



**WWF ROMÂNIA**

# **RAPORT DESPRE PARTENERIATELE CU SECTORUL DE AFACERI**

**PREZENTARE GENERALĂ A PARTENERIATELOR WWF-ROMÂNIA  
CU MEDIUL PRIVAT**

**ANUL FISCAL 2018 (IULIE 2017 - IUNIE 2018)**

**Pentru mai multe informații privind parteneriatele  
WWF-România** cu sectorul de afaceri vă rugăm să ne contactați:

Mădălina Hrițuleac ([mhrituleac@wwf.ro](mailto:mhrituleac@wwf.ro))  
**Coordonator Parteneriate Corporate**

Fondată în 1961, WWF este cea mai mare organizație internațională independentă care derulează proiecte pentru conservarea naturii. WWF are aproximativ 5 milioane de susținători în toată lumea și o rețea activă în peste 100 de țări. Misiunea WWF la nivel global este aceea de a stopa degradarea mediului și de a construi un viitor în care oamenii trăiesc în armonie cu natura, prin conservarea diversității biologice la nivel mondial, utilizarea rațională a resurselor naturale regenerabile și reducerea poluării și a consumului irațional.

Publicat în Aprilie 2018 de WWF – World Wide Fund For Nature - Asociația WWF Programul Dunăre-Carpați, România. Reproducerea integrală sau parțială a conținutului acestui material este permisă numai cu menționarea titlului și indicarea sursei.

© Text 2018 WWF-România

Toate drepturile sunt rezervate.

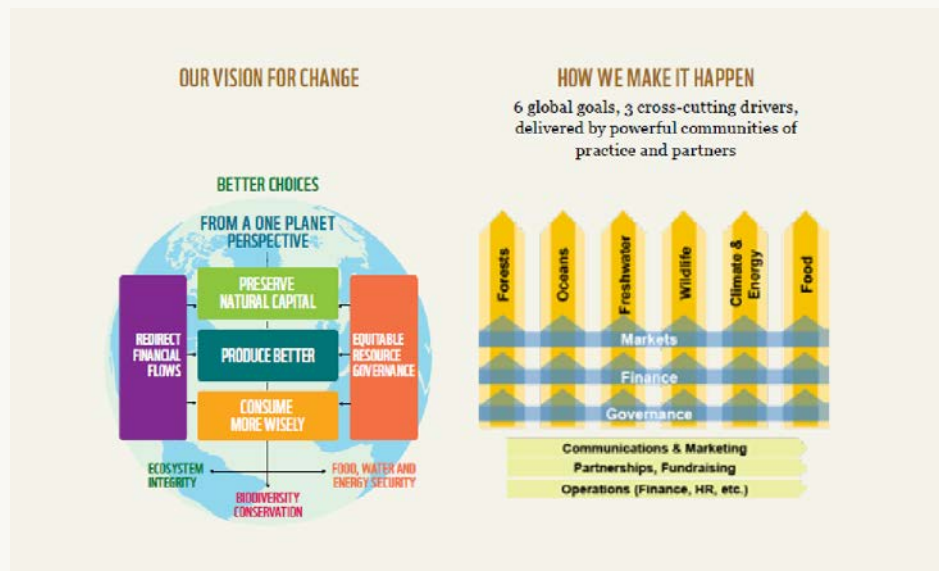
## ACȚIONĂM ÎMPREUNĂ

Trebuie sa acționăm acum. WWF a implementat o strategie globală de conservare care reflectă modul în care lumea se schimbă și care răspunde provocărilor actuale legate de mediul înconjurător și ne ajută să simplificăm, să ne unim și să ne concentrăm eforturile pentru un impact mai mare.

WWF va continua să lucreze pe plan local în eco-regiuni de o importanță crucială din întreaga lume, dar va pune accentul pe șase obiective globale: specii, păduri, oceane, ape dulci, climă, hrană și trei factori-cheie în degradarea mediului - piețe, finanțe și guvernanta. Am creat comunități globale care activează pentru fiecare obiectiv enunțat și care sunt formate din specialiști WWF și parteneri-cheie externi. Astfel vom încuraja o colaborare mai strânsă pentru a genera idei noi, unind eforturile celor implicați, iar împreună vom face ca obiectivele noastre ambițioase să devină realitate.

