

Политика за водите при снабдяването с търговски стоки



Верига от
любими продукти

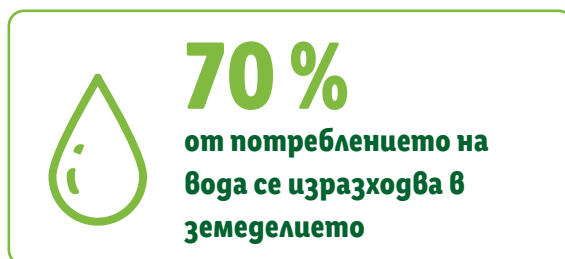


Съдържание

1. Предизвикателства	3
2. Нашата отговорност.....	5
3. Подход за по-устойчиво потребление на вода	6
3.1 Анализ на критичните точки по темата „Прясна вода“	6
4. Нашите мерки	8
4.1 Мерки във веригите на доставка.....	9
4.1.1 Плодове и зеленчуци	9
4.1.2 Цветя и растения	10
4.1.3 Текстил.....	10
4.1.4 Суровини.....	12
4.1.5 Продукти за лична хигиена, козметика и битова химия.....	12
4.2 Мерки в нашите магазини	13
4.3 Комуникация	13
5. Източници.....	14

1. Предиизвикателства

Водата е жизненоважен ресурс – както за хората, така и за природата. За запазването на биологичното разнообразие на нашата планета водата е от съществено значение като местообитание и основа за живот. Над две трети от земната повърхност е покрита с вода – по-голямата част обаче е солена морска вода. Тя не е подходяща за нуждите на хората, както и на повечето животни и растения – за тях е необходима прясна вода*.



От 2010 г. достъпът до чиста вода се определя от ООН като право на човека. Използваемата прясна вода обаче представлява само 0,01% от общото количество вода на Земята. Освен това сладководните ресурси са разпределени неравномерно в световен план. Недостигът засяга някои региони значително повече от други. Към това има и сезонни колебания - продължителната суша през летните месеци води до спадане на нивата на подпочвените води и реките дори в региони с много вода. Непропорционално голямо количество валежи обаче може да доведе до наводнения.

Докато световното население се е увеличило почти четири пъти през миналия век, то потреблението на вода е нараснало над два пъти по-бързо. Особено нарастващото производство на храни, текстил и други потребителски стоки може да доведе до недостиг и несправедливо разпределение на ресурса поради свързаните с него потребление и замърсяване на водата. Изменението на климата от своя страна също увеличава натиска върху регионите с ограничени водни ресурси. В резултат на това нарастваща част от населението ще е засегната от недостига на вода. Това създава все повече и повече рискове за водите – ситуации, при които е вероятно да възникнат щети, свързани с водата.

Търговията на дребно с хранителни стоки използва значително повече вода, отколкото други индустрии¹ – средно 47 литра вода на евро оборот. Респективно рисковете за водите играят важна роля: липсваща наличност на вода представлява риск предимно за по-началните етапи от веригата на доставка. Това важи по-специално за първичното селскостопанско производство,

* Вода от сладководни източници

което е отговорно за 70 процента от цялото потребление на вода в световен мащаб. В селското стопанство също така се използват пестициди и торове, чиято употреба пък има отрицателно въздействие върху качеството на водата.

На този фон търговията на гребно с хранителни стоки носи своята отговорност – особено чрез снабдяването със стоки – за внимателно боравене с водните ресурси. Тук роля играят както консумацията, така и възможните замърсявания. Поради тази причина отговорното използване на прясна вода е централна сфера за действие в стратегията за устойчиво развитие на Lidl при закупуването на търговски стоки.

В тази политика за водите ние дефинираме ползването на прясна вода за производството и преработката на нашите продуктови групи хранителни стоки, плодове и зеленчуци, цветя и растения, домакински и козметични продукти, както и нехранителни стоки.

2. Нашата отговорност

За Lidl по-устойчивото използване на водата не е задача за в бъдеще, а централна тема на настоящето. Допринасяме с различни мерки, за да защитим сладководните ресурси по цялата верига на създаване на стойност и да намалим потреблението на вода и замърсяването ѝ в нашите вериги на доставки.

