



WWF

ITALIA



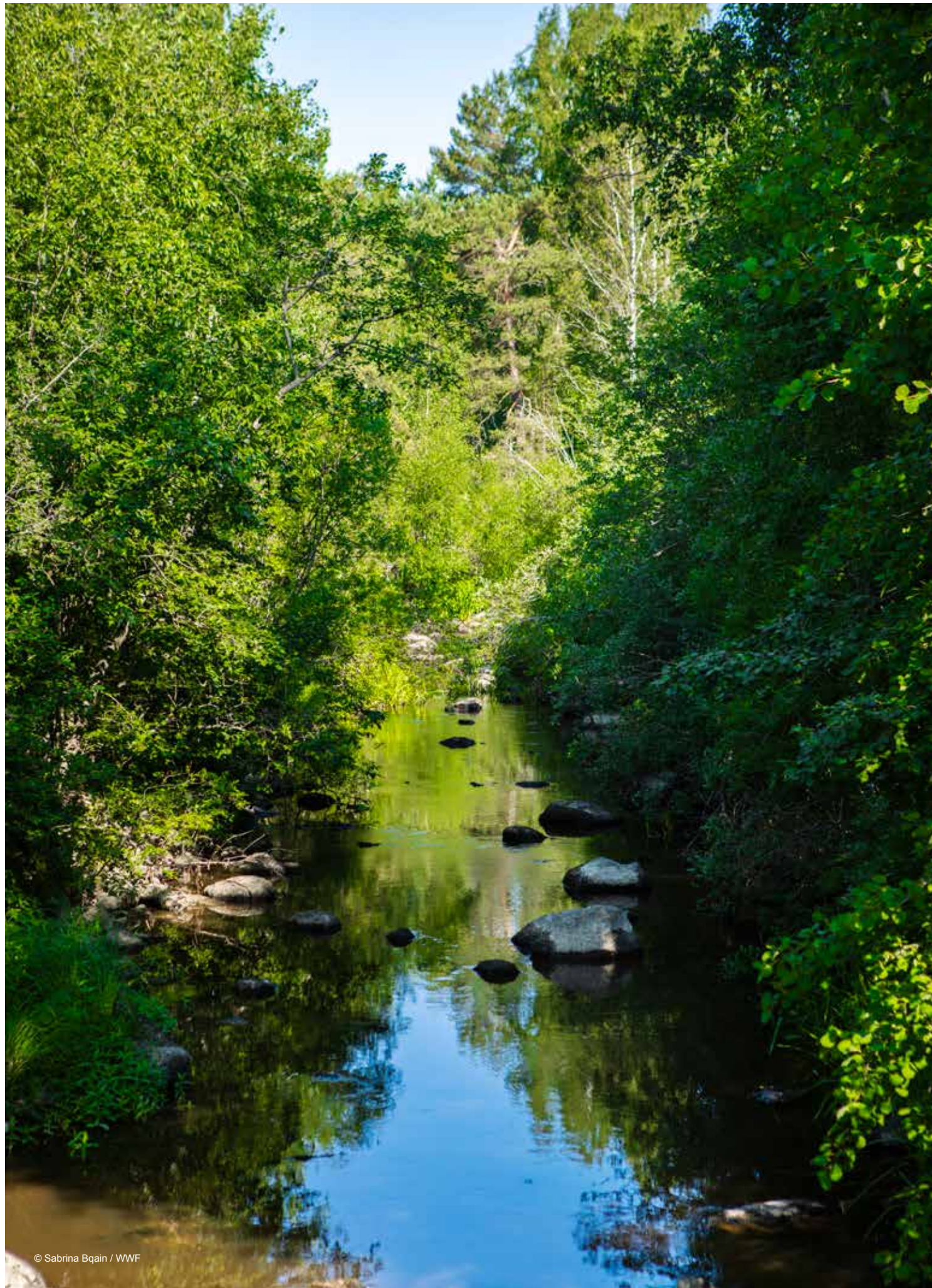
© Ola Jennersten / WWF-Sweden

CORPORATE PARTNERSHIPS FY 2022 WWF ITALIA

Settembre 2023

Il WWF è una delle più grandi e più esperte organizzazioni non governative di conservazione del mondo, con oltre 5 milioni di sostenitori e una rete globale attiva in più di 100 paesi. La missione del WWF è di fermare il degrado dell'ambiente naturale del pianeta e di costruire un futuro in cui l'uomo viva in armonia con la natura, conservando la diversità biologica del mondo, assicurando che l'uso delle risorse naturali rinnovabili sia sostenibile e promuovendo la riduzione dell'inquinamento e del consumo eccessivo.





© Sabrina Bqain / WWF

NATURA AL LIMITE

Il Living Planet Report del WWF mostra che l'umanità e il modo in cui alimentiamo e finanziamo le nostre società ed economie stanno spingendo la natura e le risorse che ci sostengono sull'orlo del baratro. L'espansione agricola, la deforestazione, la pesca eccessiva, lo sviluppo urbano, l'uso dell'energia, l'estrazione mineraria e l'inquinamento stanno causando la perdita di habitat, la scarsità d'acqua e il cambiamento climatico. Inoltre, ogni anno, il Rapporto sui rischi del World Economic Forum continua a mostrare l'incremento della portata e dell'urgenza dei rischi ambientali per l'economia globale, nonché l'approfondimento delle interconnessioni tra problemi ambientali, tensioni economiche e geopolitiche. Non possiamo permetterci di essere compiacenti. Anzi, dobbiamo passare a una mentalità focalizzata sull'emergenza e sulle soluzioni. Il rapporto del Gruppo intergovernativo sui cambiamenti climatici (IPCC), Global Warming of 1.5 °C, traccia un quadro chiaro ma terribile. Il rapporto afferma che per evitare gli impatti più gravi del cambiamento climatico, dobbiamo trasformare drasticamente l'economia mondiale nei prossimi anni. Permettere alla natura di fallire significa minare le economie e provocare instabilità sociale. La buona notizia è che abbiamo anche un'opportunità senza precedenti per un cambiamento positivo: la scienza è più chiara, la consapevolezza è maggiore e l'innovazione è più potente che mai. Possiamo ridefinire il nostro rapporto con la natura, ma dobbiamo lavorare insieme. Una sola organizzazione non può realizzare il cambiamento di cui abbiamo bisogno. Ecco perché il WWF collabora con le aziende, lavorando in partnership, per trovare soluzioni e agire su una scala che conta.

