



# Standpuntbepaling inzake de duurzame aankoop van koffie



# Inhoudstabel

<b>1.</b>	<b>Onze visie.....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Ons doel.....</b>	<b>4</b>
<b>3.</b>	<b>Ons standpunt.....</b>	<b>5</b>
3.1.	Verantwoordelijke assortimentssamenstelling.....	5
3.2.	Herkomst, transparantie en traceerbaarheid .....	5
3.3.	Teelt.....	5
3.4.	Impact op het milieu .....	5
3.5.	Verdere ontwikkeling van de normen .....	5
<b>4.</b>	<b>Ons engagement .....</b>	<b>6</b>
4.1.	Verantwoordelijke assortimentssamenstelling.....	6
4.2.	Herkomst, transparantie en traceerbaarheid .....	6
4.3.	Teelt.....	6
4.4.	Impact op het milieu .....	7
4.5.	Verdere ontwikkeling van de normen .....	7



## 1. Onze visie

*“Bij onze dagdagelijkse activiteiten nemen we onze economische, sociale en ecologische verantwoordelijkheid op.”*

Met dit ondernemingsprincipe maakt Lidl België en Luxemburg duidelijk dat het bedrijf zich verantwoordelijk voelt voor mens en natuur. Om dit ook naar de praktijk toe te vertalen, hebben we voorliggend document opgesteld, waarin een verantwoordelijke en duurzame manier van handelen vooropgesteld wordt bij de aankoop van koffie.

Gelet op de 3 pijlers van duurzaamheid, luidt onze basisvisie voor de duurzame productie van levensmiddelen daarbij als volgt:

### Bescherming van hulpbronnen, klimaat en milieu alsook biodiversiteit

Bij een duurzame landbouw ligt de nadruk op werkwijzen en methoden die de bodem productiever maken en die tegelijkertijd de schadelijke gevolgen voor water, lucht, bodem, klimaat en biologische diversiteit alsook voor de menselijke gezondheid tot een minimum beperken. Dit met het oog op een zo gering mogelijke impact op de natuurlijke hulpbronnen.

### Voedselzekerheid

Een duurzame landbouw vrijwaart niet alleen de fundamentele voedingsbehoeften van zowel de huidige als de toekomstige generaties, maar stelt ook de verdere productie van landbouwproducten veilig.

### Sociale factoren

In maatschappelijk opzicht zorgt een duurzame landbouw voor langdurige tewerkstelling, een beter inkomen en waardige en gelijkgerechtigde levens- en arbeidsomstandigheden voor iedereen die in de aanbodketen voor landbouwproducten actief is.

## 2. Ons doel

Consumenten willen dat er strengere normen gehanteerd worden bij de teelt van gewassen als koffie. Daar zien we dan ook op toe door dit als doel voorop te stellen en de verwezenlijking ervan resoluut na te streven. Geloofwaardigheid en uitvoerbaarheid gelden daarbij voor Lidl België en Luxemburg als belangrijkste richtsnoeren. In samenwerking met betrokken actoren van de waardecreatieketen en hun belanghebbenden willen we immers bijdragen tot een milieuvriendelijker en sociaal billijker landbeheer. Om dat te verwezenlijken, hebben we in deze standpuntbepaling een aantal voor Lidl geldende grondbeginselen met betrekking tot aankoop van koffie vastgelegd, alsook specifieke doelstellingen geformuleerd en concrete maatregelen gedocumenteerd.

Het voorliggende document zal ook regelmatig bijgewerkt worden en heeft inhoudelijk betrekking op de koffie uit het huismerkassortiment van Lidl België en Luxemburg. Samen met onze leveranciers zullen we de vooruitgang documenteren, die er op dit vlak geboekt zal worden, en zullen we nieuwe maatregelen uitwerken en treffen. Deze zullen bovendien bindend zijn voor al onze leveranciers.

Verder verplichten we onze leveranciers om minstens de in hun land geldende wettelijke standaarden te respecteren. Zelf is Lidl sinds 2007 aangesloten bij het communautaire initiatief 'Business Social Compliance Initiative' (BSCI) in het kader van de Europese Foreign Trade Association (FTA). Dit heeft ertoe geleid dat Lidl een eigen gedragscode (Code of Conduct) heeft ontwikkeld, waarmee Lidl de sociale minimumnormen bij haar zakenpartners in hun respectieve landen wil verbeteren. Deze minimumnormen vormen een belangrijke grondslag voor de zakelijke betrekkingen van Lidl met haar contractuele partners. Lidl wijst daarbij principieel elke vorm van kinderarbeid of schendingen van de mensen- of arbeidsrechten bij de productie van haar goederen van de hand.

