

Tout, son contraire et n'importe quoi
**L'huile de palme de Malaisie fait campagne
avec l'agence Havas Paris**

Le Conseil Malaisien de l'Huile de Palme lance une marque de provenance et une campagne d'information pour une huile de palme plus responsable

Paris, le 7 septembre 2015

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% des exportations, 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 officiellement 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**.

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) 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) signé Havas Productions et 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 instagram.com/malaysianpalmoil
twitter.com/HuileDePalmeMPO twitter.com/PalmOlieMPO
- Un relais d'information auprès des médias français et belges

« *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.* ».

« *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.* »

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.

Contacts presse :

FRANCE
Samuel Rousseau
samuel.rousseau@havasww.com
+33 6 51 03 51 43

BELGIQUE
Isabelle Peemans et Bavo Verstraeten
team@gracious.press
+32 2 346 60 59