



# RAPPORT MONDE ÉCONOMIQUE

**Juin 2020**

---

**VUE D'ENSEMBLE DES RELATIONS ENTREPRISES**

**Année fiscale 2019 (1er juillet 2018 - 30 juin 2019)**

# ÉDITO

---

En 1998 le WWF France signait son premier partenariat transformationnel ; en 2020 ce rapport témoigne de la richesse et de l'impact des nouveaux partenariats transformationnels qui ont été concrétisés.

Voilà maintenant plus de 20 ans que nous travaillons avec les entreprises pour penser et bâtir un monde plus respectueux de la nature et des Hommes.

Nous sommes toujours persuadés, après ces années d'engagement, qu'il est nécessaire de s'appuyer sur la force du monde économique pour gagner le combat contre le réchauffement climatique et continuer d'œuvrer pour la préservation des espèces, des espaces et des ressources.

Mais la lutte est complexe et l'urgence évidente. Ce début d'année 2020 nous montre à tous que l'équilibre demeure fragile et que notre modèle de société, tout comme nos modes de production et de consommation, restent extrêmement vulnérables et très imparfaits. Pourtant, solidarité et résilience devraient être possibles.

Depuis son rapprochement avec les acteurs économiques, le WWF est à la fois convaincu de l'existence d'autres modèles de production et de consommation et souhaite s'engager dans leur promotion et leur développement. Priorité aux solutions, notre objectif est double, dénoncer fortement les actions des entreprises qui mettent en péril un équilibre fragile et accompagner celles qui décident de réorienter leurs activités. En innovant et en faisant des choix souvent difficiles et exigeants, elles peuvent trouver les solutions compatibles avec les limites de nos écosystèmes et nous pourrons ainsi, ensemble, relever les défis de demain !

Pour atteindre cet objectif, le WWF peut compter sur une équipe solide, riche de profils aussi variés que complémentaires et dotés d'une véritable expertise transverse.

La rencontre de ces compétences, alliées à une motivation sans faille nous a permis de challenger fortement l'approche des entreprises et de développer certains nouveaux partenariats, essentiels pour atteindre nos objectifs de conservation. Nous savons que l'approche ONG-entreprise n'est pas forcément une évidence, mais nous savons aussi qu'il est stratégique pour les entreprises de nouer des partenariats avec le WWF afin de décliner une vision positive et durable à long terme en objectifs mesurables et atteignables à court terme.

La transition devant être globale, encourager les plus petits acteurs à poursuivre leurs engagements est aussi important que d'accompagner le changement des plus grands. Un peu plus d'un an après sa création, nous sommes fiers du Club de mécènes "Entreprendre pour la Planète" et de la trentaine de PME engagées qui le compose.

Ce rapport présente ainsi le fruit de plusieurs années de travail commun et nous sommes fiers de vous l'exposer aujourd'hui !

**Marie Christine Korniloff** au nom de toute l'équipe des Relations avec le monde Economique.

**Ensemble, nous sommes la solution.**

© 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, 35-37 rue Baudin, 93310 Le Pré-Saint-Gervais**

# SOMMAIRE

---

## NOTRE MISSION 4

---

## NOTRE APPROCHE 5

Transformer les marchés et changer les modes de consommation

Réduire l'empreinte carbone et accélérer la transition énergétique

---

## LES PARTENARIATS AVEC LE MONDE ÉCONOMIQUE 7

Les guider vers des pratiques et des solutions plus durables

Mobiliser et sensibiliser les différentes parties prenantes

Inciter au mécénat environnemental

L'indépendance du WWF 8

Transparence et responsabilité

Ce rapport

---

## LES PARTENAIRES DU WWF FRANCE 9

---

## LES FOCUS 40

Club Entreprendre pour la Planète 40

La transition énergétique 41

Mobilisation des entreprises françaises en faveur d'un soja responsable 42

## NOTRE MISSION

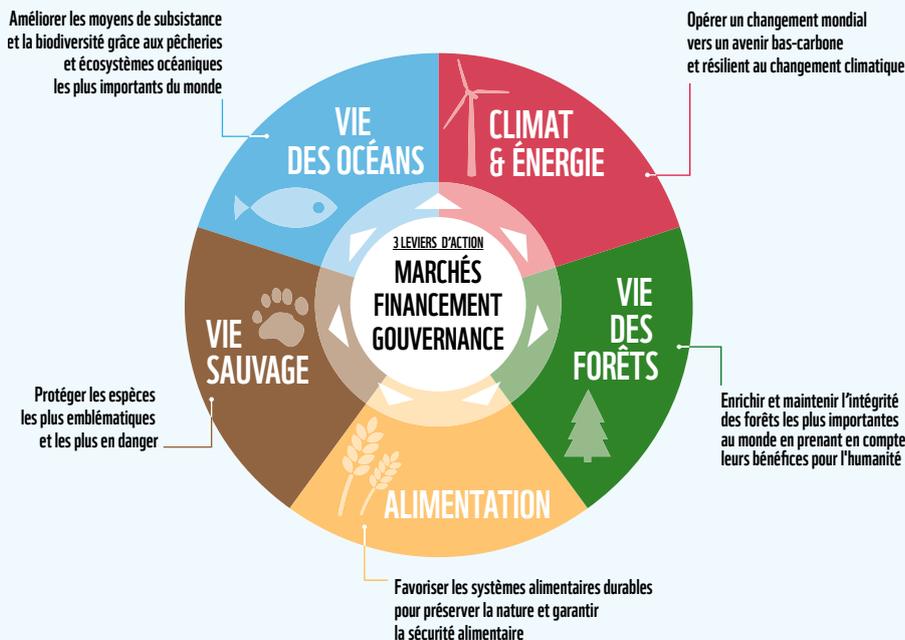
Pour mieux répondre à l'urgence écologique, le WWF s'est lancé dans une vaste révision de son cadre d'analyse et d'action. Notre nouvelle stratégie reflète les mutations de la planète. Elle va nous permettre de simplifier, d'unifier et de concentrer nos efforts afin de relever les grands défis qui s'annoncent.

Nous allons poursuivre notre action locale dans les différentes écorégions cruciales du globe, mais en ciblant plus particulièrement cinq objectifs globaux (vie sauvage, vie des forêts, océans, climat & énergie 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 21<sup>ème</sup> 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.

## STRATÉGIE BIODIVERSITÉ ET SOUTENABILITÉ 2020



La **Stratégie BS2020** du WWF France utilise 3 leviers, les politiques publiques, les entreprises et la finance, pour atteindre ses cinq objectifs.

## NOTRE APPROCHE

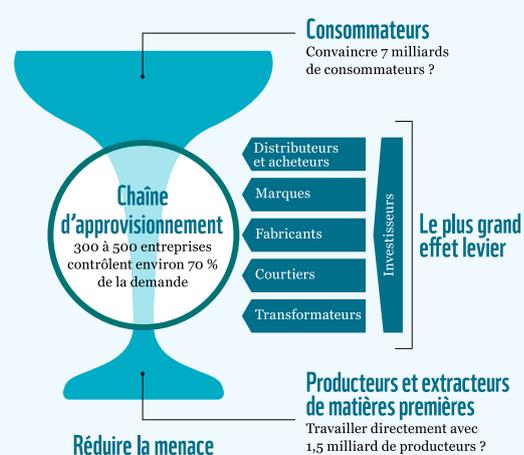
Le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature. Comme le démontre l'édition 2018 du *Rapport Planète Vivante*, le défi est colossal. Si grand, si global, si systémique, que notre organisation 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.

### 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.

#### Agir au cœur de la chaîne



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.**

## **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 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 AVEC LE MONDE ÉCONOMIQUE AU WWF FRANCE

---

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

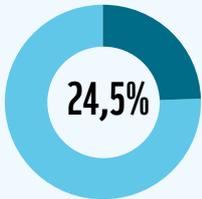
Le WWF travaille avec les entreprises afin d'atteindre ses objectifs de préservation de la nature. Les partenariats entre une organisation non gouvernementale (ONG) et une entreprise impliquent de s'engager dans un dialogue constructif tout en intégrant certaines négociations sur des enjeux environnementaux 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



**LES REVENUS ISSUS  
DES PARTENARIATS  
REPRÉSENTENT  
24,5% DU TOTAL  
DES RESSOURCES  
DE LA FONDATION  
WWF FRANCE  
SUR LA PÉRIODE  
2018-2019**

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**



## 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 s'appuie 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.

Cet objectif repose notamment sur le développement de l'outil PAP50, une étude 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. Axée sur la consommation de papier pour les fonctionnements internes et externes, la qualité environnementale des papiers utilisés, les actions mises en place pour optimiser la collecte des papiers usagés et l'écoconception, l'étude fournit également aux participants des recommandations personnalisées pour progresser vers plus de durabilité.

