



CORPORATE PARTNERSHIPS REPORT

WWF-Korea 파트너십 연례보고서

2018 회계연도 (2017년 7월~2018년 6월)

WWF(World Wide Fund for Nature, 세계자연기금)

WWF는 세계적인 비영리 환경보전기관으로, 세계 100여 개국에서 글로벌 네트워크를 구축해 500만 명 이상의 후원자들과 함께 활발히 활동하고 있다.

WWF는 지구의 자연환경을 보전하고 사람이 자연과 조화롭게 살아가는 미래를 만들고자 한다.

이를 위해 생물다양성을 보전하고 재생가능한 자연자원의 이용을 지속 가능한 방식으로

유도하며, 환경오염 및 불필요한 소비 절감에 대한 의식을 고취하는 데 힘쓰고 있다.

파트너십 관련 세부 정보 안내: WWF-Korea Partnership (partnership@wwfkorea.or.kr)

발행인: 윤세웅

작성자: 이정미, 박민혜, 정서영

발행일: 2018년 11월

발행처: WWF-Korea (세계자연기금 한국본부)

디자인 작업: 베스트셀러바나나

발간 관련 내용: 본 보고서 전체를 복제하거나 일부 복제 및 배포하는 경우 반드시 아래 인용 표시를 참고하여 출처를 명시하고 위에 열거된 기구에 저작권이 있음을 고지해야 한다.

© Text 2018 WWF-Korea

All rights reserved

목차

WWF-Korea 이사장 인사말 2

WWF-Korea 사무총장 인사말 3

WWF 기업 파트너십 소개 4

WWF가 지원하는 인증 8

글로벌 파트너십 사례 9

WWF-Korea 기업 파트너십 사례

1. 헤럴드 Herald Corp 10

2. 애플 Apple 11

3. 코카-콜라 Coca-Cola 12

4. 홍콩상하이은행 HSBC 16

5. 케이투코리아 K2 18

6. 볼보건설기계코리아 Volvo 20

7. NH농협생명 NH Life Insurance 21

8. 한국씨티은행 Citi Bank 22

9. 에이치앤엠 H&M 23

10. 이케아 IKEA 24

11. 삼성물산 에버랜드 리조트 Samsung C&T Everland Resort 26

12. 뉴킷 Newkit 28

13. 부기베어 Boogi Bear 28

14. KT 29

WWF 글로벌 네트워크 31

이사장 인사말

© WWF-KOREA



WWF-Korea
이사장
손성환

WWF-Korea가 공식 출범한 지 4년이 지났습니다. 그 동안 한국에서 기후·에너지와 해양보전에 있어 성과를 만들어가고 있으며, 기업과의 파트너십이 든든한 버팀목이 되었습니다. 몇몇 기업의 후원에서 이제는 매년 20개가 넘는 기업이 재정적인 후원뿐만 아니라 WWF가 지향하는 지속가능한 비즈니스로의 전환을 통하여 하나뿐인 지구를 보전하기 위한 노력에 적극 동참하고 있습니다.

WWF-Korea의 첫 번째 기업 파트너십 보고서 발간을 계기로 지금까지 함께 노력해주신 기업 파트너 여러분께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다. 기업 파트너십 보고서를 통해 전 세계 100여 개 국에서 활동하며 60여 년에 가까운 시간 동안 가장 신뢰받는 글로벌 자연보전 기관으로 성장한 WWF가 국내에서 기업과 협력하여 이루어낸 보전 프로젝트를 소개합니다.

WWF는 기업의 역할을 중요하게 여깁니다. 기업은 국내와 세계 경제에 큰 영향을 미치는 동시에 지속가능한 발전을 이끄는 주체입니다. 생태계 보전도 기업의 지속가능한 생산 방식으로의 전환 노력 없이는 불가능합니다. 예를 들어, 기업이 지속가능한 방법으로 생산된 원자재를 사용하고, 산림 파괴를 방지하고, 대기, 토양과 물이 오염되지 않도록 WWF 네트워크를 통해 검증된 방식과 모범사례를 통해 기업의 지속가능한 경영과 활동을 지원하고 있습니다.

산업화 이후 세계는 급격한 경제성장을 이룩했습니다. 그 과정에서 자연자원이 심각하게 훼손되었습니다. 2000년 이후 한해를 제외하고는 매년 역사상 가장 더운 해로 기록되고 있고, 기후 변화로 인한 자연재해의 빈도와 강도가 심해지며, 피해 규모도 커지고 있습니다. 생태계의 변화와 막대한 생물다양성의 손실을 회복하기 위해서는 담대한 노력이 시급합니다.

WWF는 기후변화로 인한 기업의 경영 리스크를 최소화하고 기업가치의 증대를 위한 탄소경영 지원 노력의 일환으로 WRI, CDP, UNGC 등과 함께 과학적으로 설정한 목표에 따라 기업의 자발적인 온실가스 감축을 지원하는 SBT사업을 적극 전개하고 있습니다.

WWF는 앞으로도 기업과의 파트너십을 강화하여 지구온난화 1.5°C 달성을 위한 온실가스 감축 및 재생에너지로의 전환이라는 큰 흐름을 우리사회에서 만들어 내고자 합니다. 기후변화 관련 각종 규제에 선제적으로 대응함으로써 기업이 중·장기적으로 지속가능성을 제고하고 국제적 흐름에 국내 기업도 적극 동참하여 신기후 체제에서 중심적인 역할을 할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

사무총장 인사말



WWF-Korea
사무총장
윤세웅

대다수 국내 대기업이 사회공헌 부서를 두고 다양한 사회적 책임을 실현하기 위해 힘을 쏟고 매년 지속가능 경영 보고서를 발간하고 있습니다. 기업의 사회공헌으로 소외계층에게 상당한 재무적 지원이 제공되기도 했고 또 해외 국가에 다양한 사회 개발 인프라가 마련되기도 했습니다. 그런데 의문을 갖게 됩니다. 자사에서 발간되는 지속가능 경영 보고서에 어떤 내용들이 담겨서 기업의 투자자들에게 제공되고 있는지 경영진은 충분히 인지하고 참여하고 있을까요? 자선활동을 넘어서서 기업의 지속가능성을 추구하기 위한 방향성과 전략을 갖고 있는 기업은 과연 몇이나 될까요?

자선기부에 의존한 사회공헌을 뛰어 넘어 기업의 환경적/사회적 책임을 다 하고 앞으로 100년을 바라다보는 지속가능한 경영을 위한 노력이 전략적으로 설계되고 모든 투자자에게 기업의 가치로 투명하게 보고되어야 하는 규정이 점차 강화되고 있습니다. 또한 책임 소비 등으로 점점 환경적 / 사회적 책임을 다 하는 기업의 생산판매에 관심을 기울이는 소비자의 변화에도 귀 기울여야 합니다. 사회적 여건과 무관하게 기업의 사회적 책임을 다 하지 않는다는 시민사회의 비난에 직면하기도 합니다.

