

NOVOTEL

Rapport d'impact Novotel sur les océans

Deuxième année

**D'UNE AMBITION À DES ACTIONS
CONCRÈTES POUR LES OCÉANS:**
Agir pour la santé et la longévité des
milieux marins

Deux ans
d'action

2024-2026



Table des matières

Titre	Page
Avant-propos	5
Résumé exécutif	9
Pourquoi l'océan ?	12
Le Plan d'Impact Positif Novotel	14
Pilier 1 : Réduire l'impact sur la pollution marine et l'acidification des océans	19
Pilier 2 : Une alimentation savoureuse, plus saine et plus durable	21
Pilier 3 : Renforcer l'éducation et la sensibilisation à l'océan	29
Pilier 4 : Contribuer à la recherche et aux connaissances scientifiques	33
Projet 1 : Protection de la posidonie	34
Projet 2 : Retrait des filets de pêche fantôme	38
Projet 3 : Navire de recherche Blue Panda	42
Projet 4 : Les tortues marines de l'Atlantique Ouest	46
Projet 5 : Corridors bleus pour les tortues	50
Nouveaux projets WWF en Australie et sur la côte polonaise	54
Conclusion	56



Avant-propos du Directeur général Novotel

Novotel a toujours été convaincu que l'hospitalité ne se résume pas à l'accueil des voyageurs. Elle doit aussi être le reflet d'un engagement profond envers des écosystèmes d'une grande richesse, qui font vivre les populations à travers le monde.

L'océan est indispensable à l'équilibre de notre planète. Il régule le climat, préserve la biodiversité, génère de nombreux emplois et nourrit des milliards de personnes, tout en étant le principal atout de nombreuses destinations vers lesquelles les voyageurs reviennent année après année. Protéger les océans pourrait sembler une préoccupation lointaine, mais c'est un enjeu directement lié à l'avenir du voyage, à la résilience des communautés et à la qualité de vie de tous.

Cet engagement en faveur de la protection des océans s'inscrit dans la nouvelle vision de Novotel, «La Longévité : Vivre pleinement, jour après jour », qui cherche à redéfinir le rôle que jouent les hôtels dans le bien-être et à la qualité de vie des clients, tout en réaffirmant que la santé de la planète et le bien-être individuel sont indissociables.

Lorsque Novotel a lancé en 2024 un partenariat international, sur trois ans, avec le WWF France, l'objectif était clair : créer un cadre permettant à la marque d'agir de manière concrète, tant dans l'exploitation de ses hôtels qu'au-delà.

La première année a été l'occasion de poser les fondations du Plan d'Impact Positif Novotel. Cette deuxième année a été celle de l'action. Sur l'ensemble du réseau Novotel, les propriétaires partenaires et les équipes des hôtels continuent de concrétiser cet engagement en réduisant l'utilisation des plastiques à usage unique, en accélérant l'obtention d'écocertifications et en intégrant à l'expérience client des offres de restauration plus responsables. L'approvisionnement en produits de la mer est désormais plus étroitement aligné sur les Principes du WWF, les formations touchent un public plus large au sein des équipes, et la sensibilisation à la santé des océans commence à imprégner le quotidien de nos hôtels. En parallèle, ce partenariat permet

de soutenir différentes actions de conservation marine : protection des herbiers de posidonies et des espèces marines menacées en Méditerranée, renforcement des efforts de conservation des tortues marines, extension des actions de protection des océans à de nouvelles régions du monde.

Mais l'aventure est loin d'être terminée. En effet, il reste encore beaucoup à faire, et c'est dans les prochains mois que certains des travaux de conservation les plus importants seront mis en œuvre. Les avancées réalisées cette année montrent ce qu'il est possible d'accomplir lorsqu'une marque hôtelière mondiale agit avec détermination et cohérence, avec le bon partenaire.

Notre ambition, désormais, est de maintenir cette dynamique : approfondir les actions et étendre leur mise en œuvre à l'ensemble du réseau, continuer à apprendre du WWF, et rendre le lien entre l'hôtellerie et la santé des océans plus tangible, pour nos clients comme pour nos équipes.

Car prendre soin des océans, c'est prendre soin de l'avenir de tous les habitants de la planète.



JEAN-YVES MINET
Directeur général Novotel



01. Introduction

Résumé exécutif

Sur cette deuxième année, l'engagement de Novotel en faveur des océans s'est concrétisé par des actions mesurables. Fort de son réseau de plus de 600 adresses à travers le monde, la marque a fait évoluer ses hôtels vers des pratiques opérationnelles plus durables, son offre culinaire et la formation de ses équipes, tout en renforçant l'implication de ses clients et son soutien à la conservation marine.

En juin 2024, Novotel a signé un partenariat ambitieux, sur trois ans, avec le WWF France, visant à réduire son impact sur les océans.

L'enseigne s'est aussi engagée à déployer de nombreuses initiatives au sein de son réseau, en établissant une feuille de route à court et long terme, structurée autour des quatre piliers du Plan d'Impact Positif Novotel.

Dans l'exploitation des hôtels, les progrès sont déjà perceptibles : 92 % des établissements Novotel respectent désormais la politique Accor contre les plastiques à usage unique*, et 73 % du réseau est écocertifié par un organisme tiers. Des changements concrets, qui ont une portée plus large : ils montrent comment les décisions prises dans les hôtels, même loin de la mer, peuvent contribuer à réduire les pressions qui pèsent sur les océans.

Dans le cadre de son engagement pour une alimentation durable, Novotel a également fait de la restauration un levier de transformation majeur. Fin 2025, la moitié des hôtels Novotel proposait déjà des menus composés d'au moins 25 % de plats mettant davantage les légumes et ingrédients végétaux au cœur de l'assiette, un chiffre qui devrait atteindre les 100 % d'ici fin 2026. Avec son engagement de s'approvisionner en produits de la mer plus durables, 41% des hôtels Novotel ont déjà retiré de leurs menus plus de 350 espèces marines vulnérables, conformément aux Principes du WWF, tout en progressant sur la traçabilité et l'amélioration des pratiques en matière d'approvisionnement. A mi-mai 2026, plus de 1 600 chefs et membres des équipes de cuisine ont déjà suivi la formation du WWF sur les produits de la mer durables, permettant de faire de ces principes une réalité quotidienne.

**Toutes les données citées concernent l'exercice 2025 et sont alignées sur le reporting développement durable Accor.*

La sensibilisation s'est imposée comme un autre pilier du Plan. A mi-mai 2026, plus de 3 200 Heartists (membres des équipes des hôtels) ont suivi la formation de sensibilisation aux océans de Novotel, développée en partenariat avec AXA Climate, pour mieux appréhender les menaces auxquelles sont confrontés les écosystèmes marins. Les initiatives à destination des clients, comme les animations organisées à l'occasion du Mois mondial de l'océan, ont également inspiré les équipes et les communautés locales.

Pour impliquer les plus jeunes, les hôtels Novotel ont également créé des jeux éducatifs, développés avec le soutien du WWF, conçus pour sensibiliser à la protection des espèces marines menacées, de manière accessible et ludique. Un projet auquel tenait particulièrement Novotel, marque prisée des familles, car changer les choses, ce n'est pas seulement faire évoluer l'opérationnel, mais aussi l'intégration par chacun de l'importance de la préservation des océans et des menaces croissantes qui pèsent sur la vie marine.

En parallèle de ces actions menées dans les hôtels, Novotel continue de soutenir un large éventail de projets de préservation des milieux marins, dans le cadre du partenariat international avec le WWF France. Sur l'année, des avancées ont été réalisées dans la protection des herbiers de posidonies, l'identification et le retrait des filets de pêche fantômes, le programme Blue Panda en Méditerranée, ainsi que la protection des tortues marines dans l'Atlantique ouest et l'ambitieux projet « Corridors bleus » à l'échelle mondiale. Ces initiatives, financées par Novotel,

couvrent la préservation des habitats, la recherche marine, la mobilisation des populations locales et le renforcement des connaissances scientifiques ; des actions qui commencent à s'étendre à de nouvelles régions.