#### **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

### Ensemble pour former des managers responsables

En juillet 2019, 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 :

- Audencia s'engage à développer des contenus et des méthodes pédagogiques innovants pour assurer une plus grande intégration des enjeux sociétaux dans l'ensemble de ses programmes d'enseignement. L'objectif à terme est que ces enjeux soient intégrés de manière opérationnelle dans tous les métiers de l'entreprise
- Audencia et le WWF ont la volonté de croiser les expertises afin d'accompagner les professeurs sur de nouveaux projets de recherche
- Dans un souci de développer l'exemplarité, Audencia et le WWF France travaillent ensemble pour réduire l'empreinte écologique de l'école impliquant salariés, étudiants et partenaires d'Audencia

Cette collaboration de long terme initiée en 2010, a permis de lancer des chantiers tant sur l'intégration concrète dans les cours des notions de responsabilité sociétale, que sur la sensibilisation des différentes parties prenantes de l'école.

Cette reconduction du partenariat vise à poursuivre le travail engagé, avec l'ambition de développer une étude de cas accessible auprès de l'ensemble des institutions d'enseignement, 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€

# BackMarket

## BACKMARKET

### Secteur :

Téléphonie mobile

### Type de partenariat :

Soutien aux projets du WWF,  
Communication & Sensibilisation

### Actions de conservation

Ensemble des actions du WWF France

### Sensibiliser au réemploi des téléphones portables

Backmarket est partenaire du WWF pour le Panda Phone, une collection de téléphones portables reconditionnés.

Backmarket, dont l'ambition est de donner une seconde vie aux produits digitaux, s'est associée au WWF France pour la création de Panda Phone, une collection de téléphones portables reconditionnés.

### Sensibiliser à l'impact environnemental des téléphones et au réemploi

Pour fabriquer un seul téléphone portable, il faut 70 matériaux différents et 90% de l'empreinte carbone d'un appareil est émise lors de sa fabrication. Rien qu'en France, 25 millions de téléphones portables neufs sont vendus chaque année. Reconditionner un mobile permet d'économiser la ponction d'environ 35kg de matières premières primaires et de 25kg de CO2 nécessaires à la production d'un produit neuf.

### Le Panda phone, un téléphone reconditionné localement et soutenant le travail du WWF

Backmarket reconditionne les iPhones Panda Phone sur le territoire français, limitant les émissions liées à l'envoi chez des reconditionneurs étrangers. Pour chaque vente d'un téléphone reconditionné Panda Phone, 5% des profits sont reversés aux projets de conservation du WWF France. Depuis le début de la collaboration, 1100 panda phones ont été vendus et ont permis d'économiser 150kg de e-waste, 70 tonnes de matières premières, 1100 litres d'eau et 61 tonnes de CO2.

# BORALEX

## BORALEX

### Secteur :

Production d'énergies renouvelables

### Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

### Actions de conservation :

Climat & Énergie

### Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

### Accélérer la transition énergétique en France

Borex est le premier acteur indépendant de l'éolien 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, Borex s'est engagé à soutenir les actions de conservation du WWF France dans le cadre de son programme « Climat, Énergie et Villes Durables » et son travail de plaidoyer vers un monde alimenté par 100 % d'énergies renouvelables en 2050.

Le partenariat, mis en place en 2011 a été renouvelé en 2017, et permet de soutenir la mise en œuvre de la transition énergétique sur le terrain à travers des projets de développement de parcs éoliens terrestres qui intègrent une démarche responsable vis-à-vis des enjeux environnementaux mais aussi des parties prenantes locales.

Le partenariat repose sur deux domaines de collaboration :

- Le suivi de la démarche environnementale de Borex et son application sur quelques projets pilotes sélectionnés conjointement en développement ou en exploitation. La charte d'engagements co-construite en 2014 avec Borex a notamment été actualisée en 2017, et le renouvellement du partenariat a démarré avec un travail sur les enjeux forestiers. L'année 2019 a vu le lancement de la démarche Énergies Renouvelables et Durables construite avec un panel de parties prenantes.
- 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 : intervention et animations lors des journées « Portes Ouvertes » annuelles organisées par Borex, rencontre avec les riverains et les élus à l'occasion de permanences en mairie ou via les comités de suivi mis en place sur les projets."

**Secteur :**

Bâtiments publics et infrastructures

**Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication &amp; Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**

Climat,

Énergie et villes durables

Forêts

**Budget :**

Entre 100 K€ et 250 K€

## BOUYGUES CONSTRUCTION

### Pour des villes durables et un approvisionnement en bois responsable

Bouygues Construction, un des leaders mondiaux de la construction et des services, soutient les actions de conservation du WWF France dans le cadre son initiative « Réinventer les villes » qui vise à fédérer des entreprises et des collectivités pour mettre en œuvre la transition écologique sur les territoires.

Renouvelé en 2017, le WWF France et Bouygues Construction poursuivent leurs actions autour de deux axes principaux :

- Promouvoir des pratiques exemplaires pour les villes durables à l'échelle des quartiers.

En complément d'un accompagnement opérationnel de projets urbains depuis 2015, la priorité a été de déployer les principes de durabilité du WWF-France à plus grande échelle au sein d'un outil interne de Bouygues Construction. L'objectif : qu'un maximum de projets de quartiers réalisés par Bouygues Construction tendent vers l'exemplarité, tant sur le plan environnemental qu'en termes de qualité d'usages, et ainsi élever le niveau d'ambition général de l'approche du Groupe dans le développement de projets urbains.

- Accompagner Bouygues Construction vers la réduction de son empreinte sur les forêts mondiales à travers des approvisionnements plus responsables en bois.

Le partenariat vise à s'assurer que ces achats ne représentent pas de risque pour les forêts mondiales, les gens qui en dépendent et la biodiversité qu'elles abritent, en garantissant l'éradication du bois à haut risque d'illégalité, tout en améliorant son approvisionnement responsable notamment au travers d'un achat croissant de bois certifié, en premier lieu des bois certifiés FSC.

La période 2018- 2019 a déjà permis de conduire plusieurs actions :

- Un état des lieux des bois utilisés dans le cadre de différentes typologies de chantiers a été finalisé fin 2018, et sert à l'élaboration d'une politique bois.
- Des actions de sensibilisation auprès des parties prenantes internes et externes de Bouygues Construction (un « carnet bois » qui présente les enjeux de la construction bois dans la construction durable, des MOOC de sensibilisation et un « guide achat bois » à destination des acheteurs qui a été diffusé début 2019).



## 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 ainsi qu'aux enjeux de la transition agricole et alimentaire.

L'agriculture biologique présente de nombreux avantages pour l'environnement, tels l'interdiction de l'utilisation d'intrants de synthèse (engrais et pesticides), la favorisation d'un « lien au sol » ou encore le respect d'un cahier des charges robuste et faisant l'objet de contrôles annuels. Pour profiter de ces bienfaits, un producteur installé en agriculture conventionnelle doit faire face à plusieurs difficultés lors de la conversion de son exploitation : une baisse de rendement, une moindre valorisation de sa production qui ne peut être certifiée durant la période de conversion, l'acquisition de nouveaux équipements, ainsi que se former à de nouvelles méthodes.

Pour subvenir à ces risques et faciliter cette transition, le WWF et Carrefour ont lancé le « contrat Bio Développement ».

Ce programme repose sur l'engagement de Carrefour auprès de producteurs et d'éleveurs pour leur garantir un volume d'achat, et un prix garanti sur une durée de 3 à 5 ans. Le contrat Bio Développement permet aux producteurs d'être sûrs que leurs produits trouveront un marché et que leur démarche sera valorisée durant le temps de conversion, grâce à un marquage spécifique sur le produit.

Par ailleurs, depuis 2017 et dans la continuité de cette collaboration, Carrefour s'engage pour une alimentation respectueuse de la biodiversité et des forêts.

L'entreprise a ainsi formalisé une Politique Forêts Durables, ayant pour objectif de ne pas contribuer à la déforestation concernant l'approvisionnement de quatre matières premières définies comme prioritaires pour la protection des forêts : l'huile de palme, le soja, le bois/papier et le bœuf brésilien. Cette politique s'appuie sur la réalisation d'un état des lieux des impacts qu'ont les activités du Groupe Carrefour sur la forêt, grâce à une appréciation des volumes et de l'origine des quatre matières premières prioritaires utilisées.

#### 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€




**Secteur :**  
Cosmétique

**Type de partenariat :**  
Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**  
Forêts  
Eau douce

**Budget :**  
Entre 250 K€ et 500 K€

## Projets de restauration forestière au Mexique et en Chine

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 projet est un projet de restauration des forêts tropicales dégradées en Chine.

