VERS UNE HUILE DE PALME PLUS RESPONSABLE

Enquête. En mars 2010, une ONG accusait Nestlé d'accélérer la déforestation en utilisant de l'huile de palme non durable dans ses barres Kit Kat. Cinq ans plus tard, 13 millions d'hectares de forêt disparaissent toujours annuellement, mais des outils existent désormais pour lutter contre ce saccage.

PAR CLAIRE LEFEBVRE

Tout a commencé par une vidéo postée sur Youtube. On y voit un employé de bureau qui, pensant déguster une barre chocolatée Kit Kat, croque... un doigt d'orang-outang ! Le sang s'écoule alors sur son clavier d'ordinateur et le message apparaît dans la foulée, signé Greenpeace : « *Laissons les singes tranquilles. Empêchons Nestlé d'utiliser une huile de palme produite par des entreprises qui saccagent la forêt tropicale amazonienne.* » En quelques heures, la vidéo devient virale. Les médias du monde entier s'emparent du sujet. Nestlé n'a d'autre choix que d'arrêter ses approvisionnements auprès du producteur visé, le deuxième plus gros de la planète, Golden Agri-Resources.

Pour lutter contre la déforestation, Nestlé a régulé sa façon de s'approvisionner en huile de palme, épaulée par l'ONG The Forest Trust.

ÉLECTROCHOC

Un cas d'école de cyber-militantisme. « *Mais pour nous, cette campagne a surtout été un électrochoc*, explique, cinq ans plus tard, le directeur du développement durable de Nestlé, en France, Jean-Manuel Bluet. *Elle nous a fait prendre conscience qu'on ne pouvait pas se contenter de faire signer une charte de bonnes pratiques à nos fournisseurs, sans regarder ce qui se passait en amont. Nous avons compris qu'il fallait être vigilant sur toute la ligne.* » Et surtout qu'avec Internet, la moindre erreur ne pardonnait plus.

Alors il a fallu tout revoir. Et vite. Car il était hors de question pour le géant de l'agroalimentaire de renoncer à cette huile miraculeuse, au goût neutre, peu coûteuse, facile à conserver, restant solide à température ambiante et se substituant aux graisses partiellement hydrogénées contenant des acides gras trans, dangereux pour la santé. Les intermédiaires ont donc été listés, les plantations ont été cartographiées, les producteurs ne respectant pas le niveau d'exigence le plus élevé de la certification RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) ont été mis en demeure, et les autres ont été incités à aller plus loin dans cette démarche en respectant aussi les tourbières, les couloirs de passage des animaux et des forêts-réservoirs de CO_2. Un travail long, coûteux et fastidieux, réalisé en partenariat avec The Forest Trust, une ONG spécialisée dans l'accompagnement des entreprises pour que celles-ci s'approvisionnent de manière responsable. « *Les petits planteurs, qui produisent plus de 40 % de l'huile mondiale, restent difficiles à toucher, car ils ne sont pas rémunérés pour leurs efforts et ne voient pas l'intérêt de changer leurs pratiques. Mais peu à peu, en leur montrant comment accroître leurs rendements en utilisant les bonnes variétés au bon moment, en leur apprenant à tailler les arbres et à récolter quand il le faut, plutôt qu'en déforestant, on y arrive* », explique le directeur de The Forest Trust, Bastien Sachet, dont les équipes travaillent toute l'année depuis 2010 sur le terrain. Le contrôle est réalisé par les bureaux Veritas et SGS, spécialisés dans l'inspection et la certification. Tout cela, sous le regard vigilant de Greenpeace. Résultat : fin 2014, le géant suisse annonçait dans son bilan annuel une huile tracée à 82 % et durable à 32 %.

PRISE DE CONSCIENCE

Mais surtout, la démarche de la multinationale a fait boule de neige. Dans la foulée de Nestlé, des géants comme Ferrero, Unilever ou Johnson&Johnson ont en effet annoncé leur engagement dans une politique zéro déforestation, obligeant les principaux négociants à revoir à leur tour leurs approvisionnements et ainsi, à peser sur les producteurs.

« *Les choses évoluent dans le bon sens*, reconnaît Alain Rival, chercheur au Cirad et spécialiste de la culture du palmier à huile. *Mais on ne peut pas demander aux entreprises de tout faire. Il ne faut pas oublier que les marques occidentales, qui tirent la filière vers le haut, ne constituent que 17 % des acheteurs. L'essentiel de la demande se trouve sur les marchés émergents, où les consommateurs sont beaucoup moins exigeants sur les questions éthiques et environnementales.* » D'où ce paradoxe : près de la moitié de l'huile de palme durable reste sur les bras des producteurs et finit par être vendue sans être valorisée comme telle. « *Sans implication des gouvernements locaux par la mise en place d'une réglementation claire et contraignante, sans lutte contre la corruption et sans une recherche fondamentale sur les manières de produire de façon durable, on n'arrivera pas à mettre en place des standards précis et on ne pourra pas passer à l'étape supérieure qui consiste à imposer à tous ce que les entreprises choisissent pour le moment de s'imposer ou non à elles-mêmes* », poursuit le chercheur.

Une démarche d'autant plus nécessaire que l'huile de palme est à l'origine de « seulement » 20 à 30 % du saccage des forêts dans le monde, le reste provenant de l'exploitation du bois, de l'extraction minière, de la production de pâte à papier, de l'élevage à grande échelle et de la culture intensive du soja. « *Le savoir-faire acquis sur la production d'une huile de palme durable – les cartographies réalisées, les standards définis par les chercheurs, les modes de contrôles mis en place et les réglementations esquissées par les Etats - doit être appliqué aux autres types de production* », plaide Alain Rival, en soulignant le rôle moteur à jouer sur ce terrain par les ONG et multinationales.

Nestlé l'a d'ores et déjà fait en repensant l'ensemble de ses approvisionnements (en café, cacao, papier, sucre, soja, noisettes, viande, etc.) suite à la campagne de 2010 de Greenpeace. Rien de parfait encore, mais c'est un bon début. ■