good to his clients because the cap is produced under fair conditions (FWF production).

### **External production**

No remarks from our side at the moment. To discuss what is meant here?

## **3. Complaints procedure**

Here we can only speak of intern appovement. The complaint subject is part of the Social Audits and we are not that far right now.

## **4. Training and capacity building**

### **Activities to inform staff members**

We inform our CPT staff with the following tools:

- The way what, who and how the staff of CPT will be informed is a subject of the CPT board. Each two weeks a board meeting takes place.
- Information of the Sales team: Sales Meetings, 5 times a year (Responsible: Stephan Marioni)
- Information of the purchase Team on Purchase Meetings or immediately after board meetings (Responsible: Margrit Altorfer)
- We write on important subjects in our social media tools, such as the CPT Blog / Facebook and others / we make articles in our client magazine ZINE
- We publish important news on our web site [www.cpt.ch](http://www.cpt.ch)



#### **Activities to inform agents/intermediaries**

We inform our suppliers on all the FWF Info-Meeting and try to inspire them to go to the meetings and learn about FWF. Here we select important companies for CPT who are still not willing to make the Social Audits. We try to inspire them to see all the advantages that a FWF Audit can bring for the workers.

### **5. Information management**

The supplier register is consisting of the most important suppliers we work with for sewed products.

### **6. Transparency & communication**

Communications tools CPT uses are the following:

- CPT website
- CPT client magazine ZINE
- Flyers
- Presenting FWF on the Swiss Emex Marketing Fair
- Company Cards
- Correspondence / Envelopes, Paper, Bills,
- E-Mail Signature / presentations / Newsletters / Covers of catalogues
- Social Media tools (Facebook, Twitter, Flickr, Blog)

### **7. Management system evaluation and improvement**

Here we like to discuss the requested information.

### **8. Corporate Social Responsibility**

CPT is also member of the UN Global Compact since 2007. We already have released three COPs (Communication on Progress) which are published on the UN Global Compact web Site.

Detailed Infos can be found also on [www.cpt.ch](http://www.cpt.ch)



The screenshot shows the CPT website with a navigation menu and a main content area. The main content area is titled 'Fair Wear' and contains the following text:

**Die CPT AG ist seit August 2010 Mitglied bei der Fair Wear Foundation.**

Die Fair Wear Foundation ist eine internationale Verifizierungsinitiative, die sich für ein besseres Leben von ArbeiterInnen auf der ganzen Welt einsetzt. Als CPT verpflichten wir uns in Zusammenarbeit mit unseren Produzenten, Arbeitspläne zu erstellen, um die 8 Richtlinien der Fair Wear Foundation einhalten zu können. Sobald ein Partner die Kriterien erfüllt, führen wir in Zusammenarbeit mit der FWF bei diesen Firmen ein Social Audit durch. Diese Bestrebungen stellen einen weiteren Schritt dar bei der Erfüllung der Prinzipien 3 - 6 zu den Arbeitsrechten und Arbeitsnormen innerhalb des UN Global Compact.

[Der Fair Wear Foundation Prospekt als pdf](#)

Die [Mitgliedschaft der CPT](#) bei Fair Wear Foundation

Weitere Infos finden Sie unter [www.fairwear.org](http://www.fairwear.org)

**Arbeitsrichtlinien der Fair Wear Foundation**

1. Keine Zwangsarbeit
2. Keine Diskriminierung an Arbeitsplatz
3. Keine Kinderarbeit
4. Vereinigungsfreiheit und das Recht auf kollektive Verhandlungen
5. Existenzsichernde Löhne
6. Keine überlangen Arbeitszeiten
7. Sicheres und gesundes Arbeitsumfeld
8. Ein rechtsverbindliches Arbeitsverhältnis

On the right side of the page, there is a green sidebar menu titled '» Ethik' with the following items: Global Compact, Fair Wear, Setup, Zertifikate, International, Anwendung, and EcoLine.

## Appendix: supplier register



## Additional information

### Numbers

- a) All Numbers are based on 2009 / 2010. The numbers of turnover with the suppliers for 2011 we have not ready now
- b) They will be ready next April when all ordered items are accounted

### Sewed items – other items:

In 2010 the turnover of CPT was about 8.4 Million Swiss Francs.

We made 50% with European suppliers

We made 50% with Suppliers from Far East / Turkey

That means the total turnover in Far East was 4.2 Million Swiss francs.

