



**"On dit tout et n'importe quoi  
sur l'huile de palme de Malaisie"**



**FRANCE**

**Samuel Rousseau**

**[samuel.rousseau@havasww.com](mailto:samuel.rousseau@havasww.com)**

**+33 6 51 03 51 43**

**BELGIQUE**

**Isabelle Peemans et Bavo Verstraeten**

**[team@gracious.press](mailto:team@gracious.press)**

**+32 2 346 60 59**



## Communiqué de presse (1)

Tout, son contraire et n'importe quoi

### L'huile de palme de Malaisie lance une nouvelle campagne en France et en Belgique

Le Conseil Malaisien de l'Huile de Palme (MPOC) lance une appellation et une campagne d'information pour une huile de palme plus responsable

MPOC lance aujourd'hui, en France et en Belgique, une campagne d'information sur l'huile de palme de Malaisie signée par Havas Paris. L'interprofession qui regroupe les acteurs de la filière de l'huile de palme de Malaisie souhaite combattre les idées reçues et invite tout un chacun à se faire sa propre opinion. A cette occasion, MPOC lance une nouvelle appellation « Huile de Palme de Malaisie » et rappelle ses engagements pour une production plus responsable.

C'est l'huile la plus consommée au monde. Indispensable pour répondre aux besoins de l'industrie agroalimentaire mondiale, elle représente aujourd'hui 35% du marché mondial des huiles. Pourtant beaucoup de contrevérités circulent sur l'huile de palme. On dit souvent tout et son contraire, parfois tout et n'importe quoi : nutrition, santé, environnement, développement économique et durable en Asie, en Afrique. L'huile de palme est accusée de tous les maux et sa teneur en idées reçues est particulièrement élevée dans l'opinion.

Pour mieux informer les Français et les Belges, répondre aux controverses et promouvoir ce que les Malaisiens considèrent comme un produit emblématique de leur pays (8,3% du commerce extérieur, 4ème ressource nationale), le Conseil Malaisien de l'Huile de Palme (MPOC) choisit la transparence et l'ouverture. Il veut ainsi faire découvrir les initiatives et les efforts qui, sur le terrain, permettent de progresser chaque jour davantage vers une huile de palme plus durable et plus responsable. L'huile de palme de Malaisie est déjà leader sur son secteur et continue de s'améliorer avec d'ambitieux plans pour un futur plus efficace et plus responsable.

Une huile **plus responsable pour l'environnement**, grâce à une volonté partagée d'optimiser la gestion des ressources forestières et de protéger les espèces menacées. **Plus responsable aussi pour la santé** des consommateurs grâce à des recherches conduites en permanence pour améliorer un produit aux propriétés méconnues... et que les Malaisiens se refusent à modifier en recourant aux OGM. Enfin **une industrie socialement responsable**, qui permet à un nombre important de petits producteurs d'accéder à la classe moyenne grâce à un revenu récurrent et plus élevé tout en offrant des infrastructures performantes aux habitants des plantations : écoles, dispensaires, routes...

Lancée le 7 septembre, la campagne d'information de l'huile de palme « On dit tout et n'importe quoi sur l'huile de palme de Malaisie » signée par l'agence Havas Paris, est une invitation faite à chacun de se faire sa propre opinion sur l'huile de palme de Malaisie.

Elle compte sur la curiosité et l'exigence du citoyen-consommateur invité à consulter les contenus originaux et éducatifs proposés par le site [huiledepalmedemalaisie.info](http://huiledepalmedemalaisie.info).

Le dispositif de communication intégré comprend plusieurs volets :

- Une campagne presse, affichage et digitale en France et en Belgique. Ludique et colorée, la série de 5 illustrations joue avec quelques mythes populaires pour mieux interpeller.

- Un site internet pédagogique ([huiledepalmedemalaisie.info](http://huiledepalmedemalaisie.info)) propose des contenus informatifs ainsi qu'un quizz pour gagner un voyage d'étude en Malaisie...

- Un mini web-doc (6 séquences thématiques de 2 minutes environ : production, animaux, alimentation, forêt, santé, social) logé sur le site dédié, suit le périple de trois étudiants et jeunes professionnels, Angélique, Marianne et Simon à la rencontre des acteurs locaux.

