

RAPPORT MONDE ÉCONOMIQUE

VUE D'ENSEMBLE DES RELATIONS ENTREPRISES

Année fiscale 2016 (01 juillet 2015 - 30 juin 2016)

WWF

Le WWF est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de près de 6 millions de membres, le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature, en conservant la diversité biologique mondiale, en assurant une utilisation soutenable des ressources naturelles renouvelables, et en faisant la promotion de la réduction de la pollution et du gaspillage.

Depuis 1973, le WWF France agit au quotidien afin d'offrir aux générations futures une planète vivante. Avec ses bénévoles et le soutien de ses 200 000 donateurs, le WWF France mène des actions concrètes pour sauvegarder les milieux naturels et leurs espèces, assurer la promotion de modes de vie durables, former les décideurs, accompagner les entreprises dans la réduction de leur empreinte écologique, et éduquer les jeunes publics. Mais pour que le changement soit acceptable, il ne peut passer que par le respect de chacune et chacun. C'est la raison pour laquelle la philosophie du WWF est fondée sur le dialogue et l'action.

Depuis décembre 2009, la navigatrice Isabelle Autissier est présidente du WWF France.

Pascal Canfin en est devenu le directeur général en janvier 2016.

Retrouvez une synthèse du travail du WWF-France : [cliquez ici](#)

Ensemble, nous sommes la solution.

Pour plus d'information sur nos relations avec le monde économique

Marie-Christine Korniloff : mckorniloff@wwf.fr

Contact Presse

Annabelle Ledoux : aledoux@wwf.fr



© Concept & design by © ArthurSteenHorneAdamson

© 1986 Panda Symbol WWF - World Wide Fund For nature
(Formerly World Wildlife Fund)

® «WWF» & «Living planet» are WWF Registered Trademarks /
«WWF» & «Pour une planète vivante» sont des marques déposées.

WWF France, 1 carrefour de Longchamp, 75016 Paris.

NOTRE MISSION

Pour mieux répondre à l'urgence écologique, le WWF s'est lancé dans une vaste révision de son cadre d'analyse et d'action. Notre nouvelle stratégie reflète les mutations de la planète. Elle va nous permettre de simplifier, d'unifier et de concentrer nos efforts afin de relever les grands défis qui s'annoncent.

Nous allons poursuivre notre action locale dans les différentes écorégions cruciales du globe, mais en ciblant plus particulièrement six objectifs globaux (faune sauvage, forêts, océans, eau douce, climat et alimentation) et trois grands facteurs de dégradation environnementale (marchés, finance et gouvernance).

Parce qu'une organisation ne peut à elle seule donner corps au changement auquel elle aspire, nous continuerons à nouer des partenariats avec les communautés locales et les entreprises multinationales, les gouvernements et les autres ONG, les institutions financières et les agences d'aide au développement, les consommateurs et les chercheurs. C'est via ces coalitions puissantes que nous pourrions accélérer le changement et bâtir un avenir soutenable. Ensemble, nous rallierons des centaines de millions de personnes aux quatre coins du globe pour les amener à se mobiliser et à faire entendre leur souhait d'un monde meilleur.

Plus que jamais, le WWF du 21ème siècle sera axé sur les résultats, apte tout à la fois à assimiler les innovations, à nouer des partenariats étroits et influents et à mobiliser les citoyens à grande échelle.

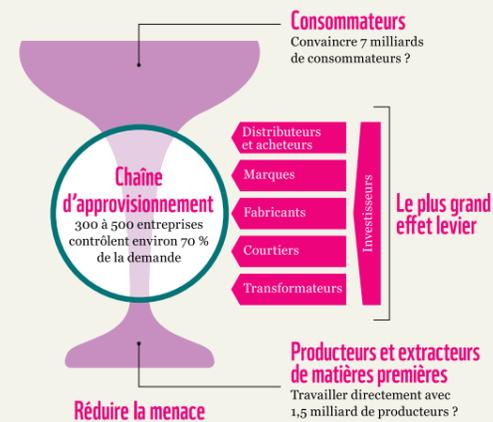


NOTRE APPROCHE

Le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature. Comme le démontre l'édition 2016 du **Rapport Planète Vivante**, le défi est colossal. Si grand, si global, si systémique, que notre organisation ne peut pas le relever toute seule. C'est pourquoi, nous avons choisi de nous engager dans une action collaborative afin d'initier, ensemble, un changement positif et durable.

En travaillant avec le monde de l'entreprise, le WWF s'efforce de faire changer les pratiques et d'obtenir des résultats concrets. Il s'agit de trouver ensemble des solutions pour faire baisser l'empreinte écologique de l'humanité et relever les défis de conservation tels que stopper la déforestation, empêcher la pénurie d'eau, lutter contre la surpêche ou encore enrayer les effets du changement climatique.

Agir au cœur de la chaîne



Transformer les marchés et changer les modes de consommation

300 à 500 entreprises contrôlent environ 70 % des marchés mondiaux des matières premières considérées comme critiques par le WWF.

En convainquant un nombre significatif d'entreprises d'utiliser des standards de production durables, il est possible de pousser le marché jusqu'à un point de bascule où la production durable devient la norme.

En France, le WWF a identifié les 25 entreprises françaises

prioritaires pour une transformation rapide des marchés, car elles impactent le plus les écosystèmes terrestres et marins.

Toutes ces entreprises ont un rôle prépondérant à jouer dans la transformation des marchés, quel que soit leur positionnement au sein de la chaîne d'approvisionnement.

Réduire l'empreinte carbone et accélérer la transition énergétique

En décembre 2015 lors de la COP21, ce sont plus de 10 000 engagements qui ont été pris par les acteurs non étatiques et qui joueront de fait un rôle clé dans la mise en œuvre de l'Accord de Paris.

80 % des 500 plus grandes entreprises disposent d'ores et déjà d'objectifs de réduction de leurs émissions de GES ou de gestion de l'énergie, mais trop peu sont assez ambitieux pour rester sur une trajectoire en dessous des 2°C. En plus de l'initiative mondiale « **Science Based Targets** », le WWF travaille avec certaines entreprises sur l'énergie, les infrastructures, les modes de vie et la ville de demain pour accélérer cette transition et mettre en œuvre des pratiques et des solutions bas carbone.

L'approche que le WWF a choisie pour travailler avec les entreprises est axée sur la recherche de solutions. Elle est à la fois collaborative et ambitieuse dans ses objectifs. Ainsi, dans le cadre de nos relations avec le monde économique, la force du WWF réside dans :

- **Notre réseau international**, qui nous confère un spectre d'influence élargi sur l'échiquier planétaire ;
- **Notre vision stratégique et critique** d'ONG militante ;
- **Notre capacité à mobiliser et à fédérer** plusieurs parties prenantes dans une direction commune ;
- **Notre expertise scientifique**, nos savoir-faire, nos outils et notre expérience des marchés ;
- **Notre reconnaissance** à l'échelle globale.

