



WWF

RAPPORT
D'ACTIVITÉ

FR

2015
2016



ENSEMBLE
nous sommes la solution.

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 220 000 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 et Pascal Canfin en est le directeur général depuis le 5 janvier 2016.

Pour découvrir nos projets sur le terrain, rendez-vous sur : <http://projets.wwf.fr>

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, 1 carrefour de Longchamp, 75016 Paris.



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)

SOMMAIRE

In Memoriam	4
PLANTER LES GRAINES D'UN AVENIR SOUTENABLE	6
L'effet Panda	8
Éditos	10
VIVRE EN HARMONIE AVEC LA NATURE	12
Objectifs et leviers	14
Les zones prioritaires pour nos actions	16
Le WWF dans le monde	18
La France acteur de la mondialisation	22
Notre feuille de route	24
Objectif climat et énergie	26
Objectif océans	32
Objectif vie sauvage	38
Objectif forêts	44
Objectif systèmes alimentaires durables	50
LES TEMPS FORTS	58
BILAN ANNUEL	84
LE WWF EN BREF	96
Gouvernance	98
Faits marquants	99
Des équipes engagées	100
Nos comptes	101

IN MEMORIAM

Si le WWF pleure la perte du Dr Luc Hoffmann, qui s'est éteint le jeudi 21 juillet à l'âge de 93 ans, il rend hommage au soutien extraordinaire qu'il a apporté, sa vie durant, à la protection de la nature et au travail mené à ses côtés.

Né à Bâle en 1923, docteur en biologie, héritier du groupe pharmaceutique Hoffmann-La Roche, il renonce très tôt à son destin de capitaine d'industrie et dédie sa vie à la nature. Enfant, il passe le plus clair de son temps à regarder les oiseaux, se dépêchant de faire ses devoirs pour aller dehors, au plus près de la nature. Il glisse peu à peu vers la biologie et l'ornithologie et obtient un doctorat en zoologie à l'Université de Bâle. Il publiera notamment plus de 60 livres et publications sur les oiseaux et leurs habitats.

Dès 1954, il fonde la station biologique de la Tour du Valat en Camargue et collabore à partir de 1958 avec l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN). Mais comme il nous l'a confié dans un entretien exclusif en 2011, « *sentant que tout cela était trop théorique* », il participe en 1961 à la création du WWF « *afin de récolter des fonds et de transformer ces ressources en actions concrètes sur le terrain* ». Convaincu que pour convaincre, il faut avant tout collaborer et stimuler tous les acteurs, même s'ils sont, au départ, peu sensibles aux questions environnementales, la philosophie du WWF lui doit beaucoup. Il restera vice-président du WWF International jusqu'en 1988.

Durant sa carrière, il contribue à la signature de la Convention internationale pour la protection des zones humides dite Ramsar, en 1971, à la création du Parc naturel régional de Camargue, à la Fondation Internationale du Banc d'Arguin, en Mauritanie, et à bien d'autres projets environnementaux. Nous lui devons également la création du WWF France, en 1973, car c'est lui qui a su convaincre le gouvernement français qu'une antenne du WWF avait sa place en France.

Il a été à nos côtés pendant tout le reste de sa vie. Il a été président du WWF France, il en a animé le comité scientifique et fut un soutien moral et financier chaque fois que la situation le nécessitait. C'est grâce à son immense volonté et sa contribution financière que de nombreux projets et programmes ont pu voir le jour au WWF France comme la campagne « Zones humides » en 1985, la campagne « Pour une Loire Vivante », le programme alpin, fin des années 1990 ou l'acquisition de nos propriétés foncières en Brenne (précurseur de l'actuelle réserve nationale de Chérine).

Son fils, André Hoffmann est actuellement vice-président du WWF International.

En hommage à ce grand monsieur qui a tant fait pour notre organisation, nos futurs locaux, en cours de réhabilitation dans le cadre d'un projet d'excellence environnementale, porteront son nom.

« Luc était à la fois un grand homme et une belle personne.

Un grand homme par ce qu'il a réussi à réaliser.

Et une belle personne, juste, modeste et droite.

Et la plupart des grands hommes ne sont pas de belles personnes !

Comme la plupart des belles personnes ne sont pas des grands hommes.

Être les deux à la fois, fait de toi, Luc, un géant.

Et les géants ne meurent jamais.

Alors, Luc, je te dis : à lundi ! »

Pascal Canfin, le 19 août 2016, lors de la cérémonie organisée en mémoire de Luc Hoffmann dans le domaine de la tour du Valat.

Afin de rendre un hommage à long terme au travail de visionnaire de Luc Hoffmann, le WWF et la Fondation Mava ont créé, en 2012, l'Institut Luc Hoffmann. Il a pour objectif de répondre par des solutions durables et scientifiques aux défis environnementaux les plus complexes de la planète. En 1998, Luc Hoffmann a reçu la plus haute distinction du WWF International, la Médaille de la Conservation du Duc d'Édimbourg. La France lui a également remis la Légion d'honneur en 2010, et son travail de protection de la biodiversité a été récompensé par le prix de la Fondation Prince Albert II de Monaco en 2016.





PLANTER LES
GRAINES D'UN AVENIR
SOUTENABLE

L'EFFET PANDA NOS GRANDES VICTOIRES DE L'ANNÉE

Le WWF mène des actions de conservation sur le long terme, dont les effets se mesurent dans la durée.

Parce que notre travail n'est jamais vraiment terminé, on peut parfois oublier de célébrer nos victoires. Pourtant, quel que soit le projet, chaque avancée, même infime, demeure essentielle.

L'Effet Panda, c'est donc ce moment suspendu où l'on s'attarde sur une bonne nouvelle, un succès, un répit, pour mieux reprendre le combat.

Retrouvez tous les Effets Pandas sur le site wwf.wwf.fr



Des cafés pandas pour mobiliser la jeunesse

Plus de 1 700 étudiants ont pris part à la « Panda révolution », relevant avec brio le challenge Café Panda que le WWF France a lancé en octobre dernier.



L'Assemblée vote en faveur du préjudice écologique

Dans le projet de loi sur la biodiversité, nos députés ont adopté un article introduisant dans le Code civil la reconnaissance du préjudice écologique.



Un pas en avant dans la lutte contre le braconnage de l'ivoire

Plaque tournante du trafic d'ivoire, Hong Kong a annoncé son intention d'interdire complètement son commerce.



La forêt pluviale du Grand Ours à l'abri

Après 20 ans de négociations, cet accord historique met un terme à l'exploitation forestière dans la majeure partie de la forêt pluviale du Grand Ours en Colombie Britannique à l'ouest du Canada.




La population de tigres augmente

Pour la première fois et après plusieurs décennies de déclin, le nombre de tigres augmente. 3890 félins sauvages ont été répertoriés alors qu'ils n'étaient plus que 3200 en 2010.



Un peu de répit pour la Méditerranée

La ministre de l'Environnement et de l'Énergie, Ségolène Royal, a annoncé un moratoire immédiat sur la recherche d'hydrocarbures en Méditerranée.




L'Accord de Paris enfin signé !

Vendredi 22 avril dernier, plus de 175 pays se sont réunis au siège des Nations unies à New York pour signer l'accord sur le climat adopté à la COP21.



Au Népal, les rhinos reprennent leur souffle

Le Népal célèbre une jolie victoire : cela fait deux ans qu'aucun rhinocéros n'a été braconné sur son sol.



Soja : vers une interdiction définitive en Amazonie ?

La veille de son dixième anniversaire, le moratoire sur le soja a été renouvelé sans qu'aucune date d'expiration soit mentionnée. Un premier pas vers une interdiction définitive.



Création du plus grand parc de Malaisie

Créé à l'initiative du gouvernement malaisien, le Tun Mustapha Park, est désormais le plus grand parc marin du pays.



Un traité international pour mettre un terme à la pêche illégale

Depuis le 5 juin dernier, l'arsenal législatif compte un nouveau dispositif pour lutter contre la pêche pirate.



Au Mont Lachat, la nature reprend ses droits

Grâce aux fonds récoltés via le défi sportif du pandathlon, le Mont Lachat, joyau de biodiversité au cœur du Mont-Blanc, a été réhabilité !

ÉDITO

Isabelle Autissier Présidente du WWF France



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE

Le monde change vite autour de nous et les nouvelles, souvent contradictoires, se bousculent. Les deux dernières années ont été les plus chaudes depuis l'invention des mesures météorologiques, mais l'Accord de Paris donne enfin l'espoir de la prise de conscience des États. Le nombre de pandas et de tigres augmente dans le monde, mais celui des vertébrés a été divisé par deux en 40 ans, les thons reviennent en Méditerranée mais ceux de l'océan Indien chutent drastiquement. Face à cela, nous sommes un peu perdus et souvent découragés. Pour tenir le cap, rappelons-nous quelques fondamentaux.

La terre n'a pas besoin de nous et peut même redevenir le désert qu'elle a été il y a quelques milliards d'années. En revanche, l'homme a désespérément besoin de la planète. La stabilité du climat, la diversité de la vie et des écosystèmes, la disponibilité en terre fertile, l'air et l'eau purs sont les fondamentaux absolument

intangibles sur lesquels nous pouvons développer des sociétés en paix. Toute atteinte à l'environnement est une atteinte au développement et à la paix.

La « bonne nouvelle » de la crise écologique est qu'elle est liée à l'activité humaine et pas au passage d'une comète ou de quelques phénomènes inévitables. Portons au crédit des générations passées qu'elles ne savaient pas et

ne disposaient pas des outils techniques permettant la mise en œuvre d'un développement soutenable.

La science nous a depuis largement alertés et pour peu que nous investissions suffisamment dans les technologies vertes, elles sont déjà porteuses de nombreuses solutions. Elles constituent notamment un réservoir d'emplois et de sens pour notre jeunesse. Mais les techniques ne sont que des outils qu'il nous revient de piloter et aucune ne sera le coup de baguette magique qui nous mettra à l'abri d'une nécessaire prise de conscience et d'un indispensable changement.

Alors, de même que les consommateurs, les producteurs, les politiques, les industriels et toutes les composantes de la société ont contribué à dégrader l'environnement, il incombe à chacun d'entre nous aujourd'hui de le protéger. Par une consommation raisonnée et orientée vers des produits moins impactants, par des choix entrepreneuriaux pour développer de nouveaux procédés respectueux de la nature, par des politiques publiques au profit de la protection des espaces et des espèces et incitant les citoyens et les entreprises à de nouveaux comportements. Oui, chacun peut tenir sa place. Le WWF est fier de tenir la sienne, depuis plus de 50 ans et dans plus de 100 pays dans le monde, pour alerter, protéger concrètement, challenger les entreprises, influencer les pouvoirs publics et construire avec les citoyens de nouveaux modes de vie. Chaque année compte ses combats, ses inquiétudes et ses victoires. Ce rapport en est le reflet. Sa richesse et sa diversité me rendent optimiste sur notre capacité collective à changer. Chaque année, nous voyons de plus en plus de gens se mobiliser autour de nous et notre voix porter de mieux en mieux. Si nous le devons au travail de nos équipes, nous le devons avant tout à vous tous, qui nous donnez les indispensables moyens d'agir.

Alors merci. Pour la planète, mais surtout pour nous tous qui l'habitons et pour tous les petits humains qui y arrivent. Le WWF se tiendra toujours à vos côtés pour construire un monde plus soutenable, donc plus stable et plus sûr.

ÉDITO

Pascal Canfin Directeur général du WWF France



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE

J'ai pris en janvier 2016 la direction du WWF France. Je mesure depuis lors l'extraordinaire travail fourni par les équipes du WWF, tant en France que dans le reste du monde, pour mener à bien nos missions au service d'une seule cause : maintenir notre planète vivante !

Le WWF France a adopté en juin 2016 sa nouvelle stratégie d'intervention *Biodiversité et Soutenabilité 2020* qui définit nos priorités et nos principales actions pour la période 2016-2020. Elle constitue une partie importante de ce rapport d'activité car nous souhaitons en partager l'ambition avec toutes les parties prenantes du WWF en France.

En cohérence avec la stratégie du réseau WWF dans le monde, elle présente les objectifs et actions du WWF France sur cinq enjeux clés :

1. la protection des espèces et habitats menacés;
2. la sauvegarde des océans;
3. la conservation et la restauration des forêts;
4. la promotion des systèmes alimentaires durables;
5. la lutte contre le réchauffement climatique mondial.

Sur chacun de ces enjeux, le WWF France se fixe des objectifs précis. À titre d'exemples, nous travaillons à protéger efficacement le plus grand bloc de forêt tropicale intacte au monde sur le plateau des Guyanes, à lutter contre la pollution plastique et les collisions menaçant les grands cétacés en Méditerranée, ou encore à engager un dialogue transformationnel avec les 25 entreprises françaises les plus impactantes pour la biodiversité dans le monde afin qu'elles améliorent significativement leurs pratiques.

Au-delà de l'adoption d'une nouvelle stratégie, la période couverte par ce rapport d'activité a vu le WWF contribuer à de belles et importantes victoires : la réussite de l'accord de Paris en décembre 2015 sur le climat, l'adoption de la loi sur la biodiversité, 40 ans après la première loi de protection de la nature en France, avec la consécration du préjudice écologique contre les pollueurs, ou encore le renforcement dans de nombreux pays des interdictions du commerce d'ivoire, résultat direct du plaidoyer mondial du WWF.

Ces victoires sont importantes car elles montrent qu'il n'y a pas de fatalité. Aucune loi intangible ne nous oblige à détruire les forêts, à vider les océans, à dérégler notre climat. Tout cela est le résultat de l'action des hommes. Et ce que nous avons défait, nous pouvons souvent le recréer. Quand les accords sur les quotas de pêche, gagnés notamment par les ONG, sont mis en œuvre, les poissons reviennent. Quand les énergies renouvelables se développent massivement, les émissions de CO2 stagnent pour la première fois.

Ces changements positifs ne se font jamais tout seuls. Ils sont très souvent le résultat d'une mobilisation de la société civile pour changer les politiques publiques et les pratiques des entreprises. C'est pourquoi, nous avons besoin de tous et de chacun. Nous avons besoin de vous. Car ensemble, nous sommes la solution !



VIVRE EN
HARMONIE
AVEC LA NATURE

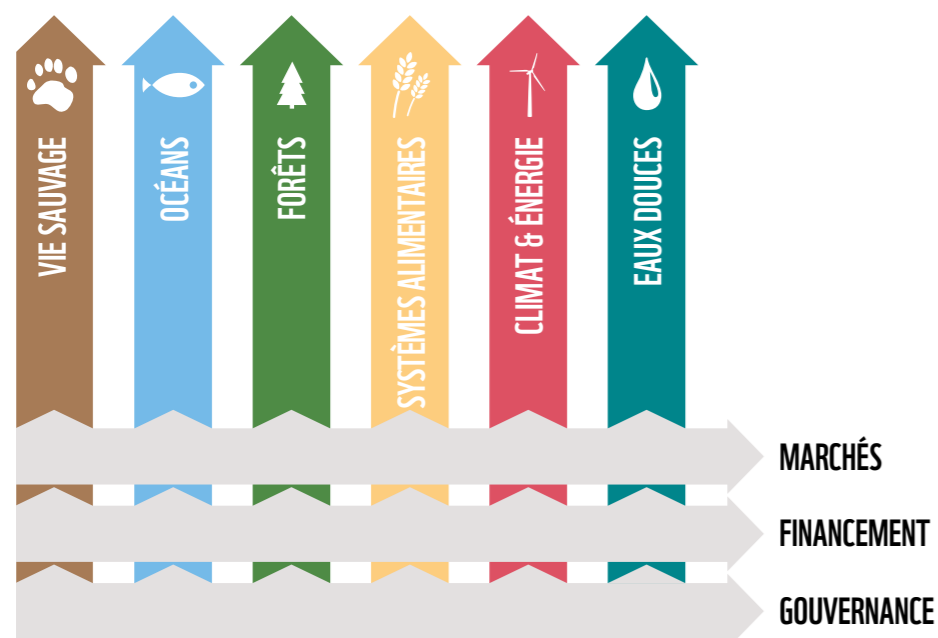
OBJECTIFS ET LEVIERS

Pour mieux répondre à l'urgence écologique, le WWF International 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 (vie sauvage, océans, forêt, systèmes alimentaires, climat et énergie, eaux douces) 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^{ème} 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.



Focus sur le levier finance Sécuriser le développement du marché des obligations vertes

Convaincu du fort potentiel du marché des obligations vertes (green bonds)¹ pour accélérer la transition écologique et énergétique grâce aux capitaux publics et privés qu'il permet de lever, le WWF mène des actions de lobby pour la sécurisation du marché des obligations vertes en devenir.

Le 13 juin dernier, le WWF a publié un rapport² intitulé *Les obligations vertes doivent tenir leurs promesses* dans lequel il appelle à des normes fiables, crédibles, suffisamment précises et largement acceptées. Seule une obligation pour laquelle l'émetteur peut démontrer des bénéfices environnementaux tangibles et mesurables, certifiés par un organisme indépendant, devrait être considérée comme une « obligation verte ». Le rapport propose des axes de travail pour tous les acteurs du marché (émetteurs, banques d'affaires arrangeuses, investisseurs, prestataires de service –fournisseurs d'avis externes y compris). Afin de sécuriser collectivement le marché des obligations vertes.



En amont de la publication du rapport, le travail de plaidoyer du WWF France a fait émerger un débat sur le rôle primordial des pouvoirs publics dans le développement du marché des obligations vertes. En avril 2016, lors de la conférence environnementale, le Président de la République a annoncé que la France allait développer les green bonds et qu'il serait le premier pays à émettre une obligation verte d'État.

COUVERTURE MÉDIATIQUE : 110 retombées

Presse écrite 36%	Web 41%	TV radio 23%	Twitter 157 360 personnes touchées 1 798 interactions	Facebook 244 265 personnes touchées 5 023 interactions	Instagram 1 913 interactions	LinkedIn 8 881 personnes touchées 72 interactions
----------------------	------------	-----------------	---	--	---------------------------------	---

1. Emprunt financier émis sur le marché, qui à la différence d'une obligation classique sert uniquement à financer des projets à bénéfice environnemental.

2. Ce rapport est le fruit d'un travail collectif : préparé avec le soutien financier du Groupe Caisse des Dépôts (CDC), d'une fondation privée et du réseau WWF, initié et porté par le WWF-France au printemps 2015. WWF tient à remercier le groupe Caisse des Dépôts (CDC) pour son généreux soutien financier. Toutefois, bien que ce rapport ait été préparé grâce au soutien financier de la CDC, son contenu ne reflète pas l'opinion officielle de la CDC.