- La création et l'animation de réseaux sociaux dédiés pour partager des contenus et interagir avec le public :  
[facebook.com/malaysianpalmoil](https://facebook.com/malaysianpalmoil)  
[instagram.com/malaysianpalmoil](https://instagram.com/malaysianpalmoil)  
[twitter.com/HuileDePalmeMPO](https://twitter.com/HuileDePalmeMPO)  
[twitter.com/MalaisieMPO](https://twitter.com/MalaisieMPO)

- Un relais d'information auprès des médias français et belges



## Communiqué de presse (2)

« L'huile de palme fait vivre plus d'un million de personnes directement en Malaisie, dont 300 000 petits producteurs. Nous avons lancé cette campagne pour rééquilibrer le débat et rectifier des contre-vérités dont on sous-estime les conséquences. C'est un sujet d'autant plus important pour nous que de nombreuses contre-vérités circulent sur ce produit, avec des conséquences parfois lourdes pour ceux qui travaillent dans l'industrie en Malaisie ou en Europe. » a déclaré le **Dr Yusof Basiron, CEO du Conseil Malaisien de l'Huile de Palme (MPOC)** lors de la conférence de presse de lancement.

**Carl Bek-Nielsen, producteur d'huile de palme de Malaisie, Vice-Président de United Plantations,** précise « Nous voulons permettre à chaque citoyen et consommateur de se faire sa propre opinion à partir de la réalité du terrain. Nous espérons qu'ils constateront ce qu'est la filière malaisienne de l'huile de palme qui s'engage chaque jour pour produire une huile plus responsable pour l'environnement, la santé et ceux qui en vivent. ».

### A propos de MPOC

Le Conseil Malaisien de l'Huile de Palme (MPOC) incarne la volonté de la Malaisie d'être un producteur responsable et compétitif d'huile de palme au niveau mondial. MPOC est mondialement reconnu pour son travail de documentation sur l'ensemble des sujets touchant à l'huile de palme et à son industrie. Ceci permet à MPOC de promouvoir des initiatives audacieuses en termes de développement durable, de programmes d'aides sociales et de campagnes d'information, en Malaisie et dans le monde.



# Tout, son contraire, et n'importe quoi.

## A propos de MPOC

Le Conseil Malaisien de l'Huile de Palme (MPOC) incarne la volonté de la Malaisie d'être un producteur responsable et compétitif d'huile de palme au niveau mondial. MPOC est mondialement reconnu pour son travail de documentation sur l'ensemble des sujets touchant à l'huile de palme et à son industrie. Ceci permet à MPOC de promouvoir des initiatives audacieuses en termes de développement durable, de programmes d'aides sociales et de campagnes d'information, en Malaisie et dans le monde.



C'est l'huile la plus consommée au monde. Mais l'importance de l'huile de palme dans les débats et dans l'imaginaire dépasse largement ses 35% de parts sur le marché des huiles. Et sa teneur en idées reçues est particulièrement élevée !

Beaucoup de contrevérités circulent sur l'huile de palme. On dit souvent tout et son contraire, parfois tout et n'importe quoi : nutrition, santé, environnement, développement économique et durable en Asie, en Afrique...

Les attaques de ses détracteurs européens n'entament pas son succès. Une situation qui pose de vraies questions de fond sur ses atouts et ses limites. La réalité, c'est que l'huile de palme est devenue incontournable pour répondre aux besoins d'une population mondiale de plus de 7 milliards d'individus et qu'elle n'a pas d'équivalent dans l'industrie agroalimentaire.



Pour répondre aux controverses et promouvoir ce que les Malaisiens considèrent comme un produit emblématique de leur pays, le Conseil Malaisien de l'Huile de Palme (MPOC) a choisi la transparence et l'ouverture.

MPOC a décidé de faire découvrir les initiatives et les efforts, qui sur le terrain, permettent de progresser chaque jour davantage vers une huile de palme plus durable et plus responsable.

Une huile plus responsable pour l'environnement, grâce à une volonté partagée d'optimiser la gestion des ressources forestières et de protéger les espèces menacées.

Plus responsable aussi pour la santé des consommateurs grâce à des recherches conduites en permanence pour améliorer un produit aux propriétés méconnues... et que les malaisiens se refusent à modifier en recourant aux OGM.

Enfin une industrie socialement responsable, qui permet à un nombre important de petits producteurs d'accéder à la classe moyenne grâce à un revenu récurrent et plus élevé, mais aussi d'offrir des infrastructures performantes aux habitants des plantations : écoles, dispensaires, routes...

Pour commencer, MPOC ouvre les portes de l'industrie malaisienne à trois étudiants et jeunes professionnels de France et de Belgique. En toute liberté et transparence, ils ont ainsi pu visiter plantations, usines, laboratoires, cliniques vétérinaires pour découvrir concrètement ce produit et ainsi mieux connaître la filière.

La campagne d'information qui vous est présentée aujourd'hui, signée par l'agence Havas Paris, est une invitation faite à chacun de se faire sa propre opinion sur l'huile de palme de Malaisie.

