



## Bilan de performance 2017 de l'entreprise partenaire Denner

Ce rapport se focalise sur l'entreprise partenaire Denner. Le bilan de performance complet de l'ensemble des entreprises partenaires du WWF Suisse se trouve [ici](#).

### Qui sommes-nous?

Le WWF Suisse est la plus grande organisation environnementale de la Confédération helvétique. Il se constitue sous forme de fondation d'utilité publique.

Il fait partie du réseau mondial du WWF, qui gère un millier de projets dans plus de cent pays aux quatre coins de la planète. Le WWF est solidement implanté en Suisse avec 23 sections réparties dans tout le pays.

Les membres du réseau entendent relever collectivement un défi ambitieux: mettre un terme à la destruction mondiale de l'environnement et bâtir un avenir où l'homme et la nature vivent en harmonie. A cet effet, ils s'emploient à protéger la faune et la flore, ainsi que leurs habitats, et à rendre plus durable notre consommation de ressources naturelles.

### Interlocuteurs

Partenariats entreprises

Samuel Wille, Responsable Corporate Relations, [samuel.wille@wwf.ch](mailto:samuel.wille@wwf.ch)

Demandes émanant des médias

Christoph Rytz, Responsable Corporate Communications, [christoph.rytz@wwf.ch](mailto:christoph.rytz@wwf.ch)

### Editeur

WWF Suisse

© WWF Suisse 2018, © 1986 Panda symbole et ® «WWF» sont des marques enregistrées du WWF.

## Denner

Consciente de sa responsabilité écologique, Denner a ancré une gestion raisonnée des ressources naturelles dans ses principes d'entreprise.

En 2017, Denner a par conséquent engagé une collaboration à long terme avec le WWF afin de contribuer de façon significative à une évolution durable en matière d'environnement et de consommation. Par ailleurs membre du réseau suisse pour le soja depuis début 2017, Denner s'engage pour que la culture du soja ne se fasse pas au détriment de la forêt tropicale ou d'autres zones précieuses sur le plan écologique.

### Secteur d'activité:

Commerce de détail

### Type de partenariat:

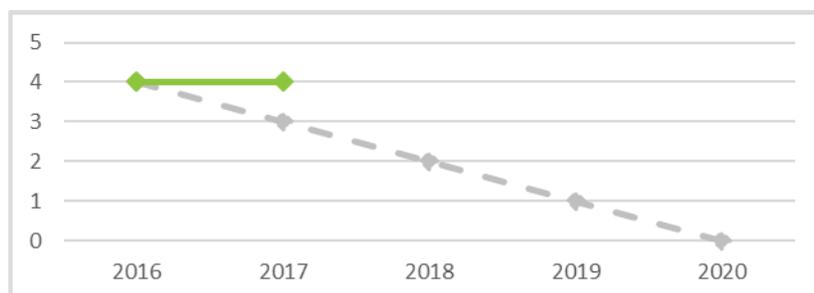
Sustainable Business Practice  
Purpose-Driven Marketing

### Contribution financière 2017 (en CHF):

- jusqu'à 50'000
- de 50'000 à 100'000
- de 100'000 à 250'000
- de 250'000 à 500'000
- de 500'000 à 1'000'000
- de 1'000'000 à 3'000'000
- plus de 3'000'000

## CO<sub>2</sub>

### Fruits et légumes importés par avion



Objectif fixé: en 2020, plus aucun fruit ou légume transporté par avion

Valeur effective en 2017: 4

Unité: nombre d'articles

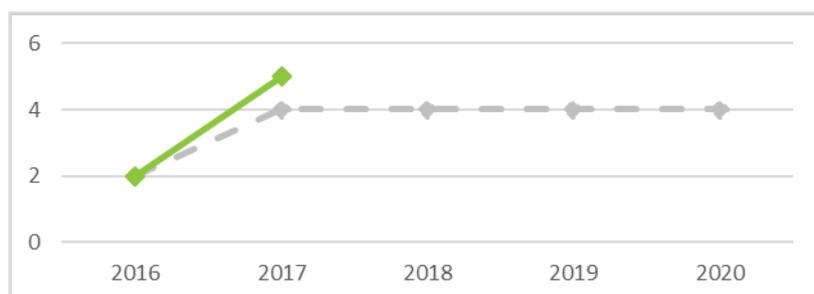
Domaine d'application: Denner, fruits et légumes