L'objectif : 1 000 000 arbres plantés dans le Yunnan en Chine d'ici fin 2019. L'extrême sud de la province du Yunnan est l'un des paysages tropicaux les plus diversifiés et somptueux de la planète. Depuis les années 80, les agriculteurs ont converti la quasi-totalité des forêts tropicales des régions du Xishuangbanna et Pu'er en plantations, notamment de caoutchouc et bananes. Les espèces animales associées sont sous pression, y compris la dernière population d'éléphants sauvages d'Asie, qui est en voie d'extinction (il reste aujourd'hui moins de 300 éléphants sauvages dans la région Xishuangbanna, dont 120 individus vivent dans le site de Guanping où opère le projet soutenu par Caudalie).

Ensemble, Caudalie et le WWF France **ont mis en place des pratiques innovantes visant à restaurer à la fois des forêts tropicales et la qualité écologique de certaines plantations d'hévéa**. Cela a permis d'assurer l'essor de moyens de subsistance durables pour les populations locales, tout en améliorant l'habitat d'une centaine d'éléphants vivant dans cette région.

Fin 2019, plus d'un million d'arbres auront été plantés ainsi que de 350.000 autres plantes comme alternatives économiquement viables et pérennes pour les populations locales.

### Le second projet est un projet de protection de la biodiversité au Mexique.

L'objectif : 1 000 000 d'arbres plantés à Oaxaca au Mexique d'ici fin 2019. Le Mexique possède la quatrième plus riche biodiversité du monde, en particulier à Oaxaca, l'Etat le plus diversifié du Mexique non seulement pour sa richesse biologique, mais également pour ses 18 groupes ethniques et leurs cultures. L'un des hauts lieux biologiques est le bassin versant Copalita-Zimatán-Huatulco (CZH) déclaré « région de conservation prioritaire ». Depuis 13 ans, le WWF Mexique participe aux efforts de reboisement, à la fois dans les forêts de pins et chênes et les zones de forêt tropicale sèche.

Depuis 2016, Caudalie soutient ce projet opéré par le WWF France, le WWF Mexique et leurs partenaires locaux afin de planter un total de plus d'un million d'arbre pour rétablir les sols et les forêts et maintenir le service écosystémique "eau". Ce projet permet ainsi de réduire l'impact de l'agriculture conventionnelle par la promotion de pratiques alternatives de production, notamment via la formation.

Ensemble et sur ces deux territoire, Caudalie et le WWF auront ainsi replanté deux millions d'arbres d'espèces locales et mis en place des pratiques agricoles alternatives pour préserver les services écosystémiques que la forêt fournit de manière durable et respectueuse de l'environnement.



Donnons ensemble une nouvelle vie à nos produits.

**CITEO**

### **Promouvoir le tri et le recyclage des papiers auprès des enfants**

Citeo œuvre pour réduire l'impact environnemental des emballages et des papiers, en les transformant en nouvelles ressources. Depuis 25 ans, les entreprises ont investi 10 milliards d'euros pour collecter, trier, recycler les emballages et les papiers. Cet engagement a permis de déployer la collecte sélective partout en France, de faire du tri le 1er geste citoyen des Français et de créer des filières de recyclage, en partenariat avec les collectivités locales, les filières matériaux et les opérateurs.

Le WWF France et Citeo ont choisi d'unir leurs forces pour sensibiliser les plus jeunes à la protection de la biodiversité et à l'importance de réduire, trier, recycler ou réemployer les emballages et les papiers.

Ces actions se concrétisent par la présence du WWF dans des articles du magazine Eco Junior de Citeo. Distribué à 420 000 élèves dans 15 000 classes en France Eco Junior a pour objectifs de faire découvrir les bénéfices environnementaux et les coulisses du tri et du recyclage aux enfants, et de les orienter sur la manière d'agir au quotidien pour protéger notre planète.

D'autres actions seront envisagées au cours du partenariat afin d'engager les enfants dans ces gestes environnementaux, comme l'organisation d'un concours scolaire sur la protection de la biodiversité.

#### **Secteur :**

Activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises ; recyclage

#### **Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

#### **Actions de conservation :**

Océans

#### **Budget :**

Entre 50 K€ et 100 K€

**Secteur :**

Industrie Agroalimentaire

**Type de partenariat :**

Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**

Eau douce , Océans

**Budget :**

Entre 100 K€ et 250 K€

## COCA-COLA – FONDATION

### Soutien de 2 projets : Restauration de zones humides en Camargue et Lutte contre les rejets plastiques en Méditerranée

Dans le cadre du partenariat transformationnel international existant entre The Coca-Cola Company et WWF depuis 2007, le WWF France mène 2 projets avec le soutien de la Fondation Coca-Cola. Le premier porte sur la restauration de zones humides en Camargue et le deuxième sur la lutte contre les rejets de plastique en mer Méditerranée. La Fondation Coca-Cola soutient également d'un programme d'insertion des jeunes au sein du WWF

#### Restaurer une zone humide emblématique : la Camargue

La Camargue est la 1ère zone humide de France par sa taille. Cet écosystème avait été totalement artificialisé pour la production industrielle du sel de mer.

Grâce à notre action commune avec le parc naturel régional de Camargue, la Tour du Valat et la Société nationale de protection de la nature, le fonctionnement naturel des étangs et marais des salins de Camargue se rétablit.

Des travaux hydrauliques ont été ainsi réalisés et 2,3 milliards de litres d'eau sont restitués à cet écosystème chaque année. De nombreuses espèces comme les anguilles, les oiseaux hivernants ou la salicorne reviennent s'y installer, signe d'un écosystème en pleine renaissance. 289 espèces d'oiseaux et 540 espèces végétales sont ainsi répertoriées sur le site. Nous poursuivons notre action sur le terrain pour amplifier notre impact et l'implication des acteurs locaux.

### Lutter contre les rejets de plastique en Mer Méditerranée

Face à la crise écologique mondiale qu'engendre la pollution plastique, le WWF France agit pour que les décideurs publics, les entreprises et les citoyens adoptent une série d'actions visant à réduire la pollution plastique. Le WWF France a décidé de lancer un projet pilote de lutte contre les rejets de plastique en Mer Méditerranée pour une durée de trois ans à partir de 2018.

L'objectif est d'engager trois territoires méditerranéens français et de mobiliser largement les acteurs de ces territoires dans des actions de lutte contre la pollution plastique. Ces actions visent à réduire la pollution plastique à la source en favorisant la réduction de l'utilisation du plastique, en développant le réemploi et en optimisant le recyclage des déchets plastiques.

La première étape consiste à identifier précisément les sources des rejets de plastique dans l'environnement pour qualifier les responsabilités des acteurs et déterminer les marges de manœuvre techniques, réglementaires et comportementales de chacun. L'objectif est ensuite de soutenir les collectivités territoriales dans l'élaboration d'une stratégie territoriale et de feuilles de route sectorielles pour lutter contre la pollution plastique, qui soient co-construites avec les acteurs du territoire, adaptées à l'ampleur de la crise et actionnables rapidement. Le WWF France suivra la mise en œuvre de ces stratégies pour s'assurer de l'impact des mesures prises sur les rejets de plastique dans les milieux.

#### Programme Salvatore Gabola

En l'honneur de Salvatore Gabola, l'un des fondateurs du partenariat entre le WWF et The Coca-Cola Company, un programme d'insertion des jeunes a été créé en son nom pour lui rendre hommage. Son ambition est d'offrir des opportunités de qualification à des étudiants engagés dans la cause environnementale, un "coup de pouce" à destination des jeunes mais aussi un moyen pour ces professionnels de demain de découvrir l'entrepreneuriat social et environnemental. Ce sont aujourd'hui plus de 15 contrats de stages et de professionnalisation qui ont pu être accueillis au WWF depuis le début du programme.



## LA COMPAGNIE FRUITIÈRE

### **Pour une agriculture durable et une consommation plus responsable de la banane**

Signé en 2017 et renouvelé en 2019 pour une période de quatre ans, le partenariat entre la Compagnie Fruitière et le WWF France a pour objet la mise en œuvre d'actions concrètes pour une agriculture durable, dont les principaux enjeux sont :

- la réduction de l'utilisation des produits phytosanitaires et de fertilisants de synthèse dans la culture conventionnelle ;
- le développement et la promotion de l'agriculture biologique, la Compagnie Fruitière devenant à terme le leader du Bio dans son secteur.

Le WWF France a accompagné la Compagnie Fruitière dans l'élaboration de nouveaux engagements présentés en 2018 : le groupe s'est engagé ainsi à développer d'ici 2025 l'agriculture biologique sur 20% de ses surfaces et s'est lancé dans l'expérimentation de modes de production innovants et durables, en développant de nouvelles pratiques agro écologiques sur ses surfaces conventionnelles.