SVOLGERE UN'AZIONE COLLETTIVA CORAGGIOSA

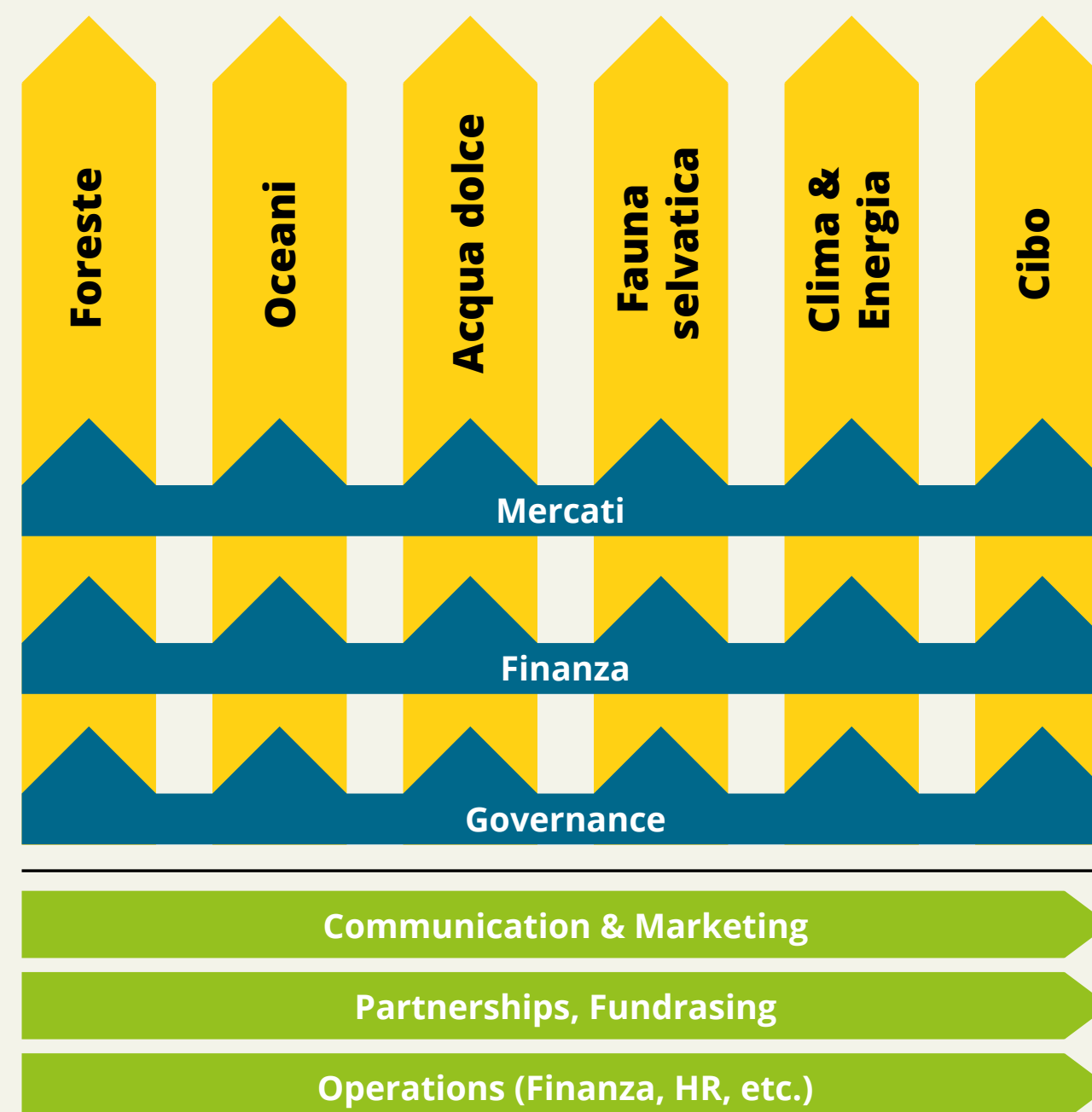
Il momento di agire è ora. Per questo abbiamo messo in atto una strategia di conservazione globale che riflette il modo in cui il mondo sta cambiando, risponde alle grandi sfide ambientali della nostra epoca e ci aiuta a semplificare, unire e concentrare i nostri sforzi per un maggiore impatto. Il WWF continua a operare localmente in ecoregioni importanti in tutto il mondo, ma ha affinato la propria attenzione su sei obiettivi globali - fauna selvatica, foreste, oceani, acqua dolce, clima ed energia, e cibo - e tre fattori chiave del degrado ambientale - mercati, finanza e governance. Per ciascuno degli obiettivi e dei driver, il WWF ha avviato dei gruppi di lavoro composti da specialisti del WWF e da partner esterni chiave. Questo favorirà una maggiore collaborazione e innovazione, incubando nuove idee e portando quelle promettenti su larga scala, unendo i nostri sforzi per trasformare in realtà degli obiettivi ambiziosi. Sappiamo che una sola organizzazione non può realizzare il cambiamento necessario. Ecco perché il nostro lavoro sugli obiettivi e sui driver include le partnership con istituzioni e aziende, sia locali che globali. I cambiamenti che vogliamo vedere nel mondo possono avvenire solo attraverso gli sforzi di molti attori: comunità locali, aziende nazionali e multinazionali, governi e ONG, istituzioni finanziarie e agenzie di sviluppo, consumatori e ricercatori. Agire non è mai stato più urgente. In WWF stiamo definendo nuovi metodi di lavorare insieme per fare la differenza su una dimensione di larga scala. Sappiamo che dobbiamo ridefinire il rapporto dell'umanità con il pianeta. E insieme crediamo appassionatamente di poterlo fare.

LA NOSTRA VISIONE DEL CAMBIAMENTO



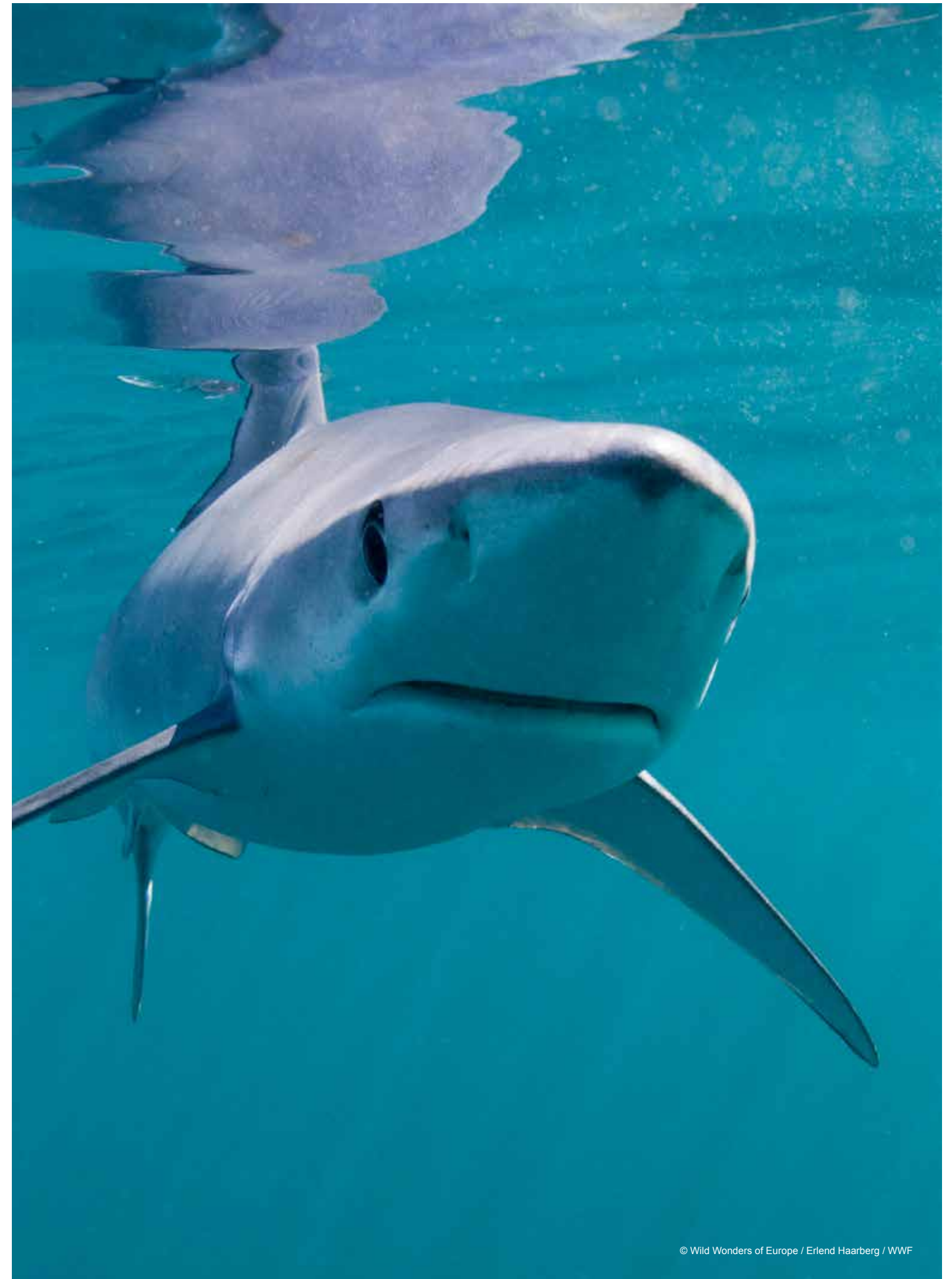
COME REALIZZARLO

6 obiettivi globali, 3 sub trasversali, da potenti comunità e partner.



