



## « Entreprises et Biodiversité »

### La première étude française sur les liens existant entre l'entreprise et le monde du vivant

*Étude publiée en octobre 2007  
6 mois d'enquête, d'interviews et d'analyse  
80 entreprises françaises et internationales étudiées  
15 cas d'entreprise  
178 pages*

Pour la première fois, une étude se penche sur les liens existant entre les entreprises et le monde du vivant et analyse leurs démarches en matière de protection de la biodiversité.

Véritable boîte à outils, cette étude aide les entreprises à intégrer la biodiversité dans leurs décisions à travers 5 grands chapitres :

- **Pourquoi les entreprises sont concernées par la protection de la biodiversité** : ce chapitre démontre la dépendance de l'économie vis-à-vis du vivant, aborde les responsabilités de l'entreprise en matière de protection de la biodiversité et les nouvelles contraintes qui pèsent sur elle.
- **Pourquoi faut-il intégrer la biodiversité dans la stratégie de l'entreprise** : ce chapitre aborde les risques encourus par les entreprises qui ignorent l'importance de la biodiversité et, à l'inverse, les opportunités pour celles qui la prennent en compte.
- **Quel est aujourd'hui le niveau d'engagement des entreprises pour la biodiversité** : cette partie dresse un état des lieux des engagements des entreprises françaises en matière de protection de la biodiversité avec une analyse du CAC 40 et une comparaison avec les entreprises américaines.
- **Comment intégrer la biodiversité dans la stratégie de l'entreprise** : ce chapitre propose la méthode à suivre pour mettre en œuvre la démarche biodiversité au cœur des stratégies des entreprises.
- **Les meilleures pratiques menées en interne et en externe** : à partir de 15 études de cas, ce dernier chapitre analyse les actions internes et externes déjà mises en place par des entreprises en matière de protection de la nature.

Contact : Véronique Dham – 06 08 77 08 19  
[dham@gondwana-agency.com](mailto:dham@gondwana-agency.com)

AGENCE CONSEIL EN BIODIVERSITÉ

27, rue Jean-Pierre Timbaud - 75011 Paris – Tél : +33 6 08 77 08 19 – Fax : +33 1 53 19 14 83  
[infos@gondwana-agency.com](mailto:infos@gondwana-agency.com) – SARL au capital de 12 000 € – RCS Paris 482 197 530 – APE 741 C

## **Les études de cas**

1. NATURE & DECOUVERTES : quand la nature est le terreau de l'entreprise
2. FONDATION TOTAL : une structure dédiée à la protection de la biodiversité marine
3. VOYAGES-SNCF.COM : sensibiliser les salariés en les envoyant sur le terrain
4. CARREFOUR : impliquer ses fournisseurs dans la protection de la biodiversité
5. LAPEYRE : la labellisation comme engagement pour la protection de la biodiversité
6. CELB : des entreprises américaines s'unissent pour protéger les écosystèmes
7. BRITISH AMERICAN TOBACCO BIODIVERSITY PARTNERSHIP : réduire les impacts de l'entreprise sur la nature et financer des actions de conservation
8. PIERRE & VACANCES : éduquer les enfants à la protection de la biodiversité
9. ETAP HOTEL : quand les clients sont les acteurs de la protection de la nature
10. McDONALD'S : réaliser une opération marketing autour de la protection de la biodiversité
11. IKEA : la biodiversité au cœur de la stratégie de fidélisation clientèle
12. GAMM VERT : un partenariat pour protéger les papillons
13. TETRA PAK : bénéficiaire de l'expertise et de la renommée d'une grande ONG environnementale
14. BP : soutenir un programme scientifique de protection de la biodiversité
15. ROLEX : encourager l'esprit d'initiative en matière de protection de la nature



## « Entreprises et Biodiversité »

### Une étude pour sauvegarder le vivant et le développement des entreprises

#### RÉSUMÉ

La biodiversité est en grand danger. D'après les Nations Unies, nous sommes entrés dans « la sixième grande crise d'extinction massive des espèces », probablement la plus importante de notre histoire avec un rythme de disparition de la faune et de la flore 1 000 à 10 000 fois supérieur au taux moyen observé dans toute l'évolution de la Terre.