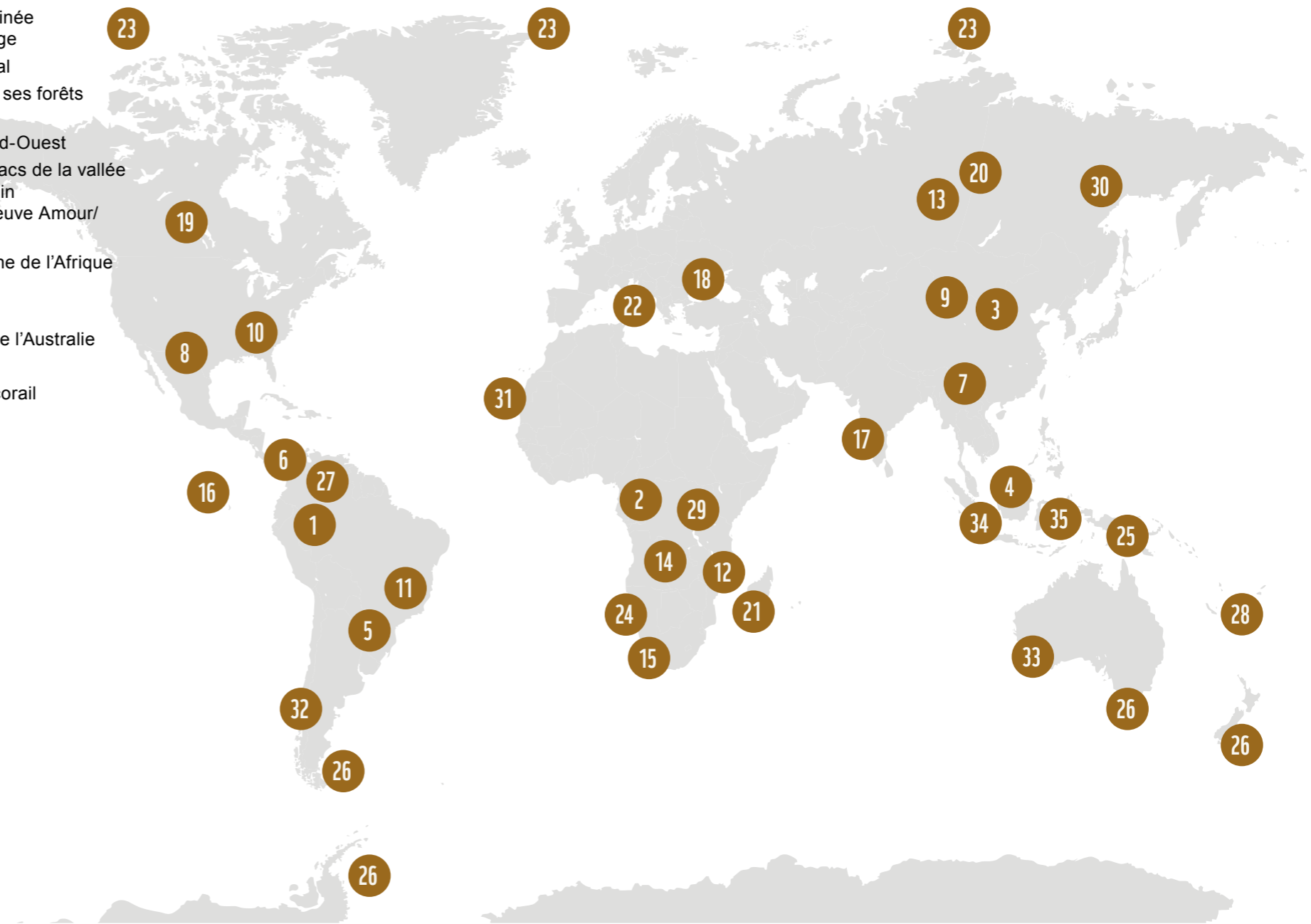
LES ZONES PRIORITAIRES DU RÉSEAU WWF

Parallèlement à la poursuite de nos objectifs globaux, nous allons continuer à faire porter nos efforts sur les lieux les plus importants au plan de la conservation. Les 35 sites que compte cette catégorie accueillent une biodiversité irremplaçable mais menacée et des écosystèmes absolument uniques.

- 1 Amazonie et Guyanes
- 2 Bassin du Congo
- 3 Bassin du Yangzi
- 4 Bornéo
- 5 Cerrado-Pantanal
- 6 Chocó-Darién
- 7 Complexe du Mékong
- 8 Déserts et eau douce de Chihuahua
- 9 Est de l'Himalaya
- 10 Fleuves et ruisseaux du Sud-Est
- 11 Forêts atlantiques
- 12 Forêts côtières d'Afrique orientale

- 13 Forêts d'altitude de l'Altaï et du Saïan
- 14 Forêts de miombo
- 15 Fynbos
- 16 Galápagos
- 17 Ghâts occidentaux
- 18 Grand bassin de la mer Noire
- 19 Grandes plaines du Nord
- 20 Lac Baïkal
- 21 Madagascar
- 22 Méditerranée
- 23 Mers arctiques (plus forêts boréales et toundra)
- 24 Namib-Karoo-Kaokoveld

- 25 Nouvelle-Guinée et îles au large
- 26 Océan austral
- 27 Orénoque et ses forêts inondées
- 28 Pacifique Sud-Ouest
- 29 Région des lacs de la vallée du Rift africain
- 30 Région du fleuve Amour/Heilongjiang
- 31 Région marine de l'Afrique de l'Ouest
- 32 Sud du Chili
- 33 Sud-Ouest de l'Australie
- 34 Sumatra
- 35 Triangle de corail



LE WWF DANS LE MONDE

MARCHÉS

« L'année 2015 aura été celle du basculement : le privé joue désormais un rôle capital dans la prise de décision et la mobilisation des moyens tant humains que financiers pour impulser le changement »



Carter Roberts
CEO
WWF États-Unis

GOUVERNANCE

« Ce qu'il faut, c'est renforcer la gouvernance de la biodiversité et des ressources naturelles du globe pour en assurer une gestion durable et équitable »



Andreas Lehnhoff
Directeur
WWF Amérique centrale

« Ce que je veux, c'est un Réseau WWF plus soudé que jamais pour agir localement au service d'objectifs globaux »



Marco Lambertini
Directeur général
WWF International

ALIMENTATION

« L'enjeu alimentaire doit être appréhendé sous ses aspects les plus divers, depuis la production de nourriture et ses effets sur les écosystèmes et la biodiversité, jusqu'aux habitudes de consommation et au gaspillage inutile »



Mary Lou Higgins
Directrice
WWF Colombie

FINANCE

« Notre mission c'est de stimuler les investissements réalisés au profit d'un avenir durable et de dissuader dans le même temps ceux qui contribuent aux activités et aux actions destructrices »



David Nussbaum
CEO
WWF Royaume-Uni

OCÉANS

« Pollution, surpêche, tourisme effréné, réchauffement climatique... la santé et les ressources de nos océans déclinent. Nous ne devons pas nous résigner. Les solutions existent. Plus que jamais, nous sommes déterminés à les mettre en œuvre pour mettre fin à la crise des océans du globe »



Pascal Canfin
Directeur général
WWF France

FORÊTS

« Notre responsabilité consiste à préserver et à renforcer l'intégrité des forêts, pour la biodiversité bien entendu, mais aussi pour les bénéfices qu'elles procurent aux êtres humains »



Nanie Ratsifandrihamanana
Directrice
WWF Madagascar

FAUNE SAUVAGE

« La biodiversité forme le socle des écosystèmes. Voilà pourquoi il nous faut à la fois travailler sur le terrain et agir sur les facteurs globaux pour enrayer son grave déclin »



Eberhard Brandes
CEO
WWF Allemagne

CLIMAT ET ÉNERGIE

« L'Accord de Paris sur le climat n'est que la première étape d'une feuille de route dont la finalité n'est rien d'autre que de sortir purement et simplement de l'ère des combustibles fossiles »



Sze Ping Lo
CEO
WWF Chine

EAU

« Il ne faut pas nous contenter d'améliorer nos pratiques de gestion de l'eau mais bien plutôt nous ériger en administrateurs modèles des ressources hydriques »



Hammad Naqi Khan
Directeur général
WWF Pakistan

*LE WWF : 80 BUREAUX, 100 PAYS, UN SEUL PANDA

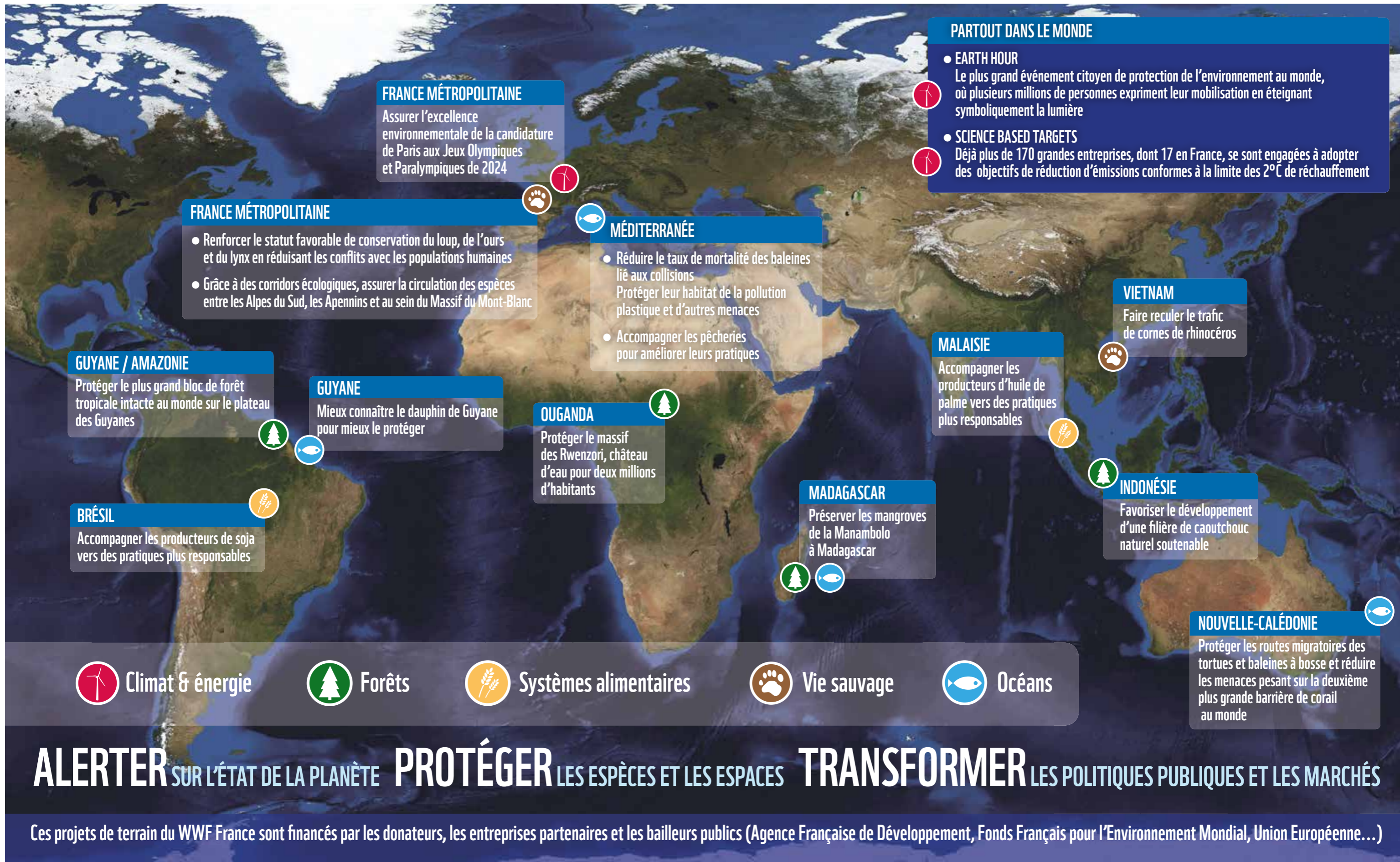
Afrique du Sud – Allemagne – Arménie – Australie – Autriche – Azerbaïdjan – Belgique – Belize – Bhoutan – Bolivie – Brésil – Bulgarie – Cambodge – Cameroun – Canada – Chili – Chine – Colombie – Corée du Sud – Croatie – Danemark – Émirats arabes unis – Équateur – Espagne – États-Unis – Fidji (îles) –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

ORGANISATIONS ASSOCIÉES DU WWF

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

* En mars 2016

LE WWF FRANCE AGIR DANS LE MONDE ENTIER



LA FRANCE

ACTEUR DE LA MONDIALISATION

LES ATOUTS DE LA FRANCE



1^{ER} HOTSPOT DE BIODIVERSITÉ EN EUROPE, 18^{ÈME} DANS LE MONDE



2^{ÈME} ESPACE MARITIME MONDIAL AVEC 11 MILLIONS DE KM²

3^{ÈME} RÉSEAU DIPLOMATIQUE ET CONSULAIRE

(G7, G20, Conseil de sécurité de l'ONU... et siège de l'OCDE, de l'UNESCO, du Conseil de l'Europe, et d'Interpol...)



ACTEUR INFLUENT DU NOUVEL AGENDA DU DÉVELOPPEMENT 2030

(notamment via l'AFD¹ et le FFEM², ses partenaires de longue date)

POTENTIEL TRANSFORMATIONNEL IMPORTANT LIÉ À SA PUISSANCE ÉCONOMIQUE

(ses entreprises sont des championnes mondiales dans des domaines clés pour les écosystèmes : agro-alimentaire, énergie, construction etc.)



5^{ÈME} LANGUE LA PLUS PARLÉE AU MONDE

(274 millions de locuteurs)

¹ Agence Française de Développement

² Fond Français pour l'Environnement Mondial

LA FRANCE A UN RÔLE CAPITAL À JOUER EN MATIÈRE DE SOUTENABILITÉ MONDIALE, BIEN AU-DELÀ DE LA PART DE SON PIB OU DE SA POPULATION DANS LE MONDE. C'EST POURQUOI, LE RÔLE DU WWF FRANCE DOIT ÊTRE À LA HAUTEUR DE CET IMPACT POTENTIEL.

Un influenceur culturel de la société française

Permettre à l'humanité de vivre en harmonie avec la nature nécessite d'agir sur les représentations et de modifier la hiérarchie de nos valeurs et de nos priorités.

Influencer le monde économique

Le WWF est la seule grande ONG internationale à nouer des partenariats avec les entreprises pour transformer leurs pratiques, leur modèle économique. C'est un positionnement unique dont il faut tirer le maximum en termes d'impacts. Nous poursuivons le travail entamé depuis deux ans sur les partenariats transformationnels qui fixent des objectifs de changement des pratiques des entreprises partenaires sur des éléments importants de leur activité ou de leur chaîne de valeur en approfondissant notre travail sur les stratégies climat des entreprises (l'initiative Science Based Targets) et en développant notre approche MTI (Market transformation Initiative) sur les 25 entreprises françaises qui ont le plus d'impact sur les écosystèmes. Nous renforcerons également notre pression sur le secteur financier, tout en développant des activités de type « campagnes » sur les secteurs avec lesquels des partenariats sont exclus (extractifs, finance ...).

Influencer les politiques publiques

Le WWF est également un acteur très actif en termes de plaidoyer. Son impact sur les choix de politique environnementale est réel, comme le montrent de nombreux exemples récents, tels que l'inscription du préjudice écologique dans le Code civil ou encore l'annonce d'un moratoire sur les permis d'hydrocarbures en Méditerranée. Sans être en première ligne, le WWF ne peut pas être absent des grands débats environnementaux nationaux comme le projet de l'aéroport de Notre-Dame-des-Landes, la mise en œuvre de la loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte ou encore la problématique des boues rouges en Méditerranée. Notre stratégie sur ces dossiers est d'agir dans un cadre inter-ONG, et toujours en lien avec des enjeux plus larges portés par le WWF. En revanche, au-delà de ces quelques dossiers incontournables, le WWF n'a pas vocation à s'impliquer, seul ou même au sein de collectifs, sur des sujets environnementaux locaux sans enjeux nationaux.

Influencer la société civile

Notre capacité d'influence est adossée à la très forte légitimité dont bénéficie le « Panda » comme emblème de la défense de la nature. Près d'un Français sur deux cite spontanément le WWF lorsqu'il s'agit de désigner toutes les ONG, associations ou fondations impliquées dans la protection de la nature, des espèces animales en voie de disparition et de l'environnement qu'ils connaissent, ce qui en fait l'ONG la mieux identifiée par les Français. 92% des interviewés déclarent avoir une bonne opinion du WWF. Socle du capital confiance dont jouit notre organisation, nous devons mettre cette notoriété à profit pour faire évoluer les comportements au sein de la société. Nous continuerons à mener des campagnes de communication, la sensibilisation et l'information des publics sur les questions et enjeux relatifs à la protection de notre patrimoine naturel constituant la première étape indispensable sur le chemin de la prise de conscience et de l'évolution des pratiques. Le WWF a la chance d'avoir un vivier de bénévoles, composé d'environ 6 000 personnes dont 1400 actifs. Ce potentiel doit être utilisé au maximum pour renforcer notre visibilité et notre impact.

NOTRE FEUILLE DE ROUTE

Cinq objectifs et trois leviers

Le WWF France s'est doté à l'été 2016 d'une nouvelle stratégie programmatique pour les quatre prochaines années. En cohérence avec la stratégie du réseau WWF dans le monde, elle présente les objectifs et actions du WWF France sur cinq enjeux clés :

5
OBJECTIFS

- la protection des espèces et habitats menacés
- la sauvegarde des océans
- la conservation et la restauration des forêts
- la promotion de systèmes alimentaires durables
- la lutte contre le dérèglement climatique

Le WWF France se fixe des objectifs précis pour ces cinq enjeux, à la fois sur le territoire métropolitain, dans les Outre-Mer et au niveau international.

Nous agissons sur trois leviers :

3
LEVIERS

- le marché (les entreprises)
- la gouvernance (les politiques publiques)
- la finance

Sur chacun d'entre eux, notre pays dispose d'une capacité d'action décisive.

Cette stratégie *Biodiversité et Soutenabilité 2020* est la feuille de route du WWF France pour les quatre prochaines années. Elle nous permettra de mieux présenter et évaluer notre impact. Ses objectifs sont ambitieux, car la planète a besoin de nous et ne peut plus attendre. Qui a envie d'un monde sans éléphants ni rhinocéros, d'un monde sans forêts primaires en 2050, d'un monde victime du chaos climatique ?

