

## Egyesület és charta a fenntartható pálmaolaj-használatért

A pálmaolaj-használata és az olajpálma-ültetvények kérdése Franciaországban is foglalkoztatja a közvéleményt, a megosztottság ugyanúgy tetten érhető, mint a GMO-k, a palagáz vagy a nanotechnológiák esetében, ám szerencsére a vita nem annyira végletekbe menő és kilátástalan. A pálmaolaj ügye korábban a parlamenti bizottságok szintjén is megjelent, egyrészt egészségügyi, másrészt környezetvédelmi szempontból, ám végül a pálmaolaj élelmiszer-ipari fölhasználatát súlyos többlet-adóval szankcionáló törvénytervezet tavaly bizonytalan időre lekerült a napirendről, többek között a nagy francia és nemzetközi élelmiszeripari cégek (pl. Ferrero) által kilátásba helyezett ellenlépések miatt. A francia élelmiszer-földolgozók számára a téma megkerülhetetlen, a jelenlegi, bizonytalan politikai-társadalmi helyzetben pedig azt is vizsgálták, miként lehetne esetleg részben vagy egészben helyettesíteni a pálmaolajat a földolgozott élelmiszerekben. Látva azonban ennek bonyolultságát és vélhető többlet-költségeit, a megoldást inkább abban látták, hogy a belga, holland stb. példák nyomán egy olyan egyesületet hoztak létre ([\*Alliance Française pour une Huile de Palme Durable\*](#)<sup>i</sup>), amivel a „közhangulatot” igyekeznek befolyásolni és azt maguk mellé állítani. Az egyesület a párizsi nemzetközi mezőgazdasági kiállításon saját standdal is jelen volt, és a kiállítás ideje alatt írták alá az egyesület tagjai azt a chartát, amiben lefektették mindazon vállalásaikat, amiket a környezetvédelem és a fenntarthatóság érdekében be akarnak tartani – a dokumentumhoz a kereskedelem oldaláról a Carrefour csatlakozott.

A pálmaolaj-használata és az olajpálma-ültetvények kérdése Franciaországban is foglalkoztatja a közvéleményt, vannak pártolói és ellenzői. Az ellenzők hangja általában hangosabb, de a párizsi mezőgazdasági kiállítás alatt a pártolók kaptak nagyobb teret – az őket képviselő egyesület ([\*Alliance Française pour une Huile de Palme Durable\*](#)) önálló standdal volt jelen az intézményi kiállítók csarnokában. Az egyesület elsődleges célja a fenntartható pálmaolaj-használat népszerűsítése, ami egyet jelent azzal, hogy emögött nincs további erdőirtás, de van környezetvédelem és beszélhetünk a helyi lakosság érdekeinek szem előtt tartásáról és a kistermelők megerősödéséről. Az egyesület tagjai arra törekednek, hogy pálmaolaj-beszerezésük 100%-ban fenntartható és nyomonkövethető legyen, vállalják, hogy 2015-ben már kizárólag RSPO<sup>ii</sup>-minősítésű olajat fognak használni, 2020-ban pedig termékeik már csak fenntartható termelésből származó olajat fognak tartalmazni.



### 1. kép Az egyesület standja a vásáron

Az egyesületi tagok elkötelezettek amellett, hogy a francia fogyasztókat a lehető legszélesebb körű tájékoztatásban részesítsék a pálmaolajról. Meggyőződésük, hogy a fogyasztók és az európai vállalatok mozgósításával érdemben meg lehet változtatni a termékpiacát és föl lehet gyorsítani a fenntarthatóvá válás folyamatát. Ezt a célt szolgálja az egyesület standja is a SIA-n, ahol kilenc napon keresztül igyekeznek a látogatókat minél jobban

megismertetni a pálmaolaj-ágazattal és magával a pálmaolajjal, a stand „vonzerejét” pedig hagyományos ázsiai, pálmaolajjal készült ételekkel növelték.

A kiállítás apropóján az egyesület egy rövid beszélgetést is szervezett a pálmaolajról, amin az ágazat és a környezetvédők szereplői kaptak szót:

- Guillaume Réveilhac, elnök, Alliance Française pour une Huile de Palme Durable,

- Bertrand Swiderski, a Carrefour fejlesztési igazgatója,
- Christophe Roturier, WWF programigazgató,
- Jérôme Frignet, a Greenpeace erdő-programjának felelőse,
- Fabien Girard, TFT France (fő célja az erdőirtások elleni küzdelem),
- Eric Servat, Responsable Développement Marchés Durables en Europe du Sud, Rainforest Alliance, a dél-európai fönntartható piacok fejlesztési felelőse.

Az éves szinten jelenleg fölhasznált ötven millió tonnával a pálmaolaj a legnagyobb mennyiségben használt zsiradék-féke a világban, ez a mennyiség pedig az elkövetkezendő 30 évben megkettőződhet. A termékkel szemben érthető módon jelentkezik a fönntarthatóság követelmény-rendszere, legyen szó környezetvédelemről, az esőerdők megtartásáról, a szénmérlegről, a biológiai sokféleség megőrzéséről, valamint a helyi lakosság és a kistermelők érdekeinek védelméről.

