



Izjava o namerama - održiva nabavka kafe



Sadržaj

1. Naše shvatanje	1
2. Naš cilj	2
3.1. Odgovorno formiranje asortimana	3
3.2. Poreklo, transparentnost i sledljivost	3
3.3. Uzgoj	3
3.4. Zaštita životne sredine	3
3.5. Poboljšanje standarda	4
4. Naše angažovanje	4
4.1. Odgovorno formiranje asortimana	4
4.2. Poreklo, transparentnost i sledljivost	4
4.3. Uzgoj	5
4.4. Zaštita životne sredine	6
4.5. Poboljšanje standarda	6
5. Organizacije i označavanje	7

1. Naše shvatanje

„U našem svakodnevnom radu mi preuzimamo ekonomsku, društvenu i ekološku odgovornost.“

Ovim osnovnim načelom definiše se odgovorno poslovanje kao deo korporativne kulture kompanije Lidl Srbija. U prilog tome, sastavili smo ovaj dokument, u kojem su uzeti u obzir aspekti odgovornosti, zaštite životinja, kao i savesno i održivo postupanje prilikom nabavke kafe.

Osvrtom na tri globalna stuba održivosti postavljamo sledeća osnovna shvatanja održive proizvodnje životnih namirnica:

- Zaštita prirodnih resursa, klime, životne sredine i biodiverziteta

Održiva proizvodnja glavni akcenat stavlja na načine i metode rada, koji će sa jedne strane povećati plodnost tla, a istovremeno smanjiti štetne uticaje na vodu, vazduh, tlo, klimu, biodiverzitet, kao i zdravlje čoveka.

- Bezbedna ishrana

Održiva proizvodnja uzima u obzir osnovne potrebe za hranom današnjih i budućih generacija, kao i buduću proizvodnju poljoprivrednih proizvoda.

- Socijalni faktori

Sa društvenog aspekta, održiva proizvodnja vodi računa o dugoročnom zapošljavanju, boljim prihodima i boljim uslovima života i rada za sve one koji su aktivni u proizvodnom lancu.

2. Naš cilj

Potrošači očekuju visoke standarde u pogledu poljoprivredne proizvodnje kafe, a mi uvek osluškujemo potrebe naših potrošača. Relevantnost i mogućnost realizacije predstavljaju odlučujuće ključne faktore za delovanje na tom putu.

Naš cilj je da doprinesemo da obrađivanje zemljišta ne šteti životnoj sredini i društvu. Da bismo to postigli, u ovoj izjavi o namerama utvrdili smo čitav niz načela, formulisali smo ciljeve i konkretne mere koje će se primenjivati prilikom nabavke kafe.

Cilj je, da se ova izjava o namerama stalno usavršava. Mi ćemo zajedno sa našim proizvođačima dokumentovati napredak, i raditi na dogovaranju i razvoju novih mera. One će biti obavezujuće za sve dobavljače. U slučaju odstupanja od zadatog cilja, definisaćemo mere, koje će omogućiti njegovu realizaciju.

Mi naše dobavljače dodatno obavezujemo da uvek poštuju nacionalne zakonske standarde i da ih se pridržavaju. Lidl, kao internacionalna kompanija, od 2007. godine je član inicijative „*Business Social Compliance Initiative*“ (BSCI), međunarodne organizacije, koja vrši nadzor u obezbeđivanju dobrih usova rada u globalnom proizvodnom lancu. Lidl je, na osnovu ovog članstva, razvio svoj sopstveni Kodeks ponašanja (Code of Conduct), kojim sledimo sa ciljem da se ispuni više od minimuma socijalnih standarda u lancu proizvodnje. Ovi minimalni standardi predstavljaju značajnu osnovu za sve poslovne odnose Lidl-a i njegovih ugovornih partnera. Prema pomenutom Kodeksu ponašanja, odbijamo svaki oblik rada dece ili ugrožavanja ljudskih i radnih prava u proizvodnom lancu. Upotrebom sve više sirovina iz sertifikovane održive proizvodnje, Lidl podstiče i podržava mere, koje prevazilaze minimalne, zakonom propisane zahteve, u cilju poboljšanja socijalnih i ekoloških aspekata.

Predmetnom izjavom o namerama, Lidl Srbija objavljuje svoj cilj da će do kraja 2020. godine 30% količine kafe koju nudi u asortimanu privatne robne marke biti iz UTZ Certified, Rainforest Alliance, Fairtrade ili Organic sertifikovane proizvodnje. Do kraja 2022. godine želimo da postignemo sertifikaciju od 50%.

3. Naša pozicija

U okviru dole navedenih područja Lidl Srbija aktivno teži i radi na pronalaženju novih rešenja.