항상 새로운 변화에의 니즈를 규제로 인식하고 소극적으로 대응하는 이도 있고 피할 수 없는 변화를 보다 적극적으로 수용하며 오히려 적극적인 선진입으로 새로운 기회를 찾는 이도 있습니다. 글로벌 선진 기업들은 쉽지 않은 여건이지만 환경적 책임을 다 하고자 하는 강한 의지로 기업의 사회적 가치를 키우고 또한 이를 마케팅에 적극 활용하며 새로운 경제에 선진입하고자 노력하고 있습니다. 여러분은 어떤 전략으로 이러한 리스크를 관리하고 선제적인 노력을 기울이고 계신가요?

WWF는 1961년부터 58년동안 지구상 100개가 넘는 국가에서 지구환경의 훼손을 막고 인류와 지구의 조화로운 공존을 위한 노력을 기울여 왔고 지금도 지속적으로 노력하고 있습니다. 생태환경에 있어 보전의 노력이 필수적인 지역과 보전의 노력이 필요한 생물종을 보전하고 모든 인류 생활과 산업의 지속가능성을 확보하기 위하여 과학적인 방식으로, 경험이 반복될 수 있도록 솔루션을 통한 기법으로, 최대의 성과를 만들어 내기 위해 기업 및 정부와 협력적인 노력을 기울여 왔습니다. 매년 이러한 보전활동을 공유하는 연례보고서 외에도 기업과의 협력 보고서를 발간해 오고 있습니다.

한국에서는 최초로 발간되는 이 보고서가 국내 기업 경영진에게는 환경 경영이 무엇인지 그 사례들을 엿볼 수 있는 기회를 드리고, 사회공헌이나 환경경영 등 지속가능 경영 부서에서 일하고 계시는 분들에게는 앞으로 지속가능 경영 활동 계획에 참고할 만한 활동 방안의 사례를 제시해 드리기 희망합니다.

WWF 파트너십 소개

하나뿐인 지구를 위한 공동의 노력

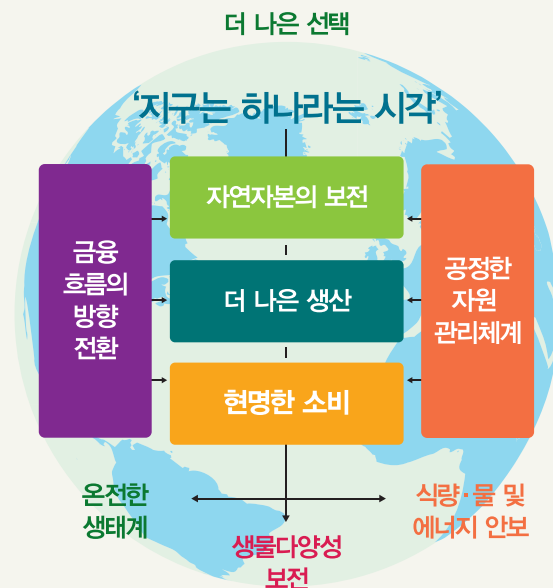
이제는 우리 모두가 행동에 나설 때다. 그간 우리는 세상의 변화에 발맞춘 글로벌 보전 전략을 실천함으로써 이 시대의 심각한 환경 문제에 대처해 왔다. 또한, 이러한 전략을 통해 우리의 여러 활동을 통합해 간소화하는 대신 역량을 한 곳에 집중함으로써 영향력 확대를 도모해 왔다.

WWF(세계자연기금)은 앞으로도 전 세계 주요 생태지역에서 활동을 지속하는 한편 야생, 산림, 해양, 담수, 기후·에너지, 식량 등과 관련한 6대 글로벌 목표를 달성하고, 시장과 금융, 거버넌스 같은 3대 동력에 대처하는 데 더욱 매진할 것이다. 이를 위해 우리는 WWF와 외부 파트너 출신의 전문가가 참여하는 실천 공동체를 구성 중에 있다. 이러한 공동체는 우리의 원대한 목표를 함께 실현해 나가는 과정에서 협력과 혁신을 한층 더 촉진하는 한편 참신한 아이디어를 적극 장려하고 실현 가능성이 높은 아이디어를 더욱 발전시켜 나갈 수 있을 것이다.

주지하다시피 어느 한 기관의 힘만으로는 필요한 변화를 이끌어내기 어렵다. 이에 따라 우리는 글로벌 목표를 달성하고 동력에 대처하기 위해 지역과 세계 각국의 여러 기관과 기업을 상대로 파트너십을 추진하고 있다. 세상의 변화를 유도하기 위해서는 여러 행위자들의 노력이 하나로 합쳐져야 한다. 지역사회를 비롯해 국내 기업과 다국적기업, 정부와 NGO, 금융기관과 개발기구, 소비자 및 학자들이 함께 행동에 나서야 한다.

지금은 우리 모두의 행동이 그 어느 때보다 시급한 때다. WWF에서는 적정 규모의 효과를 달성할 수 있는 새로운 협력 방식을 강구하고 있다. 이제는 인간과 지구의 관계가 재정립되어야 한다. 우리가 함께 노력할 때 이러한 과제를 달성할 수 있을 거라 확신한다.

지구는 하나라는 시각 (WWF, 2012)



기업 부문과의 협력

이에 따라 WWF에서는 지구 생명체의 다양성을 직접적으로 위협하는 요인들을 줄여 나가기 위해 잠재력이 큰 기관들과 협력을 모색하고 있으며, 이들과 함께 산림 파괴, 어류 남획, 물 부족, 기후변화 같은 보전 과제의 해결 방안을 강구하고자 한다. 기업은 글로벌 경제 전반을 움직이는 주체다. 따라서 기업 역시 일정한 책임감을 가지고 사업의 근간이 되는 천연 자원과 생태계를 지속가능한 방식으로 이용할 필요가 있다. 기업은 또한 발 빠른 기후변화 적응은 물론이고 변화를 선도할 혁신적 솔루션 개발에 앞장설 수 있도록 대비해야 한다.

WWF는 기업 부문과 협력함으로써 행동 변화를 유도하는 한편 기업과의 협력을 통해서만 달성할 수 있는 보전 성과를 추구하고자 한다.

이러한 목표를 달성하기 위해 WWF가 기업 부문과 추진하는 구체적인 활동은 다음과 같다.

- '더 나은 생산'과 책임감 있는 원료 조달을 통해 산림 파괴 또는 지속가능하지 않은 물 이용 운영을 지양한다.
- 화석연료에서 100% 재생에너지로의 전환을 독려한다.
- 공공 정책 수립 과정에 공동으로 참여한다.
- 자연자원의 공평한 배분을 지원한다.
- 보전 활동과 지속 가능한 생태계 관리를 지원하는 쪽으로 자금 흐름을 전환한다.
- 현명한 소비가 필요하다는 인식을 제고한다.
- 전 세계적으로 생태적 가치가 높은 지역을 보호한다.