L'engagement croissant de Novotel a également été mis en lumière sur la scène internationale en juin 2025, lors de la participation de l'enseigne à la Conférence des Nations Unies sur l'Océan (UNOC) à Nice, où la marque a pris part aux débats sur le tourisme durable, la biodiversité marine, les produits de la mer durables et le rôle que l'hôtellerie peut jouer dans la protection et l'avenir des océans.

Derrière ces avancées se trouve un réseau toujours plus important de propriétaires partenaires qui partagent la vision de Novotel pour une hôtellerie plus responsable. En investissant dans la transformation de l'exploitation de leurs hôtels et en favorisant la mise en œuvre de ces actions, ils jouent un rôle capital dans la conversion des engagements de la marque en impacts mesurables et significatifs.

Un grand pas en avant a donc été franchi au cours de cette deuxième année. Il reste encore beaucoup à faire, mais la trajectoire est claire : Novotel est plus que jamais engagé pour la santé et la longévité des océans.



Pourquoi l'océan ?

L'océan peut sembler lointain : un paysage, un cadre magnifique où l'on s'évade le temps des vacances. En réalité, il est bien plus proche de notre quotidien. Il produit environ la moitié de l'oxygène que nous respirons, contribue à réguler le climat de la planète, abrite une biodiversité exceptionnelle et fournit nourriture et emplois à des milliards de personnes. Sa santé est indissociable de la nôtre.

Ce lien est particulièrement manifeste dans le secteur de l'hôtellerie. De nombreuses destinations comptant parmi les plus prisées au monde n'existeraient pas sans la mer, car l'activité touristique dépend d'environnements naturels préservés. Pourtant, la majorité des menaces qui pèsent sur les océans ne proviennent pas du littoral. La pollution, la surpêche, la dégradation des habitats naturels et le changement climatique sont des enjeux bien plus larges : 80 % de la pollution des mers est ainsi due aux activités terrestres. Cela signifie que les décisions prises loin des côtes, par les hôtels, les restaurants, les fournisseurs et les voyageurs, ont un impact sur l'océan.

Pour Novotel, c'est à la fois une responsabilité et une opportunité. En tant que marque hôtelière mondiale opérant principalement dans les terres, sa relation avec les océans se construit à travers les choix faits au quotidien : l'élimination des plastiques à usage unique dans ses établissements, les ingrédients utilisés, les pratiques en matière d'approvisionnement en produits de la mer, la formation des équipes et les expériences proposées aux clients. Des actions qui peuvent sembler modestes prises individuellement, mais qui, à grande échelle, contribuent à réduire les pressions qui pèsent sur les écosystèmes marins.

C'est pour cette raison que cet engagement pour préserver les océans s'intègre naturellement dans la vision globale du développement durable selon Novotel. Des océans en bonne santé sont bons pour l'équilibre de la planète, pour la résilience des communautés et l'avenir du secteur du voyage. Les protéger, c'est protéger la nature, mais aussi reconnaître à quel point la préservation de l'environnement est indissociable du bien-être humain. A travers son Plan d'Impact Positif et son partenariat avec le WWF, Novotel agit avec une seule et unique ambition : favoriser une relation plus responsable et durable entre l'hôtellerie et les océans, pour le bien de tous.

7

projets de conservation marine du WWF dans le monde soutenus et financés par Novotel

92%

des hôtels Novotel respectent désormais la politique Accor contre l'utilisation de plastiques à usage unique

73%

du réseau Novotel est écocertifié par un organisme tiers

50%

des hôtels Novotel proposent désormais des menus composés d'au moins 25 % de plats mettant davantage les légumes et ingrédients végétaux au cœur de l'assiette

41%

des hôtels Novotel ont retiré les espèces marines vulnérables de leurs menus

1,600

chefs et membres des équipes de cuisine ont suivi la formation du WWF pour des produits de la mer durables

3,200

Heartists (membres des équipes hôtelières) ont suivi la formation de sensibilisation aux océans de Novotel

2

jeux familiaux, développés avec le soutien du WWF, sensibilisent à la préservation des océans

02.

Le Plan d'Impact Positif Novotel



Vue d'ensemble

Novotel a structuré son engagement pour les océans autour d'un cadre clair : le Plan d'Impact Positif. Ce plan recense les domaines dans lesquels Novotel est à même d'avoir le plus d'impact, en réduisant les pressions liées à ses propres activités et en soutenant des initiatives plus larges de conservation marine.

Il s'articule autour de quatre piliers, chacun aligné sur les domaines d'intervention de l'Objectif de Développement Durable 14 (Vie aquatique). Le premier pilier de l'action de Novotel porte sur la réduction de l'impact de son exploitation hôtelière, en particulier en éliminant les plastiques à usage unique et en accélérant l'écocertification dans l'ensemble de son réseau. Le deuxième pilier concerne la restauration, avec une offre de plus en plus axée sur des plats avec davantage de légumes et d'ingrédients végétaux, un approvisionnement durable en produits de la mer et une traçabilité renforcée. Le troisième porte sur l'éducation et la sensibilisation, afin d'aider les collaborateurs, les clients et les familles à mieux comprendre l'importance des océans et l'impact des petits gestes du quotidien. Le quatrième et dernier pilier porte sur la recherche et la préservation des océans, en soutenant les projets du WWF et en s'engageant en faveur de la conservation marine.

Ces quatre piliers forment un socle concret et ambitieux. Leurs actions sont ancrées dans le quotidien des hôtels, car c'est là que les propriétaires et les équipes ont un rôle déterminant à jouer : suppression des plastiques à usage unique, mise en place de nouveaux menus, formation des collaborateurs. Mais d'autres actions dépassent largement les murs des établissements, en contribuant activement à la protection des océans, que ce soit par la collecte de données, la sensibilisation ou des actions ciblées de préservation des espèces marines menacées.

LE PLAN D'IMPACT
POSITIF NOVOTEL

POUR SUIVRE LA VAGUE DU CHANGEMENT



73%

du réseau Novotel
est écocertifié par un
organisme tiers.

PLAN D'IMPACT POSITIF : PILIER N°1

Réduire la pollution marine et l'acidification des océans

Pour Novotel, le combat en faveur des océans commence loin du littoral. Il s'inscrit au jour le jour dans ses hôtels : choix des matériaux, pratiques mises en place et ressources utilisées. Si la pollution marine et l'acidification des océans sont des enjeux planétaires, leurs causes profondes sont souvent à rechercher dans les terres.

Marque fondatrice de Accor et représentant l'un des portefeuilles hôteliers les plus importants du Groupe, Novotel contribue à faire progresser l'action environnementale à l'échelle de cet acteur majeur de l'hôtellerie. S'appuyant sur les engagements durables de Accor et son expertise opérationnelle, Novotel joue un rôle actif dans l'expérimentation, la mise en œuvre et l'accélération de pratiques plus responsables, qui permettent de préserver la santé des océans.

Sur l'année écoulée, Novotel a continué à renforcer les actions de ce pilier au sein de son réseau. A fin 2025, 92 % des hôtels Novotel avaient déjà éliminé les plastiques à usage unique, conformément à la politique du groupe Accor, et 73 % du réseau était écocertifié par un organisme tiers. Des progrès qui transforment concrètement les opérations hôtelières, et qui témoignent d'une ambition plus large : que toutes les adresses Novotel aient un impact positif sur les océans.





50% 350+

des hôtels Novotel proposent au moins 25 % de plats mettant davantage les légumes et ingrédients végétaux au cœur de l'assiette.

espèces marines vulnérables retirées dans les menus de 41% des hôtels.

Nouilles au miso par Alfie Steiner

PLAN D'IMPACT POSITIF : PILIER N°2

Des plats plus sains et plus durables, mais toujours aussi délicieux

La restauration est l'une des expressions les plus visibles de l'engagement de Novotel en faveur des océans. Au sein de ses établissements, la marque se focalise sur deux priorités complémentaires : promouvoir des pratiques durables dans l'approvisionnement en produits de la mer, tout en encourageant les clients à faire le choix de plats davantage à base d'ingrédients végétaux, savoureux, équilibrés et à faible impact sur l'environnement.

