



WWF

FR

2013

130
entreprises
évaluées
par le
WWF

Conservation

WWF France

ENQUÊTE HUILE DE PALME

Qui s'approvisionne durable ?

WWF

Le WWF est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de 5,8 millions de membres, le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature, en conservant la diversité biologique mondiale, en assurant une utilisation soutenable des ressources naturelles renouvelables et en faisant la promotion de la réduction de la pollution et du gaspillage.

En 2011, le WWF a fêté ses 50 ans.

Depuis 1973, le WWF France agit au quotidien afin d'offrir aux générations futures une planète vivante. Avec ses bénévoles et le soutien de ses 187 000 donateurs, le WWF France mène des actions concrètes pour sauvegarder les milieux naturels et leurs espèces, assurer la promotion de modes de vie durables, former les décideurs, accompagner les entreprises dans la réduction de leur empreinte écologique et éduquer les jeunes publics. Mais pour que le changement soit acceptable, il ne peut passer que par le respect de chacune et chacun. C'est la raison pour laquelle la philosophie du WWF est fondée sur le dialogue et l'action.

Depuis décembre 2009, la navigatrice Isabelle Autissier est présidente du WWF France et Philippe Germa en est le Directeur général depuis le 04 février 2013.

Cette année, le WWF France fête ses 40 ans.

© Concept & design by © ArthurSteenHorneAdamson

© 1986 Panda Symbol WWF - World Wide Fund For nature
(Formerly World Wildlife Fund)

® "WWF" & "living planet" are WWF Registered Trademarks /
"WWF" & "Pour une planète vivante" sont des marques déposées.

WWF France, 1 carrefour de Longchamp, 75016 Paris.

 www.wwf.fr

 [/wwffrance](https://www.facebook.com/wwffrance)

 [@wwffrance](https://twitter.com/wwffrance)



L'actu du WWF France dans ce code

LA PROBLEMATIQUE DE L'HUILE DE PALME

Extraite des fruits du palmier à huile, l'huile de palme est aujourd'hui l'huile végétale la plus prisée dans le monde. Elle représente à peu près 65% des huiles végétales utilisées. On estime que dans un

supermarché, près de la moitié des produits à vendre contiennent de l'huile de palme. Et avec l'expansion démographique mondiale, les volumes produits pourraient doubler d'ici à 2020 ...

EN FRANCE
1 PRODUIT SUR 10
CONTIENT DE
L'HUILE DE
PALME

Les atouts de l'huile de palme

L'Indonésie et la Malaisie produisent à elles seules 92% de l'huile de palme consommée dans le monde. Le reste est produit dans des pays tropicaux d'Asie, d'Afrique et d'Amérique Latine. L'huile de palme joue donc un rôle économique majeur dans ces régions.

Parce que sa récolte ne peut-être mécanisée, elle nécessite une main-d'œuvre importante. Elle crée donc de l'emploi dans les régions rurales et constitue pour les populations locales une opportunité d'échapper à la misère.

Elle est aussi cruciale pour le reste du monde : partout, des entreprises dépendent des propriétés de l'huile de palme pour la fabrication de leurs produits. Particulièrement convoitée dans l'industrie agro-alimentaire, sa nature crémeuse donne de l'onctuosité aux aliments sans pour autant altérer leur saveur car son goût est neutre. En outre, riche en anti-oxydant, elle permet d'éviter l'ajout de conservateurs.

Il s'agit d'un produit très rentable et bon marché avec un rendement bien plus important que les autres huiles végétales. De plus, cette huile de bonne qualité offre de nombreux débouchés...

Aujourd'hui, la liste des produits contenant de l'huile de palme est sans fin. On la retrouve dans notre alimentation mais aussi dans nos savons, nos cosmétiques, nos détergents, nos peintures, et même dans nos biocarburants !



© RICHARD STONEHOUSE / MWFCANON

EN INDONÉSIE
CHAQUE ANNÉE
1 MILLION
D'HECTARES
DE FORÊTS
DISPARAIT

Les inconvénients de l'huile de palme

Pour répondre à une demande qui croît de jour en jour, la production d'huile de palme se doit d'augmenter. Dans les zones humides tropicales où ils sont cultivés, les palmiers à huile se multiplient au détriment des forêts naturelles. Ainsi, les forêts d'Indonésie, de Malaisie, de Bornéo et de Sumatra ont été détruites à plus de 90% aux cours des deux siècles derniers et la plantation de palmerais à huile en est l'une des causes principales.