Tot slot bevorderen en ondersteunen we ook bepaalde elementen die verder gaan dan wat als wettelijk minimum wordt opgelegd, bijvoorbeeld door geleidelijk aan de huismerkartikelen uit te breiden met grondstoffen van gecertificeerde teelt en door middel van bijkomende sponsoringprojecten ter verbetering van de ecologische randvoorwaarden bij de teelt van landbouwgewassen als koffie.

### 3. Ons standpunt

Hieronder worden eerst de diverse niveaus aangekaart, waarop we actief naar nieuwe inhoudelijke ontwikkelingen streven, gevolgd door een concretisering van deze vijf actieniveaus met betrekking tot de aankoop van koffie.

#### 3.1. Verantwoordelijke assortimentssamenstelling

Lidl België en Luxemburg wil haar klanten huiskartikelen aanbieden, die voor verantwoordelijkheid staan. Via onze assortimentssamenstelling steunen we daarom de inspanningen die door middel van erkende certificeringsnormen als Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance of Bio geleverd worden door de aldus gecertificeerde en gelabelde producten in ons gamma op te nemen. Dit alles met als doel om voormelde assortimenten doorlopend verder uit te bouwen, in overeenstemming met de wensen van de klant.

#### 3.2. Herkomst, transparantie en traceerbaarheid

We willen consumenten een hoge mate aan transparantie bieden en er, waar mogelijk, voor zorgen dat de producten tot aan hun oorsprong getraceerd kunnen worden. Daarnaast helpt Lidl België en Luxemburg haar klanten bij het uitkiezen van de door hen gewenste producten door het voorzien van duidelijk leesbare en begrijpelijke informatie op de verpakkingen van haar huiskartikelen. Verder verstrekt Lidl België en Luxemburg ook de nodige informatie aan geïnteresseerden via haar wekelijks verspreide folder en de website [www.lidl.be](http://www.lidl.be) (doorklikken naar duurzaamheidsbeleid).

#### 3.3. Teelt

Wij hechten veel belang aan de bescherming van ons milieu en sociaal aanvaardbare arbeidsvoorwaarden. Daarom engageren we ons op dit vlak ook al jaren via onze samenwerking met keurmerkorganisaties en/of in het kader van door Lidl gelanceerde en gefinancierde projecten voor een milieuvriendelijkere en meer sociaal verantwoorde teelt van landbouwgewassen.

#### 3.4. Impact op het milieu

De impact op het milieu, bv. als gevolg van een buitensporig pesticide gebruik bij het verbouwen van landbouwgewassen, moet tot een minimum beperkt blijven. Verder distantiëren we ons van illegale houtkap en aangestoken bosbranden om nieuwe landbouwgrond te verkrijgen.

#### 3.5. Verdere ontwikkeling van de normen

Lidl België en Luxemburg is vastbesloten om het assortiment aan huiskartikelen dat door erkende keurmerkorganisaties als Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance of Bio gecertificeerd werd, nog sterker te verankeren in het door haar aangeboden gamma en nog meer aan te prijzen bij haar klanten. Op die manier willen we namelijk mee helpen zorgen voor een duurzamer consumptiepatroon en producten die afkomstig zijn van een duurzamere landbouw onder de aandacht brengen.

## 4. Ons engagement

### 4.1. Verantwoordelijke assortimentssamenstelling

Lidl België en Luxemburg engageert verkoopt sinds **eind 2016** ten minste **30%** koffie die gecertificeerd is door erkende keurmerkorganisaties als Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance of Bio. Tegen eind **2020** zal dit ten minste **50%** zijn. Lidl België en Luxemburg zet zich al jaren in voor een duurzamere koffieteelt. Een belangrijke bouwsteen van ons engagement op dit vlak is onze samenwerking met internationaal erkende keurmerkorganisaties als Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance of Bio die ervoor helpen zorgen dat fundamentele normen die ons na aan het hart liggen, ook effectief nageleefd worden. De grondstofcertificering voor koffie bij onze huismerken hebben we verder door de jaren heen geleidelijk aan uitgebouwd, waardoor de koffiepaden van ons huismerk 'Bellarom' sinds eind 2016 allemaal voorzien zijn van het UTZ-duurzaamheidslabel. Verder verkopen we sinds 2012 Fairtrade-gecertificeerde koffie onder ons huismerk 'Fairglobe'. Deze koffie draagt bovendien ook het EU BIO-keurmerk.