Les produits de la mer restent un élément essentiel des régimes alimentaires, des cultures et du voyage à travers le monde. Pour Novotel, l'objectif n'est pas de les supprimer, mais de garantir un approvisionnement responsable et transparent. En parallèle, la marque continue d'élargir son offre végétale, qui allie durabilité et habitudes alimentaires plus saines.

Fin 2025, 50 % des hôtels Novotel proposent désormais des menus composés d'au moins 25 % de plats mettant davantage les légumes et ingrédients végétaux au cœur de l'assiette. Produire de la viande émet beaucoup plus de carbone que produire des ingrédients végétaux, c'est pourquoi Novotel encourage ses clients à adopter des choix plus vertueux. Pour inciter une nouvelle génération de consommateurs à adopter une alimentation plus végétale, la marque s'est associée à l'influenceur culinaire et créateur de contenus Alfie Steiner (@alfiecooks), suivi par plus de cinq millions d'abonnés, pour imaginer des plats gourmands à base de plantes mettant les végétaux à l'honneur dans les hôtels participants. Une sélection de ses recettes est désormais proposée en exclusivité dans les hôtels Novotel, prouvant qu'une alimentation à faible impact peut être savoureuse, équilibrée et pleine de saveurs.

Dans le même temps, Novotel poursuit l'intégration des Principes du WWF pour des produits de la mer durables au sein de son réseau. En 2025, 41 % des hôtels avaient déjà retiré plus de 350 espèces marines vulnérables de leurs menus, conformément aux recommandations du WWF, tout en progressant en matière d'approvisionnement durable et de traçabilité des fournisseurs.

Le travail mené avec le WWF a abouti à de nouvelles politiques durables pour toutes les marques du groupe Accor, dans le cadre de la Politique alimentation durable du Groupe.

Des efforts qui se concrétisent de plus en plus dans les cuisines grâce à des formations et à un accompagnement concret. À mi-mai 2026, plus de 1 600 chefs et membres des équipes de cuisine avaient suivi la formation WWF sur les produits de la mer durables, leur permettant de mieux appréhender les impacts environnementaux, sociaux et économiques de la surpêche, ainsi que les bonnes pratiques en matière d'achat responsable.

En parallèle de ces évolutions opérationnelles au sein des hôtels, Novotel contribue à renforcer la traçabilité des chaînes d'approvisionnement de ses fournisseurs en produits de la mer. Grâce à ses partenariats avec le WWF et d'autres acteurs du secteur, la marque participe à des projets visant à améliorer la connaissance et transparence des systèmes d'approvisionnement en produits de la mer.

En 2025, Novotel est ainsi devenu la première marque hôtelière à rejoindre la Seafood Task Force (STF), une association professionnelle réunissant distributeurs, marques de produits de la mer et partenaires de la chaîne logistique, pour renforcer le contrôle et améliorer l'ensemble de la filière. Cette adhésion a permis de consolider un ensemble de projets autour de la traçabilité, développés avec le WWF France.

En **Asie**, un projet a été lancé avec la STF, focalisé sur le thon et les crevettes d'élevage dans les hôtels de Thaïlande, du Vietnam et d'Indonésie, des pays où les chaînes d'approvisionnement peuvent présenter des risques environnementaux et sociaux importants. Une cinquantaine d'hôtels participent à ce projet dans ces trois pays. Des travaux sont en cours pour identifier les fournisseurs prioritaires et les évaluer tout au long de l'année 2026, avec l'objectif de les aligner sur les recommandations de la STF.



Novotel devient la première marque hôtelière à rejoindre la Seafood Task Force

En **Europe**, un projet a été lancé pour deux ans, en mars 2025, avec le WWF France, afin d'améliorer la traçabilité des produits de la mer, frais et surgelés, auprès des fournisseurs fournissant les hôtels en Europe. Il a déjà permis de réaliser une analyse des fournisseurs et de leur émettre des recommandations, les incitant en parallèle à retirer des espèces menacées de leurs catalogues.

Au **Brésil**, les travaux entamés en juin 2025 se penchent sur la traçabilité des crevettes d'élevage dans neuf hôtels de l'Etat de São Paulo, où l'industrialisation croissante, les chaînes d'approvisionnement fragmentées, les pressions environnementales et les risques sociaux rendent la traçabilité de plus en plus capitale.

Au **Moyen-Orient**, Novotel a initié en 2025 un partenariat de deux ans avec Seafood Souq pour mettre en place des audits complets de traçabilité des produits de la mer dans 18 hôtels de pays membres du Conseil de coopération du Golfe (CCG). L'objectif est d'auditer 100 % des produits de la mer pour garantir leur traçabilité, renforcer la transparence et la responsabilité tout au long des chaînes d'approvisionnement, et aligner les pratiques sur des normes d'écoresponsabilité internationalement reconnues.

En **Inde**, Novotel soutient la mise en œuvre du projet d'amélioration de pêcheries du calamar au Kerala, contribuant à l'adoption de pratiques de pêche plus responsables dans les pêcheries qui approvisionnent les hôtels Novotel de la région.

Autant d'initiatives qui illustrent comment les engagements Novotel peuvent s'exprimer de manière concrète dans ses offres de restauration, en intégrant des choix plus réfléchis à l'un des aspects les plus perceptibles de l'expérience client.



Banc de thons géants | Image : Shutterstock / Guido Montaldo / WWF



MEMBRE DU COLLECTIF NOVOTEL 37

Alfie Steiner | @alfiecooks

L'influenceur culinaire Alfie Steiner s'est associé à Novotel pour montrer à quel point la cuisine végétale peut être savoureuse et équilibrée. Reconnu pour ses délicieuses recettes mettant en avant les légumes et des ingrédients végétaux, son approche reflète l'ambition de Novotel : faire que les choix plus équilibrés et à faible impact ne soient pas synonymes de privation, mais de plaisir.

Intégrées à la philosophie culinaire de Novotel, les recettes d'Alfie montrent que des ingrédients du quotidien peuvent se transformer en plats colorés, gourmands et propices au partage et à la découverte. Du chawarma aux pleurotes fumés au plat de nouilles au miso, en passant par les plateaux de mezzés d'inspiration méditerranéenne, cette collaboration prouve que la cuisine végétale peut allier des plats sains, plus durables et toujours aussi délicieux, sans avoir à faire de compromis.

Cuisiner avec Alfie Steiner

Pour inciter les clients et les familles à adopter la cuisine végétale à la maison, Alfie Steiner a créé des recettes accessibles à tous, savoureuses et équilibrées, à base d'ingrédients à faible impact. Ces plats sont la preuve qu'une alimentation durable peut tout à fait être nourrissante et conviviale.



Plateau de mezzés méditerranéen

une assiette colorée à partager, inspirée des saveurs de la Méditerranée, avec houmous, tzatziki, falafels, salade shirazi et aubergines rôties.



Nouilles au miso

un bol généreux, avec pour base un onctueux bouillon au miso et à l'ail, accompagné de tofu poêlé et de brocoli grillé.



Chawarma aux pleurotes

une réinterprétation végétale de ce classique de la street food, avec pleurotes fumés, tahini, cornichons et oignons au sumac.

MEMBRE DU COLLECTIF NOVOTEL 37 ET AMBASSADEUR DES OCÉANS

Kaushiik Subramaniam

Novotel s'est associé à Kaushiik Subramaniam, photographe cinéaste océanique primé et biologiste, dont les travaux contribuent à mettre en lumière la beauté et la fragilité des océans, et l'urgence de leur protection.