Les conséquences de cette perte généralisée du couvert forestier sont catastrophiques.

C'est tout d'abord la biodiversité qui se trouve impactée. Des espèces menacées, dont le rhinocéros, l'éléphant, le tigre et l'orang-outang ont perdu leur habitat et sont donc proches de l'extinction.

Mais les populations autochtones ne sont pas épargnées. Lorsqu'elles ne se trouvent pas directement expropriées, en perdant leurs forêts, elles se voient privées, pour certaines, de leur seul moyen de subsistance ainsi que de services écologiques essentiels tels que la dépollution naturelle de l'eau et des sols ou encore la régulation hydrologique permettant d'éviter les phénomènes de crue et d'inondation.

En Indonésie, on estime que 40% de la population dépend des forêts pour sa survie. Pour les peuples locaux, la forêt est une ressource inestimable dont ils dépendent pour leur alimentation, leur médecine, leur approvisionnement en eau et leur spiritualité.

Enfin, la déforestation liée à la culture de l'huile de palme aggrave les effets des changements climatiques. En effet, les forêts ne peuvent plus exercer leur fonction de stockage de carbone. Les gaz à effet de serre jusqu'alors absorbés par les arbres sont désormais relâchés dans l'atmosphère...



© NATUREPL.COM / ANUP SHAH / WWF-CANON



LA RSPO, L'UNE DES RÉPONSES À LA DÉFORESTATION



Qu'est-ce que la RSPO ?

La RSPO¹ (Table ronde sur l'huile de palme durable) est une association à but non lucratif qui rassemble des parties prenantes issues de sept secteurs de l'industrie de l'huile de palme : les producteurs d'huile de palme, les sociétés agroalimentaires ou les distributeurs, les fabricants de biens de consommation, la distribution, les banques et les investisseurs, les ONG de protection de l'environnement et de la nature et les ONG de développement ou sociales.

La RSPO se base sur la philosophie de la «table ronde» en attribuant les mêmes droits à chaque groupe de parties prenantes, créant ainsi des calendriers spécifiques, facilitant la coopération entre des parties prenantes et des concurrents commerciaux traditionnellement opposés, vers un objectif unique et une prise de décision consensuelle.

Les objectifs de la RSPO

C'est pour répondre à un besoin urgent d'approvisionnement en huile de palme durable que la RSPO a été créée en 2004.

Son objectif est de développer et de mettre en application des normes volontaires à l'échelle mondiale concernant la production d'huile de palme durable.

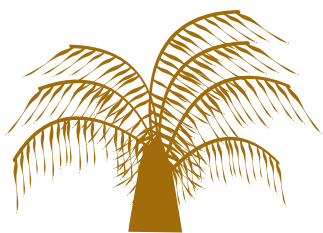
La RSPO assure la promotion de pratiques de production durables de l'huile de palme permettant de réduire la déforestation, de préserver la biodiversité et de respecter les moyens de subsistance des communautés rurales dans les pays producteurs. C'est dans cette optique que la RSPO s'engage de manière proactive auprès de producteurs de palmier à huile, de sociétés agroalimentaires de l'huile, de sociétés du secteur de l'huile, de détaillants, d'ONG et d'investisseurs pour collaborer vers une distribution d'huile de palme mondiale qui soit produite de manière responsable, sur le plan social et environnemental.

Sa vision : la RSPO transformera les marchés pour que l'huile de palme durable devienne la norme.

Sa mission

- Faire progresser la production, la livraison, le financement et l'utilisation de produits à base d'huile de palme durable;
- Élaborer, mettre en application, vérifier et réviser régulièrement les normes mondiales de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement en huile de palme durable afin qu'elles demeurent crédibles ;
- Réaliser le suivi et évaluer les impacts économiques, environnementaux et sociaux de l'adoption de l'huile de palme durable sur le marché ;
- Impliquer toutes les parties prenantes tout au long de la chaîne d'approvisionnement, y compris les gouvernements et les consommateurs ;
- La chaîne d'approvisionnement englobe écosystèmes, communautés, producteurs, distributeurs, industrie agroalimentaire, fabricants de biens de consommation, détaillants, institutions financières et société civile.

1. RSPO : Roundtable on Sustainable Palm Oil



Principes et critères de la RSPO

Les principes et critères de la RSPO (P&C RSPO) pour la production de l'huile de palme durable sont les directives mondiales pour la durabilité de l'huile de palme.

