



for a living planet®

WWF Italia

Ufficio Stampa e  
Relazioni media

Via Po, 25/c  
00198 Roma  
Tel: 06844971  
Fax: 06-85300612  
e-mail: soci@wwf.it

[www.wwf.it](http://www.wwf.it)

## “PALMOIL SCORECARDS”

### LE PAGELLE WWF SULL'UTILIZZO DI OLIO DI PALMA: SU 130 IMPRESE SOLO IL 50% USA OLIO DI PALMA SOSTENIBILE

**Lo sviluppo di un mercato responsabile dipende dalla trasparenza e completezza dei dati**

**TUTTE LE SCORECARDS SCARICABILI QUI:** [www.panda.org/palmoilscorecard/2011](http://www.panda.org/palmoilscorecard/2011)

Il WWF ha presentato oggi, nel corso della nona Tavola Rotonda sull'olio di palma sostenibile a Kota Kinabalu, in Malesia, le pagelle globali sull'utilizzo di olio di palma sostenibile, alternativa responsabile, e già applicata da alcune aziende in Europa, Australia e Giappone, alle tradizionali piantagioni di olio di palma che rappresentano una delle maggiori minacce per la conservazione delle ultime foreste tropicali e della loro biodiversità.

**"Non è mai stato così facile per le aziende scegliere un consumo responsabile di olio di palma",** dichiara Adam Harrison, Senior Policy Officer di WWF UK e rappresentante del WWF presso la Tavola Rotonda sull'olio di palma sostenibile (RSPO). "Ci sono molte opzioni disponibili per tutte le società che scelgono di acquistare olio di palma certificato e sostenibile. Eppure le Palm Oil Buyers' Scorecard del WWF mostrano che **solo la metà dell'olio di palma oggi utilizzato dalle società valutate è sostenibile.** È quindi evidente che prevalgono ancora logiche economiche e di profitto facile, che spingono una buona parte dei produttori e rivenditori a non mantenere l'impegno di utilizzare il 100% di olio di palma sostenibile, mentre molti altri non hanno nemmeno avviato una pratica di corretto approvvigionamento".

L'approvvigionamento di olio di palma certificato proveniente da piantagioni controllate è cresciuto sensibilmente rispetto ai dati 2009, ed è **attualmente pari a 5 milioni di tonnellate, rappresentando il 10 per cento della produzione mondiale** di olio di palma. Ma ancora oggi, come nel 2009, **solo la metà dell'olio di palma sostenibile prodotto viene effettivamente venduto.**

Le Palm Oil Buyers' Scorecard WWF 2011 - un aggiornamento del report pubblicato la prima volta nel 2009 - coinvolgono **oltre 130 produttori e distributori** illustrando il loro impegno futuro e l'utilizzo attuale di olio di palma certificato, secondo gli standard internazionalmente riconosciuti della RSPO.

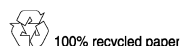
Secondo i dati WWF, la maggior parte delle aziende valutate nel 2009 e nel 2011 ha compiuto significativi passi avanti nell'utilizzo di olio di palma sostenibile, dimostrando che si tratta di un'alternativa sempre più diffusa. Inoltre, **87 delle 132 aziende coinvolte si sono impegnate ad approvvigionarsi per il 100% di olio di palma con certificazione RSPO entro il 2015 se non prima.** Ma a oggi, **quasi la metà dei distributori (17 su 43) e più di un quinto dei produttori (15 su 89) hanno totalizzato un punteggio molto basso** rispetto alle responsabilità assunte per l'impatto del loro approvvigionamento di olio di palma. E' quindi più che mai urgente **accelerare tali processi dando una svolta incisiva al mercato,** accrescendo l'impegno di tutti per una maggiore responsabilità negli acquisti e arrestando i violenti processi di deforestazione in corso.



Lo scopo finale del WWF è fermare e far regredire il degrado dell'ambiente naturale del nostro pianeta e contribuire a costruire un futuro in cui l'umanità possa vivere in armonia con la natura.

Registrato come:  
WWF Italia  
Via Po, 25/c  
00198 Roma

Cod.Fisc. 80078430586  
P.IVA IT 02121111005



100% recycled paper

Ente morale riconosciuto con  
D.P.R. n.493 del 4.4.74.

