



WWF®

for a living planet®

2010

WWF Svizzera 2010

Rapporto annuale





«Nonostante molte aziende abbiano ormai riconosciuto l'importanza di un'economia sostenibile, i prodotti ecologici continuano a rappresentare una nicchia di mercato. Se vogliamo conservare la natura, è necessario un cambio di rotta nei maggiori mercati. Un buon esempio lo offre il WWF Seafood Group i cui membri rappresentano già i due terzi degli attori del mercato svizzero. Il loro obiettivo è convertire in modo graduale il loro assortimento al pesce e ai frutti di mare ecosostenibili ampliandolo costantemente. Successi come questi ci inorgogliscono e danno alla nostra organizzazione lo slancio necessario per continuare a impegnarsi in favore del nostro pianeta».

Hans-Peter Fricker, CEO WWF Svizzera

Foresta

pagina 4

Clima

pagina 6

Acqua

pagina 8

Protezione delle specie

pagina 10

Sapere

pagina 12

Cifre e fatti

pagina 14

Partner WWF

pagina 16



Un terzo della superficie delle terre emerse è ricoperto da foreste. Se questo cambia, rischiamo di rimanere a corto d'aria.



Habitat più vasti per gli orangutan grazie all'olio di palma sostenibile



Risultati tangibili nella lotta contro la deforestazione della foresta pluviale



Mai più legno illegale nei negozi svizzeri – il successo di una petizione del WWF

Foresta

Nuove vie nella produzione di olio di palma

Si cela in molti alimenti e cosmetici e la sua domanda mondiale aumenta a ritmi vertiginosi: stiamo parlando dell'olio di palma. Ogni nuova piantagione contribuisce alla distruzione delle foreste nel sud-est asiatico e in America latina. Due anni fa sul mercato ha fatto il suo ingresso un olio di palma certificato secondo le direttive della Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO), un'organizzazione che definisce i criteri per una produzione sostenibile dell'olio di palma. Tali criteri riguardano tutti gli attori coinvolti: gestori delle piantagioni, rivenditori all'ingrosso, fornitori industriali e commercianti al dettaglio. Ad oggi sono state prodotte 2 mln. di tonnellate di olio certificato, pari al 40% della domanda annua europea.

Un grande impegno per la foresta pluviale amazzonica

Le cifre pubblicate dal governo brasiliano sono molto incoraggianti: nel 2009 il tasso di deforestazione in Amazzonia è diminuito del 45% rispetto all'anno precedente. Esso, inoltre, è il più basso dal 2000, ossia da quando vengono rilevati i dati. «Ciò nonostante», precisa Alice Eymard-Duvernay, responsabile di progetto WWF, «la regione continua ad aver bisogno del lavoro del WWF». Il Congresso brasiliano intende infatti modificare la legge sulle foreste dando così il via libera allo sfruttamento di altri 85 milioni di ettari di foresta tropicale, una superficie che corrisponde a quella di Francia e Inghilterra insieme e che rappresenta un sesto dell'intera area dell'Amazzonia brasiliana.

Più trasparenza nell'industria del legno

L'input per una dichiarazione obbligatoria per il legno in Svizzera è stato dato dal WWF che nel 2005 aveva depositato una petizione con 53 000 firme in cui si chiedeva il divieto di importazione del legno illegale. Il Consiglio nazionale ha deciso di far entrare in vigore l'obbligo della dichiarazione nell'ottobre di quest'anno. La legge costringerà le industrie del legno a una maggiore trasparenza. I consumatori potranno così influenzare direttamente il mercato con i loro acquisti: ora è infatti possibile sapere con precisione dove sia cresciuto un dato albero e di che legno si tratti. Per il WWF tutto ciò rappresenta una grande vittoria nella lotta al commercio illegale di legno.



