

ZAVEZA ZA TRAJNOSTNO NABAVO KAVE



Vsebina

| | |
|---|----------|
| 1 Naše razumevanje | 3 |
| 2 Naš cilj | 4 |
| 3 Naše stališče..... | 5 |
| 3.1 Odgovorno oblikovanje ponudbe | 5 |
| 3.2 Poreklo, transparentnost in sledljivost | 5 |
| 3.3 Pridelava | 5 |
| 3.4 Posegi v okolje..... | 5 |
| 3.5 Nadaljnji razvoj standardov..... | 5 |
| 4 Naša zaveza..... | 6 |
| 4.1 Odgovorno oblikovanje ponudbe | 6 |
| 4.2 Poreklo, transparentnost, sledljivost..... | 6 |
| 4.3 Pridelava | 6 |
| 4.4 Posegi v okolje | 7 |
| 4.5 Nadaljnji razvoj standardov | 7 |
| 5 Organizacije in oznake | 8 |

1 Naše razumevanje

»Pri svojem delovanju prevzemamo ekonomsko, socialno in ekološko odgovornost.«

Lidl Slovenija s tem podjetniškim načelom izraža svojo odgovornost do človeka in narave. Za izpolnjevanje in uresničevanje te odgovornosti smo oblikovali zavezo za odgovorno in trajnostno ravnanje pri nabavi kave.

Z upoštevanjem treh stebrov trajnosti je naše temeljno razumevanje trajnostne proizvodnje živil naslednje:

Varovanje virov, podnebja, okolja in biotske raznovrstnosti

Trajnostno kmetijstvo poudarja pomen načinov in metod dela, zaradi katerih je zemlja rodovitnejša, obenem pa so njihovi škodljivi vplivi na vodo, zrak, zemljo, podnebje in raznolikost vrst ter zdravje ljudi omejeni na najmanjšo možno mero. Ti načini in metode morajo biti čim manj obremenjujoči za naravne vire.

Varnost preskrbe

Trajnostno naravnano kmetijstvo zagotavlja zadovoljevanje osnovnih prehranskih potreb današnjih in prihodnjih generacij ter nadaljnjo kmetijsko pridelavo.

Socialni dejavniki

Z družbenega vidika omogoča trajnostno kmetijstvo dolgoročno zaposlitev, boljši zaslužek ter dostojne in enakovredne življenjske in delovne pogoje za vse, ki so dejavni v kmetijski dobavni verigi.

2 Naš cilj

Potrošniki pričakujejo višje standarde pri pridelavi kmetijskih proizvodov, kot je kava. To zahtevo sprejemamo in jo želimo tudi izpolniti. Verodostojnost in izvedljivost sta za družbo Lidl Slovenija na tej poti odločilni načeli delovanja.

S sodelovanjem z drugimi udeleženci oskrbovalne verige in njihovimi zainteresiranimi skupinami želimo prispevati k ohranjanju okolja ter socialno pravičnejšemu upravljanju in obdelovanju kmetijskih zemljišč. Zato smo v zavezi določili načela za nabavo kave, oblikovali cilje in opredelili konkretne ukrepe.

Zaveza, ki jo redno posodabljam, se vsebinsko nanaša na celotno ponudbo kave lastnih blagovnih znamk družbe Lidl Slovenija. Skupaj z dobavitelji bomo poročali o napredku ter razvijali in sprejemali nove ukrepe, ki bodo zavezujoči za vse dobavitelje. Kjer se bodo pojavila odstopanja od zastavljenih ciljev, bomo določili ukrepe, s katerimi bomo zastavljene cilje dosegli.

Svoje dobavitelje zavezujemo, da upoštevajo zakonske zahteve, ki veljajo v njihovi državi. Družba Lidl je tudi članica iniciative Business Social Compliance (BSCI) v okviru evropskega Združenja za zunanjo trgovino. Na podlagi te pobude smo oblikovali svoj Kodeks ravnanja (Code of Conduct), s katerim želimo doseči izboljšanje minimalnih socialnih standardov pri poslovnih partnerjih v različnih državah. Minimalni standardi so temelj za nadaljnje poslovne odnose. V družbi Lidl zavračamo vsako obliko otroškega dela ali kršitev človekovih pravic in delovnega prava. Pospešujemo in podpiramo delovanje, ki presega minimalne zakonske zahteve, na primer s postopnim povečevanjem obsega izdelkov lastnih blagovnih znamk, izdelanih iz surovin iz certificirane pridelave, in se vključujemo v sponzorske projekte za izboljšanje splošnih okoljskih pogojev pri pridelavi kmetijskih izdelkov, kot je kava.

