

INDKØBSMÅL 1 – FØDEVARER

September 2018

Partnerskabet medlemmer har forpligtet sig til

- At følge de fælles konkrete indkøbsmål.
- At have en offentligt tilgængelig indkøbspolitik, hvoraf det fremgår, at miljøhensyn er et væsentlig parameter i forbindelse med indkøb.

Partnerskab for Offentlige Grønne Indkøb er baseret på fælles forpligtende grønne indkøbsmål. Partnerskabet stræber imod både at forny gamle mål og formulere nye indkøbsmål årligt. De er et værktøj til at stille miljøkrav i indkøb, og dermed påvirke markedet og sikre positiv effekt på det globale og lokale miljø.

Kriterier

1.a Sæsonens frugt/grønt

Alle medlemmer sikrer, at det primært er sæsonens frugt og grønt, der købes ind og at der efterspørges en bred vifte af sorter, således at variation og bio-diversitet styrkes i frugt- og grøntsagsproduktionen.

I fremtidige udbud stilles der desuden krav til leverandøren om et bredt sortiment af sæsonens frugt og grønt.

Definition: Sæsonens varer vil typisk være de, som på det pågældende tidspunkt findes i rigelige mængder, og som både med hensyn til friskhed, pris og kulinarisk kvalitet vil være mest værdifulde for indkøber og slutbruger. At indkøbe eller efterspørge sæson behøver ikke at betyde, at man udelukker importerede varer, hvis man undlader at specificere, at det f.eks. er den danske sæson, der menes. Appelsiner og klementiner er i sæson i mange lande i december – februar, derfor er det oftest i denne periode de er at finde på dagligvarebutikkernes grøntsagshylder.

Se bilag 1 for eksempler på metode til efterspørgsel af sæsonens frugt og grønt i udbud

1.b Fair Trade kaffe, te og kakao

Medlemsorganisationen forpligter sig til, at minimum 50 % af det samlede indkøb af kaffe, te og kakao er Fair Trade og/eller økologisk.

Se bilag 2 for uddybning af begrebet Fair Trade.

1.c Økologi

Partnerskabet har en klar ambition om, at alle medlemsorganisationerne bestræber sig på at opnå en så stor økologiprocent som muligt, og det anbefales, at medlemmerne opnår målsætningen om minimum 30% økologi i hele medlemsorganisationen senest ved udgangen af 2018, og minimum 60% økologi i hele medlemsorganisationen senest i 2020¹.

Der opfordres til, at medlemsorganisationerne arbejder med Miljø- og Fødevarerministeriets Økologiske Spisemærke, da arbejdet herigennem bliver verificerbart.

I bilag 3 findes en markedsvurdering for det danske marked for økologiske føde- og drikkevarer. I bilag 4 kan ses en række anbefalinger til offentlige institutioner, som gerne vil arbejde målrettet med omlægning til økologi, og i bilag 5 findes cases på omlægning til økologi.

1.d Madspild

Alle medlemmer skal i udbudsmaterialet/kontrakten kræve, at leverandøren oplyser, hvorledes de minimerer deres madspild i håndterings- og transportprocessen samt i lagerstyringen af de varer, der udbydes i henhold til kontrakten.

¹ Der kan ses bort fra denne anbefaling i forbindelse med senior- og handicapområdet, f.eks. såfremt de fremsatte økologiprocenter har negativ eller omkostningstung indflydelse på energi- og proteinholdige måltider til f.eks. småtspisende ældre.

Det er op til det enkelte medlem af POGI at afgøre, hvordan leverandørens metode til mindskning af madspild skal vægtes i udbudsmaterialet.

Alle medlemmer af POGI opfordres til at sikre procedure for håndtering af madspild i alle køkkener i medlemsorganisationerne senest ved udgangen af 2018. For inspiration og gode idéer til vejledning og implementering se mindremadspild.dk og nordendiva-portal.org.

Se bilag 6 for inspirationsmateriale.

1.e Emballage

Fødevarekontaktmateriale:

Fødevarekontaktmateriale (emballage) fra leverandøren skal være PVC- og ftalatfrie samt fri for alle kendte uønskede stoffer jf. Miljøstyrelsens liste over uønskede stoffer.

Leverandører skal desuden undgå overemballage som for eksempel stykvis emballering, der hvor det ikke har betydning for fx fødevarens holdbarhed.

