



# position paper

## verantwoorde inkoop thee



# Inhoud

<b>1 Onze visie .....</b>	<b>3</b>
<b>2 Onze doel.....</b>	<b>3</b>
<b>3 Onze positie.....</b>	<b>4</b>
<b>4 Onze betrokkenheid.....</b>	<b>5</b>
<i>4.1 Verantwoord assortiment .....</i>	<i>5</i>
<i>4.2 Herkomst, transparantie en traceerbaarheid.....</i>	<i>5</i>
<i>4.3 Teelt .....</i>	<i>6</i>
<i>4.4 Impact op het milieu.....</i>	<i>6</i>
<i>4.5 Ontwikkeling van standaarden.....</i>	<i>7</i>

# Position paper – verantwoorde inkoop thee

## **1. Onze visie**

*“Wij nemen in ons dagelijks handelen onze verantwoordelijkheid met betrekking tot duurzame, sociale, en milieuaspecten”.*

Met dit grondbeginsel is verantwoord ondernemen in het hart van de bedrijfscultuur van Lidl Nederland verankerd. In dit document lichten we toe hoe we hier bij de inkoop van thee invulling aan geven.

Gelet op de drie P's van duurzaamheid - people (mensen), planet (milieu) en profit (opbrengst) – zijn hieronder de aandachtspunten uiteengezet.

### Bescherming van natuurlijke bronnen, klimaat, milieu en biodiversiteit

Bij duurzamere landbouw ligt de nadruk op werkwijzen en methoden waarbij enerzijds de bodemvruchtbaarheid wordt verbeterd en anderzijds schadelijke gevolgen voor water, lucht, bodem, klimaat, biodiversiteit alsook de menselijke gezondheid tot een minimum worden beperkt.

### Voedselzekerheid

Middels duurzamere landbouw wordt de fundamentele voedingsbehoefte van zowel huidige als toekomstige generaties, alsook de productie van landbouwproducten in de toekomst, zeker gesteld.

### Sociale factoren

In maatschappelijk opzicht zorgt een duurzamere landbouw voor langdurige werkgelegenheid, verbeterde inkomens en betere leef- en arbeidsomstandigheden voor eenieder die in de productieketen actief is.

## **2. Ons doel**

Een belangrijke kracht achter de manier waarop wij verantwoord ondernemen is klantgerichtheid. Door klantgericht te werken proberen we continu de verwachtingen van onze klanten te overtreffen. We willen onze klanten producten bieden die duurzaam, van hoge kwaliteit en betaalbaar zijn.

In goede samenwerking met betrokken partijen in de keten zetten we ons in om bij te dragen aan een duurzamere landbouw waarbij aandacht is voor sociale- en milieuaspecten. Om dit te realiseren geven we in dit document de uitgangspunten, doelstellingen en maatregelen weer die bij de inkoop van thee centraal staan.

Dit document heeft betrekking op ons assortiment eigenmerk groente thee, rooibos thee en zwarte thee, die niet afkomstig zijn uit de Europese Unie. Het document wordt regelmatig geupdate zodat het een actuele status van onze bedrijfsvoering weergeeft. Samen met onze leveranciers documenteren we de voortgang en worden nieuwe maatregelen ontwikkeld en doorgevoerd. Deze zijn verplicht voor al onze leveranciers. Indien doelstellingen niet behaald (lijken te) worden, treffen we nieuwe maatregelen om de doelstellingen te realiseren.

Daarnaast zijn al onze leveranciers verplicht om altijd de nationale wettelijke normen te respecteren en na te leven. Lidl is sinds 2007 lid van het 'Business Social Compliance Initiative' (BSCI), een internationale organisatie

die waakt over goede werkomstandigheden in de wereldwijde productieketen. Op basis van dit lidmaatschap heeft Lidl een eigen gedragscode (Code of Conduct) ontwikkeld, waarmee we ons ten doel hebben gesteld om de sociale minimumnormen in de keten te verbeteren. Deze minimumnormen vormen de fundamentele basis voor alle zakelijke relaties die we met contractpartners hebben. Hierbij wijzen we elke vorm van kinderarbeid of schendingen van mensen- en arbeidsrechten in de productieketen af. Daarnaast stimuleert en ondersteunt Lidl stappen die verder gaan dan de wettelijk minimum opgelegde eisen door steeds meer grondstoffen te gebruiken uit gecertificeerde duurzame landbouw en middels projecten gericht op het verbeteren van sociale- en milieuaspecten.

### **3. Onze positie**

Hieronder staat beschreven op welke elementen ons duurzaam inkoopbeleid zich actief richt. Vervolgens worden deze elementen specifiek toegelicht met betrekking tot de inkoop van thee.