**Diamo un segnale forte tutti insieme.
Ciascuno di noi può contribuire alla
tutela del clima!**



Tanti consigli per portare in tavola, ogni giorno, la tutela ambientale



Una riuscitissima protesta contro investimenti da età della pietra



In milioni hanno spento la luce per la protezione del clima

Clima

Una questione di stile di vita

Il WWF vuole avvicinare il maggior numero di persone a uno stile di vita sostenibile e insieme piacevole. «Affinché tutti possano dare il proprio contributo, abbiamo ampliato le pagine web del nostro sito – wwf.ch – dedicate ai consigli pratici per una vita sostenibile», ci spiega Damian Oettli, esperto WWF. La «Guida ai pesci e ai frutti di mare», e la «Tabella stagionale per frutta e verdura», inoltre, sono ora disponibili sotto forma di App per smartphone. 75 000 persone e oltre 1000 istituzioni, infine, hanno risposto all'invito del WWF a migliorare il proprio bilancio climatico e, il 14 settembre, si sono gustati un delizioso pranzetto vegetariano. 160 istituzioni si sono altresì impegnate ad ampliare la loro offerta di piatti vegetariani.

La battaglia contro i grandi emettitori di CO₂

C'erano una volta cinque aziende elettriche svizzere che volevano investire in una grande centrale a carbone a Brunsbüttel, Germania: una tecnologia preistorica che ogni anno emette milioni di tonnellate di CO₂. Il WWF e l'Alleanza per il Clima Germania hanno inscenato una protesta con il loro «carbonosauro», un enorme mostro nero che libera nell'aria palloncini di CO₂, ottenendo un grande successo: Groupe E, Romande Energie e Elektra Birseck Münchenstein hanno infatti abbandonato il progetto riconoscendo che il carbone non ha futuro. «Continueremo a fare pressione affinché anche Repower (Rätia Energie) e SN Energie rinuncino al loro investimento», commenta Anita Mazzetta del WWF Grigioni.

Earth Hour da Zurigo a Hong Kong

New York, Hong Kong, Zurigo, Ginevra: il 27 marzo del 2010, in occasione dell'Earth Hour, migliaia di città e comuni in tutto il pianeta hanno spento, per un'ora, le illuminazioni dei loro simboli. La Torre Eiffel, le cascate del Reno o la città proibita di Pechino sono così rimaste al buio. Il messaggio? È tempo di fare di più per la tutela del clima. All'azione hanno aderito 128 nazioni, milioni di persone e innumerevoli aziende, stabilendo così un nuovo record. Il segnale non poteva essere più chiaro: sono in molti a volere una maggiore tutela climatica. E quando si è in tanti si può ottenere molto.



Da sempre mari, laghi e fiumi forniscono cibo agli esseri umani. Affinché tutto ciò non cambi, dobbiamo rispettarli e proteggerli.



Un grande successo anche all'estero: la guida «Pesci e frutti di mare» del WWF



Nuovi progetti di rinaturazione in Svizzera grazie a 459 guardafiumi



La cattura accidentale di tartarughe in Indonesia è sensibilmente diminuita

Acqua

Il WWF offre il proprio aiuto ai consumatori

Dalla Svezia al Sudafrica, dall'Indonesia alla Francia, la Guida WWF all'acquisto di «Pesci e frutti di mare», stampata in un pratico formato tascabile, è già stata esportata in ben 16 paesi. Il sistema a tre colori simile a quello dei semafori stradali utilizzato per la valutazione dei pesci commestibili guida i consumatori nei loro acquisti. Il prossimo passo del WWF sarà l'esportazione, in altri paesi, della propria esperienza nello stabilire partenariati nell'ambito del settore della pesca. Sino ad ora sono state avviate cooperazioni in Germania, Inghilterra, Stati Uniti e Canada: tutte con l'obiettivo di migliorare la tutela dei mari.

Per ridare vita a fiumi e torrenti

I guardafiumi sorvegliano fiumi e ruscelli, danno voce ai corsi d'acqua e attirano l'attenzione sulla loro importanza. Quando la situazione per piante e animali diventa problematica, i guardafiumi danno l'allarme e, insieme al WWF, prendono contatto con le autorità, le aziende e i privati per approntare dei miglioramenti. Nel giro di cinque anni il WWF ha offerto una formazione a 459 guardafiumi. I successi non sono mancati: in cinque cantoni sono già stati realizzati numerosi nuovi progetti di rinaturazione e in altri otto sono già stati elaborati progetti concreti.