Transportemballage:

Transportemballage til at fragte fødevarer skal være returemballage eller emballage egnet til genanvendelse.

Ved brug af plastemballage bør emballagen så vidt muligt bestå af genanvendt plast. Ved brug af papemballage bør emballagen så vidt muligt bestå af genanvendt pap.

Herudover stilles der krav til, at leverandøren sikrer korrekt affaldssortering af brugt emballage, såfremt det ikke længere kan anvendes.

1.f Palmeolie

Det anbefales, at medlemmerne i forbindelse med udbud af fødevarer stiller krav til, at palmeolie brugt i fødevarer eller beregnet til brug i tilberedningen af fødevarer ikke må have bidraget til afskovning af primære skove.

Find eksempler på inspiration til efterspørgsel af palmeolie i bilag 7.

1.g Strategi for indkøb af bæredygtige fødevarer

Alle medlemsorganisationer skal senest ved udgangen af 2019 formulere og vedtage en strategi for indkøb af bæredygtige fødevarer eller sikre, at POGIs indkøbsmål for fødevarer integreres i eksisterende strategier.

De nævnte kriterier i fødevaremålet er gældende fra kommende udbudsrunder efter 2018 hvis ikke andet er angivet. Næste gang fødevaremålet revideres er i 2020, hvor den fælles målsætning om 60% økologi skal være nået.

Bilag 1 – Indkøb af sæsonens frugt/grønt

Partnerskab for Offentlige Grønne Indkøb ønsker en dedikeret indsats for flere bæredygtige fødevarerindkøb i danske kommuner og regioner. At gennemføre indkøb af sæsonens frugt og grønt er herunder blandt de vigtige indsatsområder.

Offentlige indkøb af frugt og grønt i sæson støtter op om en mere miljø- og klimavenlig udvikling, eftersom sæsonens råvarer indebærer markant lavere miljøbelastning og CO₂-udledning end tilsvarende varer uden for sæson. Ved dyrkning af sæsonens frugter og grøntsager er der ikke behov for kunstige dyrkningsmiljøer, som eksempelvis væksthuse, der ofte forudsætter høje energiforbrug. Sæsonens frugt og grønt kan desuden dyrkes lokalt¹, hvilket betyder positive klima- og miljøeffekter, da transporten er minimal sammenlignet med indkøb af udenlandske råvarer.

Foruden miljømæssige fordele ved indkøb af sæsonens frugt/grønt, er der også kvalitetsmæssige fordele. Sæsonens frugter og grøntsager er fyldte med vitaminer og mineraler, og både smag og friskhed er bedst, når råvarerne høstes i sæson. Sidst men ikke mindst skal det nævnes, at der også er gode muligheder for at spare penge ved at købe ind efter årstiden, da der som regel er høj tilgængelighed af fødevarer i sæson.

Af bæredygtigheds hensyn, men også med blik for at opnå bedst mulige indkøb indenfor de kommunale og regionale budgetter, er det gavnligt, hvis køkkener og indkøbsansvarlige har mulighed for at planlægge menuplaner ud fra sæsonens frugt og grønt.

Hvis fokus både i indkøb og menuplanlægning følger sæsonen, kan det også anbefales, at der efterspørges en bredere palette af de varer, der er i sæson, på et givet tidspunkt. Når det er efterår og høsttid i Danmark, kan gode råvarer som rødbeder, bladbeder og græskar fås i mange forskellige sorter og udgaver, som alle bidrager med en smag eller konsistens, som køkkenerne kan arbejde videre med og dermed berige borgerens spiseoplevelse og måltid. Eksempelvis fås kartofler i en lang stribe af forskellige sorter, som kan fås på forskellige tidspunkter af året. Nogle af sorterne egner sig til at bage, andre til at koge. Nogle sorter lagres fint, mens andre kommer mest til sin ret, når de er nyhøstede. Derfor giver det mening at efterspørge en bredde i sorter af mange almindelige råvarer, både importerede og mere lokale.

Eksempler i praksis/inspirationsmateriale

På Miljø- og Fødevarerministeriets temaside "[Alt om kost](#)" findes sæsonkalendere over sæsonens frugt og grønt i Danmark. Københavns Kommune og Odense Kommune har desuden gode erfaringer med indkøb af sæsonens frugter og grøntsager. I materialet nedenfor kan der hentes viden og inspiration til indkøb af sæsonens råvarer.

