



Izjava o namerama - održiva nabavka cveća i biljaka



Sadržaj

1. Naša odgovornost.....	1
2. Naš izazov	2
3. Naš cilj i angažovanje	4
3.1. Sertifikacija i standardi	4
3.2. Socijalni standardi.....	4
3.3. Transparentnost i sledljivost	5
3.4. Dugoročna partnerstva.....	5

1. Naša odgovornost

„U našem svakodnevnom radu, 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 ovu izjavu o namerama, kojom definišemo na koji način je ovaj princip poslovanja implementiran u proces nabavke cveća i biljaka.

Pod motom „Na putu prema sutra“ Lidl se zalaže za bolje uslove života i rada svih zaposlenih u proizvodnom lancu kao i za kontrolu i što racionalniji uticaj poslovanja na životnu okolinu. Lidl, kao internacionalna kompanija preuzima društvenu i ekološku odgovornost koje proizilaze iz ovakve pozicije na tržištu, svesni taga da i naši potrošači ovo očekuju od nas.

Trudimo se da brinemo o zdravlju, kako naših zaposlenih, tako i naših potrošača, ali i svih ostalih koji su deo proizvodnog lanca. Sa druge strane, svesni smo važnosti očuvanja prirode i životne okoline. U tom cilju, Lidl ulaže napore da svoje poslovanje vodi na održiv način postupajući pažljivo sa prirodnim resursima.

Ovom izjavom o namerama Lidl još jednom ističe svoju odgovornost prema prirodi. Cilj ove izjave o namerama nije samo izražavanje odgovornosti već i slanje poruke da je važno poštovati visoke standarde. Na ovaj način definišemo kriterijume kojih proizvođači cveća i biljaka treba da se pridržavaju, a sve u cilju održive proizvodnje sa ekološkog i socijalnog aspekta.

Naši ciljevi i mere su:

- 100 % sertifikovano cveće i bilje prema standardima održivosti i ekološkim standardima;
- poštovanje socijalnih standarda;
- transparentnost u lancu dostave i praćenje sledljivosti proizvoda;
- težiti dugoročnim partnerstvima;
- aktivno podsticanje biodiverziteta;

Ova izjava o namerama odnosi se na asortiman rezanog cveća i biljaka koji se mogu kupiti u Lidlovim prodavnicama u Srbiji. Dokument će se revidirati u skladu sa razvojem poslovanja.

2. Naš izazov

U Evropi najveći deo cveća i biljaka potiče iz Holandije i Italije. Izvan Evrope ova grupa proizvoda najčešće je poreklom iz zemalja iz okoline ekvatora, kao što su Kenija, Kolumbija, Etiopija ili Ekvador. Zbog nadmorske visine, mnogo sunca i umereno tople klime tokom cele godine, ove zemlje imaju idealne uslove za uzgoj cveća i biljaka.

Nekontrolisana upotreba sredstava za zaštitu bilja na plantažama cveća predstavlja rizik po zdravlje ljudi. Ovo je izraženo upravo u zemljama u kojima nisu razvijene odgovarajuće mere zaštite, i gde mi osećamo obavezu da obezbedimo sigurne uslove rada za zaposlene koji rade kod naših dobavljača. U ovom pogledu, važna nam je i socijalna sigurnost ovih ljudi. Pored svega navedenog neophodno je poboljšati ekološke i ekonomske aspekte. U saradnji sa našim partnerima, a uz osvrt na internacionalne standarde, imamo nameru da sve gore navedeno dugoročno implemetiramo u svoje poslovanje.

Socijalni aspekti

- uslove rada i života zaposlenih na licu mesta učiniti zdravijim i prikladnijim;
- sprečiti diskriminaciju radnika;

Ekološki aspekti

- usporiti klimatske promene i ublažiti posledice poput dugih sušnih perioda i učestalijih najezda štetočina;
- koristiti pesticide i veštačka đubriva samo u najneophodnijim slučajevima. Pristupiti integrisanoj zaštiti biljaka, koja objedinjava sve mere koje sprečavaju, odnosno smanjuju pojavu bolesti, kao što su izbor otpornijih sorti, plodoređa, blagovremeno izvođenje tehničkih mera, mehaničke, biološke, fizičke i na kraju hemijske mere;
- štednja vode i drugih resursa u procesu proizvodnje cveća i biljaka;
- aktivno podsticanje raznolikosti vrsta sa posebnim osvrtom na pčele i druge važne oprašivače.

Ekonomski aspekti

- zadovoljiti potražnju na održiv način;
- ne dozvoliti da uzgoj cveća i biljaka ugrozi površine za uzgoj drugih biljaka kao što su npr. žitarice.

