



Communiqué de presse
29 Octobre 2009

Findus récompensé par le WWF pour sa politique responsable concernant l'huile de palme.

Findus est classé au 1^{er} rang des producteurs et au 3^{ème} rang européen du World Wild Found Palm Oil Buyers' Scorecard, classement qui évalue l'engagement responsable des acheteurs d'huile de palme

Le WWF vient de publier le *Palm Oil Buyers' Scorecard*, le classement des acheteurs d'huile de palme, qui rend compte de l'engagement, ou pas, de 59 entreprises européennes dans une politique responsable concernant l'huile de palme. Ces 59 entreprises regroupent des producteurs et des distributeurs dans des domaines tels que l'agroalimentaire, l'hygiène, les cosmétiques, ou encore l'entretien de la maison.

Pour son engagement responsable concernant l'huile de palme, Findus est classé au 1^{er} rang européen des producteurs et au 3^{ème} rang européen distributeurs et producteurs confondus. Ce classement vient récompenser la politique responsable du groupe concernant l'usage de l'huile de palme, notamment par le recours à une Huile de Palme Certifiée Durable selon les critères de la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), la Table Ronde sur l'Huile de Palme Durable.

Findus a en effet obtenu la note remarquable de 25 sur 29, calculée en fonction des quatre critères suivants :

- L'activité de l'entreprise au sein des RSPO (Noté sur 3).
- La politique de l'entreprise concernant un usage responsable et durable de l'huile de palme (Noté sur 8).
- L'existence d'un plan public avec des objectifs précis et datés concernant l'approvisionnement en Huile de Palme Certifiée Durable (Noté 8).
- L'approvisionnement en Huile de Palme Certifiée Durable au moment de l'enquête (Noté sur 10).

Findus s'est vu attribuer les notes maximales sur les critères ayant trait à la politique d'entreprise et à l'approvisionnement en HPCD, et une note de 6 sur 8 pour les objectifs que l'entreprise s'est engagée à atteindre à l'horizon 2015. Ce score est complété par un indice Palme Verte, qui souligne que l'engagement du groupe montre à ses concurrents qu'il est possible d'agir de manière responsable.

Ce classement est le résultat d'une enquête menée entre mars et septembre 2009 par le WWF auprès des principaux acheteurs européens d'huile de palme. Le WWF est un des membres actifs, avec d'autres ONG et des industriels dont Findus, de la Table Ronde sur l'Huile de Palme Durable, qui est à l'origine du standard « Huile de Palme Certifiée Durable » : Certified Sustainable Palm Oil (CSPO).

L'engagement du groupe Findus au niveau européen

En 2008, le groupe Findus fut le premier producteur de surgelés et de réfrigérés au monde à adopter une politique responsable concernant l'utilisation de l'huile de palme. Il s'associa à cette occasion avec le distributeur Sainsbury's, classé au premier rang du *Palm Oil Buyers' Scorecard*.

Cette politique comprend deux engagements :

- **La réduction de l'utilisation de l'huile de palme :**
Le groupe a mis en place un processus visant à optimiser le recours à des sources alternatives d'approvisionnement en huile, comme l'huile de colza ou l'huile de tournesol.
- **Le recours unique à l'huile de palme certifiée durable d'ici 2015 :**
Concernant les produits pour lesquels il est encore nécessaire d'avoir recours à de l'huile de palme pour en garantir la qualité (goût, cuisson), la chaîne d'approvisionnement sera revue pour ne plus avoir recours qu'à de l'huile de palme certifiée durable d'ici 2015 au plus tard. Cela est en accord avec les objectifs de la WWF, qui a demandé à tous les fabricants de s'engager à atteindre d'ici 2015 l'objectif 100% CSPO (Certified Sustainable Palm Oil).

L'engagement de Findus en France

Findus France fait donc figure d'exemple sur le marché national et devance l'ensemble des acheteurs d'huile de palme. Findus s'est en effet particulièrement illustré au niveau du premier engagement de la politique du groupe concernant l'huile de palme. L'entreprise s'est en effet engagée depuis plusieurs années dans une démarche ayant pour but de réduire l'utilisation de l'huile de palme dans la chaîne de production. Elle s'est alors tournée vers des sources d'approvisionnement alternatives, en particulier l'huile de colza. En 2009, Findus France a ainsi complètement supprimé l'huile de palme pour la cuisson de ses poissons panés et de ses pommes de terre. En 2010, l'entreprise prévoit de poursuivre son action en supprimant l'huile de palme sur sa gamme de plats cuisinés.

Sur le marché français, Findus s'impose ainsi comme le leader des industriels en ayant pour objectif de supprimer complètement l'utilisation de l'huile de palme dans ses produits d'ici 2010. Ainsi que le précise Steven Libermann, Directeur du Marketing et du Développement de Findus France : « C'est une preuve tangible de plus des engagements forts de Findus pour le développement durable et la nutrition. En tant que marque responsable, nous sommes fiers d'être précurseurs et de participer à la préservation des ressources naturelles tout en proposant des produits plus équilibrés à nos consommateurs »

En insistant aussi bien sur l'aspect écologique que nutritionnel, Steven Libermann réaffirme par ailleurs que la démarche de Findus France concernant l'utilisation de l'huile de palme s'inscrit dans une politique responsable et durable plus globale. L'entreprise est en effet très active dans d'autres domaines, ceux de la pêche et de la nutrition. Concernant la pêche, elle a ainsi développé un programme de respect des ressources marines et d'approvisionnement responsable, et s'est précisément engagée sur plusieurs points. Quant à la nutrition, elle a promulgué une Charte Nutritionnelle dans laquelle elle s'engage aussi bien sur la composition nutritionnelle des produits que sur l'information des consommateurs. Dans le cadre du Programme National Nutrition Santé (PNNS), Findus a ainsi signé le 15 juin dernier une chartre d'engagements volontaires de progrès nutritionnels avec le Ministère de la Santé.

Contacts presse Edelman :

Thomas Lapacherie
01 56 69 75 12
thomas.lapacherie@edelman.com

Sophie Ayme
01 56 69 75 58
sophie.ayme@edelman.com