우리는 이러한 활동을 추진하기 위해 다양한 방식을 활용하고 있다. 불법적이고 지속가능하지 않은 활동을 중단시키기 위한 규제 활동을 지원하고 있으며, 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)의 과학적 온실가스 감축 목표(Science Based Targets)와 소비자재 포럼(Consumer Goods Forum) 같은 업계의 플랫폼이나 기업들을 상대로, 높은 수준의 기여를 요구하거나 지역 또는 세계 각국의 공공 정책 논의에 참여할 것을 독려하고 있다. 또한, 지속가능 산림경영 인증 프로그램(FSC)과 지속가능 어업 인증 프로그램(MSC), 지속가능 양식어업 인증 프로그램(ASC), 지속가능 팜유 인증 프로그램(RSPO), 책임감 있는 대두관리 인증 프로그램(RTRS) 같은 공신력 있는 인증 제도를 지원하는 일도 병행하고 있다. 아울러, 기업과 산업 부문의 성과를 측정할 평가표와 보고서—팜유 순위평가표(palm oil scorecard), 대두 순위평가표(soy scorecard), 지속가능한 면화 순위평가표(sustainable cotton ranking)—를 발간하고 있으며, 재생에너지 투자촉구(Seize Your Power)와 비룽가 국립공원보호(Virunga), 해양경제 되살리기(Reviving the Oceans Economy)처럼 잘 알려진 캠페인을 통해, 기업 활동으로 야기된 문제에 대한 여론을 환기시키고 있으며, 개별 기업과의 파트너십도 추진하고 있다.

본 보고서에서는 WWF-Korea가 개별 기업과 추진한 파트너십의 내용을 개괄한다.

WWF의 기업 파트너십

WWF와 파트너 기업은 특정 사안에 대한 공통의 인식, 목표나 활동의 공유, 공공의 문제에 목소리를 내려는 의지 등을 바탕으로 상호 협력하게 된다. 일반적으로 WWF는 기업과 세 가지 형태의 파트너십을 추구한다.

1. 지속가능한 비즈니스로 전환
2. 커뮤니케이션 및 인식 제고
3. 자선 기부

지속가능한 비즈니스로 전환

WWF는 파트너십을 바탕으로 주요 사안이나 주요 보전지역과 관련한 직접적인 보전성과를 달성하기 위해, 특정 기업의 운영과 가치사슬 전반에 걸친 운영을 개선하고자 한다. 이러한 활동을 통해, 우선 거대 글로벌 기업의 대표적인 환경 영향을 완화하고, 파트너십을 통해서만 달성이 가능한 보전 성과를 추구하는 한편 관련 산업부문과 시장에 영향력을 행사한다.

커뮤니케이션 및 인식 제고

민간부문 협력사와의 두 번째 협력 방식은 주요 환경 문제에 대한 인식을 환기시키는 것이다. 이뿐만 아니라 소비자의 행동을 유도하기 위해 홍보활동을 진행하거나 공익 연계 마케팅 같은 각종 캠페인을 전개할 수도 있다. 또한, WWF의 주요 보전지역과 주요 생물종이 지닌 아름다움과 고유한 가치를 부각시키는 활동도 진행한다. 예컨대, 소비자의 행동을 유도함으로써 MSC 인증 수산식품 같은 지속가능한 상품의 소비를 촉진할 수도 있고, 기업의 지원을 받아 북극 같은 특별 지역과 호랑이 같은 멸종위기종을 보호하기 위한 캠페인을 진행할 수도 있다.

자선 기부

마지막으로 WWF는 기업과의 특정 프로그램을 바탕으로 보전 사업, 또는 보전사업 추진 기관에 자금을 지원한다. 주요 지역과 생물종 보전에 필요한 기금, 그리고 보전효과 달성에 필요한 역량 및 도구 확보 기금을 이러한 기부 파트너십을 바탕으로 마련하게 된다.

WWF에서는 실질적인 조치를 통해 지속가능성 성과를 개선한 기업, 또는 환경에 대한 영향이 미미한 기업들을 상대로 기부 및 인식 제고와 관련한 파트너십을 추진하고 있다.

WWF는 보전 목표 달성을 위해 기업과 협력한다. 파트너십에 참여하는 NGO와 기업은 건설적인 대화를 진행하면서 실질적인 사안을 놓고 서로의 문제점을 지적하게 된다. 따라서 파트너십 활동은 NGO와 기업 모두에게 기회가 될 수도 있지만 위험 요소도 내포하고 있다. WWF에서는 이러한 위험요소를 관리하기 위해 실사 절차와 같은 명확한 지침과 기준을 적용하고 있으며, 모든 파트너십 활동 과정에서 공론의 권리(right to public commentary)를 인정하고 행사한다.

본 보고서에서도 확인할 수 있는 것처럼 기업과의 다양한 파트너십에서는 상기에 언급한 접근 방식을 서로 혼용하게 된다.

투명성 및 책임성

보전 활동의 결과와 효과는 양적 기준과 질적 기준을 모두 충족해야 한다. 우리는 모든 이해관계자의 투명한 활동이 지속가능성 달성의 핵심 요소라 생각한다. 우리는 결과에 책임을 져야 할 뿐 아니라 이러한 결과를 도출하는 과정도 지지자들과 회원들에게 투명하게 공개해야 한다. 그리고 기업을 비롯한 WWF의 모든 파트너와 건설적이고 협력적인 관계를 유지하는 과정에서 이러한 책임성과 투명성이 그 토대가 되어야 한다.

우리는 기업과의 파트너십을 통해 최대한의 효과를 달성하는 한편 적정 규모의 성과물을 지속적으로 도출하고자 한다. 이를 위해 WWF에서는 민간 부문과의 협력, 그 중에서도 양자 파트너십을 통해 달성한 목표치와 성과물을 심도 있고 체계적으로 평가하는 절차를 시행하고 있다.

WWF의 모든 지부는 기업과의 파트너십을 비롯해 그 동기과 목표, 효과 등을 지속적으로 보고하고 있으며 본 보고서 역시 그러한 활동의 일환이라 할 수 있다.

보고서 소개

본 보고서는 WWF-Korea가 개별 기업과 체결한 파트너십의 내용을 개괄한다. WWF가 기업 파트너십을 통해 얻은 기금은 크게 다음과 같은 용도로 사용된다.

- 기업의 환경 영향과 생태발자국 저감을 위해 함께 노력하고 WWF의 글로벌 보전 전략에 기반한 시장과 각 산업 부문의 지속 가능성 달성 지원
- 주요 보전 문제에 대한 대중의 관심 유도
- WWF의 보전 사업 직접 지원

파트너십 대상 기업과의 계약 체결은 WWF-Korea에서 담당하며, 기타 실질적 활동은 대부분 다른 국가나 지역에서 진행된다.

2018 회계연도(2017년 7월 - 2018년 6월)를 기준으로 WWF-Korea의 전체 후원금 중 기업으로부터 얻은 총 후원금의 비중은 20%다.

WWF가 지원하는 인증

WWF는 기업이 '자연과 인간이 조화롭게 공존하는 삶을 추구할 수 있도록 다음과 같은 인증을 지원하고 있다. 이는 과학적 데이터를 바탕으로 측정가능한 표준 수치를 제시하여 기업이 지속가능한 생산과 소비를 할 수 있도록 도움을 주고 있다. 표준수치를 달성한 기업은 독립 기관에서 인증받도록 하고 있다.