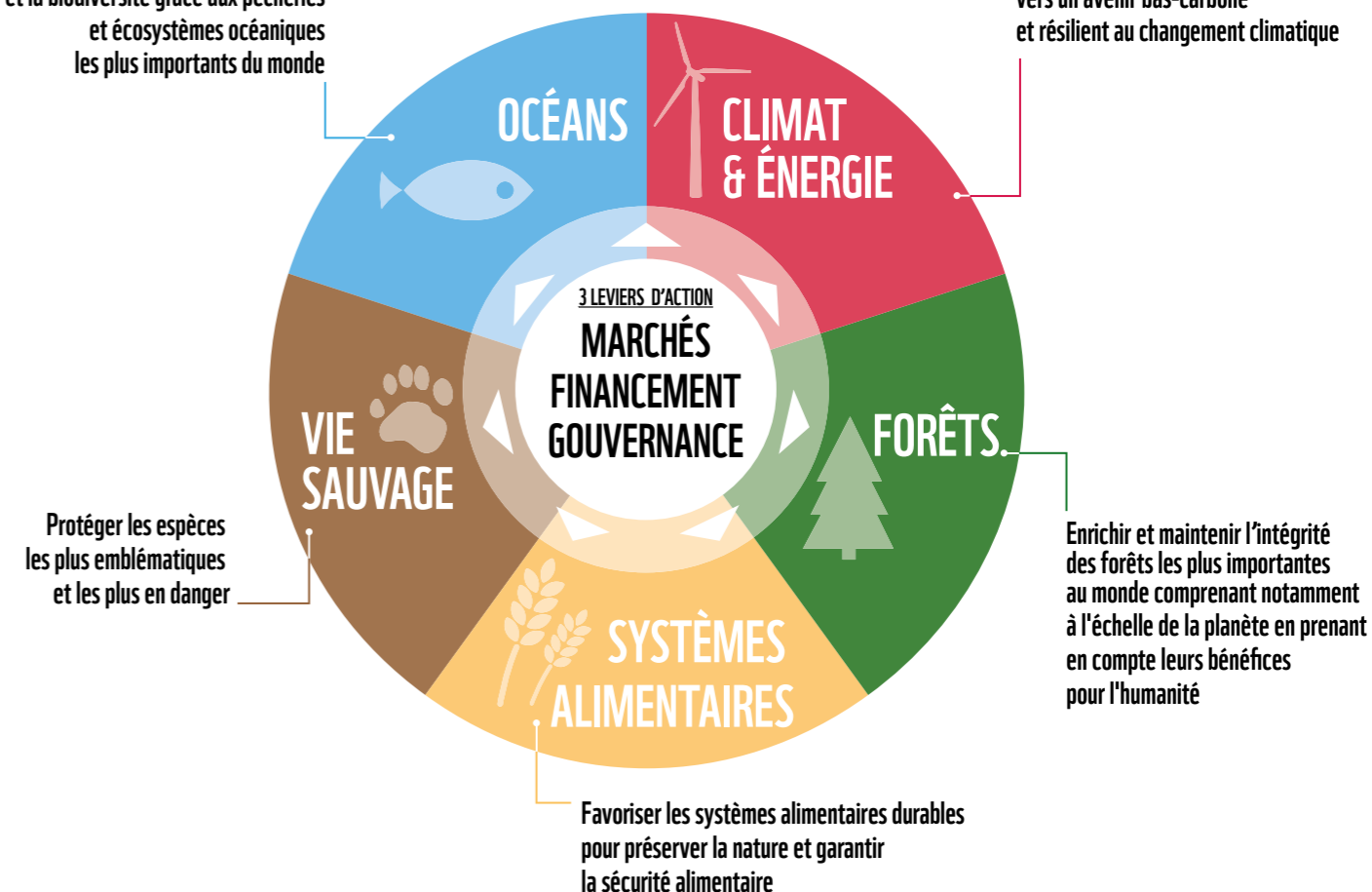
Ce monde sera le nôtre si nous n'accélérons pas la transition énergétique, si nous ne changeons pas profondément nos modèles alimentaires et agricoles, si nous ne mettons pas fin aux trafics qui déciment les grands mammifères.

**Pour réussir, nous avons besoin de tous, nous avons besoin de vous.
Car, ensemble, nous sommes la solution.**

STRATÉGIE BIODIVERSITÉ ET SOUTENABILITÉ 2020

Améliorer les moyens de subsistance et la biodiversité grâce aux pêcheries et écosystèmes océaniques les plus importants du monde

Opérer un changement mondial vers un avenir bas-carbone et résilient au changement climatique



OBJECTIF CLIMAT & ÉNERGIE



D'ICI 2020

Au moins 3 grandes entreprises françaises des secteurs de l'énergie et des transports adoptent des stratégies 2°C basées sur les renouvelables



+ de 90% des français soutiennent en priorité le déploiement des renouvelables



5 grandes villes en France s'engagent à un avenir 100% énergies renouvelables



OBJECTIF CLIMAT & ENERGIE

EXEMPLES D' ACTIONS

L'ÉLAN PRIS À PARIS DURANT LA COP21 EST MAINTENU ET AMPLIFIÉ. LES ACTEURS QUI ONT PRIS DES ENGAGEMENTS SONT INVESTIS DANS LEUR MISE EN ŒUVRE ET SONT REJOINTS PAR D'AUTRES. LA FRANCE FAIT FIGURE DE LEADER INTERNATIONAL SUR L'AGENDA CLIMATIQUE.

LES ACTEURS PUBLICS FRANÇAIS ÉLABORENT ET METTENT EN ŒUVRE DES STRATÉGIES CONTRIBUANT À L'ADAPTATION - NOTAMMENT DANS LES PROJETS OUTRE-MER ET DANS L'AIDE APPORTÉE PAR LA FRANCE AUX PAYS EN DÉVELOPPEMENT.

LES ACTEURS FRANÇAIS MÈNENT LA TRANSITION MONDIALE EN MATIÈRE D'INVESTISSEMENTS BAS CARBONE ET DE FINANCE VERTE.



Suivre et influencer les négociations internationales sur le climat pour veiller à la mise en oeuvre effective de l'Accord de Paris. Porter nos messages lors d'autres rencontres internationales et sectorielles sur la transition énergétique mondiale et le climat.

Plaidoyer pour que la France aligne ses politiques publiques avec l'Accord de Paris, en matière de mobilité, d'énergie et d'agriculture notamment.

Sensibiliser et mobiliser les citoyens afin que d'ici 2020, plus de 90 % des Français soutiennent le déploiement des énergies renouvelables.



Accompagner les 10 grandes entreprises françaises déjà signataires de l'initiative Science Based Targets pour s'assurer de la mise en oeuvre de leurs engagements, et en mobiliser 20 de plus pour qu'elles rejoignent l'initiative.

Publier une évaluation de la part des investissements et des choix stratégiques vers les renouvelables des grandes entreprises françaises des secteurs de l'énergie et des transports, pour conduire au moins 3 d'entre elles à adopter des feuilles de route 2°C.



Amener au moins 5¹ grandes villes françaises à adopter des stratégies en ligne avec une réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre de 80% et un objectif 100% énergies renouvelables à l'horizon 2050. Accompagner des collectivités dans leurs politiques publiques ou dans la mise en oeuvre de projets (candidature de Paris aux Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024).



Encourager les institutions financières de développement françaises à tenir leurs promesses quant à la part de financement allouée au climat, notamment une augmentation de 50 % des octrois de l'AFD à des projets d'adaptation par rapport à 2015.

Contribuer à renforcer les engagements sur l'adaptation dans les négociations internationales sur le climat.



Accompagner, par la publication de rapports et des actions d'influence, le développement de standards effectifs et crédibles autour des obligations vertes.

Développer le plaidoyer pour obtenir que la France soit bien le premier pays au monde à émettre une obligation verte de dette souveraine, et pour que d'autres pays suivent son initiative



Encourager la prise en compte et la divulgation de l'exposition aux risques associés au changement climatique par les institutions financières en France. Promouvoir cette avancée dans les fora internationaux tels que l'Union Européenne, l'OCDE, le G20 etc.

¹ Presque toutes les grandes métropoles françaises (Paris, Bordeaux, Grenoble, Lyon, Marseille, Nantes, Toulouse) ont au moins informellement soutenu la Déclaration de l'Hôtel de Ville de Paris du 4 décembre 2015, contenant des engagements de réduction des émissions de 80% et un objectif de 100% renouvelables à l'horizon 2050.

MONDE

LA DÉMARCHE SCIENCE BASED TARGET

Maintenir le réchauffement climatique bien en dessous des 2°C

En 2015, aux côtés du Global Compact, du WRI et du CDP, le WWF lance l'initiative Science-based Targets pour appeler 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.

À ce jour, 170 des plus grandes entreprises mondiales ont déjà rejoint cette initiative qui propose une approche sectorielle et un outil méthodologique pour les aider à définir leur stratégie.

Tout au long de l'année, en amont, pendant et après la CoP21, le WWF France s'est efforcé de mobiliser les entreprises françaises via l'organisation de conférences, d'ateliers de travail et de rencontres bilatérales avec les dirigeants du secteur privé et la presse.

L'objectif du WWF

Faire en sorte que la moitié des 500 plus grandes entreprises mondiales s'engagent à réduire leurs émissions pour maintenir le réchauffement climatique bien en dessous des 2°C.

- **170** des plus grandes entreprises mondiales ont rejoint l'initiative SBT
- **17** entreprises françaises ont rejoint l'initiative SBT*
- L'objectif est de **250** des plus grandes entreprises mondiales engagées dans l'initiative SBT d'ici 2020

* Retrouvez la liste des 17 entreprises françaises ayant rejoint l'initiative SBT sur wwf.fr

OBJECTIF OCÉANS



D'ICI 2020

Au moins 15 pêcheries prioritaires de Méditerranée sont durables ou en cours de rétablissement



Au moins 10 entreprises françaises parmi les plus importantes prennent des engagements pour un meilleur approvisionnement de leurs produits de la mer et utilisent un système de traçabilité



Le nombre de captures accidentelles de tortues et cétacés dans les filets maillants dérivants en Guyane est réduit de 25%



OBJECTIF OCÉANS

EXEMPLES D' ACTIONS

LES AIRES MARINES PROTÉGÉES (AMP) DANS NOS RÉGIONS PRIORITAIRES SONT EFFICACEMENT GÉRÉES, LEUR COUVERTURE ACCRUE, ET 5 % D'ENTRE ELLES BÉNÉFICIENT DE ZONES DE PROTECTION RENFORCÉES.

LES IMPACTS NÉGATIFS DES INDUSTRIES EXTRACTIVES ET DE L'ÉCONOMIE BLEUE SUR LE BON ÉTAT ÉCOLOGIQUE DES EAUX MARINES SONT LIMITÉS.

LES PRINCIPAUX ACTEURS DE LA PÊCHE FRANÇAISE ET LE GOUVERNEMENT PRENNENT ET RESPECTENT DES ENGAGEMENTS POUR UNE GESTION DURABLE DES PÊCHERIES PRIORITAIRES, UNE MEILLEURE TRAÇABILITÉ DES PRODUITS DE LA MER ET UNE LUTTE EFFICACE CONTRE LA PÊCHE ILLÉGALE.

LES ESPÈCES ET HABITATS MARINS PRIORITAIRES, TELS QUE LES MAMMIFÈRES MARINS, LES TORTUES MARINES ET LES RÉCIFS CORALLIENS, SONT MIEUX PROTÉGÉS.



Influencer l'élaboration du plan de gestion du Parc marin de la mer de Corail en Nouvelle-Calédonie.

Contribuer à améliorer l'efficacité de gestion du sanctuaire Pelagos et participer aux organes de gouvernance des AMP de Méditerranée.



Soutenir la création ou l'extension des zones de protection renforcée dans les aires marines protégées existantes.



En collaboration avec les AMP méditerranéennes, développer des standards élevés de protection des écosystèmes par les différents secteurs de l'économie maritime.



Influencer les investisseurs et entreprises extractives françaises afin qu'ils mettent en place des politiques de no-go zones dans les sites classés au patrimoine mondial de l'UNESCO, et les encourager à adopter de meilleures pratiques pour minimiser les risques et impacts sur les écosystèmes en général.



Mener des actions de plaidoyer pour qu'aucun permis (ou prolongation de permis) d'exploration d'hydrocarbures ne soit octroyé dans les eaux françaises et pour obtenir que cette interdiction soit inscrite dans la loi.



Mener des actions de plaidoyer auprès du gouvernement français et développer des projets pilotes pour renforcer les moyens de lutte contre la pêche illégale, notamment dans les Outre-Mer.



Veiller à la mise en œuvre rigoureuse par la France du règlement européen sur l'interdiction de la pêche profonde.

Développer des partenariats avec des pêcheries, des entreprises de restauration et des distributeurs pour qu'ils s'engagent pour un meilleur approvisionnement et la mise en œuvre d'un système de traçabilité.

Sensibiliser les consommateurs en promouvant les produits labellisés et autres produits responsables.



Développer des projets pilotes avec les pêcheries guyanaises pour réduire de 25 % le nombre de captures accidentelles de tortues et cétacés dans leurs filets.



Améliorer la connaissance des couloirs migratoires des tortues et des cétacés dans la mer de Corail pour mieux délimiter les zones d'activité économique et celles de conservation.



Participer à la réduction des menaces pesant sur les dugongs de Nouvelle Calédonie et sur leur habitat, en réalisant des mouillages écologiques et des actions de sensibilisation contre le braconnage.



Plaidoyer pour rendre obligatoires les systèmes anti-collisions à bord des navires méditerranéens, afin de réduire de moitié le taux de mortalité des grands cétacés lié aux collisions. Lutter contre la pollution aux micro-plastiques de leur habitat.

NOUVELLE-CALEDONIE

SUIVI DES PONTES DE TORTUE À GROSSE TÊTE

Pendant 8 ans, l'association locale Bwără Tortues Marines a collecté des données sur le site de la Roche Percée en Nouvelle-Calédonie, 2ème plus gros site de ponte de la tortue à grosse-tête (*Caretta caretta*) dans le Pacifique Sud. Le WWF a cofinancé cette étude inédite dont il a extrait une série de recommandations à suivre pour améliorer la conservation de l'espèce.

Les analyses menées dans le cadre de ce projet fournissent des informations précieuses pour mieux connaître et donc mieux protéger la tortue à grosse tête. Des données fondamentales ont notamment pu être recueillies sur la fréquentation du site de ponte, les caractéristiques démographiques des femelles nidifiant sur la plage de la Roche Percée, le taux de succès de ponte et d'éclosion, etc.

Ce suivi a permis de mettre en évidence les impacts de certains aménagements du littoral sur le succès de ponte, comme le réensablement de la plage, et le dérangement causé par une trop grande fréquentation du site de ponte. D'où l'importance de renforcer le travail de sensibilisation pour atténuer les impacts des activités humaines sur ces espèces menacées (tourisme, aménagement du littoral, chiens errants, braconnage...).

QUELQUES CHIFFRES CLÉS DU RAPPORT

- une tortue pond environ 112 œufs par nid
- en moyenne elle reviendra pondre 4 fois au cours d'une même saison
- 182 pontes en moyenne sont comptabilisées à la Roche Percée par saison de ponte (de novembre à mars)

• **1 bébé tortue** sur 1000 seulement atteindra l'âge adulte

• **7 espèces** de tortues marines existent dans le monde.
Elles sont toutes menacées

• **280 tortues** baguées depuis 2006

OBJECTIF VIE SAUVAGE



D'ICI 2020

Un statut de conservation favorable du loup est garanti en France, grâce à une cohabitation homme/animal plus harmonieuse, permettant l'atteinte d'un effectif minimal de 400 individus



La population mondiale de tigres est renforcée pour permettre de doubler le nombre de tigres sauvages d'ici 2022 (par rapport à 2010), soit atteindre l'effectif de 6000 tigres sauvages



8 pays d'Afrique centrale au moins ont renforcé leurs actions de collaboration à travers la plateforme Africa-TWIX¹ pour réduire le commerce illégal d'espèces sauvages

1. Trade Wildlife Information Exchange : cette plateforme (base de données partagées, mailing lists....) vise à réduire le commerce illégal d'espèces sauvages dans les pays ciblés, résultant de capacités renforcées dans l'identification et la saisie de produits illégaux et une communication améliorée entre les agents de contrôle.



OBJECTIF VIE SAUVAGE

EXEMPLES D' ACTIONS

D'ICI 2020

LES HABITATS ET PAYSAGES PRIORITAIRES DU WWF, NOTAMMENT CEUX SUR LE TERRITOIRE MÉTROPOLITAIN ET CEUX D'AFRIQUE CENTRALE QUI ACCUEILLENT LES GRANDS SINGES ET LES ÉLÉPHANTS, SONT MIEUX PROTÉGÉS.



EN FRANCE, LE STATUT FAVORABLE DE CONSERVATION DES GRANDS CARNIVORES EST RENFORCÉ ET CONSERVÉ, ET LES CONFLITS AVEC LES POPULATIONS HUMAINES SONT RÉDUITS.



LA CRIMINALITÉ LIÉE AUX ESPÈCES MENACÉES (ÉLÉPHANTS, GRANDS SINGES, RHINOCÉROS, TIGRES) DIMINUE EN AFRIQUE ET EN ASIE.



Mobiliser les bailleurs de fonds publics et les entreprises françaises pour appuyer nos programmes en Afrique pour la protection des paysages prioritaires, avec un suivi des populations animales et des bénéfiques pour les communautés locales.



Inciter le gouvernement malgache à mettre en œuvre la CITES¹, la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction, et notamment le plan d'action sur l'exploitation et le commerce international des bois.



Protéger les espèces de la plus grande zone humide française, la Camargue, grâce au rétablissement du fonctionnement naturel des étangs et anciens salins.



Maintenir le statut favorable de conservation de la population de loups en France, en encourageant une meilleure adaptation à la présence du loup et en valorisant les bonnes pratiques d'élevage et de protection des troupeaux.



Encourager les actions de réintroduction afin que la population d'ours bruns atteigne un statut favorable de conservation dans les Pyrénées.



Mobiliser un groupe de travail réunissant des scientifiques et des acteurs associatifs pour évaluer les menaces qui pèsent sur les lynx en France et soutenir la mise en œuvre d'un plan de restauration de ce mammifère.



Encourager les entreprises françaises, et en particulier celles du secteur des transports et de la logistique, à prendre des engagements pour ne plus contribuer au commerce illégal des espèces prioritaires.



Mener des actions de plaidoyer pour renforcer les capacités des pays d'Afrique centrale dans la lutte contre la criminalité liée aux espèces prioritaires et mobiliser l'appui des bailleurs de fonds publics français.

Soutenir des projets visant à réduire la demande illégale de produits d'espèces sauvages protégées (rhinocéros, tigres, éléphants), notamment au Vietnam et en Chine.

1. CITES : Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction

CAMARGUE

RESTAURATION D'UNE ZONE HUMIDE

Rétablir le fonctionnement naturel des étangs et marais salins

Couvrant plus de 6 500 ha, au cœur de la Camargue, le site des étangs et marais des salins a été totalement artificialisé pour une production industrielle de sel de mer. Suite à l'acquisition du site par le Conservatoire du littoral, le Parc Naturel Régional de Camargue, la Société Nationale de Protection de la Nature, la Tour du Valat et le WWF France collaborent sur un projet¹ de restauration du site pour rétablir son fonctionnement naturel.

Ce programme est destiné à restaurer les échanges hydrauliques et biologiques entre le vieux Rhône, les lagunes et la Méditerranée en facilitant l'écoulement naturel de l'eau douce dans le territoire. Les travaux hydrauliques se sont terminés à la mi-août et l'eau circule désormais jusqu'à l'étang du Fangassier grâce à la mise en place d'un nouveau canal.

Auparavant l'eau du vieux Rhône allait directement à la mer, sans passer par le site des étangs et marais salins de Camargue. Grâce à ces travaux, plus d'un milliard de litres d'eau vont être restitués à cet écosystème chaque année. Un bouleversement qui va permettre de maintenir le niveau des eaux dans la zone humide et notamment de protéger le site de nidification des flamants roses des prédateurs.

1. Soutenu par la Fondation Coca-Cola, ce projet s'inscrit dans un partenariat international entre The Coca-Cola Company et le WWF en faveur de la préservation des ressources en eau douce de la planète.