#### **3.1 Verantwoord assortiment**

Lidl wil haar klanten eigenmerk producten bieden die op een verantwoorde wijze zijn geproduceerd. We ondersteunen de inspanningen van keurmerkorganisaties als Fairtrade, UTZ Certified, Biologisch en Rainforest Alliance door gecertificeerde en gelabelde producten aan te bieden. Het is ons doel om dit aanbod voor onze klanten steeds verder uit te breiden.

#### **3.2 Herkomst, transparantie en traceerbaarheid**

Het is ons doel om klanten een hogere mate van transparantie en waar mogelijk traceerbaarheid tot aan de oorsprong te bieden. Met duidelijke, leesbare en begrijpelijke informatie op de verpakking ondersteunen we klanten bij hun productkeuze. Daarnaast geven we in onze folder en op [www.lidl.nl](http://www.lidl.nl) informatie over de herkomst en productiewijze van producten. Voor steeds meer producten brengen we dit bovendien in kaart met oorsprong-filmpjes die we op [www.lidl.nl/oorsprong](http://www.lidl.nl/oorsprong) plaatsen en via social media onder de aandacht brengen.

#### **3.3 Teelt**

We hechten veel waarde aan de bescherming van het milieu en goede arbeidsomstandigheden in de productieketens van onze producten. Hiertoe werken we al vele jaren samen met keurmerkorganisaties en zijn we betrokken bij projecten voor een duurzamere landbouw op het gebied van sociale- en milieuaspecten.

#### **3.4 Impact op het milieu**

Een negatieve impact op het milieu, door een onevenredig gebruik van pesticiden bij de teelt van landbouwgewassen, moet tot een minimum beperkt worden. Daarnaast distantieert Lidl zich van illegale houtkap en het starten van bosbranden voor het winnen van nieuwe landbouwgrond.

### 3.5 Ontwikkeling van standaarden

Lidl streeft ernaar om productieketens te verduurzamen en het aantal producten dat afkomstig is uit gecertificeerde duurzame landbouw, middels bijvoorbeeld Fairtrade en UTZ Certified, uit te breiden en daar nog meer klanten mee tevreden te stellen. We vinden het belangrijk om bij te dragen aan zowel een duurzamer consumptiepatroon als aan het bewustzijn over het belang dat producten afkomstig zijn uit duurzame landbouw.

## 4 Onze betrokkenheid

### Verantwoord assortiment

Lidl zet zich al jaren in voor het verduurzamen van de theeteelt. Een belangrijk aspect hierbij is de samenwerking met internationaal erkende keurmerkorganisaties als Fairtrade, Rainforest Alliance, Biologisch en UTZ Certified. Op basis van deze standaarden wordt gewaarborgd dat milieu- en sociale criteria worden nageleefd. De grondstofcertificering van thee hebben wij in de loop van de jaren steeds verder uitgebreid. **Wij streven ernaar dat onze zwarte-, groene- en rooibosthee eind 2018 voor 100% afkomstig is uit gecertificeerde duurzame landbouw; Fairtrade, Rainforest Alliance, Biologisch of UTZ Certified. Dit geldt voor zwarte-, groene- en rooibosthee afkomstig van buiten de Europese Unie. Daarnaast streven wij ernaar dat onze kruiden- en fruitthee eind 2020 voor 50% afkomstig is uit gecertificeerde duurzame landbouw; Fairtrade, Rainforest Alliance, Biologisch of UTZ Certified.**

Onder ons eigenmerk 'Fairglobe' verkopen wij sinds 2007 Fairtrade-gecertificeerde zwarte thee. Deze thee is ook biologisch gecertificeerd. Daarnaast is onze rooibosthee en groene thee gecertificeerd middels het UTZ-keurmerk. Momenteel is ruim 30% van ons totale thee assortiment zwarte, groene- en rooibosthee gecertificeerd, eind 2018 moet dit 100% zijn.

### Herkomst, transparantie, traceerbaarheid

De grondstof van thee zijn de gedroogde bladeren van de theestruik, deze worden verspreid over de wereld in met name tropische en subtropische gebieden geteeld. De grondstoffen voor onze zwarte thee komen bijvoorbeeld uit het Himalayagebergte en uit Tanzania. Daarnaast is de grondstof voor onze rooibos thee afkomstig van de rooibos plant die van nature als zgn. fynbos groeit in Zuid-Afrika. We vinden het belangrijk om de transparantie over de herkomst van onze producten naar onze klanten toe te vergroten en hen in staat te stellen meer over de theeteelt te weten te komen. Hierbij is ook de samenwerking met keurmerkorganisaties van belang, doordat hun systemen bijdragen aan traceerbaarheid in de keten. Zo staat op de verpakking van verschillende Fairglobe producten een verwijzing naar [www.info.fairtrade.net](http://www.info.fairtrade.net). Op deze site kunnen consumenten meer te weten komen over de herkomst van Fairtrade producten. Op deze website wordt bovendien getoond welke effecten Fairtrade heeft in het land waar de thee wordt verbouwd en welke projecten daar met de Fairtrade premie worden gefinancierd.