Tartarughe prese all'amo

Le tartarughe non sono pesci, tuttavia ingoiano gli ami dei palangari e muoiono di morte atroce. Un'iniziativa del WWF nel Coral Triangle (Triangolo dei coralli, sud-est asiatico) – la regione con il maggior numero di specie di tartarughe al mondo – ha dato ottimi risultati. Sostituendo i piccoli ami a J con ami circolari più grandi, le catture accidentali sono diminuite dell'80%. «Gli ami si sono imposti perché il WWF li ha messi in circolazione, ha cercato il dialogo con i pescatori e li ha istruiti», ci dice Felix Gnehm, responsabile di progetto. Il Triangolo dei coralli – paragonabile per ricchezza di specie alla foresta amazzonica – è sempre più minacciato dalla pesca eccessiva e da pratiche di pesca dannose. Il successo del WWF si rivela perciò ancora più importante.



La natura presenta un'estrema varietà di animali e piante, ma è l'uomo a decidere se vi sia spazio per ospiti a sorpresa.



Meno pregiudizi per il frontaliere dal pelo folto grazie al sentiero sugli orsi



Le Settimane della natura WWF per riscoprire la natura di casa propria



Una nuova chance per l'Ara Giacinto nel Pantanal

Protezione delle specie

In avanscoperta nel territorio grigionese degli orsi

Tutti e quattro gli orsi bruni che dal 2005 hanno posato le loro zampe sul suolo svizzero, sono transitati per la Val Müstair. La loro presenza ha offerto lo spunto per allestire proprio in questa valle un percorso didattico per i turisti e gli abitanti della regione. Quest'anno è stata inaugurata l'ottava e ultima tappa del percorso. Il sentiero – che fa parte del progetto WWF Ursina – propone tante utili informazioni sugli orsi. Il sentiero ha suscitato un grande interesse: il solo ente turistico «Turissem Val Müstair» ha già organizzato ben 15 escursioni. L'obiettivo di Ursina è di favorire la convivenza tra uomo e orso, contribuendo così all'attrattiva di questa regione periferica.

Rarità dalla Svizzera

Timidi galli cedroni, pipistrelli notturni, tartarughe selvatiche e altre 20 specie minacciate erano al centro delle settimane della natura organizzate dalle sezioni cantonali del WWF. «Grazie alla nostra iniziativa, circa 1500 persone tra adulti e bambini hanno avuto modo di conoscere meglio e apprezzare l'affascinante natura delle proprie regioni», afferma Daniel Heusser, responsabile di progetto WWF. Le sezioni cantonali hanno organizzato una sessantina di escursioni in tutta la Svizzera durante le quali i partecipanti hanno scoperto l'importanza della biodiversità per la vita dell'uomo.

Una nuova chance per un meraviglioso uccello

Il commercio illegale di animali e la perdita di habitat sono i principali pericoli che minacciano l'Ara giacinto, un meraviglioso uccello blu cobalto la cui specie è «gravemente minacciata». Dei 6500 esemplari rimasti, la maggior parte vive nel Pantanal, la più grande pianura alluvionale della terra. La loro tutela è perciò fondamentale. Negli ultimi anni il WWF, con altre organizzazioni, è riuscito a diminuire la pressione che grava sull'Ara giacinto. Attraverso una sorveglianza continua e l'elaborazione di strategie regionali, il WWF continuerà a combattere in favore della salvaguardia di questo bellissimo uccello.



**Accarezzare gli animali è solo l'inizio.
Il WWF trasmette a grandi e piccini un
importante sapere ambientale.**



La lince, uno dei tanti temi delle 869 visite nelle scuole del WWF



Tutto esaurito per i corsi su clima e ambiente del Centro di formazione



Cittadini volenterosi in aiuto dei contadini di montagna e della natura

Sapere

Il WWF in classe

Durano il tempo di una mattina di scuola e affrontano temi quali l'abilità costruttiva del castoro, lo zelo delle api e le difficoltà dell'orso polare di fronte al clima e ai suoi mutamenti. Stiamo parlando delle visite nelle scuole del WWF. L'anno scorso oltre 17 000 tra bambini e ragazzi – dalla scuola dell'infanzia al liceo – hanno partecipato a una delle 869 visite nelle scuole durante le quali hanno imparato a conoscere l'immensa ricchezza della natura in maniera ludica e diretta. Anche gli oltre 70 campi Natura del WWF hanno suscitato grande interesse registrando il tutto esaurito! I bambini di oggi saranno gli adulti di domani, per questo sono così importanti per il WWF.