De l'avis unanime des scientifiques, ce recul de la diversité du vivant est dû à la pression exercée par l'Homme et ses activités sur la nature : surexploitation des ressources naturelles, introduction d'espèces invasives, destruction des écosystèmes due à l'urbanisation croissante et à l'agriculture intensive, pollutions liées aux rejets industriels, etc.

Les entreprises sont responsables directement ou indirectement de la dégradation des écosystèmes. Et en même temps, elles dépendent étroitement de la biodiversité pour fonctionner : elle fournit les matières premières nécessaires à la production (bois, aliments, plantes, minerais, eau, etc) et elle joue un rôle de régulateur écologique (pollinisation, purification de l'air, de l'eau et des sols).

Selon l'étude onusienne Millenium Ecosystem Assessment, environ 60% des écosystèmes qui rendent la vie possible sur terre sont en voie de dégradation ou ne sont pas utilisés de manière durable. Des scientifiques et des économistes songent d'ailleurs à donner une valeur économique aux services rendus par la nature pour assurer leur gestion durable.

Il y a donc un intérêt hautement économique à la protection des écosystèmes : ne pas avoir à payer demain pour un service aujourd'hui gratuit.

Alors qu'elles profitent actuellement, sans contrepartie et gratuitement, des services écologiques fournis par la biodiversité, les entreprises françaises n'ont pas encore fait de la protection de la nature une priorité.

#### **Les entreprises françaises n'ont pas encore intégré la biodiversité dans leur stratégie**

Aujourd'hui, seules 21 entreprises du CAC 40 ont engagé des programmes en faveur de la biodiversité. Parmi les secteurs d'activités les plus engagés dans la protection de la nature, on trouve sans surprise l'industrie et les transports, lesquels participent le plus à sa dégradation.

Sur les sept postes budgétaires consacrés par les entreprises à l'environnement, la biodiversité n'occupe que le sixième rang de leurs dépenses. Leur engagement en matière de protection de la biodiversité est donc encore timide. Surtout si on le compare à celui de leurs consoeurs anglo-saxonnes, qui ont pris une longueur d'avance dans l'intégration de la biodiversité à leurs stratégies.

#### AGENCE CONSEIL EN BIODIVERSITÉ

27, rue Jean-Pierre Timbaud - 75011 Paris – Tél : +33 6 08 77 08 19 – Fax : +33 1 53 19 14 83  
infos@gondwana-agency.com – SARL au capital de 12 000 € – RCS Paris 482 197 530 – APE 741 C

Toutefois, suite à la médiatisation du Pacte Ecologique de Nicolas Hulot, à la sortie du film d'Al Gore, « *Une vérité qui dérange* » et à la tenue du Grenelle de l'Environnement, la prise de conscience de l'importance de la biodiversité est en plein essor chez les entreprises françaises. Il s'agit donc maintenant de se placer aux avant-postes et d'être parmi les premiers à bénéficier des opportunités offertes par la protection de la nature.

### **Et pourtant, les entreprises sont directement concernées par la protection de la biodiversité**

Les entreprises ne peuvent plus indéfiniment ni impunément ignorer la biodiversité si elles souhaitent se développer durablement. Des écosystèmes sains favorisent des entreprises saines et une économie performante.

Et celles qui seraient tentées de l'ignorer ne le pourront plus très longtemps du fait d'une pression réglementaire toujours plus forte et de l'exigence toujours plus importante des différentes parties prenantes.

Des réglementations très sévères sont à l'étude pour sanctionner les acteurs irrespectueux et irresponsables en matière environnementale.