세계양식책임관리회에서 양식장 및 연어와 새우 등 양식 어류에 부여하는 인증



세계해양책임관리회에서 어업(Fishery) 및 자연산 어류에 부여하는 인증



세계산림책임관리회에서 산림 및 목재와 종이 제품에 부여하는 인증



지속가능한 팜유 생산을 위한 협의회에서 팜유농장에서 생산된 팜유에 부여하는 인증



DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

지구 온도를 2°C 낮추기 위해 Science Based Targets 이니셔티브에서 기업들의 온실가스배출량 감축 목표와 실행에 대해 부여하는 인증

WWF 글로벌 파트너십 사례

WWF는 글로벌 차원에서 매년 파트너십 보고서를 발간하고 있지만, 그 중 보전을 위한 기술 지원 협력과 지속가능한 수산물 구매를 위한 협력 사례 두 가지를 소개하고자 한다.



보전을 위한 기술 지원 협력

2012년 12월, 구글은 글로벌 임팩트 어워드(Global Impact Award)를 론칭하고 야생 보전을 위한 기술 개발을 위해 WWF에 USD 500만불의 기금을 지급했다. 이 후원금을 통해, WWF는 반밀렵 기술과 모니터링 시스템을 구축하는데 집중하고 있다. 2013년과 2014년에 WWF는 아프리카 나미비아의 환경 및 관광 부처와 통합적 기술 네트워크를 위한 현장 테스트를 실시했다. 다음 단계로 WWF는 네팔과 케냐 정부와의 협력을 통해 여러 현장 상황에서 프로젝트를 실행했다. 글로벌 임팩트 어워드 외에도 구글은 2003년부터 숲

- 기업명 : 구글
- 업종 : IT
- 파트너십 형태 : 자선 기부
- 보전 분야 : 멸종위기종 보전
- 후원 범위 : 1,150,000 ~ 3,450,000 USD (FY2016)
- 담당 사무소 : WWF-US

감시(Eyes on the Forest)와 자연 자본(Natural Capital) 프로젝트를 통해 WWF를 재정적으로 후원해왔다. 또한 애드워즈(AdWords), 구글맵 엔진(Google Maps Engine), 어스프로(Earth Pro license), 넥서스 태블릿(Nexus tablet)과 구글 글라스(Google Glass) 등 현물 형태로도 후원을 해왔다. WWF는 또한 구글의 원투데이(OneToday) 펀드레이징 애플리케이션(미국에 한정)을 통해 구글의 임직원들로부터 후원금을 받고 있다.



지속가능한 수산물 구매를 위한 협력

WWF는 힐튼의 생태발자국을 줄이기 위한 노력을 함께하고 있다. 초기 3년 협약은 2015년에 담수 보전하기, 음식물 쓰레기 줄이기, 지속가능한 수산물 늘리기로 시작되었다. 힐튼의 지속가능한 수산물 목표는 WWF가 지정한 멸종위기종 조달을 국제적으로 금지하는 것과 수산물 구입시 지속가능하고 책임감 있는 곳에서 구입하는 것으로의 전환을 포함한다. 2022년까지 힐튼이 소유 및 관리하는 전체 수산물

- 기업명 : 힐튼
- 업종 : 호텔
- 파트너십 형태 : 지속가능한 비즈니스로 전환
- 보전 분야 : 원자재(수산물), 담수
- 후원 범위 : 570,000 ~ 1,150,000 USD (FY2016)
- 담당 사무소 : WWF-US

의 최소 25%를 해양관리협회(MSC, Marine Stewardship Council) 인증을 받은 어장과 지속가능한양식관리위원회(ASC, Aquaculture Stewardship Council) 인증을 받은 양식장으로부터 조달할 계획이다. 나머지 부분도 MSC와 ASC 인증을 받는 과정에 있는 어장과 양식장, 통합적 어업과 양식업 개선 프로젝트, 또는 WWF 신호등 체계에서 초록색으로 구분된 수산물에서 조달될 것이다.

WWF-Korea 기업 파트너십 사례



지속가능한 비즈니스 파트너

헤럴드는 WWF-Korea의 가장 오랜 파트너사로, 지속가능한 비즈니스를 실천하며 한국 대중들이 자연보전에 대한 이해도를 높이고 관련한 다양한 정보전달을 통해 소비자 인식을 제고할 수 있도록 함께 노력하고 있다.

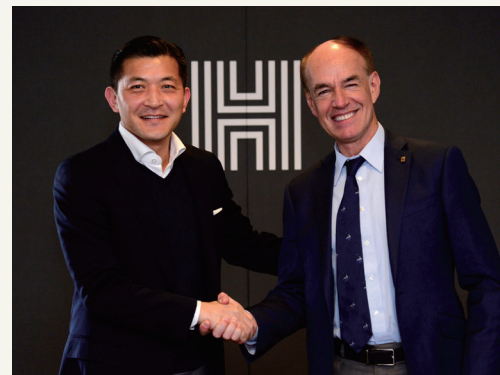
특히 헤럴드는 비지정 기부(unrestricted donation) 방식으로 WWF에 기부함으로써, WWF의 국내 주요 보전활동인 해양보호구역 지정과 지속가능한 수산물 확대를 비롯하여, 적극적인 기후변화 대응을 위한 활동 전반을 지원하고 있다.

WWF가 한국에서 활동을 시작한 이후 헤럴드 그룹이 운영하는 헤럴드경제, 코리아헤럴드, 리얼푸드 등의 매체를 통해 WWF활동뿐 아니라 기후변화 대응과 해양보전 관련된 다양

- 기업명 : (주)헤럴드
- 업종 : 언론, 교육, 식음료
- 파트너십 형태 : 자선 기부
- 보전 분야 : 제한 없음
- 후원금액(범위) : 50,000,000 ~ 100,000,000원

한 뉴스들이 전해졌으며, 해당매체의 기획기사와 인터뷰를 통해 독자들에게 환경에 대해 깊이 있는 지식을 전달하고 다양한 관점에서 바라볼 수 있도록 지원하고 있다. 또한 내추럴푸드 기업 올가니카는 WWF와 함께 건강한 삶과 지구의 자연을 함께 지키기 위한 목적의 이벤트 등에 제품 지원을 통해 지구를 위한 현명한 소비문화를 알리고 있다.

2015년 '지구생명보고서', 2016년 발간한 '한국생태발자국 보고서'에 이어 2017년 '지속가능한 미래를 위한 대한민국 2050 에너지 전략' 발간을 지원한 바 있으며, 헤럴드·올가니카 홍정욱 회장은 2017년 9월 WWF의 이사회 멤버로 위촉되어 WWF가 하나뿐인 지구의 자연 보전을 위해 합리적이고 공정하게 운영될 수 있도록 돕고 있다.



지구를 위한 앱과 숲보전 프로젝트

애플은 세계 지구의 날을 맞아 우리가 살고 있는 하나뿐인 지구의 보전을 위한 인식을 높이고 지구의 모든 생명을 보호하기 위해 WWF 및 24개의 앱 개발자들과 협력하여 지구를 위한 앱(Apps for Earth) 캠페인을 진행하였다.