—◆— Visé  
—■— Atteint

Le point de référence observé en 2016 concernait uniquement l'assortiment de fruits et légumes. À l'avenir, le bilan portera sur les émissions absolues de tous les articles transportés par avion. Une politique climatique est élaborée afin de compenser les transports par avion.

## ALIMENTS VÉGÉTARIENS

### Augmentation du nombre de produits de substitution au lait et à la viande



Objectif fixé: 4 articles d'ici à 2020

Valeur effective en 2017: 5

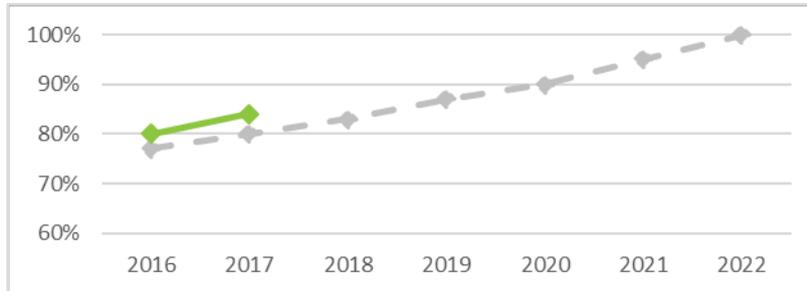
Unité: nombre d'articles

Domaine d'application: Denner

—◆— Visé  
—■— Atteint

## HUILE DE PALME

### Part d'huile de palme durable dans les marques propres du domaine Food



Objectif fixé: 100% d'ici à 2022

Valeur effective en 2017: 84%

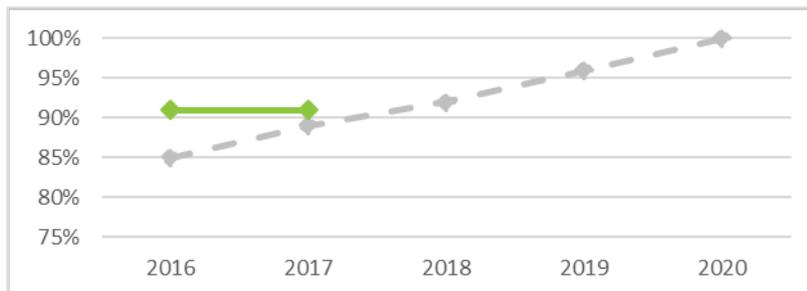
Unité: part d'huile de palme durable dans la consommation totale de la production de marques propres dans le domaine Food

Normes acceptées: RSPO IP, RSPO Segregated, Bio Suisse

Domaine d'application: marques propres Denner avec >2% de fraction massique

—◆— Visé  
—■— Atteint

### Part d'huile de palme certifiée dans les marques propres des domaines Near et Non-Food



Objectif fixé: 100% d'ici à 2020

Valeur effective en 2017: 91%

Unité: fraction massique d'huile de palme RSPO Mass Balance dans la consommation totale de la production de marques propres dans les domaines Near et Non-Food

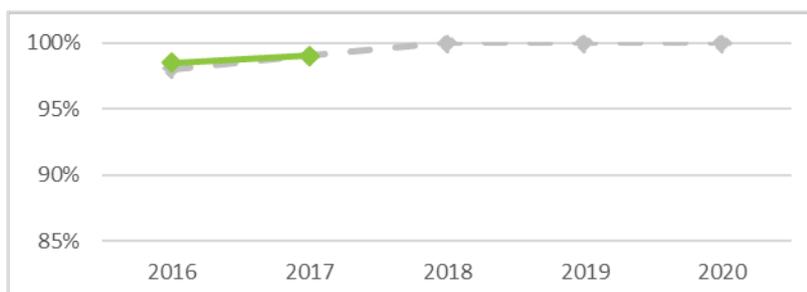
Normes acceptées: RSPO IP, RSPO Segregated, RSPO Mass Balance, Bio Suisse