- **1^{ère}** zone humide de France par sa taille
- **1 milliard** de litres d'eau restitués chaque année
- **13 000** couples nicheurs recensés et naissance de **7500** poussins

OBJECTIF FORÊTS

D'ICI 2020



15 millions d'hectares de forêts à haute valeur de conservation sont protégés sur le plateau des Guyanes



En Indonésie, au moins 180 000 hectares de forêts y compris celles à hautes valeurs de conservation sont préservés



Un standard de caoutchouc naturel responsable est mis en place et la part de marché du caoutchouc zéro-déforestation est de 40%



OBJECTIF FORÊTS

EXEMPLES D' ACTIONS

LES ESPACES FORESTIERS À HAUTE VALEUR DE CONSERVATION SONT MIEUX PROTÉGÉS DANS 4 ÉCORÉGIONS (GUYANE, NOUVELLE-CALÉDONIE, BASSIN DU CONGO, EUROPE). AU MOINS 1 MILLION D'HECTARES DE FORÊTS SONT RESTAURÉS.

LES ACTEURS QUI ONT PRIS DES ENGAGEMENTS CONTRE LA DÉFORESTATION ET LA DÉGRADATION DES FORÊTS LES TIENNENT ET SONT REJOINTS PAR D'AUTRES. LES MARCHÉS DU BOIS, DU PAPIER, DE L'OR ET DU CAOUTCHOUC, EN PARTICULIER, PROGRESSENT VERS LA DURABILITÉ.



Contribuer à la protection de 15 millions d'hectares de forêts à haute valeur de conservation sur le plateau des Guyanes, en mettant notamment en place un outil de suivi de l'orpaillage illégal et des autres moteurs de déforestation.



Réduire d'un quart l'impact des menaces dans les forêts à haute valeur de conservation en Nouvelle-Calédonie, grâce au travail de plaidoyer auprès des décideurs sur les moteurs de déforestation et de dégradation (notamment feux, mines).



Encourager la création du Fonds LDN (Land Degradation Neutrality), qui vise à favoriser l'investissement du secteur privé dans la restauration des régions dégradées et l'utilisation durable des terres. Faire le lien avec les entreprises françaises clefs pour qu'au moins 5 d'entre elles y contribuent.



Mobiliser les entreprises françaises pour investir dans des projets de certification FSC en Afrique centrale, et encourager les bailleurs de fonds publics à soutenir la protection des paysages prioritaires afin qu'au moins 500 000 hectares¹ de forêt soient protégés dans le bassin du Congo.



Contribuer, par l'identification des menaces et le classement des aires menacées prioritaires, à protéger les derniers pans de forêts primaires et anciennes d'Europe.



Contribuer à la mise en œuvre d'un outil de suivi et de comparaison des engagements contre la déforestation et la dégradation des forêts des secteurs public et privé.



Promouvoir le label FSC² afin que la part certifiée du marché français du bois atteigne 15-20 %³ en 2020, et que 100 % du marché soit d'origine légale. Pour cela, plaidoyer notamment pour une mise en œuvre rigoureuse en France du Règlement Bois de l'Union Européenne et sensibiliser les acteurs économiques à leurs obligations vis-à-vis de ce règlement.



Fournir un appui à la production d'or artisanale à moindre impact dans le plateau des Guyanes.

Mener un travail d'influence afin que l'achat de papier responsable (FSC et recyclé) par les entreprises et organisations publiques du PAP50 progresse de 50 % d'un Baromètre à l'autre.

¹ Surface pour laquelle Socfin (fournisseur de Michelin) a requis des concessions additionnelles (Source : Greenpeace). Engagements de Rougier d'obtenir la certification FSC pour 20 % de ses concessions non encore certifiées

² FSC : Forest Stewardship Council

³ Cette augmentation devrait être largement due à la mise en œuvre du RBUE

D'ICI 2020

INDONÉSIE

POUR UN MARCHÉ DU CAOUTCHOUC NATUREL RESPONSABLE

Premier producteur mondial de caoutchouc, l'Asie du Sud Est voit ses forêts tropicales de plus en plus menacées par la culture de l'hévéa. Au rang des solutions, le WWF promeut les partenariats réunissant l'ensemble des organisations de la chaîne de valeur (de la forêt au pneu) afin d'atteindre une production plus responsable.

Depuis juin 2015, le WWF et le Groupe Michelin collaborent pour définir et développer une vision du caoutchouc naturel responsable. À ce titre, en juin 2016, Michelin 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.

Dans le même temps, un projet pilote est mené en Indonésie, pour la mise en œuvre opérationnelle du caoutchouc naturel responsable et lutter contre la déforestation.

En parallèle, le WWF encourage les acteurs industriels et institutionnels liés au caoutchouc naturel à s'organiser pour être moteurs de la transformation du marché du caoutchouc naturel vers plus de durabilité. Des discussions ont notamment été initiées par le WWF pour la mise en place d'une plateforme multiacteurs qui vise à réunir les industriels, les ONG, les producteurs ainsi que tous les acteurs de la chaîne de valeur du caoutchouc naturel.

Enfin, le WWF étudie des principes et critères de durabilité pour l'ensemble de la chaîne afin d'adapter les systèmes de certifications existants (FSC, RSB, SAN) au caoutchouc naturel.

- 1/4 de la production mondiale de caoutchouc naturel est produite en Indonésie
- 70 % de la demande mondiale de caoutchouc naturel pour satisfaire les besoins de l'industrie du pneumatique
- Michelin, 1^{er} acheteur mondial de caoutchouc naturel

OBJECTIF SYSTÈMES ALIMENTAIRES DURABLES

ZERO
DÉFORESTATION
d'ici 2020



D'ICI 2020

Les 10 plus gros acteurs de l'agroalimentaire français prennent des engagements "zéro déforestation" pour leurs approvisionnements

Au moins 10 grands acteurs français (publics ou privés) prennent l'engagement de diminuer de 50% le gaspillage alimentaire

L'offre de consommation alimentaire durable du WWF est adoptée par au moins 5 partenaires privés et 5 collectivités



OBJECTIF SYSTEMES ALIMENTAIRES DURABLES

EXEMPLES D' ACTIONS

D'ICI 2020

AU MOINS 10 ENTREPRISES FRANÇAISES MAJEURES PRENNENT DES ENGAGEMENTS « ZÉRO DÉFORESTATION » SUR AU MOINS UNE DE LEURS COMMODITÉS AGRICOLES.

LES POLITIQUES AGRICOLES NATIONALES ET EUROPÉENNES ENCOURAGENT LES SYSTÈMES ALIMENTAIRES DURABLES. NOS OBJECTIFS DE DURABILITÉ SONT SOUTENUS PAR LES INITIATIVES ET ORGANISATIONS INTERNATIONALES.

DES ENTREPRISES PARTENAIRES, NOTAMMENT DANS LES SECTEURS DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION COLLECTIVE, PRENNENT DES ENGAGEMENTS CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE.

DES ENTREPRISES ET COLLECTIVITÉS LOCALES S'ENGAGENT DANS DES DÉMARCHES DE PROGRESSION, CONTRIBUANT AINSI À DÉMONTRER L'IMPACT POSITIF DES CHANGEMENTS DE MODE D'ALIMENTATION SUR L'ENVIRONNEMENT.



Nouer de nouveaux partenariats pour la prise d'engagements « zéro déforestation » par les entreprises françaises les plus significatives et amener nos partenaires à s'engager à s'approvisionner à 100 % en commodités agricoles durables.



Par des projets de terrain, soutenir à l'échelle internationale, le développement de la production de commodités agricoles certifiées (par exemple : l'huile de palme en Malaisie ou le soja au Brésil).

Œuvrer à valoriser des solutions limitant les impacts locaux et internationaux du secteur agricole français.



Avec les bureaux européens du WWF, mener des actions de plaidoyer dans le cadre de la réforme de la Politique Agricole Commune, pour qu'elle devienne une politique alimentaire et plus seulement agricole.

Influencer les recommandations de l'OCDE et du Consumer Goods Forum sur d'une part, les chaînes d'approvisionnement et d'autre part, les pratiques agricoles et halieutiques durables.



Conduire une étude sur l'impact environnemental des emballages. En déduire des bonnes pratiques à destination du secteur privé et amener au moins l'un de nos partenaires à les mettre en œuvre.



Sensibiliser les Français à la question du gaspillage alimentaire comme perte de ressources naturelles, au travers de nos grands événements et des campagnes de mobilisation.



Amener au moins 5 entreprises de la distribution ou de l'alimentation collective à relayer nos recommandations en matière de consommation alimentaire durable (réduction de la consommation de protéines animales, produits certifiés, lutte contre la déforestation etc.).



Améliorer la compréhension, par les institutions françaises, de l'impact des changements de mode d'alimentation sur l'environnement, en participant au montage et à la gestion de projets financés par les bailleurs publics sur cette thématique.

Amener des collectivités à adopter nos recommandations en matière de consommation alimentaire durable, en les accompagnant dans le choix de matières premières certifiées durables, dans l'augmentation de la part du bio dans les cantines scolaires et dans la sensibilisation de leurs habitants.

BRÉSIL ET INDONÉSIE

AGIR POUR UNE FILIÈRE LAITIÈRE RESPONSABLE

La production de soja et du tourteau de palmiste¹ qui composent la ration de la vache laitière se fait au détriment des forêts. Désireux de limiter les impacts environnementaux de ses activités, le groupe Bel, acteur majeur des produits laitiers, renouvelle son partenariat avec le WWF France.

Membre de la RTRS (Table Ronde pour le Soja Responsable) depuis 2014, le groupe Bel franchit une nouvelle étape en 2015 en achetant des certificats RTRS 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 continue en parallèle à soutenir un projet de terrain au Mato-Grosso (Brésil) pour aider des producteurs de soja à accéder à la certification RTRS via des pratiques plus responsables.

Plus de 21 000 hectares de culture de soja ont déjà été certifiés RTRS, couvrant ainsi les volumes nécessaires pour le groupe Bel.

Bel a engagé une démarche identique concernant le tourteau de palmiste (ou PKE), complément alimentaire pour le bétail issu de la production d'huile de palme.

À Bornéo (Malaisie), le groupe accompagne aujourd'hui des petits producteurs locaux pour la certification RSPO (Table Ronde pour l'Huile de Palme Durable), aide à la valorisation des résidus de production de l'huile de palme comme le palm kernel expeller (PKE) et favorise ainsi la mise en place d'une filière PKE plus transparente sur place.

Depuis 2016, Bel couvre 100% des volumes de soja (certification RTRS) et de PKE (certification RSPO) utilisés au niveau mondial pour produire le lait qui entre dans la composition des fromages Bel.

- **1,7 milliard de litres** de lait collectés auprès de 3200 producteurs par le groupe Bel
- **X2**, la production mondiale de soja a doublé en 20 ans et la production mondiale d'huile de palme a doublé en 10 ans
- **21 000 hectares** de culture de soja certifiés RTRS via le projet de Bel au Mato Grosso qui couvrent les volumes nécessaires pour le groupe

1. Aussi appelé PKE (Palm Kernel Expeller)



TROIS LEVIERS D'ACTION TRANSVERSALES LA FINANCE, LES ENTREPRISES ET LES POLITIQUES PUBLIQUES

EXEMPLES D' ACTIONS

FINANCE

Augmenter, de manière mesurable, les flux financiers publics et privés orientés vers un développement soutenable, en appui des objectifs mondiaux du WWF, tout en diminuant les financements disponibles pour les activités les plus destructrices.



MARCHÉS

Transformer, de manière mesurable, les marchés des matières premières renouvelables, non renouvelables et des services, vers des modes de production et de consommation durables, à travers l'amélioration de pratiques sectorielles et l'atteinte de résultats de conservation tangibles sur le terrain.



GOUVERNANCE

Accélérer l'atteinte des objectifs mondiaux du WWF en utilisant la capacité d'action de la France dans les instances centrales de la gouvernance mondiale et européenne ainsi que dans le nouvel agenda du développement 2030.



- Influencer les mécanismes de régulation de la finance internationale pour impulser un changement systémique des règles du jeu.
- Encourager l'alignement des flux d'investissements publics et privés vers une économie compatible avec une trajectoire en dessous de 2°C.
- Structurer des outils d'investissement, comme les obligations vertes, par la création de normes et standards pour favoriser l'allocation de capitaux vers une économie durable.
- Encourager la mise en œuvre d'un cadre réglementaire ambitieux sur la prise en compte et la divulgation de l'exposition aux risques associés au changement climatique par les institutions financières.



Accompagner le développement de standards effectifs et crédibles autour des obligations vertes par la publication de rapports et des actions d'influence.

- Accompagner la transition des marchés de matières premières renouvelables, comme les produits forestiers, les produits de la mer ou les commodités agricoles, vers plus de durabilité.
- Soutenir les entreprises dans l'adoption et la mise en œuvre de stratégies en ligne avec une trajectoire en dessous de 2°C.
- Œuvrer pour le désengagement des activités liées aux énergies fossiles, dont les hydrocarbures et le secteur minier, et lorsqu'elles sont développées, travailler à la limitation de leurs impacts négatifs sur l'environnement.
- Utiliser l'innovation digitale comme accélérateur de la transition environnementale et des changements collectifs de comportements.
- Protéger les écosystèmes et lutter contre le commerce illégal des espèces prioritaires de faune et de flore sauvages grâce aux engagements d'acteurs privés de secteurs clés.



Développer un standard de durabilité du caoutchouc naturel et obtenir qu'en 2020, la part de marché certifiée zéro-déforestation soit de 40 %.

- Mener des actions de plaidoyer avec le réseau WWF au niveau bilatéral et international et influencer les positions de la France sur la scène européenne.
- Inciter l'Etat français à développer une plus grande exemplarité environnementale, notamment en termes de durabilité de ses approvisionnements en matière premières renouvelables et d'allocation des financements publics, et plaidoyer pour élever le niveau d'ambition des politiques environnementales.
- Accompagner des collectivités dans leurs politiques environnementales locales et promouvoir les actions citoyennes dans une dynamique vertueuse de changement collectif des comportements.
- Prendre part et soutenir des coalitions d'associations sur des enjeux nationaux.
- Mener des actions de plaidoyer pour placer l'enjeu de l'environnement au cœur des élections nationales et élever le niveau d'ambition environnementale des candidats.



Avec les bureaux alpins du WWF, mener des actions de plaidoyer pour obtenir un statut de protection ainsi qu'un plan de gestion durable pour le massif du Mont Blanc.



NOS TEMPS FORTS

LA FRANÇAISE DES JEUX SOUTIENT LES PROJETS DU WWF FRANCE

1^{er} jeu de grattage solidaire au profit de l'environnement

20 millions
de tickets vendus

4 %
du prix des ventes
redistribué au WWF

+2 400 000 €
pour le WWF

Le 5 novembre 2015, à la veille de la COP21, la Française des Jeux, loterie nationale, lance l'opération « Jouons solidaires pour un monde meilleur » : le premier jeu de grattage au profit de l'environnement.

La règle du jeu est simple : pour une mise de 3 €, chaque ticket à gratter de ce jeu éphémère permet de remporter jusqu'à 30 000 € et 4% du montant des ventes est reversé au WWF France pour financer une dizaine de projets visant à lutter contre le changement climatique et à préserver la biodiversité.

20 millions de tickets ont ainsi été commercialisés dans les 32 700 points de vente FDJ® habillés, pour l'occasion, aux couleurs du jeu afin de sensibiliser à la cause du climat.

Au final, ce sont plus de 2 400 000 € qui ont été redistribués au WWF France afin de contribuer au financement d'actions de terrain.



Des projets concrets pour un monde meilleur

© JACQUES ROSTAND



UGANDA

Le Parc National du Rwenzori alimente les besoins en eau de deux millions de personnes et de nombreuses entreprises via son glacier. Ce projet vise à préserver un écosystème unique et les services hydrologiques qu'il rend, au profit des populations environnantes.

CAMARGUE

La Camargue est la première zone humide de France par sa taille. Ce projet vise à restaurer le fonctionnement hydraulique naturel du site pour préserver sa biodiversité dans le respect de l'économie locale.

MADAGASCAR

Le niveau de pauvreté contraint les populations malgaches à avoir recours aux ressources naturelles de façon destructrice. Ce projet vise à mettre en œuvre un réseau de grand-mères ingénieures en énergie solaire pour développer des solutions soutenables.

MÉDITERRANÉE

Les collisions avec des navires représentent la 1^{ère} cause de mortalité non naturelle pour les grands cétacés. Ce projet vise à faire diminuer le nombre de collisions entre navires et grands mammifères marins.

MADAGASCAR

2% des mangroves du monde sont concentrées à Madagascar, dont 60 000 hectares de mangroves continues. Ce projet vise à gérer durablement « ces forêts bleues » au profit du climat et des populations locales.

FRANCE

Les étudiants s'engagent pour le climat

Une enquête menée par l'IFOP pour le WWF a révélé un certain pessimisme de la part de la jeunesse vis-à-vis de la COP21. Ce projet vise à mobiliser les étudiants des écoles supérieures et des universités pour qu'ils s'approprient la problématique du changement climatique.

NOUVELLE-CALÉDONIE

Les forêts humides et les maquis miniers de Nouvelle-Calédonie hébergent une riche biodiversité. Ce projet vise à garantir l'approvisionnement des populations en eau via la préservation du couvert forestier.

AMAZONIE

Le Parc national des Monts Tumuc-Humac au Brésil et le Parc amazonien de Guyane séquestrent plus d'un milliard de tonnes de carbone, contribuant à atténuer les effets du changement climatique. Ce projet vise à préserver le plus grand bloc forestier amazonien encore intact.

SUMATRA

Le parc national de Bukit Tigapuluh abrite plus de 1000 espèces endémiques. Ce projet vise à préserver les fonctions écologiques du parc, sa biodiversité et sa fonction de séquestration de carbone.

COP 21

Ensemble pour le climat

BILAN DIGITAL

70 000

visites sur le site
2ctrop.wwf.fr

54 millions
d'impressions web

19,8 millions
de contacts

Du 30 novembre au 12 décembre 2015, Paris a accueilli la 21^e conférence sur le climat des Nations unies (COP21). Le WWF France s'est mobilisé tout au long de ce grand rendez-vous afin qu'il débouche sur un accord suffisamment robuste pour maintenir le thermomètre mondial bien en dessous de la barre des 2°C.

La planète navigue bien au-dessus du seuil des 2°C préconisé par les scientifiques. Il y a urgence à agir car les effets du changement climatique sont déjà à l'œuvre.

Afin que la COP21 aboutisse à un accord international ambitieux pour l'après 2020, le WWF s'est efforcé de mobiliser l'ensemble des acteurs : les décideurs bien entendu, qu'il s'agisse des gouvernements ou des entreprises, mais aussi les citoyens qui, en se regroupant, sont en mesure de peser sur les choix politiques et économiques pour plus d'ambition climatique.



2° c'est déjà trop : une campagne-choc sur l'urgence climatique

BILAN AFFICHAGE

245 mobiliers dans
les gares

600 affiches métro

BILAN COLLECTE

20 000
pétitionnaires

+ de 400 000 €
de dons ponctuels

«2 degrés, c'est déjà trop». A l'approche de la COP 21, le WWF France appelle à agir face à l'urgence climatique avec une campagne signée Publicis Nurun. Cette campagne multicanale (affichage, campagne presse, dispositif digital d'engagement et film TV) explique que sans passage à l'action, la sixième extinction de masse deviendra réalité, avec en bout de chaîne l'avenir de l'Humanité.