IL NOSTRO LAVORO CON IL SETTORE AZIENDALE

La missione del WWF è fermare il degrado dell'ambiente naturale del pianeta e costruire un futuro in cui l'uomo viva in armonia con la natura. Per questo motivo, il WWF intende collaborare con coloro che hanno il maggior potenziale per ridurre le minacce più pressanti alla diversità della vita sulla Terra e trovare insieme soluzioni alle sfide della conservazione come la deforestazione, la pesca eccessiva, la scarsità d'acqua e il cambiamento climatico. Il settore privato guida gran parte dell'economia globale, pertanto riteniamo che le aziende abbiano la responsabilità specifica di garantire che le risorse naturali e gli ecosistemi, che sono alla base della loro attività, siano utilizzati in modo sostenibile. Le aziende sono anche in grado di guidare un più rapido adattamento e le soluzioni innovative necessarie per guidare il cambiamento. Ci confrontiamo con il settore privato in diversi modi, ad esempio sostenendo le normative che bloccano le attività illegali o non sostenibili, incoraggiando le aziende e le piattaforme di settore (come il Global Compact delle Nazioni Unite, Science Based Targets) a definire impegni ambiziosi (anche impegnandosi nelle discussioni sulle politiche pubbliche a livello globale e locale, e sostenendo schemi di certificazione credibili, come ad esempio, Forest Stewardship Council (FSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC), Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Roundtable on Responsible Soy (RTRS), Better Cotton Initiative (BCI). Inoltre, pubblichiamo scorecard e report sulle prestazioni di aziende o settori (ad esempio, palm oil scorecard; soy scorecard, e sustainable cotton ranking), mobilitiamo la pressione pubblica attraverso campagne di alto profilo su questioni legate alle attività di business (ad esempio, Business for Nature, Coalition to end wildlife trafficking online) e lavoriamo in partnership con singole aziende. Questo report presenta una panoramica delle collaborazioni che l'ufficio del WWF Italia ha con singole aziende.



© Wild Wonders of Europe / Erlend Haarberg / WWF



© Michele Bavassano

LE PARTNERSHIP AZIENDALI DEL WWF

Il nostro lavoro con i partner si basa su una comprensione comune dei problemi, condivisione di obiettivi e attività e sulla volontà di comunicare pubblicamente i propri impegni. In generale, distinguiamo tre tipi di partnership con le aziende:

Business sustainability

Le nostre partnership hanno l'obiettivo di ottenere risultati di conservazione concreti su tematiche cruciali o habitat importanti attraverso il miglioramento delle policy e pratiche aziendali lungo l'intero processo e filiera produttiva. L'obiettivo è ridurre i principali impatti ambientali di alcune delle maggiori aziende al mondo, raggiungere risultati di conservazione che non sarebbero possibili altrimenti ed influenzare interi settori e i mercati correlati.

Comunicazione e sensibilizzazione

La seconda modalità con cui il WWF collabora con il settore privato è quella di aumentare la consapevolezza sulle principali questioni ambientali e mobilitare l'azione dei consumatori attraverso attività e campagne di comunicazione (comprese le iniziative di cause related marketing). Queste partnership mirano anche a mettere in evidenza la bellezza e l'unicità dei luoghi e delle specie identificate come prioritarie dal WWF. Questo approccio include, per esempio, azioni per incoraggiare la scelta da parte dei consumatori di prodotti sostenibili come il legno certificato FSC, o si traduce in aziende che sostengono campagne che ispirano azioni a favore di habitat speciali come l'Artico o specie in pericolo come la tigre.

Partnership filantropiche

La terza tipologia di partnership si struttura attraverso programmi specifici con le aziende tesi a supportare i progetti di conservazione. Le relazioni filantropiche con le imprese raccolgono fondi utili per la conservazione di luoghi chiave, specie a rischio, includendo il know how e gli strumenti necessari a poter ottenere dei risultati. Il WWF collabora a livello filantropico o di sensibilizzazione con aziende che stanno intraprendendo azioni sostanziali per migliorare le loro performance di sostenibilità, o che hanno un impatto ambientale trascurabile. Molte partnership con le aziende si sviluppano su una combinazione di questi approcci. Il WWF lavora con le aziende per raggiungere i propri obiettivi di conservazione. Le partnership tra ONG e aziende implicano l'impegno in un dialogo costruttivo mentre si sfidano a vicenda con problemi reali. Come tali, comportano opportunità e rischi per entrambe le parti. Al WWF, gestiamo i rischi avendo a disposizione chiare linee guida e criteri, compreso un processo di due diligence. In tutte le relazioni, manteniamo ed esercitiamo il diritto al confronto pubblico.

IL REPORT

Lo scopo di questo report è quello di fornire una panoramica delle partnership che il WWF Italia ha con singole aziende. I fondi ottenuti attraverso le partnership aziendali sono tipicamente utilizzati dal WWF per:

- collaborare con l'azienda per ridurre l'impatto e l'impronta ecologica e contribuire a indirizzare i settori e i mercati verso la sostenibilità, in linea con la strategia globale di conservazione del WWF;
- sensibilizzare l'opinione pubblica sulle principali sfide di conservazione;
- sostenere direttamente i progetti di conservazione del WWF. Questo ufficio WWF è responsabile degli accordi (contrattuali) con le aziende interessate. In alcuni casi le attività si svolgono anche in altri Paesi. Nell'anno fiscale 2022, le entrate da partnership aziendali hanno rappresentato il 19% delle entrate totali di questo ufficio WWF.



PARTNERSHIP



© Harm Vreind / WWF



© Harm Vriend / WWF

ARCAPLANET

Company Name: Arcaplanet

Industry: Retail

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione, Partnership filantropica

Conservation Focus of Partnership: Wildlife

Budget Range (in Euro): 25.000-100.000

Nel mese di novembre 2022 negli oltre 490 Pet Store, i clienti hanno potuto donare 0,5 € per il progetto che mira a riportare in natura il cervo italico, il principe delle nostre foreste. Arcaplanet, l'insegna leader del pet care che conta un canale E-commerce, 2.700 dipendenti e, dopo il recente acquisto della catena Maxi Zoo, un totale di oltre 490 Pet Store distribuiti in tutta Italia, sostiene il WWF per la tutela della Natura in Italia. In particolare, in questa occasione, il brand si impegnerà a raccogliere fondi per la salvaguardia del Cervo Italico.

Avendo a cuore il benessere degli animali e dell'ambiente, Arcaplanet è consapevole di quanto sia importante coinvolgere ed essere coinvolti attivamente in iniziative di responsabilità sociale all'insegna della tutela della natura e dell'ambiente, per il miglioramento del mondo in cui viviamo.

Per questo è stata avviata la partnership con il WWF Italia con la Campagna "Insieme per gli animali", con l'intento di sostenere quest'anno l'attività di WWF che ha come obiettivo il ritorno in natura del cervo italico.

ARMANI

Company Name: Armani

Industry: Clothing

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Wildlife

Budget Range (in Euro): 25.000-100.000

Giorgio Armani ha deciso di sostenere il progetto Gorilla del WWF. L'attività è stata raccontata in alcuni temporary store in abbinamento alla borsa "La Prima" e accompagnata dalla scultura del Gorilla di Marcantonio Malerba che richiama Uri, la scultura presente nell'ufficio di Giorgio Armani.

BOLTON FOOD

Company Name: Bolton Food

Industry: Seafood

Tipo di partnership: Sustainable business practices, Partnership Marketing

Conservation Focus of Partnership: Oceans

Budget Range (in Euro): 500.000 - 1.000.000

La partnership globale con Rio Mare, brand della Business Unit Food di Bolton Group, prosegue con l'obiettivo di proteggere la salute degli oceani e il sostentamento delle comunità che dipendono da essi. La collaborazione prevede: di incrementare la sostenibilità delle filiere ittiche attraverso approvvigionamenti da attività di pesca più sostenibili, iniziative di advocacy per una gestione responsabile degli stock di tonno a livello globale, e sensibilizzazione per un consumo più consapevole di pesce ha visto nel 2022 anche l'avvio di un progetto di conservazione delle mangrovie in Sud America, in collaborazione con WWF Ecuador. Il sostegno dell'azienda, che proseguirà fino al 2024, contribuirà alla tutela di questo importante patrimonio ambientale e al sostegno delle comunità locali di pescatori ecuadoriani. Il progetto ha preso avvio nel Golfo di Guayaquil e ad oggi interessa 6.089 ettari di mangrovie, cui se ne aggiungeranno altri 1.000 che verranno messi sotto tutela. L'obiettivo è proteggere e rigenerare questo importante habitat naturale, che influisce positivamente anche sulle attività di pesca e sull'economia delle popolazioni autoctone.