Plus spécifiquement, notre travail avec les entreprises atteindra ses objectifs si nous nous assurons de :

- Promouvoir une production et un approvisionnement durable des matières premières qui ne soient pas source de déforestation ou liés à un usage non responsable de l'eau ;
- Encourager la transition vers une société décarbonnée et des villes durables grâce à la sobriété et l'efficacité énergétique mais aussi 100% d'énergies renouvelables pour s'éloigner des énergies fossiles ;
- Mener des actions de plaidoyer conjointes afin de faire évoluer les politiques publiques ;
- Encourager le partage équitable des ressources naturelles ;
- Rediriger les flux financiers afin qu'ils appuient la conservation et la gestion durable des écosystèmes ;
- Sensibiliser le grand public sur la nécessité d'une consommation plus durable ;
- Protéger les écosystèmes prioritaires.

Nos modes d'actions sont variés, nous soutenons l'application des lois afin de lutter contre les activités illégales ou non responsables, nous encourageons les entreprises et les industries à s'engager durablement et à prendre part aux discussions sur les politiques publiques, et nous soutenons les certifications que nous jugeons crédibles (Ex. Forest Stewardship Council (FSC), Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC), Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Roundtable on Responsible Soy (RTRS)) tout en travaillant pour améliorer leurs niveaux d'ambition.

Nous développons aussi des initiatives avec d'autres acteurs pour accroître notre impact comme l'initiative "Science Based Targets" lancée en 2015 aux côtés du Carbon Disclosure Project (CDP), du Global Compact et du World Resources Institute (WRI) pour inciter les entreprises à s'engager publiquement en faveur d'objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre en ligne avec les recommandations scientifiques et l'Accord de Paris de maintenir le réchauffement climatique bien en dessous de 2°C.

Nous publions des rapports thématiques, nous mobilisons le grand public grâce à des campagnes d'envergure sur les problématiques liées aux activités économiques et enfin nous créons des partenariats avec les entreprises qui souhaitent agir durablement.

Ce rapport présente une vue d'ensemble des partenariats que le WWF-France a créés avec les entreprises.

La plupart des engagements du WWF France avec les entreprises se concentrent sur les thèmes du climat, de l'énergie, des villes durables, de la forêt, des océans et de l'alimentation.

LES PARTENARIATS TRANSFORMATIONNELS DU MONDE ÉCONOMIQUE

La coopération avec nos partenaires est basée sur une compréhension partagée des problématiques, une mise en place d'objectifs ambitieux, ainsi qu'une volonté de communiquer publiquement sur notre travail commun.

Il y a différentes approches complémentaires pour travailler avec les entreprises :

1. Les guider vers des pratiques et des solutions plus durables
2. Mobiliser et sensibiliser les différentes parties prenantes
3. Inciter au mécénat environnemental

Les guider vers des pratiques et des solutions plus durables

Nous visons ainsi à engager les entreprises dans un processus d'amélioration de leurs pratiques afin de réduire leurs impacts environnementaux et d'influencer les secteurs et marchés liés à leurs activités. L'objectif est d'atteindre des résultats de conservation concrets et mesurables en réduisant la pression de l'entreprise sur les régions, espèces et enjeux identifiés comme prioritaires.

Mobiliser et sensibiliser les différentes parties prenantes

Au travers de cette approche nous générons une réelle prise de conscience face aux enjeux environnementaux actuels et mobilisons les citoyens en les incitant à agir et en valorisant les projets et pratiques exemplaires. Nous cherchons ainsi à mettre en valeur la beauté de la nature et l'unicité des régions et des espèces pour lesquelles le WWF se bat au quotidien. Cette approche inclut, par exemple, des actions visant à orienter le consommateur vers la découverte et l'achat de produits durables (certifiés MSC, ASC, FSC, etc.), ainsi que des campagnes de sensibilisation pour la préservation de régions uniques telles que l'Arctique ou d'espèces menacées comme le tigre. Ces partenariats intègrent également des produits WWF développés sous licence et destinés à la vente (devant répondre à des critères environnementaux et sociaux stricts).

Inciter au mécénat environnemental

Le WWF propose également aux entreprises de s'engager en soutenant des projets de terrain dans ses régions prioritaires. Les entreprises mécènes participent ainsi directement à la protection des régions et des espèces emblématiques et, de manière plus générale, à la réalisation des objectifs de conservation du WWF. Les partenariats de sensibilisation et les mécénats environnementaux sont mis en place avec des entreprises qui prennent déjà des mesures concrètes pour améliorer et garantir la durabilité de leurs pratiques ou qui ont un impact environnemental faible.

L'INDÉPENDANCE DU WWF

Le WWF travaille avec les entreprises afin d'atteindre ses objectifs de préservation de la nature. Les partenariats entre une organisation non gouvernementale (ONG) et une entreprise impliquent de s'engager dans un dialogue constructif tout en intégrant certaines négociations sur des enjeux environnementaux concrets. Des critères et des lignes directrices claires et précises ont dès lors été mises en place afin d'assurer la crédibilité des partenariats. En tant qu'ONG indépendante, nous maintenons et exerçons notre droit de communiquer publiquement.

TRANSPARENCE ET RESPONSABILITÉ

Nous préconisons la transparence des actions de toutes les parties prenantes comme une condition essentielle vers une économie durable et responsable. Nous croyons que la transparence envers nos donateurs et nos membres sur la façon dont nous obtenons des résultats de conservation est un élément clé afin de travailler de manière constructive et concertée avec tous nos partenaires.

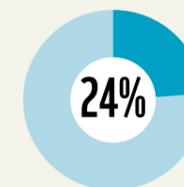
Nous souhaitons optimiser l'impact de nos partenariats avec les entreprises, afin d'obtenir des résultats durables à grande échelle. Nous avons donc lancé un processus d'évaluation approfondi et systématique de nos cibles et des accomplissements réalisés en collaboration avec le secteur privé, en particulier à travers nos partenariats bilatéraux.

CE RAPPORT

Le but de ce rapport est de donner une vue d'ensemble des partenariats du WWF France. Le WWF France est ainsi responsable des accords contractuels avec les entreprises concernées. Cependant les activités relatives aux engagements pris ont souvent lieu dans d'autres pays et régions du monde. Les fonds obtenus à travers ces partenariats sont redirigés par le WWF France vers :

- La collaboration avec l'entreprise partenaire concernée afin de réduire son impact écologique et son empreinte environnementale, de faire progresser les marchés et secteurs d'activités vers un fonctionnement durable, correspondant à la stratégie globale de préservation environnementale du WWF,
- La sensibilisation du public aux enjeux clés de protection de l'environnement,
- Les projets de protection environnementale du WWF.