Le film d'animation au traité japonisant met en scène un éléphant, un ours polaire, une girafe et d'autres animaux emblématiques menacés de disparition sous la montée du mercure. Progressivement, cette montée du mercure met aussi en péril les habitants des villes montrant ainsi l'élargissement du péril à toute l'Humanité. Le spot TV se termine par une voix off appelant à l'action « Lors de la COP 21, les dirigeants du monde ont une opportunité unique: limiter le réchauffement climatique en dessous de 2 degrés. Mais 2 degrés, c'est déjà trop. »

Agissons ensemble.



March4me : l'alternative digitale à la marche interdite

3 877
binômes formés
(un marcheur empêché et
un marcheur solidaire)

30 000
personnes inscrites
et 7 079 messages
échangés

99 000
visiteurs sur le site



Suite aux attentats du 13 novembre à Paris, la marche mondiale pour le climat qui devait avoir lieu dans les rues de Paris, le dimanche 29 novembre, est annulée. La riposte du monde associatif ne se fait pas attendre.

Dans le cadre de la Coalition Climat 21, France Nature Environnement, la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme, Greenpeace et le WWF lancent March4me.org. (« Marche pour moi »). Réalisé en quelques jours seulement, ce dispositif inédit, soutenu par Facebook, met en relation des Français qui auraient aimé marcher à Paris et dans certaines grandes villes, avec tous ceux qui marcheront en Amérique, en Afrique, en Asie, en Europe...

D'un côté, un marcheur "empêché" s'inscrit sur la plateforme en téléchargeant sa photo et en mentionnant son nom, de l'autre, un citoyen "IMarch4U", venu d'un autre pays, s'engage à le représenter en défilant pour lui dans l'une des 57 marches organisées dans le monde.

Des personnalités artistiques telles que Thomas Dutronc, Angunn, Nolwen Leroy, Audrey Dana et Mélanie Laurent, accompagnées du monde des ONG telles que Nicolas Hulot, Isabelle Autissier et Jean-François Julliard ont apporté leur soutien au travers d'une vidéo d'appel à action.

« En réponse aux attentats et à l'interdiction de défilé qui en a découlé, March4Me a su proposer une alternative digitale à la marche pour le climat. Cette initiative, mise sur pied en un temps record, a surtout montré qu'en additionnant nos forces, au-delà des organisations et des frontières, nous pouvons faire preuve de créativité même dans l'adversité, et ainsi œuvrer ensemble dans la lutte contre le dérèglement climatique. »

Michael Neveu, Chargé de communication digitale au WWF France

Un accord historique pour le climat

10 communiqués
de presse

19 conférences,
briefs, points
presse

9 déclarations
ou réactions

7 position papers

1 compte Twitter
dédié à la presse



Le 12 décembre 2015, la 21^{ème} conférence des Parties de la Convention-cadre des Nations unies sur les Changements climatiques (CCNUCC) s'est conclue sur un accord climatique universel historique après deux semaines de négociations et quatre ans de préparation.

Cet accord qui entrera en vigueur en 2020 est accompagné de décisions et d'un cadre pour l'action avant 2020.

Pour le WWF, cet accord peut marquer une étape majeure de plus dans l'engagement mondial contre le dérèglement climatique.

Pour la première fois, 195 pays se sont fixé l'ambition de poursuivre la limite des 1,5°C d'ici la fin du siècle – une ligne de survie pour les plus vulnérables. Pour tenir cet engagement, les pays tiennent avec l'accord de Paris un bon cadre de travail universel. Le WWF appelle maintenant à ce qu'ils se mobilisent sur des plans d'action rapides, solides et à la hauteur pour l'alimenter.

COUVERTURE MÉDIATIQUE : 2 635 retombées

Presse écrite

28 %

Web

60 %

TV radio

12 %

Twitter

3 841 366 personnes touchées
47 736 interactions

Facebook

13 886 023 personnes touchées
484 093 interactions

Instagram

17 984 interactions

LinkedIn

42 164 personnes touchées
541 interactions



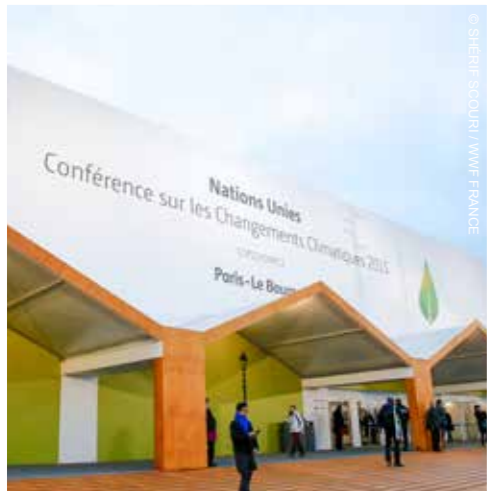
© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© INAMINI / WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© MATHIEU COSET / WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE

LA MÉDITERRANÉE AU BORD DU BURN-OUT

Un rapport inédit sur les menaces qui pèsent sur la grande bleue

+ 200 millions
de touristes par
rapport à 2011

Le 19 janvier dernier, le WWF publie une étude portant sur l'avenir de la Grande bleue. Son rapport MedTrends, couvrant les eaux territoriales de 8 pays européens, est le premier à analyser le développement de dix secteurs économiques clés et à se projeter dans une quinzaine d'années.

+ 112 %
d'aquaculture
d'ici 2030

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : 200 millions de touristes supplémentaires par rapport à 2011 et une augmentation de la production d'aquaculture de 112 % d'ici 2030.

+ 20 %
de la surface
de la mer ouverte
aux hydrocarbures
d'ici 2030

L'étude MedTrends révèle notamment une cartographie inédite de l'ensemble des zones ouvertes à l'exploration d'hydrocarbures : 20 % de sa surface sont déjà ouverts aux permis de recherche d'hydrocarbures et 20 % supplémentaires risquent fort de s'y ajouter selon l'analyse des politiques publiques actuellement menées par les pays riverains. En bref, si les tendances actuelles se poursuivent, en 2030, la Grande bleue, plus vaste mer semi-fermée au monde, sera en burn-out !

« La Méditerranée est sur le chemin du burn-out. Aujourd'hui, la multiplication et la croissance des activités économiques sur cette zone s'apparentent à un véritable Far West. Nous ne pourrions éviter l'implosion, soutenir nos économies nationales et promouvoir une économie bleue qu'à travers une gestion intégrée de l'espace marin. »

Pascal Canfin, Directeur général du WWF France



© MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, DE L'ÉNERGIE ET DE LA MER

Saisissant l'occasion de la deuxième conférence nationale sur la transition écologique de la mer et de l'océan, la ministre de l'Écologie et de l'Énergie a annoncé un moratoire immédiat sur la recherche d'hydrocarbures en Méditerranée, compte tenu des conséquences dramatiques que pourrait avoir un accident dans cette mer quasi fermée. En d'autres termes, plus aucun permis d'exploration ne sera accordé, ni dans les eaux territoriales ni sur le plateau continental.

Un premier pas certes, mais le WWF appelle à l'élaboration d'une planification intégrée de l'économie maritime sur le long terme si l'on veut atteindre l'objectif de bon état écologique des eaux fixé par l'Union européenne pour 2020.

COUVERTURE MÉDIATIQUE : 110 retombées

Presse écrite



36 %

Web



41 %

TV radio



23 %

Twitter



157 360 personnes touchées
1 798 interactions

Facebook



244 265 personnes touchées
5 023 interactions

Instagram



1 913 interactions

LinkedIn



8 881 personnes touchées
72 interactions

PROTÉGER LES SITES DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

Une campagne pour sauver notre héritage commun

Selon le rapport *Protéger les hommes en préservant la nature* : les sites du patrimoine mondial comme moteurs d'un développement soutenable, 114 des 229 sites naturels et mixtes inscrits au Patrimoine mondial sont menacés par des activités industrielles néfastes. Or, plus de onze millions de personnes, l'équivalent de la population du Portugal, dépendent des 114 sites menacés pour subvenir à leurs besoins, se loger, se soigner, travailler.

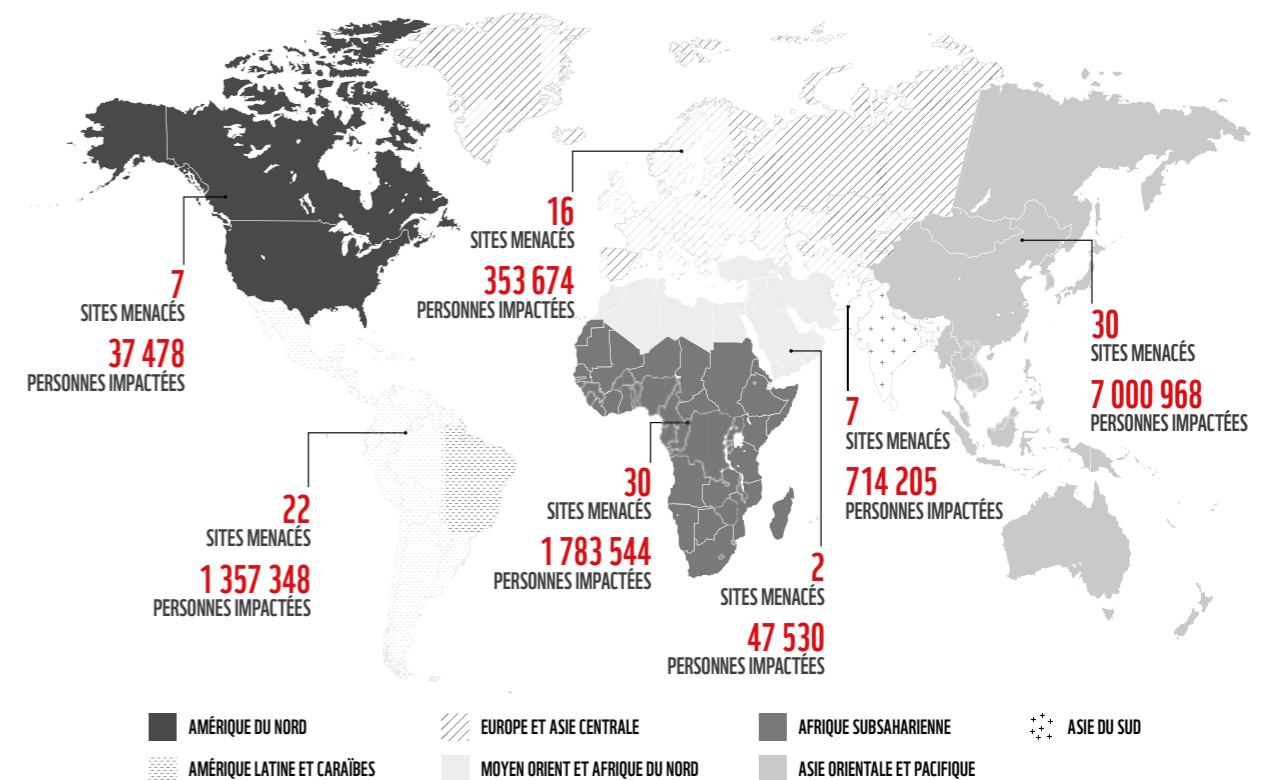
C'est pourquoi le WWF exhorte les gouvernements à proscrire toute activité industrielle pouvant avoir un impact négatif sur la valeur universelle des sites du patrimoine de l'UNESCO. De même, le WWF appelle le secteur privé à prendre ses responsabilités : **les entreprises** doivent renoncer à exercer toute activité susceptible de dégrader les sites du Patrimoine mondial et les **investisseurs** cesser de financer tout projet ou toute entreprise néfaste.

« Les sites inscrits au Patrimoine mondial occupent 0,5 % de la surface de la Terre. La beauté et la richesse des paysages naturels et de la biodiversité qu'ils abritent en font les joyaux de la couronne. Si nous ne sommes pas capables de protéger cette toute petite partie de notre planète, qui peut penser que nous serons capables de protéger le reste ? Le temps est venu de reconquérir notre capital naturel qui est la base de notre économie, car il n'y a pas d'un côté les enjeux de la biodiversité et d'un autre les enjeux économiques. »

Pascal Canfin, Directeur général du WWF France



NOMBRE DE SITES MENACÉS PAR DES ACTIVITÉS INDUSTRIELLES ET DE PERSONNES DÉPENDANT DE CES SITES POUR SUBVENIR À LEURS BESOINS



COUVERTURE MÉDIATIQUE : 154 retombées



LES 25 ENTREPRISES QUI IMPACTENT LE PLUS LA BIODIVERSITÉ

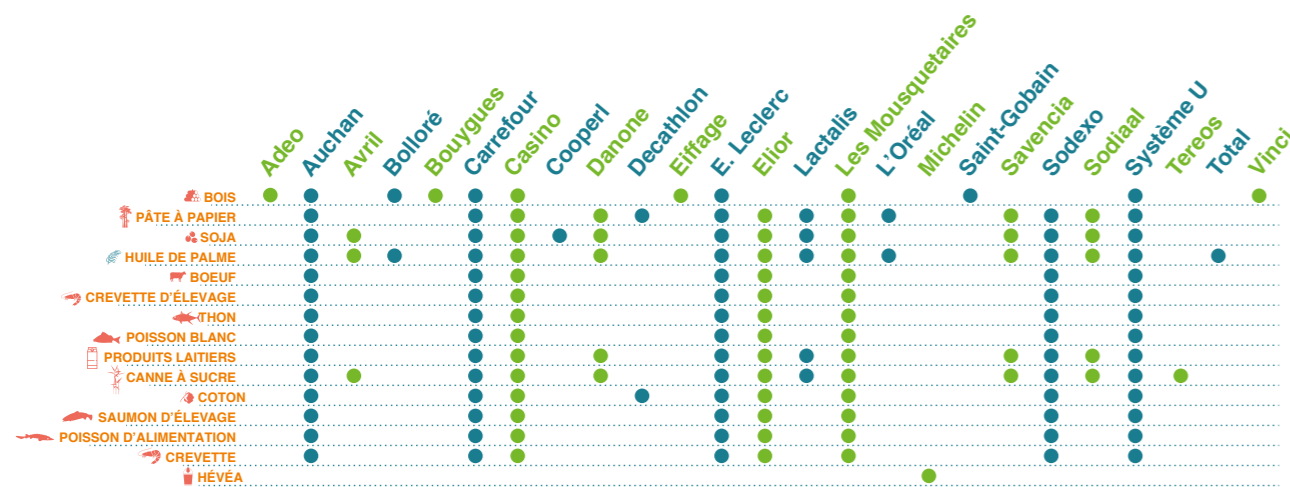
La liste des acteurs économiques français qui pèsent le plus sur les écosystèmes du monde

Pour la première fois, en avril dernier, le WWF France a révélé la liste des 25 entreprises françaises qui, à travers leurs chaînes d'approvisionnement, impactent le plus fortement les écosystèmes dans le monde.

Cette liste est le résultat des travaux menés depuis 2010 à l'échelle internationale par le WWF dans le cadre de l'Initiative globale de transformation des marchés qui porte sur 16 matières premières dont les modes d'exploitation menacent directement 35 écorégions prioritaires (Amazonie, Bassin du Congo, Borneo et Sumatra, Triangle du Corail...).

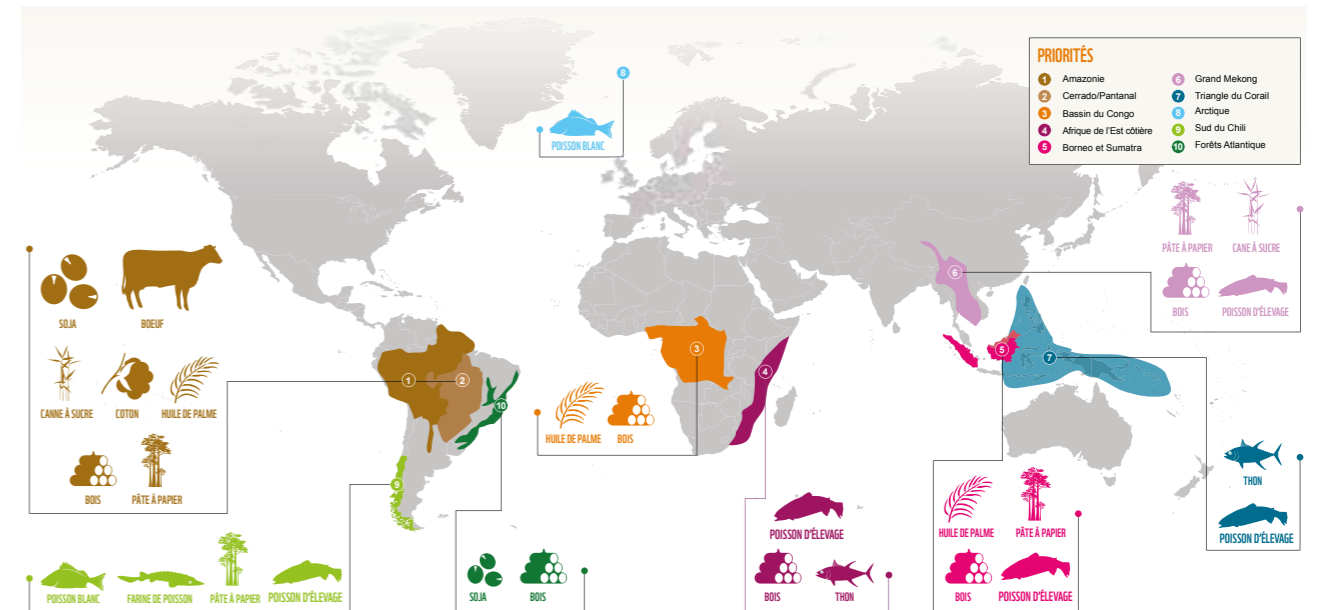
« Les entreprises françaises sont des championnes mondiales dans des domaines clés qui impactent les écosystèmes. Elles figurent parmi les premiers acheteurs d'huile de palme, de soja, de coton, de bois tropicaux... Elles ont donc une responsabilité particulière. Si elles font partie du problème, elles font aussi partie de la solution. Elles doivent agir maintenant ! »

Pascal Canfin, Directeur général du WWF France



Les entreprises sont classées par ordre alphabétique.

Quelques-unes des zones de conservation prioritaires fortement affectées par la production des matières premières agricoles



Cet inventaire ne prend pas en compte l'impact sur le climat (secteur énergétique) ni sur les ressources en eau.

Ces entreprises sont donc une partie du problème, mais elles font aussi potentiellement partie de la solution. Car les objectifs de restauration des écosystèmes, de « zéro déforestation nette », de restauration des stocks de poissons dont plus de 80 % au niveau mondial sont exploités et surexploités... ne pourront pas être atteints si ces grandes entreprises françaises ne changent pas leurs pratiques. Certaines sont engagées dans une démarche positive. D'autres continuent d'ignorer le problème. C'est donc le rôle d'une ONG comme le WWF que d'ouvrir un dialogue avec eux pour réduire leur empreinte sur la nature et transformer leurs pratiques.

COUVERTURE MÉDIATIQUE : 179 retombées

Presse écrite
32%

Web
61%

TV radio
7%

Twitter
190 558 personnes touchées
4 082 interactions

Facebook
209 247 personnes touchées
9 954 interactions

LinkedIn
15 755 personnes touchées
425 interactions

EARTH HOUR

10 ans de mobilisation pour le climat

178 pays

+ de 7 000 villes

+ de 6 600

événements

12 700

monuments éteints

dont l'Opéra de Sydney, Big Ben, la Tour Eiffel, l'Empire State Building, etc.