Pour réaliser ces engagements, la Compagnie Fruitière a ainsi signé un partenariat ambitieux avec le CIRAD pour un accompagnement technique, a mis en place de nombreux projets de R&D, et s'est engagée à diminuer les volumes de produits phytosanitaires dans sa culture conventionnelle : les volumes des nématicides, des herbicides, des pesticides et des fongicides seront décroissants. Lorsque possible, ces produits laisseront la place au bio contrôle, aux plantes de services, au piégeage par phéromone et par d'autres outils plus durables.

#### **Secteur :**

Production et distribution de fruits & légumes

#### **Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

#### **Actions de conservation :**

Systemes alimentaires durables

#### **Budget :**

Entre 100 K€ et 250 K€



## DANONE

### **Le WWF France rejoint les ONG et partenaires techniques de Danone pour une agriculture régénératrice**

Durant le premier trimestre 2018, Danone a publié trois engagements constituant une nouvelle orientation de son modèle de production en France : donner aux consommateurs les moyens de mieux choisir leurs produits, renforcer l'offre Bio, et accompagner les partenaires Danone, en particulier les agriculteurs, vers une agriculture régénératrice (Danone Act).

Le WWF-France a rejoint la table des ONG et des partenaires techniques dans le but de participer à l'élaboration du cahier des charges de l'agriculture régénératrice et à sa mise en œuvre sur le terrain. Avec cette méthodologie, parfaitement compatible avec l'agriculture biologique, Danone et le WWF France souhaitent relever un certain nombre de défis majeurs, notamment la préservation de la biodiversité.

L'agriculture régénératrice s'appuie sur trois piliers : l'accompagnement des agriculteurs, la protection des sols (la restauration et le maintien de leur fertilité au long terme) et le bien-être animal. D'ici 2025, ce nouveau modèle devrait s'appliquer à 100% des produits cultivés en France par Danone auprès de plus de 2000 agriculteurs partenaires.

Dès 2018, Danone a consacré une journée de son chiffre d'affaire, soit environ 5 millions d'euros, pour accélérer la transition vers l'agriculture régénératrice de son amont agricole. Le WWF accompagnera Danone dans la mise en place de l'agriculture régénératrice par le déploiement de projets pilotes en France.

**Secteur :**

Agro-alimentaire

**Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

**Actions de conservation :**

Agriculture & Alimentation

**Budget :**

Entre 100 k€ et 250 k€

**Secteur :**

Fondation d'entreprise

**Type de partenariat :**

Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**

Forêts

Climat &amp; Énergie

**Budget :**

Entre 50 K€ et 100 K€

## FONDATION AIR LIQUIDE

### 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 2<sup>ème</sup> 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 l'institution Smithsonian et L'Herbier National du Gabon, 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 entre 2014 et 2018. Afin d'étudier la résilience des forêts au changement climatique, le WWF prévoit que ces campagnes de mesure soient effectuées tous les 5 ans.



## FRANCAISE DES JEUX

### Pour une politique environnementale ambitieuse

En 2015, à l'occasion de la COP21, FDJ s'est engagée auprès du WWF France en soutenant dix projets de conservation à travers le monde grâce au jeu « Solidaires pour un monde meilleur ».

Dans la continuité de cette opération, le WWF France et FDJ ont poursuivi leur collaboration en 2017 et 2018 autour de deux axes :

- L'amélioration des pratiques de FDJ sur l'enjeu du papier, en particulier sur l'aval de sa chaîne de valeur (collecte et du recyclage des papiers en fin de vie). Chaque année, plusieurs millions de tickets sont vendus, ce qui représente environ 4000 tonnes de papiers.
- La sensibilisation et l'accompagnement des collaborateurs FDJ aux enjeux environnementaux.

2018 a également permis de renouveler le partenariat autour des axes suivants :

- 1) La poursuite des actions sur l'enjeu papier, en particulier sur l'aval de la chaîne de valeur, avec notamment la réalisation d'un projet pilote de récupération des tickets en PDV
- 2) Le développement d'une démarche numérique responsable au sein du groupe FDJ
- 3) Des actions de sensibilisation interne autour des axes du partenariat avec un focus sur le tri et le traitement des plastiques

Ensemble, la FDJ et le WWF poursuivent des objectifs ambitieux et les élargissent à de nouveaux sujets tels que le numérique responsable.

#### Secteur :

Jeu

#### Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & sensibilisation

#### Actions de conservation :

Forêts, énergie et climat

#### Budget :

Entre 50 K€ et 100 K€



## GRDF

### Accélérer le développement durable du gaz renouvelable

GRDF, principal gestionnaire de réseau de distribution public de gaz naturel en France, accompagne la transition énergétique en promouvant la baisse des consommations mais également en mobilisant toute la filière du gaz renouvelable afin d'être en capacité d'injecter 100% de gaz verts dans ses réseaux d'ici à 2050. L'entreprise est convaincue que le gaz joue un rôle complémentaire et indispensable à la transition énergétique pour atteindre les objectifs de l'accord de Paris.

De ce fait, GRDF s'est engagé à soutenir les actions de conservation du WWF France dans le cadre de son travail de plaidoyer en faveur d'un monde alimenté par des énergies 100 % renouvelables en 2050 et d'une agriculture durable.

Le partenariat lancé en 2018 a pour ambition de définir les conditions d'un développement durable du biométhane (gaz issu du processus de méthanisation des déchets organiques) en France, afin que cette solution puisse se déployer de manière responsable et contribuer à la transition énergétique.

Le partenariat repose sur trois domaines de collaboration principaux :

- Promouvoir le développement de pratiques agricoles susceptibles de fournir les matières premières organiques nécessaires à la méthanisation tout en s'intégrant dans un modèle d'agroécologie sobre en engrais et en produits phytosanitaires et soucieux des sols. Le partenariat visera également à définir les conditions de bonne intégration des projets dans les territoires ainsi qu'à minimiser les impacts sur l'environnement et les écosystèmes.
- Développer des modes et solutions de financement adaptés aux projets de méthanisation
- Sensibiliser le grand public afin de mieux faire connaître cette énergie renouvelable et ses atouts.

#### Secteur :

Distribution de gaz

#### Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & sensibilisation

#### Actions de conservation :

Climat, énergie et agriculture durable

#### Budget :

Entre 250 K€ et 500 K€

**Secteur :**

Industrie fromagère

**Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

Soutien aux projets du WWF

Communication &amp; Sensibilisation

**Actions de conservation :**

Systèmes alimentaires durables

Forêts

**Budget :**

Entre 250 K€ et 500 K€

## LE GROUPE BEL

### Agir ensemble vers une production laitière plus responsable

Le Groupe Bel, acteur mondial du snacking sain laitier et fruitier, a fait de son engagement pour une filière laitière durable, une priorité de sa stratégie de responsabilité sociétale et environnementale. En partenariat avec le WWF France depuis 2012, le Groupe a depuis initié des actions de réduction de l'empreinte environnementale de la production laitière, de soutien du déploiement de filières responsables et de sensibilisation de ses consommateurs avec comme objectif d'affirmer sa volonté d'inventer un modèle de croissance pérenne avec l'ensemble des acteurs de la filière lait.

Dans le cadre de leur troisième partenariat signé en 2019, Bel et le WWF France ont défini de nouveaux axes de travail conjoints pour permettre au Groupe de répondre concrètement à ses engagements RSE :

- L'accompagnement au déploiement de la Charte mondiale Bel pour une filière amont laitier durable dans l'ensemble des 10 bassins laitiers du Groupe à travers le monde et du programme « Fermes Pilotes Bel ». Co-signée avec le WWF France, la Charte guidera jusqu'en 2025, l'évolution des pratiques du Groupe et des 2650 producteurs de lait avec lesquels il travaille, pour inventer ensemble un modèle de croissance durable. Elle définit des objectifs chiffrés ambitieux autour de six axes stratégiques, parmi lesquels l'accès au pâturage ou encore le bien-être animal.
- La Charte prévoit également la mise en place de « Fermes pilotes », un programme organisé avec un panel d'experts auquel appartient le WWF France, visant à identifier des pratiques innovantes déjà existantes et adaptées aux réalités locales, auprès de producteurs volontaires, pour ensuite les partager et les déployer.
- Le soutien de projets terrain au sein des bassins laitiers du Groupe, et entre autres auprès des 2600 éleveurs qui lui fournissent du lait, pour favoriser la mise en place de pratiques vertueuses (agroforesterie, alimentation animale durable, etc.).
- La co-construction d'une politique de préservation des forêts et des écosystèmes naturels, avec des objectifs chiffrés et concrets pour agir contre la déforestation. Cette politique s'intéresse prioritairement aux trois matières premières reconnues comme ayant un impact fort sur la déforestation et sur lesquelles Bel peut véritablement agir : l'alimentation des vaches laitières, les matières grasses végétales et les papiers et cartons utilisés pour les emballages.
- La sensibilisation des consommateurs à une production laitière plus responsable. Cette sensibilisation est portée par deux marques emblématiques de Bel, Leerdammer et Kiri. Des messages sur l'accès au pâturage et les pratiques d'élevage durables sont communiqués sur les emballages et dans les communications de Leerdammer et de Kiri.