Per maggiori informazioni: <https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/boltonalimentari/>

BOLTON GROUP

Company Name: Bolton Group

Industry: Prodotti di largo consumo

Tipo di partnership: Sustainable business practices

Conservation Focus of Partnership: No Plastic in Nature

Budget Range (in Euro): 100.000 - 250.000

Nel 2022 WWF e Bolton Group hanno avviato una nuova collaborazione per l'impegno a un utilizzo più responsabile della plastica per i packaging dei prodotti del Gruppo. È stato istituito un tavolo di lavoro congiunto per analizzare la sostenibilità degli imballaggi di Bolton Group e per individuare percorsi di miglioramento, con particolare attenzione a ridurre l'utilizzo di plastica vergine, a incrementare il riciclo e l'uso delle materie prime secondarie.

È stato quindi possibile estendere la collaborazione tra il WWF e Bolton Group al tema del sustainable packaging, in aggiunta ai temi relativi alla pesca responsabile, con una revisione di documenti chiave del Gruppo, quali la "Packaging and Plastic Policy" e il confronto sulle principali normative europee in materia di packaging, rifiuti, plastica e bioplastiche, economia circolare, sostanze chimiche.



© F. Bassemayousse



© Shutterstock / PhotocechCZ / WWF-International

CALZEDONIA

Company Name: Calzedonia

Industry: Clothing

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Oceans

Budget Range (in Euro): 100.000-250.000

Dopo il successo del 2021, la collaborazione tra il brand di beachwear e il WWF si è rinnovata con l'obiettivo condiviso di fermare la dispersione di plastica in natura. Per raggiungere questo scopo, sono state 4 le parole chiave che hanno guidato il lavoro WWF-Calzedonia nel 2022: "Sostenibilità", WWF e Calzedonia hanno avviato un dialogo per la realizzazione di uno studio sul rilascio di microplastiche dai costumi del brand; "Sensibilizzazione" ed "Engagement" di clienti e dipendenti promuovendo la partecipazione ad attività di citizen conservation sul territorio italiano con l'obiettivo specifico di ripulire 3 milioni di mq di aree naturali, principalmente spiagge, raddoppiando l'obiettivo raggiunto nel 2021 e "Sostegno" ai progetti prioritari dell'organizzazione aderendo anche a campagne prioritarie a livello nazionale e internazionale (No Plastic in Nature, GenerAzione Mare).

Sono stati i 300 dipendenti Calzedonia coinvolti nell'evento di apertura della campagna WWF-Calzedonia #MissioneSpiaggePulite; sono stati realizzati 82 interventi di pulizia su tutto il territorio, per un totale di 3.119.152,80 mq ripuliti e sono stati coinvolti 2.276 partecipanti e raccolti 4.690,85 kg di rifiuti raccolti, di cui 45.651 mozziconi di sigarette raccolti in 24 eventi di pulizia

Per maggiori informazioni: <https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/calzedonia/>

CRAI

Company Name: Crai

Industry: Prodotti di largo consumo

Tipo di partnership: Partnership filantropica, comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Wildlife

Budget Range (in Euro): 25.000 - 50.0000

Le insegne drug del Gruppo Crai sposano un progetto rivolto alla tutela dell'ambiente e con WWF realizzano un'iniziativa per sostenere le oltre 100 Oasi protette che si trovano sul territorio italiano.

Dal 14 al 27 marzo 2022, con l'aggiunta di un euro alla spesa, i clienti hanno contribuito a sostenere le Oasi WWF presenti sul territorio italiano, ricevendo come ringraziamento una bustina con semi di fiori per farfalle.

Hanno aderito all'iniziativa gli oltre 600 negozi delle insegne del canale drug che espongono i materiali di comunicazione: Pilato, PiùMe, Proshop, Risparmio Casa, Saponi&Profumi, Sofy's e Vitulano Drugstore.

DODO

Company Name: DoDo

Industry: Fashion

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Wildlife

Budget Range (in Euro): 25.000 - 100.000

DoDo ha fatto della sostenibilità uno dei suoi principali valori e ha rinnovato la collaborazione con il WWF. Con il ciondolo “Farfalla limited edition”, l’azienda ha espresso il suo interesse a contribuire alla tutela della piccola biodiversità, sostenendo così le iniziative di protezione e ripristino della natura e di sensibilizzazione sul valore degli insetti impollinatori per il funzionamento degli ecosistemi. In particolare, si è deciso di concentrare l’azione presso l’Oasi WWF le Cesine (Puglia).

WWF e DoDo hanno lavorato con degli interventi di valorizzazione e restauro ambientale all’interno dell’Oasi WWF Le Cesine tramite la realizzazione di un giardino delle farfalle di 450 mq comprensivo anche di un orto e aiuole con piante aromatiche, e la realizzazione di interventi di potatura e manutenzione degli alberi dei frutteti dell’Oasi. Sono stati acquistati: 1 serra per le piante stagionali funzionali per gli impollinatori e 1 percorso didattico composto da 6 pannelli esplicativi.

Per maggiori informazioni: <https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/dodo/>

DEUTSCHE BANK ITALIA

Company Name: Deutsche Bank Italia

Industry: Servizi Bancari

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione, partnership filantropica

Conservation Focus of Partnership: Oceans

Budget Range (in Euro): 25.000 - 100.000

Gli investimenti pubblici e privati possono contribuire alla salvaguardia degli oceani, sostenendo settori innovativi che necessitano di capitale e offrono opportunità di investimenti – come la pesca più sostenibile, energia rinnovabile e biotecnologia marina – oppure riconvertendo le industrie marine preesistenti.

La collaborazione tra Deutsche Bank e WWF, lanciata dal 2021, si inserisce nei progetti della banca a sostegno della Blue Economy, per portare le competenze finanziarie a servizio della protezione degli oceani e delle comunità che dipendono dall’ecosistema marino. In questo ambito, in Italia il progetto di partnership ha finanziato, grazie alla sinergia tra Deutsche Bank S.p.A., DWS in Italia e Fondazione Deutsche Bank Italia, l’allestimento della sala operatoria dell’Oasi di Policoro, centro di riferimento del Meridione per il soccorso, la cura e la riabilitazione delle tartarughe che restano impigliate nelle reti da pesca o ferite dai natanti. Dalla consegna del macchinario di radiografica nel 2022, secondo i dati raccolti dal team di Policoro, grazie all’apparecchio radiologico il gruppo di lavoro è riuscito a salvare la vita a più di 200 animali, intervenendo velocemente sulle fratture. Il 78% degli animali selvatici e il 50% delle tartarughe marine arrivati in Oasi sono stati curati, riabilitati e rimessi in libertà. Oltre ai casi di animali con fratture, l’utilizzo del RX ha permesso di individuare con estrema precisione e velocità la presenza di corpi estranei ingeriti accidentalmente, come ami e residui di plastica.

La collaborazione continuerà con il progetto Casa Pelagos, presso la storica Oasi WWF di Orbetello.



FRANCO COSIMO PANINI EDITORE

Company Name: Franco Cosimo Panini Editore

Industry: Gift & Publishing

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Wildlife, Oceans

Budget Range (in Euro): 25.000 - 100.000

Franco Cosimo Panini è specializzata nella produzione e distribuzione di articoli di cartotecnica e accessori per la scuola e il tempo libero, gadget e idee regalo. La lunga collaborazione, nata nel 2002, prevede ogni anno il lancio di nuove collezioni Scuola WWF, destinate al dettaglio e alla grande distribuzione, e la realizzazione di attività di comarketing. Tra i prodotti realizzati le agende, quaderni e zaini, apprezzati per il design e le caratteristiche tecniche ma anche come veicolo di messaggi fortemente educativi. Tutti i prodotti sono realizzati con carta ecologica certificata proveniente da foreste gestite in modo responsabile.

Per maggiori informazioni: <https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/francocosimo-panini-editore/>



© Agostino De Martino

GEOX

Company Name: Geox

Industry: Footwear & Clothing

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Wildlife

Budget Range (in Euro): 25.000 - 100.000

Geox e WWF Italia che hanno lanciato insieme una capsule collection di calzature per neonati e bambini. La collaborazione comprende sei modelli per neonati e sei per bambini con grafiche ispirate alle specie animali in via di estinzione. Con questa collaborazione Geox si muove verso una maggiore sostenibilità e sceglie materiali responsabili per ridurre il proprio impatto ambientale: la suola delle scarpe è composta da gomma (20%) riciclata, la tomaia è in fibra di cotone riciclato e la pelle utilizzata è proveniente da fornitori controllati e certificati LWG. Ma anche per il packaging sono state trovate delle soluzioni eco-friendly: la scatola è in carta certificata FSC come l'hang-tag, la carta velina in pura cellulosa e, per l'imbottitura, carta 100% riciclata.

