



Documento di posizione per l'acquisto responsabile di tè e caffè





Indice

1. La nostra visione	3
2. La nostra posizione	5
2.1 I pilastri su cui si basa l'assortimento responsabile di Lidl	6
2.2 Campo di applicazione	7
3. Il nostro obiettivo	8



1. La nostra visione

Tè e Caffè



“Il nostro operato quotidiano è improntato al senso di responsabilità dal punto di vista economico, sociale e ambientale”.

Con questo principio aziendale Lidl Italia esprime la propria responsabilità nei confronti dell'uomo e della natura.

Il caffè e il tè sono senza dubbio tra le più importanti materie prime al mondo. Il caffè viene coltivato principalmente in America centrale e in Sud America, mentre il tè in Asia e costituiscono la principale fonte di reddito per milioni di famiglie in quei Paesi.

A fronte di questa ampia diffusione, ci sono alcuni punti di attenzione da considerare. Ad esempio, le coltivazioni possono impiegare pesticidi per impedire che le piante vengano distrutte da malattie o infestazioni, compromettendo però l'ambiente circostante e, in taluni casi, anche la salute dei lavoratori stessi. Oppure potrebbe accadere che i coltivatori locali sostituiscano la ricca varietà di specie delle foreste tropicali con monocolture di caffè o tè. O ancora, purtroppo, lungo i diversi passaggi della catena di fornitura, potrebbero non sempre essere garantite condizioni eque per i lavoratori della filiera, seppur in linea con i requisiti legali locali.

Alla luce di ciò, Lidl Italia intende sostenere, attraverso il presente *Documento di posizione per l'acquisto responsabile di tè e caffè*, un'agricoltura sempre più sostenibile – da un punto di vista sociale e ambientale- i cui principali vantaggi sono:

1. L'attenzione per le risorse naturali, il clima, l'ambiente e la biodiversità

L'agricoltura sostenibile si concentra su procedure e metodi che rendono l'utilizzo del terreno più efficiente nel rispetto di criteri ambientali, quali la riduzione degli effetti nocivi per l'acqua, l'aria, il suolo, il clima e la biodiversità e ha lo scopo di minimizzare l'impatto sull'ambiente naturale.

2. L'attenzione per i fattori sociali

L'agricoltura sostenibile è in grado di promuovere occupazione, reddito equo, buona qualità di vita e migliori condizioni di lavoro per tutti coloro che collaborano nella filiera agricola.

3. L'attenzione per la sicurezza alimentare

L'agricoltura sostenibile agevola la transizione a sistemi di coltivazione più rispettosi delle risorse naturali, assicurando così un'alimentazione che soddisfa le esigenze nutrizionali della popolazione locale e che garantisce un'adeguata disponibilità di prodotti agricoli per l'attuale generazione e per quelle future

Questi principi rientrano all'interno della visione di lungo termine di Lidl Italia, esplicitata dal motto "Sulla via del domani". Attraverso tale motto, l'Azienda sostiene i principi della sostenibilità, intesa come tutela delle risorse di oggi per la valorizzazione del domani.

2. La nostra posizione

La mission di Lidl Italia è quella di offrire ai propri clienti prodotti di alta qualità ad un prezzo conveniente. All'interno del concetto di qualità l'Azienda include anche l'attenzione per metodi di produzione sempre più sostenibili. Lidl Italia considera fondamentali per il futuro le buone pratiche agricole, l'uso responsabile delle risorse e la conservazione della biodiversità.

Per questo, Lidl Italia promuove attivamente aspetti di sostenibilità che vanno oltre i requisiti normativi. Ad esempio, oltre a chiedere ai propri fornitori di sottoscrivere l'impegno ad attuare un Codice di Condotta, Lidl Italia si assicura che gli stessi siano dotati di certificazioni indipendenti che garantiscono standard ancora più sostenibili di quanto previsto per legge.

Lidl Italia intende esercitare la propria influenza a favore di un acquisto responsabile di tè e caffè contribuendo così ad un cambiamento concreto sul mercato.

In qualità di azienda leader della GDO, Lidl Italia attraverso il presente documento di posizione che pone le basi per l'acquisto responsabile di tè e caffè, si impegna a contribuire ad una gestione sostenibile del territorio da un punto di vista ambientale e sociale, promuovendo pratiche di agricoltura responsabile attuali e future, rispondendo così alle esigenze dei consumatori che richiedono standard sempre più elevati in questo ambito.

2.1 I pilastri su cui si basa l'assortimento responsabile di Lidl

Struttura responsabile dell'assortimento

Lidl vuole offrire ai propri clienti prodotti a marchio proprio sempre più sostenibili, offrendo ad esempio prodotti certificati Fairtrade, UTZ/Rainforest Alliance o Bio e supportando gli sforzi di miglioramento compiuti da queste organizzazioni.

Provenienza, trasparenza e tracciabilità

Fornendo informazioni chiare, leggibili e comprensibili Lidl supporta i propri clienti nella selezione dei prodotti, nell'ottica di una sempre maggiore trasparenza e tracciabilità lungo la filiera.

Agricoltura responsabile

La tutela dell'ambiente e lo sforzo per garantire condizioni di lavoro dignitose sono fattori importanti, soprattutto nei Paesi da cui provengono materie prime quali tè e caffè. Lidl non solo sceglie di affidarsi a enti di certificazione indipendenti ma ne sostiene attivamente i progetti. Ad esempio, il Gruppo Lidl ha supportato numerose iniziative Fairtrade in aiuto ai coltivatori di caffè, finalizzate sia a promuovere maggiore sensibilità nei confronti di un prodotto sostenibile sia a far fronte alle difficoltà causate dai cambiamenti climatici.

