



Lång väg

Alla företag i granskningen ser bra ut på papperet. De har bra riktlinjer, stor insyn och god vilja att vara med i Råd & Rönns granskning. Men frågan är om det leder till några verkliga resultat.

Råd & Rön har granskat 14 företag som använder palmolja i sina produkter. Vi har valt de största företagen inom segmenten kosmetika, mat och rengöring. Störst är Unilever, som har runt 400 varumärken i sitt stall och som är världens största inköpare av palmolja – de använder 1,4 miljoner ton om året, det vill säga tre procent av hela världens palmolja. Andra företag är i sammanhanget mindre. Oxfam, vars produkter säljs främst i hälsokost- och rättvisebutiker, köper endast in 26 ton palmolja om året.

Alla företag i undersökningen var öppna och villiga att svara på våra frågor, och de fick höga betyg för insyn. De flesta hade också mycket bra riktlinjer och inköpspolicies – de har alla insett problemen med palmolja och arbetar för att göra något åt det. Ikea försöker till exempel hitta alternativ till palmolja att använda i sina varmljus, och Ferrero köper inte palmolja från Indonesien på grund av skogsskövlingen.

Alla företag utom två är medlemmar i RSPO, en medlemsorganisation där medlemmarna förbinder sig att förhindra skövling av värdefulla regnskogar. Många av företagen har också en plan för att inom en viss tid endast köpa in palmolja som är certifierad av RSPO. Några har till och med redan uppnått detta. Vissa av företagen

På senare år har palmoljeindustrin börjat söka sig utanför sydöstra Asien för att prospektera i länder i östra Afrika och Amazonas.

Tillverkare	Weleda	The Body Shop	Yves Rocher	Mars	Nestlé	Unilever
Volym 2011	90 ton	600 ton	32 ton	75 000 ton	320 000 ton	1,4 miljoner ton
Ursprungsländer	Brasilien	Ingen information	Indonesien, Malaysia och Papua Nya Guinea	Ingen information	Indonesien, Malaysia och Papua Nya Guinea	Indonesien och Malaysia
Medlem RSPO	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
100% hållbar palmolja (enligt tillverkaren)	Uppnått	Uppnått 2012, förutom derivat	Uppnått 2010, förutom derivat	2013, förutom djurmat	2015	2012
SAMLAT OMDÖME	+	+	+	+	+	+
Företagspolicy	+	+	+	+	+	+
Kartläggning av leverantörskedjan	+	+	+	+	+	+
Hållbarhet, leverantörer	+	+	+	+	+	+
Granskning, leverantörer	+	+	+	+	+	+
Insyn	+	+	+	+	+	+

Kvar till hållbarhet

går till och med utöver RSPO:s krav, som till exempel Ikea, Johnson & Johnson, Kraft Foods, Unilever, Henkel och Weleda, som även stödjer och är med i andra organisationer och projekt som arbetar för att förbättra produktionen av palmolja.

Oklart med certifieringen

Att företagen strävar efter att endast köpa certifierad olja är så klart bra. Men frågan är om det räcker. RSPO har fått kritik för att inte vara tillräckligt kraftfull, och ingen studie har hittills gjorts på effekten av RSPO, om det verkligen resulterar i några förbättringar för arbetare eller miljö. Att företagen köper in certifierad olja behöver motsägelsefullt nog inte heller betyda att det verkligen är certifierad olja i produkten.

Palmolja som certifieras av RSPO kan nämligen köpas på olika sätt. Det bästa är om företaget köper certifierad olja från en specifik plantage, och att den oljan hålls separat från annan olja till slutprodukten. Men det är dyrt och fungerar bäst för företag som bara har en liten produktion. Näst bäst är att köpa certifierad olja som sedan blandas med ocertifierad olja.

Vanligast är dock att företagen enbart köper själva certifikatet. Det innebär att en oljeproducent som har en certifierad hållbar plantering säljer sitt certifikat till en köpare, som sedan köper motsvarande volym palmolja på världsmarknaden. På det viset gynnas certifierade producenter, men som konsument garanteras man inte att den produkt man köper verkligen innehåller certifierad olja. Även ocertifierade oljeproducenter gynnas av denna handel.