Per maggiori informazioni:

<https://www.geox.com/it-RO/wwf>

H&M

Company Name: H&M

Industry: Clothing

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Climate&Energy

Budget Range (in Euro): 25.000 - 100.000

L'industria del tessile e della moda, sono ambiti strategici per il WWF, dato che le materie prime utilizzate per queste attività produttive provengono spesso dalle aree del mondo più sottoposte a pressione e dove i bacini fluviali sono più inquinati. Le filiere tessili sono inoltre spesso localizzate in Paesi che dipendono fortemente dai combustibili fossili. Da quando H&M e WWF hanno avviato a livello internazionale una partnership nel 2011, hanno deciso di collaborare per rendere più sostenibile l'attività di H&M e, in generale, l'industria della moda. L'azienda gioca infatti un ruolo importante in questo settore, potendo influenzare positivamente i propri fornitori, consumatori e anche altri marchi verso scelte più sostenibili. Fin dall'inizio della collaborazione, WWF ed H&M hanno lavorato su acqua e clima. Negli ultimi anni le due realtà hanno avviato anche un dialogo strategico per questioni rilevanti quali la circolarità, lo studio e l'implementazione di materiali innovativi e l'arresto della perdita di biodiversità. È all'interno di questo panorama di riferimento che nel 2021 ha preso piede una nuova iniziativa che vede il coinvolgimento di H&M Italia e WWF Italia. Nell'ottica di disincentivare l'utilizzo di imballaggi usa e getta e promuovere comportamenti di acquisto più sostenibili, nel 2021 in Italia i sacchetti di carta H&M, certificati FSC, sono stati proposti a pagamento e i profitti devoluti a WWF Italia a supporto del progetto Oasi, per la salvaguardia della biodiversità e delle specie a rischio del nostro Paese. La produzione dei sacchetti, anche se di carta, ha infatti un impatto ambientale sul nostro pianeta: ogni anno l'equivalente di circa tre miliardi di alberi viene usato per produrre imballaggi a base di carta. Con questa azione H&M e WWF vogliono ricordare a tutti che possiamo ridurre gli imballaggi e agire in maniera sostenibile anche implementando semplici comportamenti quotidiani come ricordarsi di portare la propria borsa riutilizzabile quando si fa shopping.

Per maggiori informazioni:

<https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/hm/>

HUAWEI ITALIA

Company Name: Huawei Italia

Industry: Telefonia

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

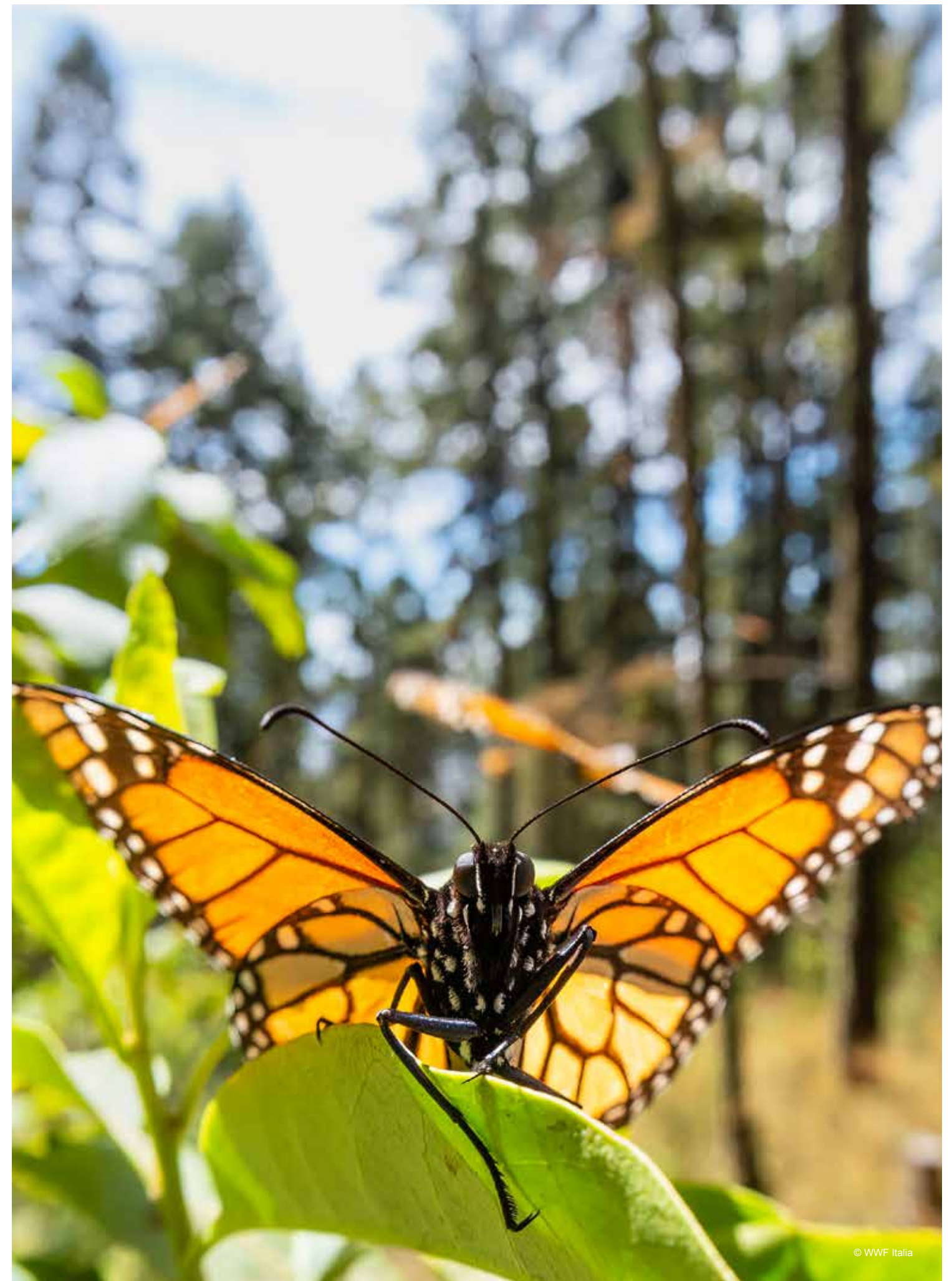
Conservation Focus of Partnership: Wildlife

Budget Range (in Euro): 25.000 - 100.000

L'Italia è uno dei paesi più ricchi in biodiversità di tutta Europa ma, allo stesso tempo, presenta anche uno dei più alti tassi di criminalità ambientale e di attività a danno della fauna selvatica. Per questo Huawei Italia, filiale locale del leader globale per la fornitura di soluzioni di Information and Communication Technology e WWF, con il supporto del partner tecnico Rainforest Connection (RFCx), hanno deciso di collaborare per tutelare la biodiversità nelle Oasi WWF. Huawei e Reforest Connection, insieme a WWF hanno implementato progetto Guardiani della Natura. Nella prima edizione, è stata sfruttata la tecnologia per individuare segnali di eventuali attività umane illegali a danno dell'ambiente e della sua fauna per poterle prevenire e combattere e fare azioni di monitoraggio della biodiversità. Nel 2022 WWF e Huawei hanno rinnovato la loro collaborazione con uno studio che si sviluppa per buona parte nel 2023. Il progetto si concentra in 8 Oasi WWF e si pone come obiettivo la promozione dello sviluppo sostenibile in agricoltura e di rafforzare la salvaguardia della biodiversità attraverso la tecnologia, in una varietà di ambienti rurali, dai seminativi in pianura ai meleti di montagna, fino agli agrumeti siciliani. Grazie al progetto infatti, sarà possibile indagare con estrema precisione la presenza di un gran numero di specie in alcuni ambienti agricoli a conduzione biologica e protetti dalle Oasi WWF, e confrontarli con ambienti limitrofi dove la presenza della biodiversità è limitata da altri fattori; la maggiore accuratezza delle analisi consentirà di verificare in modo molto più preciso quali sono le differenze nella presenza delle specie, e se vi sono fattori di rischio specifici nelle varie tipologie di ambiente. L'utilizzo di dispositivi digitali per la raccolta automatizzata di registrazioni a intervalli regolari consentirà quindi di raccogliere in contemporanea un gran numero di registrazioni da un gran numero di siti.