**Fabien Girard (TFT France)** szerint a legfontosabb a nyomonkövethetőség biztosítása, ezen keresztül lehet garantálni, hogy az adott terméket . jelen esetben a pálmaolajat – úgy állították elő, hogy ahhoz nem társult erdőirtás. A **Greenpeace** szerint évente 13 millió hektárral csökken az esőerdők területe, amiben elsősorban Délkelet-Ázsiában nagyon komoly szerepe van az olajpálma-ültetvények létesítésének. Szerencsére az elmúlt egy-két évben egyre nagyobb figyelmet kap ez a kérdés a termékpálya minden szereplője részéről, ami biztató jel arra nézve, hogy idővel az ültetvények létesítése már nem igényli primer esőerdők kiirtását. A szervezet arra törekszik, hogy az egyes termékekre lebontva olyan módszert dolgozzon ki, ami megmutatja, hogy a termelés érdekében igazolható-e bármilyen típusú erdő kivágása, milyen hatással járhat a biodiverzitásra, a szénmérlegre egy-egy hektár kivágása és más kultúrával való fölváltása. Különösen Délkelet-Ázsiában nagyon komoly klímaváltozási tényező a tőzeglápok megszűnése, telepítési célú kiszáritása, ugyanis ezek eltűnése okozza a térségben a légkörbe jutó széndioxid felét. A **WWF** tapasztalatai szerint a globális mértéken elterjedt nagy kultúrák (szója, kukorica, olajpálma, szarvasmarha) nem ellenőrzött körülmények között történő folytatása okozza az erdőirtások négyötödét, ezért elengedhetetlen a termelés szereplőinek (állami, pénzügyi és vállalati szektor) meggyőzése és annak elérése, hogy ezek tevékenységük során legyenek tekintettel a fönntarthatóság szempont-rendszerére. A WWF célkitűzése, hogy 2020-ig lehetőleg nullára csökkenjen az erdőirtás, de tisztában vannak vele, hogy ezt nagyon nehéz lesz elérni. **Eric Servat (Rainforest Alliance)** a pedagógia szerepét hangsúlyozta, ők rendszeresen dolgoznak együtt nagy cégekkel, több hónapos programokkal képezik ezek alkalmazottait arra, hogy későbbi munkájuk során eredményesen tudják alkalmazni a fönntarthatóság szempontrendszerét. A **Carrefour** üzleti és kommunikációs stratégiájában az egyik fő hangsúlyt a környezetvédelem jelenti, ide tartozik az olajpálma kérdése is – a fogyasztók felé igyekeznek azt bizonyítani, hogy az általuk forgalmazott termékekben csak fönntartható, a környezetvédelmi és szociális szempontokat egyaránt respektáló pálmaolaj található. A terepen ez a Carrefour szempontjából azt jelenti, hogy ellenzik nem csak a primer, de a szekunder erdők kivágását, a tőzeglápok kiszáritását, valamint figyelemmel kísérik azt, hogy a kistermelők továbbra is meg tudjanak élni ebből a kultúrából. **Guillaume Garot élelmiszer-gazdasági államtitkár** nevében kabinetjének munkatársa nyilatkozott, tolmácsolva a miniszter bátorítását és az egyesület kezdeményezése iránti figyelmét.

A szakértők szerint a helyzetet árnyalja, hogy Nyugat-Afrikában például az olajpálma jobb jövedelmet biztosít, mint a kakaó, csak Elefántcsontparton 160 ezer hektár ilyen ültetvény van, több tízezer helyi családnak adva munkát. Az országban tavaly regionális konferenciát is szerveztek a kultúráról, mivel az elkövetkezendő évtizedekben ez a növény meghatározó lesz

a helyi mezőgazdaságban, egy nagyon fontos annak biztosítása, hogy mindez fenntartható körülmények között, de a termelési kapacitásokat maximálisan kihasználva történjen. Komoly esély van arra, hogy ez jelentősebb további erdőirtás nélkül is megvalósítható, különösen akkor, ha a jelenlegi, 5-6 tonnás hektáronkénti hozamot a potenciálisan elérhető 24-25 tonna közelébe sikerül emelni. Hozzászólók megjegyezték, egységnyi területről 10-15-ször több pálmaolaj nyerhető, mint repce- vagy szójaolaj, ennek fényében pedig nem az olajpálma, hanem a repce vagy a szója olajipari célú termesztését kellene megkérdőjelezni.



2. kép Az aláírók és a charta...

A kiállítás ideje alatt az egyesület tagjai aláírták azt a chartát, amiben lefektették mindazon vállalásaikat, amiket a környezetvédelem és a fenntarthatóság érdekében be akarnak tartani – a dokumentumhoz a kereskedelem oldaláról a Carrefour is csatlakozott. Az egyesület honlapja: [www.huiledepalmedurable.org](http://www.huiledepalmedurable.org).

## Somogyi Norbert, Párizs

---

<sup>i</sup> Cérélia, CSM, Ferrero, Nestlé, Unilever, Vandemoortele, Givaudan France Arômes, [ANIA](#) (Association Nationale des Industries Alimentaires), Alliance 7 (Fédération des Produits de l'Épicerie et de la Nutrition Spécialisée), FNCG (Fédération Nationale des Industries des Corps Gras).

<sup>ii</sup> RSPO : Round-Table on Sustainable Palm Oil (angol) vagy Table-ronde sur l'huile de palme durable (francia)