



position paper

verantwoorde inkoop

palmolie



Inhoud

1 Onze visie	3
2 Onze doel.....	3
3 Onze positie.....	4
4 Onze betrokkenheid.....	5
<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 palmolie

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 palmolie 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 wordt 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 een bijdrage te leveren 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 producten die palmolie bevatten. 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 tot 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 palmolie.

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 de Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO), 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 onder folder en op 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 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, zoals 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 aansteken 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 de Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO),

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 palmolieteelt. Een belangrijk aspect hierbij is de samenwerking met internationaal erkende keurmerkorganisaties als de Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO). Op basis van deze standaard wordt gewaarborgd dat milieu- en sociale criteria worden nageleefd. De grondstofcertificering van palmolie hebben wij in de loop van de jaren steeds verder uitgebreid. **Wij streven ernaar dat onze eigenmerk levensmiddelen palmolie bevat die eind 2017 ten minste voor 100% afkomstig is uit 'segregated' RSPO-gecertificeerde teelt. Daarnaast streven wij ernaar dat onze eigenmerk niet-eetbare producten palmolie bevat die eind 2017 ten minste voor 100% afkomstig is uit 'Mass Balance' RSPO-gecertificeerde teelt, voor zover dit technisch mogelijk is en de hoeveelheid gecertificeerde palmolie belastbaar beschikbaar is.**

Voor eigenmerk levensmiddelen gebruikt Lidl al sinds 2014 uitsluitend palmolie die ten minste afkomstig is uit 'Mass Balance' en deels uit 'Segregated' RSPO-gecertificeerde teelt. Bijvoorbeeld de palmolie in een steeds groter deel van onze eigenmerk producten, zoals de Vita D'Or margarines, Vita D'Or plantaardig vet of onze Choco Nussa hazelnootpasta, is al afkomstig uit 100% 'Segregated' RSPO-gecertificeerde teelt.

Per product verschilt het of er gebruik gemaakt wordt van palmolie of de derivaten van palmolie. Dit is afhankelijk van de verschillende eigenschappen van de palmolie en/of het bijproduct. Voor zover productietechnisch en economisch haalbaar, streeft Lidl naar fysieke palmolie op basis van gecertificeerde teelt conform RSPO.

Herkomst, transparantie, traceerbaarheid

De grondstof palmolie wordt in veel verschillende producten gebruikt, uiteenlopend van margarine, chocolade, ijs tot cosmetica en verzorgingsproducten. Palmolie wordt in tropisch en subtropische gebieden geteeld, waarvan Indonesië het grootste palmolie producerende land is. 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 palmolieteelt te weten te komen. Hierbij is ook de samenwerking met keurmerkorganisaties zoals de Round Table on Sustainable Palm Oil van belang, doordat hun systemen bijdragen aan traceerbaarheid in de keten. We streven ernaar om de transparantie over de oorsprong van onze producten naar onze klanten toe te vergroten en hen in staat te stellen meer over palmolie te weten te komen. In het kader van een jaarlijks onderzoek onder leveranciers van palmolie gaan wij gestructureerd na, of onze leveranciers de door ons vastgelegde informatie over palmolie naleven en documenteren wij de voortgang. De vastgestelde hoeveelheden palmolie worden afhankelijk van type en RSPO-productketenmodel in één compleet rapport voor Lidl samengevoegd.

Als jarenlang lid van de RSPO communiceren wij dit totale rapport jaarlijks (onder de naam Annual Communications of Progress (ACOP)) aan de Round Table on Sustainable Palm Oil om onze vooruitgang te

documenteren. Mogelijkheden voor verbetering worden met onze inkoopafdeling en met de leverancier overlegd.