Știm că o singură organizație nu poate face schimbările necesare. Din acest motiv, munca pentru obiectivele WWF include parteneriate cu instituții și corporații, atât locale, cât și globale. Schimbările pe care dorim să le vedem în lume nu pot avea loc decât prin eforturile mai multor actori-cheie: comunități locale și corporații naționale și multinaționale, guverne și ONG-uri, instituții financiare și agenții de dezvoltare, consumatori și cercetători.

Nu a existat niciodată un sentiment mai puternic de urgență pentru acțiune ca acum. În WWF definim noi modalități de a lucra împreună, pentru a face diferența la o scară care contează. Știm că trebuie să redefinim relația omului cu planeta. Și împreună credem cu pasiune că putem.



## WWF ȘI SECTORUL PRIVAT

Misiunea WWF este de a opri degradarea mediului și de a construi un viitor în care oamenii trăiesc în armonie cu natura. După cum demonstrează și [Raportul Planeta Vie](#) din 2016, provocările cu care se confruntă astăzi mediul înconjurător sunt prea mari, prea interconectate și prea urgente pentru ca doar o organizație să le rezolve singură. Prin urmare, WWF caută să lucreze cu cei care au cel mai mare potențial de a reduce amenințările cele mai grave la diversitatea vieții de pe Pământ și de a găsi împreună soluții la provocările legate de conservare, cum ar fi despăduririle, pescuitul excesiv, deficitul de apă și schimbările climatice. Sectorul de afaceri conduce o mare parte din economia globală, deci considerăm că întreprinderile au, de asemenea, o mare parte din responsabilitate pentru a se asigura că resursele naturale și ecosistemele care stau la baza afacerilor lor sunt utilizate în mod durabil. Companiile sunt, de asemenea, pregătite să se adapteze rapid și să contribuie la găsirea de soluții inovatoare necesare pentru a realiza schimbarea. Prin colaborarea cu sectorul privat, WWF își propune să schimbe comportamente și să aducă rezultate privind conservarea și protejarea naturii, care altfel nu ar fi posibile.

Mai exact, prin colaborarea noastră cu sectorul de afaceri ne dorim să realizăm aceste lucruri prin:

- promovarea unei producții mai bune și al unui lanț de aprovizionare responsabil a materiilor prime care, în caz contrar, conduc la despăduriri sau la utilizarea nesustenabilă a apei;
- încurajarea trecerii de la combustibili fosili la energie regenerabilă 100%;
- implicarea împreună pe teme de politici publice;
- sprijinirea distribuirii echitabile a resurselor naturale;
- redirecționarea fluxurilor financiare pentru a sprijini conservarea și gestionarea durabilă a ecosistemelor;
- sensibilizarea consumatorilor cu privire la nevoia de consum mai înțelept;
- protejarea unora dintre cele mai importante locuri din punct de vedere ecologic din lume.

Facem acest lucru într-o varietate de moduri, inclusiv prin încurajarea unor reglementări care să oprească activitățile ilegale și nesustenabile, încurajând companiile și platformele specifice precum [UN Global Compact](#), [Science Based Targets](#), [the Consumer Goods Forum](#) să-și asume angajamente ambițioase (și să se angajeze în discuții privind politici publice la nivel mondial și local și să sprijine scheme de certificare credibile (de exemplu, [Forest Stewardship Council \(FSC\)](#), [Marine Stewardship Council \(MSC\)](#), [Aquaculture Stewardship Council \(ASC\)](#), [Roundtable on Sustainable Palm Oil \(RSPO\)](#), [Roundtable on Responsible Soy \(RTRS\)](#))).