Københavns Kommune:

I det seneste udbud på frugt og grønt valgte Københavns Kommune (KK) at lave et "Årshjul på udvalgt frugt og grønt".

Den gruppe af institutioner, skoler, tilbud og plejecentre, som skal benytte de udbudte aftaler, er så professionelt drevet, at de primært køber frugt og grønt, der er i sæson.

¹ Vær dog opmærksom på at udbuddet overholder gældende udbudsregler

Derfor ønsker KK at vægte sortimentsbredden via et årshjul, som beskriver - på udvalgte spisefrugt og grøntsager

- hvordan sorter og oprindelser afløser hinanden over året, således at borgerne kan få adgang til måltider, som afspejler en bred diversitet, skiftende sorter hen over året og som har en høj sensorisk spisekvalitet.

Da frugt og grønt er sæsonvarer, binder leverandøren sig ikke til specifikke måneder, da det kan variere fra år til år, men leverandøren forpligter sig til at kunne levere de angivne sorter i løbet af året, også i yder-sæsonerne. Sorterne skal alle kunne findes i Tilbudsskemaet

Leverandøren skal efter kontraktens indgåelse halvårligt levere en opgørelse over de sorter, med tilhørende oprindelse, der har været tilbudt institutionerne i den forløbne periode, i sammenhæng med indkøbsstatistik.

De sorter, som opremses i nedenstående skema, forventes at kunne findes inde i sortimentslisterne.

Oplysningerne om sorterne indføres i nedenstående skema:

Skema udfyldes af tilbudsgiver:

Varelinjens Positionsnr. og efterspurgt produkt	Varens sort	Sæson i ca. måneder	Mulig årlig tonnage.	Oprindelse/l and	Navn på avler eller underleverandør.
Eks. Varelinje X.X Æbler Special Nedenfor er opremset de varelinjer som er relevante, kopier rækken og indsæt så mange sorter som ønskes at tilbyde nedenunder hver varekategori.	Ingrid Marie En sort pr. række	10 md – 02 md	30 kg	Danmark	Madsen, Herlev
1.10 Blommer, Specielle					

Det samlede udbudsmateriale kan fås ved at kontakte Betina Bergmann Madsen, Betmad@buf.kk.dk

Odense Kommune:

Odense Bæredygtighedsråd har udarbejdet inspirationshæfterne:

- [*'Klimavenlig mad'*](#)
- [*'Klimavenlige Kartoffler'*](#)
- [*'Klimavenlige Asparges'*](#)

Inspirationshæftet indeholder gode opskrifter og nyttig information om, hvordan man kan øge hensyn til klima og miljø gennem sæsonbaserede fødevarerindkøb.

Kontakt Odense Kommunes Bæredygtighedssekretariat for yderligere info og for evt. trykte udgaver af materialet: Torben Jarlstrøm Clausen, Mobil tlf. 24 59 76 56 / tjc@odense.dk

Bilag 2 – Begrebet ”Fair Trade”

Det er vigtigt at skelne mellem ordene ”Fairtrade” og ”Fair Trade”. Førstnævnte refererer til Fairtrade-mærket, mens sidstnævnte benyttes som paraplybegreb for etisk, forsvarlig handel.

”Fairtrade Mærket”

Fairtrade Mærket er et registreret varemærke tilhørende Fairtrade International (FLO). Det bekræfter, at produkterne mærket med Fairtrade opfylder de sociale, økonomiske og miljømæssige standarder fastsat af Fairtrade. Fairtrade Mærket ejes og beskyttet af Fairtrade International på vegne af sine medlemmer.

Fairtrade anvendes kun, når der henvises til Fairtrade International (FLO) og produkter certificerede heraf.

”Fair Trade”-begrebet

Fair Trade er et handelspartnerskab baseret på dialog, gennemsigtighed og respekt, der søger ligestilling og retfærdighed i international handel. Fair Trade medvirker til bæredygtig udvikling ved at tilbyde retfærdige handelsbetingelser og rettigheder for marginaliserede producenter og arbejdere – specielt i udviklingslande.

I punkterne nedenfor præsenteres de centrale principper/problemstillinger, som fair trade-begrebet tager afsæt i:

- Marginaliserede producenters adgang til markedet.
- Bæredygtige og ligestillede handelsrelationer.
- Kapacitetsopbygning og empowerment.
- Forbrugeropmærksomhed.
- Langsigtede handelspartnerskaber baseret på dialog, gennemsigtighed og respekt.

