

Wpłyną na poprawę warunków pracy w Bangladeszu?

26 października 2013

Firma LPP S.A. przystąpiła do porozumienia dotyczącego ochrony przeciwpożarowej i bezpieczeństwa budynków w Bangladeszu. Jest to pierwszy krok w stronę zwiększenia odpowiedzialności za przestrzeganie praw człowieka w swoim łańcuchu dostaw. Mamy nadzieję, że ten kierunek działań zostanie utrzymany – cieszy się Clean Clothes Polska.

LPP S.A., właściciel marki Cropp, której ubrania produkowano w zawałonym budynku Rana Plaza, poinformował o przystąpieniu do Porozumienia na rzecz ochrony przeciwpożarowej i bezpieczeństwa budynków w Bangladeszu. Porozumienie weszło w życie w lipcu 2013 i jak dotąd przystąpiło do niego ponad 100 firm, globalne i bangladeskie związki zawodowe oraz kilka organizacji pozarządowych.

„Od pięciu miesięcy Clean Clothes Polska i wspierający ją konsumenci i konsumentki wzywają firmę LPP do przystąpienia do Porozumienia. Dlatego cieszymy się, że te głosy zostały wreszcie wysłuchane. Gratulujemy firmie słusznej decyzji i mamy nadzieję, że jest to wstęp do jej kolejnych działań na rzecz poprawy warunków pracy w jej łańcuchu dostaw” – mówi Maria Huma z Clean Clothes Polska.

Obok kwestii zapewnienia bezpieczeństwa w bangladeskich fabrykach odzieżowych palącym problemem jest sytuacja rodzin ofiar i pracowników, którzy ucierpieli w tragedii w Rana Plaza i wciąż czekają na odszkodowania. Jak informuje Clean Clothes Polska wiele z nich nie ma środków do życia, często w wyniku utraty zdolności do pracy. Firmy zlecające produkcję w Rana Plaza przystąpiły do rozmów na temat stworzenia systemu odszkodowań. Procesowi patronuje Międzynarodowa Organizacja Pracy. LPP jak dotąd nie przyjęło zaproszenia do rozmów.

W swoim oświadczeniu firma LPP deklaruje, że zamierza w większym stopniu i bardziej efektywnie kontrolować swoich dostawców. Podstawową zasadą Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, a także podpisanego przez LPP S.A. Porozumienia jest zasada przejrzystości. W związku z tym Clean Clothes Polska wyraża nadzieję, że LPP S.A. będzie jej przestrzegać również w komunikacji z konsumentkami i konsumentami poprzez publikację swojego Kodeksu Postępowania (Code of Conduct), na który powołuje się w oświadczeniu, jak również informacji o efektach jego wdrażaniach, w tym o wynikach prowadzonych kontroli.

Źródło: [Ekologia.pl](https://www.ekologia.pl)