De asemenea publicăm analize privind performanța unei companii sau a unui sector sau materie primă (de exemplu, [Raportul scorecard despre ulei de palmier](#), [despre soia](#) sau [Clasamentul global despre bumbac din surse sustenabile](#)), realizăm acțiuni de mobilizare a presiunii publicului larg prin campanii legate de activitățile de afaceri (cum sunt: [Seize Your Power](#) - pentru promovarea utilizării de resurse energetice regenerabile, [Virunga](#), [Revitalizarea echilibrului în oceane](#)), precum și lucrul în parteneriat cu companii individuale.

Acest raport oferă o prezentare generală a parteneriatelor WWF-România cu sectorul de afaceri.

## PARTENERIATELE WWF CU COMPANIILE

Colaborarea noastră cu partenerii se bazează pe o înțelegere comună a problemelor, astfel încât și generarea soluțiilor să se bazeze pe o viziune împărtășită de ambele părți. În general, distingem trei tipuri de parteneriate cu companiile, bazate pe:

1. Promovarea practicilor de afaceri durabile și fără impact negativ asupra naturii;
2. Comunicare și sensibilizarea opiniei publice;
3. Filantropie/Strângere de fonduri pentru proiectele de conservare a naturii.

### **1. Promovarea practicilor de afaceri durabile și fără impact negativ asupra naturii;**

Parteneriatele noastre urmăresc să obțină rezultate directe de conservare în probleme cheie sau în locuri prioritare, prin schimbarea practicilor în cadrul operațiunilor și al lanțului valoric al unei companii-partener. Prin aceste parteneriate, WWF intenționează să reducă impactul major asupra mediului al unora dintre cele mai mari companii din lume, să obțină rezultate de conservare care altfel nu ar fi posibile și să influențeze sectoarele și piețele asociate.

### **2. Comunicarea și sensibilizarea publicului**

Cel de-al doilea tip de parteneriat al WWF cu sectorul de privat își propune creșterea gradului de conștientizare a principalelor probleme de mediu și mobilizarea consumatorilor prin comunicări și campanii (inclusiv campanii de marketing). Aceste parteneriate urmăresc, de asemenea, să evidențieze frumusețea și unicitatea locurilor și a speciilor prioritare promovate de WWF. Această abordare include, de exemplu, acțiunile destinate consumatorilor pentru a încuraja achiziționarea de produse durabile, cum ar fi pește certificat MSC sau comunicarea rezultatelor unor campanii realizate de companii care încurajează acțiuni în favoarea unor locuri amenințate, cum ar fi Arctica sau specii amenințate, cum sunt râsul sau tigrul.

### **3. Filantropie/Strângere de fonduri pentru proiectele de conservare a naturii**

A treia abordare privind parteneriatele cu sectorul privat are la bază programe specifice pentru finanțarea proiectelor de conservare derulate de WWF. Relațiile filantropice cu companiile generează resurse financiare pentru conservarea locurilor și speciilor amenințate sau pe cale de dispariție.

Partenerii WWF la nivel filantropic întreprind, de asemenea, acțiuni substanțiale pentru a-și îmbunătăți practicile de afaceri, astfel încât să nu aibă un impact negativ asupra mediului.

După cum arată acest raport, multe parteneriate cu companiile se bazează pe o combinație a acestor abordări.

WWF lucrează cu sectorul privat pentru a-și atinge obiectivele de conservare. Parteneriatele WWF cu companiile implică angajarea într-un dialog constructiv pentru a identifica soluții pentru problemele ambelor părți. Ca atare, acestea implică oportunități și riscuri atât pentru WWF, cât și pentru parteneri. La WWF, gestionăm riscurile prin adoptarea unor valori și criterii clare, inclusiv un proces riguros de verificare a potențialilor parteneri. În toate relațiile, menținem și exercităm dreptul de exprimare publică a opiniilor noastre .

## TRANSPARENȚĂ ȘI RESPONSABILITATE

Rezultatele și impactul, atât calitativ cât și cantitativ, sunt esențiale pentru noi. Susținem transparența acțiunilor tuturor părților implicate, fiind un pas important către sustenabilitate. Considerăm că responsabilitatea pentru rezultate și transparența față de susținătorii și membrii noștri ghidează abordarea WWF de a lucra într-o manieră constructivă și cooperantă cu toți partenerii, inclusiv cu sectorul de afaceri.

