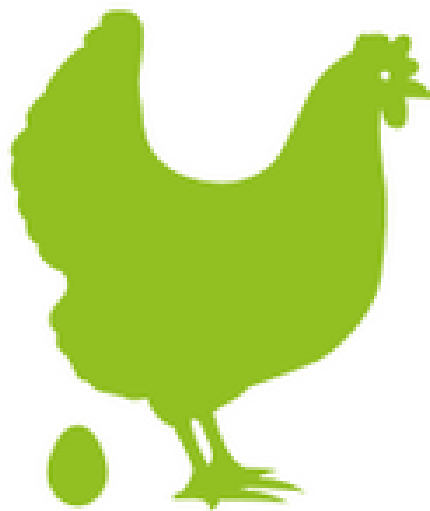


Position Paper

Compra mais sustentável de ovos



Índice

1. A nossa filosofia	3
2. O nosso posicionamento	3
2.1. Uma gama de produtos responsável	3
2.2. Origem, transparência e rastreabilidade	3
2.3. Reprodução, criação e alimentação de animais.....	4
2.4. Utilização de medicamentos e intervenções nos animais	4
2.5. Desenvolvimento contínuo do bem-estar animal.....	4
3. O nosso compromisso	4
3.1. Uma gama de produtos responsável	4
3.2. Origem, transparência e rastreabilidade	5
4. Os nossos objetivos.....	5

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 ovos.

As áreas de atuação e as medidas foram definidas com base nas Cinco Liberdades do Comité de Bem-Estar dos Animais Agrícolas (FAWC):

Livre de fome e sede: Os animais têm acesso a água fresca e alimento na quantidade necessária para se manterem saudáveis.

Livre de desconforto: Os animais dispõem de condições de abrigo e descanso adequadas.

Livre de dor, ferimentos e doença: Medidas preventivas, diagnósticos e tratamentos imediatos garantem um nível elevado de saúde.

Livre para exprimir o seu comportamento: Os animais dispõem de espaço suficiente, instalações adequadas e companhia de animais da sua espécie.

Livre de medo e angústia: As condições e os tratamentos devem evitar o sofrimento mental.

2. O nosso posicionamento

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

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. Desta forma, a empresa não comercializa produtos com origem de animais de espécies em ameaça de extinção.

Além dos produtos provenientes da criação convencional de animais, oferecemos também produtos biológicos. O nosso objetivo consiste em desenvolver continuamente estas áreas, de acordo com os desejos dos consumidores.

2.2. Origem, transparência e rastreabilidade

O objetivo do Lidl Portugal consiste em oferecer aos consumidores uma maior transparência e, sempre que possível, rastreabilidade da cadeia de fornecimento até à origem. Para reduzir os trajetos de transporte, e fortalecer a economia local, o Lidl Portugal dá preferência à compra de produtos nacionais. Como o Lidl Portugal também quer satisfazer o desejo do consumidor por produtos animais produzidos regionalmente, oferece vários artigos tipicamente locais.

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 e nas suas redes sociais.

2.3. Reprodução, criação e alimentação de animais

O Lidl Portugal promove condições de criação que vão além das normas legais e está empenhado em implementar melhorias. Juntamente com os fornecedores, são definidas estratégias e medidas para alcançar melhorias nestas áreas.

2.4. Utilização de medicamentos e intervenções nos animais

O uso de antibióticos preventivos é proibido na produção de produtos animais Lidl. O objetivo da empresa é não executar intervenções nos animais sem anestesia e que impliquem dor.

2.5. Desenvolvimento contínuo do bem-estar animal

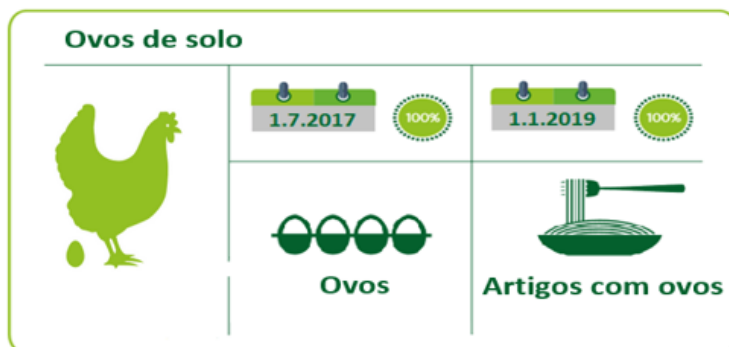
O Lidl está ativamente envolvido no desenvolvimento contínuo de normas de bem-estar animal e de sistemas de certificação. A empresa apoia os esforços de organizações de renome e, juntamente com os fornecedores, desenvolvemos projetos para contribuir para a implementação de medidas adequadas em prol do bem-estar animal.

3. O nosso compromisso

3.1. Uma gama de produtos responsável

Em Julho de 2017, o Lidl Portugal foi a primeira empresa do setor de retalho alimentar em Portugal a abolir a comercialização de ovos frescos provenientes de galinhas criadas em gaiolas. O Lidl passou a oferecer aos seus clientes somente ovos de solo, ovos de campo ou ovos com certificação bio, tanto no sortido (oferta permanente em loja) como em ação (campanhas promocionais disponíveis em loja por um período limitado).

O Lidl também deixou de utilizar ovos de galinha em gaiola na confeção dos seus produtos de marca própria. Desde o início de 2019 que para todos os artigos de marca própria (sortido e ação) são utilizados, no mínimo, ovos de solo.



3.2. Origem, transparência e rastreabilidade

O Lidl Portugal comercializa apenas ovos frescos de produtores portugueses e destaca esta característica com o logótipo "Portugal Original" na embalagem. A compra nacional garante a rastreabilidade da matéria-prima à fonte de origem.

4. Os nossos objetivos

Os consumidores esperam padrões elevados na criação de animais, 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 desenvolver a criação convencional dos animais e melhorá-la em prol dos animais. Nesse sentido, definiu princípios orientadores, estratégias e objetivos concretos na aquisição de ovos.

O presente documento será sujeito a revisões regulares e diz respeito a todo o sortido de marca própria de Portugal. 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.