Tutto esaurito per i Corsi sull'ambiente

L'anno scorso quasi mille persone hanno ricevuto una formazione in management ambientale al Centro di formazione del WWF: un record assoluto! I 35 corsi e moduli del nostro Centro di formazione per adulti hanno fatto registrare il quasi tutto esaurito. Tra i più richiesti vi era il corso giornaliero «Ristrutturare nel rispetto del clima» rivolto ai proprietari. Altrettanto ambiti i posti, tutti esauriti, per i due incontri «I comuni della biodiversità» e «Ristrutturazione delle scuole: spazi didattici per il futuro». Entrambi i temi sono stati discussi per la prima volta in Svizzera nell'ambito di una conferenza.

Un impegno per la natura

Le iniziative ambientali non giovano solo all'ecologia. Esse, infatti, danno nuova linfa anche all'economia: pascoli ripuliti e pascoli secchi liberi da sterpaglie e rovi possono essere di nuovo sfruttati da pastori e contadini, e la costruzione di muretti a secco offre a molti animali un prezioso habitat. «L'impegno per l'ambiente, inoltre, avvicina gli abitanti della città a quelli della campagna stimolando una vicendevoles e migliore comprensione», afferma Kurt Eichenberger, responsabile di progetto WWF. L'anno scorso sono stati organizzati 30 team ambientali tra cui quelli di grandi aziende come Swisscom, Migros e Credit Suisse.



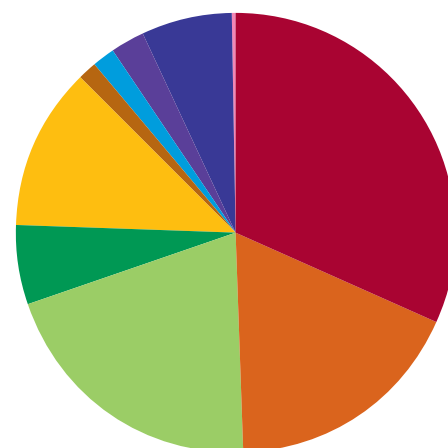
Il WWF viene generosamente sostenuto anche in tempi di crisi

Il WWF in cifre: situazione finanziaria

Il WWF Svizzera è cresciuto anche durante l'anno finanziario 2009/10. Quest'anno, inoltre, l'organizzazione ha ricevuto una donazione straordinariamente cospicua. Un fatto estremamente piacevole e gratificante che consentirà al WWF di fare ancora di più a favore della natura e dell'ambiente.

Bilancio (in CHF 1000)

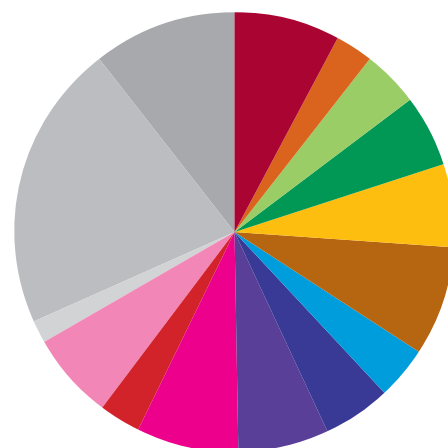
	30.6.2010	30.6.2009
Liquidità e titoli	46 949	35 846
Crediti	1 074	1 325
Riserve	139	183
Ratei e risconti attivi	510	586
Totale attivi circolanti	48 672	37 940
Investimenti finanziari	100	100
Beni patrimoniali	12 826	11 792
Totale attivi immobilizzati	12 926	11 892
Totale attivi	61 598	49 832
Capitale di credito a breve termine	6 928	8 166
Capitale di credito a lungo termine	211	241
Fondi vincolati	12 702	8 723
Capitali propri	41 757	32 702
Totale passivi	61 598	49 832



Proventi in CHF 1000		
■ Quote sociali	16 850	31,8%
■ Offerte derivanti da mailing	9 380	17,7%
■ Offerte di grandi donatori e fondazioni	10 808	20,4%
■ Legati ed eredità	3 046	5,7%
■ Sponsorizzazioni e licenze	6 337	12,0%
■ Contributi pubblici	781	1,5%
■ Merci	839	1,6%
■ Prestazioni di servizio	1 387	2,6%
■ Compensazione CO ₂	3 439	6,5%
■ Altri prodotti	117	0,2%
Totale	52 984	100%