Отдаваме особено значение на опазването на природните водни ресурси в световен мащаб и щадящото им използване. С управлението на водите работим за по-съзнателно използване на прясната вода. Нашият асортимент от стоки включва различни продукти, които са свързани с рискове за водата в страните им на произход. Тук се визира количеството вода, което се използва при производството им, нейната наличност в съответните региони, както и качеството на водата, което може да бъде нарушено с евентуално замърсяване. Към тези продукти спадат предимно селскостопански продукти, но също така и преработени храни, както и нехранителни стоки.

Водени от своята отговорност, ние разработваме стратегия за водите с цел ефективно намаляване на рисковете за водите в нашите вериги на доставка. За целта работим в тясно сътрудничество със заинтересованите страни в съответните държави на произход. Освен нашите доставчици това включва и експерти и организации на гражданското общество, като например Alliance for Water Stewardship (AWS, Алианса за управление на водите)². Подкрепяме нашите партньори в този процес, например чрез редовни курсове за обучение заедно с нашите служители. Непрекъснато разширяваме съществуващите партньорства и инициативи и влизаме в нови сътрудничества.

3. Подход за по-устойчиво потребление на вода

Подходът за управление на корпоративното задължение за полагане на необходимата грижа³ в Lidl определя ясни правила за системното прилагане на стратегията за устойчиво развитие в компанията и гарантира тяхното спазване. Като отправна точка използваме дефиниран процес, по който ориентираме управлението си за по-устойчиво използване на водата. На първо място се определят рисковете и възможностите като част от анализа на критичните точки (Hotspots). Въз основа на идентифицираните критични точки за водите, ние разработваме цели и мерки за минимизиране на тези потенциални рискове за водата. Във фазата на изпълнение мерките се проверяват постоянно за тяхната ефективност и при необходимост се подобряват. Отчитаме и докладваме прозрачно успехите и неуспехите.

Отделните стъпки на процеса са разгледани по-подробно по-долу.

3.1 Анализ на критичните точки по темата „Прясна вода“

През 2019 г. извършихме анализ, за да идентифицираме критичните точки за водата в нашите вериги на доставки на селскостопански продукти. Той позволява да се идентифицират продуктовете групи с най-високо (отрицателно) въздействие по отношение на устойчивостта.



* Разгледани са подгрупите продукти в съответствие с вътрешната категоризация на Lidl.

Тъй като свързаните с водата рискове във веригата на доставки могат да варират от замърсяване на водата чрез култивиране (използване на торове и пестициди) до интензивността на потреблението на прясна вода (воден отпечатък) за култивирания продукт, ние разгледахме нашия асортимент въз основа и на двата фактора: консумация на вода и замърсяване на водата*.

В резултат на това, по отношение на темата за прясната вода беше установено, че непреработените плодове и зеленчуци, както и определени преработени хранителни продукти представляват подгрупите с най-висок риск за водата. Критичните точки са особено в първичното земеделско производство чрез напояването в районите за отглеждане с голям недостиг на вода и поради използването на торове и пестициди.

В допълнение към рисковете за водата в нашата верига на доставки, ние измерваме и консумацията на вода в нашите магазини. В сравнение с потреблението във веригата на доставки обаче, консумацията в нашите магазини е много ниска. Поради тази причина в настоящата политика се концентрираме върху веригите ни на доставки.

Резултатите от този анализ формират отправната ни точка за по-подробно разглеждане на критичните точки в нашия асортимент и, въз основа на тях, за разработване на целите и мерките, които са представени по-долу.

4. Нашите мерки

При снабдяването и закупуването на стоки Lidl има възможност активно да инициира промени и по този начин да допринесе за опазването на водата. Един подход за това е разширението на дела на сертифицираните продукти в портфолиото ни. По този начин ние подкрепяме признати инициативи за сертифициране и в същото време задаваме определени минимални стандарти за устойчиви производствени практики.

Съвместната работа със сертифицирани доставчици и разширяването на нашия асортимент със сертифицирани продукти са основни стъпки за повече устойчивост. В сътрудничество с външен контрагент - изследователски институт - извършихме анализ на съществуващите сертификати и определихме кои от тях имат най-висок защитен ефект за приоритетните ни сфери на действие. Съответно беше разгледано и кои логота оказват опазващо действие върху приоритетната ни тема „вода“ в най-висока степен. Част от нашия асортимент е сертифициран по оценените като амбициозен в тази връзка сертификат Rainforest Alliance. По този начин ние предлагаме устойчиви продукти, при които са отразени и свързаните с използването на водите рискове. Логото Rainforest Alliance задава строги насоки за икономичното използване на водния ресурс.

