

Suivi des engagements individuels d'Air France dans act4nature international

ENGAGEMENTS INDIVIDUELS		RAPPORT SUR LA MISE EN ŒUVRE DES ENGAGEMENTS		
Engagements	Objectifs 2021-2023	Statut	Explications du statut	Méthode de vérification
1. MENER DES ACTIONS DE PROTECTION DE LA BIODIVERSITE				
<p>LUTTER CONTRE LE TRAFIC D'ESPÈCES PROTÉGÉES dans le cadre de la Convention de Buckingham dont AF-KLM est signataire</p> <p>Création et animation d'une plateforme interprofessionnelle avec les Douanes, l'aéroport CDG et le WWF pour faire de CDG une zone de non-passage</p>	<p>Renforcer la communication à destination des clients, salariés, parties prenantes : vidéos à bord et sur le site internet, animation d'un site intranet dédié, rappel de procédures...</p> <p>Engager de nouveaux membres et inciter tous les membres à mener des actions adaptées à leur contexte local et construire des actions coordonnées</p>	Clôturé	<p>Création des outils de communication clients et salariés finalisée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 vidéos de sensibilisation à bord - 1 affiche spécifique client - 1 affiche « articles interdits dans les bagages » - Plusieurs mises à jour du site internet - 1 message client 7 jours avant son vol - 1 questionnaire à l'enregistrement - 1 support de communication salariés - 1 formation spécifique + 1 espace spécifique sur la plateforme de formation AF - 1 procédure <p>Air France a rejoint l'initiative « <i>Logistique et transports</i> » du WWF en 2022 et 2023 pour faire obstacle au commerce illégal d'espèces sauvages. Voir tout particulièrement en bas de page la « <i>fiche bilan</i> » ainsi que les « <i>Études de cas — Actions menées par les entreprises françaises de la logistique et du transport contre le trafic d'espèces sauvages</i> »</p> <p>Groupe de travail interprofessionnel : 2 réunions par an pour partager les bonnes pratiques et 3 nouveaux membres engagés sur la période, portant le nombre à 12</p>	Auto-évaluation ⁽¹⁾
2. SENSIBILISER SUR LES ENJEUX DE LA BIODIVERSITE				
<p>SENSIBILISER NOS CLIENTS INDIVIDUELS ET CORPORATE sur nos initiatives en faveur de la protection de la biodiversité</p>	<p>Diffuser des vidéos à bord et publier 3 articles par an (<i>Air France Magazine</i>)</p> <p>Faire connaître le programme <i>TripandTree</i> et le programme réservé aux entreprises</p>	Clôturé	<p>Entre 2021 et 2022, plusieurs communications clients (essentiellement sur le programme TripandTree) et B to B ont été réalisées</p> <p>En 2022, création du programme Air France Act, un cadre régulièrement mis à jour récapitulant les engagements d'Air France, et notamment les actions spécifiques en faveur de la biodiversité (<i>conservation et restauration de mangroves et lutte contre la déforestation</i>)</p> <p>Air France s'engage aussi dans une restauration plus responsable à bord et dans les salons, en privilégiant les produits locaux et de saison, et en proposant progressivement la présélection des plats avant le vol en cabine Business sur long-courrier, luttant ainsi activement contre le gaspillage alimentaire. En outre, Air France a supprimé 90 % des plastiques à usage unique par rapport à 2018, après avoir remplacé en 2019 les gobelets, couverts et autres bâtonnets en plastique par des alternatives durables moins consommatrices de ressources</p>	Auto-évaluation
<p>INFORMER ET IMPLIQUER NOS COLLABORATEURS, et toucher le plus grand nombre par des forums, des journées d'observation biodiversité sur les plateformes aéroportuaires, des journées citoyennes et des briefings</p>	<p>Organiser 5 événements par an de sensibilisation et/ou participation à des projets</p>	Clôturé	<p>Webinaires, articles dans le journal interne, engagement participatif des salariés, le bilan « communication » au sens large est très riche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sur la période, 8 articles portant spécifiquement sur la biodiversité et les engagements d'Air France ont été publiés dans le magazine interne diffusé dans toutes les directions (<i>hors articles sur le changement climatique même lorsque la biodiversité était citée</i>) - En 2021, avec la start-up sociale <i>Vendredi</i>, Air France a mis à disposition de ses salariés une offre de missions de bénévolat auprès d'associations partenaires (<i>dont la Fondation Air France</i>) ainsi que des défis de sensibilisation sur des thématiques RSE. Près de 6000 visites de salariés et près de 5000 collaborateurs inscrits, dont 2200 engagés ou sensibilisés, ont été comptabilisés. Environnement et biodiversité restent les thèmes les plus populaires depuis le lancement 	Auto-évaluation

✓ Les bilans portent sur l'ensemble des engagements arrivant à échéance au plus tard fin 2024, y compris ceux échus mais non clôturés aux bilans précédents.

* Voir l'Initiative « *Logistique & Transport* », et en particulier la *fiche bilan* et les « *Études de cas - Actions menées par les entreprises françaises de la logistique et du transport contre le trafic d'espèces sauvages* » : <https://www.wwf.fr/initiative-logistique-et-transport>.