3.1. Odgovorno formiranje asortimana

Prilikom razvoja proizvoda težimo da dostignemo visoke standarde kvaliteta. Svojim potrošačima Lidl Srbija želi da ponudi proizvode privatne robne marke, koji su proizvedeni na održiv način. Podržavamo rad organizacija kao što su Fairtrade, UTZ Certified, Organic i Rainforest Alliance, na taj način što kroz asortiman nudimo sertifikovane i na odgovarajući način obeležene proizvode.

3.2. Poreklo, transparentnost i sledljivost

Naš cilj je da potrošačima omogućimo u što većoj meri transparentnost, kvalitet i praćenje porekla sirovine u lancu dostave. Jasnim, čitkim i razumljivim informacijama koje se navode na ambalaži privatne robne marke, Lidl Srbija podržava svoje kupce u izboru proizvoda.

3.3. Uzgoj

Kao društveno odgovornoj kompaniji veoma nam je stalo do zaštite životne sredine i dobrih uslova rada prilikom proizvodnje naših proizvoda. U tu svrhu, Lidl kao internacionalna kompanija već dugi niz godina sarađuje sa organizacijama za sertifikaciju, a angažovani smo i na projektima za socijalno i ekološki održivu poljoprivrednu proizvodnju.

3.4. Zaštita životne sredine

Negativne uticaje na životnu sredinu prouzrokovane nesrazmernom upotrebom pesticida u proizvodnji poljoprivrednih proizvoda potrebno je minimalizovati. Lidl kao internacionalna kompanija se dodatno distancira od

ilegalne seče drveća i krčenja šuma paljenjem radi dobijanja novih sadnih površina.

3.5. Poboljšanje standarda

Lidl na globalnom nivou nastoji da poveća broj proizvoda koji potiču iz sertifikovane održive proizvodnje, tj. koji su sertifikovani kroz npr. Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ Certified program, kako bi na taj način još više zadovoljio potrebe kupaca. Važno nam je da doprinesemo, kako odgovornijem ponašanju potrošača, tako i osveščivanju o značaju kupovine proizvoda koji potiču iz sertifikovane proizvodnje.

4. Naše angažovanje

4.1. Odgovorno formiranje asortimana

Lidl kao internacionalna kompanija se već dugi niz godina zalaže da uzgoj kafe bude održiv. Važan aspekt predstavlja saradnja sa međunarodno priznatim organizacijama za sertifikaciju, kao što su Fairtrade, Rainforest Alliance, i UTZ Certified. Poštovanje postavljenih kriterijuma u pogledu zaštite životne sredine i društveno odgovornog poslovanja obezbeđeno je od strane gore pomenutih organizacija. **Naš cilj je da do kraja 2020. godine 30% količine kafe koju nudimo u asortimanu privatne robne marke potiče iz UTZ Certified, Rainforest Alliance, Fairtrade ili Organic sertifikovane proizvodnje. Do kraja 2022. godine želimo da postignemo sertifikaciju od 50%.**

4.2. Poreklo, transparentnost i sledljivost

Sirova kafa koja se koristi za proizvodnju naših proizvoda uglavnom se uzgaja na plantažama u Brazilu i Indiji. Zalažemo se za povećanje transparentnosti u pogledu porekla naših proizvoda i trudimo se da potrošačima pružimo

mogućnost da saznaju više o uzgoju kafe. Mešavine kafe i njihovo poreklo mogu da odstupaju u zavisnosti od sezone i kvaliteta žetve. Pržionice kafe sa kojima Lidl Srbija saraduje moraju biti sertifikovane u skladu sa zahtevima IFS Food standarda (*International Featured Standard Food*). I ovde je važna saradnja sa organizacijama za sertifikaciju, jer njihovi sistemi doprinose sledljivosti u lancu proizvodnje. Zbog toga se na ambalaži nekih Fairglobe proizvoda nalazi brojana šifra, takozvani „Fairtrade Code“. Unosom tog Fairtrade koda, potrošači mogu da krenu na virtuelno putovanje i da saznaju gde je kafa uzgajana i ko ju je uzgajao. Na tom internet sajtu dodatno se ukazuje na to koje efekte Fairtrade postiže u zemlji uzgoja i koji su projekti već finansirani Fairtrade premijama.

4.3. Uzgoj

Širom sveta, više od 25 miliona proizvođača, uglavnom malih, sa svojim prihodima zavisi od uzgoja kafe. Zemlje u kojima se proizvodi najviše kafe su Brazil, Vijetnam i Kolumbija. Rad na plantažama kafe po pravilu je težak i zahtevan: kafa prvenstveno raste na padinama u toplim i vlažnim područjima. Efekti klimatskih promena se u oblasti uzgoja kafe veoma osećaju i ugrožavaju egzistenciju mnogih malih proizvođača. Proizvođači sve više moraju da se bore sa dugotrajnim kišnim periodima i visokim temperaturama koje negativno utiču na žetvu kafe. Upravo mala udruženja proizvođača po pravilu imaju manje rezerve, pa ih stoga efekti klimatskih promena mogu veoma pogoditi.