3 Naše stališče

V nadaljevanju navajamo pet področij, na katerih se še posebej zavzemamo za nadaljnji razvoj in jih bomo pri nabavi kave natančneje opredelili.

3.1 Odgovorno oblikovanje ponudbe

V Lidlu Slovenija kupcem zagotavljamo trajnostno ponudbo lastnih blagovnih znamk. Pri oblikovanju ponudbe vključujemo izdelke, ki so označeni s priznanimi standardi za certificiranje, na primer Fairtrade, UTZ, BIO ali Rainforest Alliance. Ob upoštevanju želja potrošnikov je naš cilj nenehna nadgradnja tega področja.

3.2 Poreklo, transparentnost in sledljivost

Naš cilj je potrošnikom zagotoviti večjo transparentnost in po možnosti sledljivost dobavne verige vse do izvora. Z jasnimi, čitljivimi in razumljivimi informacijami na embalaži lastnih blagovnih znamk svojim kupcem pomagamo pri izbiri izdelkov. Informiramo jih tudi s tedenskimi letaki, ki jih prejemajo gospodinjstva, in na spletni strani www.lidl.si.

3.3 Pridelava

Pri oblikovanju naše ponudbe sta pomembna dejavnika varstvo okolja in socialno pravične delovne razmere. Zato se s sodelovanjem z organizacijami za označevanje izdelkov in/ali v okviru projektov, katerih pobudnik in finančni podpornik je družba Lidl, že leta zavzemamo za socialno pravično kmetijsko pridelavo, ki je prijazna do okolja.

3.4 Posegi v okolje

Posege v okolje, kot je uporaba pesticidov pri kmetijski pridelavi, si prizadevamo zmanjšati na najmanjšo možno mero. Distanciramo se tudi od nezakonite sečnje in/ali požiganja gozdov za pridobitev novih kmetijskih površin.

3.5 Nadaljnji razvoj standardov

Povečujemo raznolikost izdelkov lastnih blagovnih znamk s certifikati priznanih organizacij za označevanje izdelkov, kot so Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio in UTZ. Tako želimo nagovoriti še širšo populacijo kupcev. Pri tem želimo v enaki meri spodbuditi tudi trajnostno ravnanje potrošnikov in krepiti njihovo ozaveščenost o izdelkih iz trajnostne pridelave.