From this amount ca. 2.5 Mio is sewed items turnover (60%)

Ca. 40 % is turnover with other items such as:

- Watches / Clocks
- Umbrellas
- Household items
- Tools
- Office items (Pens, blocks, paper)
- PP Bags
- Slippers

From the 2.5 Million turnover of sewed items we should have the goal to have 40% audited in the first year. This goal we are still trying to reach because of the special circumstance that CPT makes every order on demand. There is no stock and no possibility what the turnover in the next year will be.

### Goal for 2011 / 12 – 40% audited suppliers (turnover 2010)

Wico Toys	200'000
Winson	460'000
Inanc	200'000
King Cap	30'000
Raytec	50'000
Hawin	50'000

---

Total                    1 Million – this would be the 40% to work on

## WER IST DIE FAIR WEAR FOUNDATION?

❖ Unser Ziel ist die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie.

Fair Wear Foundation (FWF) ist eine internationale Verifizierungsinitiative, die sich für ein besseres Leben von ArbeiterInnen auf der ganzen Welt einsetzt. Wir kooperieren eng mit einer wachsenden Zahl von Unternehmen, die Kleidung und andere genähte Produkte herstellen und Verantwortung für ihre Zulieferkette übernehmen wollen. FWF überprüft die erzielten Verbesserungen der Unternehmen, mit denen es zusammenarbeitet. Durch Wissensaustausch, sozialen Dialog und die Stärkung der industriellen Beziehungen steigert FWF die Effektivität der von den Unternehmen getroffenen Maßnahmen.

❖ Gute Arbeitsbedingungen sind das Ziel von FWF: Machen Sie mit!

## FWF: DAS RAD NICHT NEU ERFINDEN!

- ❖ Ein Kontrollsystem einrichten
- ❖ An der Verbesserung von Arbeitsbedingungen arbeiten
- ❖ Einblick in Länderstudien und Zugang zu Stakeholder-Netzwerken in ca. 15 Produktionsländern
- ❖ Unabhängige Verifizierung: Fortschritt und Wirkung nachweisen
- ❖ Auf Anfrage: Individuelle Schulung und Unterstützung
- ❖ Bezahlbare und von FWF geschulte Audit Teams einsetzen
- ❖ Das FWF-Logo auf Etikett verwenden \*

\* die Verwendung des FWF-Logos unterliegt bestimmten Bedingungen.

[info@fairwear.nl](mailto:info@fairwear.nl) ❖ Senden Sie uns eine E-Mail, wenn wir Ihnen behilflich sein können.



[www.fairwear.org](http://www.fairwear.org)

## FWF-ARBEITSRICHTLINIEN

Keine Zwangsarbeit

Keine Diskriminierung am Arbeitsplatz

Keine Kinderarbeit

Vereinigungsfreiheit und das Recht auf kollektive Verhandlungen

Existenzsichernde Löhne

Keine überlangen Arbeitszeiten

Sicheres und gesundes Arbeitsumfeld

Ein rechtsverbindliches Arbeitsverhältnis

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8



## 2 FAIR WEAR WARUM FWF BEITRETEN?

### ❖ Fair Wear Foundation: Übernehmen Sie Verantwortung!

- ❖ FWF Mitgliedschaft erfüllt Sozialkriterien in (öffentlichen) Beschaffungsrichtlinien
- ❖ Prozessorientierung: Verbesserungen werden Schritt für Schritt umgesetzt
- ❖ Unabhängigkeit & Glaubwürdigkeit garantiert: FWF wird von Unternehmensverbänden, Gewerkschaften & Nichtregierungsorganisationen geführt
- ❖ FWF kooperiert mit anderen Initiativen, um Mehrfachauditierungen zu vermeiden und Arbeitsverhaltenskodizes zu vereinheitlichen
- ❖ FWF ist eine gemeinnützige Organisation – die Mitgliedschaft ist bezahlbar

## 2 FAIR WEAR WIE FUNKTIONIERT DIE MITGLIEDSCHAFT?

- ❖ FWF beitreten und einen Arbeitsplan erstellen
- ❖ Arbeitsverhaltenskodex unterzeichnen und ein kohärentes Kontrollsystem einrichten
- ❖ Mit Lieferanten an konkreten Verbesserungen in den Nähbetrieben arbeiten
- ❖ Ihre Fortschritte jährlich in einem Sozialbericht melden und einen Arbeitsplan für das nächste Jahr erstellen
- ❖ Der Arbeitsaufwand für die Überwachung Ihrer Zulieferkette ist abhängig von der Größe Ihres Unternehmens und der Anzahl Ihrer Lieferanten

### ❖ Wandel erfordert eine große gemeinsame Anstrengung.

Treten Sie FWF bei und nehmen Sie Ihre soziale Verantwortung wahr.