Il est à noter que les fourchettes de budget indiquées dans ce rapport sont issues des recommandations du WWF International



Les revenus issus des partenariats avec le Monde Économique représentent 24% du total des revenus du WWF France sur la période

LES PARTENARIATS DU WWF FRANCE

AIR LIQUIDE - FONDATION

Mesure du carbone stocké dans les massifs forestiers du Gabon

Après le développement d'un premier programme de réduction des émissions de gaz à effet de serre des forêts tropicales en Indonésie, la Fondation Air Liquide soutient un nouveau projet visant à mesurer le carbone stocké dans les massifs forestiers du Gabon pour étudier la résilience de ces forêts au changement climatique.

Le massif forestier d'Afrique centrale est le 2ème massif forestier tropical mondial. Il contient 11 types de forêt (forêt littorale, montagnarde, mangrove...) abritant de nombreuses espèces d'arbres. Cependant, l'exploitation forestière légale et illégale ainsi que les plantations de palmier à huile exercent une pression sur ces richesses naturelles. C'est notamment le cas au Gabon, couvert à 80% de forêts tropicales. Ainsi, le WWF souhaite aider les pouvoirs publics gabonais à améliorer leur politique de gestion durable des forêts, en prenant en compte les enjeux du changement climatique.

En partenariat avec la Smithsonian Institution, le projet consiste à mettre en place un système pérenne de mesure du stockage du carbone par les forêts gabonaises. Pour cela, le WWF, forme le personnel de l'Agence Nationale des Parcs Nationaux du Gabon et du Centre National de Recherche Scientifique et Technique du Gabon.

L'étude se déroule à l'intérieur des terres, au Parc National de Lopé ainsi que sur le littoral, dans les Aires Protégées de Gamba. Des campagnes de mesures sur les arbres de ces deux sites ont déjà été réalisées en 1995 et en 2009. Afin d'étudier la résilience des forêts au changement climatique, le WWF prévoit que ces campagnes de mesure soient effectuées tous les 5 ans.

Secteur :

Fondation d'entreprise

Type de partenariat :

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Forêts

Climat & Énergie

Budget :

Entre 50 K€ et 100 K€

APPLE

Le WWF et Apple s'associent pour l'avenir de la planète avec la campagne Apps for Earth

En avril 2016, Apple a dévoilé son nouveau projet, une initiative visant à inciter les utilisateurs de l'AppStore à contribuer à une levée de fond pour le WWF. Concrètement, du 14 au 24 avril 2016, 27 applications dont « WWF Together » ont été mises à jour avec des messages promouvant le respect de l'environnement, des animations interactives et des images de la terre à 360°. Tous les bénéfices liés aux téléchargements et aux achats sur les applications durant cette période ont été reversés au WWF.

Grâce à son engagement, Apple a permis au WWF de sensibiliser des millions d'utilisateurs en France et à travers le monde à ses six domaines d'intervention clés : forêt, vie sauvage, eau douce, océans, alimentation et climat, et s'inscrit ainsi dans une dynamique intéressante de préservation de l'environnement.

ARJOWIGGINS GRAPHIC

Soutenir une économie circulaire sobre en ressources et en carbone

Le partenariat, initié en 2009, a pour objectif de promouvoir le papier recyclé comme papier le plus performant d'un point de vue environnemental et de favoriser ainsi le développement d'une économie circulaire en France. Ce partenariat repose avant tout sur la mobilisation et la sensibilisation des acteurs privés et publics autour des qualités environnementales du papier recyclé et à travers la très large gamme de papiers recyclés graphiques développée par Arjowiggins Graphic.

Le partenariat repose notamment sur les outils de sensibilisation suivants :

- Le calculateur environnemental développé conjointement et qui permet de communiquer sur le bénéfice environnemental pour le choix d'un papier recyclé d'Arjowiggins Graphic par rapport un papier à fibres vierges dans une publication,
- L'outil « Check your paper » du WWF qui évalue les papiers commercialisés dans le monde,
- L'index environnemental des entreprises papetières développé par le WWF,
- L'étude PAP 50 réalisée en partenariat avec Riposte verte et qui évalue chaque année la politique et la performance environnementale des acteurs privés et publics français en matière de papier.

Arjowiggins Graphic, leader européen dans la fabrication de papiers recyclés, s'est engagé à soutenir les actions de conservation du WWF France dans la cadre de son programme de réduction de l'empreinte écologique sur la production et la consommation durable.

Secteur :

NTIC

Type de partenariat :

Communication & Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Vie sauvage

Océans

Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

Secteur :

Papier technique et de création

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables
Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Forêts

Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

AUDENCIA BUSINESS SCHOOL

Ensemble pour former des managers responsables

En juillet 2016, Audencia et le WWF France ont renouvelé leur partenariat pour trois ans afin de poursuivre leur ambition d'intégrer le développement durable dans leur activité, au travers trois chantiers :

- Intégrer les enjeux du développement durable dans les contenus pédagogiques. L'objectif à terme est que ces enjeux soient intégrés de manière opérationnelle dans tous les métiers de l'entreprise.
- Réduire l'empreinte écologique de l'école.
- Mettre à disposition l'expertise du WWF pour favoriser l'émergence de projets de recherche des professeurs sur la RSE.

En 2015-2016 l'accent a notamment été mis sur les cours de supply chain, au travers des échanges avec les professeurs de différents cursus, pour diffuser la stratégie de transformation des marchés du WWF.

Cette reconduction vise à renforcer le travail engagé, avec l'ambition de développer du matériel pédagogique, intégrant les enjeux du développement durable dans une situation concrète d'entreprise.

Secteur :

Enseignement

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

Budget :

Entre 50 K€ et 100 K€

BORALEX

Accélérer la transition énergétique en France

Le partenariat, mis en place en 2011, permet de soutenir la mise en œuvre de la transition énergétique sur le terrain à travers des projets de développement de parcs éoliens et solaires qui intègrent une démarche responsable vis-à-vis des enjeux environnementaux mais aussi des parties prenantes locales.

Ce partenariat repose sur deux domaines de collaboration :

- Le suivi des aspects environnementaux de certains projets en développement ou en exploitation et sur la base d'une charte d'engagements de Boralex signée en 2014.
- L'appropriation des projets par les parties prenantes locales qui passe notamment par la sensibilisation aux enjeux énergétiques et à la nécessité du développement des énergies renouvelables pour relever les défis environnementaux : interventions et animations lors des journées « Portes Ouvertes » organisées par Boralex, rencontre avec les riverains et les élus à l'occasion de permanences en mairie, réunions publiques, comités de suivi.

Boralex est le premier acteur indépendant de l'éolien

Secteur :

Éolien

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Climat & Énergie

Budget :

Entre 50 K€ et 100 K€

terrestre en France. Société productrice d'électricité vouée au développement et à l'exploitation de sites de production d'énergies renouvelables, son objectif est d'inscrire ses projets dans un processus pérenne de gestion raisonnée et d'intégration à l'environnement local, ainsi que dans un esprit de développement durable. De ce fait, Boralex s'est engagé à soutenir les actions de conservation du WWF France dans le cadre de son programme de réduction de l'empreinte écologique et de promotion d'une économie du moindre impact.