Originaire du Royaume-Uni et titulaire d'un master en biologie de la conservation de la faune sauvage, Kaushiik allie rigueur scientifique et art de l'image pour créer des récits visuels immersifs centrés sur les écosystèmes marins et les espèces menacées. Spécialisé dans les environnements océaniques, il a documenté certaines des espèces marines les plus emblématiques de la planète (requins-baleines, tortues, baleines bleues), aidant ainsi le public à mieux appréhender la beauté du monde marin et les pressions croissantes qui pèsent sur lui.

Dans le cadre de son partenariat mondial avec Novotel, Kaushiik donne vie à l'engagement de la marque en faveur des océans sur différents supports : photographies, films, stories sur les réseaux sociaux ainsi que des expériences clients, conçues pour inspirer une prise de conscience et des gestes du quotidien plus réfléchis. Dans le cadre de sa collaboration avec Novotel, en tant qu'Ambassadeurs des océans, il participera également au lancement de l'initiative.

« 1 % pour l'océan », associant la puissance de sa narration visuelle à l'envergure mondiale de Novotel pour encourager les clients à adopter des petits gestes du quotidien, qui, cumulés, contribueront à la préservation des océans.

Dans le cadre de ce partenariat, Novotel déploie également une exposition immersive, en réalité virtuelle, dans 12 établissements à travers le monde. Les clients pourront y découvrir une expérience unique de trois minutes réunissant les plus beaux clichés sous-marins de Kaushiik, pensés pour sensibiliser à la protection des océans et à la biodiversité marine.

Cette collaboration reflète une conviction commune : l'image peut jouer un rôle clé dans la préservation des océans. En associant le réseau mondial de Novotel à la maîtrise de la photographie et à l'engagement environnemental de Kaushiik, ce partenariat vise à susciter une connexion émotionnelle plus profonde avec les océans, et à transformer cette sensibilisation en actions concrètes.





2

jeux familiaux, développés avec le soutien de WWF, sensibilisent à la protection des océans.

PLAN D'IMPACT POSITIF : PILIER N°3

Renforcer l'éducation et la sensibilisation aux océans

Pour que le changement s'inscrive dans la durée, définir des politiques et fixer des objectifs ne suffisent pas, il faut l'inscrire dans un contexte : comprendre en quoi cet enjeu est important, en quoi il touche notre quotidien, et le rôle que chacun a à jouer. C'est ce qui fait de la sensibilisation un pilier de l'engagement de Novotel pour les océans. Accueillant plus de 5 millions de familles chaque année, l'enseigne dispose d'une opportunité unique : inspirer les générations futures pour qu'elles comprennent mieux les océans et les protègent.

À mi-mai 2026, plus de 3 200 collaborateurs Novotel avaient suivi le module de formation « Sensibilisation à l'océan », contribuant ainsi à renforcer les connaissances sur l'importance des océans et le rôle que peut jouer l'hôtellerie dans leur préservation. Développée en partenariat avec AXA Climate, cette formation s'articule autour de trois thèmes : les océans comme enjeu pour le tourisme et pour Novotel, les actions que les hôtels peuvent mettre en place pour mieux protéger l'environnement et les océans, et le rôle du partenariat Novotel x WWF. Ces modules permettent d'ancrer les actions de l'enseigne dans une dynamique partagée et offrent aux équipes une vision plus claire des liens entre les choix quotidiens en hôtellerie et la santé des océans.

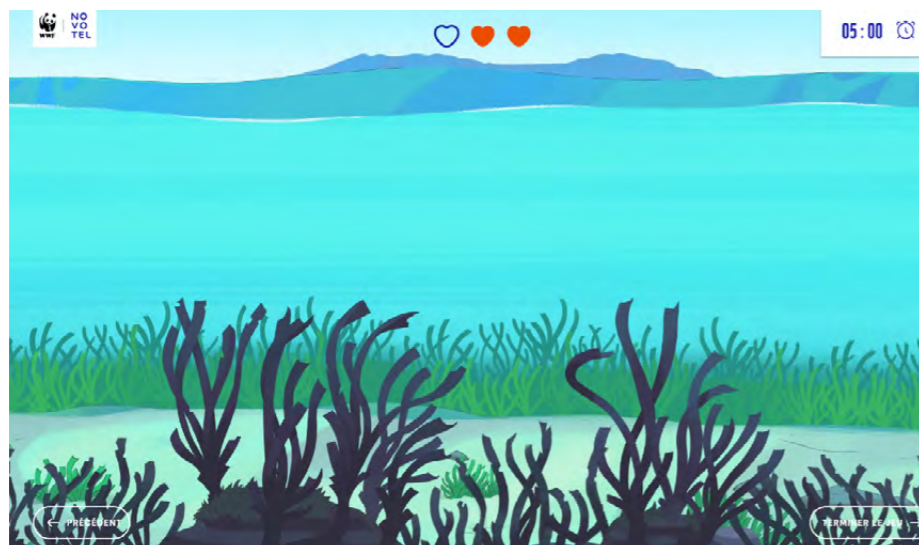
Mais cette initiative ne se limite pas à la formation interne. Tous les ans en juin, le Mois mondial des océans s'est imposé comme un rendez-vous incontournable dans le calendrier Novotel, offrant l'opportunité de le célébrer avec les clients, les communautés locales et les équipes, au travers d'événements, de contenus et d'expériences déployés dans les établissements de l'enseigne.

Cette volonté croissante de sensibilisation s'est également illustrée par la participation de Novotel à la Conférence des Nations Unies sur l'Océan (UNOC) à Nice en 2025, où la marque a rejoint des personnalités internationales, issues des secteurs public et privé, de la finance et de la société civile, pour faire avancer les débats autour de la protection

des océans et du tourisme durable. Dans le cadre de l'événement « Our Living Ocean », organisé par le WWF France et Accor, Novotel a participé à des tables rondes consacrées aux chaînes de valeur durables pour les produits de la mer et à l'avenir du tourisme côtier, pour que celui-ci soit bénéfique pour la nature. Lors de l'UNOC, Novotel a également réaffirmé son engagement à long terme en faveur de la préservation des océans en annonçant de nouveaux engagements sur la pêche durable, les menus à base d'ingrédients végétaux et la protection de la biodiversité marine.

Pour les familles, Novotel a également créé des jeux, physiques et numériques, développés avec le soutien du WWF, conçus pour rendre la protection marine plus ludique et accessible aux jeunes générations. Ces jeux interactifs, comme Les Gardiens de la Méditerranée et Pièges en profondeur, permettent aux enfants de découvrir les écosystèmes marins, les espèces vulnérables et les défis auxquels la vie marine est confrontée. Une sensibilisation complétée par des puzzles, des cahiers d'activités, des jeux de cartes, des autocollants sur le thème de l'océan et des tortues marines.

En offrant aux équipes les moyens de mieux appréhender ces enjeux et aux clients de les aborder de manière plus immersive, Novotel contribue à rendre la sensibilisation beaucoup plus pertinente, permettant de créer un lien plus profond et durable avec les milieux marins.



Jeu "Pièges en profondeur" créé avec le soutien de WWF France



Aventures océaniques pour jeunes explorateurs

Novotel imagine de nouvelles façons pour les enfants et les familles de découvrir les merveilles de l'océan à travers des jeux. Conçus avec le soutien du WWF pour éveiller la curiosité sur la vie marine de manière amusante et accessible, ces jeux encouragent les plus jeunes à en apprendre davantage sur les espèces qui peuplent les mers, et sur l'importance de les protéger pour les générations futures.

Disponible en Europe depuis l'été 2025, Les Gardiens de la Méditerranée propose aux enfants d'explorer les mystères de la mer Méditerranée à travers une aventure numérique interactive, disponible en plusieurs langues. Ce jeu est complété par différents supports, notamment un cahier d'activités, des autocollants et des jeux de cartes éducatifs, destinés à faire de la découverte des océans une partie intégrante des voyages en famille.

À partir de juin 2026, Novotel déploiera également "Pièges en profondeur" à l'échelle mondiale, un nouveau jeu sur les tortues marines, qui permettra aux enfants de comprendre les défis auxquels ces animaux marins sont confrontés, notamment la pollution et les déchets rejetés en mer. En complément de ce jeu numérique, les familles découvriront un puzzle, des autocollants, des sets de table pour les restaurants, un jeu de cartes inspiré du jeu des 7 familles, ainsi qu'un cahier d'activités.