Per maggiori informazioni:

<https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/huawei-italia/>



© WWF Italia



© WWF Italia

INTESA SANPAOLO

Company Name: Intesa Sanpaolo

Industry: Servizi bancari

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Wildlife, Oceans, Education

Budget Range (in Euro): 25.000-100.000

Puliamo l'Italia, all'interno del progetto Ri-Party-Amo, è la grande campagna di pulizia che ha l'obiettivo di ripulire da plastica e altri rifiuti 20mln di mq tra spiagge, fondali e rive fluviali e lacustri, coinvolgendo circa 10mila volontari. Da settembre 2022 per 12 mesi si susseguiranno tantissimi eventi di pulizia per ripristinare insieme questi ambienti contaminati. Gli eventi di pulizia sono momenti di socialità e di condivisione che coinvolgeranno i volontari WWF, associazioni, giovani e scuole. Inoltre, anche i singoli cittadini potranno attivarsi in prima persona eseguendo delle pulizie delle aree a loro care e successivamente rendicontare gli obiettivi raggiunti. Per queste attività tutti i partecipanti ricevono lo speciale "kit di pulizia" e tutte le indicazioni necessarie per partecipare agli eventi in totale sicurezza e senza disturbare specie e habitat delicati. Questi i risultati: sono stati organizzati 8 eventi principali e più di 65 eventi locali per la pulizia di circa 5mln di mq, sono stati raccolti più di 20mila kg di rifiuti in collaborazione con 2000 volontari e sono state avviate numerose collaborazioni con le scuole, le amministrazioni e tantissime associazioni locali.

Il progetto education – avviato nell'autunno 2022 – ha al centro le nuove generazioni. È a loro che abbiamo pensato quando abbiamo organizzato i contenuti di approfondimento sulla conservazione e il restauro ambientale e creato un immersivo webgame. È a loro che lasciamo lo spazio per esprimersi in una grande sfida finale, un concorso dove vincerà chi farà emergere tutti i segreti per proteggere la natura. Con l'obiettivo di educare, sensibilizzare e formare i giovani ad una maggiore comprensione della realtà abbiamo invece previsto 8 workshop nelle più importanti Università italiane e Oasi limitrofe, per disseminare le migliori conoscenze interdisciplinari per promuovere azioni concrete e l'avvio di un cambiamento verso un mondo realmente nature-positive.

Per maggiori informazioni: <https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/intesa-sanpaolo/>

IKEA

Company Name: Ikea

Industry: Arredamento

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Industry Arredamento

Budget Range (in Euro): 25.000-100.000

Fin dal 2002, WWF e IKEA lavorano insieme a livello internazionale in 17 Paesi in tutto il mondo con l'obiettivo di proteggere e migliorare la gestione delle foreste, lottare contro il disboscamento illegale, ridurre l'uso di acqua e pesticidi e migliorare i mezzi di sussistenza nelle coltivazioni di cotone. Nel 2021, IKEA Italia e WWF hanno promosso una marcia virtuale sui social per celebrare la Giornata Mondiale dell'Ambiente, invitando gli utenti ad aderire per supportare la tutela delle Oasi WWF dislocate sul territorio italiano. Sono 30.000 i mq di Oasi WWF che IKEA si è impegnata a salvaguardare collaborando con WWF, con l'obiettivo di raddoppiarli attraverso la marcia virtuale. La marcia è stata organizzata durante i Green Days di Ikea, una settimana di iniziative e appuntamenti per ispirare e aiutare le persone a vivere in modo più sostenibile che si è aperta con un seminario da parte del WWF.

Per maggiori informazioni:

<https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/ikea/>

JAKALA

Company Name: Jakala

Industry: Consulenza

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Wildlife

Budget Range (in Euro): 25.000-100.000

Jakala è la prima MarTech company in Italia e tra i primi gruppi in Europa, specializzata in strategie di marketing e analisi dei big data. Insieme all'azienda è stato realizzato un programma promozionale all'interno di Reward, il programma loyalty di Intesa Sanpaolo. Da febbraio a giugno, i clienti registrati all'app del programma, avevano la possibilità di vincere l'adozione digitale WWF attraverso un meccanismo di instant-win.

KINDER

Company Name: Kinder

Industry: Prodotti di largo consumo

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione, Partnership filantropica

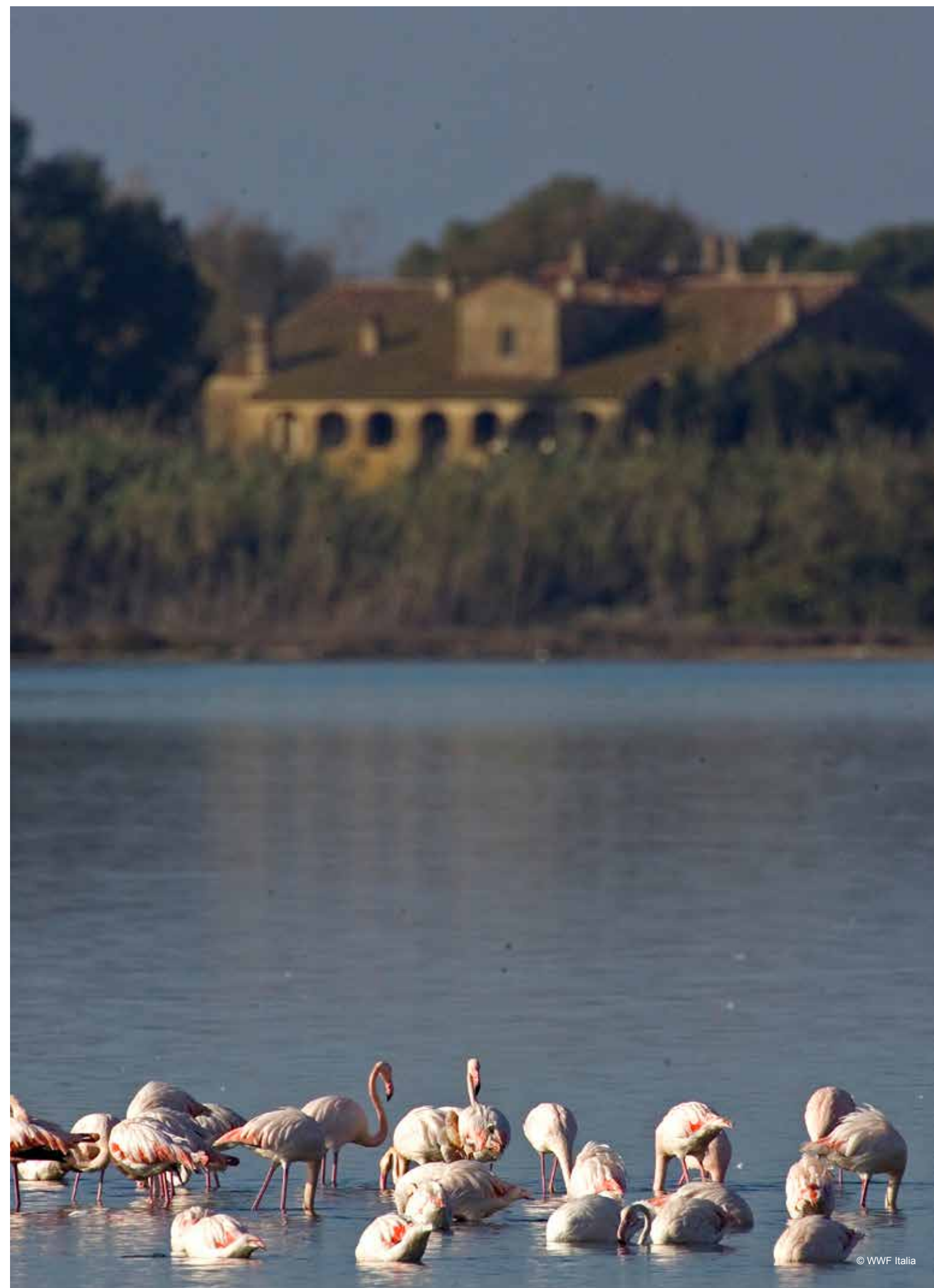
Conservation Focus of Partnership: Food

Budget Range (in Euro): 25.000-100.000

Kinder, l'azienda che dal 1968 è leader nella produzione di cioccolato per i più piccoli, ha scelto di essere a fianco del WWF con una nuova linea di prodotti. All'interno della linea Gransorpresa ha sviluppato la collezione Natoon per il WWF, delle sorprese dedicate alle specie prioritarie simbolo delle campagne dell'associazione, per supportare il WWF nella loro conservazione.

