



**Bilan de performance 2016  
de l'entreprise partenaire  
Bell Food Group SA**

Ce rapport se focalise sur l'entreprise partenaire Bell Food Group SA. 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 2017, © 1986 Panda symbole et ® «WWF» sont des marques enregistrées du WWF.

## Bell Food Group SA

En tant que membre du WWF Seafood Group, Bell s'est engagé à ne commercialiser aucune espèce menacée d'extinction, à retirer progressivement de son assortiment les produits issus de sources non durables et à augmenter continuellement la part des labels recommandés.

Bell Seafood et le WWF s'investissent conjointement dans un projet visant à protéger le thon jaune aux Philippines. Il s'agit de stabiliser la population d'albacores, d'instaurer des pratiques de pêche respectueuses de l'environnement et de préparer les pêcheries à la certification MSC.

### Secteur d'activité:

Industrie agroalimentaire

### Type de partenariat:

Sustainable Business Practice  
Purpose-Driven Marketing

### Coopération axée sur:

Protection des océans

### Membre de:

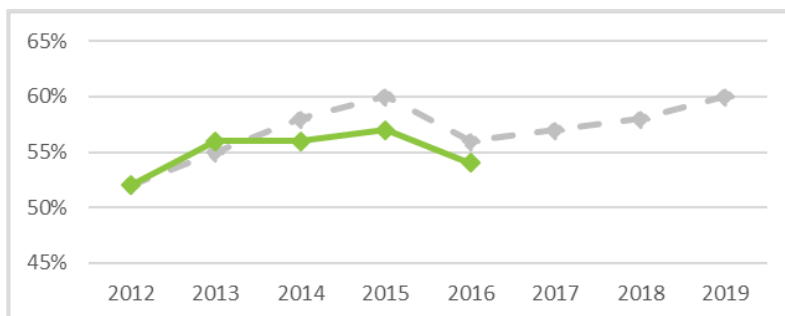
WWF Seafood Group

### Contribution financière 2016 (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

## PRODUITS DE LA MER

### Capture sauvage: part du label MSC dans le chiffre d'affaires de l'assortiment de poissons sauvages



Objectif fixé: 60% d'ici 2019

Valeur effective en 2016: 54%

Unité: pourcentage du chiffre d'affaires de l'assortiment de poissons sauvages

Domaine d'application:  
Bell Seafood

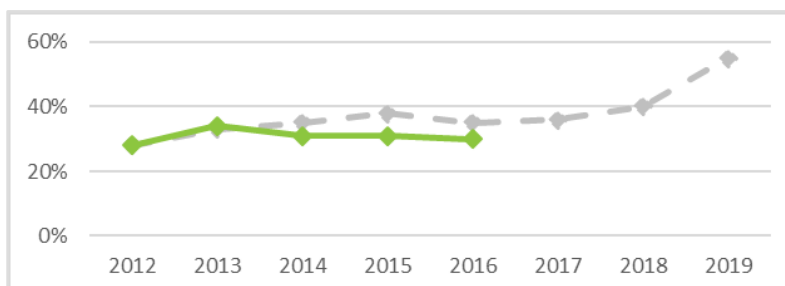
—◆— Visé  
—◆— Atteint

Pourquoi l'objectif intermédiaire fixé n'a pas été atteint:

La part de produits labellisés MSC au sein du chiffre d'affaires de l'assortiment de poissons sauvages est en léger recul, car le pourcentage de produits non certifiés issus de la pêche sauvage a augmenté dans des proportions plus importantes.

Les valeurs cibles ont été légèrement adaptées sur la base des données empiriques disponibles à compter de 2016.

### Elevage: part des labels recommandés ou fortement recommandés par le WWF dans le chiffre d'affaires de l'assortiment de poissons d'élevage



Objectif fixé: 55% d'ici 2019

Valeur effective en 2016: 30%

Unité: pourcentage du chiffre d'affaires de l'assortiment de poissons d'élevage

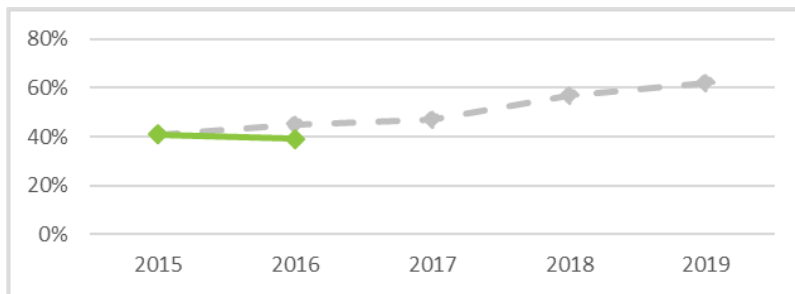
Domaine d'application:  
Bell Seafood

—◆— Visé  
—◆— Atteint

Pourquoi l'objectif intermédiaire fixé n'a pas été atteint:

Cette part est en léger recul en raison d'une rupture d'approvisionnement du saumon bio pendant plusieurs semaines et du retard pris dans la certification ASC de différents fournisseurs de saumon.

**Part des labels recommandés ou fortement recommandés par le WWF dans le chiffre d'affaires de l'assortiment global de produits de la mer**



Objectif fixé: 62% d'ici 2019

Valeur effective en 2016: 39%

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

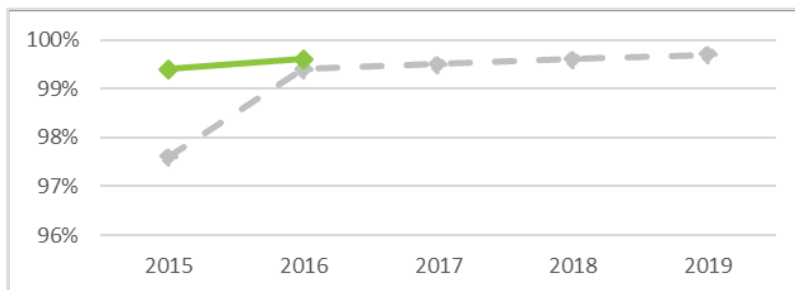
Domaine d'application:  
Bell Seafood

—◆— Visé  
—■— Atteint

Pourquoi l'objectif intermédiaire fixé n'a pas été atteint:

La conjonction de trois facteurs – rupture d'approvisionnement du saumon bio pendant plusieurs semaines, retard pris dans la certification ASC de différents fournisseurs de saumon et augmentation disproportionnée du pourcentage de produits non certifiés issus de la pêche sauvage – a entraîné un léger recul de cette part.

**Part des sources durables (mention «fortement recommandé», «recommandé» ou «acceptable» du WWF) dans l'assortiment global de produits de la mer**



Objectif fixé: 99,7% d'ici 2019

Valeur effective en 2016: 99,6%

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

Domaine d'application:  
Bell Seafood

—◆— Visé  
—■— Atteint



**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