За по-осъзнато потребление на водата във веригата на доставки: членство в Alliance for Water Stewardship

През 2018 г. Lidl се присъедини към платформата за партньорство Alliance for Water Stewardship (AWS). Като първи международен стандарт, AWS International Water Stewardship Standard измерва използването на вода на дадена локация въз основа на социални, екологични и икономически критерии. С това AWS задава подход на оперативното ниво, приложим както за промишлеността, така и за селското стопанство. Стандартът предлага на компаниите рамка, чрез която да разбират, планират, внедряват, оценяват и комуникират мерките за управление на водите за своите локации. С членството си ние се приближаваме с още една крачка до нашата цел за по-устойчиво потребление на водата.

4.1 Мерки във веригите на доставка

4.1.1 Плодове и зеленчуци

Оптимизиране на използването на вода

Със задължителното присъединяване към стандарта GlobalG.A.P. всички земеделски производители - партньори на Lidl - проследяват и сравняват своите дейности с добрите селскостопански практики. Към тях се разглеждат и аспектите на ползването на вода⁴. Заедно със земеделските производители изпитваме спрямо практическа приложимост и модула за устойчиво напояване и използване на подпочвените води GlobalG.A.P. Sustainable Program for Irrigation and Groundwater Use (SPRING)⁵, който специално се концентрира върху важни аспекти за водите.

Намаляване на замърсяването на водите

Още през 2017 г. Lidl, съвместно с производителите на плодове и зеленчуци, прие целево споразумение, което предписва устойчиво намаляване на употребата на пестициди. За да постигнем общата си цел, беше договорено референтно ограничение за всички пестицидни остатъци до една трета от максимално допустимите нива на остатъчни вещества. По този начин по-малко пестициди попадат в околната среда.

Оценка на мерките

Въз основа на първоначалния опит, ние оценяваме и изпробваме като следваща стъпка допълнителни мерки при закупуването на плодове и зеленчуци. Компонентите на процеса на оценка са например:

Задълбочен анализ: За по-прецизен анализ на рисковете за водите използваме, от една страна, разработения от World Resources Institut (Световния институт за Ресурсите, WRI) индекс на водния стрес за селскостопанския сектор в отделните държави. Освен това се използват специфични за съответния продукт индикатори за водите, базирани на данни от Water Footprint Networks (Мрежи за воден отпечатък, WFN). Комбинацията от тези два подхода дава възможност за оценка на рисковете за водите при различните комбинации от държави и продукти. Резултатите служат като основа за класификация на риска за водите във веригата на доставка на даден продукт. По този начин полагаме основата за базирани на риска мерки за намаляване на рисковете за водите.

Боравене с рисковете за водите: За адресиране на рисковете за водите, предвиждаме използването на сертификати като GlobalG.A.P. Spring или AWS International Water Stewardship Standard (AWS Международен стандарт за управление на водите). През лятото на 2020 г. Lidl стартира пилотен проект за проверка на тези подходи.

4.1.2 Цветя и растения

За да се сведе до минимум потреблението на вода и замърсяването при производството на цветята и растенията, които продаваме, както и да се гарантират добри селскостопански практики, например под формата на ефективно напояване, от началото на 2020 г. изискваме от всички производители валиден GlobalG.A.P. сертификат.

4.1.3 Текстил

Оптимизиране на използването на вода

За да намалим консумацията на вода в производството на нашия текстил, ние залагаме на стандартите Cotton Made in Africa (CMiA), Organic Content Standard, Global Organic Textile Standard (GOTS), Better Cotton Initiative или Fairtrade. Органичният памук консумира по-малко вода – в същото време се и тори по-малко в сравнение с конвенционалния памук⁶. Памукът CMiA се отглежда изключително с дъждовна вода. Съотнесено към средната стойност в световен мащаб това спестява над 2100 литра вода на килограм памучни влакна⁷. В допълнение към използването на органичен памук, стандартът GOTS прилага критерии относно водата и при преработката на памука в текстил. GOTS задължава сертифицираните производства да определят цели за намаляване на потреблението им на вода. Сертифицираните по Fairtrade продукти също съдържат сходни критерии за водите.

По тази причина Lidl ще закупува 100 процента от памука от устойчиви източници, считано от края на 2022 г., които спазват стандартите Cotton Made in Africa, Organic Content Standard, Global Organic Textile Standard, Better Cotton Initiative или Fairtrade.