Au-delà d'une campagne presse, affiche et digitale, le site internet [huiledepalmedemalaisie.info](http://huiledepalmedemalaisie.info) permet ainsi de découvrir le périple d'Angélique, Marianne et Simon. Il fait le point sur les idées reçues et les débats que l'huile de palme soulève grâce à des exemples concrets, des chiffres à jours et des éléments précis sur les engagements malaisiens pour développer une huile de palme plus durable.



# L'huile de Palme de Malaisie

La filière malaisienne de l'huile de palme essaye d'améliorer constamment ses pratiques et méthodes. Son objectif : produire une huile plus responsable pour la santé des consommateurs et l'environnement. En lançant l'Appellation Huile de Palme de Malaisie, c'est toute une production vieille d'un siècle et demi qui s'engage sur des valeurs exigeantes et ambitieuses.

Non pas pour dire que tout serait parfait.

Mais pour faire en sorte que les choses aillent mieux.

## L'huile de palme de Malaisie

L'huile de palme est extraite du fruit, la noix, qui est récoltée sur les palmiers à huile plusieurs fois par an. La Malaisie offre un climat particulièrement propice à cette culture qui a été introduite par les Européens à la fin du XIXe siècle.

Au fil des décennies, elle est devenue une ressource emblématique

L'huile de palme connaît toute sorte d'emplois: agro-alimentaire, cosmétiques, bio-carburants...

Ses applications sont nombreuses et la demande toujours plus forte.

Une demande qui peut être satisfaite grâce à l'exceptionnelle productivité du palmier : un hectare de palmiers produit six fois plus d'huile qu'un hectare de soja (le deuxième oléagineux le plus productif). Ce sont donc six fois moins de terrain au minimum qui sont consacrés à la production d'huile.

Aujourd'hui, plusieurs qualités d'huiles sont produites, sous des labels différents : RSPO, MSPO... qui correspondent aux attentes d'une clientèle internationale toujours plus exigeante en termes de RSE.

## Nutrition

L'huile de palme est une huile fruitière offrant une grande stabilité à haute température. Elle a pour spécificité de ne pas produire d'acides gras-trans quand elle est hydrogénée, lors du traitement agro-industriel par exemple. Parfaitement équilibrée entre acides gras saturés et insaturés, elle est riche en vitamines A et E tocotriénols. L'industrie agro-alimentaire l'apprécie particulièrement car elle reste solide jusqu'à 30 degré et est neutre en goût.

Comme toutes les matières grasses, la consommation d'huile de palme doit se faire de manière raisonnable et dans le cadre d'une alimentation variée. Ce qui est vraisemblablement le cas en Europe, puisqu'en France elle ne compterait que pour 10% des apports journaliers en lipide des consommateurs.

## Forêts

60% du territoire malaisien est couvert par des forêts qui sont le poumon de la planète et un trésor de bio-diversité. C'est un environnement précieux et un héritage dont les Malaisiens sont fiers et qu'ils souhaitent protéger.

Le pays a pris des engagements forts pour que la proportion de forêts sur le territoire ne descende pas sous les 50% : permis de défrichage délivrés au compte goutte, priorité donnée à la réjuvenation des parcelles déjà existantes... La protection de la forêt primaire est garantie par un arsenal pénal dissuasif qui interdit la déforestation illégale et par brûlis.

Grâce à des institutions comme la FRIM (Forest Research Institute Malaysia), la Malaisie a également lancé des efforts pour replanter et gérer son patrimoine forestier de manière rigoureuse.

## Protection de la biodiversité

Le développement agricole pose directement la question du rapport de l'homme à son environnement et notamment aux autres espèces avec lesquelles il cohabite. Protéger la biodiversité des forêts malaisiennes nécessite une résolution sans faille que promeut et défend MPOC.

D'abord par des actions concrètes comme la construction de sanctuaires qui soignent et accompagnent les animaux (orangs-outans, éléphants, ours...), la mise en place de corridors, ou en choisissant protégeant les chouettes et serpents, prédateurs naturels de nuisibles comme les rats...

La protection de la biodiversité passe également par un travail pédagogique constant auprès des planteurs pour que ceux-ci participent aussi au développement des espèces protégées.

Chaque année le Fonds Malaisien de l'Huile de Palme pour la Protection de la Vie Sauvage (MPOWCF) investit plusieurs dizaines de millions de ringgit dans ces initiatives.

## Economie

En Malaisie, le commerce et la transformation de l'huile de palme a connu un formidable essor depuis les années 60, au point d'en faire la quatrième source de richesse du pays et de représenter 11% du PIB malaisien. C'est l'équivalent de la contribution de l'automobile au PIB français. Plusieurs millions de malaisiens vivent de l'industrie et de ses débouchés.

