

# Position Paper

## Compra mais sustentável de café



Mais para si.

Sustentabilidade  
no Lidl



A Caminho  
do Amanhã.



## Índice

<b>1. A nossa filosofia .....</b>	<b>3</b>
<b>2. O nosso posicionamento .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Uma gama de produtos responsável .....</b>	<b>4</b>
<b>2.2 Origem, transparência e rastreabilidade .....</b>	<b>4</b>
<b>2.3 Plantação de café .....</b>	<b>4</b>
<b>2.4 Intervenções no ambiente .....</b>	<b>4</b>
<b>2.5 Desenvolvimento contínuo das normas .....</b>	<b>5</b>
<b>3. O nosso compromisso .....</b>	<b>5</b>
<b>3.1 Uma gama de produtos responsável .....</b>	<b>5</b>
<b>3.2 Origem, transparência e rastreabilidade.....</b>	<b>6</b>
<b>3.3 Plantação de café .....</b>	<b>6</b>
<b>3.4 Intervenções no ambiente.....</b>	<b>7</b>
<b>3.5 Desenvolvimento contínuo das normas.....</b>	<b>7</b>
<b>4. Os nosso objetivos.....</b>	<b>8</b>
<b>5. Organizações e certificação de produtos.....</b>	<b>9</b>

## 1. A nossa filosofia

**“Na nossa atuação diária assumimos responsabilidades económicas, sociais e ecológicas. “**

Este princípio empresarial do Lidl Portugal, representa a sua responsabilidade perante o ser humano e a natureza e define a estratégia “a caminho do amanhã”. Neste sentido, elaborámos o presente *position paper* que diz respeito a uma conduta mais responsável e mais sustentável na aquisição de café.

O Lidl tem o seguinte entendimento em relação à produção sustentável de alimentos:

### **Biodiversidade e proteção do ambiente e de recursos**

Uma agricultura mais sustentável assume como fundamental a aplicação de modos e métodos de trabalho que tornem os solos mais produtivos e que, simultaneamente minimizem os efeitos nocivos na água, no solo e no clima. A diversidade das espécies, bem como a saúde humana e os recursos naturais do ambiente deverão sofrer o mínimo de impacto possível.

### **Responsabilidade alimentar**

Uma agricultura sustentável garante as necessidades alimentares básicas das gerações atuais e futuras, bem como a continuidade da elaboração e disponibilidade de produtos agrícolas.

### **Fatores sociais**

Do ponto de vista social, uma agricultura sustentável garante a ocupação a longo prazo, melhores rendimentos e condições de vida e de trabalho dignas e justas para todas as pessoas que participam na cadeia de fornecimento agrícola.

## **2. O nosso posicionamento**

Neste documento serão abordados os cinco planos de atuação em que o Lidl Portugal trabalha ativamente, desta forma procurando promover evoluções substanciais. Posteriormente, serão especificados os planos de atuação no que diz respeito à aquisição de café.

### **2.1 Uma gama de produtos responsável**

O Lidl Portugal pretende oferecer aos seus clientes artigos de marca própria que sejam um símbolo de responsabilidade. Através da estratégia de desenvolvimento da sua gama de produtos, a empresa apoia as normas de certificação reconhecidas, como Fairtrade, UTZ, Bio ou Rainforest Alliance, e oferece produtos com as certificações e os selos correspondentes. O seu objetivo consiste em desenvolver continuamente estas áreas, adequando a sua oferta às necessidades dos consumidores.

### **2.2 Origem, transparência e rastreabilidade**

O objetivo do Lidl consiste em oferecer aos consumidores uma maior transparência e, sempre que possível, rastreabilidade da cadeia de fornecimento até à origem. Com informações claras, legíveis e compreensíveis nas embalagens das marcas próprias, o Lidl Portugal ajuda os seus clientes na escolha dos produtos. A empresa fornece informação adicional nos seus folhetos semanais, bem como na página de internet [www.lidl.pt](http://www.lidl.pt) e nas suas redes sociais.

### **2.3 Plantação de café**

A proteção do ambiente e as condições de trabalho aceitáveis são importantes para o Lidl Portugal. A empresa compromete-se através da colaboração com organizações de certificação e/ou no âmbito de iniciativas financiadas pelo Lidl, com o cultivo de produtos agrícolas de forma social e ambientalmente aceitável.

### **2.4 Intervenções no ambiente**

As intervenções no ambiente, como a utilização desproporcionada de pesticidas na produção agrícola, deverão ser reduzidas a um mínimo. O Lidl afasta-se de práticas de exploração de madeira ilegal e das queimadas para obtenção de novas áreas para utilização agrícola.