La table ronde a identifié 8 principes et 39 critères pratiques pour définir la production durable de l'huile de palme. Ils permettent de s'assurer que les droits fondamentaux des anciens propriétaires des terres, des communautés locales, des travailleurs dans les plantations, des petits agriculteurs et de leurs familles sont respectés et pris en considération, qu'aucune nouvelle forêt primaire ou espace à haute valeur de conservation n'est éliminé pour la production de l'huile de palme depuis novembre 2005 et que les propriétaires d'usines de trituration et de plantations réduisent au maximum leur impact sur l'environnement.

La table ronde a mis en place deux systèmes de certification fondés sur les P&C de la RSPO : l'un vise à s'assurer que l'huile de palme est produite de manière durable et l'autre vise à garantir l'intégrité du commerce de l'huile de palme, c'est-à-dire que l'huile de palme vendue comme étant durable correspond effectivement à de l'huile de palme produite dans des plantations certifiées. Ces deux systèmes impliquent des organes de certification extérieurs.

**15 % D'HUILE
DE PALME
CERTIFIÉE
EN 2013
CONTRE
10 % EN 2011**

Des résultats prometteurs

La RSPO a débuté avec 10 membres. Aujourd'hui, elle en compte près de 1000 dans plus de 50 pays.

En 2013, 15 % de l'huile de palme produite à l'échelle mondiale est certifiée contre seulement 10 % en 2011.

Cela représente plus de 10 millions de tonnes et couvre 2,4 millions d'hectares, soit 11 fois la superficie du Luxembourg.

Un succès à nuancer

Malheureusement, alors que l'offre en huile de palme certifiée augmente, la demande, elle, a tendance à stagner.

Ainsi, l'année dernière, 52 % seulement de l'offre en huile de palme certifiée a été vendue.

Les producteurs déjà engagés à produire de l'huile de palme ont été frustrés car ils n'ont pas pu écouler leur marchandise. Quant à ceux qui étaient sur le point de franchir le cap de la certification, ce déséquilibre entre l'offre et la demande les en a dissuadé...

Fort de ce constat, le WWF a décidé de lancer une enquête sur les pratiques d'achat des entreprises qui ont recourt à l'huile de palme. L'objectif : évaluer les politiques d'approvisionnement en huile de palme en mettant en avant les bonnes pratiques de manière à créer une émulation au sein du monde de l'entreprise.

L'ENQUETE DU WWF

**130 ENTREPRISES
ÉVALUÉES
DONT 17
FRANÇAISES**

Quoi ?

Une évaluation des politiques d'approvisionnement en huile de palme de plus de 130 entreprises portant sur 4 critères clés :

- être membre actif de la RSPO
- s'engager publiquement à utiliser de l'huile de palme certifiée RSPO
- communiquer, en toute transparence, sur les volumes d'huile de palme consommés
- révéler publiquement quels volumes d'huile de palme certifiée RSPO ou issue d'un autre mode de production durable sont utilisés par l'entreprise

Qui ?

- Le WWF International en tant que coordinateur général de l'étude et les bureaux nationaux du WWF en tant que « relais » pour récolter les informations.
- 130 entreprises du monde entier (dont 17 françaises) sollicitées parce qu'elles consomment de gros volumes d'huile de palme.

Pourquoi ?

Pour promouvoir une production responsable d'huile de palme, le WWF ne se contente pas de participer activement à la RSPO.

Aujourd'hui, le WWF travaille avec les entreprises tout au long de la chaîne d'approvisionnement en huile de palme : avec les producteurs pour les aider à améliorer leurs pratiques, avec les distributeurs pour faire en sorte qu'ils contrôlent ce qu'ils achètent et ce qu'ils vendent et avec les utilisateurs d'huile de palme pour les inciter à n'acheter que des produits certifiés. Le WWF travaille également avec les institutions financières pour les encourager à investir dans des entreprises responsables et avec les gouvernements pour qu'ils mettent en œuvre de meilleures politiques foncières instaurant des conditions favorables à la production d'une huile de palme durable.

C'est dans cette optique que le WWF a initié la publication d'un scorecard (« feuille de score »).

En 2009, la première enquête portait sur les principaux acteurs européens et australiens. Celle de 2011 incluait le marché japonais. La version 2013 englobe, quant à elle, les entreprises américaines et indiennes.