Il rendiconto del WWF Svizzera è stato redatto in base alle «Raccomandazioni professionali per l'allestimento dei conti annuali» (Swiss GAAP FER). La situazione finanziaria qui riportata è un estratto del rendiconto annuale 2009/10 rivisto dalla KPMG SA. Il rendiconto annuale nonché il rapporto sulle prestazioni secondo il FER 21 sono disponibili in forma integrale alla pagina web www.wwf.ch/rapportoannuale o possono essere ordinati chiamando lo 091 820 60 00.

si economica. Grazie di cuore a tutti!



Contabilità (in CHF 1000, dal 1.7. 2009 al 30.6. 2010)

	2009/10	2008/09
Proventi da raccolta fondi	47 201	36 831
Proventi da servizi e vari	5 783	5 475
Totale proventi	52 984	42 306
Progetti di tutela ambientale	27 334	26 343
Merchandising	619	732
Comunicazione e marketing	8 628	8 768
Amministrazione	4 279	4 319
Totale fornitura di servizi	40 860	40 162
Risultato di gestione	12 124	2 144
Risultato finanziario	859	29
Altri risultati	51	55
Risultato senza flussi finanziari	13 034	2 228
Risultato dei fondi vincolati	3 979	-509
Risultato dei capitali propri	9 055	2 737
Risultato con flussi finanziari	0	0

Spese in CHF 1000

WWF Internazionale	3 275	8,0%
Africa	1 086	2,7%
Asia	1 655	4,1%
America Latina	2 165	5,3%
Svizzera e resto d'Europa	2 594	6,3%
Azione locale	3 268	8,0%
Tutela climatica	1 524	3,7%
Riduzione CO ₂	2 131	5,2%
Consumi sostenibili	2 645	6,5%
Gioventù e ambiente	3 126	7,7%
Formazione ambientale	1 221	3,0%
Informazioni su progetti e ambiente	2 644	6,5%

Totale progetti di tutela ambientale

Merchandising	619	1,5%
Comunicazione e marketing	8 628	21,1%
Amministrazione	4 279	10,5%
Totale	40 860	100%

Risultato finanziario e altri

910

Risultato di gestione 09/10

13 034



Partenariati aziendali del WWF

Una tutela ambientale sensata ed efficace – anche per l'economia

Le aziende hanno scoperto i vantaggi economici della tutela ambientale. Sottoscrivendo obiettivi ambientali sensati ed efficaci, infatti, esse si impegnano in un partenariato con il WWF che consente loro di dare visibilità a tale impegno.

Partenariati strategici per aprire nuove vie

Alla base del partenariato strategico con Migros e la Zürcher Kantonalbank vi è il comune obiettivo di sviluppare e promuovere soluzioni sostenibili per la tutela della natura e dell'ambiente.

MIGROS



**Zürcher
Kantonalbank**

- Nella veste di partner strategico, Migros si impegna a favore di prodotti sostenibili ed è membro di diversi WWF Group tra cui il WWF Climate Group, il WWF Seafood Group, il WWF GFTN Switzerland, la Better Cotton Initiative, la Round Table on Responsible Soy e la Round Table on Sustainable Palm Oil. Nella veste di sponsor principale, inoltre, Migros promuove la Campagna sulla biodiversità del WWF, i programmi del WWF per bambini e ragazzi e il Pandamobil.
- La Zürcher Kantonalbank propone, in collaborazione con il WWF, una vasta «linea di prodotti 'Sostenibilità'». Quest'anno, a tale linea, sono stati aggiunti sette indici di sostenibilità nonché tre fondi sostenibili di investimento strategico adatti anche per un piano di risparmio in fondi. Nell'ambito del WWF Climate Group la banca persegue obiettivi concreti di riduzione delle emissioni di CO₂ ed è sponsor principale dei programmi per bambini e ragazzi della sezione zurighese del WWF e di altri progetti regionali.