## 2.5 Desenvolvimento contínuo das normas

O Lidl Portugal esforça-se por oferecer uma diversidade de artigos com produtos de marca própria certificados por organizações reconhecidas, como Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio e UTZ. A fomentação de um comportamento de consumo mais sustentável e uma maior consciência em relação a produtos provenientes de um cultivo mais sustentável representa uma missão fundamental para a empresa.

## 3. O nosso compromisso

### 3.1 Uma gama de produtos responsável

O Lidl Portugal está comprometido com um cultivo sustentável de café. Um fator importante do seu compromisso é a colaboração com organizações de certificação reconhecidas internacionalmente, como Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio e UTZ, as quais asseguram a implementação de normas que são importantes para a empresa. Ao longo dos anos, o Lidl foi investindo num número crescente de certificações de matérias-primas utilizadas no café das suas marcas próprias. Um exemplo deste compromisso são as cápsulas de café de marca própria, onde todas as referências têm um selo de certificação de sustentabilidade.

### Café Certificado



Desde 2011, a empresa apoia a certificação UTZ, utilizando em muitos dos seus produtos de café, grãos provenientes de cultivo sustentável. Adicionalmente, o Lidl trabalha desde 2011, com a organização de certificação reconhecida internacionalmente Rainforest Alliance. O selo Rainforest Alliance Certified™ nas embalagens significa que o café

provém de explorações certificadas. A Rainforest Alliance trabalha em colaboração com os produtores de café para melhorar as suas condições de vida e de saúde, bem como o bem-estar das comunidades rurais.

### **3.2 Origem, transparência e rastreabilidade**

Os parceiros comerciais que colaboram no fabrico das marcas próprias do Lidl adquirem o café essencialmente em plantações da América Central e do Sul. Apesar da origem e as misturas poderem variar em função da estação do ano e da qualidade da colheita, é possível rastrear os produtos certificados até à sua origem.

### **3.3 Plantação de café**

Uma das principais prioridades é o combate às alterações climáticas. Os cultivadores de café estão sujeitos a períodos de chuva cada vez mais duradouros, bem como a temperaturas elevadas, ambos com efeitos negativos na produção de café. Estes efeitos fazem-se sentir no cultivo do café e podem ameaçar a existência de pequenos produtores. É precisamente este grupo de pequenos produtores que tem menos reservas, sendo significativamente afetado por quebras na produção.

Foram desenvolvidos projetos de Adaptação para dar mais estabilidade e segurança aos pequenos produtores com certificação Fairtrade. Estes pequenos produtores de café participam em sessões de formação, organizadas pelo Lidl, em que lhes são transmitidas estratégias eficazes de adaptação às mudanças climáticas. Adicionalmente, os produtores aprendem a identificar e a implementar medidas de forma autónoma e local.

Nos últimos anos, através de diversos projetos do Lidl na América Latina, foram plantadas 197.000 plantas de café nas cooperativas Fairtrade. No âmbito de atividades de reflorestação, foram ainda plantadas 40.000 árvores autóctones para proteção contra a erosão. Sem estas árvores que retêm a água no solo, os preciosos minerais são arrastados para fora do solo na ocorrência de chuvas abundantes, prejudicando a sua qualidade e produtividade. Até ao momento, estes projetos envolveram milhares de pequenos produtores de café Fairtrade, e conseqüentemente tiveram grande impacto nas regiões onde foram implementados.

### 3.4 Intervenções no ambiente

Uma parte substancial do café comercializado pelo Lidl Portugal é certificado segundo normas de organizações reconhecidas como Fairtrade, UTZ, Bio ou Rainforest Alliance. Consequentemente, os produtores implementam medidas sociais e ambientais que, muitas vezes, superam as exigências dos requisitos legais. Os produtores de café participam em ações de formação, em que aprendem a utilizar pesticidas de forma adequada/moderada e a minimizar o impacto da sua atividade no meio-ambiente. As boas práticas agrícolas e a conservação da biodiversidade são a base para uma produção sustentável.

### 3.5 Desenvolvimento contínuo das normas

Através do aumento contínuo da compra de matéria-prima certificada para os produtos de café de marca própria, o Lidl Portugal não só dita a tendência para toda a cadeia de fornecimento, como proporciona aos produtores no país de origem novos canais de distribuição. Deste modo, o Lidl oferece aos seus consumidores a possibilidade de contribuírem ativamente para a melhoria das condições de vida e laborais nos países produtores. Com a boa penetração de lojas, a empresa promove de forma consciente um consumo mais sustentável e a procura de produtos certificados.