## Développement humain et social

La culture de l'huile de palme a joué un rôle décisif dans la réduction du taux de pauvreté des malaisiens de 50% à moins de 5% depuis l'indépendance du pays. Ceci s'explique notamment par la part importante des petits producteurs dans le pays : 40% de la production vient de 300 000 fermiers indépendants, qui exploitent des lopins de moins de 20 hectares. En offrant un revenu correct et récurrent, la culture du palmier à huile a permis le développement d'une véritable classe moyenne rurale durant les dernières décennies... Et a même attiré des urbains lassés par leur précarité !

Les planteurs mutualisent par ailleurs les infrastructures, et multiplient écoles et cliniques pour éduquer et soigner les enfants ou leurs employés, perpétuant un cercle vertueux de développement.



## Quelques chiffres (1)

### 🌿 l'huile de palme 🌿

Quelques chiffres intéressants et parfois méconnus sur l'huile de palme de Malaisie.

#### Protection de l'environnement et de la biodiversité



60% du territoire malaisien est recouvert de forêt primaire ou secondaire



11 000 orangs outangs à Sabah (état malaisien au nord de Bornéo)



56% de la production mondiale d'huile de palme durable provient de Malaisie, alors que le pays n'est que le deuxième producteur d'huile de palme !



1% des terres agricoles exploitées dans le monde



38% de la production mondiale d'huile végétale.

## Quelques chiffres (2)

### Santé et apports nutritionnels

#### Dans l'huile de palme



#### Dans le beurre



0% d'acides gras trans, d'OGM ou de cholestérol



Vitamines A, E, Béta-carotènes et tocotriénols

### Économie internationale

#### L'huile de palme en France :



de recettes fiscales liées à l'huile de palme



du PIB français provient du marché de l'huile de palme

#### L'huile de palme en Europe :



sont liés à l'importation de l'huile de palme



de contributions aux recettes fiscales liées à l'huile de palme

## Quelques chiffres (3)

### Petits exploitants



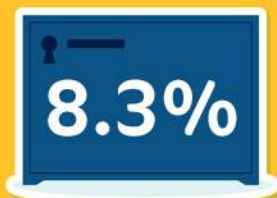
300 000 petits producteurs



40% de la production  
vient de petits producteurs (moins de 20 ha)

### Économie internationale

Huile de palme :



du commerce extérieur  
de la Malaisie en 2014

Automobile :



du commerce extérieur  
de la France en 2014



17 millions de tonnes d'huile de palme  
ont été exportées par la Malaisie en 2014



4<sup>ème</sup> source de revenus du pays



2<sup>ème</sup> producteur et exportateur mondial  
d'huile de palme et en 2014





# La campagne

## Dispositif

MPOC a choisi la transparence pour répondre aux idées reçues comme aux questions de fond qui se posent sur l'huile de palme.

Des questions qui deviennent parfois tellement passionnelles, qu'il fallait d'abord apporter un peu de recul face aux idées reçues qui circulent parfois dans l'opinion.

Le dispositif de la campagne « On dit tout et n'importe quoi sur l'huile de palme de Malaisie » compte sur la curiosité et l'exigence du citoyen-consommateur. D'abord en l'interpellant, par la réécriture de quelques mythes populaires, puis en l'invitant à se faire sa propre opinion grâce aux contenus originaux et éducatifs offerts par le site [huiledepalmedemalaisie.info](http://huiledepalmedemalaisie.info)

Le dispositif de communication imaginé et réalisé par l'agence Havas Paris, intègre :

- Une campagne presse, affichage et digitale (France – Belgique /5 visuels)
- D'un site internet pédagogique ([huiledepalmedemalaisie.info](http://huiledepalmedemalaisie.info)) proposant
  - Des contenus informatifs,
  - Un mini web-doc qui suit les expériences des étudiants et jeunes professionnels qui sont allés à la rencontre des acteurs locaux,
  - Ainsi qu'un quizz pour gagner un voyage d'étude en Malaisie...
- La création et l'animation de réseaux sociaux dédiés permettant de partager des contenus et d'interagir avec le public :
  - [facebook.com/malaysianpalmoil](https://facebook.com/malaysianpalmoil)
  - [instagram.com/malaysianpalmoil](https://instagram.com/malaysianpalmoil)
  - [twitter.com/HuileDePalmeMPO](https://twitter.com/HuileDePalmeMPO)
  - [twitter.com/MalaisieMPO](https://twitter.com/MalaisieMPO)
- Un relai d'information auprès des médias français et belges.

« L'huile de Palme pose question pour les consommateurs mais aussi pour les citoyens du monde que nous sommes. » explique Valérie Planchez, Vice-Présidente de l'agence Havas Paris. « Pour répondre aux craintes et combattre les idées reçues, il fallait un dispositif à la hauteur des enjeux de réputation. Nous y répondons par la transparence, l'ouverture et la pédagogie. »