Teelt

De teelt van palmolie gaat dikwijls ten koste van tropisch regenwoud, bijvoorbeeld door illegale houtkap en/of het winnen van nieuw landbouwgrond middels bosbranden. De toenemende vraag naar palmolie heeft een negatief effect op het milieu, bijvoorbeeld door ontbossing, onevenredig gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, en CO₂ wat vrijkomt uit veengronden bij brand. Enerzijds zijn de plantages een belangrijke bron van werkgelegenheid voor de lokale bevolking, anderzijds leidt de palmolieteelt regelmatig ook tot conflicten over landrechten. Internationaal erkende keurmerkorganisaties, zoals de Round Table on Responsible Palm Oil, zetten zich actief in voor de verbetering van deze punten. De RSPO is als erkende instelling verantwoordelijk voor het opstellen van regels, processen en certificeringseisen voor een duurzamere teelt van palmolie. Zo wordt voor een geslaagde RSPO-certificering gewaarborgd dat er sinds november 2005 geen nieuwe delen van regenwouden of beschermde gebieden voor de teelt van gecertificeerde palmolie gekapt werden. Daarnaast waarborgt deze certificering dat de grondrechten van de inheemse landeigenaren, de plaatselijke gemeenschappen, de werknemers van het teeltbedrijf, de kleinschalige boeren en hun families gerespecteerd worden en dat hiermee in alle opzichten rekening wordt gehouden. Om gecertificeerd te worden tonen de palmolieplantages bij onafhankelijke auditerende instanties dat zij met succes gerichte maatregelen uitvoeren.

Impact op het milieu

Momenteel is al onze palmolie voor eigenmerk levensmiddelen minimaal afkomstig uit 'Mass Balance' en deels uit 'Segregated' RSPO-gecertificeerde teelt. Voor eigenmerk niet-levensmiddelen is al onze palmolie minimaal afkomstig uit 'Book & Claim' en deels uit 'Mass Balance' RSPO-gecertificeerde teelt, voor zover mogelijk. Dit betekent dat de palmolieplantages voldoen aan de, dikwijls bovenwettelijke, milieu- en sociale criteria die door de RSPO wordt gesteld. Lidl beschouwt goede landbouwpraktijken en het behoud van de bestaande biologische diversiteit essentieel voor de toekomst van de palmolieteelt. Wij nemen afstand van illegale houtkap en/of haken brandcultuur voor het winnen van nieuw landbouwareaal. Bij voorkeur dient de teelt uitsluitend op braakliggende grond, (onbenutte) landbouwpercelen en arealen met een laag koolstofgehalte plaats te vinden. Binnen de RSPO-norm juicht Lidl een productiewijze waarbij voor de teelt van palmolie wordt afgezien van turfbodems en andere percelen met een hoog koolstofgehalte. Bovendien stimuleren wij de invoering van strenge reductiedoelinden voor broeikasgassen bij plantages en maalderijen. Deze onderwerpen communiceren wij in overleg met de inkoopafdeling naar onze leveranciers.

Ontwikkelen van standaarden

Door gebruik te maken van RSPO-gecertificeerde palmolie voor het complete assortiment eigenmerk producten geeft Lidl een duidelijk signaal af aan de productieketen en wordt palmolie telers nieuwe afzetkanalen voor de verkoop van hun product geboden. Zo zetten wij ons in voor duurzame productie en consumptie. Hoewel wij de criteria van de RSPO als een stap in de juiste richting beschouwen, zijn wij ons er van bewust dat met deze stap slechts een minimumnorm voor de teelt in palmolie is en dat de criteria van de RSPO verder aangescherpt en ontwikkeld dienen te worden.

Als multi-stakeholder-initiatief zien wij voor de RSPO mogelijkheden zich inhoudelijk zodanig verder te ontwikkelen, dat het door invoering van verdere criteria voor de teelt van palmolie zijn maatschappelijke

erkenning verder kan uitbouwen. In het kader van ons lidmaatschap bij de RSPO maken wij doelmatig gebruik van onze stem en brengen wij dit onder de aandacht bij RSPO. Daarnaast staan wij in contact met andere ondernemingen, niet-gouvernementele organisaties en Europese initiatieven, om in onderlinge samenwerking verbeteringen te stimuleren.

Lidl juicht met name toe, dat behalve Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) verdere normstellende organisaties, zoals Rainforest Alliance en International Sustainability and Carbon Certification Plus (ISCC Plus) zich inzetten voor een duurzamere teelt van palmolie en het aandeel van deze grondstof uit gecertificeerde teelt verhogen.

Voor meer informatie over genoemde keurmerkorganisaties zie;

- <http://www.rspo.org/>
- www.rainforest-alliance.org
- www.maxhavelaar.nl
- www.utz.org
- www.ec.europa.eu/agriculture/organic