

Syngenta Magyarország fenntartható mezőgazdasággal kapcsolatos érintetti fóruma

**2019. szeptember 11.
Budapest, Kinnarps Ház**

A fórum összefoglalója

A résztvevő szervezetek listáját lásd az **I. Mellékletben**.

Plenáris ülés

A Syngenta felismerte, hogy itt az idő, hogy változtassunk működési modellünkön egy fenntarthatóbb mezőgazdaság érdekében. Feladatunk, hogy segítsük a termelőket, gazdálkodókat abban, hogy fenntartható módon termeljék meg a Föld növekvő lakossága ételmezéséhez szükséges mennyiségű terményt, csökkenő mennyiségű és minőségű talajon, kevesebb vízzel, úgy, hogy az a lehető legkisebb környezetterheléssel járjon és a lehető legkedvezőbb társadalmi hatást érje el.

A Syngenta az elmúlt évben 150 érintetti fórumot szervezett 90 országban, köztük Magyarországon is, hogy meghallgassa kutatók, kormányzatok, civil szervezetek, a sajtó és az élelmiszerlánc több szereplője véleményét arról, hogy mit várnak el a vállalattól: hogyan alakítsuk át úgy a működésünket, hogyan fejlődjünk úgy, hogy a lehető legjobban segítsük egy fenntartható mezőgazdaság létrejöttét.

Összegyűjtöttük, elolvastuk és elemeztük a több ezer visszajelzést, összevetettük saját képességeinkkel, lehetőségeinkkel és terveinkkel, valamint legfőbb partnereink, a termelők igényeivel.

Fórumunk első részében beszámoltunk érintettjeinknek arról, hogy mire jutottunk világszerte és itt Magyarországon a visszajelzéseik alapján, és ezek alapján milyen utat jelöltünk ki magunknak a fenntartható mezőgazdaság területén.

Érintettjeinkkel együtt arra jutottunk, hogy **fel kell gyorsítanunk a mezőgazdaságban az innovációt**. Ehhez három irányt jelöltünk ki, amelyet a Syngenta tart, és amely szerint cselekszik:

- **A társadalom és a természet vezérelte innováció:** az új termékek fejlesztésénél a kezdetektől fogva figyelembe vesszük a környezeti és társadalmi tényezőket, a munkába bevonjuk érintettjeinket, és a mindenkor tudományos és fenntarthatósági elvekkel összhangban dolgozunk.
- **A lehető legkisebb környezeti és természeti hatással védjük a haszonnövényeket:** kitarunk amellet, hogy a megfelelő mennyiségű és minőségű élelmiszer előállításának érdekében szükség van a biztonságos és hatékony növényvédelemre, amely egy erőteljesen szabályozott környezetben valósul meg. Partnereinkkel együtt azon dolgozunk, hogy minimálisra csökkenjen a növényvédőszeres környezeti hatása, javuljon a talajok egészsége, és közös erővel megelőzzük a talajeróziót.
- **Befektetéseinknél a termelők és a természet érdekeit tartjuk szem előtt:** együttműködve a termelőkkel, kutatókkal és környezetvédelmi csoportokkal, új, fenntartható mezőgazdasági

megoldásokat fejlesztünk ki, befektetési döntéseinknél kulcsszerepet kap a fenntarthatóság, és átlátható jelentést teszünk közzé a befektetések folyamatáról és kimeneteléről.

World Café

A második részben érintettjaink véleményére voltunk kíváncsiak, ahol egy rövid World Café (kerekasztalbeszélgetéssel egybekötött ötletelés) formájában a három vállalatunknak megfelelő három témakörben kértük meg fórumunk résztvevőit arra, hogy adjanak nekünk visszajelzéseket, ötleteket arról, hogy a főbb irányokat hogyan valósítsuk meg Magyarországon.