L'objectif de cette évaluation est clair : dresser un état des lieux mesurant les efforts qui restent à accomplir par les entreprises pour atteindre les objectifs d'un approvisionnement en huile de palme 100 % certifié responsable d'ici à 2015.



6 QUESTIONS,
1 NOTE
SUR 12

Comment ?

Pour évaluer la politique d'approvisionnement des entreprises, 6 questions leur ont été posées :

- êtes-vous membre de la RSPO ?
- avez-vous fait votre rapport ACOP ² de 2013 auprès de la RSPO ?
- avez-vous mis en œuvre une politique d'approvisionnement en huile de palme durable ? (plus précisément, vous-êtes vous engagé à acheter 100 % d'huile de palme certifiée RSPO d'ici 2015 ou avant ?)
- avez-vous adopté une politique de réduction des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) tout au long de votre chaîne d'approvisionnement ?
- avez-vous communiqué en toute transparence sur les volumes d'huile de palme certifiée et non certifiée que vous utilisez et/ou achetez ?
- sur la totalité de l'huile de palme que vous avez utilisée ou achetée au cours de l'année 2012-2013, quelle proportion était certifiée CSPO ³, quelle que soit la source d'approvisionnement utilisée ?

Les données publiques en accès libres sont également venues compléter l'enquête, y compris les informations recueillies sur les sites Internet et dans les rapports RSE ⁴ des différentes enseignes.

Les informations compilées ont donné lieu à de premiers résultats avec une note maximum de 12.

Avant de rendre l'étude publique, le WWF a informé chaque entreprise de son propre score.

Le champ d'investigation étant particulièrement étendu, il n'y a pas eu de vérification indépendante de toutes les informations fournies par les entreprises, tout comme pour les précédents scorecards en 2009 et 2011.



© MAZIDI ABD GHANI / WWF-MALAYSIA

2. ACOP : Annual Communication of Progress (Rapport annuel des progrès effectués par l'entreprise concernant son engagement au sein de la RSPO)

3. CSPO : Certification for Sustainable Palm Oil (Huile de palme certifiée durable par la RSPO).

4. Rapport RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) : depuis 2001, selon la loi NRE (loi sur les Nouvelles Régulations Economiques), toutes les sociétés françaises cotées sur un marché réglementé ont l'obligation de rendre compte dans leur rapport annuel de leur gestion sociale et environnementale au travers de leur activité.

PREMIERS RESULTATS

En préambule, il convient de garder à l'esprit que ce scorecard mesure les progrès accomplis par les entreprises à l'aune de la certification RSPO uniquement.

Certaines entreprises ont pu engager d'autres démarches concernant leur approvisionnement en huile de palme, mais celles-ci ne sont pas prises en compte dans le score final, la conviction du WWF étant que la RSPO est, pour le moment, la seule certification crédible concernant la production d'huile de palme durable.

Entreprises de la distribution et de la restauration

Il apparaît que sur les 53 entreprises de distribution et de restauration collective enquêtées, 40 sont membres de la RSPO et 36 se sont fixées comme objectif d'atteindre 100 % d'huile de palme certifiée à l'horizon 2015 via l'achat de certificats (système « book and claim ») ou via la ségrégation (des chaînes d'approvisionnement physiquement indépendantes) ⁵.

Cependant, étant donné que seulement 53 % de l'huile de palme certifiée a trouvé acquéreur à l'échelle mondiale en 2012, le WWF estime que le secteur de la distribution n'a aucune excuse pour ne pas couvrir 100 % de ses besoins en huile de palme durable via le système « book and claim ».

D'autre part, le WWF s'inquiète de voir que les progrès effectués depuis le précédent scorecard (2011) n'ont été que marginaux ; 58 % de l'huile de palme utilisée par les distributeurs enquêtés est certifiée (CSPO) en 2013 contre 53 % en 2011.

Pour beaucoup d'entreprises, ce rythme de progression ne permettra pas d'atteindre l'objectif de « 100% d'huile de palme certifiée à l'horizon 2015 » .

Parmi la plupart des acteurs français de la distribution, la prise de conscience a eu lieu. Malheureusement, comme au niveau mondial, pour beaucoup d'entreprises, le rythme actuel de progression ne permettra pas d'atteindre les « 100 % de CSPO » en 2015.

En outre, certains distributeurs comme Elios et Auchan ne se sentent toujours pas concernés par la problématique de la durabilité de leurs approvisionnements en huile de palme.