## 2 FAIR WEAR WAS BEKOMME ICH FÜR MEIN GELD?

- ❖ Verifizierung: Fabrikaudit, Beschwerdeverfahren, Unternehmensaudit
- ❖ Vorlagen für Briefe, Arbeitspläne, Sozialberichte, Lieferantenfragebogen
- ❖ Zugang zu Know-how und Forschungsergebnissen von FWF
- ❖ Kommunikationsmöglichkeiten (Etiketten, FWF-Website, Newsletter, Pressemitteilungen, Messeauftritte usw.)
- ❖ Jährliches Mitgliedertreffen zum Gedankenaustausch mit anderen Unternehmen

## 2 FAIR WEAR FWF IN DER PRAXIS

- ❖ McGregor setzt sich seit über zehn Jahren für gute Arbeitsbedingungen ein. Wir hatten einen eigenen Verhaltenskodex aufgestellt, der von allen unseren Lieferanten unterzeichnet werden musste. Es gab allerdings keine Kontrollen, ob dieser Kodex auch wirklich eingehalten wurde. Dies war unbefriedigend. Wir beschlossen deshalb, selbst eine aktivere Rolle einzunehmen und die FWF als unabhängige Kontrollstelle zu beteiligen. ❖
- ❖ 2007 trat McGregor Fair Wear Foundation bei. Fair Wear Foundation hält uns auf Kurs, indem sie unseren Fortschritt und die Verbesserungen in den Fabriken verfolgt. Die lokalen Audit Teams von FWF sind ebenfalls von unschätzbarem Wert für uns. Während unserer zweijährigen Mitgliedschaft sind wir bei der Implementierung eines wirksamen Kontroll- und Korrektursystems ein gutes Stück vorangekommen. Wir sind über die Bedingungen in einem Großteil unsere Nähbetrieben jetzt genauestens im Bild und arbeiten an Verbesserungen. Meiner Meinung nach haben wir noch einen weiten Weg vor uns, da wir uns auf schwierigem Terrain befinden. Aber während des Audits bei McGregor ließ uns unser FWF-Ansprechpartner wissen, dass wir unsere Sache wirklich gut machen. ❖

Gie van den Broek, McGregor Fashion Group (Mitglied seit 2007)

# THE BATTLE – THE BOTTLE

**Tun Sie etwas Gutes für Ihre Mitarbeiter, für unsere Umwelt und sprechen Sie darüber!**

Die Menge an Plastikmüll hat sich seit 1995 verdreifacht und verursacht in den Weltmeeren den Tod vieler Seevögel, Säugetiere und Schildkröten. Bei der Herstellung einer PET Literflasche werden 160ml Öl und 5 Liter Kühlwasser benötigt. Eine enorme Belastung für unsere Umwelt. Wird sie dann als Trinkflasche genutzt, bedeutet das ein Gesundheitsrisiko. Bakterien können sich im Schraubverschluss leicht vermehren. Im besten Fall wird die Flasche wiederum unter negativer Energiebilanz recycled.

Die CPT hat es sich zur Aufgabe gemacht, dieser Entwicklung entgegenzuwirken und Ihnen ein Projekt vorzustellen, welches genau dieser Problematik vorbeugt. Schenken Sie mehr als nur eine Edelstahlflasche, die jahrelang mit Leitungswasser gefüllt und verwendet werden kann. Schenken Sie ein Stück Unternehmenskultur und vermitteln Sie auf diese Art, dass wir alle Wasser aber keinen Müll brauchen. Mit dieser nachhaltigen Aktion fördern Sie zudem die Gesundheit in Ihrem Unternehmen und Sie tun etwas für unsere Umwelt.