Vecchi e nuovi partenariati

Coop è membro di tutti e tre i WWF Group nonché sponsor e importante partner del WWF. Coop, inoltre, investe i propri fondi di compensazione climatica per il trasporto aereo in progetti del WWF. Trovate la lista di tutti i partner a pag. 18. Le nuove aziende partner sono quattro: Chopard, che contribuisce alla tutela della tigre con parte dei ricavi ottenuti dalla vendita dei gioielli di una collezione limitata; Lemaco, che distribuisce giochi in legno FSC su licenza del WWF, i proventi della quale confluiscono nei progetti di tutela ambientale del WWF; Meteoblue, che si impegna a favore della tutela del clima attraverso la vendita della sua App meteo per iPhone, e infine Prodir che sostiene il progetto orso del WWF.



Le aziende possono ottenere molto attraverso la tutela ambientale. Con il WWF come partner esse sono certe che il loro impegno ambientale abbia un riscontro positivo presso la clientela.



WWF Climate Group: per ridurre le emissioni di CO₂

I membri del WWF Climate Group perseguono l'obiettivo di ridurre sensibilmente le proprie emissioni di CO₂. Esse lo fanno, ad esempio, ricorrendo a energie rinnovabili per soddisfare il loro fabbisogno di corrente. Nove delle undici aziende del gruppo, frattanto, utilizzano solo corrente rinnovabile. Complessivamente si tratta di 600 000 MWh, che corrispondono al consumo annuo di corrente di 150 000 famiglie. Queste aziende sono all'avanguardia anche in ambito di illuminazione: l'anno scorso hanno venduto più di 2,5 milioni di lampade a risparmio energetico. Nel 2009 uno dei membri ha purtroppo lasciato il Climate Group. Fortunatamente il gruppo ha accolto un nuovo membro: il produttore di lenti per occhiali Knecht und Müller AG.



WWF Seafood Group: per prodotti ittici rispettosi del mare

I consumatori chiedono sempre più spesso prodotti ittici rispettosi dell'ambiente, un fatto di cui commercianti e produttori sono consapevoli. A tutti, infatti, preme arginare il problema della pesca eccessiva e della cattura accidentale. È perciò con grande soddisfazione che il WWF Seafood Group annovera, dall'anno scorso, tre nuovi membri, raggiungendo così quota 10. I nuovi arrivati sono: il commerciante di generi alimentari Bell AG e i fornitori gastronomici Braschler AG e Ultra Marine Food AG. Le aziende del WWF Seafood Group, che coprono due terzi del mercato svizzero, s'impegnano a convertire gradualmente la propria offerta al pesce proveniente da stock ittici gestiti in modo sostenibile.



WWF GFTN Switzerland: per una gestione forestale rispettosa dell'ambiente

Nel 2009 le aziende partner del WWF Global Forest & Trade Network Switzerland (GFTN) sono riuscite ad aumentare di nuovo la cifra d'affari relativa ai prodotti certificati FSC, il marchio per una gestione forestale responsabile. Con 297 mln. di CHF, o approssimativamente un quinto del consumo complessivo svizzero, tale percentuale – se paragonata a quella di altri paesi – è piuttosto alta. Particolarmente soddisfacente, nell'ambito della crescita dell'FSC, è il concomitante declino dei consumi di legno e carta. Il WWF constata inoltre che in Europa, per venire incontro alla domanda dei consumatori, un numero crescente di aziende aspira a ottenere la certificazione FSC anche nei paesi meridionali.



I nostri partner

WWF GFTN Switzerland

Albiez SA
Amarena SA
Cooperativa Coop
Falegnameria E. Wieland SA
Federazione delle cooperative Migros
Handwerkskollektiv cooperativa
Holzpunkt SA
Mobili Pfister SA
Precious Woods (Switzerland) Ltd
Schilla SA
Sommer Holzwerkstatt Srl
Tipografia Ropress cooperativa
triplex Roth, Schreiber, Wyssmann
Twice-Percussion Srl
WohnGeist Srl

WWF Climate Group

Cooperativa Coop
Cooperativa edilizia Milchbuck
Ernst Schweizer SA, sistemi di energia solare
Federazione delle cooperative Migros
Ikea Svizzera
Knecht und Müller SA
La Posta Svizzera
Ostelli della gioventù svizzeri
Pavatex SA
Swisscom
Zürcher Kantonalbank