Enfin, il convient de souligner que les efforts peuvent être très variables et les périmètres flous, certaines entreprises internationales ne prenant l'engagement de s'approvisionner en CSPO que pour leurs filiales et magasins en France alors que d'autres le prennent à l'échelle internationale (engagement groupe).

5. Cf « Zoom sur l'approvisionnement durable CSPO » page 14

**UN RYTHME DE
PROGRESSION
TROP LENT !**

Fabricants et traders

Sur 91 entreprises du secteur de la manufacture et du trading/transformation d'huile de palme enquêtées, 80 sont membres de la RSPO mais seulement 58 ont pris l'engagement d'utiliser 100 % d'huile de palme en 2015.

Les progrès effectués depuis 2011 ne sont pas suffisants (48 % de CSPO en 2013 contre 42 % en 2011) et font craindre que l'engagement d'utiliser 100 % de CSPO en 2015 ne soit pas tenu pour beaucoup d'entreprises. A l'instar du secteur de la distribution, un véritable coup d'accélérateur est donc nécessaire de la part des entreprises.

Au niveau français, les progrès sont cependant plus importants et méritent d'être salués puisque 2 entreprises atteignent un score de 11/12 pour leur « *politique huile de palme* » et que 3 ont des scores compris entre 10 et 10,5/12. De plus, 4 des 6 entreprises françaises de ce secteur ont déjà 100% de leurs volumes d'huile de palme certifiés (via la méthode « *book and claim* » cependant).

A noter que le résultat décevant de Danone (1/12) s'explique par le fait que l'entreprise n'a pas transmis ses résultats dans les délais impartis.

Ce score ne reflète donc pas véritablement sa politique d'approvisionnement, Danone étant nettement plus avancé vers la certification que son score ne le laisse paraître (score de 7/9 en 2011).

Les enseignements de ce scorecard sont contrastés. Si d'une part on peut saluer le fait que de nombreuses entreprises ont accompli des progrès significatifs, ceux-ci ne sont ni assez rapides ni assez ambitieux.

Le rythme actuel de certification des approvisionnements ne permettra pas d'atteindre les objectifs fixés à 2015 par beaucoup d'entreprises.

De plus, de trop nombreuses enseignes basent encore leurs approvisionnements en huile de palme uniquement sur le système « *book and claim* » et non sur des approvisionnements en huile de palme ségréguée.

Un véritable coup d'accélérateur est donc nécessaire.

L'autre enseignement intéressant est que l'intérêt pour l'huile de palme durable est croissant en Asie, bien que les entreprises réellement engagés y soient, pour le moment, très minoritaires.

Retrouvez l'intégralité des résultats en consultant l'enquête
Palm Oil Buyers' Scorecard 2013



LES RECOMMANDATIONS DU WWF

Aux entreprises :

1. Rejoignez la table ronde RSPO et devenez en un membre actif ;
2. Engagez-vous à vous approvisionner à 100% en huile de palme durable certifiée en provenance de chaînes d'approvisionnement « intermédiaires » (mass balance : mélange d'huile de palme certifiée et d'huile de palme non certifiée) ou de chaînes d'approvisionnement dites « ségréguées » (huile de palme durable certifiée uniquement) au plus tard en 2015⁶ ;
3. Couvrez tous vos besoins en huile de palme avec des produits certifiés CSPO quelque soit la chaîne d'approvisionnement choisie ;
4. Investissez dès à présent dans les chaînes d'approvisionnement traçables d'huile de palme durable certifiée ;
5. Soyez transparents quant à votre utilisation d'huile de palme ;
6. Distributeurs, allez au-delà des engagements liés à vos seules marques distributeurs ;
7. Eveillez les consciences au sujet de la RSPO et de l'huile de palme durable certifiée ;
8. Exigez des produits certifiés CSPO en provenance de producteurs qui sont membres de la RSPO et vont au-delà des principes et critères de base de la RSPO.

Aux consommateurs :

1. N'achetez que dans les enseignes qui se sont engagées à utiliser de l'huile de palme durable et qui mettent leurs engagements en pratique ;
2. Cherchez le logo RSPO sur les produits ;
3. Demandez aux distributeurs de mentionner sur tous les produits qu'ils vendent (et pas seulement sur ceux de leur propre marque) s'ils contiennent de l'huile de palme durable ;
4. Demandez aux fabricants industriels de mentionner si leurs produits contiennent de l'huile de palme durable certifiée ;
5. Contactez le WWF pour découvrir d'autres moyens d'agir (Liste des bureaux WWF dans le monde).

