



Prise de position concernant l'achat durable de thé



Table des matières

1.	Notre vision	3
2.	Notre objectif	3
3.	Notre position	4
3.1.	Assortiment composé de manière responsable	4
3.2.	Provenance, transparence et traçabilité	4
3.3.	Culture.....	5
3.4.	Impact sur l'environnement	5
3.5.	Verdere ontwikkeling van de normen	5
4.	Notre engagement	5
4.1.	Assortiment composé de manière responsable	5
4.2.	Provenance, transparence et traçabilité.....	6
4.3.	Culture.....	6
4.4.	Impact sur l'environnement	6
4.5.	Application des normes.....	7



1. Notre vision

« Nous assumons notre responsabilité économique, sociale et écologique dans l'exercice de nos activités quotidiennes. »

C'est par ce principe de gestion que Lidl Belgique et Luxembourg énonce la responsabilité ressentie par l'entreprise envers l'homme et la nature. Afin de traduire ce principe dans la pratique, nous avons rédigé le présent document qui met en avant le commerce durable et responsable du thé.

S'articulant autour des 3 piliers du développement durable, notre vision fondamentale pour la production durable des denrées alimentaires est la suivante :

Protection des ressources, du climat et de l'environnement ainsi que de la biodiversité

Une agriculture qui est durable privilégie des procédés et méthodes qui accroissent la productivité des terres tout en limitant au minimum les conséquences néfastes sur l'eau, l'air, le sol, le climat et la biodiversité ainsi que la santé humaine. L'agriculture durable vise ce faisant à avoir un impact le plus faible possible sur les ressources naturelles.

Sécurité alimentaire

Une agriculture qui est durable assure non seulement les besoins alimentaires vitaux des générations actuelles comme à venir, mais sauvegarde aussi la continuité de l'offre de produits agricoles.

Facteurs sociaux

D'un point de vue social, une agriculture qui est durable génère des emplois à long terme, améliore les revenus et assure des conditions de vie et de travail décentes et équitables pour l'ensemble des personnes actives tout au long de la chaîne d'approvisionnement de produits agricoles.

2. Notre objectif

Les consommateurs souhaitent l'application de normes plus strictes à la culture de plantes comme le théier. Nous y veillons dès lors en en faisant un objectif de premier plan et en poursuivant sa concrétisation avec fermeté. Lidl Belgique et Luxembourg considère la crédibilité et la faisabilité comme des principes directeurs essentiels à cet égard.

En collaboration avec les acteurs de la chaîne de création de valeur et leurs parties intéressées, nous entendons en effet contribuer à une gestion des terres plus respectueuse de l'environnement et plus équitable du point de vue social. Pour réaliser cette aspiration, nous avons établi la présente prise de position, qui pose une série de principes cardinaux aux yeux de Lidl concernant l'achat de thé et formule des objectifs spécifiques étayés par des mesures concrètes.

Le présent document, qui sera régulièrement mis à jour, porte sur le thé proposé dans l'assortiment de marques propres de Lidl Belgique et Luxembourg, qui comprend notamment du thé vert et du thé noir non issus de l'Union européenne. Avec l'aide de nos fournisseurs, nous ferons non seulement connaître les progrès accomplis à ce niveau, mais arrêterons et adopterons aussi de nouvelles mesures. Celles-ci seront d'ailleurs contraignantes pour tous nos fournisseurs.

Nous exigeons en outre de nos fournisseurs qu'ils respectent au moins les normes légales en vigueur dans leur pays. Lidl adhère elle-même depuis 2007 à l'initiative communautaire de conformité sociale en entreprise ou BSCI (Business Social Compliance Initiative) dans le cadre de l'Association européenne du commerce extérieur ou FTA (Foreign Trade Association). Cette adhésion a amené Lidl à élaborer son propre code de conduite, par lequel elle entend améliorer les normes sociales minimales auprès de ses partenaires commerciaux, dans leurs pays respectifs. Ces normes minimales forment une base essentielle dans les relations commerciales que Lidl entretient avec ses partenaires contractuels. Lidl refuse ainsi par principe toute forme de travail des enfants ou violation des droits de l'homme ou du travail lors de la production de ses biens. Enfin, nous encourageons et défendons certains éléments qui vont au-delà des normes minimales fixées par la loi, par exemple en incluant peu à peu des matières premières de culture certifiée dans les articles de marque propre, et en soutenant des projets qui visent à promouvoir de meilleures conditions écologiques préalables à la culture de plantes agricoles comme le théier.