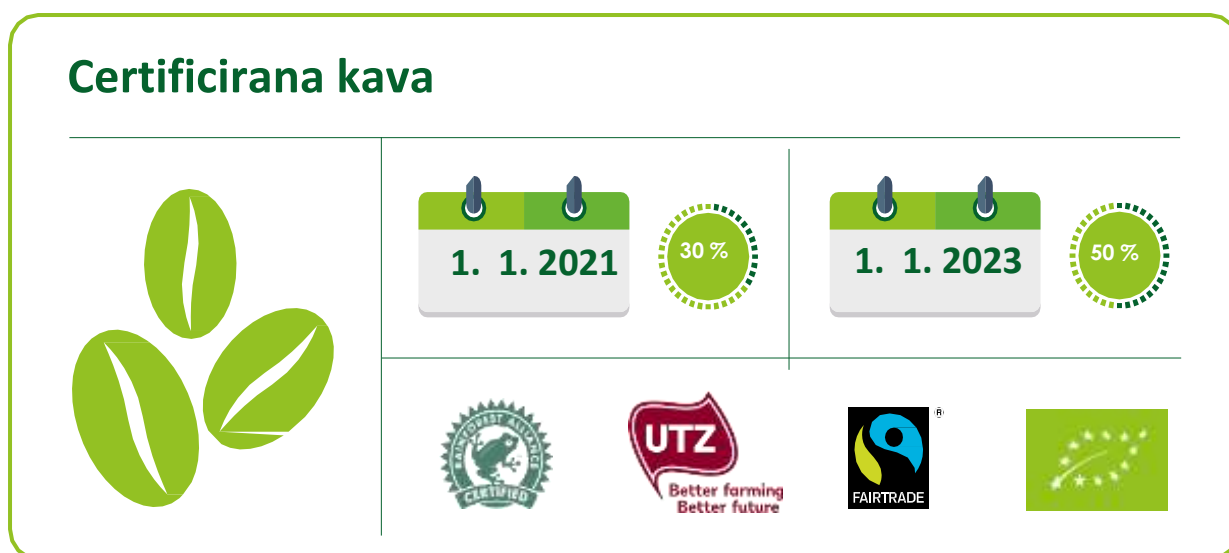
4 Naša zaveza

4.1 Odgovorno oblikovanje ponudbe

V Lidlu Slovenija si skupaj z dobavitelji izdelkov lastnih blagovnih znamk že leta prizadevamo za trajnostno pridelavo kave.

Pri tem sodelujemo z mednarodno priznanimi organizacijami za označevanje izdelkov, na primer Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio in UTZ, ki zagotavljajo uresničevanje temeljnih trajnostnih standardov. Certificiranje surovin kave za lastne blagovne znamke smo razvijali več let. Danes pod lastno blagovno znamko Bellarom ponujamo več kav s trajnostno oznako.

V Lidlu Slovenija smo si zastavili cilj, da bomo imeli do konca leta 2020 v ponudbi 30 odstotkov kave z oznakami UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade ali Bio, do konca leta 2022 pa se bo delež certificirane kave povečal na 50 odstotkov.



4.2 Poreklo, transparentnost, sledljivost

Poslovni partnerji, ki proizvajajo Lidlove izdelke lastnih blagovnih znamk, dobavljajo kavo v glavnem s plantaž v Srednji in Južni Ameriki. Sledljivost naših certificiranih izdelkov zagotavljamo vse do izvora. Mešanice kav in njihovo poreklo se lahko razlikujejo glede na sezono in kakovost pridelka. Dodatno so tudi naše pražarne kave certificirane po standardu IFS in jih redno preverjamo z nenapovedanimi pregledi.

4.3 Pridelava

Od leta 2009 v okviru pravičnega tedna Faire Woche, katerega pobudnik je Transfair Nemčija, v Srednji in Južni Ameriki vsako leto z donacijskimi in sponzorskimi sredstvi izvajamo projekte za zagotavljanje trajnostnega porekla kave. Od leta 2009 je Lidl Nemčija za pospeševanje trajnostne pridelave kave prispeval okoli pol milijona evrov in s tem podprl številne trajnostne projekte.

Posebno pozornost pri tem posvečamo podnebnim spremembam, ki imajo že danes močan vpliv na pridelavo kave in preživetje številnih malih kmetov. Pridelovalci kave se vse bolj spopadajo z dolgimi deževnimi obdobji in visokimi temperaturami, ki negativno vplivajo na letino kave. Prav majhne

skupnosti pridelovalcev pa že majhni izpadi pridelka močno prizadenejo.

Malim pridelovalcem kave s certifikatom Fairtrade pomagamo z izobraževanji o prilagoditvenih strategijah na podnebne spremembe. Tako se naučijo sami oblikovati prilagoditvene ukrepe in jih tudi izpeljejo v svojem okolju.

V okviru različnih trajnostnih projektov družbe Lidl v Srednji in Južni Ameriki smo z organizacijo Fairtrade posadili okoli 497.000 kavnih sadik in 40.000 avtohtonih dreves. Brez teh dreves, ki zadržujejo vodo v zemlji, močan dež iz prsti izpere dragocene minerale, kar vodi v poslabšanje kakovosti tal, erozijo in s tem manjšo rodovitnost.

V projekte družbe Lidl se je vključilo več tisoč malih pridelovalcev kave Fairtrade, tako da smo z njimi dosegli velik učinek v lokalnem okolju.