## LE 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 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 se positionner comme le champion de la lutte contre l'obsolescence programmée.

**Secteur :**

Électroménager

**Type de partenariat :**

Communication & Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**

Climat & Énergie

**Budget :**

Entre 100 K€ et 250 K€



## HERMÈS & FONDATION D'ENTREPRISE HERMÈS

Depuis 1837, la maison HERMÈS, groupe familial international qui emploie aujourd'hui plus de 14 000 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 France 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 France se concrétise de différentes manières :

- Des projets de terrain, conduits dans certaines filiales du Groupe, ou le WWF France 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€



## INGREDIA / LA PROSPÉRITÉ FERMIÈRE

### **Secteur :**

Production d'ingrédients laitiers, de lait de consommation et de crème

### **Type de partenariat :**

Un renforcement de la démarche responsable

### **Actions de conservation :**

Systemes alimentaires durables

### **Budget :**

Entre 50 K€ et 100 K€

### **Agir pour une filière laitière plus durable**

Troisième acteur mondial des protéines de lait fonctionnelles et nutritionnelles, Ingredia est engagé pour réduire l'impact de sa production laitière sur l'environnement.

### **Un renforcement de la démarche responsable.**

Cette société du groupe coopératif Prospérité Fermière renforce ainsi les démarches responsables ainsi que la stratégie de différenciation engagées par la coopérative depuis 2016.

Le partenariat se construit autour de deux axes : « l'analyse des risques environnementaux liés à la production laitière et le déploiement d'un cahier des charges Lait à l'herbe et sans OGM ». Ce dernier a été construit avec une centaine d'éleveurs adhérents de la coopérative et sera élargi au plus grand nombre dans une démarche de progrès durable.



## KUSMI TEA / GROUPE ORIENTIS

Le groupe Orientis (Kusmi Tea, Lov Organic) est engagé depuis 2018 au côtés du WWF France avec un double objectif : participer à la protection des tigres en rejoignant l'initiative Tiger x2, et augmenter la part de thés biologiques au sein de son approvisionnement.

Orientis est engagé en qualité de mécène pour protéger le tigre, espèce emblématique des régions productrices de thé aujourd'hui en danger d'extinction, selon la liste rouge des espèces menacées de l'UICN. Le groupe appuie le WWF dans le cadre de son objectif TX2 débuté en 2010 sous l'impulsion du WWF et suivi par les gouvernements des 13 pays de l'aire de répartition de l'espèce.

L'objectif de cette initiative : doubler la population de tigres sauvages et atteindre 6 000 individus d'ici 2022 - la prochaine année du Tigre de l'horoscope chinois.

Ce partenariat porte également sur l'accompagnement d'Orientis dans le choix d'un thé respectueux de l'environnement.

Avec l'aide du WWF France, Orientis augmente progressivement la part d'approvisionnement en thé bio et responsable. De 15% de thés bio au début du partenariat, Orientis a atteint aujourd'hui 73% d'achat de thés bio, dépassant l'objectif de 40% en 2019. Le Groupe pense atteindre 95% sur l'année 2020.

### Secteur :

Agroalimentaire

### Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication et sensibilisation

### Actions de conservation :

Biodiversité & Agriculture biologique

### Budget :

Entre 50 k€ et 100 k€

**Secteur :**

Services postaux

**Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication &amp; Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**

Climat &amp; Énergie

Forêts

**Budget :**

Entre 100 K€ et 250 K€

## LE GROUPE LA POSTE

### Engagé dans l'accélération des transitions écologiques et du déploiement de l'économie circulaire

Après une coopération initiée en 2008 avec la branche d'activités Services-Courrier-Colis de La Poste, le WWF France a accompagné l'ensemble du Groupe La Poste dans la prise en compte de ses enjeux environnementaux clés, la réduction de son empreinte écologique, l'appropriation interne et la valorisation externe de ses engagements et performances environnementales.

Grand groupe de services de proximité humaine, ancré dans les territoires, le Groupe La Poste et le WWF France ont poursuivi leur partenariat en 2018 pour se concentrer sur des sujets clés comme l'économie circulaire, le numérique responsable et la transition énergétique.

Après une coopération initiée en 2008 avec la branche d'activités Services-Courrier-Colis de La Poste, le WWF France a accompagné l'ensemble du Groupe La Poste dans la prise en compte de ses enjeux environnementaux clés, la réduction de son empreinte écologique, l'appropriation interne et la valorisation externe de ses engagements et performances environnementales.

Grand groupe de services de proximité humaine, ancré dans les territoires, le Groupe La Poste et le WWF France

ont poursuivi leur partenariat en 2018 pour se concentrer sur des sujets clés comme l'économie circulaire, le numérique responsable et la transition énergétique.

### 3 axes ont été développés sur la période 2018-2019 :

- **Poursuivre et renforcer l'accompagnement du Groupe La Poste dans l'appropriation interne et la valorisation externe de ses engagements et performances environnementales :**

- Cette période de partenariat a permis de mener un travail de réflexion stratégique sur la complémentarité papier et numérique des offres de La Poste pour renforcer le déploiement d'une approche plus responsable du numérique (mise à jour d'un guide interne, réalisation de vidéos internes pédagogiques, identification des actions prioritaires à mener notamment suite à la participation du Groupe La Poste à l'étude WeGreenIT parue en 2018 du WWF France et du Club GreenIT.fr)

- Le Groupe La Poste a également défini une trajectoire de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre en ligne avec les objectifs de l'Accord de Paris dans le cadre de l'initiative mondiale Science based Targets portée par le WWF, le CDP, Le Global Compact et le WRI.

- **Accompagner Le Groupe La Poste sur l'économie circulaire :**

Cette période de partenariat a permis de partager les éléments d'une vision commune sur l'économie circulaire notamment à travers la réalisation d'une cartographie des actions existantes et des projets pilotes innovants menés par le Groupe.

- **Mettre le potentiel du numérique au service des valeurs humaines portées par La Poste :**

Le WWF France a lancé en octobre 2018 WAG (We Act for Good), un programme doté d'une plateforme digitale où les gestes de chacun se transforment en action collective : l'effet WAG, c'est le pouvoir de mieux consommer ! WAG a été initiée par le WWF France et ses partenaires fondateurs La Poste, l'ADEME et la MAIF. La plateforme permet à chacun de reprendre le pouvoir de consommer mieux pour soi et la planète en faisant partie d'une communauté dynamique et collective.

### En savoir plus sur : WAG

**Secteur :**

Industrie du pneu

**Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

**Actions de conservation :**

Forêts

**Budget :**

Supérieur à 500 K€

## LE GROUPE 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.

Michelin a franchi plusieurs étapes clés durant ces dernières années : la publication de sa Politique de Caoutchouc Naturel Responsable en juin 2016, qui met l'accent sur son engagement « zéro déforestation », et le lancement de la cartographie de ses approvisionnements en caoutchouc en 2017 avec Rubberway, une application mobile. Celle-ci permet de collecter des informations RSE auprès des petits planteurs, des grandes exploitations, des acteurs intermédiaires et des usines de transformation de la matière première en collaboration avec ses fournisseurs.

A la suite de ces succès, Michelin et le WWF ont souhaité inciter encore plus largement les acteurs clés de l'industrie et de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement à définir et appliquer des politiques de durabilité ambitieuses, et à travailler ensemble pour que la culture durable du caoutchouc naturel devienne la norme. C'est donc après plusieurs années de préparation que la Plateforme Internationale pour le Caoutchouc Naturel Durable a vu le jour en 2018. La plateforme devra élaborer les standards liés au caoutchouc naturel durable pour accroître la performance sociale, économique et environnementale tout au long de la chaîne de valeur. La plateforme débutera ses travaux au premier trimestre 2019 et représentera une opportunité unique de faire évoluer toute l'industrie vers plus de durabilité.

Un projet pilote est également mené en Indonésie pour tester la mise en œuvre opérationnelle de la politique caoutchouc naturel durable de Michelin et lutter contre la déforestation. Cette année est marquée par la mise en place d'une vaste zone de préservation de 9 700 hectares servant de corridor permettant aux animaux (éléphants, tigres et orangs outans) de circuler en sécurité sur le territoire, à côté des plantations de caoutchouc développées sur les zones dégradées. Des patrouilles de lutte contre les activités de déforestation illégale poursuivent leur déploiement. Une des prochaines étapes du projet consistera à développer une stratégie de règlement des conflits homme-animal sur le territoire.