3. Notre position

Ci-après sont abordés les différents niveaux auxquels nous visons activement de nouvelles évolutions de fond, suivis de la concrétisation de ces cinq niveaux d'action en ce qui concerne l'achat de thé (vert et noir).

3.1. Assortiment composé de manière responsable

Lidl Belgique et Luxembourg souhaite proposer à ses clients des articles de marque propre qui incarnent la responsabilité. En témoigne la composition de notre assortiment : nous soutenons les efforts fournis par le biais de normes de certification reconnues telles Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance ou Bio, en intégrant les produits ainsi certifiés et labellisés dans notre assortiment. Et nous le faisons afin d'élargir sans cesse ces gammes de produits, en accord avec les souhaits du client.

3.2. Provenance, transparence et traçabilité

Nous voulons afficher un haut degré de transparence vis-à-vis des consommateurs et, dans la mesure du possible, assurer la traçabilité des produits. Lidl Belgique et Luxembourg aide par ailleurs ses clients à faire leur choix parmi les produits en fournissant des informations claires et compréhensibles sur les emballages de ses marques propres. Lidl Belgique et Luxembourg communique également les informations nécessaires

aux intéressés par le biais de son dépliant hebdomadaire et du site Web www.lidl.be (sous l'onglet Développement durable).

3.3. Culture

Nous attachons beaucoup d'importance à la protection de l'environnement et à des conditions de travail socialement décentes. Aussi nous engageons-nous dans ce domaine depuis plusieurs années, par le biais de notre collaboration avec des organismes de certification et/ou dans le cadre de projets lancés et financés par Lidl en faveur d'une culture des plantes agricoles qui soit plus respectueuse de l'environnement et socialement plus responsable.

3.4. Impact sur l'environnement

L'impact sur l'environnement, par exemple à la suite d'une utilisation excessive de pesticides dans la culture agricole, doit être réduit au minimum. Nous nous désolidarisons également de la déforestation illégale et des feux de forêt allumés pour gagner de nouvelles terres agricoles.

3.5. Verdere ontwikkeling van de normen

Quant à la sélection de produits de marque propre labellisés par des organismes de certification reconnus tels Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance ou Bio. Lidl Belgique et Luxembourg est déterminée à l'ancrer plus fermement encore dans son assortiment et à en faire la promotion davantage encore auprès de ses clients. Nous entendons ainsi contribuer à un modèle de consommation plus durable et mettre en avant les produits issus de l'agriculture durable.

4. Notre engagement

4.1. Assortiment composé de manière responsable

Lidl Belgique et Luxembourg vise, d'ici fin 2018, 100 % de thé de marque propre certifié durable (Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance ou Bio). Cet objectif vaut pour les matières premières issues de pays hors Union européenne et englobe le thé vert comme le thé noir. La part de thé durable dans nos marques propres s'élève déjà à 50 % depuis fin 2016.

Lidl Belgique et Luxembourg s'engage depuis de longues années déjà en faveur d'une culture durable du thé. Un pilier majeur de cet engagement est notre collaboration avec des organismes de certification reconnus à l'échelle mondiale, tels Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance ou Bio, lesquels contribuent à faire effectivement respecter les normes fondamentales qui nous tiennent à cœur. Nous avons poursuivi la certification des matières premières pour le thé de nos marques propres progressivement, au fil des ans.

Depuis 2008, nous vendons deux sortes de thé noir certifiées Fairtrade sous notre marque propre Fairglobe. Ces variétés Fairglobe portent en outre le label Bio. Nous proposons également du thé noir certifié Rainforest Alliance. Ce thé est pour le moment certifié à 50 % et le sera à 100 % d'ici fin 2018. Enfin, notre assortiment comprend aussi du thé vert certifié UTZ. Ce thé est pour le moment certifié UTZ à 30 % et le sera également à 100 % d'ici fin 2018.