BOUYGUES CONSTRUCTION

Développer des démonstrateurs de quartiers durables

Le partenariat, lancé en 2015 a pour ambition de développer des démonstrateurs de quartiers durables en France et de diffuser une approche systémique de la ville. Il porte essentiellement sur l'expérimentation d'approches innovantes sur des projets de quartiers durables menés par les filiales de Bouygues Construction tant sur le plan environnemental que sur le plan de la sensibilisation et de l'implication des utilisateurs finaux.

Le partenariat repose sur deux domaines de collaboration principaux :

- L'accompagnement du WWF France sur des projets de quartiers durables en phase commerciale ou de réalisation: les deux premiers projets à avoir bénéficié de l'expertise et du soutien du WWF France sont par exemple l'îlot fertile (projet lauréat de Réinventer Paris pour le site du Triangle Eole Evangile) et l'Eco-village des Noés à Val de Reuil.
- Le partage et la valorisation des bonnes pratiques et solutions innovantes auprès des différentes parties prenantes (un colloque a notamment été co-organisé fin novembre 2015 où près de 300 participants s'étaient réunis à Paris dans le cadre de la COP21).

Cette coopération vient enrichir la démarche globale de Bouygues Construction qui vise à accompagner les collectivités dans leurs projets de quartiers durables à travers un travail autour des dix principes de durabilité du WWF : la démarche « One Planet Living ».

Bouygues Construction, un des leaders mondiaux de la construction et des services, s'est engagé à soutenir les actions de conservation du WWF France dans le cadre son initiative « Réinventer les villes » qui vise à fédérer des entreprises et des collectivités autour de modes de vie urbains plus durables.

Le partenariat impliquera aussi un travail sur la politique d'approvisionnement en bois de Bouygues Construction en vue de sa ré-adhésion au Réseau Forêt et Commerce du WWF, dont l'objectif est d'éliminer l'exploitation et le commerce de bois illégal et d'améliorer la gestion des forêts.

Secteur :

Bâtiments publics et infrastructures

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Climat & Énergie

Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

CARREFOUR

Transformer les chaînes d’approvisionnement

Carrefour est engagé depuis 1998 aux côtés du WWF France pour réduire ses impacts environnementaux, liés notamment à l’utilisation des ressources naturelles dans les produits de grande consommation.

En 2015 et 2016 le WWF et Carrefour ont concentré leur action sur la préservation des ressources marines avec de nombreux progrès à la clé. Carrefour a publié sa politique pêche responsable dont l’objectif est qu’un poisson sur deux soit issu d’un approvisionnement responsable d’ici 2020. Pour cela de nombreuses actions ont été menées dès cette année :

- Certification MSC et ASC des rayons poissonnerie de plus de 30 magasins Carrefour, une première en France qui permet à ces magasins de vendre du poisson certifié frais non emballé.
- Lutte contre la pêche illégale, avec le soutien à la réalisation d’un guide pour lutter contre la pêche illégale à l’usage des professionnels.
- Soutien à l’organisation d’une conférence sur les océans et la pêche durable.
- Amélioration de la durabilité de l’assortiment avec le maintien de la suspension de 12 espèces de poissons et l’orientation des achats vers les espèces les moins menacées.
- Formation des acheteurs de produits de la mer et sensibilisation des équipes magasin, notamment des chefs de rayon poissonnerie à la pêche responsable.
- Développement d’outils de communication (vidéo, infographie, signalétique en magasin) pour sensibiliser les clients
- Accompagnement de pêcheries françaises vers la certification

La promotion de la consommation responsable et de modes de vie durables auprès de ses clients et salariés est également un axe fort du partenariat. A titre d’exemple, Carrefour organise chaque année un temps fort pour mettre en avant les produits de la pêche durable en magasin et sensibiliser ses clients. En 2014, une ligne de linge de maison bio et sans colorant co-brandée Carrefour Tex et WWF a été commercialisée dans une centaine de magasins

Secteur :

Grande Distribution

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Océans

Forêts

Systèmes alimentaires durables

Budget :

Supérieur à 500 K€

CAUDALIE – FONDATION

Projets de restauration forestière au Mexique et en Chine

Caudalie est membre de l’association “1% for the Planet” et reverse ainsi 1% de son chiffre d’affaires mondial à des associations pour la protection de l’environnement. Depuis 2012, le WWF France bénéficie du soutien de Caudalie dans le cadre de ses missions de restauration forestière. En 2016, Caudalie poursuit son action en faveur de la reforestation en s’engageant sur 2 nouveaux projets.

Le premier se trouve au Mexique où le WWF Mexique va reboiser et restaurer 335 hectares de forêts en replantant chaque année environ 300 000 arbres et plantes locales. Le projet vise également à l’amélioration des pratiques agricoles et d’élevage et au soutien de dix communautés rurales, afin de bénéficier des services écosystémiques que la forêt fournit. Cette région où se côtoient récifs coralliens, forêts de mangrove et forêts sèches, indispensables à la préservation de la faune et de la flore locales, est unique et extrêmement riche en biodiversité.

Le second se situe dans le Yunnan où le WWF Chine s’est engagé à restaurer 2 000 hectares d’écosystème forestier dégradé par la monoculture d’hévéa, à produire de nouveaux plants afin de réhabiliter les parcelles abîmées et à assurer l’essor de moyens de subsistance durables pour les populations locales. Entre montagnes enneigées, forêts de pins et rizières, la vaste province du Yunnan abrite l’un des paysages les plus diversifiés et somptueux de la planète où vivent notamment les peuples De’ang, Jingpo et Lisu.

Secteur :

Fondation d’entreprise

Type de partenariat :

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Forêts

Eau douce

Budget :

Entre 250 K€ et 500 K€

COCA-COLA – FONDATION

Projet de restauration de zones humides en Camargue

En 2007, The Coca-Cola Company et le WWF ont signé un partenariat international autour de la préservation des ressources en eau douce de la planète. Une collaboration renouvelée jusqu'en 2020 pour contribuer à relever les défis liés à la gestion des ressources naturelles ayant un impact sur l'eau douce.

En France, le projet de conservation vise principalement à restaurer un grand nombre de zones humides en Camargue. Il consiste à recréer et améliorer les échanges hydrauliques et biologiques entre le vieux Rhône, les lagunes et la Méditerranée, afin de rétablir un fonctionnement hydrologique plus naturel des écoulements d'eau douce dans le territoire. Le projet s'insère sur un territoire protégé par le Conservatoire du Littoral et co-géré par le Parc naturel régional de Camargue, la Tour du Valat et la SNPN.