Per maggiori informazioni:

<https://www.kinder.com/it/it/xp/pasqua2022/prodotti/wwf/>





MULINO BIANCO

Company Name: Mulino Bianco

Industry: Agricolture, Food

Tipo di partnership: Sustainable Business Practices

Conservation Focus of Partnership: Wildlife, Food

Budget Range (in Euro): 100.000 - 250.000

Anche nel 2022 si è rinnovato l'impegno di Mulino Bianco in partnership con il WWF per il progetto "La Carta del Mulino", disciplinare per la colti - vazione sostenibile del grano tenero pensato per restituire spazio alla natura negli agro-ecosistemi e favorire la biodiversità, riducendo l'uso delle sostanze chimiche e salvaguardando gli insetti impollinatori. L'obiettivo è promuovere migliori pratiche agricole per la protezione dell'ambiente, coinvolgendo tutti gli attori della filiera (agricoltori, impianti di stoccaggio, mulini). In accordo con le regole della carta, il 3% della superficie utilizzata per la coltivazione sostenibile del grano tenero è dedicata a fiori nettariiferi, vengono adottati piani di rotazione per le colture, è ridotto l'uso dei prodotti chimici di sintesi nella filiera produttiva riducendo il rischio di inquinamento dei terreni. In prossimità dei campi del progetto Carta del Mulino sono stati installati i "Mulini delle api", casette dove i preziosi insetti impollinatori possono nidificare e riprodursi. Sono oltre 100 i prodotti realizzati con farina di grano tenero sostenibile, con il coinvolgimento di 2.500 agricoltori nell'adozione del disciplinare di agricoltura sostenibile e 1.800 ettari di superficie agricola trasformati in aree per la protezione della biodiversità, con la semina di fiori nettariiferi, esempio concreto di restauro ecologico funzionale, inoltre, il progetto si lega agli obiettivi della Campagna ReNature.

Per maggiori informazioni:

<https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/mulino-bianco/>

MUTTI

Company Name: Mutti

Industry: Agriculture, Food

Tipo di partnership: Sustainable Business Practices

Conservation Focus of Partnership: Wildlife, Food

Budget Range (in Euro): 25.000-100.000

Da oltre 10 anni Mutti, leader nella produzione di pomodoro, collabora con il WWF: dopo l'impegno sulla riduzione dell'impronta idrica dei prodotti della filiera agricola, la collaborazione è proseguita con una nuova focalizzazione sul tema "Biodiversità", ossia un percorso a favore della difesa della biodiversità degli agro-ecosistemi. La finalità del progetto è ridurre la semplificazione degli agro-ecosistemi di pianura, attraverso la realizzazione di piccole infrastrutture verdi diffuse nel territorio, in grado di contribuire alla realizzazione e al mantenimento di una vasta rete ecologica. Sono state quindi identificate operazioni in grado di coniugare il perseguimento di obiettivi di produzione agricola e di tutela della biodiversità. Il gruppo si è inoltre impegnato a sviluppare progetti di rinaturazione sul territorio.

WWF e Mutti hanno lavorato insieme per il confronto e lo sviluppo di proposte progettuali per la riduzione dell'uso di risorse idriche nella coltivazione del pomodoro, su impegni e azioni a favore della difesa della biodiversità negli agro-ecosistemi e azioni per sviluppare progetti di rinaturazione in aree naturali prioritarie.

Per maggiori informazioni:

<https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/mutti/>

NOVATERRA ZEELANDIA

Company Name: Novaterra Zeelandia

Industry: Food

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione, Partnership filantropica

Conservation Focus of Partnership: Food

Budget Range (in Euro): 25.000-100.000

Zeelandia è presente in oltre 60 paesi. Specializzata nei prodotti di panificazione e pasticceria destinati ad utilizzatori professionali, Novaterra Zeelandia S.p.A. porta avanti azioni di efficienza energetica e riduzione dei propri consumi e rifiuti. Dalla collaborazione con WWF nasce il Pane Panda, miscela per panificazione ricca di semi di girasole, fibre e senza OGM, e Pane Panda Bio preparato con un mix di farine biologiche. Il Pane Panda sostiene le Oasi del WWF.

REALE MUTUA

Company Name: Reale Mutua

Industry: Insurance

Tipo di partnership: Partnership filantropica

Conservation Focus of Partnership: Wildlife

Budget Range (in Euro): 100.000-125.000

Fin dal 1986 Reale Mutua, la più grande compagnia di assicurazioni italiana in forma di mutua, è al fianco del WWF Italia per sostenere progetti di conservazione della Natura. Ogni anno il legame tra WWF e Reale Mutua trova testimonianza concreta nel calendario che l'azienda dedica al mondo della Natura e al WWF. L'edizione 2022 del calendario è stata dedicata ai comportamenti più responsabili che ognuno di noi può attivare tutto l'anno nella propria quotidianità: a fianco delle immagini scelte con cura sono stati inseriti degli ecoconsigli del WWF facili in modo da realizzare concretamente il motto "Siamo le scelte che facciamo".

Per maggiori informazioni:

<https://www.realemutua.it/scopri-reale-mutua/press-room/sponsorship-epartnership/wwf/>



© WWF Italia



UNICREDIT

Company Name: Unicredit

Industry: Servizi Bancari

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Wildlife, Education

Budget Range (in Euro): 250.000-500.000

Dal 2009 UniCredit è al fianco del WWF per la salvaguardia del patrimonio naturale italiano. Dopo aver supportato il Sistema delle Oasi, il network di oltre 100 aree protette creato e gestito dall'Organizzazione in Italia, nel 2017 si è aperto un nuovo capitolo della collaborazione. UniCredit è oggi al fianco del WWF in Italia per la tutela del Mar Mediterraneo e delle sue specie più iconiche, la tartaruga Caretta caretta e il Delfino comune. Il supporto di UniCredit al progetto di conservazione WWF dedicato al Mare Nostrum si realizza attraverso due suoi prodotti finanziari, la carta di credito UniCreditCard Flexia WWF e la prepagata con IBAN Genius Card WWF.

Per maggiori informazioni:

<https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/unicredit/>

PROCTER & GAMBLE

Company Name: Procter & Gamble

Industry: Retail, Consumer goods

Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione

Conservation Focus of Partnership: Climate & Energy, Education

Budget Range (in Euro): 250.000-500.000

Nel 2021, WWF e Procter & Gamble hanno definito una collaborazione che ha come obiettivo quello di realizzare azioni concrete in Italia volte alla salvaguardia del pianeta, per stimolare un cambiamento positivo nelle persone ed educare le nuove generazioni. Al 2022 sono state realizzate ed inaugurate 26 Aule Natura in tutta Italia, per un totale di oltre 5.000 mq, raggiunti oltre 11.500 studenti e studentesse in tutta Italia e formati oltre 700 docenti sul territorio nazionale, che sono entrati a far parte della rete WWF. P&G sta inoltre realizzando insieme al WWF una campagna di sensibilizzazione dei consumatori per un uso consapevole dei prodotti e di formazione dei manager di domani nelle università, per orientare le loro aziende verso scelte più sostenibili.