Ne dorim ca toate parteneriatele noastre cu companiile să aducă cel mai mare impact posibil, cu scopul de a crea rezultate durabile la scară mare. Prin urmare, am început un proces de evaluare aprofundată și sistematică a obiectivelor și a rezultatelor pe care le realizăm în activitatea noastră cu sectorul privat și în special prin parteneriatele noastre bilaterale.

Toate birourile WWF se angajează să continue să raporteze în mod public despre toate relațiile organizației noastre, despre intenția, obiectivele și impactul acestora, proces din care face parte și acest raport.

## RAPORTUL PRIVIND RELAȚIILE WWF-ROMÂNIA CU SECTORUL PRIVAT

Scopul acestui raport este de a oferi o imagine de ansamblu a parteneriatelor pe care WWF-România le are cu companiile din sectorul de afaceri. Fondurile obținute prin parteneriate corporative sunt de obicei folosite de WWF pentru:

- a colabora cu compania în vederea reducerii impactului și a amprentei acesteia asupra naturii și pentru a contribui la schimbarea sectoarelor și piețelor spre durabilitate, în conformitate cu strategia globală de conservare a WWF;
- a sensibiliza opinia publică cu privire la provocările esențiale de conservare;
- a sprijini direct proiecte de conservare derulate de WWF.

În anul financiar 2018, venitul total din parteneriatele cu companiile a reprezentat 27 % din totalul veniturilor WWF-România.

## DESCRIERE PARTENERIATE CU SECTORUL DE AFACERI (PARTEA 1)

Lista de mai jos este o prezentare generală a parteneriatelor cu companiile pe care WWF România le-a avut în anul financiar 2018, cu contribuții mai mari de 112 500 RON (aproximativ 25 000 EUR).

**IKEA și WWF** lucrează împreună din 2002 pentru a proteja și gestiona resursele naturale prețioase și pentru a transforma sectorul de afaceri în beneficiul oamenilor și al planetei.

Parteneriatul se derulează în 13 țări și are ca teme principale gestionarea responsabilă a pădurilor, a bumbacului și a resurselor de apă.

În România, parteneriatul a început încă din 2002 pentru a contribui la managementul forestier responsabil. În prezent se concentrează pe trei domenii principale de intervenție: în primul rând, catalizează îmbunătățirea cadrului juridic și mecanismele voluntare, cum ar fi dezvoltarea standardelor naționale FSC. În al doilea rând, dezvoltarea capacității administratorilor de pădure, a factorilor de decizie și a părților interesate-cheie să-și consolideze rolul în implementarea unui management forestier responsabil. Și, în final, încurajarea unor politici de achiziții adecvate pentru dezvoltarea durabilă în eco-regiunea Dunăre-Carpați.

**WWF și The Coca-Cola Company (TCCC)** lucrează împreună din 2007 în cadrul unui parteneriat transformațional, cu scopul de a conserva și proteja resursele globale de apă dulce. Împreună, WWF și TCCC adresează provocările privind resursele naturale de apă dulce, prin îmbunătățirea măsurabilă a performanțelor de mediu în lanțul de aprovizionare al companiei, prin integrarea valorii naturii în procesele de luare a deciziilor și prin convocarea partenerilor influenți pentru a rezolva provocările globale de mediu.

În România, parteneriatul face parte din proiectul regional ce se desfășoară în șase țări: Austria, Ungaria, Croația, Serbia, România și Bulgaria. Ținta proiectului este refacerea unor zone umede și lunci inundabile din lungul Dunării și al afluenților săi. Bugetul investit de TCCC pentru păstrarea zonelor umede și a luncii Dunării este de 4.4 milioane de dolari, pentru o perioadă de șapte ani, până în 2020.