WWF Seafood Group

Bell Seafood SA
Bianchi SA
Braschler SA
Cooperativa Coop
Dhyrberg SA
Dörig & Brandl SA
Federazione delle cooperative Migros
Marinex SA
Pizoler SA
Ultra Marine Food SA

Sponsor, licenziatari e partner promozionali

Berndorf Luzern SA
Boule & Bill
Brüco Swiss SA
Carlit + Ravensburger SA
Casa editrice Globi
Chopard & Cie SA
Cooperativa Coop
Cornè Banca SA, Cornercard
Delinat SA
Federazione delle cooperative Migros
Festool Srl
Forbo Giubiasco SA
Groth SA
Implenia Development SA
Impuls SA
Leineweber Srl & Co.KG
Lemaco SA
Meteoblue SA
Mimex Brands & Labels
Pimkie
Pro Futura SA
Prodir SA
Recticel Bedding (Switzerland) SA
SCA Hygiene Products Srl
Swisscanto Asset Management SA
Uniross Batteries
Universal Pictures International
Switzerland Srl
Waldmeier SA
Zürcher Kantonalbank

Fondazioni

Credit Suisse Foundation
Fondazione Erlenmeyer
Fondazione Ernst Göhner
Fondazione Margarethe e Rudolf Gsell
Fondazione Mava
Fondazione Stambach
Fonds Protection des forêts tropicales, Fondazione Symphysis
Fonds Rita et Richard Barmé
Oak Foundation

Contributi pubblici

DSC, Direzione dello sviluppo e della cooperazione
SECO, Segretariato di Stato dell'economia
UFAM, Ufficio federale dell'ambiente
UFAS, Ufficio federale delle assicurazioni sociali
UFFT, Ufficio federale della formazione professionale e della tecnologia
UFV, Ufficio federale di veterinaria

Organizzazioni partner

Alleanza Agraria*
Alleanza dell'ambiente*
Alleanza energia*
Associazione Iniziativa Clima*
Associazione per un'energia rispettosa dell'ambiente VUE*
Better Cotton Initiative*
CIPRA Svizzera*
Fondazione svizzera per l'educazione ambientale*
Goût Mieux*
IWÖ, Universität St. Gallen*
S.A.F.E.*
SAG*
Dialogue Energie Suisse (ETS)*
WWF International*

* Il WWF Svizzera è rappresentato negli organi direttivi



II WWF

Consiglio di fondazione

Presidente

Robert Schenker (dal 2003)
Consulente finanziario

Membri

Josef Estermann (dal 2006)
Urbanista

Tina Felber (dal 2004)

Direttrice marketing e comunicazione

Dr. Peter Hasler (2006 - marzo 2010)

Presidente e membro di diversi consigli di amministrazione

Dr. Elena Havlicek (dal 2007)

Biologa

Prof. Dr. Martine Rebetez (dal 2008)

Geografa e climatologa

Reto Ringger (dal 2010)

Imprenditore

Andreas Schoellhorn (2000 - dicembre 2009)

Consulente aziendale

Suzanne Wolff (dal 2009)

Presidentessa Mirador Foundation

Mandati e comunicazioni dei membri del Consiglio di fondazione rilevanti per l'attività del WWF Svizzera vengono pubblicati sulla pagina web www.wwf.ch/consigliofondazione

Direzione

CEO

Dr. Hans-Peter Fricker

Membri

Catherine Martinson
Responsabile attività regionali

Gian-Reto Raselli

Responsabile marketing

Markus Schwingruber

Responsabile finanze e servizi

Thomas Vellacott

Responsabile programmi

Indirizzi

WWF Schweiz

Hohlstrasse 110

8010 Zürich

Telefono: 044 297 21 21

WWF Suisse

Avenue Dickens 6

1006 Lausanne

Telefono: 021 966 73 73

WWF Svizzera

Piazza Indipendenza 6

6501 Bellinzona

Telefono: 091 820 60 00

Centro di formazione WWF

Bollwerk 35

3001 Berna

Telefono: 031 312 12 62

Certificazioni



ZEWO

Il marchio di qualità ZEWO contraddistingue le organizzazioni di pubblico interesse che utilizzano in modo responsabile e scrupoloso i fondi a esse affidate. Esso attesta l'impiego mirato, efficace e proficuo delle donazioni, e contrassegna le organizzazioni trasparenti e degne di fiducia dotate di strutture di controllo che garantiscono il rispetto di principi e valori etici in ambito di raccolta fondi e comunicazione.