+ de 2,5 milliards

de vues

pour les hashtags

#EarthHour

#ChangeClimateChange

Trois mois après la COP21, Earth Hour 2016 a été célébré à travers sept continents. Un suffrage sans précédent pour cette 10ème édition qui démontre la détermination de la planète à faire face à son plus grand défi environnemental.

À Paris, Pascal Canfin, Directeur général du WWF France et Anne Hidalgo, Maire de Paris, ont éteint la tour Eiffel en présence de Ségolène Royal, ministre de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer, chargée des Relations internationales sur le climat. Les internautes ont quant à eux déjà éteint près de 10 000 ampoules de la tour Eiffel digitale sur le site <https://earthhour.paris/>

À Lyon, plus de 2 000 personnes sont venues à la rencontre des équipes du WWF place de la République et ont pu participer aux activités de sensibilisation proposées sur l'empreinte écologique des citoyens. Les vélos jukebox, défi carbone et vélo-cinéma ont connu un beau succès.

En Guyane, même la Station Spatiale Internationale était mobilisée aux côtés des citoyens. Earth Hour a en effet été l'occasion pour petits et grands de se dépenser en participant à une chorégraphie géante : la « zumba du climat » ! D'autres activités ludiques ont également été organisées et la Mairie de Cayenne ainsi que la Collectivité territoriale de Guyane ont aussi éteint leurs lumières en signe de soutien.

En Nouvelle-Calédonie, les communes de Nouméa, Mont-Dore, Dumbéa et Bourail ont joué le jeu de l'extinction. Place des cocotiers à Nouméa, près d'un millier de personnes sont venues visiter le « Village des Solutions » et baigner dans l'ambiance festive d'Earth Hour créée par les nombreux artistes, plasticiens, comédiens, slameurs et musiciens mobilisés pour la cause.

Clôture du challenge Café Panda

Earth Hour, date symbolique, a également été l'occasion de clôturer le challenge Café Panda lancé par le WWF à tous les étudiants de France pour qu'ils s'emparent de la question climatique. 78 étudiants, venus représenter fièrement leurs établissements, se sont donc vus remettre un diplôme Café Panda. La cérémonie s'est tenue en présence de Pascal Canfin, Stéphane Pallez Présidente directrice générale de la Française des jeux et Alice Guérin, vice-Présidente du REFFED.

Bataille de tweets, conférences en live, engagement terrain, les étudiants, tous plus inspirés les uns que les autres, ont livré une bataille acharnée contre le dérèglement climatique.

Mais Sciences Po Paris, Grenoble École de Management et Toulouse Business se sont particulièrement distingués par leur formidable mobilisation durant le challenge. Les trois campus ont donc reçu une petite statuette de panda réalisée en imprimante « D pour l'occasion. Les étudiants de l'École des métiers de l'énergie Paul-Louis Merlin ont, quant à eux, reçu le prix spécial « Earth hour » pour avoir installé des panneaux solaires sur leur campus, une action en lien avec la stratégie WWF « 100% énergie renouvelable d'ici 2050 ».



© SHERIE SCOURI / WWF FRANCE

COUVERTURE MÉDIATIQUE : 326 retombées

Presse écrite



26 %

Web



59 %

TV radio



15 %

Twitter



157 360 personnes touchées
1 798 interactions

Facebook



244 265 personnes touchées
5 023 interactions

Instagram



1 913 interactions

LinkedIn



8 881 personnes touchées
72 interactions

1. REFFED : Réseau Français des Etudiants pour le Développement Durable

PARIS 2024

Des Jeux olympiques à impact environnemental positif



PARIS
Ville candidate
Jeux Olympiques de 2024

En mai dernier, le Comité de Candidature Paris 2024 a signé un partenariat stratégique avec le WWF France parce que cette grande rencontre sportive, par l'émotion qu'elle suscite, constitue une opportunité unique de transformer les territoires, de changer les comportements et d'impliquer le plus grand nombre dans une démarche responsable.

Accélérer la transition écologique des territoires

L'ambition de cette collaboration est de proposer des Jeux qui, en accélérant la transition écologique des territoires, changent positivement le quotidien des Français. Cela nécessite en premier lieu la création d'infrastructures qui répondent à des besoins de long terme et non pas seulement aux besoins de l'événement, au profit du développement francilien, mais aussi de sa transformation écologique.

Le rôle du WWF

Isabelle Autissier préside le Comité d'Excellence Environnementale, composé de 24 personnalités qualifiées (scientifiques, représentants d'associations et d'ONG, athlètes, entrepreneurs), toutes engagées en faveur de l'environnement.

En parallèle, le WWF France apporte toute son expérience dans la définition de la stratégie d'excellence environnementale de Paris 2024, afin que les Jeux constituent un projet soutenable au profit de la transition énergétique et écologique des territoires et de ses habitants. Le WWF est notamment mobilisé au sein des groupes de travail à l'occasion de l'élaboration de la stratégie de candidature, veillant à ce que cette dernière porte à la fois sur l'éco conception des constructions nouvelles, l'écorénovation des infrastructures existantes et l'éco-gestion des jeux en eux-mêmes.



© MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, DE L'ÉNERGIE ET DE LA MER

« Le développement durable est depuis le début de notre engagement au cœur de notre projet. Ce n'est pas un objectif, c'est l'ADN même de la candidature que nous construisons avec les athlètes, nos partenaires et l'ensemble des Français dans le cadre de la concertation. »

Tony Estanguet, Coprésident du Comité de candidature Paris 2024

« On a senti dans le comité de candidature une vraie envie de faire bouger les choses et pas seulement la motivation de passer un coup de badigeon vert sur une candidature. »

Isabelle Autissier, Présidente du WWF France

CREATIVE AWARDS

Du crowdsourcing publicitaire pour mobiliser les 18-25 ans

+ de 900
participants

10 primés

10 millions
de personnes
ont pu voir l'affiche
lauréate dans
le métro parisien

+ de 50 000
visiteurs dans
les expositions
publiques dédiées

Pour la seconde année consécutive, le WWF France a été le bénéficiaire des Creative Awards.

En 2014, l'imprimeur en ligne Saxoprint crée un concours de publicité ouvert aux étudiants en école de graphisme et aux free lance afin de récompenser les meilleures créations illustrant une cause. Cette démarche originale de crowdsourcing publicitaire offre la possibilité de récompenser une dizaine de créations désignée soit par un jury de professionnels, soit par le vote du public. En 2015, la thématique de la 1^{ère} édition était la mobilisation de la jeunesse dans la lutte contre le réchauffement climatique. En réinterprétant le célèbre tableau d'Eugène Delacroix *La Liberté guidant le peuple* (1831), *PandaRévolution* de Pierre Gaudoin et Céline Lentz avait suscité un fort intérêt dans les médias internationaux.

Ce visuel très puissant, appelant à la mobilisation de tous pour la lutte contre le réchauffement climatique, a été largement affiché dans le métro parisien, les 15 premiers jours de juillet 2015, sur plus de 103 emplacements 4X3 offerts par la société Metrobus. Progressivement, ce visuel s'est imposé comme l'une des représentations iconiques de la COP 21. En septembre, l'ensemble de la sélection des Creative Awards a fait l'objet d'une exposition dans l'orangerie du Sénat suivie par pour une exposition pédagogique sur le changement climatique qui s'est tenu du 2 novembre au 3 décembre au Préau Saint Michel dans le jardin de Luxembourg. Enfin, pendant les deux semaines de la COP 21, *PandaRévolution* a été affiché de nouveau dans le métro et le RER B sur plus de 200 espaces 4X3 dans les stations les plus fréquentées (Châtelet-Les-Halles, Charles-de-Gaule-Etoile, gares Saint-Lazare, Montparnasse, de Lyon et du Nord, Motte-Piquet-Grenelle, RER B Le Bourget) tandis que l'ensemble des créations des Creative Awards était affiché au sein même de la COP 21 sur les murs de l'espace Génération Climat.

Le thème de la seconde édition était la protection des océans avec pour signature publicitaire « Protéger les océans, c'est sauver notre planète ». Le succès de la première édition s'est confirmé puisque plus de 932 visuels ont été reçus soit 124 visuels de plus que l'année précédente. Sur ces 932 visuels, une quarantaine a été pré-

selectionnée et présentée au jury. Présidé par Olivier Altmann, un des grands noms de la publicité française (plus de 200 prix créatifs, 62 Lions au Festival de Cannes de la Publicité, classé parmi les 15 créatifs internationaux les plus influents par Shots Magazine), le jury composé par une dizaine de professionnels des médias et de la communication a sélectionné 5 créations jugées particulièrement réussies. Réalisé par Jean-Philippe Barry et Pierre Digommet, *Bateau Balle* rappelle qu'avec un poisson capturé sur cinq, la pêche illégale représente une activité qui met en péril tant les ressources halieutiques que les pêcheurs eux-mêmes.

ÉDITION 2015

774 inscriptions

459 participants

808 affiches reçues

251 mentions presse

1114 mentions web



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE

ÉDITION 2016

876 inscriptions

534 participants

932 affiches reçues



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE

7^{ème} ÉDITION DU PANDATHLON

La nature reprend ses droits au Mont Lachat



976

participants
en 4 ans

72 224 Km

soit presque
2 fois le tour
de la terre

6 832

heures de marche

210 000 €

collectés

5 000 m²

renaturés
au Mont Lachat

En juin dernier, près de 350 participants ont relevé le défi sportif du Pandathlon, contribuant à la réhabilitation du Mont Lachat, joyau de biodiversité au cœur du Mont Blanc.

Dernier Pandathlon sur le toit de l'Europe occidentale

Cela fait 7 ans que le WWF organise, chaque année, le Pandathlon, une aventure sportive, solidaire et festive dont l'enjeu est de collecter des dons pour la mise en œuvre concrète d'un projet environnemental en France.

Les trois premières années, c'était au Mont Ventoux, depuis quatre ans, c'est au cœur du massif du Mont-Blanc. Samedi 25 juin, c'est avec le sourire et une grande motivation que près de 350 pandathlètes ont clôturé quatre années de mobilisation au profit d'un site d'exception sur le toit de l'Europe.

En quatre ans, par leurs efforts, les 976 athlètes ayant pris part au Pandathlon sont parvenus à collecter près de 210 000 € pour la renaturation du Mont Lachat.

À la reconquête de la nature

Disparue l'ancienne soufflerie militaire du col du Mont Lachat qui se dressait depuis 1938 à 2017 mètres d'altitude, en bordure de la voie du Tramway du Mont-Blanc, en direction du Nid d'Aigle ! Après trois mois d'un chantier hors norme, sur un site d'altitude à la topographie accidentée, la démolition des bâtiments vétustes est enfin effective.

Le site a été remodelé et les sols réensemencés. Une trentaine d'espèces autochtones, contre quatre à cinq habituellement, ont été semées afin de reconstituer des écosystèmes plus stables et plus diversifiés. D'ici deux à trois ans, la pelouse alpine aura recolonisé les lieux.

Le Pandathlon a ainsi permis à la Commune de Saint-Gervais et à ses partenaires de nettoyer le Col du Mont Lachat des stigmates de cette friche industrielle qui faisait consensus contre elle afin de transmettre aux générations futures un patrimoine naturel aussi riche et diversifié que celui qui était présent avant que l'homme ne s'y installe.



© SHERIF SCOURI / WWF FRANCE

COUVERTURE MÉDIATIQUE : 43 retombées

Presse écrite



44 %

Web



7 %

TV radio



49 %

Twitter



51 731 personnes touchées
464 interactions

Facebook



401 773 personnes touchées
9 290 interactions

Instagram



2 573 interactions

LOI POUR LA RECONQUÊTE DE LA BIODIVERSITÉ, DE LA NATURE ET DES PAYSAGES

Lutter contre l'érosion de la biodiversité

Alors que l'état de la biodiversité en France ne cesse de se dégrader, l'Assemblée nationale française a définitivement adopté le projet de loi « pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages ».

Initié lors de la Conférence environnementale 2012, présenté en conseil des ministres le 26 mars 2014, le projet de loi aura été discuté pendant 4 ans pour parvenir à son adoption le 20 juillet 2016 !

40 ans après la première grande loi de protection de la nature en France, cette nouvelle loi devrait permettre d'ancrer davantage les objectifs de protection du vivant dans la culture publique et la pratique, que ce soit au niveau national ou dans les territoires.

Le WWF France a réalisé un travail de plaidoyer aux côtés d'autres ONG sur l'ensemble du processus législatif.

Les sujets défendus par le WWF et les victoires obtenues

- Le principe de préjudice écologique est inscrit dans le Code civil ;
- L'Outre-mer est bien représenté dans les instances de gouvernance de la biodiversité (notamment au sein de future Agence Française pour la Biodiversité) ;
- Pour lutter contre la biopiraterie¹, meilleure prise en compte des communautés locales pour l'accès aux ressources génétiques situées sur le territoire où elles vivent ainsi que pour l'utilisation des connaissances traditionnelles associées ;

1. Appropriation illégitime des ressources génétiques et/ou des connaissances traditionnelles qui peuvent y être associées sans le consentement des communautés locales concernées et sans partage des bénéfices liés à la valorisation de ces ressources.

- Les navires français de plus de 24 mètres ont l'obligation de s'équiper d'un dispositif visant à éviter les collisions avec les cétacés dans les sanctuaires Agoa (Antilles) et Pelagos (Méditerranée) ;
- Le principe de « non-régression du droit de l'environnement », selon lequel la protection de l'environnement ne peut faire l'objet que d'une amélioration constante, est adopté. Impossible désormais d'affaiblir l'ambition des normes environnementales à caractère réglementaire ;
- Les acteurs de la société civile, dont les associations et les consommateurs, seront mieux représentés au sein des Comités de bassin qui définissent la politique de gestion de la ressource en eau à l'échelle du bassin hydrographique ;
- Les néonicotinoïdes, les « insecticides tueurs d'abeilles » seront interdits dès 2018 (avec une dérogation possible jusqu'en 2020).

Notre action

- Participation aux réunions de préparation du projet de loi ;
- Rencontres avec les ministres concernés (S. Royal et B. Pompili) ;
- Audition de nos experts par les rapporteurs des deux assemblées ;
- Rédaction de notes techniques, échanges avec les parlementaires et cabinets ministériels ;
- Plus d'une centaine d'amendements déposés suite à une action du WWF au cours des 4 lectures et 14 examens du texte.

COUVERTURE MÉDIATIQUE : 129 retombées

Presse écrite



39 %

Web



54 %

TV radio



12 %

Twitter



857 213 personnes touchées
7 234 interactions

Facebook



197 453 personnes touchées
5 392 interactions

LinkedIn



15 763 personnes touchées
228 interactions



BILAN ANNUEL

POLITIQUES PUBLIQUES

Depuis son origine, le WWF a développé une politique d'influence auprès des États et des institutions pour que la question de la préservation de l'environnement soit prise en compte dans l'agenda politique et public. Cette année encore, nous avons fait entendre notre voix, tant au niveau national qu'europpéen.



* PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE, PREMIER MINISTRE, MINISTRES, PARLEMENTAIRES, DÉPUTÉS EUROPÉENS, ADMINISTRATION, COMMISSION EUROPÉENNE

LES VICTOIRES

- En juillet 2015, 520 000 citoyens européens répondent *NON* à la révision des directives Oiseaux et Habitats lors de la consultation de la Commission européenne (plus de 33 000 signatures obtenues en France dont 15 000 via le site Internet du WWF France). En octobre 2015, 9 ministres européens, dont Ségolène Royal, se prononcent officiellement dans une lettre à l'attention du commissaire européen Vella pour la défense des directives Oiseaux et Habitats. En février 2016 : une résolution du Parlement européen demande le maintien des directives ;
- 10 septembre 2015 : la France est le premier pays à arrêter complètement, et sans exemption, ses soutiens publics à l'exportation de toute centrale à charbon, quelle que soit la technologie utilisée ;
- 8 avril 2016 : Ségolène Royal annonce un moratoire sur les permis d'hydrocarbures en Méditerranée ; le 25 avril, François Hollande assure vouloir proscrire l'exploration en Méditerranée ;
- 25 avril 2016 : en ouverture de la Conférence environnementale, François Hollande prend l'engagement de développer le marché des obligations vertes y compris par une émission d'Etat pour promouvoir des investissements qui peuvent participer de la transition énergétique et écologique et annonce l'instauration d'un prix plancher pour le carbone dans la production d'électricité, pénalisant ainsi les centrales à charbon ;
- 30 juin 2016: adoption du règlement européen encadrant la pêche profonde grâce notamment au revirement de la position française sur l'interdiction du chalutage profond obtenu en novembre 2015. Depuis 2012, la France bloquait l'adoption de ce règlement et en particulier toute interdiction du chalutage de fond.

NOS AUTRES COMBATS

- Notre-Dame-des-Landes : actions interassociatives, financement d'une étude sur le plafonnement du trafic aérien, prise de contact avec des chefs d'entreprise pour qu'ils se mobilisent contre le projet de construction de l'aéroport ;
- Boues rouges : aux côtés de FNE, le WWF participe au Comité de surveillance et d'information des rejets en mer et réclame une mise en conformité de la société Altéo dans un délai strict de 2 ans avec un arrêt total des rejets toxiques en mer ;
- Pesticides : le WWF demande de séparer l'activité de vente de produits de celle de conseil sur leur usage – mesure qui a été retenue par le gouvernement suite à la Conférence environnementale – et de mieux protéger les populations exposées aux pesticides ;
- État exemplaire : plaidoyer pour que la question de la lutte contre la déforestation soit intégrée dans l'attribution des marchés publics ;
- Commerce illégal : le WWF France veille à une mise en œuvre ambitieuse par la France des obligations européennes en matière de lutte contre l'importation de bois illégal et de lutte contre la pêche illégale.
- Biodiversité : suite à la décision du préfet d'un abattage massif des bouquetins du Bary, le WWF France continue à plaider en faveur d'un abattage sélectif préservant les animaux sains. Cette mesure a été retenue par les pouvoirs publics en mai 2016, mais pourrait être remise en cause.

PARTENAIRES PUBLICS

À l'autre bout du monde, avec l'Agence Française de Développement et le Fonds Français pour l'Environnement Mondial, ses partenaires historiques, le WWF France s'engage dans la protection de l'exceptionnelle biodiversité des pays d'Afrique subsaharienne et d'Asie, en Ouganda, à Madagascar et au Vietnam.



Le FFEM



Depuis 20 ans, le Fonds Français pour l'Environnement Mondial (FFEM) est un fonds public destiné à favoriser la protection de l'environnement mondial dans les pays en développement. Le FFEM contribue au financement de projets de développement ayant un impact significatif et durable sur l'un ou l'autre des grands enjeux de l'environnement mondial : biodiversité, changements climatiques, eaux internationales, dégradation des terres incluant la désertification et la déforestation, polluants organiques persistants, couche d'ozone.

L'AFD



Institution financière, l'Agence Française de Développement (AFD) est au cœur du dispositif français de l'aide publique en faveur des pays en développement et de l'Outre-mer. L'AFD met en œuvre la politique définie par le gouvernement français, agit pour combattre la pauvreté et favoriser le développement durable. Présente en Afrique, en Asie, au Moyen-Orient, en Amérique Latine, dans les Caraïbes et l'Outre-mer, cet établissement public finance et accompagne des projets qui améliorent les conditions de vie des populations, soutiennent la croissance économique et protègent la planète.