CORPORATE ID CARD

Nume companie:

**IKEA**

Sector:

**Retail; Mobilier și accesorii**

Tip de parteneriat:

**Global; Promovarea practicilor sustenabile**

Tema de conservare:

**Păduri**

Buget FY17 (EUR):

**100-250 000 EUR**

CORPORATE ID CARD

Nume companie:

**The Coca Cola Company**

Sector:

**Băuturi (beverages)**

Tip de parteneriat:

**Global; Promovarea practicilor sustenabile; Filantropie**

Tema de conservare:

**Ape dulci**

Buget FY17 (EUR):

**100-250 000**

Parteneriatul început în 2016 are pădurile ca focus de conservare. **Brico Depôt** își propune ca operațiunile din România să contribuie la îndeplinirea obiectivului de sustenabilitate al Grupului Kingfisher, Net positive. Aceasta înseamnă să inoveze produsele și serviciile companiei, pentru a permite clienților să aibă case mai durabile; să transforme modul de a face afaceri astfel încât să nu afecteze mediul natural și să contribuie pozitiv la comunitățile în care operează.

În România, Brico Depôt și-a asumat măsuri privind achiziția responsabilă a lemnului în vederea comercializării, printre care desemnarea zonelor de unde nu va achiziționa lemn și o creștere cu 10% a produselor certificate FSC, cu lemn achiziționat din România, pe rafturile magazinelor. Mai mult, Brico Depôt își dorește ca pe termen lung să ajungă la 100% produse vândute din lemn certificat.

Tot în cadrul parteneriatului, WWF va dezvolta platforma publică lemncontrolat.ro ce cuprinde informații esențiale pentru principalilor factori interesați, ca instrument pentru promovarea unui management forestier responsabil în România.

Din 1998, cu sprijinul **WWF Franța, Carrefour** și-a asumat reducerea impactului afacerii asupra mediului, în mod special prin modul de utilizare a resurselor naturale în produsele pentru consumatori. Promovarea unui consum și stil de viață responsabil este al doilea pilon important al parteneriatului.

În România, Carrefour și WWF au început în 2017 un parteneriat cu durata de trei ani, cu scopul de a proteja pădurile virgine din România precum și de a promova consumul responsabil și un stil de viață durabil în rândul clienților, angajaților și furnizorilor Carrefour în România.

## CORPORATE ID CARD

Nume companie:

**Brico Depôt România**

Sector:

**Retail; Bricolaj și amenajări interioare**

Tip de parteneriat:

**Național; Promovarea practicilor sustenabile**

Tema de conservare:

**Păduri**

Buget FY17 (EUR):

**50-100 000**

## CORPORATE ID CARD

Nume companie:

**Carrefour România**

Sector:

**Retail**

Tip de parteneriat:

**Național; Promovarea practicilor sustenabile; Comunicare și sensibilizarea publicului; Filantropie**

Tema de conservare:

**Păduri**

Buget FY17 (EUR):

**50 000**



De peste 20 de ani **Garanti Bank** este principalul susținător al WWF Turcia. Datorită sprijinului său pe termen lung, Garanti a adus o contribuție majoră la conservarea resurselor naturale ale Turciei. În 2012, Garanti Bank s-a alăturat programului Green Office al WWF cu scopul de a asigura o creștere a eficienței energetice la sediul central din Istanbul și de a fi proactivă în lupta împotriva schimbărilor climatice.

În România, parteneriatul cu Garanti a început în 2010, cu lansarea WWF Bonus Card, primul card de credit din România care susține o organizație de mediu. La fiecare plată efectuată de deținătorul de WWF Bonus Card, banca donează 0,3% din valoarea tranzacției către proiectele WWF de conservare a naturii sălbatice din Carpați, de-a lungul Dunării și în Delta.