애플은 이번 행사에 참여하는 '지구를 위한 앱'을 통해 10일 동안 진행한 캠페인의 수익금 전액을 WWF의 주요한 글로벌 보전 사업을 지원하거나 지구의 생물 다양성을 위협하는 요인을 감소시키기 위한 임무 수행에 사용되었다.

지구를 위한 앱 사용자는 각각의 앱을 통해 특별 제작된 캠페인 전용 콘텐츠를 즐길 수 있다. 지구를 위한 앱 전용으로 제작된 대화형 교육 콘텐츠를 통해 사용자는 적극적으로 자연보전에 참여하고 WWF의 보전활동에 기여할 수 있는 기회를 얻었다. 여기에는 산림, 해양, 담수, 야생동물 보호를 비롯해 WWF가 세계적으로 중점을 두고 노력하는 기후 변화 및 식량 문제까지 아우르는 내용을 담고 있다.

캠페인에 참여했던 앱은 앵그리버드 2(Angry Birds 2)를 비롯해 캔디크러쉬사다, 캔디크러쉬사기, 헤이데이, 하스스톤: 워크래프트의 영웅들, 라인 디즈니 썸썸 등이다.

- 기업명 : 애플
- 업종 : 컴퓨터 소프트웨어
- 파트너십 형태 : 지속가능한 비즈니스로 전환
- 보전 분야 : 제한 없음
- 후원금액(범위) : 100,000,000 ~ 500,000,000원

WWF와 애플은 이번 캠페인 외에도 종이 제품의 생산과 중국에서 100만 에이커의 산림을 보호하기 위해 함께 협력하고 있다. 실제 지금까지 생산된 애플 제품 포장재의 99%가 재활용지 또는 지속 가능하게 관리된 산림에서 생산한 종으로 만들어졌다. 실제 애플의 모든 데이터 센터는 태양열, 풍력, 수력 등의 청정 에너지를 사용하여 가동되며, 전 세계에 있는 시설의 93%가 재생 가능 에너지로 가동되고 있다. 이번 캠페인은 애플이 지구를 보호하기 위해 WWF와 맺은 두 번째 협약이다.

애플은 다수의 매체를 통해 "전 세계인을 위한 최고의 제품을 개발하기 위해 헌신하고 있으며 그 과정에서 환경에 상당한 영향을 끼치게 된다는 것을 깊이 이해하고 있다"면서 탄소 발자국을 해결하는 일은 우리의 최우선 과제이며, 우리는 사람들에게 사랑받는 제품을 만드는 것과 더불어 환경에 대한 책임 있는 행동을 통해 더 나은 세상을 만드는데 최선의 노력을 다하고 있다"고 지구를 위한 보전 활동 참여의 이유를 전했다.



- 기업명 : 코카-콜라
- 업종 : 음료 제조업
- 파트너십 형태 : 지속가능한 비즈니스로 전환
- 보전 분야 : 담수
- 후원금액(범위) : 100,000,000 ~ 500,000,000원

물환원 프로젝트

WWF가 기업과 함께 진행하는 보전 활동의 대표적인 사례는 세계 최대 음료 제조 기업인 코카-콜라(Coca-Cola)와의 파트너십이다. 코카-콜라는 2007년 WWF와 글로벌 파트너십을 맺고, 전 세계의 수자원을 보전하기 위해 힘써오고 있다. 세계에서 가장 중요한 7개의 수자원 유역인 메콩강, 메소아메리칸 리프, 미국 남동부 유역, 다뉴브강, 니아사 호수, 리오그란데강, 양쯔강을 중심으로 건강하고 회복가능한 담수 생태계를 만들기 위해 노력하고 있다. 지역사회와 긴밀하게 협력하여 보호지역 지정, 지속가능한 농업 보급, 식재, 빗물저장장치 설치 등 각 수자원 유역에 적합한 보전 활동을 진행하였다. 이 외에 글로벌 코카-콜라는 2015년까지 제품 생산에 사용된 폐수 처리를 위해 미화 약 10억 달러를 투자, 물 사용 효율성 12년 연속 10% 증대, 전체 제품 생산을 위해 사용된 물 총량의 100% 이상 자연에 환원하는 것을 목표로 사업을 추진해왔다.

당초 글로벌 코카-콜라는 2020년까지 물환원 100%를 달성하겠다고 선언한 바 있으나, 2015년 기준 이미 115%를 달성했다. 코카-콜라에서 사용하는 용수는 제품 원료로 사용되는 제품수와 제품 제조를 위해 사용되는 공정수로 나누어지는데, 공정수는 대부분 엄격한 폐수처리과정을 통해 다시 자연으로 환원되기 때문에 제품수를 기준으로 환원량을 측정한다. 물환원 성과를 측정하는 방식은 각 국가에서 물 환원 프로젝트의 특성에 맞는 물환원 계산법을 현지 전문가 그룹과 개발하여 환원량을 계산한 후 림노텍(LimnoTech)이라는 제3의 글로벌 인증기관을 통해 계산방법 및 결과 수치에 대한 정교하고 과학적인 확인 과정을 거친 후 확정하게 된다.

이러한 글로벌 파트너십의 일환으로, 한국에서는 2017년 WWF-Korea와 물환원 프로젝트(Water Replenishment



Project)를 위한 파트너십을 체결하였다. 물환원 프로젝트는 코카-콜라가 음료를 제조하는 과정에서 사용하는 물의 양만큼 물부족 지역에 수량을 확보하고 오염된 물을 정화시켜 깨끗한 물로 사회에 환원하는 글로벌 프로젝트다. 1차 사업으로 지난 평창 동계올림픽과 연계하여 오대산 국립공원 내 삼정호-질미늪 유역권의 물중립 프로젝트를 진행하였다. 코카-콜라사가 전세계에서 생산하는 모든 제품 및 제조과정에서 사용한 물의 총량을 각 지역사회의 필요에 맞게 적절한 방법으로 다시 자연에 환원하기 위한 목적으로 개발된 이 글로벌 수자원 프로그램이 우리나라에서는 가장 큰 국가적 이벤트인 평창동계올림픽과 연계한 한국형 물환원 프로젝트를 시작으로 출범하게 되었다.

사업대상지인 삼정호 유역권 일대는 백두대간보호구역과 국립공원 등 보호지역 내에 포함되어 있으므로 유역권 수생태계 관리를 통한 생물다양성 증진은 중요한 목표다. 2017년에 진행된 해당 1차 사업은 삼정호 유역권 일대에 지역에 자생하는 식물을 이용하여 변화된 공간의 복원을 유도하고 이를 통해 생물다양성 증진 및 야생생물 서식지의 질을 높이고 그 범위를 확대하고자 했다. 삼정호 일대의 수량 확보 및 건조화를 방지하기 위해 지류천 일부지역에 목재를 이용한 물막이 시설을 설치하였다. 또한, 이 일대의 생물종 다양성을 증진하기 위한 사업으로 삼정호 주변의 관목식재와 수변 식재를 통해 야생조류와 동물들의 먹이와 은신처 등을 제공할 수 있는 기능을 고려한 자생종 식재를 실시하였다. 장기적으로는 삼정호 유역권 일대의 습지와 생태계를 복원하는 기반을 조성할 것으로 예상하고 있다.