Novotel est fier de soutenir financièrement WWF France dans la mise en œuvre de projets de conservation à travers le monde. Chaque projet a pour objectif de créer un impact significatif et durable, en aidant à protéger les écosystèmes marins, à renforcer la biodiversité, à faire progresser les connaissances scientifiques et à contribuer à la santé et à la résilience des océans.

PLAN D'IMPACT POSITIF : PILIER N°4

Contribuer à la recherche et aux connaissances scientifiques

L'engagement de Novotel pour les océans s'étend au-delà des murs de ses hôtels. Grâce à son partenariat avec le WWF, la marque apporte son soutien à de nombreuses actions de conservation marine, en protégeant les habitats, en encourageant la recherche, en renforçant l'action au sein des territoires et en contribuant à plus de visibilité pour l'avenir des océans.

Faire évoluer l'exploitation des hôtels ne suffit pas. Réduire les plastiques à usage unique, repenser l'alimentation et former les équipes sont certes importants, mais les écosystèmes marins ont également besoin d'être protégés. Grâce à son partenariat avec le WWF France, Novotel étend la portée de son action. Et grâce à l'envergure mondiale de Novotel, la mission du WWF touche chaque année des millions de voyageurs, de familles et de collaborateurs dans les adresses Novotel, pour une sensibilisation, un engagement et une dynamique renforcés en faveur de la protection des océans. Les membres du programme de fidélité ALL Accor peuvent également faire don de leurs points, qui seront reversés par l'intermédiaire de la plateforme Dift pour soutenir le bateau de recherche Blue Panda du WWF France.

Au cœur de cet engagement se trouve cinq projets phares : en Méditerranée, la protection des herbiers de Posidonie, la lutte contre les filets de pêche fantômes et le Blue Panda ; et, dans l'Atlantique ouest, la protection des tortues marines et les efforts de conservation de ces espèces marines menacées avec le programme international « Corridors bleus ». Ces projets ont des impacts différents mais complémentaires : préservation des habitats, retrait des filets de pêche perdus en mer, acquisition de connaissances scientifiques, éducation et défense de la nature.

Ce qui rend cet aspect de l'engagement particulièrement significatif, c'est qu'il élargit le rôle que l'hôtellerie peut jouer dans la protection de l'environnement. Il prouve qu'une marque hôtelière peut aller au-delà de la réduction de son propre impact : elle peut aussi financer la recherche, soutenir la restauration des écosystèmes, renforcer l'implication des populations locales et accroître la visibilité de projets qui exigent une attention et des actions sur le long terme.

Projet n°1

Protection des herbiers de Posidonie, plantes marines à fleurs endémiques de la Méditerranée, qui constituent un important puits de carbone en absorbant le CO₂ de l'atmosphère.

« Les herbiers de Posidonie sont la forêt sous-marine de la Méditerranée. C'est un écosystème capital : ils stockent du carbone année après année, produisent de l'oxygène, contribuent à la santé des populations de poissons et préservent la vie marine qui y réside. Protéger la Posidonie, c'est protéger le fondement même des écosystèmes méditerranéens. »

**- Catherine Piante,
Experte du programme Océans, WWF France**

PROTECTION DES HERBIERS DE POSIDONIE

Sous la surface de la Méditerranée se cache l'un des écosystèmes marins les plus importants au monde : les herbiers de Posidonie. Ces prairies sous-marines constituent un habitat côtier essentiel et un puits de carbone. Au fil du temps, la Posidonie accumule des couches de racines, augmentant chaque année le carbone stocké. Leur présence est cruciale, mais elles sont fragiles.

Ces 15 dernières années, l'une des principales sources de dégradation des herbiers de Posidonie a été l'ancrage des bateaux de plaisance et le balisage par des bouées dans de nombreuses baies du littoral. C'est pourquoi les actions du WWF France, se concentrent sur l'aide aux villes côtières pour construire des infrastructures à plus faible impact, renforcer la réglementation et créer les conditions d'une protection à long terme. En 2025, ces efforts se sont poursuivis dans neuf villes côtières partenaires en Méditerranée française : Grimaud, Cap-d'Ail, Théoule-sur-Mer, Bormes-les-Mimosas, Casaglione, Belvédère-Campomoro, Vico Sagone, Monacia-d'Aullène et Cerbère. Parmi les réalisations les plus visibles, 41 bouées ont été remplacées par des bouées à faible impact, dont 10 à Grimaud et 31 à Théoule-sur-Mer.

En parallèle à la planification technique, les actions de communication et de défense des herbiers se sont également intensifiées. Une campagne nationale pour la protection de la Posidonie, ciblant les loueurs et les propriétaires de bateaux, a touché 6,75 millions de personnes, notamment lors de l'UNOC, à travers la communication numérique du WWF, et via la Fédération des industries nautiques françaises. Des activités de sensibilisation ont également été menées sur le terrain, comme à Bormes-les-Mimosas ou à Belvédère-Campomoro, tandis que des discussions ont été engagées avec le Parc national de Port-Cros et le Parc national des Calanques, dans l'optique de futures collaborations.

« Le défi n'est pas seulement écologique, mais aussi pratique. Les villes côtières ont besoin de solutions techniquement fiables, sûres et adaptées aux réalités de la mer. En remplaçant les bouées traditionnelles par des systèmes moins impactant, nous pouvons réduire la pression sur la posidonie et créer des modèles reproductibles dans toute la Méditerranée. » - Catherine Piante, Experte du programme Océans, WWF France.

Le financement à long terme représente un défi majeur. Dans le cadre du projet Life Biodiv de l'Agence française pour la biodiversité, le WWF France a réalisé une étude sur la création d'un crédit biodiversité dédié à la Posidonie autour de Porquerolles, au sein du Parc national de Port-Cros. L'objectif est de vérifier si ce modèle peut contribuer à sécuriser un financement durable pour une protection à grande échelle, avec le soutien de CDC Biodiversité pour la phase suivante de la mise en œuvre.

Après le remplacement de 73 bouées en 2024 et de 41 en 2025, le WWF France prévoit 237 nouvelles conversions en 2026. En parallèle, il prépare des boîtes à outils internationales ainsi que quatre sessions de formation en ligne à destination des WWF Grèce, Turquie et Tunisie.

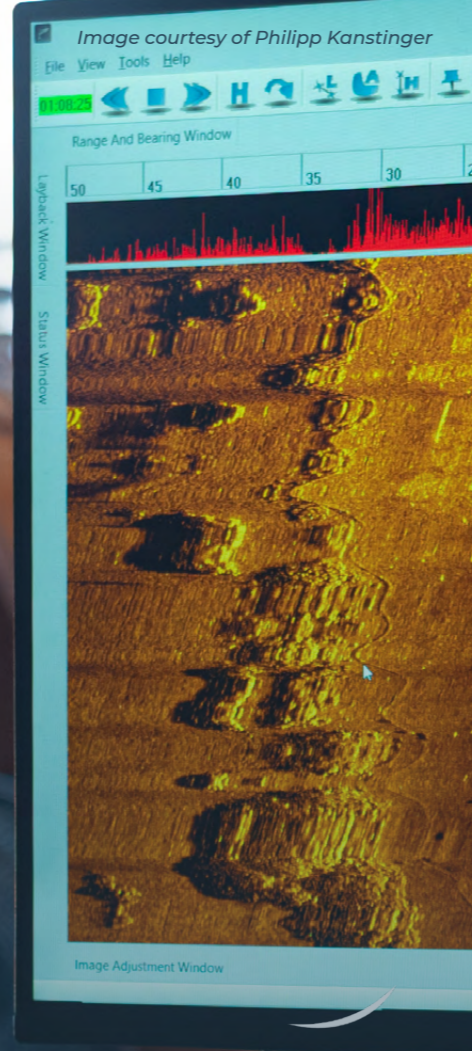


Projet n°2

La localisation et la récupération des filets de pêche fantômes, à savoir des équipements de pêche perdus, abandonnés ou rejetés en mer. Il s'agit de la forme la plus dangereuse de déchets plastiques marins, piégeant de nombreuses espèces : tortues et mammifères marins, ou oiseaux de mer.