De ti Fair Trade principper

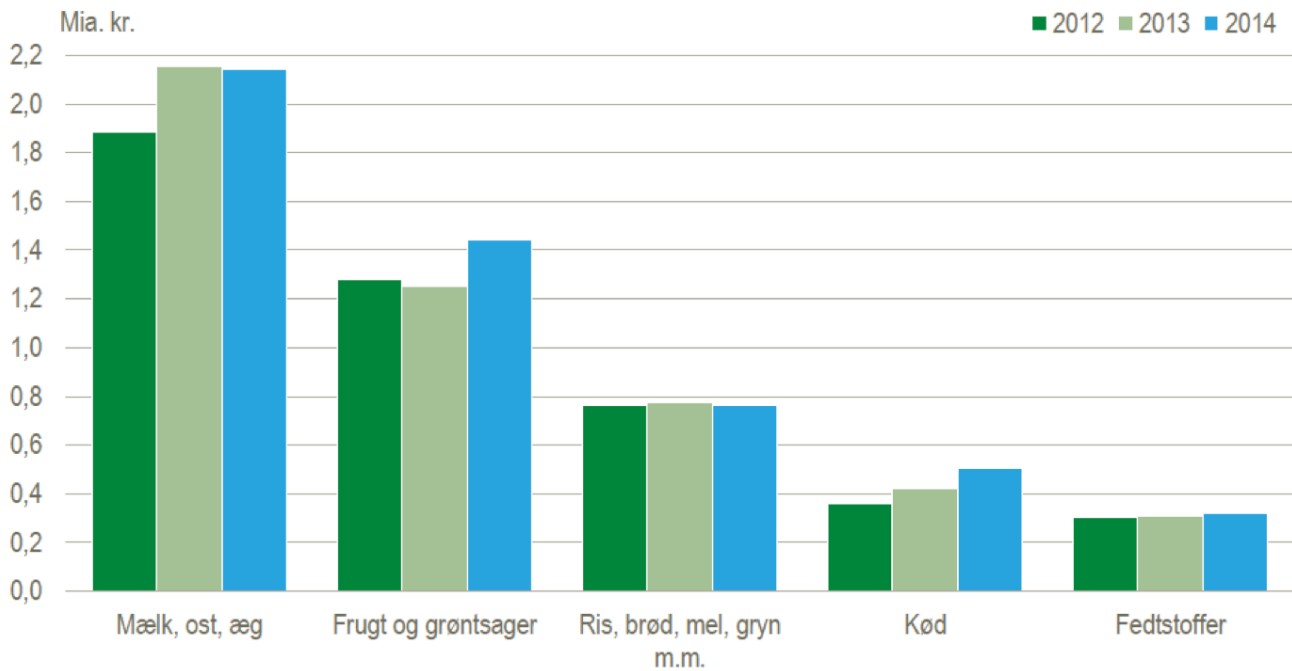
Fair Trade Danmark er medlem af World Fair Trade Organization (WFTO), der har defineret 10 Fair Trade principper, som Fair Trade organisationer og virksomheder skal tilslutte sig i deres daglige arbejde.

Find inspiration i de ti principper via [dette link](#)

Bilag 3 – markedsvurdering for økologiske føde- og drikkevarer

Det bliver mere og mere normalt at købe økologiske føde- og drikkevarer i Danmark. Ifølge et studie² foretaget af Center for Bioetik og Risikovurdering, Københavns Universitet og Fødevareøkonomisk Institut er der ikke længere tale om økologi som nicheproduktion. I dag er det tydeligvis ikke kun bestemte forbrugere, som vælger de økologiske varer i butikkerne. Økologien er på vej til at blive mainstream.

Detailomsætningen af økologiske fødevarer



Anm.: Figuren viser ikke alle varegrupper.

Danmark er dét land i verden, hvor økologien samlet set udgør den største markedsandel i detailhandlen – med en markedsandel på ca. 7,6 pct. ifølge Danmarks Statistik – og detailomsætningen af de økologiske fødevarer i supermarkeder, varehuse mv. har været stigende i de seneste år.