1. Társadalom és környezet vezérelte innováció

A Syngentának az alábbi két területre kell nagyobb hangsúlyt helyeznie:

I. Széles körű, fogyasztói kommunikáció

Szükség van a fogyasztók magasabb szintű tájékozottságának elérésére a teljes élelmiszerláncban, hogy megértsék, mi az élelmezésben a vállalatok és a termelők szerepe (From farm to fork, azaz A termőföldtől az étkezőasztalig). A fogyasztó és a cég az élelmiszerlánc és így a kommunikációs lánc két végén foglalnak helyet, nincs közvetlen kapcsolat köztük. → Ha a Syngenta támogatni szeretné az élelmiszer láncsal kapcsolatos ismeretterjesztést, azt együttműködésben kell tennie a vele közvetlen kapcsolatban álló szereplőkkel (kis- és nagykereskedők, kistermelők, feldolgozóipar, vendéglátóipar), ill. más szektorok szereplőivel (civil szervezetek, szövetségek, kutatók, sajtó, influencerek).

A fogyasztói kommunikáció tervezésekor érdemes átgondolni a következőket:

- a fogyasztói célcsoporton belül kiket érdemes első körben megszólítani
- a kommunikáció legyen közérthető és praktikus – példa: [NÉBIH Superman kampány](#), [ECPA With or Without kampány](#)
- közzététel előtt legyenek az üzenetek letesztelve – hogyan megy át, kinek mit jelent a közlés
- kihívást jelent, hogy mind a vállalati kommunikációba, mind a tudományba vetett bizalom globális szinten csökkent az elmúlt években, erre számítani kell

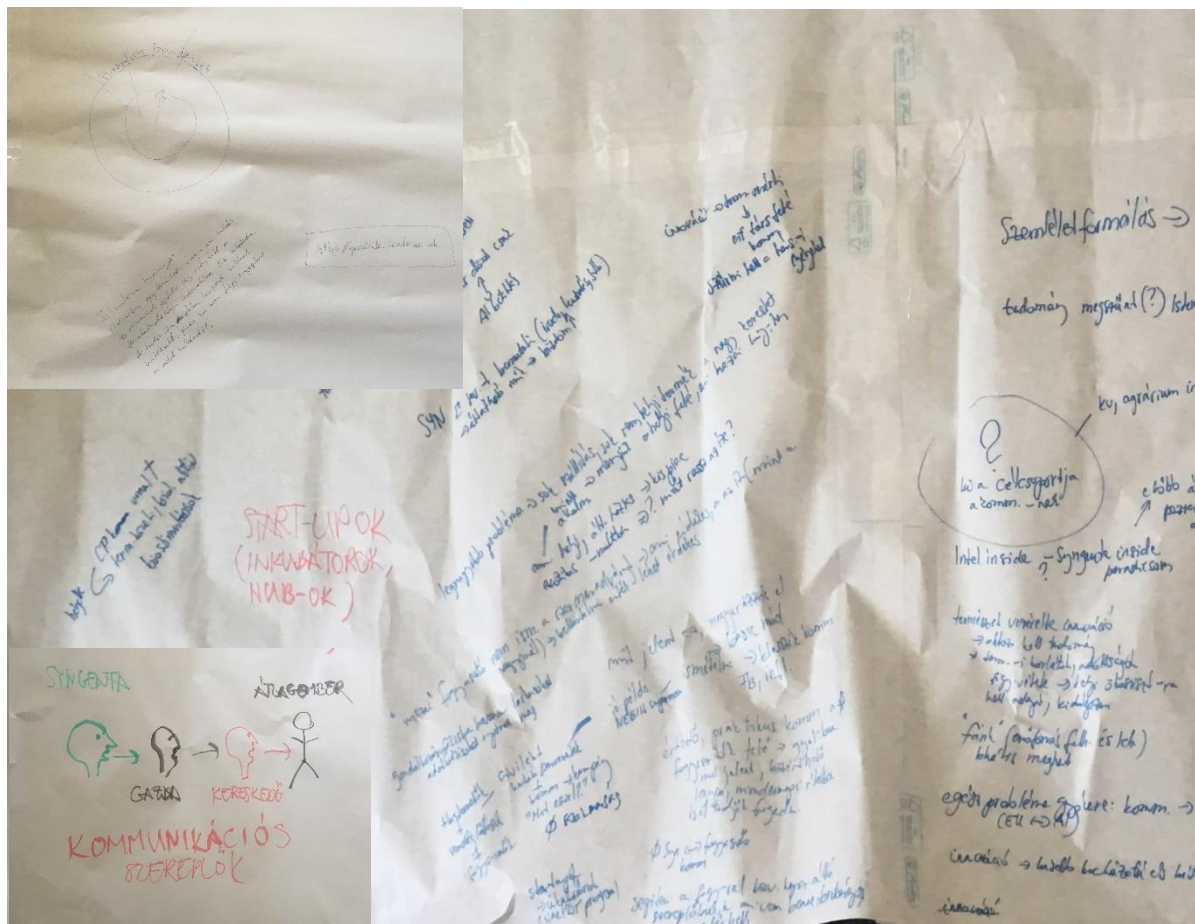
Kommunikációs ötlet:

“Intel inside” mintájára “[Syngenta inside](#)” badge létrehozása – ezzel együtt a cég átpozicionálása → az új képben kapjon nagyobb hangsúlyt az innováció, növekedjen a fenntartható, felelős, hosszú távon gondolkodó, környezetkímélő mezőgazdasági szolgáltatások aránya

II. Minden innovációt a környezet vezéreljen

- ami jó a környezetnek, az jó a társadalomnak is – ahhoz, hogy ezt mindenki megértse és elfogadja, széleskörű szemléletformálás szükséges, amiben minden gazdasági szereplőnek részt kell vennie, és ezt a felelős nagyvállalatok kezdték el. Mezőgazdasági nagyvállalatok között első lehet a Syngenta
- a szemléletformálás csak a tudománnyal karöltve lehetséges – pl. helyi természeti erőforrások, adottságok, ökoszisztéma ismerete, és az ismeret átadása elengedhetetlen

- start-up együttműködési lehetőségek felkutatása, inkubátorokkal, HUB-okkal – való kapcsolatfelvétel, munkájukban való részvétel. Példa: NAK és Design Terminal együttműködése, BGE startup hub



Jegyzetek – 1. asztal

2. Növényvédelem a lehető legkisebb környezeti és természeti hatással

Syngenta szerepe:

I. Tájékoztatás, információ és tudásmegosztás:

- gazdálkodók bővebb informálása a termékekről, fenntarthatóság terén zajló újításokról, elérhető környezetkímélő technológiákról
- mivel a Syngenta nem közismert vállalat a fogyasztók számára, célszerű szervezeteken, pl. szövetségeken keresztül kommunikálni, vagy más érintettekkel együtt kommunikálni
- több, szektorközi partnerség kialakítására van szükség ezen a területen, civil szervezetek, kormányzati szervezetek és az üzleti világ együttműködése - hiszen a cél közös

- hasznos lenne, ha a kormányzat nagyobb szerepet vállalna az ismeretterjesztésben, kommunikációban, a biztonságos, felelős és fenntartható mezőgazdaság, növénytermesztés és növényvédelem terén

II. Kompletten fenntartható és egyben jövedelmező technológiát kell adni a gazdálkodóknak:

- a precíziós gazdálkodásé a jövő = csak oda és annyi növényvédőszer juttatunk ki, ahova és amennyi szükséges, és akkor, amikor a kijuttatás a környezetre (talaj, vizek, levegő) és a biodiverzitásra (rovarok, más növények, állatok) a legkisebb hatással van - > érdemes lenne megvizsgálni, hogy ezzel a technológiával csökken-e a CO2 intenzitás a teljes folyamatban
- talajvédelmi /forgatás nélküli technológiák további vizsgálata, alkalmazása, adatgyűjtés, elemzés és megosztás, valamint népszerűsítés, megtérülési kalkulációkkal együtt

