

## Communiqué de presse

22/12/2011

La WWF Palm Oil Buyers' Scorecard 2011

### Reconnaissance de l'engagement de Henkel en faveur de la culture durable de l'huile de palme

Düsseldorf - Le World Wide Fund for Nature (WWF) a classé Henkel dans la meilleure catégorie de son classement international Palm Oil Buyers' Scorecard 2011, accordant à l'entreprise la note maximale de 9 points sur 9. Afin de réaliser ce classement international, WWF évalue plus de 130 entreprises de l'industrie des biens de grande consommation et de la distribution sur leur contribution à la culture durable de l'huile de palme. WWF a publié sa Palm Oil Buyers' Scorecard 2011, lors de la conférence annuelle de la Table ronde pour une huile de palme durable (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) qui s'est tenue en Malaisie.

« Etre dans la meilleure catégorie de la Palm Oil Buyers' Scorecard 2011 vient confirmer une nouvelle fois le rôle de leader joué par Henkel dans le domaine du développement durable », a déclaré Kasper Rorsted, président du Comité de direction de Henkel. « Nous nous sommes engagés à respecter la politique de développement durable et de responsabilité sociale de notre entreprise tout au long de la chaîne de valeur. Cela inclut l'utilisation durable des matières premières et la préservation des ressources naturelles. » Dès 2015, le volume total d'huile de palme et d'huile de noix de palme utilisées dans les produits Henkel comme base des matières premières renouvelables sera certifié RSPO, attestant du respect des critères de développement durable.

#### La table ronde pour la durabilité de l'huile de palme (RSPO)

La RSPO a été formée à l'initiative de WWF et de représentants du monde de l'entreprise. Henkel travaille avec cette association depuis 2003 et en est membre officiel depuis 2008. Les objectifs de la RSPO sont de promouvoir la production durable de l'huile de palme et de l'huile de noix de palme et d'empêcher la destruction des forêts tropicales. C'est dans ce but qu'elle a établi une certification et un modèle de commercialisation pour l'huile de palme issue de plantations cultivées selon les principes du développement durable. Pour progresser et établir un système



de « Book & Claim », Henkel est devenue la première entreprise au monde à utiliser le système de certification étendu pour l'huile de palme, incluant également l'huile de noix de palme. La RSPO est aujourd'hui la seule institution à définir des critères pour une culture durable de l'huile de palme et de l'huile de noix de palme.

### **Un partenaire solide pour la production durable d'huile de palme**

Afin d'assurer efficacement la diffusion du concept de production durable de l'huile de palme, Henkel engage le dialogue avec d'autres partenaires au-delà de la RSPO. En octobre 2009, elle a par exemple rejoint la Coalition Sustainable Palm Oil (POC, coalition pour l'huile de palme durable), dont les membres incluent des représentants d'entreprises opérant à l'international dans les secteurs des biens de grande consommation et de l'alimentaire, ainsi que des Organisations Non-Gouvernementales telles que Greenpeace, Oxfam et WWF, entre autres. L'objectif commun est de soutenir un moratoire sur la destruction des forêts tropicales, et les entreprises participantes s'engagent à s'approvisionner uniquement en huile de palme issue de cultures durables avec une date butoir.

Henkel a en outre été à l'origine du « Forum pour une huile de palme durable » regroupant des partenaires industriels, WWF et l'association allemande pour la coopération internationale (GIZ). Ce forum vise à promouvoir l'utilisation d'une huile de palme et d'une huile de noix de palme produites de façon durable, sur la base des critères définis par la RSPO,.

De nombreuses informations concernant le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises, ainsi que sa contribution à la culture durable de l'huile de palme disponibles sur le site Internet : [www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability).

Vous pouvez télécharger la version internationale de « WWF Palm Oil Buyers' Scorecard 2011 » sur <http://www.panda.org/palmoilscorecard/2011>.

Henkel est un leader mondial des marques et des technologies de pointe dans trois domaines de compétence stratégiques : l'Entretien de la Maison, les Cosmétiques et les Adhesive Technologies. Avec des marques reconnues comme Le Chat, Schwarzkopf et Loctite, Henkel détient des positions mondiales fortes, auprès des consommateurs comme des industriels. Créé en 1876, Henkel emploie environ 48 000 personnes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 15,092 milliards d'EUR et un résultat d'exploitation ajusté de 1,862 milliards d'EUR en 2010. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX. Le Groupe figure parmi les 500 entreprises du classement mondial réalisé par le magazine Fortune.

Contact France

#### **Henkel**

##### **Corporate Communication**

Stéphanie Coignard

Tél. : 01 46 84 92 43

Fax : 01 46 84 92 97

[stephanie.coignard@henkel.com](mailto:stephanie.coignard@henkel.com)

##### **Agence Burson-Marsteller**

Fleur Broca / Nicolas Sutter

Tél : 01 41 86 76 76

Fax : 01 41 86 76 51

[fleur.broca@bm.com](mailto:fleur.broca@bm.com) / [nicolas.sutter@bm.com](mailto:nicolas.sutter@bm.com)

<http://www.henkel.fr>

[press@henkel.com](mailto:press@henkel.com)