Som figuren herover viser, er der sket markante stigninger inden for stort set alle typer af fødevarer, på nær kategorierne: "Ris, brød, mel, gryn mm." og "Fedtstoffer", som begge har ligget på et stabilt niveau de seneste år. De mest iøjnefaldende stigninger i detailomsætningen er sket inden for kategorierne: "Kød" samt "Frugt og grøntsager", mens "Mælk, ost og æg" fortsat udgør den største andel af økologiomomsætningen - godt og vel 35 pct. af den samlede omsætning.

I 2014 udgjorde salget af økologiske føde- og drikkevarer 6,2 mia. kr., hvilket svarer til en stigning på 6 pct. i forhold til 2013 målt i løbende priser.

Landbrug & Fødevarer vurderer desuden, at den positive udvikling i økologisalget vil fortsætte de kommende år.

² Geir Tveit, Ulf Hjelmar og Peter Sandøe (2011): "Økologiske fødevarer – hvor bevæger forbrugerne sig hen".

Markedet og merpriser

Som resultat af at økologisalg er steget, er priserne på de økologiske varer begyndt at falde, og flere og flere offentlige køkkener omlægger til økologi.

I 2014 stod offentlige institutioner for ca. 30 pct. af grossisternes salg af økologiske varer til foodservice³, mens kantiner på offentlige arbejdspladser stod for ca. 10 pct. Sammenlagt udgjorde den offentlige sektors køkkener hermed ca. 40 pct. af det økologiske marked til foodservice.

De offentlige køkkener købte i 2014 økologiske varer for ca. 526 mio. kr., hvilket svarer til en stigning på ca. 125 mio. kr. siden 2013.

Hvad angår priser på økologiske føde- og drikkevarer, har der været en positiv udvikling i løbet af de seneste år. Pristjek foretaget af Danmarks Naturfredningsforening viser, at de økologiske produkter i gennemsnit er blevet 8 pct. billigere siden sommeren 2014. Forbrugerrådet Tænk har desuden lavet pristjek på frugt og grønt i 10 forskellige danske supermarkeds kæder, som viser at økologisk frugt og grønt i gennemsnit er blevet 4 pct. billigere siden slutningen af 2014. Generelt er priserne på frugt og grønt faldet markant i løbet af det seneste år, mens priserne på kød og mælk har været mere stabile.

Økologiske føde- og drikkevarer er dog stadig i langt de fleste tilfælde dyrere end tilsvarende konventionelle føde- og drikkevarer, hvilket kan være en begrænsende faktor for det økologiske forbrug og det samlede økologiske udbud.

Tabellen nedenfor præsenterer gennemsnitspriser på udvalgte føde- og drikkevarer. Overordnet set er grøntsager og mejeriprodukter de varegrupper, hvor det er billigst at omlægge til økologi, da det er her prisforskellen mellem de økologiske og konventionelle varer er mindst. Kødprodukter indebærer de største prisforskelle.

Tablet 2 Gennemsnitspriser på udvalgte konventionelle og økologiske varer. 2014

Vare	Mængde	Konventionelle	Økologiske	Forskel	Forskel
		kr.		pct.	
Gulerødder	1 kg	7,06	10,94	3,88	55
Kartofler	1 kg	9,56	12,84	3,27	34
Løg	1 kg	7,95	16,73	8,78	110
Sødmælk	1 ltr	7,98	10,52	2,55	32
Letmælk	1 ltr	7,73	9,34	1,60	21
Minimælk	1 ltr	7,00	8,87	1,86	27
Skummetmælk	1 ltr	6,72	8,41	1,69	25
Yoghurt, fedtfattig	1 ltr	16,45	17,88	1,43	9
Æg, str. L	10 stk	23,19	29,96	6,78	29
Hakket oksekød, max. 12% fedt	1 kg	63,51	97,82	34,31	54
Hakket svinekød, max. 15% fedt	1 kg	55,74	102,89	47,15	85

Kilde: Danmarks Statistik, Forbrugerprisindekset.

Se desuden rapporten ”Omlægning til økologi - hvad koster det?” fra DTU og KU, der har haft til formål at kortlægge faktorer og datakilder, som kan belyse de økonomiske konsekvenser af at omlægge til økologi i udvalgte offentlige køkkener. Desuden belyser rapporten den proces de udvalgte køkkener har været igennem ved omlægning til økologi. Rapporten kan findes i elektronisk form via dette link Bilag 4 – Omlægning til økologi inden for budget.