2017년 사업의 원활한 추진을 위해 WWF와 코카콜라는 강원도, 국립공원공단, 평창올림픽 조직위, 대관령삼양목장과 함께 협력 체계를 구축하여, 상시 협의하고 협력하였다. 이

번 협약식에는 평창동계올림픽 홍보대사인 김연아를 비롯해 한국 코카-콜라 시스템 (한국 코카-콜라(유), 코카-콜라음료(주)), 평창동계올림픽조직위원회, WWF, 강원도, 국립공원관리공단, 에코그린캠퍼스 등, 민간 지역 정부 대표들이 참석하여 오대산 국립공원 내 질미늪 유역권 관리를 통한 통합적 수자원 관리 프로젝트 협약을 체결했다. 협약에 참가한 기관들은 단기적으로는 평창동계올림픽의 성공 개최와 함께 중장기적으로 통합 유역권의 수자원 집중 관리를 약속했다.

2017년 사업을 실행하는 과정에서 이해관계자와 협력 구축이 원활하게 진행되었으나 각자의 역할 분담 속에서 유역권 관리를 위한 시설 설치에는 미흡한 부분이 있었다. 하지만 강원도 평창 오대산 국립공원 내 질미늪-삼정호 유역권 일대의 수자원 관리를 통해 친환경평창동계올림픽 개최를 지원하고자 하는 정부, 시민사회, 기업 간의 상생 협력 모델을 제시했다는 점에서 의의가 컸다.

한국 코카-콜라 이창엽 대표이사는 “이번 통합적 수자원관리 프로젝트를 통해 친환경 평창동계올림픽 지원을 위해 최선을 다할 것”이며, “평창동계올림픽 이후에도 지속적으로 해당 유역권을 관리하는 것은 물론, WWF와 함께 우리나라 실정에 맞는 다양한 친환경 프로젝트를 진행할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

이번 물환원 프로젝트는 출범 이후 평창 지역에서 올림픽을 계기로 정부, 시민사회, 비즈니스가 협력하여 유역권 관리에 대한 새로운 모델을 제시함으로써 올림픽 이후에도 지속적으로 깨끗한 수자원 확보를 목적으로 하였다. 이의 일환으로, 평창에서 진행된 1차 사업에서 인연을 맺게 된 한국생태연구소를 통해 우리나라 환경부에서 추진하는 ‘도량품은 청

정마을' 사업을 알게 되었다. '도랑품은 청정마을'은 환경부, 낙동강유역환경청 등이 참여하는 범국가적인 사업으로 코카-콜라와 WWF도 합류하게 되었다. 물관리의 출발점인 도랑의 환경을 되살리고 수생생태계를 복원하기 위한 이번 사업은 민간·지역·정부가 손잡고 낙동강 유역을 중심으로 법적, 제도적 관리 사각지대에 놓여 수질 오염 및 건천화를 겪는 마을에 맑고 깨끗한 수자원을 공급해 장기적으로는 낙동강 유역의 지속 가능한 물 관리를 목표로 하고 있다. '도랑품은 청정마을'은 도랑의 수질 수생태계 복원만 강조하던 '도랑 살리기'와 달리 마을 환경 전반을 개선하는 사업으로 주민 공동체 의식 회복과 주거환경 개선 등의 내용을 담고 있다. '도랑품은 청정마을' 사업은 2017년 9월 업무협약식을 맺었다.

2018년 2차 사업으로 대상지를 낙동강의 화포천으로 선정하고 낙동강 유역 물환원 프로젝트를 시작했다. 사업대상지인 신기, 상촌, 하촌 도랑은 진례천과 화포천으로 이어져 결국에는 낙동강으로 흘러가는 도랑수계의 출발점이다. 사업지로 선정된 시례리는 낙동강 수질의 출발점이 되는 화포천 최상류에 위치한 농촌마을로 체계적인 물관리가 이루어지지 않아 수질 오염 및 수자원 부족을 겪고 있었다. 도랑살리기와 관련한 수자원 확보 및 수생태 복원 사업 등은 법 제도 미비로 예산지원이 어려운 상황이었다. 이에 도랑살리기 사업에 수자원 확보 및 도랑습지 조성 등을 주요 내용으로 하는 한국 코카-콜라와 WWF의 지원 사업은 국내 첫 사례이자 그 의미가 매우 크다 할 것이다.

한국 코카-콜라와 WWF의 도랑품은 청정 시례마을(상촌, 하촌, 신기) 만들기 사업은 김해시 낙동강 유역권의 물부족 지역에서 저수지 수량확보를 통해 지역에 부족한 농업용수를 확보하고, 수생식물 식재를 통해 물을 정화하여 화포천

및 낙동강으로 흐르는 물의 수질을 향상시키는데 기여하고자 했다. 상촌마을 저수지 준설과 확장 등으로 추가 확보된 수자원은 농업용수 기준(BOD/TOC) 4급수를 달성할 것으로 생각되며, 하류부 약 20ha(200,000m²)의 농경지에 농업용수를 공급함은 물론 갈수기 유량이 부족해 건천화되는 도랑에 유지수를 공급하는데 기여할 것이다. 한편, 도랑 하류에 조성할 도랑 습지는 상류 농경지에서 배출되는 각종 농업용 폐수 등을 깨끗하게 정화시켜 혼법천과 화포천으로 흘러 보냄으로써 국가습지로 지정된 김해시 화포천 국가습지의 생태환경 보전에도 기여할 것으로 생각된다.

한국 코카-콜라는 시례마을 도랑 수자원 확보 및 수질 개선을 위해 도랑 상류에 저수지를 준설해 저수량을 두 배 이상 추가적으로 확보했으며, 도랑 하류에는 수질 정화를 위해 창포 등 수생식물 식재 및 인공 습지를 조성해 낙동강 수질 개선에 작지만 의미있는 첫 발을 내딛었다. 2018년 봄에 마을 저수지 준공 공사를 완료했다. 첫번째 목표인 수량 확보의 일환으로 상촌 소류지 준설 및 확장으로 기존보다 규모가 2배 이상 넓어졌다. 또한, 유출수의 효과적 유입을 위해 기존 하천 부지에 차수벽을 설치했다. 차수벽 설치를 통해 강우시 하천 방향의 유출을 억제하여 소류지의 유효 담수량을 증대시킬 계획이다. 저수지 물량이 늘어나 농업 용수가 증가하여 주민들이 굉장히 만족해 하였다. 두번째 목표인 수질 개선을 위해 도랑 습지인 마을도랑 하류부 소와 창포섬 형태로 창포를 식재했다. 이 인공습지에 의해 수질개선 효과를 정기적으로 측정하고 있으며, 이는 결과적으로 화포천 유역의 지속가능성에도 기여할 것으로 기대하고 있다.