Dernière en date : la Directive Européenne transposée en France en avril 2007, sur « la responsabilité environnementale en ce qui concerne la prévention et la réparation des dommages environnementaux ». Elle renforce le principe de la compensation biologique : s'il s'avère que l'entreprise ne peut faire autrement que de détruire un habitat, il lui revient de compenser par de l'argent ou de remplacer in concreto, le biotope ou l'espèce qu'elle aura dégradé du fait de sa présence et de ses activités.

Au-delà du cadre réglementaire, c'est à l'ensemble de ses parties prenantes que l'entreprise doit rendre des comptes. La protection de la biodiversité est aujourd'hui la deuxième préoccupation environnementale après le changement climatique. Et la responsabilité des entreprises dans la détérioration de la nature est régulièrement mise en cause.

- **Les campagnes de dénonciation** : la multiplication des accusations et des boycotts organisés par les associations de la protection de la nature à l'encontre des entreprises non respectueuses de la biodiversité peut coûter très cher.
- **La méfiance du grand public** : les « consom'acteurs » sont de plus en plus exigeants vis-à-vis des performances environnementales des entreprises. Le respect de la nature devient donc désormais une arme marketing pour les attirer et les fidéliser.
- **L'activisme de la communauté financière** : les investisseurs, de plus en plus « socialement responsables », interpellent plus fréquemment les dirigeants d'entreprises sur leur gestion des risques environnementaux.

La biodiversité devient donc une donnée fondamentale pour les acteurs économiques. Ils devront bientôt l'intégrer dans leurs décisions stratégiques comme ils le font aujourd'hui avec le changement climatique. Loin d'être une contrainte, la prise en compte de la biodiversité est un outil de gestion des risques, d'anticipation et de différenciation.

#### **AGENCE CONSEIL EN BIODIVERSITÉ**

27, rue Jean-Pierre Timbaud - 75011 Paris – Tél : +33 6 08 77 08 19 – Fax : +33 1 53 19 14 83  
infos@gondwana-agency.com – SARL au capital de 12 000 € – RCS Paris 482 197 530 – APE 741 C

## **La prise en compte de la biodiversité : un avantage compétitif pour les entreprises**

Aujourd'hui, les entreprises qui ne prennent pas en compte la biodiversité dans leur stratégie s'exposent à de sérieux risques.

- **Atteinte à l'image de marque** : le risque réputationnel, lié à des campagnes de dénonciations largement médiatisées et à des procès en responsabilité en matière environnementale, est réel pour les entreprises qui participent à la dégradation de la biodiversité.
- **Remise en cause du droit d'exercer son activité** : un comportement néfaste en matière de protection de la nature peut empêcher l'entreprise d'accéder à de nouveaux sites de production, voire lui interdire d'exercer ses activités.
- **Ruptures dans la chaîne d'approvisionnement** : les matières premières ne sont pas toutes renouvelables. Ne pas participer à leur conservation, c'est risquer de diminuer la disponibilité des ressources nécessaires à la production et donc, à terme, mettre en cause la pérennité de son activité.
- **Mauvaise notation sur les marchés** : les investisseurs qui suivent les recommandations des agences de notations sociales et environnementales sont peu enclins à financer des entreprises non-respectueuses de la nature.

À l'inverse, les entreprises qui décident d'intégrer la protection de la nature dans leur stratégie assurent la pérennité de leur activité.

- **Faire de la biodiversité un avantage concurrentiel** : alors que les entreprises cherchent à donner du sens à leurs produits et à leurs services, la protection de la biodiversité leur offre un formidable levier pour se démarquer de la concurrence et donc pour attirer de nouveaux clients, les investisseurs et de nouveaux talents.
- **Réaliser des économies de production** : en réutilisant les ressources naturelles lors de différentes étapes de production, l'entreprise va pouvoir réduire ses besoins en matières premières.
- **Créer de nouveaux marchés** : la protection de la biodiversité peut déboucher sur la mise au point de nouveaux procédés technologiques et de nouvelles opportunités de business (tourisme, alimentation bio, jardins filtrants...).