Omlægning af offentlige køkkeners fødevarerforbrug til mere økologi er et vigtigt virkemiddel for at kunne øge den økologiske fødevarerproduktion i Danmark.

³ Foodservice omfatter servering af mad fra køkkener i institutioner, restauranter, kantiner, caféer, udbringning mv. (Kilde: Danmarks statistik)

For det enkelte køkken er der endvidere en masse fordele ved at omlægge til økologiske føde- og drikkevarer. Opkvalificering af køkkenpersonale, øget fokus på madkvaliteten og sundere mad er blot et udsnit af de positive effekter ved en økologiomlægning.

Herunder præsenteres en række konkrete anbefalinger til offentlige institutioner, som gerne vil arbejde målrettet med omlægning til økologi. Anbefalingerne er fra rapporten: "[Kvalitativ undersøgelse af økologi i offentlige køkkener – fra beslutning til praksis](#)" som Madkulturen har udviklet i samarbejde med Aalborg Universitet.

Anbefalinger fra Madkulturen

- Vedvarende politisk og ledelsesmæssig opbakning til økologi er essentielt for at kunne gennemføre økologiomlægning på institutions- og køkkenniveau.
- Arbejdet med økologi bør blive en integreret og forankret del af organisationen - ikke bare endnu et projekt blandt mange.
- Grib projektet an ud fra en helhedsorienteret tilgang med blik for de langsigtede perspektiver. Netop den langsigtede orientering er nødvendig for at få forankret økologiomlægningen.
- Kommunikation på tværs af organisationen og de involverede aktører er centralt for succes med økologiomlægning. Der skal etableres kommunikationsveje, som det i dag ikke altid falder aktørerne ind at anvende, som f.eks. mellem de forskellige forvaltninger eller mellem indkøbere og køkkener.
- Behov for øget faglighed om økologi og kompetenceudvikling for alle involverede aktørgrupper – herunder også indkøbere, politikere, embedsmænd, grossister, institutionsledere, køkkenledere og øvrigt personale. Denne kompetenceudvikling kan ske over en længere periode, hvor økologiomlægningen forankres i en driftsfase.
- Indkøbsaftaler er ofte en barriere for økologiomlægning. Fødevarerudbudsftaler skal udarbejdes med særlige kravspecifikationer for økologiske produkter, da tilgængelighed af et bredt sortiment af økonomisk fordelagtige økologiske produkter samt et velfungerende samarbejde med grossister er nødvendigt for økologisk omlægning.
- Medarbejderinddragelse er vigtigt for at få økologiindsatsen fulgt til dørs og forankret i køkkenernes daglige praksis.
- Når den politiske opbakning er på plads, er køkkenlederens rolle essentiel for at få økologiomlægningen til at lykkes som en organisatorisk blivende forandring fremfor et kortsigtet projekt.
- Ved brug af uddannelses- og rådgivningsforløb bør der være opmærksomhed på, at overdragelse fra omlægningsfase til drift og forandring i køkkenet og institutionen, indgår som en fast del af processen.
- Der kan ses flere fordele i at udnytte det profileringspotentiale, der ligger i økologi som brand. Økologisk måltidsproduktion, det økologiske spisemærke eller fremme af en fælles grøn identitet har potentiale til at styrke et brand for en kommune eller en institution. Dette potentiale kan udnyttes og tænkes mere aktivt ind i selve omlægningen.
- Der er ofte behov for at foretage ombygninger af køkkener, indrette grovkøkken m.m. Ved en økologiomlægning er det væsentligt at indtænke eventuelle ombygninger af køkkener – f.eks. i forbindelse med håndtering af grøntsager eller egen udskæring af kød.

Bilag 5 – Gode eksempler på omlægning til økologi

Eksempler i praksis/inspirationsmateriale

På Økologisk Landsforenings hjemmeside kan hentes inspiration, tips og gode råd vedrørende økologiomlægning. Link 1 indeholder relevante downloads og materialer, som kan afhjælpe omlægningsprocessen, og link 2 indeholder gode cases på, hvordan man kan opnå succes med økologi fra bl.a. Odense kommune.

[Link 1](#)

[Link 2](#)

Gladsaxe Kommune:

I Gladsaxe har alle madproducerende daginstitutioner og skoler som minimum bronzemærket gennem certificeringsordningen "[Det Økologiske Spisemærke](#)" – mens langt størstedelen af daginstitutionerne har sølvmærket.