Per maggiori informazioni: <https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/proctergamble/>

SOFIDEL

Company Name: Sofidel

Industry: Forestry, Paper, Pulp & Woods Products

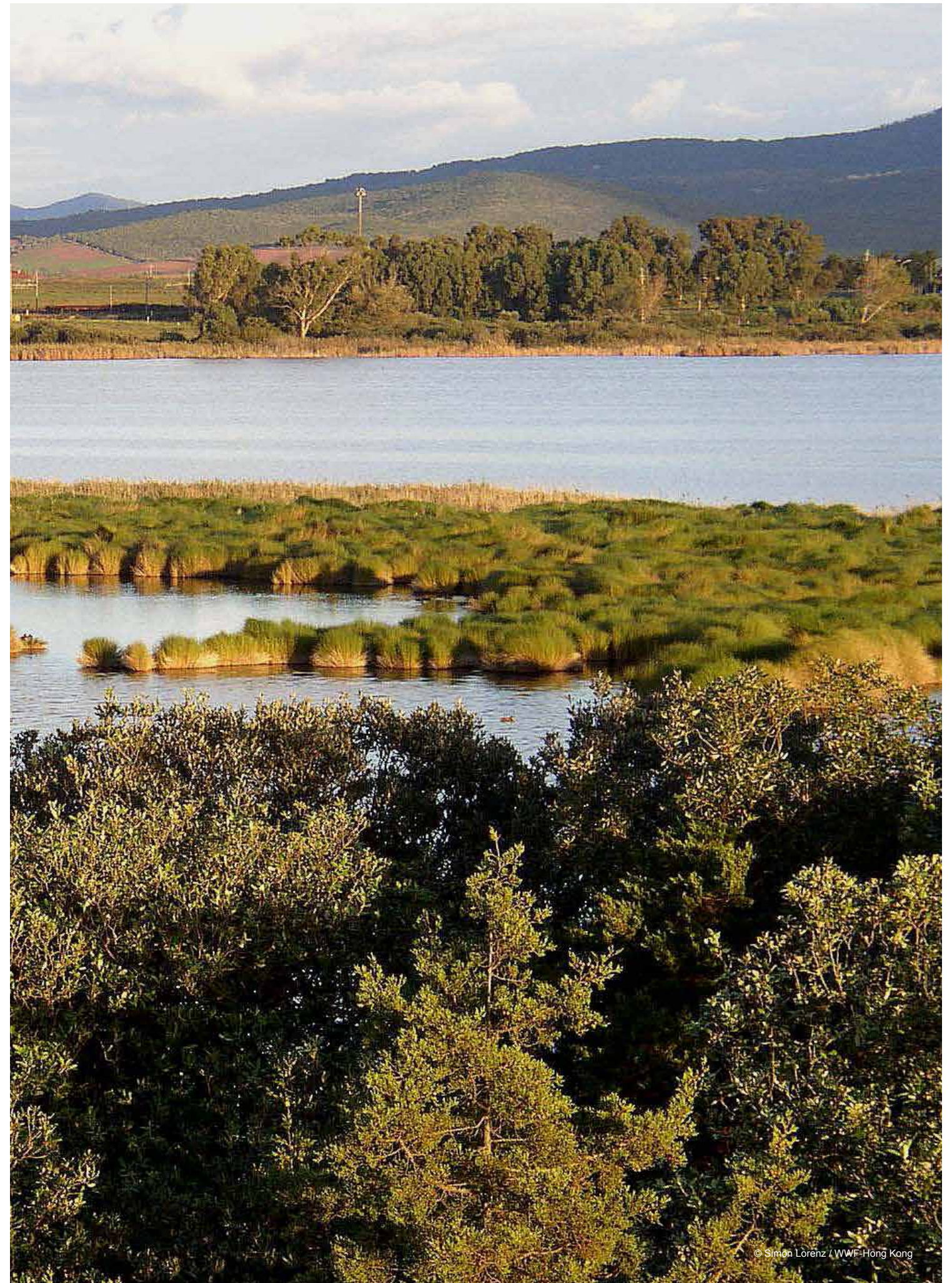
Tipo di partnership: Comunicazione e sensibilizzazione, Sustainable Business Practices

Conservation Focus of Partnership: Climate & Energy - Forests - Wildlife

Budget Range (in Euro): 250.000-500.000

Da tempo il Gruppo cartario Sofidel è impegnato al fianco del WWF sulla strada della sostenibilità. Negli anni la collaborazione si è estesa anche attraverso un percorso di miglioramento del processo di approvvigionamento forestale: il 100% della cellulosa utilizzata nel processo produttivo del Gruppo è certificata da terze parti indipendenti con schemi di certificazione forestale quali, ad esempio, FSC®. Un rapporto che è ulteriormente cresciuto con l'adesione di Sofidel a "Forests Forward", piattaforma globale che riunisce le imprese impegnate a proteggere le foreste, preservare la biodiversità e contribuire a tutelare i diritti delle comunità locali, attraverso obiettivi di approvvigionamento sostenibile e il coinvolgimento dell'intera filiera produttiva. Nel 2022 si è svolta la 9ª edizione di "Mi Curo di Te", il progetto di educazione ambientale WWF e Sofidel-Regina che ha l'obiettivo di sensibilizzare alunni e studenti sulle connessioni esistenti tra i gesti di ogni giorno e i grandi fenomeni globali, stimolando la curiosità e motivando all'adozione di comportamenti sostenibili. L'edizione 2022 ha condotto bambini e ragazzi a confrontarsi sul tema del clima e del cambiamento climatico. Sono state coinvolte nell'iniziativa circa 2.500 scuole primarie e secondarie di primo grado per un totale di oltre 12.500 classi, 276.000 studenti nel periodo 2021-2022. È stato somministrato questionario di fine percorso a 930 docenti con i seguenti risultati: il 98% afferma che i propri studenti hanno apprezzato il progetto; il 94% considera positivo portare a scuola il tema del cambiamento climatico e della salvaguardia del Pianeta; l'85% afferma che i contenuti proposti sono stati coerenti e in linea con il piano formativo previsto dalla propria scuola. Inoltre, è stato rilanciato Sofidel4Talent®, ideato da Sofidel e WWF Italia, che ha promosso l'opportunità per 15 giovani laureandi o neolaureati in discipline scientifico-naturalistiche di vivere un'esperienza immersiva in natura, consapevoli dell'importanza di conoscere gli ecosistemi forestali per conservarne la biodiversità e contrastare gli effetti del cambiamento climatico. Il corso si è svolto il 27, 28 e 29 maggio 2022 nel Museo della Biodiversità WWF di Monticiano, in provincia di Siena, con oltre 50 ore di formazione e attestato di partecipazione.

Per maggiori informazioni: <https://www.wwf.it/cosa-facciamo/aziende-e-markets/i-nostri-partner/sofidel/>





© naturepl.com / Klein & Hubert / WWF

ALTRE CORPORATE PARTNERSHIPS DI WWF ITALIA

Il seguente elenco rappresenta tutte le partnership aziendali di questo ufficio WWF con un budget annuale di 25.000 euro o meno (compresi i contributi pro bono o in kind) nell'anno 2022.

1. ARBI DARIO

2. BAIN

3. BOTTLETOP #togetherband

4. BPER BANCA

5. KENZO

6. LIME

7. PROVENZALI

8. WIND3

WWF WORLDWIDE NETWORK

Where we work

Armenia	Hungary	Singapore
Australia	India	Slovakia
Austria	Indonesia	Slovenia
Azerbaijan	Italy	Solomon Islands
Belgium	Japan	South Africa
Belize	Kenya	Spain
Bhutan	Korea	Suriname
BIH	Kosovo	Sweden
Bolivia	Laos	Switzerland
Brazil	Madagascar	Tanzania
Bulgaria	Malaysia	Thailand
Cambodia	Mexico	Tunisia
Cameroon	Moldova	Turkey
Canada	Mongolia	Uganda
CAR	Morocco	UK
Chile	Mozambique	Ukraine
China	Myanmar	USA
Colombia	Namibia	Vietnam
Comoros	Nepal	Zambia
Croatia	Netherlands	Zimbabwe
Denmark	New Caledonia	Other active
DRC	New Zealand	countries/ consultants*
Ecuador	Norway	Cuba
Fiji	Pakistan	Kazakhstan
Finland	Panama	Kyrgystan
France	Paraguay	Associates/Partners*
French Guyana	Peru	Argentina
Gabon	Philippines	Ghana
Georgia	PNG	Latvia
Germany	Poland	Nigeria
Greece	Republic of Congo	Portugal
Guatemala	Romania	UAE
Guyana	Russia	
Honduras	Serbia	
Hong Kong	Seychelles	



© Peter Chadwick / WWF

**LA NOSTRA MISSIONE È QUELLA DI PRESERVARE
LA NATURA E RIDURRE LE MINACCE PIÙ PRESSANTI
ALLA DIVERSITÀ DELLA VITA SULLA TERRA.**



© Antonio Liébana



WWF Italia
Sede Nazionale
Via Po, 25/c
00198 Roma

Tel: 06844971
Fax: 0684497352
e-mail: wwf@wwf.it
sito: www.wwf.it

Per tutte le informazioni sulle partnership aziendali al WWF Italia contatta:
GIULIANA IMPROTA | Sustainable Business Manager | g.improta@wwf.it
FABRIZIO BERTOLELLI | Corporate Partnerships Manager | f.bertolelli@wwf.it