**Faites quelque chose de bien pour vos collaborateurs, votre environnement, et parlez-en !**

Depuis 1995, la quantité de déchets plastiques a triplé, provoquant la mort de nombreux oiseaux de mer, de mammifères marins et de tortues sur la planète. 160 ml de pétrole et 5 litres d'eau de refroidissement sont nécessaires pour fabriquer une bouteille en PET d'une contenance d'un litre. Une pollution considérable pour notre environnement. Si on s'en sert pour boire, elle constitue un risque pour la santé. Les bactéries peuvent se multiplier facilement dans le bouchon à vis. Dans le meilleur des cas, la bouteille est recyclée, mais avec un bilan énergétique négatif.

La CPT s'est donnée pour mission de freiner cette tendance et de vous présenter un projet qui lutte de manière préventive contre ce problème bien précis. Offrez plus qu'une simple bouteille en inox qui pourra être remplie avec de l'eau du robinet et être utilisée pendant de nombreuses années. Offrez un peu de votre culture d'entreprise et véhiculez de cette façon le message suivant : nous avons tous besoin d'eau, mais pas de déchets. Avec cette opération axée sur le développement durable, vous faites la part belle à la santé au sein de votre entreprise et vous agissez en faveur de l'environnement.



P03961/P03468



**The Battle**

**Frisches Denken.**  
Leitungswasser ist gesund, sicher und streng überwacht. Im Gegensatz zu abgefülltem Wasser, das lange in Lagerhäusern, LKW's und Geschäften steht, ist Leitungswasser immer frisch.

**The Battle**

# CO2 neutrale Produktion Production neutre en CO2

Die Sicherung der Ressourcen für das Leben der kommenden Generationen ist für Faber-Castell von höchster Bedeutung. Daher hat Faber-Castell bereits vor rund 25 Jahren in Brasilien ein Forstprojekt ins Leben gerufen, das bis heute beispielhaft ist. Auf einer Fläche von 10.000 Hektar dienen die eigenen Pinienplantagen als Rohstoffquelle zur Blei- und Buntstiftherstellung und wurden daher vom Forest Stewardship Council (FSC) als „umweltgerecht, sozial verträglich und wirtschaftlich nachhaltig“ zertifiziert. Die Faber-Castell-Gruppe konnte in den letzten drei Jahren ihren CO2-Ausstoß durch den Einsatz regenerativer Energien halbieren! Die firmeneigenen Wälder absorbieren zudem ein Vielfaches dieser Menge. Als CPT sind wir stolz darauf, Ihnen Produkte anbieten zu dürfen, deren Produktion mehrfach CO2-neutral ist.

Faber-Castell accorde une grande importance à la sauvegarde des ressources pour la vie des générations à venir. C'est pourquoi il y a déjà près de 25 ans, Faber-Castell a mis en place au Brésil un projet forestier qui fait aujourd'hui toujours figure d'exemple. Sur une surface de 10 000 hectares, ses propres plantages de pins constituent la source de matières premières pour la fabrication des crayons à papier et des crayons de couleur. Ils ont ainsi été certifiés « écologiquement adaptés, socialement bénéfiques et économiquement viables » par le Forest Stewardship Council (FSC). Au cours des trois dernières années, le groupe Faber-Castell a été en mesure de réduire ses émissions de CO2 grâce à l'utilisation d'énergies renouvelables ! De plus, les forêts gérées par l'entreprise absorbent une quantité encore bien plus grande. Chez CPT, nous sommes fiers de proposer des produits dont la fabrication est plusieurs fois neutre en CO2.

## JUMBO GRIP und COLOUR GRIP 2001 FARBSTIFTE ▼

Der ideale Schreib-Lern-Stift  
Dreieckiger Stift, optimal an die Ergonomie der Kinderhand angepasst.

## CRAYONS DE COULEUR JUMBO GRIP et COLOUR GRIP 2001

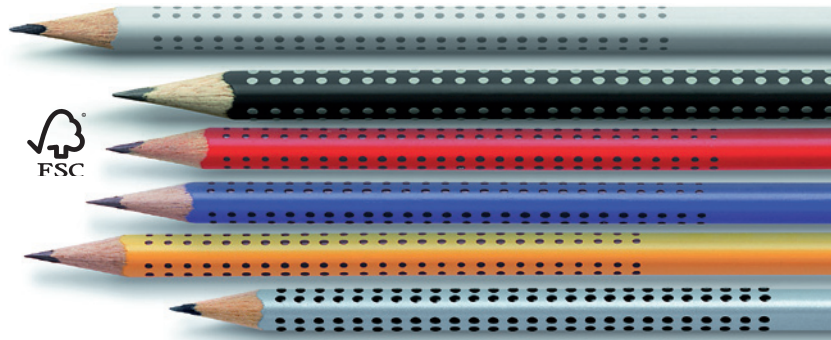
Le crayon idéal pour apprendre à écrire  
Crayon parfaitement adapté à l'ergonomie des petites mains.



