

« Business for Nature »

La campagne Krombacher / WWF pour la forêt tropicale:

Un exemple pour la conservation de la biodiversité
à travers un partenariat avec le secteur privé



La Brasserie Krombacher: Profil

- Société familiale de taille moyenne établie en 1803.
- Chiffre d'affaires de 460,5 million Euro in 2002.
- **Leader sur le marché de la bière en Allemagne**, avec 9% des parts de marché, dans un contexte extrêmement compétitif où il existe 1.300 brasseries et plus de 5.000 marques.
- Production d'une bière de très grande qualité (premium pilsner) considérée comme fraîche et pure
- Engagement en faveur de la nature:

La bière Krombacher – une perle de la nature



Campagne Krombacher pour les forêts tropicales 2003/2004

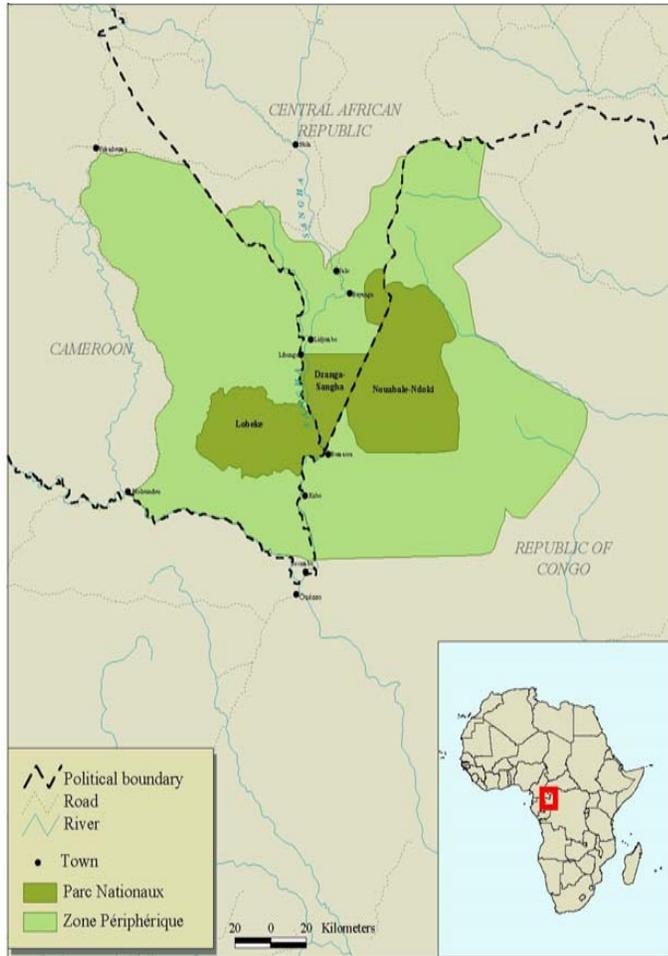
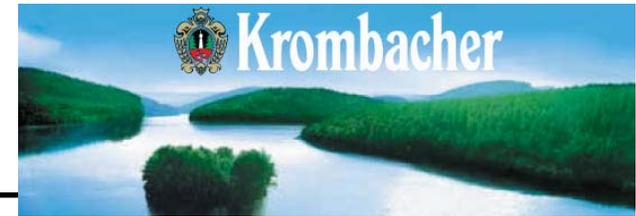
Mécanisme simple:

Chaque casier de Krombacher



= 1 m² de forêt tropicale

dont la protection est garantie pour plus de 100 ans!



De quelle forêt tropicale parlons-nous?

**Le complexe forestier de
Dzanga Sangha,
République Centrafricaine,
qui fait partie du
Tri-national de la Sangha
(TNS)**



Partenaires de la campagne 2003/2004

- WWF Allemagne
- Médias (3 chaînes de télévision, 9 stations de radio stations, presse écrite)
- Différents secteurs du monde des affaires (compagnies aériennes , Internet, etc.)
- Appui de l'animateur de variétés le plus populaire en Allemagne, Günther Jauch,
- Appui de la star du tennis et ambassadrice du WWF Allemagne Steffi Graf





Le match continue en 2006

Avec Günther Jauch et l'ancien entraîneur de l'équipe nationale de football

Rudi Völler





Enseignements tirés

- Pour que la coopération réussisse, il faut un changement des mentalités au sein des entreprises commerciales et industrielles, des organisations de conservation et des gouvernements
- Une entreprise industrielle détenant beaucoup de pouvoir peut faire une différence
- Les entreprises industrielles sont prêtes à opérer des changements si l'accent est mis sur la flexibilité!



Une mission réussie!

- Sensibilisation accrue du public allemand pour la conservation de la forêt tropicale
 - => 2.5 milliards de contacts de media
- Concrétisation du concept unique et innovant d'une campagne entre une entreprise industrielle et une organisation de conservation par la création d'un mécanisme de financement durable pour la conservation
 - => Etablissement de la « **Sangha Rainforest Foundation** » en 2003
- Succès en termes de marketing: pendant la période de promotion, les ventes de Krombacher ont augmenté de 17.7 pour cent par rapport à la même période l'année précédente, et sa part de marché est passée de 7.5 à 8.7 %

Pourquoi un fonds fiduciaire ?

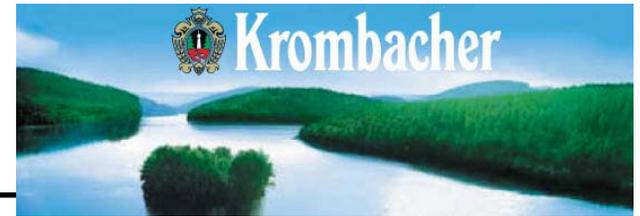
Les fonds fiduciaires constituent un instrument innovant de financement dans le Bassin du Congo car:

- Ils permettent d'assurer le financement durable à long terme, en particulier des aires protégées, contrairement aux projets qui ont une durée limitée
- Ils permettent d'assurer une source de revenus stables, spécialement pour les aires protégées qui ne disposent pas d'autres sources de revenus telles que le tourisme



La « Sangha Rainforest Foundation » et la Fondation pour le Tri-national de la Sangha (FTNS)

- Le capital de la « Sangha Rainforest Foundation » s'élève à 2.4 millions € et devrait atteindre 3 millions € suite à la campagne de 2006.
- Avril 2004: BMZ s'engage à contribuer 5 millions € à la FTNS: 90% pour le Parc National de Lobeke et 10% pour les activités transfrontalières.
- Intérêt d'autres partenaires: AFD, USAID, UNDP, WB
- La « Sangha Rainforest Foundation » signera un accord de coopération avec la FTNS et:
 - est membre du Conseil d'administration de la FTNS
 - agira comme fondation « sœur » de la FTNS pour mobiliser des fonds en Allemagne
 - transférera à la FTNS les revenus de l'investissement du capital



**Le modèle peut être reproduit
Avec d'autres entreprises industrielles et
commerciales dans d'autres pays**