

## Le WWF veut convertir 25 grosses entreprises

© 20/04/2016 |  Terre-net Média

**Paris, 20 avr 2016 (AFP) - Le WWF France veut pousser 25 entreprises françaises, leaders dans des secteurs très consommateurs de matières premières comme le soja, l'huile de palme ou les poissons, à lutter contre la déforestation et la surpêche.**

« Ces 25 entreprises, compte tenu de leurs volumes d'achat, ont un impact considérable sur les filières de **matières premières agricoles** que nous avons identifiées comme clés » car elles se trouvent dans des zones à **la biodiversité exceptionnelle** comme l'Amazonie ou le bassin du Congo, a expliqué mercredi Pascal Canfin, directeur général du WWF France.

« Carrefour est le 2e acteur mondial dans son secteur, Lactalis le 1er, Sodexo le 1er, Michelin le 2e acheteur de caoutchouc », a détaillé le responsable, en présentant la liste des 25 entreprises. Celle-ci comprend notamment Carrefour, Auchan, Casino, Leclerc, Les Mousquetaires, Système U pour la grande distribution, Sodexo et Elios pour la restauration collective, Danone, Lactalis, Savencia, Avril, Tereos pour l'agroalimentaire, Eiffage, Bouygues, Saint-Gobain, Vinci pour la construction, Michelin pour l'hévéa, etc.

L'ONG souhaite que ces entreprises se tournent vers des fournisseurs reconnus comme vertueux grâce à des labels certifiant des **modes de production durable**. « Si les entreprises leaders dans leur secteur ne bougent pas, rien ne changera en matière de lutte contre la déforestation et la surpêche notamment », argumente Pascal Canfin. Cette action du WWF France s'inscrit dans une initiative mondiale de l'ONG pour « transformer les marchés ».

Une liste mondiale de 500 entreprises ayant le plus d'impact de par leurs achats dans des zones à la biodiversité exceptionnelle (Amazonie, Bassin du Congo, Borneo, Grand Mekong, Afrique de l'Est côtière, etc.) a été établie. Les matières agricoles prises en compte sont le bois, la pâte à papier, le soja, l'huile de palme, le bœuf, les crevettes, le thon, le poisson blanc, les produits laitiers, la canne à sucre, le coton, le saumon d'élevage, l'hévéa.

« Avec Michelin, nous allons établir des règles pour définir un caoutchouc durable », a expliqué Marie-Christine Korniloff, responsable des relations avec les entreprises au WWF France. Pour la pêche, le bois, l'huile de palme, le coton notamment, il existe déjà des labels (Marine stewardship council, Forest stewardship council, Better cotton, etc.).