### Teelt

De teelt van thee gaat dikwijls ten koste van tropisch regenwoud en vervangt dit door een eenzijdige monocultuur. Erosie, waterconcurrentie, een verslechterde bodemvruchtbaarheid en een toenemende vraag naar brandhout voor het drogen van de theebladeren, zijn enkele voorbeelden van de impact die de theeteelt

heeft op het milieu. Daarbij komen nog de maatschappelijke aspecten. Thee wordt gedurende het hele jaar geoogst en biedt daardoor aan een groot aantal mensen werk. Dit zijn voornamelijk plukkers, die zorgvuldig met de hand de bovenste drie of meer bladeren van een tak plukken. Als werkgever staan de theeboeren voor uitdagingen wat betreft salarissen, huisvesting, gezondheidszorg en arbeidsrechten zoals de vrijheid van vereniging. Internationaal erkende keurmerkorganisaties zetten zich actief in voor de verbetering van deze punten. Om gecertificeerd te worden tonen theeboeren bij onafhankelijke auditerende instanties aan welke maatregelen ze treffen om de situatie van de plukker te verbeteren. Zo zet UTZ Certified zich in voor betere landbouw, een beter milieu en betere arbeidsomstandigheden. Dit doen ze door theeboeren te leren werken met nieuwe landbouwtechnieken die efficiënter en productiever zijn. Dit leidt tot hogere opbrengsten en een verbeterde kwaliteit van de thee, waardoor de boeren een sterkere positie en een beter inkomen kunnen genereren.

### **Impact op het milieu**

Momenteel is ruim 30% van onze thee afkomstig uit gecertificeerde duurzame landbouw middels Fairtrade, Rainforest Alliance, Biologisch of UTZ Certified. Dit betekent dat de theeboeren voldoen aan de, dikwijls bovenwettelijke, milieu- en sociale criteria die door deze keurmerkorganisaties worden gesteld. Om gecertificeerd te worden moeten de bedrijven bij onafhankelijke auditerende instanties aantonen dat zij met succes gerichte maatregelen uitvoeren. Producenten aangesloten bij UTZ Certified wordt bijvoorbeeld de mogelijkheid geboden om opleidingen en trainingen bij te wonen, waarbij zij leren hoe zij middels goede landbouwpraktijken aantasting van het milieu tot een minimum kunnen beperken. Hiertoe behoren bijvoorbeeld het aanwenden van verbeterde irrigatiemethoden, het voorkomen van ontbossing, het optimaal gebruiken van het land en meststoffen, en het verhogen van de landproductiviteit.

### **Ontwikkelen van standaarden**

Met de continue uitbreiding van ons assortiment eigenmerk thee uit gecertificeerde duurzame landbouw geven we een duidelijk signaal af aan de productieketen en wordt theeboeren nieuwe afzetkanalen voor de verkoop van hun producten geboden. Daarnaast stellen wij onze klanten hiermee in staat om bij te dragen aan betere leef- en arbeidsomstandigheden voor de mensen in de productielanden. Zo zetten we ons in voor duurzame productie en consumptie.

Lidl waardeert het zeer als leveranciers een actieve bijdrage leveren aan het verduurzamen van productieketens door deel te nemen aan initiatieven als het Ethical Tea Partnership (ETP). Het ETP zet zich door middel van monitoringprocessen in voor een duurzamere theeproductie waarbij aandacht is voor arbeidsomstandigheden, veiligheid, gezondheid, huisvesting, kinderarbeid, educatie en welzijn. Bovendien helpt het theeboeren om zich voor te bereiden op certificeringen door een keurmerkorganisaties als Fairtrade of UTZ Certified.

Voor meer informatie over genoemde keurmerkorganisaties zie;

- [www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org)
- [www.maxhavelaar.nl](http://www.maxhavelaar.nl)
- [www.utz.org](http://www.utz.org)
- [www.ec.europa.eu/agriculture/organic](http://www.ec.europa.eu/agriculture/organic)
- <https://keurmerken.milieucentraal.nl/>