P04293



P04297



P03552

## GRIP 2001 BLEISTIFTE ▲

Bleistifte von bester Qualität, 6-fach ausgezeichnet

## CRAYONS À PAPIER GRIP 2001

Crayons à papier de haute qualité, récompensés à 6 reprises

## E-MOTION KUGELSCHREIBER DUNKELBRAUN ▼

Unverwechselbarer, ergonomischer Design-Kugelschreiber in hochwertigem Geschenketui.

## STYLO-BILLE E-MOTION MARRON FONCÉ

Stylo-bille design exclusif et ergonomique dans un étui-cadeau de haute qualité

## E-MOTION FÜLLHALTER DUNKELBRAUN ▼

Hochwertiger Füllhalter mit Schaft aus Birnbaumholz in praktischem Geschenketui.

## STYLO-PLUME E-MOTION MARRON FONCÉ

Stylo-plume de haute qualité avec tige en poirier dans un étui-cadeau très pratique



P04292



P04011

PRODIR

## DS3 ECO

**Ein natürliches Original: Der DS3 ECO wird aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt und ist damit die umweltfreundlichste Wahl.**

Ein umweltfreundlicher Kugelschreiber dank der Verwendung von erneuerbaren Rohstoffen: Er wird aus Holzmehl und Weizenstärke hergestellt, die zu 100 Prozent biologisch abbaubar sind. Mehr als ein Wertbegriff, ein Resultat!

Die beste Art, Ihre Werbebotschaft überzeugend und nachdrücklich zu kommunizieren. Und die hohe Wertschätzung zu zeigen, die Sie Ihren Partnern entgegenbringen. Ein moderner Klassiker unter den Werbeschreibgeräten. Ein Drehkugelschreiber mit grossflächigem Clip und schlankem Gehäuse. Ein stilvolles, zeitloses Design. Der perfekte Begleiter Ihrer Marke. Gestern, heute und morgen.

Auf drei Druckflächen können Sie eine Botschaft gestalten, die Ihrer Markenidentität entspricht.

**L'original au naturel : le DS3 ECO est fabriqué à partir de matières premières renouvelables et est donc le choix le plus écologique que vous puissiez faire.**

Un stylo-bille écologique grâce à l'utilisation de matières premières renouvelables : il est fabriqué à base de farine de bois et d'amidon de froment qui sont 100 % biodégradables. Ce ne sont pas des paroles en l'air, le résultat est réellement concret !

La meilleure façon de communiquer votre message publicitaire de façon convaincante et persuasive. Et de montrer l'estime que vous portez à vos partenaires. Un grand classique moderne parmi les stylos publicitaires. Un stylo-bille rotatif avec large clip et corps fin. Un design chic et intemporel. Le compagnon idéal de votre marque. Hier, aujourd'hui et demain.

Trois surfaces d'impression peuvent accueillir un message correspondant à l'identité de votre marque.

P03602



Personality pens.  
Swiss made.

**prodir**®



P04405



## SENATOR

### VERANTWORTUNGSBEWUSSTER TRINKGENUSS

Eindrucksvolle Individualisierungen auf vollflächig recyceltem Glas inszenieren das ECO GLASS SENCE als nachhaltigen Blickfang. Das erste Werbeglas, welches aus recyceltem Glas hergestellt wird. Kommunizieren Sie damit, dass Sie den Umweltgedanken ernst nehmen und nachhaltig handeln!

### CONSOMMER DE MANIÈRE RESPONSABLE

Consommer de manière responsable Mis en scène avec des personnalisations fascinantes imprimées sur toute la surface en verre recyclé, l'ECO GLASS SENCE attire l'attention sur le développement durable. Le premier verre publicitaire réalisé à base de verre recyclé. Avec ce verre, montrez que vous prenez la protection de l'environnement au sérieux et que vous agissez de manière durable !