6. Cf « Zoom sur l'approvisionnement durable CSPO » page 14

ZOOM SUR LES OPTIONS D'APPROVISIONNEMENT DURABLE CSPO

Huile de palme certifiée ségrégée et « Identity preserved » (IP)

Comme son nom le suggère, cette huile de palme est physiquement séparée de l'huile de palme non certifiée depuis l'usine de trituration jusqu'à l'utilisateur final. L'huile de palme « *Identity preserved* » peut-être retracée jusqu'au niveau de l'usine de trituration et de la plantation dont elle est originaire. L'huile de palme certifiée ségrégée peut provenir d'usines de trituration et plantations différentes mais toutes certifiées. Elle ne peut donc pas être mélangée à de l'huile de palme conventionnelle (non-certifiée).

L'intérêt de ces deux options réside dans l'implication plus importante des entreprises tout au long de la chaîne d'approvisionnement (elles doivent en effet avoir une vision relativement fine de leurs approvisionnements). Ces options permettent aussi de garantir que l'huile utilisée contient 100 % de CSPO et ne participe donc pas à la déforestation.

Ces modes d'approvisionnement sont cependant coûteux car les flux d'huile de palme certifiée et non-certifiée doivent être séparés tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Mass balance CSPO (équilibre des masses)

Cette option autorise les acteurs à mélanger huile de palme certifiée et non-certifiée tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Chaque entreprise gérant de la CSPO en « *mass balance* » est uniquement autorisée à vendre le même volume d'huile de palme mixée en « *mass balance* » que le volume certifié acheté à l'origine.

L'intérêt de cette option est qu'elle est moins coûteuse que la CSPO ségrégée car les acteurs n'ont pas à séparer les flux entre huile de palme certifiée et non-certifiée. Cependant, les volumes finaux ne contenant pas 100% d'huile de palme certifiée, les utilisateurs ne peuvent pas être certains de la durabilité de leurs approvisionnements.



© JAMES MORGAN / WWF-INTERNATIONAL

Book and claim (achat de certificats)

Il s'agit d'un système d'échange de certificats séparé du commerce physique d'huile de palme. Les entreprises de distribution ou agro-alimentaires achètent de l'huile de palme conventionnelle via un fournisseur identifié. Elles peuvent ensuite acquérir des certificats via une plate-forme d'échange en ligne pour chaque tonne d'huile de palme qu'elles ont achetée. Le coût du certificat va ensuite directement financer les producteurs d'huile de palme certifiée (CSPO) et eux uniquement.

L'intérêt de cette option réside avant tout dans son coût modeste, puisque l'achat de certificat se révèle beaucoup moins coûteux que la séparation physique. Elle permet aussi aux utilisateurs de dérivés d'huile de palme –pour lesquels il n'existe pas de chaînes d'approvisionnement dédiées- d'acheter des certificats pour aider à la production de CSPO.

Cependant, une entreprise utilisant cette option peut toujours utiliser de l'huile de palme issue de plantations participant à la déforestation et permet aux acteurs de la chaîne d'approvisionnement de continuer à s'approvisionner de manière non durable. La plupart des entreprises utilisent aujourd'hui ce système qui ne doit constituer qu'une première étape, et non une fin en soi, le risque étant de s'exposer aux accusations de *green-washing*.



Huile de palme

8

millions de tonnes d'huile de palme certifiée CSPO en 2013 dont seulement 52% ont trouvé acheteur

1/3

des produits de consommation courante contient de l'huile de palme



15 à 20

millions d'Indonésiens vivent de l'industrie du palmier à huile

1^{er}

les plantations de palmier à huile sont considérées comme le principal vecteur de déforestation en Indonésie, premier pays producteur d'huile de palme



Notre raison d'être

Arrêter la dégradation de l'environnement dans le monde et construire un avenir où les êtres humains pourront vivre en harmonie avec la nature.

www.wwf.fr

© 1986 Panda Symbol WWF - World Wide Fund For nature (Formerly World Wildlife Fund) ® "WWF" & "living planet" are WWF Registered Trademarks/ "WWF" & "Pour une planète vivante" sont des marques déposées. WWF France. 1, carrefour de Longchamp, 75016 Paris.