

## Save your logo: de grandes marques au secours de leur animal totem

PARIS (AFP) - A l'instar de Lacoste qui se porte au secours d'espèces menacées de crocodiles, de grandes entreprises sont invitées à sauvegarder leur animal totem dans le cadre de l'opération internationale "Save your logo".



Jean-Louis Borloo le 17 mars 2009 à l'Assemblée nationale à Paris  
(© AFP/Archives - Bertrand Guay)

Cette opération - une première mondiale - consiste à impliquer les marques utilisant un animal pour leur logo, dans le financement d'actions de préservation d'espèces menacées.

"Les entreprises qui ont pu profiter de l'image positive de ces animaux ont ainsi l'occasion de leur manifester leur reconnaissance", a souligné mardi le ministre du Développement durable Jean-Louis Borloo.

Lacoste, la marque au crocodile, a été la première à s'engager. Et mardi, MAAF Assurances, qui a le dauphin pour emblème, a annoncé à son tour sa participation.

Des centaines d'entreprises sont potentiellement concernées. Les exemples abondent - Jaguar, Puma, Peugeot avec le lion, Esso avec le tigre, le chocolat Côte d'or avec l'éléphant etc.

Cette initiative a été lancée par le Fonds pour l'environnement mondial (FEM), la Banque mondiale et l'Union internationale pour la conservation pour la nature (UICN).

"C'est le truc le plus simple qui m'ait jamais été présenté sur ces questions d'environnement", a souligné Monique Barbut, présidente du FEM, un organisme multilatéral qui accorde des aides aux pays en développement pour des projets en faveur de la protection de l'environnement.

La démarche vise à associer fonds privés et fonds publics.

Concrètement, les entreprises versent leurs dons (1,5 million d'euros sur trois ans) à un fonds Save your logo, hébergé par la Banque mondiale qui l'abondera à hauteur de 33% des versements effectués.

Les entreprises peuvent bénéficier d'une réduction de l'impôt sur les sociétés à hauteur de 60% du don dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires annuel.

Les particuliers peuvent également contribuer avec des dons en faveur de la biodiversité en général.

Ils bénéficient d'une réduction d'impôt sur le revenu à hauteur de 66% du don dans la limite de 20% du revenu imposable annuel.

"L'opération sera une réussite quand nous aurons au moins 30 millions de dollars (22 millions EUR) versés par des entreprises à nos côtés", a indiqué Monique Barbut.

Il s'agit également de mieux informer le grand-public sur les enjeux de la biodiversité, "la première assurance-vie de notre planète et la principale source de nourriture, de médicaments et de matériaux", selon M. Borloo.

"On n'arrive pas à intéresser l'opinion publique à la crise de la biodiversité parce que c'est une crise silencieuse", a déploré Mme Barbut.

Or, cette crise est "bien plus grave que la crise climatique", a-t-elle ajouté.

Selon la liste rouge de l'UICN, au moins un oiseau sur huit, un mammifère sur quatre et un amphibien sur trois sont menacés.

L'argent de Lacoste pourra ainsi profiter au crocodile de l'Orénoque, au gavia du Gange ou à l'alligator de Chine, entre autres espèces de sauriens menacées.

Parmi les dauphins, ceux des fleuves d'eau douce - le Mékong, au Cambodge, le Gange, en Inde, ou le Yang Tsé, en Chine, sont particulièrement menacés.

Mais de nombreuses autres espèces en danger "n'ont pas la chance de faire l'objet d'un logo", a fait remarquer M. Borloo.

Aussi, a-t-il ajouté, "si des entreprises souhaitent adopter un de ces orphelins de la biodiversité, nous pouvons leur faire des propositions d'adoption".