

nutella

TRANSFORMATEUR

ENTREPRISE

NUTELLA - FERRERO

Chiffre d'Affaires (2016) :
10,3 milliards d'€

Effectif (2017) : 33 000

Pays (siège social) : Italie

Site internet :

<https://www.nutella.com/fr/fr>

Contact:

+33(0)1 58 47 81 33
presseferrero@havas.com



Pour en savoir plus

<https://openlab-nutella.com/>

<https://www.nutella.com/fr/fr/groupe-ferrero>

Vers une huile de palme durable avec NUTELLA

CONTEXTE

Créée en 1964, NUTELLA est une marque du groupe FERRERO spécialisée dans la production de pâte à tartiner et de produits dérivés.

La marque domine largement le marché mondial de la pâte à tartiner, avec en 2013, 1/3 de la production mondiale et plus de 80% des ventes de pâtes à tartiner en France.

Récemment, NUTELLA a lancé son nouveau programme **Openlab**, en s'engageant notamment dans une démarche de progrès pour une production d'huile de palme, ingrédient largement remis en cause par le public, plus respectueuse des hommes et de l'environnement.

OBJECTIF(S)

- Améliorer l'image de la marque et de la production par rapport à l'utilisation d'huile de palme
- Produire une huile de palme de manière plus durable, plus respectueuse des écosystèmes



DÉMARCHE

La démarche **OpenLab** de NUTELLA se distingue en trois grands points :

- **la traçabilité jusqu'aux plantations** : 100% de l'huile de palme utilisée par la marque est certifiée RSPO ségréguée, c'est-à-dire le niveau de certification le plus exigeant possible, assurant une traçabilité depuis les plantations d'origine jusqu'à son utilisation dans les usines du groupe. Les productions certifiées et non-certifiées étant séparées physiquement
- **charte qualité** : les producteurs d'huile de palme du groupe sont dans l'obligation de respecter une charte qualité en quatre points :
 - zéro déforestation : engagement dans la protection des zones de forêts à haute valeur en carbone, ainsi que les tourbières

DÉMARCHE (SUITE)

- préservation des habitats naturels et de la biodiversité : respect de l'habitat naturel des espèces animales ainsi que de l'ensemble de la biodiversité
- intégration et développement des petits producteurs : participation de petits exploitants agricoles et assurance qu'ils soient en mesure de répondre aux exigences du groupe
- respect des droits humains : respect du droit des travailleurs et des communautés locales par les fournisseurs
- **surveillance satellitaire** : protection par surveillance satellite des zones de forêts protégées, en partenariat avec AIRBUS DEFENCE and SPACE, TFT et STARVISION. Il s'agit d'une innovation sur le plan technologique, associant radar de haute résolution et imagerie optique. Le contrôle est effectué à intervalle variable, dépendant du risque des parcelles cultivées.

L'Openlab de Nutella se veut comme un lieu de partage de point de vue.

En parallèle de ces trois initiatives, Nutella a organisé des séances de débats en lien avec la culture de l'huile de palme : « Huile de palme durable, mythe ou réalité ? », « L'huile de palme dans l'alimentation en France. », « Comment mettre en œuvre les engagements pour une huile de palme durable ? » et « La place des petits planteurs dans une démarche de production durable. », ainsi que des séances de questions-réponses avec des internautes en ligne.

FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Opération nécessaire pour une marque au cœur des débats sur l'huile de palme
- Mise en avant des deux points de vue sur la question de l'huile de palme : pour et contre

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIERE
<ul style="list-style-type: none"> • Démarche nécessaire pour l'image de marque • Maintien du leadership sur le marché des pâtes à tartiner 	<ul style="list-style-type: none"> • Participation de petits producteurs mise en avant • Prise en compte des critiques d'ONG tels que Greenpeace sur l'utilisation de l'huile de palme non durable