



La CSR secondo LIDL

Germania, stop alla pubblicità ingannevole di Lidl sulla propria responsabilità sociale

Fonte: RSI News

La catena tedesca di discount Lidl non pubblicizzerà più i prodotti del proprio reparto abbigliamento come provenienti da fornitori che rispettano il diritto delle persone ad un lavoro equo e dignitoso. Quindi, la campagna in corso è stata interrotta, dopo l'istruttoria per concorrenza sleale aperta dall'Agenzia per la protezione dei consumatori di Amburgo, in seguito alle denunce della Clean Clothes Campaign e dell'European Center for Constitutional and Human Rights (ECCHR).

In un primo tempo, Lidl si era rifiutata di aderire alla richiesta delle due organizzazioni non governative, che denunciavano come fosse evidente, dalle dichiarazioni rese dai lavoratori ai ricercatori delle due organizzazioni, che i fornitori del Bangladesh costringono i propri dipendenti a lavorare in condizioni "disumane", con straordinari eccessivi e malpagati in modo non trasparente, trattenute sui salari come forma di punizione, divieto di adesione ai sindacati, discriminazione nei confronti delle donne, in violazione delle convenzioni dell'International Labour Organization (ILO) dell'Onu, del codice di condotta della Business Social Compliance Initiative (BSCI) e degli obblighi che Lidl si è autoimposta.

La pubblicità di Lidl affermava: "Noi commerciamo in modo equo. Ogni prodotto ha una storia. Per noi è importante chi scrive questa storia. Lidl sostiene globalmente condizioni di lavoro eque. Pertanto, per i nostri prodotti non alimentari abbiamo contratti solo con fornitori e produttori selezionati, che sono disposti a impegnarsi e possono dimostrare la loro responsabilità sociale. Siamo categoricamente contro ogni forma di lavoro minorile, così come siamo contro le violazioni dei diritti umani e dei lavoratori nei nostri impianti di produzione. Noi assicuriamo effettivamente questi standard".

In base all'accordo raggiunto con l'Agenzia per la protezione dei consumatori di Amburgo, Lidl non potrà più vantare, nei propri messaggi pubblicitari, di essere membro della BSCI, un'iniziativa tesa al miglioramento volontario delle condizioni sociali nella catena globale dei fornitori.

Il direttore dell'Agenzia per la protezione dei consumatori di Amburgo ha dichiarato: "Lidl deve ritirare le sue pubblicità. Questo risultato dimostra che le leggi della concorrenza possono essere anche un mezzo efficace contro la pubblicità ingannevole in materia di responsabilità sociale. Tuttavia, questo non aiuta un solo lavoratore in Bangladesh".

La Clean Clothes Campaign, da parte sua, osserva che "questo caso dimostra che è rischioso, per una società, indossare una maschera sociale. Ci appelliamo al governo federale, affinché obblighi le società a rispettare le norme sociali lungo le loro catene di approvvigionamento, in modo che, in futuro, le preoccupazioni legate alle condizioni di lavoro in Bangladesh e in Cina non rimangano confinate solamente agli aspetti di pubblicità ingannevole".

Secondo l'ECCHR, "Lidl è legalmente responsabile per le sue promesse di condizioni di lavoro eque. È insostenibile che i lavoratori colpiti da queste terribili condizioni di lavoro nelle fabbriche che riforniscono società tedesche non possano intraprendere azioni legali in Germania contro queste multinazionali".