## 4. Os nossos objetivos

Os consumidores esperam padrões elevados no cultivo de produtos agrícolas, como o café, e o objetivo do Lidl Portugal é ir ao encontro desta exigência. Para alcançar este objetivo o Lidl Portugal considera a credibilidade e a exequibilidade como valores fundamentais.

Em colaboração com todos os intervenientes da cadeia de valor e com as respetivas *partes interessadas* o Lidl pretende contribuir para uma gestão agrícola que respeite valores ambientais e sociais. Nesse sentido, definiu *princípios orientadores*, estratégias e objetivos concretos que visam garantir uma aquisição de café mais sustentável.

O presente *documento*, referente à gama de produtos de café de marca própria do Lidl Portugal, será sujeito a revisões regulares. Em parceria com os seus fornecedores, serão documentados os progressos alcançados e desenvolvidas novas medidas. As metas definidas são obrigatórias para todos os fornecedores e em caso de desvios aos requisitos estipulados, será necessário definir medidas que garantam a sua implementação.

O Lidl Portugal exige, no mínimo, aos seus fornecedores o cumprimento das normas legais aplicáveis. Adicionalmente, desde 2007 o Lidl é membro da iniciativa comunitária "Business Social Compliance Initiative" (BSCI), no âmbito da Associação Europeia de Comércio Externo. Neste contexto, a empresa desenvolveu um Código de Conduta próprio através do qual pretende alcançar o objetivo de melhorar os padrões sociais base dos seus parceiros comerciais, nos diversos países. A garantia destes padrões base são parte essencial das relações entre o Lidl e os seus parceiros comerciais. O Lidl rejeita toda e qualquer forma de trabalho infantil ou violação dos direitos humanos ou laborais no fabrico dos seus produtos. A empresa promove e ativamente apoia aspetos que ultrapassam os requisitos mínimos legais, como a sucessiva ampliação dos artigos de marca própria com matérias-primas certificadas e projetos que promovem melhorias das condições ecológicas no cultivo de produtos agrícolas, como o café.

## 5. Organizações e Certificação de produtos

### Certificação Biológica da União Europeia



O logotipo biológico da UE é obrigatório desde 1 de julho de 2012 para alimentos biológicos pré-embalados. Aplica-se a todos os alimentos pré-embalados que tenham sido produzidos de forma ecológica e que cumpram as normas legais da UE de agricultura ecológica. Este logótipo exige que os alimentos não contenham organismos geneticamente modificados (OGM), intensificadores de sabor, aromas e corantes artificiais. Não podem ser usados herbicidas sintéticos nem fertilizantes minerais facilmente solúveis. O objetivo do logótipo é que os consumidores reconheçam mais fácil e rapidamente os produtos biológicos certificados. Adicionalmente, nas embalagens dos produtos certificados está o número de código do serviço de controlo ambiental competente, bem como a informação da origem. O logótipo biológico da UE está protegido em toda a Europa.

### Certificação Rainforest Alliance Certified™



Este logotipo identifica produtos em que a totalidade, ou uma parte substancial, dos ingredientes tem a sua origem em quintas e florestas certificadas pela Rainforest Alliance. Os locais de origem têm de ser geridos segundo diretrizes rigorosas da SAN - Sustainable Agriculture Network (rede de agricultura sustentável). Estas incluem critérios relativos a proteção ambiental, responsabilidade social e sustentabilidade económica. As diretrizes foram desenvolvidas para proteger e conservar espécies de animais e plantas, bem como os solos e o meio aquático. Por outro lado, pretendem melhorar as condições de vida dos trabalhadores e das comunidades locais.

## Certificação Fairtrade



® A Fairtrade promove melhores condições de trabalho e de vida aos pequenos agricultores e trabalhadores em África, na Ásia e na América Latina. Mais de 1,6 milhões de pequenos agricultores e trabalhadores beneficiam atualmente de preços mínimos estáveis, do prémio Fairtrade para projetos comunitários e da promoção de uma agricultura mais ecológica. As normas Fairtrade são controladas por organismos independentes e incluem critérios relativos a estruturas organizacionais democráticas, proteção ambiental e condições de trabalho seguras.

## Certificação UTZ



O UTZ é um programa de sustentabilidade referente a café, cacau e chá. O programa transmite aos produtores boas práticas agrárias e demonstra como podem cultivar café, cacau e chá de forma mais profissional, com maior qualidade, maior rendimento e mais sustentabilidade. Os produtores participam ainda em ações de formação focadas em gestão empresarial, segurança no trabalho e gestão ambiental. O objetivo do programa consiste em levar os produtores a conseguirem um preço mais alto por um produto de qualidade mais elevada. Deste modo, conseguirão melhorar o seu nível de vida pelos seus próprios meios.