Swiss NPO-Code

Lo Swiss NPO-Code contribuisce all'efficiente ed efficace adempimento dei compiti delle organizzazioni NPO. Esso promuove il rispetto e l'assunzione di responsabilità degli organi direttivi, l'allestimento di strutture di gestione chiare, la trasparenza attraverso un'informazione oggettiva nonché altri importanti aspetti della Corporate Governance di un'organizzazione non-profit. Il WWF Svizzera deroga a due principi dello Swiss NPO-Code dandone conto pubblicamente in internet. www.wwf.ch/rapportoannuale

Management ambientale

Il WWF Svizzera s'impegna in modo globale per la protezione dell'ambiente. Un impegno che riguarda anche la sua propria attività. La certificazione secondo la norma per la gestione ambientale ISO 14001:2004 garantisce il mantenimento delle nostre performance in questo ambito.

A nostro merito

Il WWF s'impegna in modo globale per la protezione dell'ambiente. Ciò, naturalmente, include anche le sue stesse attività. L'organizzazione, ad esempio, ha un'illuminazione energeticamente efficiente nei suoi uffici, un riscaldamento a legna a bas-

se emissioni di CO₂ nonché un nuovo sistema di videoconferenza per evitare trasferte inutili. Se possibile usa sempre carta riciclata. Laddove non si può fare altrimenti, impiega fibra vergine certificata FSC. Il WWF, inoltre, compensa i viaggi aerei – non evitabili – dei

propri collaboratori e l'intero consumo di carta attraverso progetti WWF di tutela del clima che soddisfano i criteri del «Gold Standard», il più esigente tra tutti i marchi indipendenti e riconosciuti a livello internazionale.



Il WWF intende porre un freno alla devastazione dell'ambiente e creare i presupposti affinché, in futuro, l'uomo possa vivere in armonia con la natura. I suoi obiettivi a livello mondiale sono:

- la conservazione della biodiversità,
- l'utilizzo sostenibile delle risorse naturali,
- la limitazione dell'inquinamento e dei consumi a danno dell'ambiente.

WWF Svizzera

Piazza Indipendenza 6
Casella Postale
6501 Bellinzona

Tel. 091 820 60 00
Fax 091 820 60 08
servizio@wwf.ch
www.wwf.ch
Offerta: CP 80-470-3



Impressum: Edizione e redazione: WWF Svizzera • © WWF Svizzera 2010 • © 1986 simbolo Panda WWF • ® «WWF» e «living planet» sono marchi registrati del WWF • Kom 527/10

© **Fotografie:** p. 1: Kevin Schäfer / Alamy; p. 2 / 3: Juan Pratginstos / Brian J. Skerry / National Geographic Stock/WWF; E.T. Studhalter; David Jenny; Terry Whitaker / Alamy; Charly Rappo/Arkive.ch; Dragan Nikolic/WWF; Martin HARVEY / WWF-Canon; Thomas Marent; p. 4 / 5: Michael & Patricia Fogden/Minden Pictures; Juan Pratginstos / WWF-Canon; Stefan Widstrand / WWF-Canon; Thomas Marent; p. 6 / 7: Arco Images GmbH / Alamy; Dragan Nikolic / WWF; Ernst Schweizer AG; Matt Wilkinon / WWF-Canon; p. 8 / 9: WWF Schweiz; Timo Ullmann/WWF / E.T. Studhalter; swissolar Zürich; S 10 / 11: David Jenny; Hans-Gunther Oed / STOCK4B; Michel Gunther / WWF-Canon; photolibrary.com; p. 12 / 13: Brian J. Skerry / National Geographic Stock/WWF; Martin Harvey / WWF-Canon; Brian J. Skerry / National Geographic Stock / WWF; bab.ch / Blickwinkel; p. 14 / 15: photolibrary.com; p. 16 / 17: Martin Harvey / WWF-Canon; André Bartschi / WWF-Canon; p. 18 / 19: Martin Harvey / WWF-Canon; Rosanne Tackaberry / Alamy