Naš cilj je poboljšanje sva tri gore pomenuta aspekta- socijalnog, ekološkog i ekonomskog.

3. Naš cilj i angažovanje

3.1. Sertifikacija i standardi

U smislu ostvarenja postavljenog cilja da sve biljke i cveće koje se prodaju u Lidl-ovim prodavnicama potiču iz održive proizvodnje, veoma važan aspekt predstavlja saradnja sa sertifikacionim organizacijama. Ovim standardima obezbeđuje se poštovanje i usklađenost sa ekološkim i socijalnim standardima. U ovom trenutku skoro 85 % Lidl-ovog asortimana biljaka i cveća potiče iz GLOBALG.A.P, Fairtrade ili holandskog Milieu Project Sierteel (MPS) sertifikovanog uzgoja.

Ovom izjavom o namerama Lidl Srbija objavljuje svoju nameru da do kraja 2019. godine sve biljke i cveće koji se nalaze u Lidl-ovom asortimanu potiču iz sertifikovane proizvodnje. Sertifikati koji su za ostvarenje ovog cilja prihvatljivi jesu GLOBALG.A.P Chain of Custody, ili sertifikat neke od organizacija priznatih od strane GLOBALG.A.P.

100 %
sertifikovani proizvodi
do kraja 2019.

Dodatno, proizvodnje koje isporučuju ovu grupu proizvoda moraju biti i sociološki evaluirane. U ovom pogledu prihvata se Modul GLOBALG.A.P Risk Assessment on Social Practice (GRASP), ili neka stroža sertifikacija.

3.2. Socijalni standardi

Veoma nam je važno da se, kako u našoj kompaniji, tako i kod svih učesnika u proizvodnom lancu, poštuju minimalni socijalni standardi. Kako bi smo ovo osigurali, svi naši dobavljači prilikom sklapanja ugovora obavezuju se da poštuju i sprovode Lidl „Code of Conduct“. Navedeni dokument bazira se na zahtevima „Code of Conuct Business Social Compliance Initiative“ (BSCI).

Lidl, kao internacionalna kompanija, članica je BSCI od 2007. godine. Članice ove inicijative obavezuju se da poboljšavaju uslove rada u proizvodnom lancu, da poštuju ekološke smernice, kao i da grade strukturu u proizvodnom lancu koja će obezbediti poštovanje socijalnih standarda. Pored ovoga, Lidl „Code of Conduct“ zasniva se na standardima International Labour Organisation (ILO), deklaraciji UN-a o ljudskim pravima i drugim nacionalnim smernicama obuhvatajući sledeće aspekte:

- zabrana prisilnog i dečijeg rada;

- zabrana diskriminacije na radnom mestu;
- sloboda udruživanja i pravo na kolektivne pregovore;
- jasno definisanje novčane nadoknade i radnog vremena u skladu sa nacionalnim i internacionalnim zakonima i standardima.

3.3 Transparentnost i sledljivost

Lidl teži da svojim potrošačima obezbedi sto veću transparentnost i sledljivost u pogledu porekla biljaka i cveća. Sa strane ovog aspekta potrebno je naglasiti saradnju sa sertifikacionim organizacijama koje kontrolišu i obezbeđuju sledljivost u proizvodnom lancu. Svaki proizvod koji je sertifikovan od strane GLOBALG.A.P organizacije dobija jedinstveni broj (GGN). Potrošačima će biti omogućeno da unošenjem ovog broja na online platformu ggn.org dobiju više podataka o uzgoju datog proizvoda. Naši proizvođači su u obavezi da na pakovanju sertifikovanog cveća i bilja navedu GGN broj.

3.4 Dugoročna partnerstva

Stabilna, dugoročna saradnja je dobar osnov za održivo poslovanje. Iz tog razloga i mi težimo da ostvarimo dugoročne poslovne odnose sa svojim proizvođačima, dobavljačima i poslovnim partnerima. U Lidl „Code of Conduct“ definisali smo uslove poslovanja. Od svojih dobavljača očekujemo da u saradnji sa proizvođačima razvijaju nove, održive aspekte poslovanja.

Sklapanjem ugovora, ciljevi i mere ove izjave o namerama postaju obavezujući za dobavljače. Pored ovoga, očekujemo da dobavljači sami razvijaju smernice za održiviju nabavku cveća i biljaka. Uz to snažno podržavamo dobavljače u razvijanju vlastite inicijative i osveščivanju okoline na ovu temu.

Kako bi smo bili sigurni da se ove smernice primenjuju, nezavisna treća strana sprovodi nasumične kontrole.