4.2. Provenance, transparence et traçabilité

L'action des organismes de certification et les mécanismes ou systèmes de traçabilité sous-jacents sont une garantie de transparence tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

4.3. Culture

La culture du thé se pratique souvent au détriment de la biodiversité de la forêt tropicale et la remplace par une monoculture composée de quelques espèces végétales seulement. Érosion du sol, concurrence pour l'eau, effet néfaste du recours aux engrais, besoins en bois à brûler servant de combustible pour les installations d'assèchement... Ce ne sont là que quelques exemples de l'impact de cette manière de travailler sur l'environnement. Sans parler des aspects sociaux : le thé étant récolté tout au long de l'année, il génère beaucoup d'emplois. Nous pensons notamment aux cueilleurs qui récoltent soigneusement à la main les trois feuilles supérieures, voire davantage, sur chaque branche. De leur côté, les cultivateurs de thé, qui sont les principaux employeurs dans ce contexte, font face à des défis concernant les charges salariales et les droits des travailleurs, tels la liberté d'association, l'hébergement et les soins de santé, ainsi que d'autres droits et services.

Les organismes de certification reconnus à l'échelle internationale sont justement actifs sur ce plan-là aussi. En vue d'obtenir une certification, les exploitations doivent en effet pouvoir démontrer à des inspecteurs indépendants qu'elles appliquent avec succès certaines mesures spécifiques. Les exploitations Rainforest Alliance Certified™ doivent ainsi satisfaire à des normes environnementales, sociales et économiques exigeantes. L'organisation Rainforest Alliance s'investit en outre dans la protection de la biodiversité et encourage les communautés de vie axées sur le développement durable. Elle milite ce faisant pour une utilisation des terres raisonnable du point de vue écologique, un esprit d'entreprise socialement responsable et une consommation qui privilégie la qualité.

4.4. Impact sur l'environnement

Aujourd'hui, la part de thé de Lidl Belgique et Luxembourg est déjà certifiée de moitié sur la base d'une norme spécifique d'organismes de certification reconnus, comme Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance ou Bio. Les cultivateurs de thé en question satisfont donc aux critères sociaux et écologiques imposés par la norme de certification et qui vont en partie au-delà des prescriptions légales. Voici quelques exemples

de mesures spécifiques à prendre par les exploitations souhaitant obtenir une certification Rainforest Alliance : des mesures de reforestation, la protection de la qualité de l'eau, la protection de la faune et de la flore indigènes et sauvages, une lutte intégrée contre les éventuels nuisibles, une gestion responsable des ressources naturelles, ainsi que le respect des droits en matière de travail et de soins de santé, et la formation continue des travailleurs au sein de l'exploitation.

À cela s'ajoute l'accès des cultivateurs de thé à des formations qui leur enseignent comment réduire leur empreinte écologique et comment éviter l'emploi – inutile – de pesticides. Ils pourront ainsi d'ores et déjà se préparer aux défis auxquels ils feront face sur le plan de la protection environnementale.

4.5. Application des normes

Nous saluons ceux de nos fournisseurs de marques propres qui contribuent activement à des initiatives et associations comme celle du Partenariat éthique pour le thé ou ETP (Ethical Tea Partnership). Appliquant des processus de contrôle dans les plantations de ses membres, l'ETP se mobilise pour améliorer les conditions de vie et de travail sur place. Elle aide aussi les cultivateurs de thé à effectuer les préparatifs nécessaires à l'obtention de certifications comme Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance ou Bio.

En élevant progressivement le niveau de certification des volumes de thé achetés pour ses produits de marque propre, Lidl Belgique et Luxembourg envoie d'une part un signal clair à la chaîne d'approvisionnement et offre d'autre part de nouveaux débouchés aux producteurs. Nous laissons ainsi à nos consommateurs le choix de contribuer activement à améliorer les conditions de vie et de travail des personnes dans les pays producteurs.



Thé certifié (non-EU)



Thé vert



Thé noir

