



# position paper

## verantwoorde inkoop koffie



# 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 koffie

## **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 koffie 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 koffie centraal staan.

Dit document heeft betrekking op ons assortiment eigenmerk koffie. 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 koffie.

#### **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 koffieteelt. 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 koffie hebben wij in de loop van de jaren steeds verder uitgebreid.

**Wij streven ernaar dat onze koffie eind 2018 100% afkomstig is uit gecertificeerde duurzame landbouw; Fairtrade, Rainforest Alliance, Biologisch of UTZ Certified.**

Met ons eigenmerk 'Fairglobe' verkopen wij sinds 2007 Fairtrade-gecertificeerde koffie. Een deel van deze koffie is bovendien biologisch gecertificeerd. Sinds 2011 ondersteunt Lidl het UTZ Certified-programma voor duurzaam geteelde koffie. De boeren die aangesloten zijn bij UTZ Certified krijgen training op het gebied van arbeidsomstandigheden, ondernemerschap en milieubeheer. Hierdoor verkopen zij producten van een betere kwaliteit en kunnen zij een goede prijs onderhandelen op de wereldmarkt.

### **Herkomst, transparantie, traceerbaarheid**

De grondstof van koffie van onze eigenmerk producten zijn de ruwe koffiebonen die hoofdzakelijk op plantages in Midden- en Zuid-Amerika worden geteeld. Op die manier kunnen onze gecertificeerde producten altijd tot aan de oorsprong worden getraceerd. De melanges en de herkomst hiervan kunnen variëren, afhankelijk van het seizoen en de oogstkwaliteit. Al onze koffiebranderijen zijn gecertificeerd volgens de Higher Level IFS-standaard. Dit betekent dat zij regelmatig gecontroleerd worden middels een onaangekondigde audit.

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 koffieteelt 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 koffie wordt verbouwd en welke projecten daar met de Fairtrade premie worden gefinancierd.

### **Teelt**

Bij de teelt van koffie zijn over de hele wereld meer dan 25 miljoen, veelal kleinschalige, boeren inkomensafhankelijk. De grootste koffieproducerende landen zijn Brazilië, Vietnam en Colombia. Het werk op de koffieplantages is over het algemeen zwaar en arbeidsintensief: koffie groeit met name op schuine hellingen in warme en vochtige gebieden. Daarnaast zijn de effecten van klimaatverandering in toenemende mate merkbaar in de koffieteelt en zijn deze van invloed op het voortbestaan van de vele kleine boeren. De koffieboeren hebben steeds vaker met langdurige regenperiodes en hoge temperaturen te maken, die negatieve gevolgen hebben voor de koffieoogst. Juist kleine productiegemeenschappen beschikken doorgaans over minder reserves en kunnen door de effecten van klimaatverandering hard worden getroffen.

Internationaal erkende keurmerkorganisaties zetten zich actief in om de kleine koffieboeren weerbaarder te maken voor de effecten van klimaatverandering. Zo ontvangen de kleine Fairtrade-koffieboeren met ondersteuning van Lidl trainingen waarin zij worden onderwezen in effectieve strategieën over aanpassingen aan klimaatverandering. Bovendien leren kleine Fairtrade-koffieboeren zelfstandig aanpassingsmaatregelen te ontwikkelen en deze op locatie in praktijk te brengen.

Naast de trainingen zijn er de afgelopen jaren door de verschillende Lidl-projecten in Latijns- en Zuid-Amerika ca. 197.000 koffieplanten bij Fairtrade-coöperaties geplant. Daarnaast konden in het kader van herbebossingsprojecten 40.000 inheemse bomen als erosiebescherming geplant worden. Zonder deze bomen, die het water in de aarde vasthouden, worden bij zware regenval waardevolle mineralen uit de bodem weggespoeld, wat tot een verslechtering van de bodemkwaliteit, bodemerosie en een lagere productiviteit leidt.

Daarnaast richt Lidl zich in samenwerking met Fairtrade specifiek op het versterken van boerencoöperaties. Sinds 2009 heeft Lidl in Latijns- en Zuid-Amerika een financiële bijdrage geleverd aan projecten voor het stimuleren van duurzamere koffieteelt. Op deze manier konden er verscheidene projecten gerealiseerd worden. Hiermee zijn tot dusver duizenden kleine Fairtrade-koffieboeren betrokken, waardoor een groot effect in de regio's kon worden gerealiseerd. Transparante rapportages over onze betrokkenheid vindt u onder [www.lidl.de/de](http://www.lidl.de/de).

### **Impact op het milieu**

Momenteel is het grootste deel onze koffie afkomstig uit gecertificeerde duurzame landbouw middels Fairtrade, Rainforest Alliance, Biologisch of UTZ Certified. Dit betekent dat de koffieboeren 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 worden 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 land en meststoffen, en het verhogen van landproductiviteit.

### **Ontwikkelen van standaarden**

Met de continue uitbreiding van ons assortiment eigenmerk koffie uit gecertificeerde duurzame landbouw geven we een duidelijk signaal af aan de productieketen en bieden we koffieboeren nieuwe afzetkanalen voor de verkoop van hun producten. Daarnaast stellen wij onze klanten op deze manier in staat om bij te dragen aan betere leef- en arbeidsomstandigheden voor eenieder werkzaam in de productieketen. Zo zet Lidl zich in voor duurzame productie en consumptie.

Lidl ondersteunt de werkzaamheden van de Common Code of Coffee Community (4C) Association. Deze non-profitorganisatie zet zich sinds 2006 in voor een maatschappelijke, economische en milieugerelateerde standaardnorm in de koffiesector. Bovendien helpt het koffieboeren om zich voor te bereiden op certificeringen door een keurmerkorganisaties als Fairtrade, Rainforest Alliance 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/>