

# Position Paper

## Compra mais sustentável de chá



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 chá.....</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 chá.....</b>	<b>6</b>
<b>3.4 Intervenções no ambiente .....</b>	<b>7</b>
<b>3.5 Desenvolvimento contínuo das normas.....</b>	<b>8</b>
<b>4. Os nossos objetivos....</b>	<b>9</b>
<b>5. Organizações e certificação de produtos.....</b>	<b>10</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, foi elaborado o presente *position paper* que diz respeito a uma conduta mais responsável e mais sustentável na aquisição de chá.

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 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, procurando promover evoluções substanciais.

### **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, Union for Ethical Bio Trade (UEBT) 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 chá**

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 Portugal afasta-se de práticas de exploração de madeira ilegal e/ou 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, UTZ e UEBT. 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 chá. Um fator importante do seu compromisso é a colaboração com organizações de certificação reconhecidas internacionalmente, como Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio, UTZ e UEBT, 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 chá das suas marcas próprias.

De forma a alcançar os objetivos de certificação o Lidl aplicará as seguintes medidas a nível internacional:

- 1. Até ao final de 2018, certificação Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio ou UTZ a 100 % das matérias-primas dos chás verde, preto e rooibos. É condição obrigatória que a matéria-prima esteja disponível no respetivo local de origem e com a devida qualidade.**
- 2. Até ao final de 2020, certificação Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio ou UEBT/UTZ a 50 % das matérias-primas dos chás de ervas e de frutas. É condição obrigatória que a matéria-prima esteja disponível no respetivo local de origem e com a devida qualidade.**

## Chá certificado



de países não UE



Chá-verde



Chá-preto



Rooibos



Chá de ervas\*



Chá de frutas\*



\*O objetivo de certificação do chá de ervas e de frutas é distinto devido à multiplicidade de variedades, origens e misturas.

### 3.2 Origem, transparência e rastreabilidade

O trabalho das organizações de certificação e os mecanismos/sistemas de rastreabilidade que estão na sua base permitem a transparência da cadeia de fornecimento. O Lidl Portugal pretende oferecer aos seus clientes uma maior transparência quanto à origem e dar-lhes a possibilidade de saber mais sobre o cultivo de chá certificado.

### 3.3 Plantação de chá

Muitas vezes, o cultivo de chá elimina a floresta tropical e a sua riqueza de espécies e substitui-as por uma monocultura dominada por uma planta de uma só espécie. Erosão dos solos, competição por recursos hídricos, efeitos prejudiciais causados pela aplicação de fertilizantes e a necessidade de lenha para a operação de aparelhos de secagem são apenas alguns dos ónus para o ambiente. Além do mais, os aspetos sociais assumem também uma relevância central. O chá é colhido no ano inteiro, proporcionando deste modo ocupação a inúmeras pessoas. Trata-se sobretudo de apanhadores que, à mão, colhem cuidadosamente três ou mais folhas no topo de cada ramo. Sendo as principais entidades empregadoras, os produtores de chá enfrentam desafios no que diz respeito a salários, direitos dos trabalhadores

(como o direito de reunião), alojamento, assistência de saúde e outros direitos e prestações de assistência.

É exatamente neste campo que as organizações de certificação internacionais incidem a sua atividade. Para obter a certificação, as explorações têm de comprovar a auditores independentes que implementam com êxito medidas que lhes permitam alcançar os objetivos. As explorações têm de cumprir requisitos exigentes no que diz respeito a normas ecológicas, sociais e económicas. As organizações de certificação empenham-se, entre outros, na conservação da diversidade das espécies e promovem uma comunidade orientada para a sustentabilidade. Incentivam uma utilização ecologicamente aceitável das terras, uma atuação empresarial socialmente responsável e uma conduta de consumo orientada por valores.

### **3.4 Intervenções no ambiente**

A aquisição de chá de cultivo certificado significa que os produtores de chá implementam os critérios sociais e ecológicos das normas de certificação que, em parte, vão mais além dos requisitos legais. Para obter a certificação, as explorações têm de comprovar a auditores independentes que implementam com êxito medidas que lhes permitam alcançar os objetivos. No caso da Rainforest Alliance, por exemplo, estas incluem medidas de reflorestação, proteção da água, proteção de espécies de animais e plantas naturais e selvagens, controlo de pragas integrado, manuseamento responsável de recursos naturais, além do respeito pelos direitos laborais, de previdência da saúde e formação contínua dos trabalhadores das explorações.

Adicionalmente, os produtores têm a possibilidade de acesso a ações de formação e instrução onde aprendem como fazer para minimizar as intervenções no ambiente e a não utilizar herbicidas de forma desadequada. Deste modo, os produtores de chá podem lidar adequadamente com os desafios associados à proteção do ambiente.

### 3.5 Desenvolvimento contínuo das normas

O Lidl Portugal valoriza quando os seus parceiros comerciais contribuem ativamente com iniciativas e associações, como a Ethical Tea Partnership (ETP). Através de processos de monitorização, a ETP trabalha em prol de uma melhoria das condições de vida e de trabalho nas plantações que fazem parte. Esta associação ajuda ainda os produtores de chá a prepararem-se e a alcançarem com êxito as certificações Fairtrade, Rainforest Alliance ou UTZ e a obterem aprovação nos controlos correspondentes.

Através do aumento contínuo da compra de matéria-prima certificada para os produtos de chá 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 chá, e o objetivo do Lidl Portugal é ir ao encontro desta exigência. Para alcançar este objetivo o Lidl 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 chá mais sustentável.

O presente *documento*, referente à gama de produtos de chá 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 apoia ativamente 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 chá.

## 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 logotipo 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 logotipo é que os consumidores reconheçam mais fácil e rapidamente os produtos biológicos certificados. Adicionalmente, nas embalagens dos produtos certificados encontra-se o número de código do serviço de controlo ambiental competente, bem como a informação da origem. O logotipo 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.

## Certificação UEBT



A UEBT (Union for Ethical BioTrade) é uma organização de utilidade pública fundada em 2007. Com o certificado que emite, pretende promover a biodiversidade, mediante uma norma definida para a aquisição e a utilização de matérias-primas. Ao cumprir a norma, os seus aderentes garantem a promoção do desenvolvimento e conservação local da biodiversidade ecológica.

## Certificação UEBT/UTZ



O UTZ e a Union for Ethical BioTrade (UEBT) juntaram-se em 2015 para fundar o programa de chá de ervas sustentável. O programa de certificação centra-se na proteção da diversidade biológica, na promoção das normas de qualidade para o chá de ervas e em criar um melhor futuro para produtores e trabalhadores.