### 4.2. Herkomst, transparantie en traceerbaarheid

Onze leveranciers voor de productie van onze huismerken nemen de ruwe koffie voornamelijk af van plantages in Centraal- en Zuid-Amerika. In dat kader kan de herkomst van onze gecertificeerde artikelen ook altijd nagegaan worden. De specifieke koffiemengsels en hun oorsprong kunnen echter wel van seizoen tot seizoen en al naargelang de kwaliteit van de oogst verschillen. Verder zijn al onze koffiebrandereien eveneens 'Higher Level'-gecertificeerd volgens de IFS-norm, wat onder meer betekent dat ze zich regelmatig aan onaangekondigde controles dienen te onderwerpen.

### 4.3. Teelt

Afgezien van het door haar aangeboden huismerkenassortiment, steunt Lidl ook doelgericht bepaalde productiestructuren en coöperaties. Sinds 2009 organiseert Lidl, in het kader de 'Faire week', jaarlijks fondsenwervings- en sponsoringsprojecten met betrekking tot de herkomst van ruwe koffieproducten in Latijns- en Zuid-Amerika. Op die manier kon Lidl sinds 2009 al ca. € 350.000 ter beschikking stellen ter bevordering van de duurzame koffieteelt en dankzij de aldus regelmatig toegekende gelden konden er ter plaatse al tal van projecten gerealiseerd worden.

Een bijzondere aandacht gaat hierbij overigens uit naar het bestrijden van de gevolgen van de klimaatveranderingen. Die gevolgen zijn vandaag al duidelijk in de koffieteelt te merken en hebben dan ook een impact op het bestaan van heel wat kleine boeren. Zo zien de koffieboeren zich almaar vaker geconfronteerd met aanhoudende regenperiodes en hoge temperaturen met alle negatieve gevolgen van dien voor de koffieoogst. Vooral kleinere landbouwgemeenschappen hebben doorgaans weinig reserves en worden hierdoor al snel relatief hard getroffen.

Om de betrokken Fairtrade-telers beter bestand te maken tegen deze gevolgen, werden er meerdere

aanpassingsprojecten ontwikkeld. Zo worden er dankzij de steun van Lidl opleidingen over doeltreffende strategieën aangeboden over hoe zich aan het veranderende klimaat aan te passen. Bovendien leren ze ook hoe ze deze aanpassingsmaatregelen op hun beurt zelf anderen kunnen bijbrengen en ter plaatse kunnen toepassen.

Afgezien van deze opleidingen ontvingen de Fairtrade-coöperaties de voorbije jaren via de verschillende Lidl-projecten in Latijns- en Zuid-Amerika ook ca. 197.000 koffieplanten en konden dankzij diverse herbebossingsinitiatieven eveneens 40.000 inheemse bomen als bescherming tegen erosie aangeplant worden. Zonder deze bomen die het water in de bodem vasthouden, zouden bij sterke regenval immers waardevolle minerale wegspoelen, met een verslechtering van de bodemkwaliteit, bodemerosie en een kleinere productie tot gevolg.

Intussen werden zo al duizenden Fairtrade-koffieboeren bij deze projecten betrokken, die daarmee al voor een grote impact op de respectieve regio's zorgden.

#### **4.4. Impact op het milieu**

Een hoeveelheid ruwe koffie van Lidl België en Luxemburg is vandaag al op basis van een specifieke standaard van erkende keurmerkorganisaties als Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance of Bio gecertificeerd. Dat betekent dat de producenten in kwestie voldoen aan de door de certificeringsnorm gehanteerde sociale en ecologische criteria die deels verder gaan dan wat bij wet vereist is. Aanvullend hierop worden er voor deze telers ook opleidingen en trainingen voorzien, die hen leren, hoe ze hun ecologische voetafdruk kunnen verkleinen en een inadequaat gebruik van pesticiden kunnen vermijden. Dit alles op basis van goede landbouwpraktijken en een handhaving van de bestaande biodiversiteit.

#### **4.5. Verdere ontwikkeling van de normen**

Met de voortdurende toename van de aankoop van gecertificeerde ruwe koffie voor de koffieproducten van haar huismerken geeft Lidl België en Luxemburg enerzijds een duidelijk signaal aan de toeleveringsketen en biedt ze anderzijds de producenten zelf ook nieuwe afzetkanalen. Op die manier zorgen we ervoor dat onze consumenten ervoor kunnen opteren om actief bij te dragen tot de verbetering van de levens- en arbeidsomstandigheden van de mensen in de productielanden.

Als lid van de Common Code of Coffee Community (4C) ondersteunt Lidl bovendien ook al jaren het werk dat deze non-profitorganisatie verricht, die sinds 2006 voor een sociale, economische en ecologische basisnorm in de koffiesector ijvert. Deze 4C-norm is voor tal van koffieproducenten dan ook de eerste stap naar een inhoudelijk uitgebreidere certificeringsnorm als Fairtrade, UTZ en Rainforest Alliance.



## Gecertificeerde koffie