Javaslatok:

Klímaadaptációs stratégia kialakítása, vízvisszatartási programban való részvétel. A jelenleg csak a hulladékgazdálkodásra kiterjedő EU gyártói felelősségvállalást (Extended Producers' Responsibility) bővíteni kellene más folyamatokra, pl. a növényvédelemre is, ebben a Syngenta élen járhatna

3. Termelők és a környezet (természet)

Alapvető fontosságú a cég üzleti modelljének átgondolása a fenntarthatósági stratégiával összhangban. El kell fogadni, hogy idővel egyre kevesebb növényvédőszer lehet majd értékesíteni, és ezzel párhuzamosan környezetkímélő, fenntartható technológiákba, újításokba, digitális megoldásokba kell befektetni.

I. Most kell megragadni az agrár generációváltás jövőbeli piaci lehetőségét

- kelen kell lenni aktívan a fiatal gazdálkodók vagy gazdálkodni vágyók életében, rendezvényein, tanulmányi versenyeket és egyéb pályázatokat kiírni, szervezni
- együttműködési lehetőségeket felkutatni start-up cégekkel, akik a fenntartható és digitális mezőgazdaságban dolgoznak, működnek és jó ötleteik vannak, ezekhez piaci szemmel visszajelzéseket adni, ezeket felkarolni
- aktívan részt venni a diákok környezetvédelmi oktatásában
- okos, digitális megoldásokat kidolgozni a fiatal generáció számára, velük együttműködve

II. Kiemelten fontos a vízmonitoring, talajmonitoring, biodiverzitás monitoring

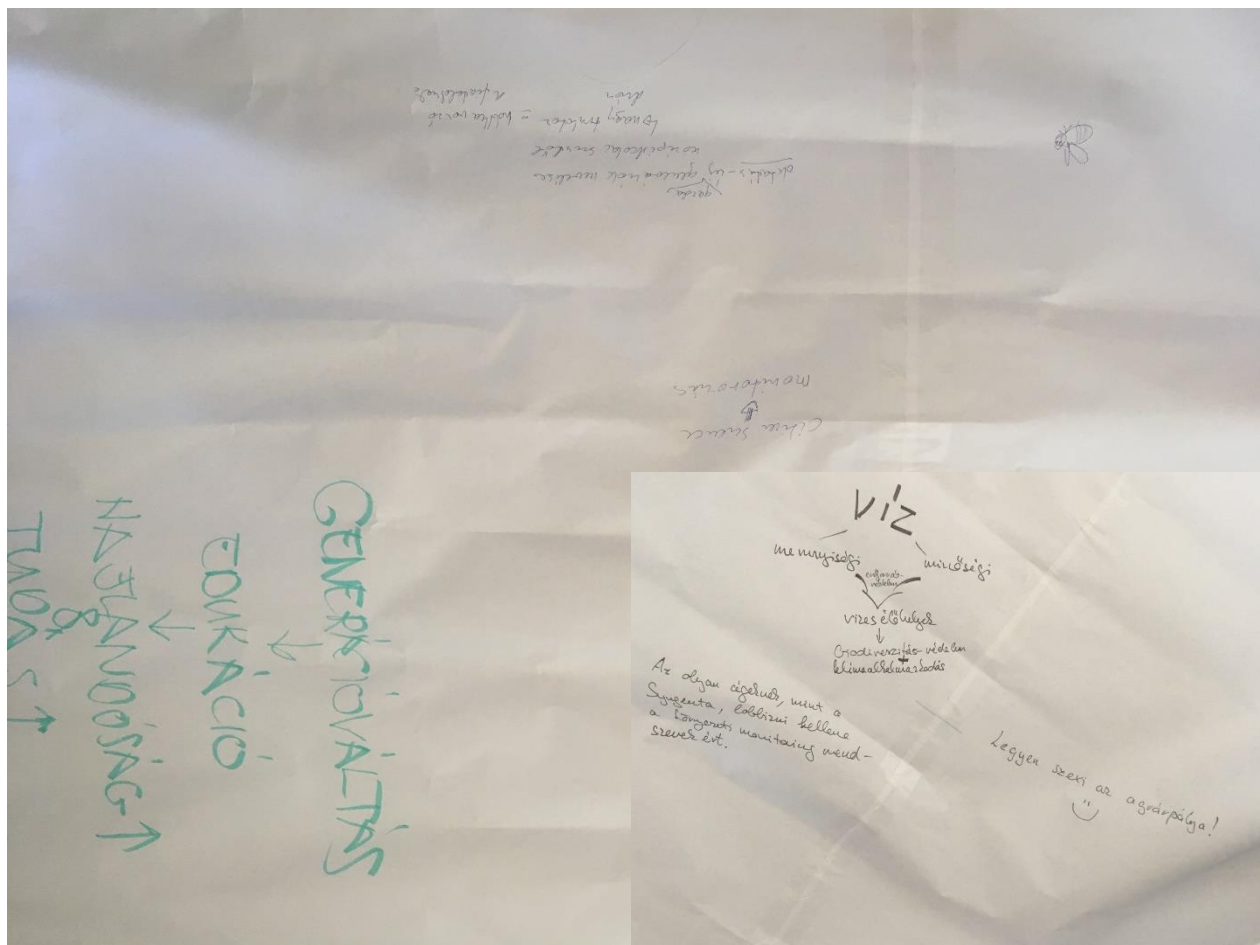
- ez elsősorban kormányzati, hatósági feladat
- ebbe a munkába önkéntes alapon be lehet vonni az állampolgárokat is
- érdemes megnézni, mely országban van erre jó gyakorlat, és arra építeni költséghatékony, magyar megoldásokat