Намаляване на замърсяването на водата

През 2014 г. Lidl се присъедини към кампанията DETOX на Greenpeace⁸ за премахване на вредните химикали от глобалните вериги на доставки на текстил. Целта е да се изключат потенциално вредните химикали, да се ограничи свързаното с производството замърсяване на отпадъчните води и по този начин да се намали негативното въздействие върху хората и околната среда. Следваният от Lidl подход се базира на замяната на опасни химикали с вещества, които са по-екологични и безвредни за човешкото здраве, напр. чрез пасти за печат на водна основа, довършителни работи без PFC или изкуствена кожа без диметилформамид (DMF).

Поне веднъж годишно независими институти проверяват производителите на текстил и обувки, прилагащи процеси с потребление на вода, за използването на определени вещества. В допълнение към тази проверка на случаен принцип се

проверяват използваните химикали и се вземат годишни проби от отпадъчните води на релевантните компании от веригата на доставка.

Подобно на цялата индустрия, Lidl също доставя голяма част от нехранителния си асортимент от самостоятелни азиатски производители. Въпреки значителния напредък и икономическия растеж, социалните и екологичните условия в Азия са различни. Затова ние поставяме специален фокус върху прилагането на признати стандарти като задължителен минимум и в този контекст сме определили три основни цели:

- Насърчаване на безопасното използване на химикали
- Намаляване на използването на енергия, вода и химикали
- Съобразено с околната среда изхвърляне на отпадъци и адекватно управление на отпадъчните води

За да постигнем тези цели съвместно с местните ни доставчици, проведохме обучителния проект PURE („Проект за екологична и ресурсна ефективност“) в сътрудничество с Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ, Немско дружество за международно сътрудничество). Над 400 служители от 80 компании за производство на текстил в Китай и Бангладеш бяха обучени по международно установени стандарти за опазване на околната среда и безопасността. По този начин бяха достигнати общо 67 000 служители във фабриките. Фокусът, наред с други теми, беше върху подобряване на управлението на отпадъчните води и въвеждането на адекватно управление на химикалите. Това гарантира, че групите химикали, посочени в Detox ангажимента на Lidl, дългосрочно ще бъдат изключени от производството. Проектът успя да намали консумацията на вода в участващите производители с около 5,8 милиона кубически метра⁹.

Като член на Leather Working Group (Работната група за кожа) и на Алианса за устойчив текстил, Lidl се ангажира с намаляване на потреблението на вода и отговорно управление на химикалите във веригите на доставка на текстил. В допълнение, Lidl прави първи стъпки към продукти по смисъла на кръговата икономика – например с биоразградими текстилни изделия, които са сертифицирани в съответствие с продуктите стандарти на Cradle to Cradle®. Строгите критерии включват, наред с други неща, отговорното използване на водата.

И в бъдеще ще продължим да развиваме и разширяваме обхвата на нашите системи за управление на околната среда, химикалите и отпадъците, както и на списъците за изключване на опасните химикали, съвместно с нашите доставчици.

4.1.5 Суровини

При снабдяването със суровини също работим за намаляване на рисковете за водите. Например, близо 35% от предлаганото от нас кафе собствена марка е сертифицирано в съответствие с международно признати стандарти като Rainforest Alliance / UTZ, Fairtrade или Bio (към февруари 2020 г.), като и при трите стандарта са заложили различни мерки за опазване на водите. Целта ни е, към края на 2022 г. да предлагаме поне 50% сертифицирано кафе собствена марка. При какаото целта, която сме си заложили, е до края на 2022 г. да използваме 100% сертифицирано какао във всички какао-съдържащи продукти собствена марка, като и към момента 100% от шоколадите под собствените ни марки J.D.Gross и Fin Carre се произвеждат само със сертифицирано по Fairtrade, Rainforest Alliance / UTZ или Bio какао.

За зеления, черния и ройбос чая собствена марка планираме 100% сертификация в съответствие с Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio или Union for Ethical Biotrade / UTZ до края на 2022 г., а за билковия и плодовия чай собствена марка – сертификация поне на 50% от артикулите, при условие, че има налична суровина и сертификация. Използваното от нас палмово масло също ще е 100% сертифицирано в съответствие със стандарта RSPO (Кръгла маса за устойчиво палмово масло) до края на 2022 г. С последователния си ангажимент за използването на сертифицирани суровини при закупуването, Lidl значително допринася за опазването на водните ресурси¹⁰.