## **Les clés pour mettre en place une politique biodiversité au sein de l'entreprise**

La prise en compte de la biodiversité dans l'entreprise doit se faire avec méthode. Pour définir sa stratégie et son plan d'actions, il faut procéder par étapes :

- **Désigner un responsable de la politique biodiversité** : il va se charger de mettre en place cette politique et s'assurer que tous les services de l'entreprise y participent et l'appliquent correctement.
- **Mesurer ce qui lie l'entreprise à la biodiversité** : en évaluant ses entrants naturels et ses impacts sur la biodiversité, l'entreprise prend conscience de sa dépendance vis-à-vis de la nature. Pour réaliser ces inventaires, l'entreprise va devoir mettre en place des indicateurs, quantifiables et évolutifs, afin de lui permettre de se fixer des objectifs de progrès et d'établir un rapport de performances.
- **Définir des objectifs de protection de la biodiversité** : selon leur volonté d'agir, trois stratégies peuvent être adoptées par les entreprises : la réduction des impacts, la compensation des dommages ou l'enrichissement de la biodiversité.
- **Développer un plan d'actions** : en fonction des objectifs définis, de ses spécificités (activité, métiers, rayonnement géographique, etc.) et des moyens financiers et humains qu'elle souhaite engager, l'entreprise dispose d'un large éventail d'actions pour protéger la biodiversité : soutien à la recherche scientifique, programme de reforestation, protection d'une espèce, campagne marketing, certification de ses produits, etc.

## **Le temps n'est plus à la réflexion, mais à celui de l'action !**

Ratifiée par 150 pays lors du Sommet de la Terre de Rio en 1992, la « Convention sur la Biodiversité » avait tiré le signal d'alarme concernant la préservation des espèces naturelles, et avait marqué la communauté internationale qui s'était alors engagée à réduire la dégradation des écosystèmes. Quinze ans plus tard, la prise de conscience est chaque jour plus grande. Mais elle doit aujourd'hui être suivie d'actions significatives et concrètes, actions dans lesquelles les entreprises ont un rôle de premier ordre à jouer.

Celles qui n'ont pas encore intégré la biodiversité dans leurs décisions compromettent leur avenir. Elles ont pourtant tout à y gagner. En sauvegardant le monde du vivant, elles garantissent le développement durable de leurs activités.



## BON DE COMMANDE

### ÉTUDE « ENTREPRISES ET BIODIVERSITÉ »

#### Prix unitaire de l'étude :

- Étude format papier : 790.00 € HT + TVA (19,6%) + 3.80 € (frais de port)
- Étude format papier + format PDF : 1 185.00 € HT + TVA (19,6%) + 3.80 € (frais de port)

#### Tarif associations / ONG :

- Étude format papier : 150.00 € HT + TVA (19,6%) + 3.80 € (frais de port)
- Étude format papier + format PDF : 225.00 € HT + TVA (19,6 %) + 3.80 € (frais de port)

Remplissez le bon de commande et retournez-le avec votre règlement par chèque établi à l'ordre de Gondwana à l'adresse suivante :

**GONDWANA 27 rue Jean-Pierre Timbaud 75011 Paris**

Vous recevrez l'étude et votre facture dès réception du bon de commande et du règlement.

Nom :	Prénom
Société/organisme :	Fonction :
Adresse de livraison:	
Adresse de facturation :	
Email :	Tel :
<b>Date, signature, cachet</b>	

Contact : Véronique Dham – 06 08 77 08 19

AGENCE CONSEIL EN BIODIVERSITÉ

27, rue Jean-Pierre Timbaud - 75011 Paris – Tél : +33 6 08 77 08 19 – Fax : +33 1 53 19 14 83  
infos@gondwana-agency.com – SARL au capital de 12 000 € – RCS Paris 482 197 530 – APE 741 C