Tutela dell'ambiente

Le conseguenze dell'attività agricola sull'ambiente, come l'uso eccessivo di pesticidi, dovrebbero essere ridotte al minimo. Lidl si dissocia da pratiche di disboscamento illegali e/o dal taglio e dalla bruciatura allo scopo di ottenere nuovi terreni agricoli. Scegliendo prodotti certificati, si può contare sulla formazione che questi enti erogano ai coltivatori per il miglioramento delle pratiche agricole, al fine di ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente.

Inoltre Lidl è, a livello di Gruppo, membro dell'iniziativa Business Social Compliance Initiative (BSCI) e su questa base ha sviluppato il proprio Codice di Condotta, che mira a migliorare gli standard sociali minimi tra i partner commerciali in diversi Paesi. Come principio fondamentale, Lidl rifiuta qualsiasi forma di abuso del lavoro minorile o violazione dei diritti umani nel processo di produzione dei suoi prodotti. Promuove attivamente e supporta aspetti che vanno oltre le prescrizioni normative, quali ad esempio la preferenza, nei prodotti a marchio proprio, per materie prime provenienti da colture certificate come sostenibili da enti terzi.

2.2 Campo di applicazione

Il presente Documento di posizione è trasparente e liberamente consultabile dal pubblico, si applica a tutti i prodotti a marchio proprio di Lidl Italia in assortimento continuativo, viene periodicamente aggiornato ed è vincolante sia all'interno sia all'esterno dell'Azienda. Il rispetto delle linee guida contenute viene richiesto ai fornitori già in fase di negoziazione commerciale.

L'intento di Lidl Italia è quello di continuare a sviluppare il presente Documento di posizione arricchendolo di nuovi traguardi. A tal fine, insieme ai propri fornitori, l'Azienda monitorerà i progressi conseguiti, sviluppando e stabilendo, se necessario, nuove misure vincolanti da adottare. In caso di scostamenti dall'obiettivo sarà necessario definire delle azioni correttive.

3. Il nostro obiettivo

Tutto ciò premesso, Lidl Italia, in qualità di azienda leader della GDO consapevole della propria responsabilità, si impegna a offrire ai propri clienti:

- il 50% del caffè (misurato in quantità di materia prima) certificato UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade o proveniente da agricoltura biologica entro la fine del 2022. Entro la fine del 2020 il 30% del caffè sarà certificato.



- il 100% del tè verde, nero e rooibos (misurato in quantità di materia prima) certificato UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade o proveniente da agricoltura biologica entro la fine del 2022. Il 50% delle tisane di erbe e di frutta (misurato in quantità di materia prima) certificato UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade o proveniente da agricoltura biologica entro la fine del 2022.



L'obiettivo vale per i prodotti a marchio proprio in assortimento continuativo. Sono esclusi i prodotti che contengono caffè o tè come ingrediente (ad esempio gelati, sorbetti, bevande, preparazioni al caffè/tè, etc).

In merito all'attuazione del presente Documento di posizione, Lidl Italia si confronta con organizzazioni no profit specializzate e promuove i criteri di sostenibilità di diverse certificazioni, tra cui:

1. UTZ e Rainforest Alliance, due organizzazioni che, da gennaio 2018, hanno unito le forze per affrontare insieme alcune delle sfide come deforestazione, cambiamento climatico e povertà. La nuova organizzazione è chiamata Rainforest Alliance. La loro missione condivisa è quella di creare un sistema di agricoltura sostenibile che aiuti gli agricoltori, comunità forestali, lavoratori e le loro famiglie ad avere un reddito equo e a salvaguardare le risorse naturali, l'ambiente e la fauna selvatica. Alcuni prodotti dell'assortimento Lidl, sia di tè che di caffè, possono già vantare il logo UTZ o Rainforest Alliance Certified™. Per maggiori informazioni: www.utz.org e www.rainforest-alliance.org



Joining forces
for a better future

2. Fairtrade, un'organizzazione globale che, attraverso l'omonimo marchio di certificazione, si propone di garantire migliori condizioni di vita per i produttori dei Paesi in via di sviluppo. Il suo obiettivo è quello di supportare i produttori più svantaggiati, rendendoli capaci di entrare nel sistema commerciale in condizioni di trasparenza e correttezza e migliorando così i loro standard di vita. Per maggiori informazioni: www.fairtrade.net



3. Certificazione biologica: la produzione di alimenti biologici rispetta l'ambiente e le risorse del pianeta, rinunciando all'utilizzo di pesticidi ed additivi artificiali o organismi geneticamente modificati nell'agricoltura e garantendo il benessere degli animali nell'allevamento. Attraverso questa forma di agricoltura si conserva la biodiversità per salvaguardare le risorse del domani. I clienti con i prodotti biologici possono gustare un sapore naturale con la consapevolezza di contribuire alla salvaguardia dell'ambiente. Il logo biologico dell'UE garantisce il rispetto delle normative dell'Unione Europea in materia di agricoltura biologica, riducendo così l'impatto sull'ambiente e assicurando un maggiore rispetto della natura e delle sue specie.



I loghi che rappresentano le suddette certificazioni vengono inoltre riportati sulle confezioni dei prodotti a marchio Lidl al fine di renderli immediatamente riconoscibili per il cliente, diffondendone così i valori sui cui si basano.

Oltre a ciò, il Gruppo Lidl predilige i fornitori impegnati attivamente in iniziative come l'Ethical Tea Partnership (ETP), che hanno l'obiettivo di monitorare e migliorare le condizioni di vita e di lavoro dei coltivatori nelle piantagioni di tè.