4.4 Posegi v okolje

Del kave, ki je naprodaj v Lidlu Slovenija, je že danes certificiran po standardu priznanih organizacij za označevanje izdelkov, na primer Fairtrade, UTZ, Bio ali Rainforest Alliance. To pomeni, da pridelovalci izpolnjujejo socialne in ekološke kriterije standardov za certificiranje, ki v nekaterih primerih presegajo zakonske zahteve. Poleg tega smo poskrbeli za šolanje in usposabljanje pridelovalcev kave, v okviru katerih se naučijo, kako zmanjšati posege v okolje in uporabljati pesticide v omejenih količinah. Dobre kmetijske prakse pa so tudi temelj za ohranjanje biotske raznovrstnosti.

4.5 Nadaljnji razvoj standardov

S tem ponujamo proizvajalcem kave nove prodajne kanale, kupcem pa možnost, da tudi oni prispevajo k izboljšanju življenjskih in delovnih razmer v državah pridelave. Tako se ciljno zavzemamo za trajnostno potrošnjo in za izdelke iz certificirane proizvodnje.

Družba Lidl že leta podpira delo združenja Common Code of Coffee Community (4C) Association. Ta neprofitna organizacija se od leta 2006 zavzema za temeljne socialne, ekonomske in okoljske standarde na področju pridelave kave. Standard 4C je za številne pridelovalce kave prvi korak pri certificiranju, ki ga potem pogosto nadgradijo z vsebinsko obsežnejšimi, kot so Fairtrade, Rainforest Alliance in UTZ.

5 Organizacije in oznake

Oznaka EU Bio



Oznaka EU Bio je od 1. julija 2012 na vnaprej pakiranih bio živilih obvezna. To velja za vsa vnaprej zapakirana ekološko pridelana živila, ki izvirajo iz ene izmed članic EU in izpolnjujejo pravne predpise EU za ekološko pridelavo. Kriteriji za uporabo oznake so na primer, da živila ne vsebujejo gensko spremenjenih organizmov (GSO), ojačevalcev okusa, umetnih arom in barvil. Uporabljati se ne smejo niti sintetična sredstva za zaščito rastlin niti lahkotopljiva mineralna gnojila. S pomočjo te oznake potrošniki certificirane bio izdelke lažje in hitreje prepoznajo. Ob oznaki je navedena tudi številka posameznega certifikacijskega organa in podatek o poreklu. Oznaka EU Bio je zaščitena na območju vse Evrope.

Oznaka Rainforest Alliance Certified™



Oznaka označuje izdelke, ki so v celoti pridobljeni na plantažah ali v gozdovih s certifikatom Rainforest Alliance ali pa od tu izhajajo njihove bistvene sestavine. Območje porekla se mora dosledno upravljati in obdelovati po smernicah Mreže za trajnostno kmetijstvo (Sustainable Agriculture Network, SAN), ki podpirajo varovanje okolja, družbeno odgovornost in gospodarnost. Smernice služijo zaščiti divjih živali, rastlin, zemlje in vode, pa tudi izboljšanju življenjskih okoliščin delavcev, njihovih družin in lokalnih skupnosti.

<http://www.rainforest-alliance.org>

Oznaka Fairtrade



Fairtrade označuje boljše delovne in življenjske razmere malih kmetov in delavcev v Afriki, Aziji in Latinski Ameriki. Stabilne minimalne cene, Fairtrade premije za projekte skupnosti in pospeševanje pridelave, ki je okolju prijazna, že pozitivno vplivajo na življenje več kot 1,6 milijona malih kmetov in delavcev. Fairtrade standardi podpirajo demokratične organizacijske strukture v skupnostih, varovanje okolja in varne delovne razmere.

<https://www.fairtrade.net>

Oznaka UTZ



UTZ je trajnostni program za kavo, kakav in čaj. Pridelovalce usposablja za dobro kmetijsko prakso in jih uči, kako lahko kavo, kakav in čaj pridelujejo še bolj kakovostno, donosno in trajnostno. Omogoča jim pridobivanje znanja s področja upravljanja, varstva pri delu in ravnanja, ki je okolju prijazno. Namen programa je doseči višjo ceno za boljši pridelek.

<https://utz.org>