III. Holisztikus technológiákat ajánlani a termelőknek, gazdagabb növényösszetétellel dolgozni a vetésforgóban, biztosítani a szántóföldi növények nagyobb diverzitását és a tájak összeköttetését

- Szélesíteni a már meglévő növénytermesztési kínálatot
- Mozaikos vidék ösztönzése

- IV. "A termőföldről az étkezőasztalig" (From farm to fork) együttműködések kezdeményezése az élelmiszerlánc többi szereplőjével. A gazdák azt termeljének, amire a feldolgozóknak itthon szüksége van, a feldolgozók cserébe kötelezzék el magukat a felvásárlásra, pl. Heineken komló projekt
- V. A dióskáli Interra Farm referencia gazdaságban rejlő lehetőségekre való további építés, további fenntarthatóságot célzó kísérletek megvalósítása, adatgyűjtés és elemzés, ezek bemutatása rendezvényeken, bemutatókon

A fenti területeken elért eredmények rendszeres, közérthető kommunikációja minél szélesebb érintetti körben.



Jegyzetek – 3. asztal

I. Melléklet

A Syngenta Magyarország fenntartható mezőgazdasággal kapcsolatos érintetti fórumán résztvevő szervezetek

Érintetti kör	Szervezet
Média	Agroinform
	Trade Magazin
	ATV – Új Mezőgazdaság Magazin
	HVG
Kormányzat/Hatóságok	Mezőgazdasági Minisztérium
	Innovációs és Technológiai Minisztérium
	Belügyminisztérium / Vízügyi Osztály
	NÉBIH
Szövetségek/Kamarák	Magyar Növényvédő Mérnöki és Növényorvosi Kamara
	Gazdálkodók Országos Szövetsége
	Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért
Non-profit szervezetek	WWF Magyarország
	Magyar Madártani Egyesület
	Kék Bolygó Klímavédelmi Alapítvány
	Fiatalközösség Magyarországi Szövetsége - AGRYA
	Tudatos Gasztrohős Alapítvány
Élelmiszerlánc	Coca-Cola HBC Magyarország
Akadémia	Budapesti Gazdasági Egyetem
	Szegedi Tudományegyetem Biológiai Kutatóközpontja