**Secteur :**

Fondation d'entreprise

**Type de partenariat :**

Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**Forêts  
Climat & énergie  
Vie sauvage**Budget :**

Entre 100 K€ et 250 K€

## MICHELIN - FONDATION D'ENTREPRISE

### Fondation Michelin - Des projets en Indonésie, en Inde et au Brésil pour la protection de l'environnement, une production de caoutchouc naturel durable et une mobilité bas carbone

La Fondation Michelin soutient le WWF pour protéger l'environnement à Sumatra et sensibiliser les populations locales. Elle soutient également une production plus durable de caoutchouc naturel au Brésil et le développement d'une feuille de route pour une mobilité bas carbone en Inde.

Projet de protection de l'environnement et de sensibilisation des populations à Sumatra en Indonésie

Initié en 2015, le soutien de la Fondation Michelin au WWF a porté sur un projet de conservation de la forêt tropicale sur le territoire de Bukit Tigapuluh (île de Sumatra, Indonésie), dont l'écosystème abrite une biodiversité très riche, qui comprend plusieurs grandes espèces emblématiques (éléphants, orangs outans, tigres...).

Ce projet de conservation poursuit deux objectifs principaux

1. Sensibiliser les communautés locales à la nécessité de stopper la déforestation et les former à la protection de l'environnement. Ces activités de sensibilisation et de formation touchent plusieurs publics. Tout d'abord les enfants, pour lesquels un **programme scolaire axé sur la protection de l'environnement** a été développé et diffusé dans toutes les écoles de la région, en collaboration

avec le gouvernement local. Des **jeux éducatifs** sont également disponibles dans les écoles. Les ouvriers et leurs familles qui vivent de la culture de caoutchouc bénéficient également de **formations et d'activités de sensibilisation, par exemple à la réduction des conflits homme-éléphant**. Une centaine de panneaux rappelant la législation locale relative à la déforestation ont également été installés.

2. Le second axe vise à travailler avec les populations pour **trouver des activités économiques compatibles avec les enjeux environnementaux**. Par exemple, les femmes sont encouragées à se joindre aux groupes de production de produits non issus de la déforestation qui peuvent leur assurer un revenu décent tels que le gingembre.

Projet d'amélioration des pratiques de production vers un caoutchouc naturel durable en Amazonie au Brésil

Ce projet d'une durée d'un an a été initié en janvier 2019 dans le but d'améliorer la chaîne de valeur du caoutchouc sauvage dans la région d'Amazonas au Brésil, région très riche en biodiversité mais qui connaît une forte hausse de la déforestation depuis 5 ans.

En collaboration avec les communautés locales qui vivent du caoutchouc sauvage, le projet consiste à **réaliser un diagnostic de la chaîne de valeur du caoutchouc sauvage, à développer un prototype de système de traçabilité** pour analyser les risques sociaux et liés à la déforestation et enfin à **appuyer les communautés locales à s'approprier les résultats de ces études**.

Projet de développement d'une feuille de route pour une mobilité bas carbone en Inde

Depuis 2018 et ce pour une durée de deux ans, la Fondation Michelin apporte son soutien au WWF Inde et à la Chambre de Commerce et d'Industrie Indienne **afin de développer une feuille de route pour une mobilité bas carbone**. L'élaboration de cette feuille de route, qui compte 8 thématiques allant des transports en milieu rural au développement d'outils financiers incitatifs, se fait en concertation avec des groupes de travail réunissant plusieurs dizaines d'experts indiens de la mobilité. Un rendu synthétique permettra aux décideurs de dessiner un nouveau chemin vers une mobilité décarbonée en Inde dès le printemps 2020.



## MIROVA

### Restauration des terres dégradées avec la création du fonds LDN (Land Degradation Neutrality)

En 2015, Mirova, filiale de Natixis Investment Managers dédiée à l'investissement responsable, s'est alliée avec la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification (CNULCD) pour créer le premier fonds de lutte contre la dégradation des terres.

En 2017, Mirova et le WWF France ont démarré un partenariat dans le cadre duquel WWF soutient Mirova sur le développement et la gestion de ce fonds nommé Land Degradation Neutrality (LDNF), dont l'objectif est de lutter contre la dégradation en restaurant des terres dégradées.

Différentes activités ont ainsi été menées cette dernière année :

- Deal-sourcing : Identifier et analyser des perspectives de mise en place de projets potentiels
- ESG : Accompagnement pour le suivi des impacts et le reporting d'indicateurs
- Soutien local : Accès à l'expertise des différents bureaux WWF et du réseau international WWF
- Orientation stratégique : Le WWF France fournit un accompagnement en siégeant au comité stratégique du fonds LDN
- Plaidoyer : Promotion de la restauration des terres en tant que solution pour pallier la perte de biodiversité, le changement climatique et préserver les conditions de vie des populations.

#### Secteur :

Banque et Assurance

#### Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

#### Actions de conservation :

Forêts

Vie sauvage

#### Budget :

Entre 100 K€ et 150 K€



## PETIT NAVIRE

### Pour la préservation des ressources halieutiques

Entre 2014 et 2019, le WWF France et Petit Navire ont travaillé ensemble dans le cadre d'une coopération plus globale menée entre WWF et Thai Union Europe (TUE), la maison mère de Petit Navire.

Le partenariat avec TUE avait pour objectif d'accompagner le groupe dans l'amélioration de ses approvisionnements en thon, pour les marques européennes de Thai Union, et notamment en France avec Petit Navire.

Ce programme de collaboration était articulé autour de deux grands objectifs: soutenir les pêcheries dans l'atteinte des standards de la certification MSC (Marine Stewardship Council) ; contribuer à la mise en place de programmes d'amélioration des pêcheries, via la mise en place de Fishery Improvement Projects (FIP), des projets qui reposent sur des critères tels que la protection des stocks de poissons, la réduction des impacts sur l'écosystème et la bonne gestion des pêcheries.

À juin 2019, 76% du Thon Petit Navire vendu, provient de pêcheries impliquées dans des FIP ou certifiées MSC.

En France, Petit Navire et le WWF ont travaillé ensemble pour sensibiliser le grand public et les acteurs clés de la filière pêche à travers des actions de communication institutionnelle.

Petit Navire a également soutenu des projets du WWF sur les questions de pêche durable.

#### 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€



## PICARD

### **Pour une consommation plus durable : promouvoir la transition alimentaire et dynamiser la transition agricole en France**

Depuis 2015, Picard et le WWF France ont choisi de travailler ensemble sur deux sujets : la réduction de l'empreinte environnementale de l'alimentation, et la valorisation d'une consommation plus durable auprès de la clientèle française.

Utilisé dans l'alimentation animale en France comme ration alimentaire des bovins et de la volaille, le soja est un des principaux facteurs de déforestation, et donc de perte de biodiversité dans le monde. En premier lieu, le WWF France et Picard ont donc évalué l'empreinte déforestation de la viande, liée à la consommation indirecte de soja, pour dresser un plan d'actions envisageables. Ce plan comprend l'achat de certifications RTRS ou Pro Terra, et le développement de filières courtes et locales.

Le deuxième axe de travail a été l'augmentation de la durabilité des produits de la mer (pêche et aquaculture) en mettant en place les enseignements de l'outil pêche durable en fonction de l'espèce, de l'engin de pêche et de la zone de pêche. Picard et le WWF se sont régulièrement retrouvés lors d'ateliers de travail pour identifier et constituer ensemble une gamme plus durable. L'objectif final étant ici, de proposer un produit plus durable et une plus grande variété de poissons afin de soulager des stocks de poisson au bord de l'épuisement et promouvoir la filière française.

En parallèle, le WWF France et Picard ont travaillé à l'élaboration de menus bas carbone, sur la base de l'étude « Vers une alimentation bas carbone, saine et abordable » pour guider les consommateurs vers une consommation plus responsable. Le WWF recommande une diminution de notre consommation de viande et des protéines animales (bœuf, volaille, porc, produits laitiers, poissons sauvages ou d'élevage, etc.) 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.

#### **Secteur :**

Agroalimentaire

#### **Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

#### **Actions de conservation :**

Forêts

Océans

Systemes alimentaires durables

#### **Budget :**

Entre 250 K€ et 500 K€

## GROUPE RENAULT

## LE GROUPE RENAULT

**Secteur :**

Automobile

**Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication &amp; Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**

Climat, Énergie et Villes Durables

**Budget :**

Entre 250 K€ et 500 K€

### Pour une mobilité plus électrique, partagée et basée sur les énergies renouvelables

Renault a rejoint en 2018 l'initiative du WWF France « Réinventer les villes » afin de travailler à la promotion de modèles de villes et de mobilités durables aux côtés d'acteurs publics et privés.