2%
des mangroves
du monde dont
60 000
hectares
de mangroves
continues

10
villages impliqués

20
séances
d'information
(films, débats)

30 émissions
de radio

336
participants
aux actions de
replantation

+ de 30 000
propagules
plantées

Préserver les mangroves de la Manambolo (Madagascar)

Afin de préserver et de restaurer les mangroves de la Manambolo, il est impératif d'impliquer les communautés locales vivant sur la côte, car elles sont les premières à bénéficier des services rendus par les forêts bleues. Phase essentielle du projet, la campagne de sensibilisation des populations riveraines a donc démarré cette année. Son objectif : convaincre de la nécessité de préserver les mangroves au profit du climat et des hommes.

Trois sites regroupant une dizaine de villages ont d'ores et déjà été consultés et plus d'une vingtaine de séances de sensibilisation et d'information ont été organisées. Des émissions de radio ont été diffusées et des films mettant en exergue les différents services rendus par les mangroves ont été projetés, suivis de rencontres-débats pour permettre d'échanger.

Et il semblerait qu'une prise de conscience soit en train d'émerger. Déjà, certains membres des communautés locales se sont engagés dans les activités de restauration, et ce, dès le début du processus. Ils ont notamment participé aux missions de repérage, plus de 7 hectares sont désormais identifiés comme des zones potentielles de restauration. Ils ont également participé activement à la replantation. Grâce aux 336 participants, dont 33% de femmes, ce sont plus de 30 000 propagules qui ont été plantées. Quelques mois seulement après le lancement du projet, cette mobilisation est de très bon augure.



© WWF MWIOP / MARTINA LIPPNER

LE MONDE ÉCONOMIQUE

NOS PARTENAIRES (au 30 juin 2016)

Advansa
Arjowiggins Graphic
Audencia
Boralex
Bouygues Construction
Carrefour
Caudalie
Cocorette
Crédit Coopératif
Davigel
Ecofolio
Ecotextile
Ecoperl
Fondation Coca-Cola
Fondation Schneider Electric
Fromageries BEL
Gîtes de France
Groupe SEB
Hamelin
International Bon Ton Toy
International Paper
Johnson Controls
La Poste
LEDON
Maison Alfort
Mandarine
Marriott
Michelin
Nathan
Panini
Paprec
Poma
Puzzle Michèle Wilson
Rettenmaier
Rougier
Saint Mamet
Sodexo
Volitalia

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.

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.

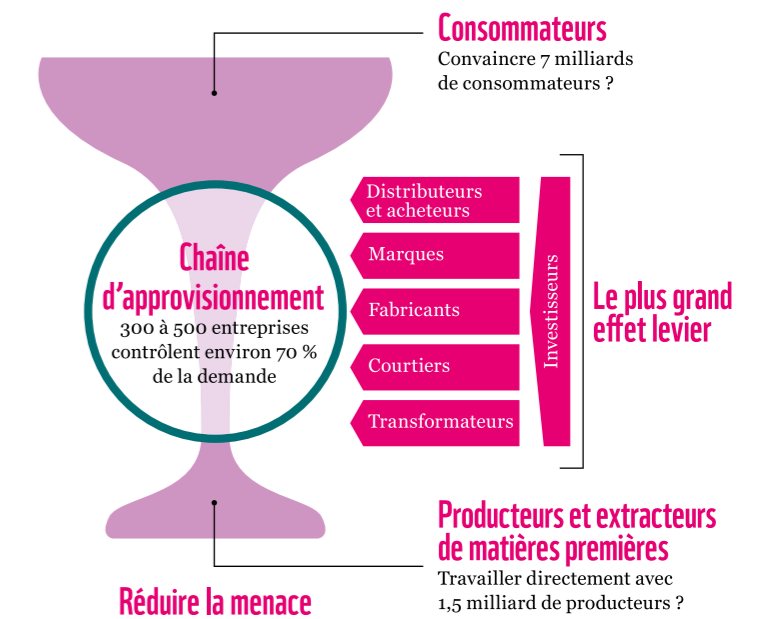
Toutes ces entreprises ont un rôle prépondérant à jouer dans la transformation des marchés, quel que soit leur positionnement au sein de la chaîne d'approvisionnement.

Réduire l'empreinte carbonée 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 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.

Agir au cœur de la chaîne



TRANSPARENCE

Le nom des partenaires, mais aussi la nature et le contenu des partenariats sont systématiquement communiqués.

DROIT AU DÉSACCORD MUTUEL

Ensemble, le WWF et ses partenaires se reconnaissent le droit de ne pas être d'accord sur tout, car il s'agit d'un élément clé de la crédibilité du partenariat.

RÉSULTATS MESURABLES

Le WWF rend compte des objectifs de chaque partenariat et des résultats qu'il a obtenus.

COMMUNICATION CADRÉE

Le logo du WWF n'est ni un label, ni une caution sur l'ensemble de la démarche sociétale des entreprises partenaires. Son utilisation atteste d'un engagement pris sur un domaine de coopération précis et témoigne de leur soutien.

Un rapport dédié à nos relations avec le monde économique paraît également chaque année.

MERCI POUR VOTRE SOUTIEN

1,3 millions
de personnes
touchées via nos
courriers postaux

Vous êtes nombreux à soutenir nos actions, en agissant comme bénévoles, en relayant nos messages ou encore en soutenant financièrement la Fondation.

116 000
journaux
«Traces du Panda»
envoyés à nos
donateurs

Cette année, vous êtes près de 150 000 à avoir fait des dons et 61% de nos ressources proviennent de vos contributions directes. C'est là la garantie de notre indépendance d'action et nous vous en remercions vivement.

100 000
personnes
rencontrées dans
la rue via nos
programmes de
« face à face »

Nos moyens de collecte et de sensibilisation

Vous informer de nos combats et de nos succès, des dangers qui menacent l'environnement, de leurs conséquences sur les êtres vivants ou encore de l'évolution de nos programmes, est une priorité au cœur de notre mission sociale.

C'est pourquoi les messages que nous vous adressons ont avant tout vocation à vous sensibiliser sur les enjeux liés à l'environnement.

Bien entendu, nous avons également besoin de votre soutien financier pour mettre en œuvre nos programmes, d'où nos appels à dons réguliers.

Sans cette collecte, nous ne serions pas en capacité d'œuvrer dans le monde entier via nos différents projets de conservation, ni de mener nos campagnes de sensibilisation et de plaidoyer visant à faire baisser l'empreinte écologique de l'humanité. Sans votre soutien financier, nous ne pourrions pas agir.

Merci.

230 000
abonnés à nos
newsletters

Le Cercle du WWF a été créé avec pour objectif de rassembler les soutiens les plus généreux du WWF France autour de temps d'échanges et d'informations avec nos experts scientifiques sur les grands enjeux économiques et environnementaux de notre société et sur les actions que nous menons. Nous avons déjà réuni plus de 800 donateurs membres à nos côtés. Nous les remercions pour leur mobilisation et leur générosité.

3 600
acheteurs sur notre
e-boutique et

13 000 via
notre catalogue
de vente par
correspondance

Au plus près du terrain

Nous avons mené cette année un programme de «face à face» en Guyane où les recruteurs ont pu passer du temps avec les équipes locales du WWF, avant d'aller sensibiliser la population guyanaise aux enjeux de notre organisation, notamment les enjeux locaux comme la lutte contre l'orpaillage illégal ou la protection de la faune (dauphin de Guyane, loutre...).



Une donatrice en Nouvelle-Calédonie

Nous avons cette année organisé une tombola pour financer un projet « d'inventaire spatialisé » de la population de cagous et contribuer ainsi à la sauvegarde de cette espèce endémique de l'île. Les personnes ayant soutenu ce projet pouvaient participer à un tirage au sort et gagner un voyage en Nouvelle-Calédonie (offert par un partenaire). C'est Claire, une de nos donatrices, qui a eu le privilège de se rendre sur place et de rencontrer notre équipe locale ainsi que les célèbres cagous !



Claire, la gagnante de la tombola, avec son ami.

NOTRE IMAGE MÉDIATIQUE

Sur la période juillet 2015 à juin 2016, le département communication a répondu à 3 défis majeurs.

Le premier était de mettre en place les outils de communication nécessaires pour permettre au WWF de bénéficier de la plus grande visibilité pendant la COP 21. Pour les acteurs de l'environnement en France, associations, entreprises et acteurs publics, la COP21 était l'événement incontournable de l'actualité environnementale de l'année 2015. Difficile dans ce contexte de faire entendre notre voix. En effet, si l'opinion publique française attribue au WWF le statut de première ONG, c'est moins par le fait de son action dans le domaine de la lutte contre le réchauffement climatique que par son engagement historique dans la protection des espaces et des espèces.



Il a donc fallu être inventif, agile et réactif pour développer des outils répondant aux attentes de notre réseau international tout en permettant de développer notre notoriété et de collecter des fonds. Le 3 décembre, en pleine COP 21, Courrier International publiait un numéro spécial sur la mobilisation de la société civile contre le réchauffement climatique. Réalisé en partenariat avec le WWF et France Info, ce numéro dont Isabelle Autissier était la rédactrice en chef, a été tiré à 212 800 exemplaires. Pour finir, du 4 au 10 décembre, le WWF a été l'un des participants de « Solutions COP21 », l'événement multi-acteurs que le Comité 21 organisait au Grand Palais. Avec plus de 42 000 visiteurs, nous avons ainsi pu sensibiliser un large public aux questions climatiques.

Parallèlement aux enjeux climatiques, dont la COP 21 a constitué l'événement phare, le WWF France s'est positionné parmi les bureaux les plus actifs au sein de la campagne internationale *Sauvons nos océans*. Cette dernière, qui s'est terminée fin 2015, a été suivie, au premier semestre 2016, par de nombreuses actions de communication, dont la campagne *Fish Forward* ou *l'overfish day*. Le but était de mettre en perspectives les enjeux planétaires de la protection des océans.

Le troisième défi de la période a été d'augmenter et d'améliorer la couverture des thématiques du WWF par les médias les plus populaires. Avec une croissance de 80 %, dont 33 % dans les médias audiovisuels, le défi a été largement relevé permettant ainsi de toucher 150 470 262 personnes.

6747 RETOMBÉES MÉDIATIKUES

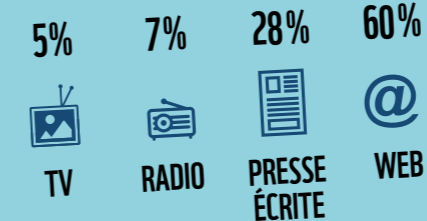
+ 80 % par rapport à 2014 - 2015

+ 33% retombées TV et radio

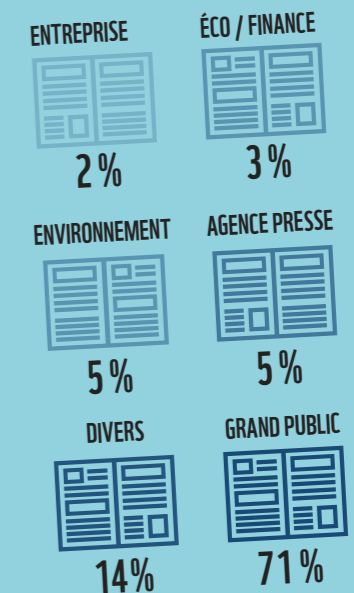
150 470 262 PERSONNES TOUCHÉES + 163 %

11 842 887 € D'ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE + 50 %

RETOMBÉES PAR MÉDIAS



RETOMBÉES PAR MÉDIAS PRESSE



AUDIENCE ON-LINE



817 602 COMPTES





LE WWF EN BREF

GOUVERNANCE

INFORMATIONS SOCIALES ET FINANCIÈRES

GOUVERNANCE

NOS ENTITÉS

Le WWF France est une fondation reconnue d'utilité publique avec capacité abritante qui a pour objet de « promouvoir, encourager et assurer la protection et la conservation de la faune et de la flore, des sites, des eaux, des sols et des autres ressources naturelles, soit directement, soit indirectement en associant d'autres organismes à la réalisation de ses actions et programmes ».

Sa filiale Panda, Entreprise Universelle à Responsabilité Limitée, dont elle est l'associé unique, promeut et développe la marque Panda. Panda a été créée en 1992 afin de promouvoir toute activité se rapportant à la protection de l'environnement dans le secteur marchand. Ses ressources sont générées par les produits sous licences, des contrats de coopérations techniques, la vente par correspondance et les produits d'édition.

Durant la période, la Fondation a procédé à la liquidation de **sa filiale SAS WWF Domaine de Longchamp** dont l'objet était l'exploitation d'une concession de domaine public de la Ville de Paris et l'organisation d'activités en relation avec le développement durable et la protection de l'environnement. Le contrat avec la Ville de Paris a été transféré en juillet 2015 et, de ce fait, la SAS est devenue sans objet.

L'Association des Amis du WWF France a également été dissoute, le dépôt des nouveaux statuts de la Fondation ne la rendant plus nécessaire.

DE NOUVEAUX STATUTS

De nouveaux statuts ont été publiés au JO le 24 décembre 2015. Ils sont disponibles sur le site internet de la Fondation. Le conseil d'administration est composé de 9 membres répartis en 3 collèges de 3 personnes chacun. Le collège des amis du WWF désignés par la fondation de droit suisse, «World Wide Fund for Nature», le collège des personnalités qualifiées et le collège des représentants de l'État. Le Bureau de la Fondation est composé de la Présidente, du Trésorier et du Secrétaire.

La liste des administrateurs au 30/06/2016 est la suivante :

Isabelle Autissier, Présidente
Hervé de Rocquigny, Trésorier
Mathieu Rambaud, Secrétaire
Monique Barbut
Antoine Housset
Jean-Paul Paddock

Fabienne Allag-Dhuisme, représentante du ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer
Philippe Cannard, représentant du ministère de l'Intérieur
Jean-Paul Holz, représentant du ministère de l'Économie et des Finances

FAITS MARQUANTS

Le conseil d'administration délègue à un directeur général la mise en œuvre de la stratégie et sa gestion quotidienne. Ce directeur général anime un Comité Exécutif dont la composition a évolué pendant la période de juillet 2015 au 30 juin 2016.

LE COMEX AUJOURD'HUI

Pascal Canfin, directeur général, **depuis janvier 2016**
Chantal Grolimund, secrétaire générale
Jacques-Olivier Barthes, directeur de la communication
Benoît Duchier, directeur de la collecte de fonds grand public, **depuis mai 2016**
Marie-Christine Korniloff, directrice déléguée au monde économique
Diane Simiu, directrice des programmes de conservation

ACQUISITION ET RÉHABILITATION DU FUTUR SIÈGE SOCIAL

Le conseil d'administration a voté en décembre 2015 l'achat d'un bâtiment situé au Pré Saint Gervais et décidé de procéder à des travaux de réhabilitation pour installer son futur siège social. Ce projet est financé par la dotation initiale de la Fondation apportée par son fondateur, Monsieur Luc Hoffmann, à laquelle le conseil d'administration de décembre 2015 a ajouté des réserves libres disponibles pour cet objet. Ce bâtiment portera son nom. Ce changement d'affectation de réserves a été enregistré par la préfecture de police en janvier 2016.

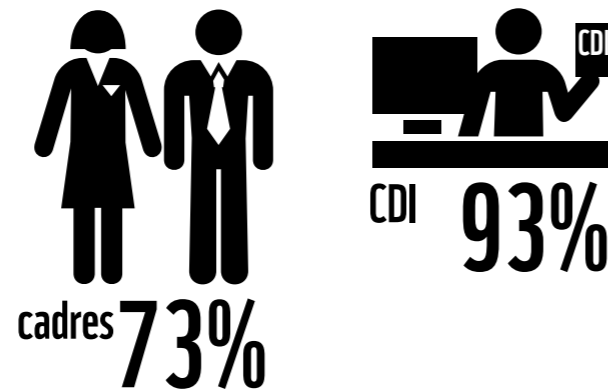
Cet investissement répond à des objectifs de bonne gestion patrimoniale de la dotation et d'une exploitation du futur bâtiment économe et répondant à des critères environnementaux ambitieux. Le volet travaux devra satisfaire les recommandations que nous soutenons en matière de soutenabilité et de durabilité de nos programmes d'infrastructures durables. Notre futur siège social sera démonstrateur de nos projets. Les salariés sont associés à ce projet et participent aux réflexions des étapes clés.

DES ÉQUIPES ENGAGÉES

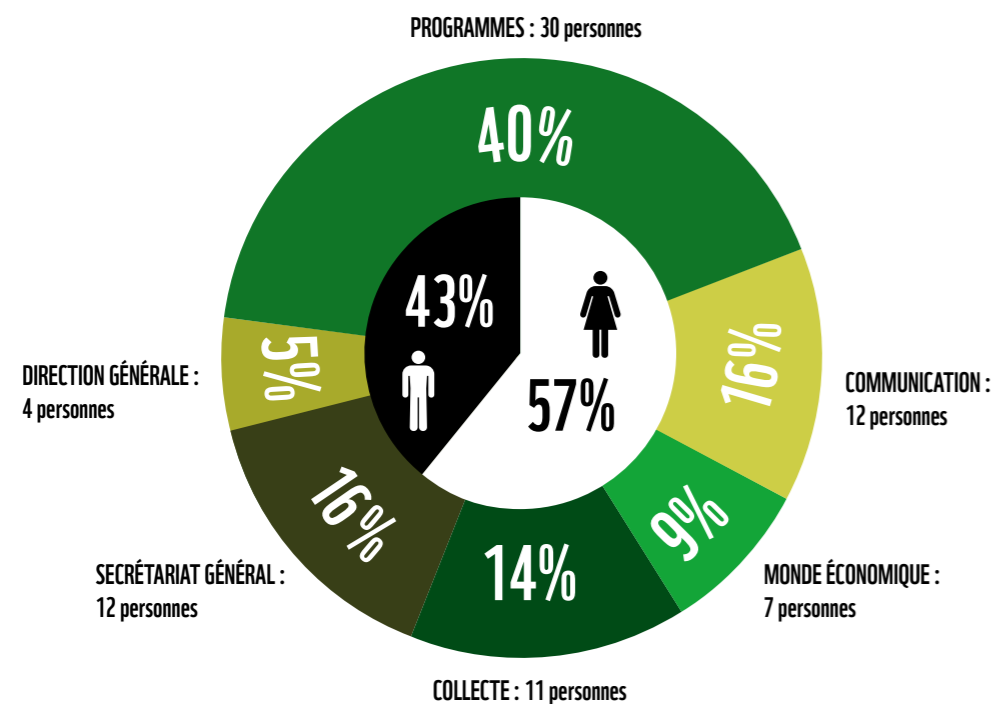
Une grande majorité de nos salariés exerce au siège parisien, tandis que quatre salariés sont basés en Guyane, deux à Lyon, quatre à Marseille et quatre en Nouvelle-Calédonie.

Unis pour une même cause, les salariés du WWF France et de sa filiale Panda viennent d'horizons très divers. Âgés de 38,37 ans en moyenne, ils ont, en moyenne également 5,387 ans d'ancienneté.

Les expertises pointues requises dans chaque champ d'action de l'ONG, ainsi que l'exigence d'autonomie et de capacité à gérer, même en début de carrière, des projets complexes, expliquent le niveau de formation relativement élevé des salariés, et la multiplicité des filières diplômantes dont ils sont issus.