이를 기념하기 위해 한국 코카-콜라, WWF 낙동강유역환경청, 김해시, 한국생태환경연구소 등은 6월 21일 경남 김해시 진례면 시례리에서 '김해시 시례리 도랑품은 청정마을 협약



식 및 출범식을 개최했다. 이날 발대식에서는 '도랑품은 청정 시례마을 만들기'라는 슬로건 아래 시례마을의 수자원 확보 및 수질 개선을 위한 저수지 및 도랑습지 준공을 기념하는 다양한 행사가 펼쳐졌다. 먼저, '도랑품은 청정 마을 1호 저수지' 준공을 기념해 시례마을 이장들과 박형재 한국 코카-콜라 상무, 윤세웅 WWF-Korea 대표, 신진수 낙동강유역환경청장, 김관동 김해시 환경위생국장, 한국생태환경연구소 소장 등 관계자들이 참석해 함께 수문을 개방하는 통수식과 기념 헌판 제막식이 진행됐다. 이어 도랑 하류의 시례리 마을숲에서는 민간·지역·정부 대표들이 한 자리에 모여 지속적인 협력과 소통을 약속하는 민관협력 협약식이 실시됐다. 또 마을 주민들과 함께 도랑에 식재된 창포가 건강하게 자랄 수 있도록 돕는 유용미생물(EM)을 뿌리는 등 도랑습지 준공을 축하하고 맑고 깨끗한 물이 가득한 마을이 될 수 있도록 기원하는 다양한 프로그램이 진행됐다.

코카-콜라사 관계자는 "한국 코카-콜라는 '지속가능경영'이라는 경영 철학 아래 지역사회와 자연에 물을 환원하자는 취지의 '물환원 프로젝트'를 진행해오고 있다"며 "앞으로도 지속가능한 수자원 환경 조성을 위해 지역사회와 함께 해당 유역권을 꾸준히 관리하는 것은 물론 WWF와 우리나라 실정에 맞는 다양한 친환경 프로젝트를 진행해나갈 것"이라고 밝혔다.

2018년 하반기에 수량과 수질을 통해 실제 수자원 확보 성과를 낼 계획이다. 정확한 결과는 하반기에 나오겠지만 이 과정에서 기존 계획을 넘어 더 많은 수자원을 확보할 것으로 기대하고 있다. 최종 측정 결과는 FY2019에 발표될 예정이다.

환경부, 지자체, 코카콜라, 시민사회(WWF, 생태환경연구소 등)의 민관공 합동 triangle구성을 통해 이러한 사업의 전반적인 부분은 단순히 관에서 주도하는 것이 아니라 환경청, 지자체, 유관기관, 민간단체, 지역주민 등 모두가 함께 지속적으로 소통하고 참여한다는 것에 그 의미가 있다. 참여기관의 협업을 통해 그간 개별로 추진되던 유사사업 간 시너지를 창출하고, 범국민적 확산을 도모하고자 한다.

습지복원 자원봉사 프로젝트

WWF는 1961년 설립부터 담수 보전(fresh water)을 주요 보전 과제로 삼고 지금까지 계속 활동해왔다. WWF는 담수 프로젝트의 일환으로 양쯔강, 마이포 습지 등 전세계 습지 보전에 힘쓰고 있다. 습지는 수자원의 보고이자 자연 정화 기능을 하고 있으며, 다양한 생물종이 서식하고 있어 생물 다양성을 보호하는 데 중요하다. WWF는 2002년부터 15년 이상 HSBC와 다양한 환경문제 해결을 위한 장기 글로벌 파트너십을 맺고 지방정부와 기업, 지역 공동체와 함께 강을 보전하기 위한 새로운 정책을 만들고 활동(practice)을 만들어가고 있다.

2012년부터는 'HSBC 물 프로젝트(HSBC Water Programme)'라는 이름으로 지금까지 진행되고 있다. 수자원이 절대적으로 부족하여 고통받고 있는 이들의 삶이 개선될 수 있도록 세계 주요 5개의 강(중국의 양쯔강, 인도의 갠지스강, 중국과 베트남에 이르는 메콩강, 브라질 판타나우 습지와 파라과이강, 탄자니아의 마라강)을 위주로 과학적 조사와 현장 상황을 바탕으로 실용적인 대안, 정책 활동을 포함한 수자원 보호 활동을 시행하고 있다. 이 다섯 개 강 지역은 10억 인구의 삶의 터전이고 심각한 멸종위기에 처한 동식물이 살고 있기도 한다. 다섯 개 사업지역을 합치면 총 1,500km 길이의 강과 350,000헥타르의 습지를 보전하는

- **기업명** : 홍콩상하이은행 (HSBC)
- **업종** : 금융업
- **파트너십 형태** : 지속가능한 비즈니스로 전환 / 커뮤니케이션 및 인식 제고
- **보전 분야** : 담수
- **후원금액(범위)** : 100,000,000 ~ 500,000,000원

대규모의 보전 활동이다. 이미 1,500개 기업을 대상으로 수자원 오염방지 캠페인을 실시하고 115,000명의 지역주민에게 지속가능한 어업에 대한 교육프로그램을 시행하였다.

올해는 관련 프로젝트에 직원 참여를 늘리기 위해 그룹 내 모든 나라에서 수자원 보호 자원봉사 프로젝트를 공모하였고, 한국에서는 습지 복원 프로그램을 선정하였다. HSBC코리아는 WWF-Korea와 '습지 복원 자원봉사 프로젝트' 추진 협약을 1월 16일 HSBC 코리아 본사에서 체결했다. WWF-Korea는 습지의 중요성을 알리기 위한 인식 증진 교육 및 봉사활동, 워크숍 등을 진행할 예정이다. 이 프로젝트에 참여하는 HSBC 코리아 직원, 직원 가족 및 지인들은 2년간 지속가능성에 대한 교육을 받고, 태안지역과 한강 유역 등의 습지를 보호하기 위한 자원봉사 활동을 펼치게 될 것이다. 이날 협약식에 참석한 정은영 HSBC 코리아 한국대표는 "HSBC 코리아는 환경은 다음 세대에 물려줘야 할 소중한 자산이라는 믿음으로 환경 분야에 대한 사회공헌 활동을 꾸준히 추진해오고 있다. 이번 프로젝트를 통해, 세계적으로 관심이 높은 수자원 보호에 대한 시민들의 인식을 제고하여 앞으로 우리 사회의 지속가능성을 높이게 되기를 바란다."라고 말했다.



한국에서는 2012년부터 진행된 글로벌 파트너십 프로그램 HSBC Water Programme의 일환으로, 습지복원 자원봉사 프로그램을 2019년까지 전개할 예정이다. 습지복원 자원봉사 프로젝트는 WWF와 HSBC코리아가 2년간 정기적으로 진행되는 장기 프로젝트로서, HSBC코리아 임직원과 함께 한강과 태안 습지대에서 자연정화 활동 및 생태계 교란 식물 제거 등의 활동을 함께 한다. 또한 WWF에서는 참가자들을 대상으로 수자원 보전 및 지속가능성에 대한 교육도 함께 진행하여 실제 활동과 더불어 수자원과 습지의 중요성에 대한 인식을 높이는 데 집중한다. 기후변화로 인해 홍수와 가뭄의 빈도가 잦아지고 오염물질 배출이 증가하여, 이제 물은 보전해야 할 자연자원이 되었기 때문이다.