Domaine d'application: marques propres Denner avec >2% de fraction massique

—◆— Visé  
—■— Atteint

## PRODUITS de la MER

### Part de sources durables (évaluées comme très recommandables, recommandables ou acceptables par le WWF) de l'assortiment global de produits de la mer



Objectif fixé: 100% d'ici à 2020

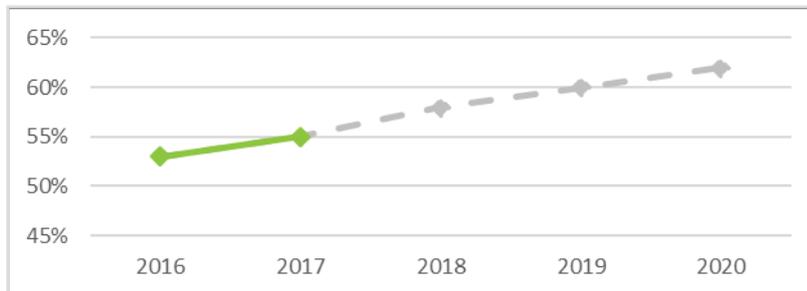
Valeur effective en 2017: 99%

Unité: pourcentage du chiffre d'affaires de ces produits dans l'assortiment global de produits de la mer

Domaine d'application: articles avec >1% de fraction massique de produits de la mer (marques propres et tierces)

—◆ Visé  
—■ Atteint

### Augmentation de la part du chiffre d'affaires des poissons et produits de la mer labellisés (Bio, ASC, MSC)



Objectif fixé: 62% d'ici à 2020

Valeur effective en 2017: 55%

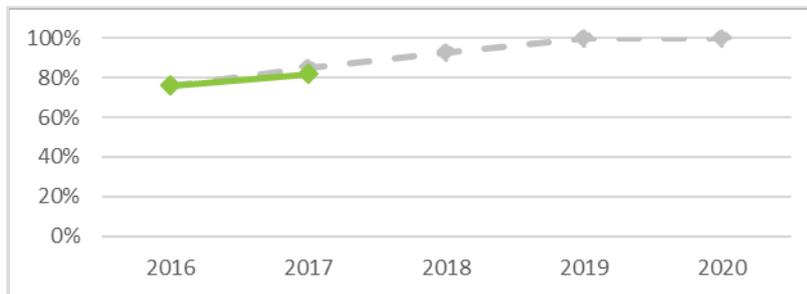
Unité: pourcentage du chiffre d'affaires de ces produits dans l'assortiment global de produits de la mer

Domaine d'application: articles avec >1% de fraction massique de produits de la mer (marques propres et tierces)

—◆ Visé  
—■ Atteint

## PAPIER

### Part de produits dérivés du papier (marques propres) répondant à une certification fiable (FSC ou recyclage)



Objectif fixé: 100% d'ici à 2020

Valeur effective en 2017: 82%

Unité: pourcentage de marchandises achetées de l'assortiment de marques propres

Domaine d'application: tous les articles de marques propres, dont les serpillières, les couches, le papier hygiénique, le matériel de bureau et les imprimés

—◆ Visé  
—■ Atteint

Une collecte plus précise des données permet désormais de saisir davantage de produits: le point de référence et les étapes pour atteindre l'objectif ont été modifiés en conséquence. En revanche, l'objectif reste le même.



**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.ch](http://www.wwf.ch)

**WWF Suisse**

Avenue Dicens 6  
1006 Lausanne

Tél.: +41 (0) 21 966 73 73  
Fax: +41 (0) 21 966 73 74  
[wwf.ch/contact](http://wwf.ch/contact)  
[www.wwf.ch](http://www.wwf.ch)  
Dons: CP 12-5008-4