Det Økologiske Spisemærke er en gratis statskontrolleret mærkningsordning for spisesteder. Spisemærket i enten guld, sølv eller bronze viser, hvor stor en del økologiske varer, der anvendes på spisestedet.

Gladsaxes medlemscase fra 2015 handler om kommunens seneste udbud på levering af fødevarer til daginstitutioner og skoler. Læs hele casen for inspiration på gronneindkob.dk

Bilag 6 – Madspild

Madspild er den del af madaffaldet, som kunne være undgået, hvis det var blevet spist. Madspild udgør et unødvendigt spild af ressourcer – både selve fødevarer og de ressourcer, som er brugt til at fremstille dem i form af f.eks. energi, vand, arealforbrug, næringsstoffer og sprøjtemidler. Og så er madspild penge lige i skraldespanden.

I Danmark smider vi hvert år mere end 700.000 tons mad ud, som kunne være spist. Det største spild opstår i husholdningerne, hvor 260.000 tons mad spildes årligt. I servicesektoren opstår et årligt madspild på 227.000 tons, hvoraf 163.000 tons kommer fra detailhandlen, 29.000 tons fra hoteller og restauranter og 31.000 tons fra institutioner og storkøkkener. Der er således fortsat store potentialer for at nedbringe madspildet i Danmark – både i den private og offentlige sektor.

For det enkelte køkken er der mange gode grunde til at minimere madspild. Økonomiske udgifter i forbindelse med både indkøb og affaldsbehandling kan reduceres mærkbart, ligesom et dedikeret fokus på at bekæmpe madspild støtter op om en bæredygtig profil.

Eksempler i praksis/inspirationsmateriale

Københavns Madhus har udarbejdet en rapport, "Madspild", der blandt andet giver forslag til løsninger på området. Find rapporten [her](#)

På Miljø- og fødevarerministeriets temaside "Mindre Madspil" findes en detaljeret oversigt over konkrete aktiviteter, som restauranter, storkøkkener, kantiner, institutioner, mv. kan i værksætte for at bekæmpe madspild. Find rapporten [her](#)

Miljøstyrelsen har desuden udgivet en rapport, der beskriver hvordan man kan reducere madspild ved anvendelse af 2. sorteringsgrøntsager i storkøkkener. Find rapporten [her](#)

Medlemmerne opfordres til at tænke 2. sorteringsgrøntsager ind i madlavningen.

Bilag 7 – Inspiration til efterspørgsel af palmeolie

Et studie foretaget for EU Kommissionen i 2013 peger på, at 12 pct. af den afskovning, som EU-landenes import af afgrøder har afstedkommet i perioden 1990-2008, kan relateres til palmeolie. I flere lande er ekspansion af palmeolieproduktion blandt de væsentligste årsager til afskovning.

Palmeolie er dog ikke i sig selv et problem, men er derimod en af de mest højtydende vegetabiliske olie pr. arealenhed, og kan sagtens produceres på ansvarlig vis, bl.a. uden at forårsage afskovning. Det er i dag muligt som indkøber at stille krav om, at den indkøbte palmeolie ikke må have bidraget til afskovning af primære skove⁴.

Nyttige links

GBS-for-Food-and-catering-services: Kort beskrivelse af palmeolie i pkt. 8, s. 3

[Link](#)

For mere info om palmeolie, herunder bl.a. risici i leverandørkæden, gode spørgsmål til leverandører og dokumentguide med checkliste, se desuden [NEPCons nye portal](#)

⁴ Således er det i dag 17 pct. af den globale palmeolieproduktion, der produceres og certificeres efter standarderne defineret i "Roundtable on Sustainable Palm Oil" (RSPO). Det er dog langt fra al den certificerede palmeolie, der formår at blive solgt som certificeret palmeolie, hvilket begrænser incitamenterne for den videre udbredelse af de ansvarlige produktionsformer. Aarhus Universitet konkluderer i et notat fra 2013, at "Generelt vurderes det, at RTRS- og RSPO-certificering gennemføres efter internationale retningslinjer for certificering, og at de produktionsmetoder, der ligger til grund for certificeringen, reelt indebærer reducerede negative miljø- og sundhedsmæssige effekter ved soja og palmeolieproduktionen.