CORPORATE ID CARD

Nume companie:

**Garanti Bank România**

Sector:

**Financiar**

Tip de parteneriat:

**Național; Comunicare și sensibilizarea publicului; Filantropie**

Tema de conservare:

**General (Păduri; Ape dulci; Specii)**

Buget FY17 (EUR):

**25-50 000**

Unul dintre obiectivele parteneriatului WWF – **Apple** este creșterea capacității principalilor stakeholderi de la nivel național (administratorii pădurilor, autoritățile locale, ONG-urile) de a-și juca în mod activ rolul în identificarea, desemnarea și includerea zonelor cuprinzând păduri virgine în Catalogul Național. Trainingurile organizate de WWF-Romania cu sprijinul Apple oferă informații complete pentru o înțelegere și punere în aplicare corectă a noilor dispoziții legale, a criteriilor de identificare a pădurilor virgine și a etapelor de identificare și desemnare. Acest proiect demonstrează rolul dinamic pe care îl pot juca companiile în protejarea pădurilor și a naturii, în general.

CORPORATE ID CARD

Nume companie:

**Apple**

Sector:

**ITC**

Tip de parteneriat:

**Global, Promovarea practicilor sustenabile**

Tema de conservare:

**General (Păduri)**

Buget FY17 (EUR):

**25-50 000**

## DESCRIERE PARTENERIATE CU SECTORUL DE AFACERI (PARTEA A 2-A)

Lista de mai jos enumeră parteneriatele cu companiile pe care WWF România le-a avut în anul financiar 2017, cu contribuții mai mici de 112 500 RON (aproximativ 25 000 EUR).

### Sponsori cu sume între 22 500 – 112 500 RON (aproximativ 5 – 25 000 EUR)

Lagardere Travel Retail

Lidl

Syncro Soft

Ursus Breweries

### Sponsorizări sub 22 500 lei (aproximativ 5000 EUR)

Bloc o8 Ared

Nexus Electronics

Plastics Bavaria

Telekom

# REȚEAUA WWF

---

## WWF Offices\*

Armenia	Hong Kong	Spain
Australia	Hungary	Suriname
Austria	India	Sweden
Azerbaijan	Indonesia	Switzerland
Belgium	Italy	Tanzania
Belize	Japan	Thailand
Bhutan	Kenya	Tunisia
Bolivia	Korea	Turkey
Brazil	Laos	Uganda
Bulgaria	Madagascar	United Arab Emirates
Cambodia	Malaysia	United Kingdom
Cameroon	Mexico	United States of America
Canada	Mongolia	Vietnam
Central African Republic	Mozambique	Zambia
Chile	Myanmar	Zimbabwe
China	Namibia	
Colombia	Nepal	<b>WWF Associates*</b>
Croatia	Netherlands	Fundación Vida Silvestre (Argentina)
Democratic Republic of Congo	New Zealand	Pasaules Dabas Fonds (Latvia)
Denmark	Norway	Nigerian Conservation Foundation (Nigeria)
Ecuador	Pakistan	
Fiji	Panama	
Finland	Papua New Guinea	
France	Paraguay	*Din octombrie 2017
French Guyana	Peru	
Gabon	Philippines	
Georgia	Poland	
Germany	Romania	
Greece	Russia	
Guatemala	Singapore	
Guyana	Solomon Islands	
Honduras	South Africa	

# WWF ÎN CIFRE

## 1961

WWF a fost fondat în 1961

## +100

WWF își desfășoară activitatea în peste 100 de țări de pe 5 continente



## +5

WWF are peste 5 milioane de susținători

## +5.000

WWF are peste 5.000 de angajați în toată lumea



### De ce existăm

Pentru a stopa degradarea mediului înconjurător și pentru a construi un viitor în care oamenii trăiesc în armonie cu natura.

[www.wwf.ro](http://www.wwf.ro)  
[www.facebook.com/WWFRomania](https://www.facebook.com/WWFRomania)

### WWF- România

Afi Tech Park 1, etaj 3, Blvd. Tudor Vladimirescu, 29, sector 5, cod postal 050881, București, România

Tel: 021 317 49 96

Fax: 021 317 49 97

Email: [office@wwfdep.ro](mailto:office@wwfdep.ro)

© 1986 simbolul Panda WWF- World Wide Fund for Nature, WWF este Marcă Înregistrată WWF.