« Les filets fantômes sont souvent invisibles depuis la surface, mais leurs effets peuvent perdurer pendant des années. La première étape consiste à savoir où les chercher. En collaborant avec les pêcheurs et en utilisant des sonars, nous pouvons identifier les zones prioritaires, évaluer l'impact réel et ne retirer que les engins qui nuisent encore à la vie marine. »

Théa Jacob,
Experte en espèces marines et pêche durable, WWF France



LUTTE CONTRE LES FILETS DE PÊCHE FANTÔMES

Les filets de pêche fantômes restent l'une des formes les plus dangereuses et persistantes de déchets plastiques. Les filets ou autres équipements de pêche perdus ou abandonnés continuent de piéger les espèces marines pendant des années, tout en se désagrégeant lentement en microplastiques. En Méditerranée, ils représentent une part importante des déchets marins et constituent l'une des menaces les plus urgentes et les moins visibles pour les écosystèmes.

En 2025, le travail du WWF France s'est focalisé sur : l'identification des zones les plus critiques, la prospection de vastes étendues de fonds marins à l'aide de sonars à balayage latéral, et la vérification des filets encore suffisamment impactant pour justifier leur retrait. Trois zones prioritaires ont été identifiées sur l'année : le Parc national des Calanques, le Parc naturel marin du golfe du Lion et la côte ouest de la Corse. Cette cartographie des zones prioritaires est cruciale, car elle permet d'orienter les missions d'écholocation vers les lieux où il y a le plus de chances d'identifier des engins fantômes nuisant aux fonds marins et à la faune.

Sur le plan opérationnel, l'année a permis d'obtenir des résultats comptant parmi les meilleurs à ce jour. Au Cap Corse, une mission d'une semaine en mars a permis de localiser 11 filets parmi les 20 filets prioritaires précédemment identifiés à des profondeurs allant de 70 à 100 mètres. Ils n'ont pas été retirés, car jugés trop anciens et ne présentant plus suffisamment de danger, mais la mission a permis de tester des procédures de récupération pour améliorer les futures missions réalisées par des véhicules sous-marins téléopérés (ROV). Dans le Parc national des Calanques, une mission de prospection en mai et juin a permis de scanner 1 094 hectares, d'identifier 86 filets perdus prioritaires et de vérifier 30 d'entre eux grâce à des ROV ou à des plongeurs. Parmi ceux-ci, 14 engins de pêche ont finalement été retirés.

Cet équilibre entre urgence et estimation de l'impact écologique est essentiel. L'approche du WWF France ne consiste pas à retirer systématiquement tous les filets, mais à évaluer ceux qui causent encore des dégâts et ceux qui se sont intégrés aux

écosystèmes marins. Il s'agit d'un modèle d'intervention plus raisonné, fondé sur la science, qui mêle détection, vérification et récupération sélective, plutôt qu'une élimination sans distinction de tous les filets fantômes.

À l'avenir, le WWF France prévoit de poursuivre ces travaux de vérification et de récupération dans les Calanques, et d'étendre les prospections dans le golfe du Lion.



Projet n°3

Le Blue Panda sillonne la Méditerranée, menant des missions qui permettent d'émettre des recommandations fondées sur des données scientifiques, afin de protéger la vie marine méditerranéenne, de sensibiliser le public et de réaliser des actions de lobbying auprès des états et des territoires.

« Le Blue Panda nous permet de réunir science, sensibilisation et défense des milieux marins. C'est une plateforme de recherche, mais aussi un moyen de rendre la protection des océans plus visible, auprès des décideurs, des communautés, des enfants et du grand public. »

- Grégory Rondeau,
Responsable du programme Blue Panda, WWF France



LE BLUE PANDA : RECHERCHE, SENSIBILISATION ET DÉFENSE DES OCÉANS

En 2025, le Blue Panda a continué de démontrer qu'un navire peut servir à la fois de plateforme scientifique et de sensibilisation auprès du grand public. En France, en Grèce et en Espagne, le programme allie recherche sur le terrain, défense des océans, éducation et communication, contribuant ainsi à rapprocher la protection marine des décideurs politiques, des communautés locales, des écoles, des médias et du grand public.

En mer, le Blue Panda a soutenu plusieurs missions de recherche importantes. Dans le Sanctuaire Pelagos, la mission Cap cétacés, d'une durée de trois semaines, a parcouru 1 252 kilomètres et identifié 87 baleines communes, générant de nouvelles données comportementales et testant de nouveaux protocoles scientifiques en collaboration avec le CNRS et d'autres partenaires de recherche. Cette mission a également permis de réaliser une première mondiale : le premier électrocardiogramme jamais enregistré sur une baleine en Méditerranée, ouvrant de nouvelles perspectives pour la compréhension de la physiologie des cétacés et des risques liés au trafic maritime. En Grèce, une autre mission de trois semaines dans la fosse hellénique a parcouru 870 milles marins, effectué 13 observations et étudié 20 baleines de Cuvier, contribuant ainsi à renforcer la protection de l'un des cétacés de haute mer les plus vulnérables de Méditerranée.

Le Blue Panda a également bénéficié d'une belle visibilité lors de la 3^e Conférence des Nations Unies sur l'Océan à Nice, en juin 2025, où il a été l'un des navires sélectionnés pour être présent dans le port. Au cours de la conférence, il a accueilli huit événements thématiques totalisant plus de 250 participants, reçu des élus et des délégations de parties prenantes, et servi de plateforme de communication et d'engagement auprès du public. La participation du WWF France à l'UNOC a généré 122 couvertures médiatiques, 35 interviews, 30 publications numériques et touché plus de 1,2 million de personnes.

Ailleurs en Méditerranée, le Blue Panda a soutenu des actions de conservation et de sensibilisation plus larges. En mer d'Alboran, sa troisième campagne scientifique sur l'ADN environnemental a effectué des relevés sur 14 stations d'échantillonnage et révélé la présence du requin-taureau, une espèce jusqu'alors considérée comme éteinte dans cette zone côtière de l'Espagne. En Catalogne, le navire a soutenu les travaux du WWF Espagne, dans le cadre du projet LIFE ECOREST, sur la restauration des habitats profonds, aidant à sensibiliser près de 500 personnes grâce à des activités éducatives. La campagne a également permis de réintroduire 45 spécimens de six espèces, récupérés dans des filets de pêche et conservés dans des aquariums installés dans des prud'homies de pêche partenaires, dans des zones de repeuplement.

Enfin, l'éducation scolaire est un pilier central du programme. À Marseille, deux semaines de visites scolaires, en mai et fin octobre, ont permis d'accueillir à bord 583 élèves de 27 classes de primaire pour des ateliers de sensibilisation. Le Blue Panda a également participé aux 3^e Rencontres internationales de l'éducation en plein air, soutenant l'action du WWF en faveur de l'éducation et des liens avec la nature, avec un événement organisé à bord pour des parlementaires et des élus locaux.

« Quand les enfants montent à bord du Blue Panda, l'océan devient pour eux une réalité. Apprendre la biodiversité marine en classe est une chose, mais monter sur un navire, rencontrer l'équipage et découvrir le travail sur le terrain créent des souvenirs bien différents. Parfois, c'est là qu'un lien avec la nature s'établit pour toute la vie. » - Grégory Rondeau, Responsable du programme Blue Panda, WWF France

En septembre 2025, le navire a également accueilli un groupe de membres du programme de fidélité ALL Accor pour une « Limitless Experience » exclusive, ajoutant une dimension grand public au programme et donnant vie au partenariat grâce à une immersion directe.