Depuis le lancement du projet, des travaux ont été réalisés afin de recréer un fonctionnement hydraulique plus naturel, des appareils de mesures ont été installés afin de récolter des données pour mieux comprendre et gérer cet espace naturel, et des actions de sensibilisation ont été réalisées pour diminuer les risques pesant sur le territoire.

Le projet permet au WWF et à ses partenaires de rendre à la nature une moyenne de 1200 ML d'eau par an. Une contribution importante pour atteindre les engagements locaux et globaux de Coca-Cola d'ici 2020, engagements pris dans le cadre de sa stratégie « Water Replenish ».

DAVIGEL

Pour la protection des ressources halieutiques

En 2014 Davigel et le WWF ont signé un partenariat pour développer un programme commun visant à protéger ensemble les ressources halieutiques.

Le WWF partage avec Davigel des bonnes pratiques afin d'améliorer la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise. À ce jour 63% des volumes de l'entreprise sont certifiés MSC ou ASC.

Le WWF intervient également avec Davigel auprès des acteurs du marché pour faire connaître l'intérêt environnemental de la démarche de l'entreprise et générer ainsi un effet d'entraînement auprès de l'ensemble du secteur. A ce titre, entre 2015 et 2016, le WWF a sensibilisé plus de 400 clients de Davigel aux enjeux de la préservation des ressources halieutiques.

Enfin, au travers des événements internes le WWF sensibilise et fédère les collaborateurs Davigel autour des sujets environnementaux, afin qu'ils soient ambassadeurs et acteurs du changement.

Secteur :

Fondation d'entreprise

Type de partenariat :

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Eau douce

Budget :

Entre 250 K€ et 500 K€

Secteur :

Agroalimentaire

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables
Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Océans
Systèmes alimentaires durables

Budget :

Entre 50 K€ et 100 K€

ECOFOLIO

Promouvoir le recyclage des papiers

Ecofolio est l'éco-organisme agréé par l'Etat dont la mission est de développer le recyclage des papiers en France. En effet, le taux de recyclage des papiers n'est actuellement que de 55%, ce qui est inférieur à certains autres pays européens.

Ecofolio et le WWF ont souhaité, à partir de fin 2015, fédérer leurs efforts pour promouvoir le tri et le recyclage des papiers auprès des entreprises, du milieu éducatif, et du grand public. Les actions menées correspondent à différents leviers d'action :

- Recommandations sur l'éco-conception des produits papier
- Enquêtes sur la politique papier des entreprises
- Conférences et ateliers destinés aux professionnels
- Programmes pédagogiques en milieu éducatif
- Sensibilisation des citoyens au tri des papiers

À travers sa collaboration avec Ecofolio, le WWF affirme le lien entre recyclage des papiers, préservation des ressources naturelles, et économies d'eau et d'énergie.

FRANÇAISE DES JEUX

Opération : « Solidaires pour un monde meilleur » pour la COP21

Le 9 novembre 2015, la Française des Jeux a lancé l'opération « Jouons solidaires pour un monde meilleur » : le premier jeu à gratter « solidaire » en faveur de l'environnement. Durant toute la durée du jeu, 4% des ventes ont été reversés au WWF France, permettant de financer dix projets de terrain en lien avec la lutte contre les dérèglements climatiques et la protection de la biodiversité.

Dans le cadre de la COP21, ce partenariat a permis de renforcer les actions de terrain permettant d'agir concrètement en faveur du climat, mais aussi de sensibiliser les joueurs et le grand public aux enjeux environnementaux. Ainsi, Stéphane Pallez, Présidente-Directrice Générale de la FDJ, a pu remettre les prix des Grandes écoles et Universités les plus engagées pour le climat dans le cadre du projet « Café Panda », le challenge étudiant du WWF mené pendant la COP21.

Secteur :

Recyclage

Type de partenariat :

Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Forêts

Climat & Énergie

Budget :

Entre 50 K€ et 100 K€

Secteur :

Jeu

Type de partenariat :

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Vie sauvage

Forêts

Eau douce

Climat & Énergie

Budget :

Supérieur à 500 K€

GROUPE BEL

Agir pour une filière laitière durable

Afin de mettre en œuvre des actions concrètes et mesurables, Bel et le WWF France, ont signé en 2012 un partenariat, renouvelé en 2016, avec un objectif commun : limiter les impacts environnementaux liés à la production laitière.

Une première phase d'étude a démontré que l'alimentation des vaches laitières était un maillon essentiel d'une filière plus durable. La production de soja et du tourteau de palmiste qui composent la ration de la vache laitière affichent des impacts environnementaux particulièrement élevés.

Devenu membre de la RTRS en 2014, le groupe Bel a franchi une nouvelle étape en 2015 en achetant des certificats pour compenser 100% des volumes de soja utilisés dans l'alimentation des vaches laitières de ses producteurs à travers l'Europe soit 44 500 tonnes. Le groupe Bel soutient également depuis 2014 un projet de terrain pour aider des producteurs de soja du Mato-Grosso au Brésil à accéder à la certification RTRS en adoptant des pratiques plus responsables. Bel a engagé en 2015 une démarche identique concernant le tourteau de palmiste, un sous-produit de la production d'huile de palme utilisé en tant que complément alimentaire pour le bétail.

De nouveaux programmes sont à l'étude en Europe pour privilégier une approche locale fondée sur trois axes de travail: substituer le soja d'importation dans l'alimentation des vaches laitières par de l'approvisionnement local, accompagner les producteurs dans leurs pratiques en matière d'empreinte environnementale et élargir la période de mise au pâturage.

GROUPE SEB

Le WWF reconduit son partenariat avec le Groupe SEB pour aller encore plus loin dans sa démarche environnementale.

Après trois années d'un partenariat d'envergure mené autour des thématiques de l'alimentation responsable et des économies d'énergie, le Groupe SEB et le WWF ont décidé de poursuivre leur collaboration en orientant leurs travaux sur la réduction de l'empreinte carbone du groupe et l'amélioration de l'efficacité énergétique de ses produits.

En 2016, le Groupe SEB a décidé de rejoindre l'initiative Science Based Target qui appelle les grandes entreprises mondiales à s'engager publiquement en faveur d'objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre, sur la

Secteur :

Industrie fromagère

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Soutien aux projets du WWF

Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Systèmes alimentaires durables

Forêts

Budget :

Entre 250 K€ et 500 K€

base d'une démarche scientifique visant à maintenir le réchauffement climatique bien en dessous des 2°C. Il s'agit maintenant pour le Groupe SEB de voir ses engagements validés par l'initiative et d'évoluer ainsi vers une économie sobre en carbone tout en démontrant son ambition dans la lutte contre le changement climatique.

Dès à présent, la marque Rowenta s'est engagée avec le WWF sur trois axes majeurs :

- L'efficacité énergétique : en réduisant la demande en énergie de ses appareils sans faire de concession sur leur performance.
- L'utilisation de plastique recyclé : avec des produits contenant jusqu'à 48% de matériaux recyclés
- La réparabilité : avec 97% des produits du Groupe SEB réparables 10 ans.