Međunarodno priznate organizacije za sertifikaciju aktivno rade na tome da mali proizvođači koji uzgajaju kafu budu manje osetljivi na efekte klimatskih promena. Tako se malim Fairtrade proizvođačima kafe, zahvaljujući Lidlovoj podršci, pružaju obuke za efikasniju strategiju prilagođavanja klimatskim promenama. Dodatno, proizvođači se edukuju da samostalno razviju mere prilagođavanja i da ih na licu mesta primene.

Uz obuke je u prethodnim godinama preko različitih Lidl projekata u Latinskoj i Južnoj Americi kroz Fairtrade kooperacije zasađeno oko 197.000 biljaka kafe. U okviru projekata za ponovno zasađivanje šuma dodatno je, kao zaštita od erozije, posađeno 40.000 stabala. Bez tog drveća, koje zadržava vodu u zemlji,

prilikom jakih padavina iz tla se ispiraju dragoceni minerali što doprinosi pogoršanju kvaliteta, eroziji tla i manjoj produktivnosti.

4.4. Zaštita životne sredine

Naznaka da je proizvod 100% sertifikovan znači da proizvođači koji uzgajaju kafu zadovoljavaju socijalne i ekološke kriterijume postavljene od strane organizacija za sertifikaciju, a koji su neretko veći od zakonskih zahteva. Prilikom sertifikacije kompanija je dužna da nezavisnim kontrolnim licima dokaže da uspešno sprovodi mere za ostvarenje ciljeva definisanih standardima. Proizvođači koji su sertifikovani od strane organizacije UTZ Certified, dobijaju, na primer, mogućnost da učestvuju u kursovima za obuku i usavršavanje, na kojima uče kako kroz dobru poljoprivrednu praksu mogu da minimalizuju štetan uticaj po životnu sredinu. U to se, na primer, ubrajaju primena poboljšanih metoda navodnjavanja, sprečavanje seče šuma, optimizacija upotrebe zemlje i đubriva u cilju povećanja produktivnosti obradivih površina.

4.5. Poboljšanje standarda

Konstantnim proširenjem asortimana koji sadrži proizvode koji potiču iz sertifikovane održive proizvodnje, šaljemo jasnu poruku, kako potrošačima, o prednostima kupovine ovakvih proizvoda, tako i proizvođačima koji na taj način dobijaju priliku za plasiranje veće količine svojih proizvoda. Osim toga, na ovaj način omogućavamo svojim potrošačima da doprinesu poboljšanju životnih i radnih uslova ljudi koji žive u područjima u kojima se proizvodi kafa. Na ovaj način posvećeni smo održivoj proizvodnji i održivoj potrošnji.

5. Organizacije i označavanje

Znak Rainforest Alliance Certified



Ovim znakom označeni su proizvodi koji kompletno ili pretežno potiču sa farmi ili iz šuma koje poseduju sertifikat Rainforest-Alliance. Poslovanje u ovakvim sistemima mora da se obavlja prema striktnim smernicama SAN-Sustainable Agriculture Network. Ovo obuhvata kriterijume za zaštitu životne sredine i društvenu odgovornost. Smernice su napravljene tako da sa jedne strane zaštite i očuvaju divlje biljke, životinje, tlo i vodu, a sa druge strane da doprinesu poboljšanju životnih i radnih uslova radnika, njihovih porodica i lokalne zajednice.

Znak Fairtrade



Fairtrade je sinonim za bolje uslove rada i bolji život malih proizvođača i radnika u Africi, Aziji i Južnoj Americi. Preko 1,6 miliona malih proizvođača i radnika već profitira od stabilnih cena, Fairtrade premija za zajedničke projekte, i od podsticaja za proizvodnju koja ne šteti životnoj sredini. Nezavisna kontrola u okviru Fairtrade standarda obuhvata kriterijume za dobru organizacionu strukturu, zaštitu životne sredine i bezbedne uslove rada.

UTZ znak



UTZ je program održivosti za kafu, kakao i čaj. Ovim programom obučavaju se proizvođači u pogledu dobre poljoprivredne prakse, i ukazuje im se na koji način profesionalnije, kvalitetnije, unosnije i održivije mogu da uzgajaju kafu, kakao i čaj. Dodatno proizvođači se obučavaju u pogledu načina proizvodnje, zaštite na radu i očuvanja životne sredine. Cilj programa je da proizvođači dobiju veću cenu za bolji proizvod. Na taj način proizvođači svojim snagama poboljšavaju svoj životni standard. Mali proizvođači koji učestvuju u ovom standardu obavezuju se da će poštovati određeni kodeks ponašanja.