Le Groupe Renault, pionnier et leader européen du véhicule électrique, est activement engagé en faveur d'une mobilité plus durable à travers le développement d'écosystèmes électriques intelligents et de services de mobilité plus partagés et accessibles pour tous. Afin de poursuivre son engagement, Renault est aujourd'hui le premier constructeur au monde à avoir présenté un objectif climatique aligné avec l'Accord de Paris (Science Based Target). Cet engagement confirme le constat fait par le constructeur d'une évolution nécessaire, et d'ores et déjà engagée, des produits et des services de mobilité.

L'objectif du partenariat est de contribuer à transformer le secteur des transports en créant de vraies ruptures vers une mobilité plus durable. Pour cela, le WWF France accompagne le Groupe Renault dans la transition du modèle historique de la voiture individuelle et fossile vers une mobilité durable, électrique et partagée, à travers notamment le déploiement de services de mobilités tels que l'autopartage, le covoiturage, ou les services rendus par la batterie en seconde vie pour maximiser l'usage et l'intégration des énergies renouvelables dans les mix électriques.

Le partenariat s'attèle à incarner cette vision et analyser l'impact environnemental des nouvelles formes de mobilités, à travers des démonstrateurs dont le premier est une étude de cas menée sur l'île de Porto Santo, au Portugal. Cette île a en effet pour objectif de devenir la première île sans énergie fossile en couplant le développement des énergies renouvelables et la mise en place d'un écosystème de véhicules électriques. Objectif de cette étude de cas : tester en grandeur nature les synergies entre le développement du véhicule électrique et ses services rendus au réseau, avec le développement des énergies renouvelables.



## SODEXO

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

Depuis 2010, le WWF et Sodexo travaillent ensemble sur l'amélioration des pratiques et des approvisionnements du groupe de restauration collective ainsi que sur la réduction de son empreinte carbone.

La première phase a permis le développement d'une méthodologie de suivi des émissions carbone sur la chaîne d'approvisionnement de Sodexo, la définition d'une cible carbone, l'identification de leviers d'amélioration pour les approvisionnements du Groupe et la mise en place de projets pilotes pour développer des menus plus équilibrés en matière nutritionnelle et à faible impact carbone au Royaume-Uni.

La seconde phase lancée sur la période 2016-2019 se concentre sur la transformation de l'offre de restauration de Sodexo vers plus de durabilité, à travers la composition des menus, le renforcement des politiques d'approvisionnements en matières premières terrestres et produits de la mer, la lutte contre le gaspillage alimentaire, et l'alignement de l'offre avec la cible carbone Groupe. Une réussite majeure obtenue en juillet 2019 est l'intégration de Sodexo dans l'initiative Science Based Targets (SBT) lui permettant ainsi de s'assurer de l'alignement de la cible carbone du Groupe avec l'Accord de Paris.

L'adoption de pratiques responsables par un leader du marché tel que Sodexo est un puissant levier pour faire évoluer les pratiques du secteur de la restauration collective.

#### Secteur :

Restauration

#### Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

#### Actions de conservation :

Climat & Énergie

Systèmes alimentaires durables

Forêts

#### Budget :

Supérieur à 500 K€



## SOFIDEL

### En avril 2017, Sofidel France et le WWF sont signés un partenariat afin de promouvoir la certification FSC sur le marché français

Cette signature s'inscrit dans une démarche globale de réduction de l'empreinte environnementale du Groupe italien, leader dans le secteur du papier à usage sanitaire, gérée dans le cadre d'un partenariat historique entre le WWF Italie et Sofidel. En effet, Sofidel est engagé dans l'initiative Climate Savers, avec un objectif de réduction de ses émissions directes à 2020 de -23% par tonne de papier, et de -13% à 2020 pour ses émissions indirectes. Sofidel s'engage également à améliorer les approvisionnements du Groupe en garantissant l'origine responsable de la pâte à papier : aujourd'hui 100% des produits sous marque propre en France sont certifiés FSC. Enfin, Sofidel travaille sur la réduction de son empreinte eau, via la mise en place de systèmes de récupération des eaux usées et l'optimisation de la ressource dans sa chaîne de production. En 2016, Sofidel a reçu le prix « WWF Environmental Paper Award » dans la catégorie « Paper Brand ».

La déclinaison du partenariat en France qui vise à promouvoir l'achat de produits issus de forêts gérées durablement, s'articule autour de 2 axes : l'utilisation du logo WWF en appui du logo FSC sur les produits Sopalin et Le Trèfle (100% FSC Mixte) et le développement d'actions de sensibilisation et de promotion du FSC auprès du grand public afin d'encourager l'achat de produits certifiés.

#### Secteur :

Papeterie

#### Type de partenariat :

Communication & Sensibilisation

#### Actions de conservation :

Forêts

#### Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€



## SUEZ

### **Accélérer la réduction de l’empreinte environnementale des villes et des territoires en misant sur une gestion durable des ressources**

Dans un contexte de dérèglement climatique avec un fort impact sur les villes et leurs populations, le WWF France et SUEZ ont donc signé un partenariat qui vise à réduire l’empreinte écologique des villes et des territoires et proposer de nouveaux modèles de développement urbain inscrits dans une logique d’économie circulaire.

Ce partenariat se décline en deux axes de collaboration :

- Une première phase conduite sur l’année 2018 pour confronter les visions et les approches de SUEZ et du WWF notamment sur la gestion des ressources dans les villes et en lien avec les dix principes de durabilité du WWF France pour « réinventer les villes ». Cette première phase de travail a permis, de partager les enjeux et les pratiques des acteurs de la ville et a abouti à l’élaboration d’une vision commune de la « Ville ressource ».
- Une phase d’expérimentation permettra par la suite de tester cette vision avec des projets pilotes portant notamment sur la mise en œuvre du cadre de référence de la ville ressource dans une collectivité et l’évaluation des pratiques et processus SUEZ au regard de ce cadre. Le WWF France accompagnera les équipes projets et facilitera la mobilisation des parties prenantes, afin de faire évoluer les comportements.

**Secteur :**

Services environnementaux

**Type de partenariat :**

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

Soutien aux projets du WWF

**Actions de conservation :**

Climat, Energie et Villes durables

**Budget :**

Entre 100 K€ et 250 K€



## SYSCO FRANCE

Dans le cadre d'un partenariat signé en octobre 2018 et pour une durée de quatre ans, Sysco France, acteur majeur de la restauration hors foyer, et le WWF France travaillent ensemble pour renforcer la démarche d'approvisionnement responsable de l'entreprise en matières premières terrestres et en produits de la mer, avec pour ambition commune de faire progresser l'ensemble du marché de la restauration hors foyer vers des pratiques d'achat et de consommation plus respectueuses de l'environnement et des équilibres naturels.

Axes de travail prioritaires :

- Améliorer la durabilité des approvisionnements en matières premières

Dans le cadre de ce partenariat, le WWF accompagne Sysco dans la prise en compte de critères environnementaux dans ses pratiques d'approvisionnement en certaines matières premières qui sont prioritaires pour le WWF : soja, huile de palme, fruits et légumes et produits de la mer).

- Sensibiliser les parties prenantes clés de l'entreprise, particulièrement les collaborateurs de Sysco France

Dans le cadre de ce partenariat, le WWF intervient en formation des équipes internes de Sysco France (achats et qualité) afin de les sensibiliser aux enjeux de la ressource halieutique et des matières premières terrestres et afin de leur donner toutes les clés pour orienter les approvisionnements vers une démarche responsable. Pour que chaque collaborateur de Sysco France soit ambassadeur et acteur du changement, le WWF participe à des événements internes de l'entreprise en présentant les actions de l'ONG et en sensibilisant l'ensemble des collaborateurs aux enjeux environnementaux.

### Secteur :

Agroalimentaire

### Type de partenariat :

Accompagnement vers des pratiques durables

Communication & Sensibilisation

### Actions de conservation :

Océans

Systèmes alimentaires durables

### Budget :

Entre 100 K€ et 250 K€

## **LISTE DES ENTREPRISES PARTENAIRES D'UN BUDGET ANNUEL COMPRIS ENTRE 8 K€ ET 50 K€**

---

**COSTA SEAFOOD**

**LA CALÉDONIENNE DES EAUX**

**CRÉDIT COOPÉRATIF**

**MARRIOTT**

**CRMS SNCF**

**MISTIGRIFF**

**E-CENTER**

**NATHAN**

**GÎTES DE FRANCE**

**NUTRITION & SANTÉ**

**HUMANIS**

**POULPLAY**

**ÏDKIDS**

**QWEHLI**

**INTERNATIONAL PAPER**

**SAM ABELL / ACNE**

## FOCUS

# CLUB ENTREPRENDRE POUR LA PLANÈTE



Lancé fin 2018, le Club Entreprendre Pour la Planète est le club de PME du WWF France et il compte après 1 an d'existence 21 entreprises membres.