Le Groupe SEB souhaite aujourd'hui se positionner comme le champion de la lutte contre l'obsolescence programmée et le WWF entend bien l'accompagner dans cette démarche.

HERMÈS & FONDATION D'ENTREPRISE HERMÈS

Depuis 1837, la maison HERMÈS, groupe familial international qui emploie aujourd'hui plus de 13 000 personnes, déploie sa créativité à travers une grande diversité de métiers artisanaux dont elle a intégré majoritairement la production : maroquinerie et sellerie, mode féminine et masculine, accessoires de mode, soie et textiles, bijouterie, mobilier, tissus d'ameublement, papiers peints, arts de la table, parfums, montres, petit h.

Le WWF et Hermès ont signé en mai 2016 un accord de partenariat sur plusieurs années, dont l'objectif est de contribuer à la préservation des patrimoines naturels et des écosystèmes, en France comme à l'étranger.

Hermès veut être artisan de son développement durable, et son partenariat avec le WWF se concrétise de différentes manières :

- Des projets de terrain, conduits dans certaines filiales du Groupe, ou le WWF accompagne les ambitions environnementales d'Hermès.
- Un soutien apporté par la Fondation d'Entreprise Hermès à l'initiative de surveillance du commerce de la faune et de la flore sauvage (TRAFFIC), lancée par le WWF et l'UICN. Cette initiative est centrée sur la lutte contre la criminalité (braconnage, commerce illégal, ...) liée aux espèces sauvages menacées (éléphants, rhinocéros, tigres, grands singes...).

Secteur :

Luxe & Fondation d'entreprise

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Vie sauvage

Budget :

Entre 250 K€ et 500 K€

INTERNATIONAL BON TON TOYS

Les peluches pour sensibiliser les enfants

IBTT fabrique près de 250 modèles différents de peluches pour la collection WWF avec des matériaux de haute qualité, testés selon de règles strictes de sécurité. En France, elles sont distribuées par la société Neotilus.

Les peluches de la collection WWF aux poils extrêmement courts et aux yeux sécurisés conviennent parfaitement aux jeunes enfants et bénéficient du label Oeko-Tex. Les éléments plastiques de cette peluche ne contiennent ni chlore ni PVC, par ailleurs aucun colorant azoïque cancérigène n'est utilisé.

Ces peluches permettent de sensibiliser les enfants à la protection d'espèces menacées que le WWF essaie de protéger via ses programmes de conservation (Orang-outan, Gorille, Eléphant, etc.).

Elles sont vendues en France dans les magasins suivants : Toys"R"us, La Grande Récré, Joupi, King Jouet, Oxybul Eveil et Jeux, Nature & Découvertes, La Compagnie du Jouet en Bois, Relay, Quand le Chat n'est pas là (boutique d'aéroport), Espace Culturel E. Leclerc, Monoprix, Botanic, Le Bonhomme de Bois, Galeries Lafayette.

Secteur :

Jeux / Jouets

Type de partenariat :

Communication & Sensibilisation

Budget :

Entre 50 K€ et 100 K€

INTERNATIONAL PAPER

Promouvoir une gestion durable des forêts

International Paper (IP) compte parmi les leaders mondiaux de la production de papier et d'emballage et a l'ambition de renforcer sa politique d'approvisionnement respectueuse de l'environnement.

Depuis 2013, International Paper est membre du Réseau international forêts et commerce (GFTN) du WWF au niveau mondial, l'outil qui vise à éliminer l'exploitation illégale du bois et développer une gestion écologiquement et socialement responsable des forêts tout en transformant le marché mondial.

Aussi, c'est tout naturellement que le WWF France et IP France ont signé un partenariat en janvier 2016. L'objectif vise à travailler en commun pour :

- Appuyer le GFTN en France et accompagner le développement de la certification FSC en France qu'IP déploie dans certaines forêts approvisionnant son usine de Saillat en Limousin.
- Assurer la transparence des impacts environnementaux de l'activité française d'IP. Pour ce faire, le WWF met à disposition d'IP plusieurs outils (Paper Company Index, Water Risk Filter, ...).

Secteur :

Fabrication de papier

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Actions de conservation :

Forêts

Budget :

Inférieur à 50 K€

- Accompagner IP dans l'identification des zones à Hautes Valeur de Conservation dans les forêts exploitées par IP et dont il réalise les plans de gestion.

- Développer des cahiers des charges de production écologiquement compatibles dans les nouvelles plantations envisagées par IP en France.

LA POSTE

Vers un courrier, un colis et un service responsable

Le partenariat, initié en 2008, permet d'accompagner la branche Services-Courrier-Colis dans la prise en compte de ses enjeux environnementaux clés, la réduction de son empreinte écologique, et dans l'appropriation interne et la valorisation externe de ses engagements et ses performances environnementales.

Ce partenariat repose sur trois domaines de collaboration principaux :

- L'éco-conception de ses offres (notamment sur la complémentarité des usages responsables papier et numérique).
- L'économie circulaire (grâce à son offre innovante de collecte et de recyclage RECY'GO).
- La transition vers une économie sobre en carbone à travers la démarche volontaire de neutralité carbone du groupe La Poste qui en fait le premier opérateur postal majeur à assurer la neutralité carbone intégrale de ses offres sans surcoût pour ses clients et avec un objectif de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre de 15% entre 2012 et 2020.

Acteur déjà fortement engagé, la branche Services-Courrier-Colis a décidé de soutenir les actions de conservation du WWF France et a rejoint en 2014 l'initiative « Réinventer les villes » du WWF France qui vise à fédérer des entreprises et des collectivités autour de modes de vie urbains plus durables.

Secteur :

Services postaux

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables
Communication & Sensibilisation
Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Climat & Énergie

Forêts

Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

MICHELIN

Pour un marché du caoutchouc naturel responsable

Michelin et le WWF ont l'ambition de transformer la culture et le marché de l'hévéa pour aller vers de meilleures pratiques. A ce titre, en juin 2016 le Groupe a publié sa Politique de Caoutchouc Naturel Responsable, qui met l'accent sur son engagement « zéro déforestation », la défense des droits de l'Homme avec la garantie de bonnes conditions de travail, l'amélioration des pratiques agricoles et la transparence de sa chaîne d'approvisionnement.

Le nouvel objectif que s'est fixé Michelin consiste à effectuer une cartographie de ses approvisionnements en caoutchouc naturel, en collaboration avec ses fournisseurs, depuis le planteur jusqu'à l'usine, pour s'assurer qu'ils respectent le principe de « zéro déforestation ».

Le WWF souhaite s'appuyer sur ce partenaire exemplaire pour engager d'autres acteurs du caoutchouc dans cette démarche et ainsi activer la transformation du marché du caoutchouc naturel.

