



Standpuntbepaling inzake de duurzame aankoop van thee



Inhoudstabel

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

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 thee. 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 onderhavige standpuntbepaling een aantal voor Lidl geldende grondbeginselen met betrekking tot de aankoop van thee vastgelegd, alsook specifieke doelstellingen geformuleerd en concrete maatregelen gedocumenteerd.

Het voorliggende document zal ook regelmatig bijgewerkt worden en heeft inhoudelijk betrekking op de thee uit het huismerkassortiment van Lidl België en Luxemburg, waaronder groene thee en zwarte thee die niet afkomstig is uit de Europese Unie. 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 uit de gecertificeerde teelt en door middel van bijkomende sponsoringprojecten ter verbetering van de ecologische randvoorwaarden bij de teelt van landbouwgewassen als thee.

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 thee (groene thee en zwarte thee).

3.1. Verantwoordelijke assortimentssamenstelling

Lidl België en Luxemburg wil haar klanten huismerkartikelen 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 huismerken. En tot slot verstrekt Lidl

België en Luxemburg ook de nodige informatie aan geïnteresseerden via haar wekelijks verspreide folder en de website 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 huiskmerkproducten 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

Tegen eind 2018 streeft Lidl België & Luxemburg naar 100% duurzaam gecertificeerde huiskmerkthee (Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance of Bio). Dit geldt voor de grondstoffen afkomstig buiten de Europese Unie en omvat zowel groene als zwarte thee. Sinds eind 2016 hebben we reeds 50% duurzame huiskmerkthee bereikt.

Lidl België en Luxemburg zet zich al jaren in voor een duurzamere theeteelt. Een belangrijke bouwsteen van ons engagement op dit vlak is onze samenwerking met internationaal erkende keurmerkinitiatieven 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 thee bij onze huiskmerken hebben we verder door de jaren heen geleidelijk aan uitgebouwd.

Al sinds 2008 voeren we twee Fairtrade-gecertificeerde zwarte theesoorten onder ons huiskmerk 'Fairglobe'. Deze Fairglobe-theesoorten zijn bovendien ook Bio gecertificeerd. Daarnaast bieden we zwarte

thee aan met de Rainforest Alliance-certificatie. Deze thee is op dit ogenblik voor 50% gecertificeerd en tegen eind 2018 zal dat eveneens 100% zijn. Ten slotte hebben we ook UTZ-gecertificeerde groene thee in ons assortiment. Daarvan is op dit ogenblik 30% UTZ-gecertificeerd en ook dat aandeel zal tegen eind 2018 100% gecertificeerd zijn.

4.2. Herkomst, transparantie en traceerbaarheid

Het werk van de keurmerkorganisaties en de onderliggende mechanismen/traceerbaarheidssystemen zorgen voor transparantie in de toeleveringsketen.

4.3. Teelt

De theeteelt gaat vaak ten koste van het veelsoortige regenwoud en vervangt dit door een door slechts enkele plantensoorten gekenmerkte monocultuur. Bodemerosie, concurrentie om water, nefaste impact van het gebruik van meststoffen en behoefte aan brandhout als brandstof voor de drooginrichtingen: het zijn maar enkele elementen van de druk die er door deze manier van werken op het milieu wordt uitgeoefend. En dan hebben we nog niets gezegd over de sociale aspecten. Thee wordt ook het hele jaar door geoogst en bezorgt daarmee heel wat mensen werk. We hebben het dan voornamelijk over de plukkers die zorgvuldig met de hand de bovenste drie of meer bladeren van elke tak plukken. De theeboeren die in deze context als belangrijkste werkgevers gelden, zien zich van hun kant geconfronteerd met uitdagingen op het vlak van loonkosten en arbeidersrechten zoals vrijheid van vereniging, onderdak en gezondheidszorg, alsook andere rechten en diensten.

Het is ook op dit vlak dat internationaal erkende keurmerkorganisaties actief zijn. Om gecertificeerd te kunnen worden, moeten de boerderijen namelijk aan onafhankelijke auditeurs kunnen bewijzen dat zij met succes specifieke maatregelen implementeren. Rainforest Alliance Certified™-boerderijen moeten bijvoorbeeld aan strenge eisen van milieu-, sociaal en economisch gerichte normen voldoen. Zelf zet de Rainforest Alliance zich daarnaast eveneens in voor het behoud van de biodiversiteit en moedigt de organisatie op duurzaamheid gefocuste levensgemeenschappen aan. Ze engageert zich daarbij voor een ecologisch aanvaardbaar landgebruik, een sociaal verantwoordelijke manier van ondernemen en een op waarde gerichte consumptie.

4.4. Impact op het milieu

De helft van de theehoeveelheid van Lidl België en Luxemburg is vandaag reeds op basis van een specifieke standaard van erkende keurmerkorganisaties als Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance of Bio gecertificeerd. Dat betekent dat de theeboeren in kwestie voldoen aan de door de certificeringsnorm gehanteerde sociale en ecologische criteria die deels verder gaan dan wat bij wet vereist is. Voorbeelden van specifieke maatregelen die de boerderijen moeten nemen voor de Rainforest Alliance certificatie:

o.a. herbebossingsmaatregelen, het beschermen van de waterkwaliteit, het beschermen van natuurlijk voorkomende en in het wild levende dieren en planten, een geïntegreerde bestrijding van eventuele plagen, een verantwoordelijke omgang met natuurlijke hulpbronnen en het respecteren van de rechten op het vlak van arbeid en gezondheidszorg en het bijscholen van de werknemers op de boerderij.

Aanvullend hierop hebben deze telers tevens toegang tot opleidingen en trainingen die hen leren, hoe ze hun ecologische voetafdruk kunnen verkleinen en een inadequaat gebruik van pesticiden kunnen vermijden. Op die manier kunnen de theeboeren zich alvast voorbereiden op de uitdagingen waarmee ze op het vlak van milieubescherming geconfronteerd zullen worden.

4.5. Verdere ontwikkeling van de normen

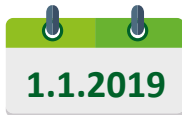
We juichen het toe, wanneer leveranciers van onze huismerken een actieve bijdrage leveren aan initiatieven en verenigingen zoals het Ethical Tea Partnership (ETP). Zelf zet het ETP zich via monitoringprocessen op de plantages van zijn leden in voor een verbetering van de levens- en arbeidsvoorwaarden en daarnaast helpt de organisatie theeboeren met het zich voorbereiden op en het behalen van certificeringen als Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance of Bio.

Met de geleidelijke toename van de certificeringsgraad van de aangekochte hoeveelheden thee voor haar huismerkproducten geeft Lidl België en Luxemburg enerzijds een duidelijk signaal aan de toeleveringsketen en biedt ze anderzijds de producenten zelf ook nieuwe verkoopkanalen. Op die manier zorgen we er bovendien voor 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.



Gecertificeerde thee

(niet-EU)



Groene thee



Zwarte thee