Toutes ces TPE et PME partagent les valeurs du WWF et sont rigoureusement sélectionnées pour servir d'exemple dans leur secteur d'activité. Elles contribuent ainsi à la mise en œuvre de nouvelles pratiques pour soutenir l'alimentation durable, l'économie circulaire, le déploiement d'énergies propres, la protection d'espèces en danger, la sauvegarde de nos ressources naturelles ou tout autre sujet de conservation au cœur de nos actions.

En appui, et afin d'accélérer le changement vers ces

modèles vertueux, le WWF France met à disposition des entreprises membres du Club un logo et une vidéo qui sont de formidables leviers de communication pour booster leur visibilité en interne et en externe. Ces PME sont aussi mises à l'honneur grâce à leur logo posté sur le site du WWF France.

De nombreux événements nous réunissent tout au long de l'année offrant ainsi une richesse de réseau et l'occasion de participer à des ateliers aux thèmes variés.

Le Club Entreprendre Pour la Planète est un portail unique pour une PME vertueuse de rejoindre l'écosystème formidable du WWF France.



**PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ PAR LES PME ET TPE**

SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRE TOTAL DES ENTREPRISES FRANÇAISES

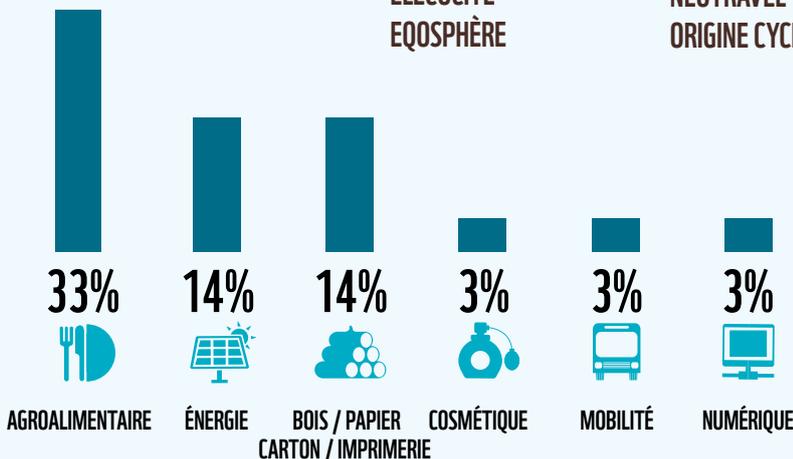
**En 2018**  
création du club

UN AN APRÈS **21** ENTREPRISES MEMBRES

ADVANSA  
BALTHAZAR AGENCY  
CARBONEX  
CODÉO  
COMPTOIR DU CAVIAR  
ELECOCITÉ  
EQOSPHERE

LARRAQUÉ VINS INTERNATIONAL  
LE CLOS MALLY  
LYSPACKAGING  
M2I BIOCONTROL  
NEO FUNÉRAIRE  
NEOTRAVEL  
ORIGINE CYCLES

PICTURE  
POLY TO POLY  
PRÉVOTAT  
RETENMAIER  
SELECTRA  
SOFI SMART GROUPE  
YNSECT



## FOCUS

# LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

### La démarche "Énergies renouvelables et durables" :

La transition énergétique est une chance pour réussir à concilier la lutte contre le dérèglement climatique et, de nouveaux modèles et filières de développement pour les territoires.

Les piliers de cette transition sont connus depuis longtemps : la sobriété, l'efficacité énergétique d'une part et le développement des énergies renouvelables en substitution des énergies fossiles (gaz, charbon, pétrole) et fissiles (uranium, plutonium) d'autre part.

Il y a aujourd'hui amplement matière à accélérer le développement des énergies renouvelables en France : alors qu'elles représentaient à peine 16% de notre mix énergétique en 2017, et couvrent seulement 22% de notre consommation d'électricité.

Afin de tirer le maximum de ces énergies, comme toute infrastructure, celles-ci doivent répondre à des exigences en termes de durabilité, dans toutes ses dimensions (environnementale, sociale, gouvernance et économie locale), et à chaque étape. Par ailleurs, leur développement doit s'inscrire dans une démarche globale d'évolution de notre manière de produire et d'utiliser l'énergie, car l'énergie la plus vertueuse est d'abord celle que l'on ne consomme pas. Par le respect de ces conditions et l'intégration de ces multiples dimensions, les énergies renouvelables peuvent constituer un avenir pour les territoires et pérenniser le développement de ces filières, en permettant d'atteindre les objectifs que la France s'est fixés.

Nous proposons donc un cadre d'accompagnement aux porteurs de projets d'énergie renouvelable. Des repères, des principes qui concernent aussi bien la planification, le dialogue avec les parties prenantes locales, que l'intégration environnementale et le respect des ressources.

Afin de favoriser des projets qui s'intègrent dans les territoires de manière durable, et ainsi amplifier leurs bénéfices à l'échelle locale. Déclinée en plusieurs modules pour différentes filières d'énergies renouvelables, la démarche propose une série de recommandations spécifiques aux différentes phases du projet. Le volet éolien terrestre est le premier module que nous avons réalisé.

L'éolien est en effet un atout majeur pour la transition énergétique française. Produisant de l'électricité en utilisant la force du vent, il s'agit de la 2ème source la plus utilisée après l'hydraulique pour produire de l'électricité renouvelable. Associé à la diminution de nos

consommations d'énergie, l'éolien terrestre a un rôle phare à jouer dans la diversification de notre approvisionnement en électricité, alors que notre pays représente pour cette filière l'un des premiers gisements européens. Le développement de cette filière contribue à façonner un nouvel avenir de l'énergie, davantage décentralisée et au plus proche des territoires, citoyens et consommateurs. L'éolien terrestre, s'il peut contribuer à la transition, reste une infrastructure qui appelle donc à une pleine prise en compte des spécificités des territoires et au respect de plusieurs conditions de durabilité. A ce titre, le WWF France a souhaité développer une démarche qui permette d'allier l'intégration des projets dans leur environnement, et la participation des parties prenantes locales dans leur ensemble vers une transition renouvelable, durable et inclusive.

Ce module éolien terrestre, premier volet de la démarche « énergies renouvelables et durables » du WWF France, est un guide d'accompagnement organisé selon 9 thématiques et 5 étapes d'un projet.



Les 9 thématiques du module éolien terrestre

*Les piliers de la démarche Énergies Renouvelables et durables du WWF France.*

Il est structuré en recommandations opérationnelles pour chacune de ces étapes et thématiques. A destination des porteurs de projets, qu'ils opèrent au sein d'une entreprise spécialisée ou d'une collectivité ou entreprise publique, mais aussi des groupements citoyens et des élus, le module permet au regard de ses recommandations à chaque organisation de questionner ses pratiques actuelles, et de passer à l'action pour en tester de nouvelles, qu'elles soient déjà reconnues ou à caractère plus ambitieux.

## FOCUS

# MOBILISATION DES ENTREPRISES FRANÇAISES EN FAVEUR D'UN SOJA RESPONSABLE

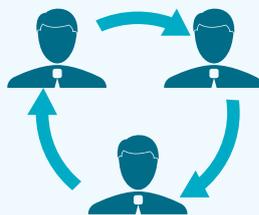
En 2017, le WWF a décidé d'étudier et de comparer les visions et les approches développées par 25 entreprises françaises dans le déploiement de chaînes d'approvisionnement responsables liées à 15 matières premières renouvelables dont les modes de production impactent des écosystèmes identifiés comme prioritaires.

Le soja est une matière première pour laquelle la plupart des entreprises n'ont pas de politique d'approvisionnement responsable, ambitieuse et précisant des engagements chiffrés, alors même que c'est l'une des matières premières qui impactent le plus la conversion des écosystèmes naturels.

Le WWF a ainsi décidé de rassembler plusieurs maillons clés des chaînes d'approvisionnement du soja au sein d'un groupe de travail ad-hoc dans la perspective d'aboutir à un soja zéro conversion d'écosystèmes naturels à l'échelle du marché français. Lancée en 2018 pour une durée d'un an, cette initiative a rassemblé des entreprises majeures de différents secteurs.



En 2018 création d'un groupe de travail



### SECTEURS CLÉS REPRÉSENTÉS



OBJECTIF



CONVERSION D'ÉCOSYSTÈME NATUREL D'ICI 2025



# ENSEMBLE

## NOUS SOMMES LA SOLUTION



### 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.

ensemble, nous sommes la solution. [www.wwf.fr](http://www.wwf.fr)

© 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.