En parallèle, un projet pilote est mené en Indonésie pour tester la mise en œuvre opérationnelle du caoutchouc naturel durable et lutter contre la déforestation. Les zones à conserver et restaurer ont été identifiées et un programme visant à proposer aux populations des revenus alternatifs à ceux issus de la déforestation est en cours de mise en œuvre.

MICHELIN - FONDATION D'ENTREPRISE

Protection de l'environnement à Sumatra et sensibilisation des populations locales

Ce projet vise dans un premier temps à sensibiliser les communautés locales à la nécessité de stopper la déforestation et les former à la protection de l'environnement. À ce jour, plusieurs consultations ont été menées pour comprendre et intégrer les besoins des acteurs locaux en termes de connaissances et de formation. Des supports ont été développés et sont en cours de diffusion auprès des différentes personnes ciblées par le programme.

Par ailleurs, d'autres leviers de sensibilisation sont en cours de mise en œuvre : un véhicule sillonnera les villages ciblés avec à son bord des supports d'éducation à destination des communautés et des panneaux rappelant la législation locale relative à la déforestation vont être installés.

Un second axe qui vise à travailler avec les populations pour trouver des activités économiques compatibles avec les enjeux environnementaux, est en cours de développement.

Secteur :

Industrie du pneu

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Actions de conservation :

Forêts

Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

Secteur :

Fondation d'entreprise

Type de partenariat :

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Forêts

Vie sauvage

Budget :

Supérieur à 500 K€

PETIT NAVIRE

Pour une pêche plus responsable

En mai 2016, Petit Navire et le WWF signent un partenariat qui vise à réduire les pressions exercées sur les ressources halieutiques, à lutter contre la pêche illégale et à améliorer les impacts de l'ensemble des techniques de pêche.

Le partenariat avec le WWF France s'inscrit dans le cadre d'une coopération plus globale entre le WWF et Thai Union Europe (TUE), la maison mère de Petit Navire. Il vise à augmenter la part de ses produits de la mer responsables.

A ce titre, le 11 octobre 2016, un projet d'amélioration de pêcheries de thon dans l'Océan Indien (FIP) a été signé avec des acteurs locaux et TUE. Cette coopération a notamment pour objectif d'aboutir à la mise en conformité de pêcheries avec le cahier des charges du MSC.

En France, Petit Navire et WWF travaillent à sensibiliser le public sur la pêche responsable à travers des actions de communication institutionnelle et sur les réseaux sociaux de Petit Navire.

Secteur :

Agroalimentaire

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Océans

Systèmes alimentaires durables

Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

PAPREC GROUP

Producteur des matières premières du 21^{ème} siècle

Leader de l'industrie du recyclage, Paprec Group est une entreprise fondée il y a 20 ans qui collecte et recycle plus de 7 millions de tonnes de déchets issus de l'industrie et des collectivités répartis en 14 familles différentes. L'entreprise dispose d'un maillage de plus de 100 sites sur tout le territoire national et en Suisse.

Paprec Group s'est construit sur des valeurs de diversité et d'excellence professionnelle et environnementale qui lui ont permis de devenir aujourd'hui le leader français de l'industrie du recyclage. Grâce à ses activités, le Groupe a permis d'éviter 3,5 MTéqCO2 en 2015.

Partenaire depuis 2011, Paprec Group soutient les actions de conservation du WWF France, notamment les projets autour de la mer Méditerranée et de sa faune marine.

Engagé depuis ses origines sur la question du recyclage des matières premières, Paprec Group et sa filiale La Corbeille Bleue ont soutenu la création de notre baromètre PAP 50 qui permet d'évaluer la politique d'approvisionnement en papier des entreprises et collectivités françaises.

Nous avons notamment travaillé en 2015 à l'élaboration de bacs de collecte bénéficiant d'un co-branding et permettant de valoriser les actions terrain du WWF en France.

Secteur :

Industrie du recyclage

Type de partenariat :

Soutien aux projets du WWF

Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Océans

Forêts

Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

PICARD

Pour la promotion d'une production et d'une consommation durables

Depuis 2015, Picard et le WWF ont choisi de collaborer ensemble sur 2 grands sujets : la réduction de l'empreinte écologique des produits alimentaires et la valorisation d'une consommation plus durable auprès des clients de l'enseigne.

Le premier chantier mené a été l'évaluation de l'empreinte déforestation de Picard lié à la consommation indirecte de soja. Cette première étape indispensable a permis d'établir un plan d'action permettant de limiter l'impact sur les écosystèmes forestiers d'Amérique du Sud. Parmi les solutions envisagées : l'achat de certifications (RTRS ou Pro terra) ou le développement de filières courtes et locales.

En parallèle, nous travaillons à l'élaboration de menus bas carbone, sur la base du programme LiveWell du WWF, pour guider les consommateurs vers une consommation plus responsable. Le programme LiveWell recommande une diminution de notre consommation de viande et de protéines animales (œufs, produits laitiers, poissons d'élevage) et fait la part belle aux légumes secs riches en protéines comme les lentilles, les pois ou le soja ainsi qu'aux fruits et légumes, tout en respectant les habitudes alimentaires et les recommandations nutritionnelles.

POMA

« Réinventer les villes » avec le transport par câble urbain

Depuis mars 2016, le WWF France est partenaire de POMA, leader mondial du transport par câble, dans le but d'accompagner le développement de solutions responsables pour une mobilité urbaine durable.

Sobriété carbone, faible impact foncier, réversibilité des infrastructures, résistance aux conditions climatiques : le transport par câble présente des avantages environnementaux reconnus et propose, dans certains contextes, des solutions écologiquement performantes de transport collectif en milieu urbain.

Dans le cadre de l'initiative « Réinventer les villes », ce partenariat cherche à promouvoir une approche exemplaire du transport par câble urbain à travers :

- Une réflexion globale sur la définition d'un transport par câble urbain responsable, tant sur le plan environnemental qu'en termes de sensibilisation et de participation des utilisateurs finaux.
- La mise en œuvre de projets pilotes de terrain en France afin d'accompagner et pousser leur niveau d'ambition environnementale.

Secteur :

Agroalimentaire

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Forêts

Océans

Systèmes alimentaires durables

Budget :

Entre 250 K€ et 500 K€

Secteur :

Transport

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Climat & Énergie

Budget :

Entre 25 K€ et 50 K€

RETENMAIER

Une litière végétale pour réduire le volume de déchets ménagers

Fondée en 1878, RETTENMAIER & FILS est une entreprise familiale orientée vers la recherche, le développement et l'affinage de haute qualité de fibres organiques issues de matières premières végétales.

En novembre 2008, Rettenmaier France et le WWF ont signé un contrat de licence sur la litière pour chat, ultra agglomérante et 100% biodégradable de la marque Cat's best Performance. La litière Cat's Best Performance est composée de fibres de bois souples issues de forêts gérées durablement. Elle est entièrement biodégradable et compostable. Ainsi, elle participe à la réduction des déchets ménagers.