4.1.5 Продукти за лична хигиена, козметика и битова химия

Пластмасата обикновено не се разгражда в околната среда. По тази причина замърсяването на водата от използването на микропластмаса в продуктите за лична хигиена в козметиката и в битовата химия представлява съществен проблем. Работим интензивно по темата от 2015 г., защото вярваме, че намаляването на отделянето на микропластмаса от всеки източник е от голямо значение. Ние подкрепяме въвеждането на единна европейска правна рамка, в която да се определи ясна дефиниция за микропластмасите. Към момента обаче няма законова забрана за микропластмасите в козметичните изделия на европейско ниво. Заедно с нашите доставчици на козметични продукти и продукти за лична хигиена си поставихме следната цел - отказ от влагане на микропластмаса в състава на нашите козметични продукти със собствена марка до края на 2021¹¹.

Освен тези първични микропластмаси обаче, вторичните микропластмаси също представляват риск за водните ресурси. Те възникват вследствие на механично раздробяване на неправилно изхвърлени пластмасови опаковки. Релевантна тук е стратегията за пластмасата на Lidl, в която се определят конкретни цели за намаляване на ползването на пластмаса в опаковъчните материали. Стратегията REset Plastic определя цялостен международен подход за Schwarz Gruppe, който е разделен на пет области на действие: REduce, REdesign, REcycle, REmove и REsearch (Намаляване, Редизайн, Рециклиране, Премахване, Проучване).

До края на 2025 г. искаме да използваме 20% по-малко пластмаса за опаковките на продуктите си от собствените марки и 100% от тях да са максимално рециклируеми. Така даваме принос за намаляване на количеството отпадъци и за намаляване на риска от навлизане в околната среда на пластмаси с различни размери, включително микропластмаси.

4.2 Мерки в нашите магазини

В сравнение с потреблението на вода във веригата на доставки, консумацията на вода в нашите магазини е много ниска. Независимо от това, ние искаме и тук да инициираме мерки, за да намалим допълнително потреблението си на вода. За да проверим потреблението на вода на компанията и да идентифицираме потенциала за оптимизация, внедрихме систематично отчитане в референтни магазини с връзка към централна система за мониторинг. Така установихме, че голяма част от потреблението на вода на компанията е резултат от почистването на магазините. Поради тази причина постоянно работим за подобряване на тези процеси. В допълнение към това, обучаваме и информираме служителите си за отговорното използване на водните ресурси.

4.3 Комуникация

Lidl предоставя прозрачна информация за резултатите и напредъка по мерките си за намаляване на потреблението и замърсяването на водата. Така искаме да запознаем и да дадем възможност на всички участващи - от производителя до клиента - да се включат в мерките. В тази връзка въвеждаме лого „Save Water“ върху опаковките на избрани продукти собствена марка. То обръща внимание на клиентите относно предизвикателствата по темата за водите и дава практични препоръки за пестене на вода в домакинството и в други области.

5. Източници

- 1 <https://www.adelphi.de/de/system/files/mediathek/bilder/Umweltatlas%20Lieferkette%20-%20adelphi-Systain.pdf> (от март 2017)
- 2 <https://a4ws.org>
- 3 Виж също [Корпоративно задължение за полагане на необходимата грижа за правата на човека и опазването на околната среда при снабдяването с търговски стоки](#)
- 4 <https://wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-WaterRisk-Studie-EN.pdf> (от октомври 2017);
https://www.wwf.de/fileadmin/user_upload/WWF-Studie-Water-Stewardship-in-Landwirtschaftsstandards.pdf (от юли 2015)
- 5 https://www.globalgap.org/uk_en/for-producers/globalg.a.p.-add-on/spring/
- 6 https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-66981-6_8 (от юли 2018)
- 7 <https://cottonmadeinafrica.org/en/news/cmia-cotton-saves-water-and-greenhouse-gas-emissions/> (от ноември 2014)
- 8 <https://www.greenpeace.de/kampagnen/detox>
- 9 Виж също [Lidl Detox Commitment](#)
- 10 За повече информация, виж също:
[Становище за устойчиво закупуване на кафе](#)
[Становище за устойчиво закупуване на чай](#)
[Становище за устойчиво закупуване на какао](#)
- 11 За повече информация виж също:
[Политика относно микропластмасата](#)