Ces réalisations illustrent toute la force du Blue Panda : ce n'est pas uniquement un navire de recherche, mais également une plateforme itinérante, créatrice de lien, associant science, puissance narrative, conservation, sensibilisation du public et travail de terrain à l'élan collectif nécessaire à la protection de la Méditerranée.



Projet n°4

La protection des tortues marines de l'Atlantique ouest : renforcer la coopération régionale sur les techniques de pêche durable et lutter contre la pêche illégale. Mobiliser la société civile contre la pêche non déclarée et non réglementée contribuera à protéger les tortues marines.

« L'UNOC a été un moment décisif, car il a réuni des représentants de la société civile, de jeunes ambassadeurs, des pêcheurs et des communautés côtières du bouclier guyanais. Cela a permis de positionner le projet à l'échelle internationale, tout en offrant une tribune aux intervenants locaux, qui ont pu s'exprimer sur la protection des tortues marines. »

- Marie Trémolet,
Chargée de coopération régionale,
WWF France en Guyane française



PROTÉGER LES TORTUES MARINES : DES DONNÉES À L'ACTION

Dans l'Atlantique ouest, le programme du WWF France dédié aux tortues marines s'articule autant autour des communautés locales qu'autour des espèces à protéger. Il se focalise sur une région où les tortues luth, vertes et olivâtres subissent des pressions grandissantes, notamment en raison de la pêche illégale, non déclarée et non réglementée, qui s'étend du Brésil à la Guyane. Protéger ces tortues ne se limite pas à surveiller les lieux de ponte, mais implique également de renforcer les moyens locaux, la sensibilisation des populations et la coopération transfrontalière sur l'ensemble du bouclier guyanais.

Le projet a bouclé sa première année d'actions depuis la conclusion de l'accord de financement fin 2024. La majorité du travail a consisté à poser les bases d'un changement durable. Une étape majeure a été franchie en juin, lorsque le projet a été officiellement signé lors de l'UNOC à Nice, en présence du WWF France, de l'Agence française de développement, des autorités publiques et de représentants des communautés côtières des Guyanes. Cet événement a marqué le lancement public du programme et a permis de l'inscrire au sein d'une coalition régionale plus large pour la protection des tortues marines.

L'un des succès majeurs du projet a été la mise en place du programme « Jeunes ambassadeurs ». 14 ambassadeurs ont ainsi été recrutés en Guyane française et au Guyana (sept dans chaque pays), après appel à candidatures et entretiens, puis formés pendant quatre jours aux espèces marines emblématiques et aux enjeux de communication et de sensibilisation, avec un accompagnement personnalisé. Leur participation à Nice a marqué une première étape vers la création d'un réseau de jeunes intervenants régionaux capables d'informer la société civile et les décideurs sur la protection des tortues marines. Le recrutement au Suriname devrait intervenir prochainement, en parallèle au développement de stratégies de communication nationales et de formations supplémentaires.

La mobilisation des communautés locales a également progressé sur l'année. Sept sorties nature ont été organisées en Guyane française, principalement sur l'île de Cayenne et dans l'ouest de la Guyane, dans la réserve naturelle de l'Amana, touchant au total plus de 100 personnes. Trois espaces éducatifs ont été aménagés autour des lieux de ponte des tortues (deux sur l'île de Cayenne et un à Awala-Yalimapo) tandis qu'un programme de science participative sur les espèces marines emblématiques a été développé au Suriname pour impliquer les écoliers et les communautés locales dans le suivi de la biodiversité, notamment pour les lamantins et les dauphins de Guyane.

En janvier 2025, 15 éco-guides de l'ouest de la Guyane française ont été formés pour accompagner l'écotourisme associé aux tortues marines à Kourou. Un échange régional a également réuni 10 représentants de la pêche du plateau des Guyanes pour discuter des techniques de pêche durable, tandis qu'un réseau régional plus large, regroupant des communautés côtières, des pêcheurs et de jeunes ambassadeurs de la conservation marine, a été officiellement créé.

« Ce projet ne se limite pas à la protection des tortues marines en danger, il vise aussi à renforcer les populations et les communautés qui vivent à leurs côtés. En formant de jeunes ambassadeurs, des pêcheurs et des éco guides, nous contribuons à développer les moyens locaux, à renforcer la prise de conscience et à favoriser l'émergence d'emplois durables autour de la conservation des tortues. » - Marie Trémolet, Chargée de coopération régionale, WWF France en Guyane française

Tout cela confère au programme un rôle spécifique au sein du partenariat Novotel x WWF. Un rappel que la conservation marine ne dépend pas seulement de la science, mais aussi des énergies locales et de l'appropriation de cet enjeu par les communautés. Le projet devrait continuer à s'étendre en 2026, avec le recrutement de jeunes ambassadeurs au Suriname, des expéditions en mer, et de nouvelles actions dans l'État de Bahia (Brésil), notamment avec la formation de 40 pêcheuses à la préservation des tortues et à l'écotourisme.



Jeunes Ambassadeurs à l'UNOC | Image : WWF France



Image : Tom Vierus

Projet n°5

Le programme « Corridors bleus » pour les tortues agit à l'échelle mondiale. C'est un enjeu majeur, car cinq des sept espèces de tortues marines dans le monde restent menacées d'extinction.

« Les « Corridors bleus » pour les tortues permettent de relier les chaînons manquants. Pour la première fois, nous recoupons à l'échelle mondiale les données de déplacement et les données génétiques pour identifier les zones des océans les plus importantes pour les tortues marines, tout au long de leur cycle de vie. »

**- Christine Madden,
Responsable mondiale de la conservation des tortues marines,
WWF – Programme Triangle de corail**



DES « CORRIDORS BLEUS » POUR LES TORTUES

Alors que le programme Atlantique ouest s'ancre au plus près des communautés locales, le programme « Corridors bleus » pour les tortues agit à l'échelle mondiale. Leur objectif est de répondre aux questions les plus importantes en matière de conservation marine : où vont les tortues une fois qu'elles quittent les lieux de ponte, et quelles zones des océans sont les plus nécessaires à leur cycle de vie et doivent donc être protégées ?

C'est un enjeu majeur, car cinq des sept espèces de tortues marines dans le monde restent menacées d'extinction. Les tortues marines sont de puissants indicateurs de la santé des océans : très migratoires, intimement liées aux écosystèmes côtiers et marins, et vulnérables face aux nombreuses pressions qui touchent les océans : prises accidentelles, commerce illégal, destruction des habitats, pollution, trafic maritime et changement climatique. Les protéger, c'est protéger des plages, des itinéraires migratoires, des zones d'alimentation et des habitats marins dont de nombreuses autres espèces dépendent également.

Le projet « Corridors bleus » pour les tortues vise à compiler et recouper les données sur les sept espèces de tortues marines, en utilisant le suivi par satellite et des outils de traçabilité comme ShellBank pour cartographier leurs déplacements entre les lieux de ponte, leurs routes migratoires et leurs zones d'alimentation.

2025 a été une année majeure pour cette initiative. Lors de l'UNOC de Nice, le WWF a publié le premier rapport sur les Corridors bleus pour les tortues, et l'a présenté lors d'un événement organisé à bord du Blue Panda. Au cours de cette même année, le projet a été mis en avant lors de 14 événements à travers le monde, mobilisant des spécialistes des tortues marines et des décideurs politiques de Saint-Christophe-et-Niévès, d'Accra, de Nice, de Jakarta, des Îles Salomon, de Mombasa, d'Abou Dabi, de Suva et de Brisbane.

L'une des réalisations les plus importantes du projet a été la formalisation d'un partenariat avec la Convention sur la conservation des espèces migratrices (CMS), qui contribuera à faire avancer l'identification des Zones importantes pour les

tortues marines (ZITM). En parallèle, le WWF a lancé deux appels à contribution de données en 2025, qui ont permis de collecter plus de 50 nouveaux jeux de données de suivi par satellite, fournis par des auteurs d'articles scientifiques et organismes couvrant plusieurs régions. L'équipe a également contacté individuellement plus de 350 propriétaires de données au cours de l'année.