Les litières pour chat représentent 2% des déchets ménagers en France, soit 400 000 tonnes par an et atteignent jusqu'à 8% des déchets dans certaines communes urbaines. Pour chaque sac de litière vendu, Cat's Best Performance reverse une contribution au WWF.

ROUGIER

Pour une gestion forestière et un commerce du bois responsables

Le WWF France et le Groupe Rougier collaborent depuis 2015 sur 2 axes :

A travers le Global Forest & Trade Network (GFTN), le WWF accompagne Rougier pour augmenter la part de ses produits certifiés et la mise en œuvre des mesures de Diligence Raisonnée requises par le Règlement sur le Bois de l'Union européenne (RBUE).

Concernant la bonne gestion forestière, le WWF et Rougier agissent dans les concessions de Rougier situées dans une écorégion prioritaire du WWF :

- Au Gabon, un pré-inventaire de la faune a été réalisé permettant de définir le cadre de l'inventaire complet à réaliser sur la concession.
- Au Cameroun, une association locale est en voie d'être équipée en machine afin d'améliorer la productivité de son activité de commercialisation de PFNL (Produits Forestiers Non Ligneux).
- Enfin dans le nord du Congo, le WWF a commencé à former des unités anti-braconnage et les démarches se poursuivent pour optimiser le fonds de développement local financé par Rougier.

Secteur :

Hygiène

Type de partenariat :

Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Forêts

Budget :

Entre 25 K€ et 50 K€

Secteur :

Forestier

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Soutien aux projets du WWF

Actions de conservation :

Forêts

Budget :

Entre 50 K€ et 100 K€

SCHNEIDER ELECTRIC – FONDATION

Renforcement des capacités et évolution des usages pour la transition énergétique

Depuis janvier 2015, le WWF France est partenaire de la Fondation Schneider Electric, sous égide de la Fondation de France, pour sensibiliser les jeunes aux enjeux de la transition énergétique. Ce projet permet d'intégrer la dimension environnementale dans les filières techniques aux métiers de l'énergie, de mobiliser et de responsabiliser les futurs professionnels du secteur. Dans deux établissements scolaires professionnels, à Nancy et à Grenoble, les apprenants ont participé aux formations et se sont mobilisés pour mener des actions collectives au sein de leur établissement dans le cadre de la COP21.

Au Maroc, les formateurs de trois centres de formation professionnelle aux métiers de l'énergie, partenaires de la Fondation, ont été sensibilisés aux enjeux du changement climatique et de la COP22. Par là-même, ce partenariat vise à démontrer que la transition énergétique est possible si elle s'adosse sur la promotion de technologies innovantes et d'usages responsables.

Secteur :

Fondation d'entreprise

Type de partenariat :

Soutien aux projets du WWF

Communication & Sensibilisation

Actions de conservation :

Climat & Énergie

Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

SODEXO

Une gestion environnementale responsable d'un bout à l'autre de la chaîne de valeur

Le WWF et Sodexo travaillent en collaboration technique depuis 2010. L'échange associe la vision éclairée et l'expertise technique du WWF à la capacité de Sodexo, en tant que leader sectoriel, à faire évoluer les pratiques. En montrant l'exemple, Sodexo diminue son empreinte écologique, et par là, les pressions exercées sur les écosystèmes, afin que notre économie soit cohérente avec les limites d'une planète.

Les domaines clés de la collaboration sont la durabilité de la chaîne d'approvisionnement, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, la gestion de l'eau et le gaspillage alimentaire. En outre, Sodexo développe actuellement des offres alimentaires durables, en coordination avec le programme LiveWell du WWF.

Secteur :

Restauration

Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Actions de conservation :

Climat & Énergie

Systèmes alimentaires durables

Eau douce

Budget :

Entre 250 K€ et 500 K€

LISTE DES ENTREPRISES AYANT UN PARTENARIAT AVEC LE WWF FRANCE D'UN BUDGET ANNUEL INFÉRIEUR À 25 K€

Advansa	Gîtes de France	Mirova
Arard	Hamelin	Nathan
Caledonienne des eaux	Humanis	Panini
CCI France	Hygienus	Puzzle Michele Wilson
Cocorette	Johnson controls	Sustain.Able
Dechra	La brique de Guyane	Velogik
E-center	Love&Green	Volitalia
Ecoperl	École nat. vétérinaire d'Alfort	Yellogarden
Ecotextile	Marriott	

À L'INTERNATIONAL LE RÉSEAU WWF MOBILISE LES ACTEURS DU MONDE ÉCONOMIQUE

Pour en savoir plus, rendez vous sur : [Cliquez ici](#)

LE RÉSEAU INTERNATIONAL DU WWF

Bureaux nationaux du WWF *

Afrique du Sud	Italie
Allemagne	Japon
Arménie	Kenya
Australie	Laos
Autriche	Madagascar
Azerbaïdjan	Malaisie
Belgique	Mexique
Bélice	Mongolie
Bhoutan	Mozambique
Bolivie	Myanmar
Bésil	Namibie
Bulgarie	Népal
Cambodge	Norvège
Cameroun	Nouvelle-Zélande
Canada	ouganda
Chili	Pakistan
Chine	Panama
Colombie	Papouasie-Nouvelle-Guinée
Congo (République démocratique du)	Paraguay
Corée du Sud	Pays-Bas
Croatie	Pérou
Danemark	Philippines
Emirats arabes unis	Pologne
Equateur	République centrafricaine
Espagne	Roumanie
Etats-Unis	Royaume-Uni
Fidji (îles)	Russie
Finlande	Salomon (îles)
France	Singapour
Gabon	Suède
Géorgie	Suisse
Grèce	Surinam
Guatemala	Tanzanie
Guyana	Thaïlande
Guyane française	Tunisie
Honduras	Turquie
Hong Kong	Viêtnam
Hongrie	Zambie
Inde	Zimbabwe
Indonésie	

Organisations associées du WWF

Fundación Vida Silvestre (Argentine)
Pasaules Dabas Fonds (Lettonie)
Nigerian Conservation Foundation
(Nigeria)

***En juillet 2016**

WWF en chiffres

1973

année de la création du bureau français du WWF

81

salarié(e)s du WWF France engagé(e)s au quotidien pour offrir aux générations futures une planète vivante



800 000

supporters, dont 200 000 donateurs

1 400

bénévoles actifs en France métropolitaine et ultra-marine

 www.wwf.fr

 [/wwffrance](https://www.facebook.com/wwffrance)

 [/wwffrance](https://www.instagram.com/wwffrance)

 [@wwffrance](https://twitter.com/wwffrance)

 [/wwffrance](https://www.linkedin.com/company/wwffrance)



Notre raison d'être

Arrêter la dégradation de l'environnement dans le monde et construire un avenir où les êtres humains pourront vivre en harmonie avec la nature.

www.wwf.fr