RÉPARTITION DES 76 SALARIÉS PAR DÉPARTEMENTS AU 30 JUIN 2016

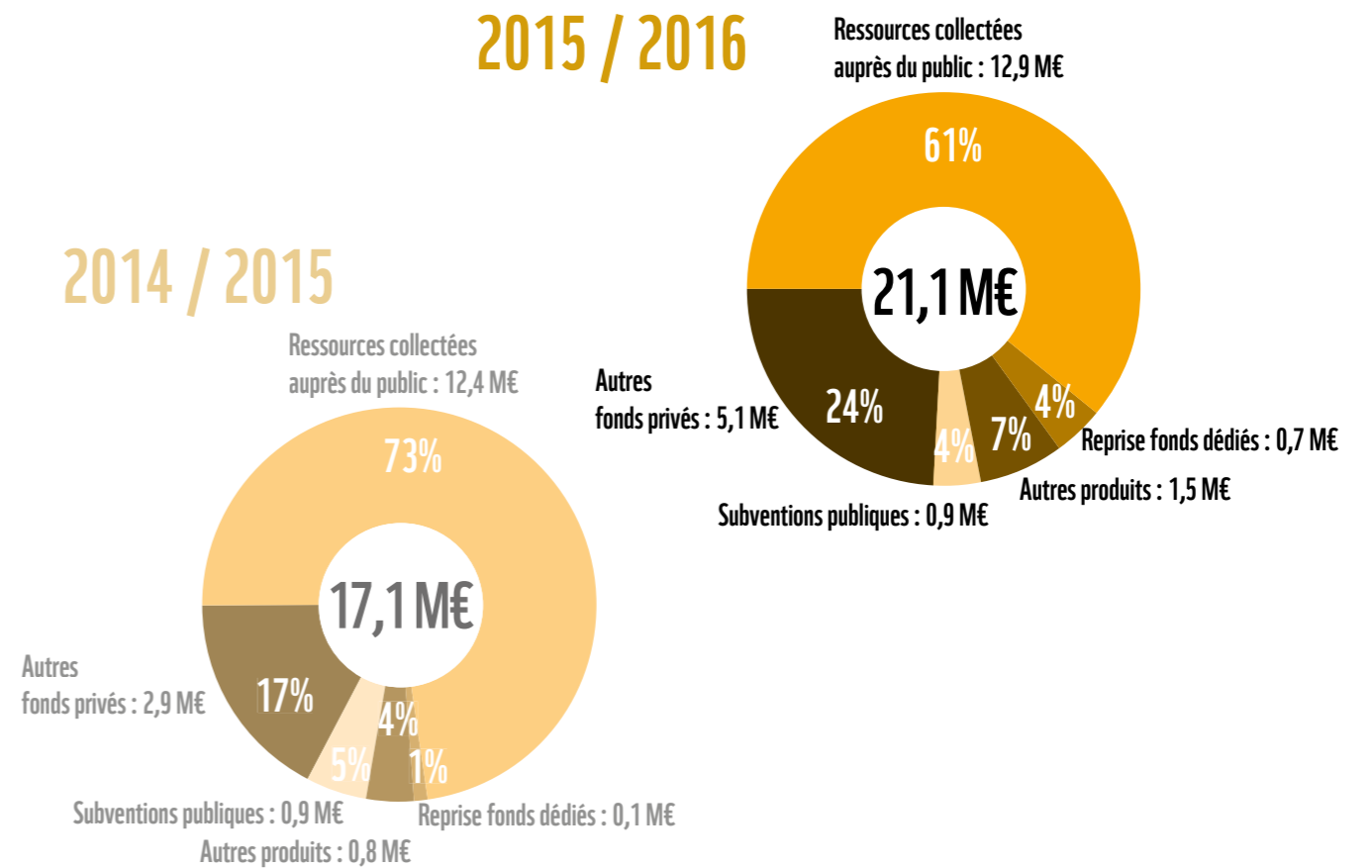


NOS COMPTES

DÉCOMPOSITION DES RESSOURCES DE LA FONDATION

Les comptes sociaux de la Fondation sont certifiés par nos Commissaires aux Comptes, approuvés par le Conseil d'Administration, déposés auprès de la Préfecture de Paris et disponibles sur notre site internet. Ils comprennent les comptes (bilan et compte de résultat, annexe intégrant le compte d'emploi des ressources) ainsi que le rapport de gestion. Ces documents fournissent des informations détaillées.

Certaines données du rapport de gestion sont résumées ci-après :



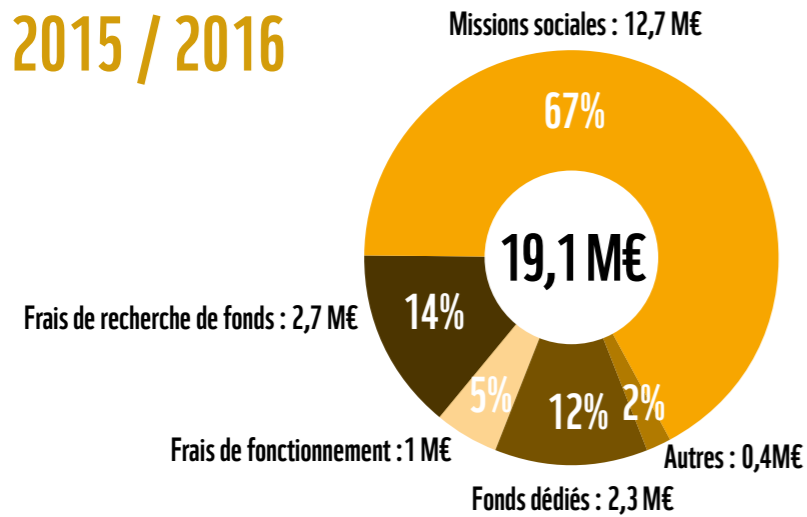
Commentaires :

Forte progression des ressources, 21,1 M€ versus 17,1 M€ :

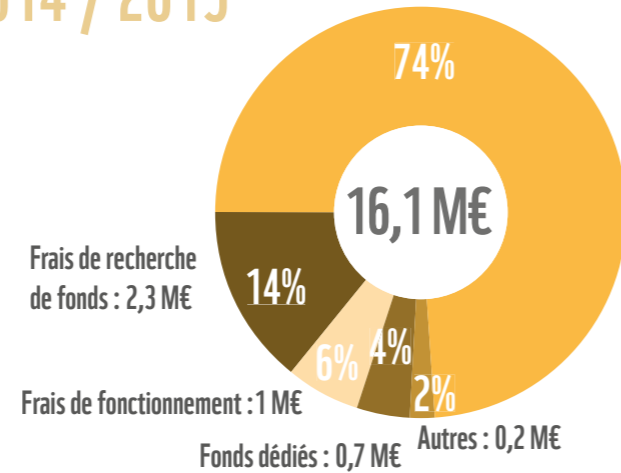
- +0,5 M€ de ressources collectées auprès du public
- +2,1 M€ en provenance des fonds privés (mécénats)
- +0,7 M€ de reprises de fonds dédiés
- +0,7 M€ d'autres produits dont 0,4 M€ correspondant à la clôture de la filiale SAS WWF Domaine de Longchamp

DÉCOMPOSITION DES EMPLOIS DE LA FONDATION

2015 / 2016



2014 / 2015 * Missions sociales : 11,9 M€



Commentaires :

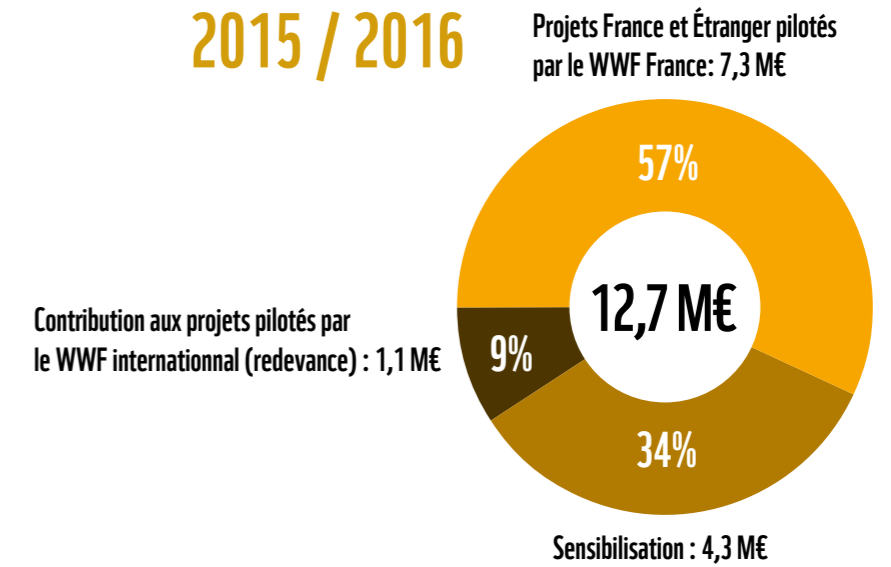
Forte progression des emplois, 19,1 M€ versus 16,1 M€ :

- +0,8 M€ de missions sociales
- +0,4 M€ de frais de recherche de fonds
- +0,2 M€ d'autres charges (dotations amortissements et provisions)
- +1,6 M€ de fonds dédiés (engagement à réaliser sur ressources affectées) dont :
 - 0,6 M€ de missions sociales à venir (programmes)
 - 1 M€ de fonds dédié «Stratégie 2016 - 2020»

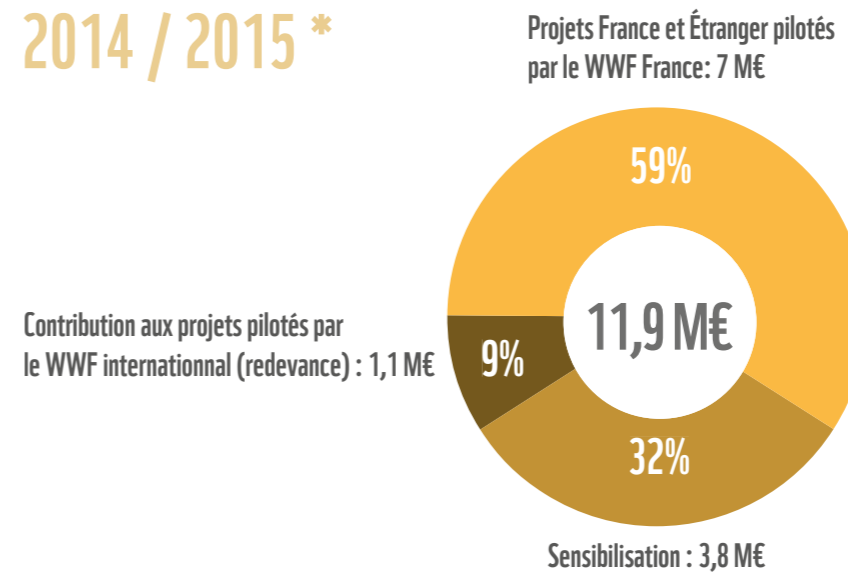
* Les données 2014/2015 présentées sont amendées par rapport à celles figurant dans le rapport d'activité 2014/2015 et prennent en compte la version définitive du compte d'emploi des ressources établi au 30/06/2015

DÉTAILS DES MISSIONS SOCIALES 2015/2016

2015 / 2016



2014 / 2015 *



Commentaires :

L'augmentation des missions sociales de 0,8 M€ se décompose comme suit :

- + 0,3 M€ pour les projets France et Étranger pilotés par le WWF France
- + 0,5 M€ pour la sensibilisation
- + Stabilité de la contribution aux projets pilotés par le WWF International (redevance)

COMPTE EMPLOIS/RESSOURCES 2015-2016

Faits marquants 2015-2016 :

- Évolution des ressources et des emplois sur la période présentée sur les pages 99 à 101

EMPLOIS DE L'EXERCICE	en euros	EMPLOIS DE 2015/2016 = COMPTE DE RÉSULTAT (1)	AFFECTATION PAR EMPLOIS DES RESSOURCES COLLECTÉES AUPRÈS DU PUBLIC UTILISÉES SUR 2015/2016 (3)
1 - MISSIONS SOCIALES		12 703 778	7 440 311
1.1 Réalisées en France		10 646 980	
- Actions réalisées directement		10 151 430	
- Versements à d'autres organismes agissant en France		495 550	
1.2 Réalisées à l'étranger		2 056 798	
- Actions réalisées directement		0	
- Versements à un organisme central ou d'autres organismes		2 056 798	
2 - FRAIS DE RECHERCHE DE FONDS		2 693 942	2 170 523
2.1 Frais d'appel à la générosité du public		2 288 389	
2.2 Frais de recherche des autres fonds privés		378 057	
2.3 Charges liées à la recherche de subventions et autres concours publics		27 497	
3 - FRAIS DE FONCTIONNEMENT		1 230 290	108 568
3-1 - FRAIS DE FONCTIONNEMENT de l'exercice		1 036 974	
3-2 - FRAIS DE FONCTIONNEMENT exceptionnels		193 316	
			9 719 402
I - TOTAL DES EMPLOIS DE L'EXERCICE INSCRITS AU C R		16 628 010	
II - DOTATIONS AUX PROVISIONS		199 859	
III - ENGAGEMENTS A RÉALISER SUR RESSOURCES AFFECTÉES		2 268 182	
IV - EXCÉDENT DE RESSOURCES DE L'EXERCICE		2 042 170	
V - TOTAL GÉNÉRAL		21 138 220	
VI- Part des acquisitions d'immobilisations brutes de l'exercice financées par les ressources collectées auprès du public			-
VII- Neutralisation des dotations aux amortissements des immobilisations financées à compter de la première application du règlement par les ressources collectées auprès du public			-
VIII- Total des emplois financés par les ressources collectées auprès du public			9 719 402
ÉVALUATION DES CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE			
Dépenses opérationnelles		157 925	
Frais de recherche de fonds		82 146	
Frais de fonctionnement et autres charges		31 130	
TOTAL		271 200	

Les règles de gestion qui permettent d'établir le CER sont présentées dans l'annexe des comptes disponible sur le site internet

- Évolution des ressources collectées non affectées et non utilisées sur la période : + 2,2 M€ en lien avec l'excédent 2015-2016.

RESSOURCES DE L'EXERCICE	en euros	Ressources collectées sur 2015/2016 = Compte de résultat (2)	Suivi des ressources collectées auprès du public et utilisées sur 2015/2016 (4)
REPORT DES RESSOURCES COLLECTÉES AUPRÈS DU PUBLIC NON AFFECTÉ ET NON UTILISÉ EN DÉBUT D'EXERCICE			3 779 053
1 - RESSOURCES COLLECTÉES AUPRÈS DU PUBLIC		12 901 975	12 901 975
1.1 Dons et legs collectés			
- Dons manuels non affectés		11 311 064	11 311 064
- Dons manuels affectés		469 206	469 206
- Legs et autres libéralités non affectés		32	32
- Legs et autres libéralités affectés		1 091 750	1 091 750
1.2 Autres produits liés à l'appel à la générosité du public		29 924	29 924
2 - AUTRES FONDS PRIVÉS		5 064 820	
3 - SUBVENTIONS & AUTRES CONCOURS PUBLICS		910 566	
4 - AUTRES PRODUITS		889 984	
I - TOTAL DES RESSOURCES DE L'EXERCICE INSCRITES AU C R		19 767 344	
II - REPRISES DES PROVISIONS		634 526	
III - REPORT DES RESSOURCES AFFECTÉES NON UTILISÉES DES EXERCICES ANTÉRIEURS		736 350	
IV- VARIATION DES FONDS DÉDIÉS COLLECTES AUPRÈS DU PUBLIC (CF tableau des fonds dédiés)			- 940 543
V - INSUFFISANCE DE RESSOURCES DE L'EXERCICE			
VI - TOTAL GÉNÉRAL		21 138 220	11 961 432
VI- Total des emplois financés par les ressources collectées auprès du public			9 719 402
SOLDE DES RESSOURCES COLLECTÉES AUPRÈS DU PUBLIC NON AFFECTÉ ET NON UTILISÉ EN FIN D'EXERCICE			6 021 083
ÉVALUATION DES CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE			
Bénévolat		189 054	
Prestations en nature		35 496	
Dons en nature		46 650	
TOTAL		271 200	

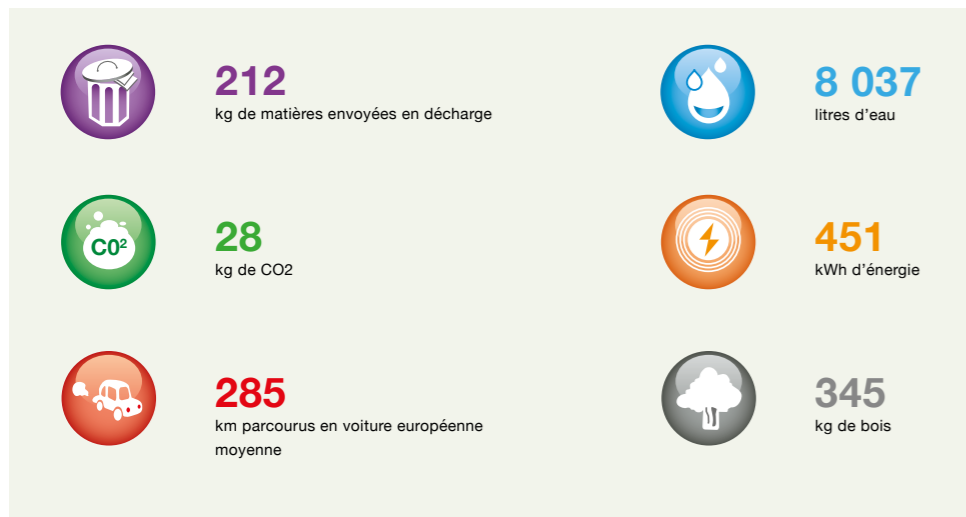


© MARCO ILLUMINATI / WWF FRANCE

Rapport imprimé par Pure Impression, imprimeur certifié
 FSC (FCBA-COC-000077)
 PEFC (FCBA-08-008892)
 ISO 9001 - ISO 14001
 ISO 12647 selon PSO
 Labels : Imprim'vert - Print Environnement - Imprim Luxe

Rapport imprimé sur Cocoon Silk, papier extra-blanc, 100% recyclé certifié FSC (FSC CO21878)
 et Ecolabel européen (FR/011/003), fabriqué par Arjowiggins Graphic.

En utilisant Cocoon Silk plutôt qu'un papier non recyclé, l'impact environnemental de cette publication est réduit de :



Sources :

L'évaluation de l'empreinte carbone est réalisée par Labelia Conseil conformément à la méthodologie Bilan Carbone®. Les calculs sont issus d'une comparaison entre le papier recyclé considéré et un papier à fibres vierges selon les dernières données disponibles du European BREF (pour le papier à fibres vierges). Les résultats obtenus sont issus d'informations techniques et sont sujet à modification.



LE WWF FRANCE EN QUELQUES CHIFFRES

1973 année de la création du WWF France

81 salarié(e)s engagé(e)s au quotidien

1 400 bénévoles actifs en France métropolitaine et ultramarine

800 000 supporters, dont 220 000 donateurs



www.wwf.fr



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

© NASA