– Handel med certifikat är en start, men det är inte bra nog, säger Norman Jiwon, chef för departementet för miljö- och sociala frågor i Indonesien.

Endast Weleda, The Body Shop och Yves Rocher köper själva oljan certifierad. Det här är relativt små kosmetikaföretag med miljöprofil som köper in små mängder olja. Det gör det möjligt för dem att ha koll på

"RSPO har fått kritik för att inte vara tillräckligt kraftfull."

vilka plantager oljan kommer från, och de får därför höga betyg för kartläggning, hållbarhet och granskning av leverantörer.

Svårare internationellt

För de större företagen, som köper palmolja på den internationella marknaden, är det svårare. I och med att de endast köper certifikat har de inte kartlagt leverantörskedjan, och de handlar inte direkt av hållbara leverantörer. Några företag gör mer än andra.

Nestlé uppger att de tack vare envist dektivarbete har kunnat kartlägga ungefär hälften av leverantörsbasen. Mars är ett av få företag som inte bara köper certifikat utom även köper en viss del certifierad olja, som sedan blandas med konventionell olja. De anser att detta är det bästa sättet att öka efterfrågan på certifierad olja och på snabbast möjliga sätt få fram en fullt spårbar, helt certifierad leverantörskedja. Sämst betyg av alla får Reckitt Benckiser, som är minst engagerat i frågan. ○

VAD SÄGER TABELLEN?

Granskningen har gjorts av Råd & Rön i samarbete med andra internationella konsumenttidningar som är medlemmar i International Research & Testing, ICRT. Granskningen bygger på information från företagen själva, främst på svaren på en enkät som skickades ut i maj 2012, samt vilka offentliga åtaganden företagen har gjort på sina webbplatser.

Samlat omdöme: Det samlade omdömet har räknats samman enligt följande viktning: Hållbarhet, leverantörer står för 50 procent, företagspolicy 15 procent, kartläggning av leverantörskedjan 15 procent, granskning, leverantörer 10 procent och insyn 10 procent.

Företagspolicy: Vilka riktlinjer företaget har för inköp av palmolja.

Kartläggning av leverantörskedjan: Om företagen kan spåra den palmolja de köper och i vilken utsträckning de har försökt göra det.

Hållbarhet, leverantörer: Tabellens viktigaste punkt, eftersom den fastställer hur mycket hållbar palmolja företaget verkligen använder.

Granskning, leverantörer: Om företaget granskar sina leverantörer, utöver RSPO:s granskningar.

Insyn: Vilken insyn det finns i företaget i form av offentliga rapporter samt villighet att vara med i undersökningen.

Samlat omdöme:

- + Acceptabelt
- Mindre bra
- Dåligt

SLUTSATS

Råd & Rön har granskat 14 företag som använder palmolja i sina produkter. Granskningen bygger på information från företagen själva. Mest engagerade i frågan bedöms Weleda, The Body Shop och Yves Rocher vara. Det här är företag som är kända för att vara intresserade av miljöfrågor, och de köper in förhållandevis små mängder palmolja. Reckitt Benckiser är minst engagerat i frågan.

Henkel	Ikea	Kraft Foods	Oxfam	Procter & Gamble	Ferrero	Johnson & Johnson	Reckitt Benckiser
Ingen information	37 000 ton	230 000 ton	26 ton	128 000 ton	Ingen information	75 000 ton	100 000 ton
Ingen information	Indonesien och Malaysia	Indonesien, Malaysia, och delvis Colombia, Brasilien, Mexiko och västra Afrika	Malaysia, Costa Rica, Colombia	Indonesien och Malaysia	Malaysia och Papua Nya Guinea	Ingen information	Indonesien och Malaysia
Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
2015	Uppnått 2011	2015	Nej	2015	2015	Uppnått 2010	Ingen information
+	+	○	○	○	○	○	-
+	+	+	+	+	+	+	+
-	-	-	○	○	○	-	-
○	○	○	○	○	○	○	-
+	○	+	+	+	+	○	○
+	+	+	+	+	+	+	+