Cette collecte de données est cruciale, car la conservation des tortues a longtemps été limitée par la fragmentation des informations. La plupart des efforts se sont concentrés sur les lieux de ponte, alors que les tortues passent l'essentiel de leur vie dans des habitats océaniques plus difficiles à surveiller et souvent sous-protégés. Le programme Corridors bleus vise à combler cette lacune en créant une synthèse mondiale des déplacements et de la connexion entre les sites, en identifiant les populations les plus menacées, et en soutenant, à terme, la délimitation des ZITM grâce à des ateliers régionaux réunissant experts locaux et détenteurs de données.

L'ampleur de l'initiative est déjà visible sur la carte de télémétrie du projet. En novembre 2025, des données satellitaires ont été rassemblées dans le monde entier, bien au-delà de la zone Asie-Pacifique initialement couverte par le programme. A ce stade, le critère principal n'est pas l'abondance ou non des espèces, mais leur répartition : le projet a déjà sécurisé des informations de suivi couvrant plusieurs régions et juridictions, posant les bases d'une compréhension mondiale bien plus complète des déplacements des tortues.

En 2026, le travail évoluera de la collecte des données à leur synthèse et à leur classification. Le WWF prévoit de poursuivre le catalogage et le nettoyage des données, d'attribuer des stocks génétiques lorsque cela est possible grâce à ShellBank, de publier un article de recherche sur la justification des Zones importantes pour les tortues marines, et d'organiser le premier atelier ZITM avec la communauté scientifique de conservation des tortues marines. Ce travail de collecte de données est long, mais c'est précisément cet effort de renforcement des connaissances qui permettra de rendre leur protection plus précise, plus cohérente et plus efficace à l'avenir



Une tortue verte et deux bébés tortues imbriquées rejoignant l'océan | Image : Christine Hof / WWF Australia



Une tortue verte nageant au-dessus d'un récif corallien | Image : Shutterstock / Kjersti Joergensen / WWF



Novotel x WWF

Élargir notre impact dans le monde



ÉTENDRE LA PROTECTION DES OCÉANS À L'AUSTRALIE

En 2026, le partenariat entre Novotel et le WWF s'est étendu aux eaux australiennes grâce à un projet de protection des baleines, mené avec le WWF Australie. Entourée d'écosystèmes marins comptant parmi les plus riches en biodiversité au monde, l'Australie constitue une zone majeure pour plusieurs espèces de baleines migratoires. Le projet s'attachera à cartographier les déplacements des baleines à travers leurs habitats les plus essentiels, à identifier leurs routes migratoires et à comprendre comment ces « Corridors bleus » sont soumis à des pressions croissantes, comme le trafic maritime, le bruit sous-marin ou la pollution par les plastiques. En renforçant la compréhension scientifique des migrations de baleines dans la région, le projet permettra de mieux protéger les océans et d'orienter l'aménagement des espaces maritimes.

LUTTER CONTRE LES FILETS FANTÔMES EN MER BALTIQUE

En juin 2026, Novotel étend son partenariat avec le WWF en devenant partenaire et co-financeur d'un nouveau projet avec le WWF Pologne pour s'attaquer aux filets de pêche fantômes en mer Baltique.

Cette initiative ciblera l'un des défis majeurs de la région : les filets de pêche abandonnés, qui continuent, longtemps après avoir été perdus, de piéger la vie marine et de se dégrader en microplastiques. Le projet débutera par l'identification et la cartographie des filets fantômes à l'aide de technologies d'écholocation avancées, permettant de mieux comprendre l'ampleur et la répartition du problème le long des côtes polonaises. À plus long terme, il permettra de soutenir le développement d'un modèle local pour la récupération, le tri et le recyclage des matériaux récupérés, sachant que les solutions doivent être adaptées aux conditions régionales pour être efficaces. Si les premières phases privilégieront la collecte de données et leur évaluation, l'ambition est, à terme, le retrait à grande échelle et la valorisation des déchets, contribuant ainsi à des environnements marins plus propres et à des pratiques de pêche plus durables en mer Baltique.



03. Conclusion

Deux ans d'engagement : créer un impact durable pour nos océans

Deux ans après le lancement de son engagement en faveur des océans et de son partenariat avec le WWF, Novotel impulse un changement de paradigme à l'échelle mondiale, invitant à l'action et contribuant activement à la santé et à la pérennité des océans, ainsi qu'au bien-être des communautés qui en dépendent.

Les hôtels sont aujourd'hui plus conscients que jamais de leur impact et agissent de manière concrète pour le limiter : réduction des déchets plastiques, adoption de pratiques plus responsables... Les menus évoluent également, avec une offre plus végétale et l'adoption de principes plus stricts en matière d'approvisionnement en produits de la mer. Les formations touchent davantage d'équipes, tandis que le Mois mondial de l'océan et les nouveaux jeux éducatifs familiaux placent cette cause au cœur de l'expérience client, de manière accessible et concrète.

Le soutien de Novotel à la préservation des océans s'est élargi et mondialisé, aidant le WWF à faire progresser des actions transformatrices dans des domaines majeurs : préservation des herbiers de Posidonie, lutte contre les filets fantômes, et protection des espèces marines menacées. En mêlant expertise mondiale et communautés locales, ces initiatives reconnaissent que préserver la santé et la longévité des océans ne dépend pas seulement de la protection des espèces et des habitats, mais aussi du soutien apporté aux populations riveraines.

Il reste encore du chemin à parcourir, et ce n'est que sur le long terme que certains des impacts environnementaux les plus bénéfiques se feront ressentir. Certains projets régionaux, notamment ceux liés à la traçabilité des produits de la mer, gagneront à être étoffés. Mais la direction est claire : le partenariat entre Novotel et le WWF ne repose pas sur des actions ponctuelles. Il est pensé pour imprimer un changement durable et systémique en faveur de l'avenir des océans.

Mot de clôture

S'engager, c'est facile, changer l'est beaucoup moins.

L'océan couvre plus de 70 % de notre planète. Il régule le climat, favorise la vie à sa surface comme dans ses profondeurs, et fait vivre les populations aux quatre coins du monde. Mais il ne peut pas se défendre lui-même. Novotel peut agir, et en est fier.

Ce qui au départ était un engagement est depuis devenu une culture, mesurée non seulement au regard de pourcentages ou de politiques, mais dans les choix quotidiens des propriétaires, partenaires, chefs, Heartists et clients de nos plus de 600 hôtels à travers le monde. Derrière chaque chiffre se cache un changement d'habitude, une contribution à la conservation marine, et une personne de plus convaincue que l'océan mérite qu'on se batte pour lui.

Cette deuxième année a prouvé qu'une marque hôtelière, agissant avec détermination et aux côtés des bons partenaires, peut faire bouger les lignes. Les fondations sont posées. La troisième année de ce partenariat sera encore plus audacieuse et exigeante : des engagements d'approvisionnement plus ambitieux, plus d'hôtels écocertifiés, tous les chefs formés, plus de clients sensibilisés.

La santé des océans n'est pas une préoccupation lointaine. C'est une urgence. L'ambition de Novotel reste claire, mobiliser l'envergure de son réseau mondial pour qu'il ne soit pas un fardeau pour l'océan, mais une force qui agit en sa faveur.

Ce rapport arrive à son terme, mais notre engagement se poursuit. La vague du changement monte en puissance, chez Novotel, dans l'industrie hôtelière, au sein des communautés – pour l'océan.

« L'océan ne s'est pas dégradé en un jour, et ce n'est pas en un jour qu'il sera restauré. Mais Novotel enregistre des avancées importantes et perfectionne au quotidien ses actions. Lorsqu'on s'améliore de 1 % chaque jour dans plus de 600 hôtels, aux côtés de milliers de Heartists et de millions de clients, c'est une force collective au service de l'océan qui est en marche. Telle est la contribution de Novotel : une vague de changement, sur le long terme. »

- Jean-Yves Minet, Directeur général Novotel



NO
VO
TEL



SCAN TO
LEARN MORE...