Schedario Anagrafe Naz.le  
Ricerche N. H 1890AD2.

O.N.G. idoneità riconosciuta  
con D.M. 2005/337/000950/5  
del 9.2.2005 - ONLUS di  
diritto



**for a living planet®**

A livello internazionale hanno raggiunto i punteggi più alti sull'utilizzo di olio di palma sostenibile imprese come **Unilever, IKEA, Tesco, Findus, L'Oréal o Body Shop**, dimostrando che per le aziende assumere un impegno significativo è possibile, indipendentemente dalla quantità di prodotto che utilizzano.

Anche **l'Italia** è un mercato importante nel consumo di olio di palma e i dati evidenziati dal nuovo rapporto indicano la necessità di un maggior impegno da parte delle nostre imprese nazionali e l'urgenza di accelerare una pratica di corretto approvvigionamento.

“Acquistare solo prodotti certificati e ritenuti sostenibili è una scelta obbligata”, dichiara **Massimiliano Rocco, Responsabile Foreste del WWF Italia** “è un impegno irrinunciabile e improcrastinabile che l'industria privata deve assumere per contribuire ad arrestare la deforestazione delle ultime foreste tropicali del nostro pianeta, da quelle dell'Indonesia al Bacino del Congo, di cui si continuano a perdere milioni di ettari ogni anno”.

In generale, il dato più critico, a livello globale così come in **Italia**, è rappresentato dalla **incompletezza dei dati forniti** dalle aziende in merito ai volumi di olio di palma utilizzati, un dato che non solo implica un forte disincentivo per i produttori a procedere con ulteriori certificazioni, ma impedisce l'analisi del mercato necessaria all'elaborazione di strategie efficaci per l'approvvigionamento di olio di palma sostenibile.

"Il WWF chiede a tutte le aziende del mercato, e per l'Italia in particolare a **Ferrero e Barilla** che hanno scelto di aderire a questo processo di valutazione globale, di rafforzare il percorso intrapreso per migliorare le proprie performance dando anche un segnale di attivazione sul tema della trasparenza", ha commentato **Rocco del WWF Italia**. "Se chiediamo ai coltivatori di agire con responsabilità, è necessario che le aziende che acquistano olio di palma dichiarino chiaramente le quantità di prodotto che utilizzano e utilizzeranno in futuro. Solo così sarà possibile orientare il mercato dell'olio di palma verso la sostenibilità."

WWF ha dedicato gran parte del lavoro di valutazione a Europa, Australia e Giappone, in quanto rappresentano i mercati più rilevanti per l'olio di palma sostenibile. Tuttavia il WWF riconosce che in altri paesi giocano un ruolo chiave: tra questi Cina e India, che insieme rappresentano il 27 per cento del mercato globale dell'olio di palma, Indonesia e Malesia, dove si produce la maggior parte dell'olio di palma, e gli Stati Uniti, dove risiedono molte aziende la cui azione in questo campo ha un impatto globale importante.

### **LE RACCOMANDAZIONI DEL WWF PER IMPRESE E CONSUMATORI**

Le aziende dovrebbero:

1. Aderire alla RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) come membri attivi
2. Impegnarsi ad approvvigionarsi del 100% di olio di palma certificato RSPO entro il 2015
3. Essere trasparenti sul loro uso di olio di palma



**for a living planet®**

4. Iniziare a utilizzare olio di palma sostenibile certificato
5. Investire nelle catene di fornitura tracciabile di certificazione dell'olio di palma sostenibile
6. Per i rivenditori, andare oltre agli impegni che riguardano il proprio brand
7. Contribuire a una sensibilizzazione globale in merito al olio di palma sostenibile e alla RSPO

**I consumatori possono:**

1. Acquistare da aziende che hanno assunto l'impegno di acquistare olio di palma (applicazioni mobile <http://bit.ly/tvMstr>)
2. Cercare il marchio RSPO sui prodotti
3. Chiedere ai rivenditori i prodotti con olio di palma certificato
4. Chiedere ai produttori di approvvigionarsi di olio di palma sostenibile

*Roma, 22 novembre 2011*

*Ufficio stampa WWF Italia – tel. 06-84497.265/213 – Cell.: 349 1702762 – 02 83133233*