WWF-Korea는 지난 4월 20일 습지 복원 자원봉사 프로젝트의 첫 번째 활동을 HSBC코리아 임직원들과 함께 여의도 샛강 생태공원에서 개최했다. WWF와 HSBC코리아는 한강의 수질을 정화하고 수생태계를 회복시키기 위한 유해식물 제거 및 자연정화활동을 전개하고 있다. 자원봉사 프로젝트의 첫해인 2018년에는 총 33,600제곱미터(10,000평 이상) 한강 습지 복원을 목표로 하고 있다.

윤세웅 WWF-Korea 사무총장은 "습지라고 하면 멀게 느껴지지만 강가나 갯벌 등 영구적 혹은 일시적으로 물에 잠겨 있는 땅을 말한다. 습지는 지구온난화의 주범인 이산화탄소를 흡수하는 기능을 갖고 있어 습지가 훼손되면 어마어마한 양의 이산화탄소가 대기로 방출된다. 그동안 개발로 인해 우리나라 습지가 점점 사라지고 오염되어, 이번 HSBC 코리아와의 습지복원 프로젝트가 가지는 의미가 더욱 크다"라고 말했다. 매 봉사활동 전에는 WWF의 수자원 및 지속가능성 교육과 HSBC의 사회공헌 활동 교육을 임직원들 대상으로 진행하고 있다.



이를 통해 임직원들이 물의 소중함, 일상 생활에서의 실천 등 인식 증진을 할 수 있도록 하고 있다.

2018년에 총7회, 2019년에 5회 봉사활동을 진행할 계획이다. 이중 2018년 상반기까지 한강에서 3회의 봉사활동을 마쳤다.

1회는 4월 20일 샛강생태공원에서 유해식물 제거를 시작했다. 2회는 5월 26일 HSBC 임직원 가족과 친구들이 함께 참여해서 조별로 미션을 수행하며 반포 한강 지역의 환경정화 활동과 수자원의 중요성을 체감하는 시간을 가졌다. 3회는 강서 지구에서 진행되었다. 방화대교 밑 유해 식물인 환삼덩굴 제거 활동을 진행했다.

2018년 하반기에는 한강 봉사 외에도 2회의 태안 방문이 예정되어 있다. 충남 태안은 2007년 기름 유출 사고가 난 곳으로, 10여년이 흐른 지금 방문함으로써 그 의미를 다시 되새기고자 한다. 습지의 일종인 갯벌에서 환경정화와 탐방을 하고자 한다.

또한 WWF와 HSBC는 참여자들의 환경 보호 활동을 널리 알리고 일반인들과 서로 소통하도록 하기 위해 SNS 페이스북 북 페이지를 개설하여 운영하고 있다. 이와 함께 꾸준히 임직원들의 자발적인 참여를 유도하고 격려하기 위해 우수 해외 사례 탐방 기회를 제공하는 등의 다양한 지원 프로그램을 통해 지속적인 환경 보호 활동을 이끌어 낼 예정이다.

이밖에도 HSBC는 WWF의 2050에너지 리포트를 발간하는데 후원하는 등 WWF와 함께 자연보전 사회공헌 활동을 활발하게 해오고 있다.





힐링 나이트 요가 & 오대산 산림복원 프로젝트

대부분의 WWF 파트너십이 글로벌 기업과의 협력에서 국내로 이행된 것과 달리 토종 아웃도어 브랜드 K2와의 파트너십은 몇 안되는 순수 로컬 기업과의 국내 보전 활동을 한다는 점에서 고무적이라 할 수 있다.

먼저 2017년 WWF는 홍보대사 신수지, 아웃도어 브랜드 K2와 함께 '힐링 나이트 요가' 캠페인을 진행하였다. 나와 지구를 위한 '힐링 나이트 요가'를 주제로 한 행사는 2017년 10월 28일 오후 4시 서울 마포구 평화의 공원 잔디광장에서 열렸으며, 이벤트 사전 홍보를 위해 국가대표 출신 신수지가 유연한 동작으로 전등을 끄는 영상을 SNS를 통해 공유하여 자연보전에 특별히 관심이 없던 대중들에게도 흥미를 끈 바 있다. 이번 요가 이벤트에서는 홍보대사 위촉식뿐만 아니라 참가자들이 '나와 지구를 위한 요가'를 직접 체험할 수 있는

- 기업명 : K2 코리아
- 업종 : 아웃도어 용품 판매
- 파트너십 형태 : 지속가능한 비즈니스로 전환 / 커뮤니케이션 및 인식 제고
- 보전 분야 : 산림 / 멸종위기종 보전
- 후원금액(범위) : 100,000,000 ~ 500,000,000원

시간이 마련되어, 3백여 명의 WWF 후원자, 파트너사 임직원 등과 함께하였다. 참가자들은 전등을 끄는 요가 동작을 통해 기후변화 대응을 위한 작은 행동이 우리가 살고 있는 하나뿐인 지구와 나에게도 힐링이 된다는 메시지를 함께 전하였다.

이어 2018년 4월, WWF와 아웃도어 브랜드 K2가 자연보전을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. 이날 협약식은 K2 정영훈 대표와 WWF-Korea 윤세웅 대표를 비롯해 각자 관계자들이 참석한 가운데 진행되었다. K2는 WWF와 이번 협약을 통해 국내 멸종 위기종 보전, 오대산 산림복원 프로젝트, 원시 자연의 모습이 남아있는 러시아 캄차카 지역 보전활동 등 다양한 보전활동을 공동으로 진행할 예정이라고 밝혔다.



그리고 2018년 5월, K2가 'Protection for All' 캠페인의 일환으로 WWF와 진행하는 올해 첫 자연보전활동인 '오대산 국립공원 생태 복원' 프로젝트를 완료했다.

이번 오대산 국립공원 생태복원 프로젝트는 K2가 업무협약을 맺은 WWF와 진행하는 자연보전 활동의 일환이다. 오대산 국립공원 내 나무 식재를 통해 하천 및 산림 생태계 회복과 산림 조성을 통한 자연경관을 보전하자는 취지로 진행됐다. 이산화탄소 흡수 및 감축 효과를 위해 한 달 간 돌베나무 식재를 마쳤다.

정영훈 K2 대표는 "이번 프로젝트는 아웃도어 브랜드로 환경보호의 책임감을 가지고 자연의 가치를 널리 알리는 활동의 시작"이라며 "앞으로도 지속적이고도 다양한 환경 보전 활동을 통해 기업의 사회적 책임을 다할 것"이라고 말했다.

이외에도 2018년 하반기에 해외에서는 야생의 땅 러시아 캄차카에서 어스키퍼 원정대 탐험을, 국내에서는 멸종위기종인 지리산 반달가슴곰을 테마로 한 보전 투어가 예정되어 있다. 이를 통해 참가자들이 체험을 통해 자연의 소중함을 느끼고 온라인 및 오프라인에서 소통할 수 있는 기회를 제공하고자 한다.





볼보건설기계

오대산 산림복원 프로젝트

볼보건설기계코리아가 '볼보 포레스트 프로젝트(Volvo Forest Project)' 일환으로 오대산국립공원 생태계 복원을 위한 기념식을 개최했다.

볼보건설기계코리아는 오대산국립공원 생태계 복원을 위해 지난 4월 WWF와 업무협약을 맺었다. 이번 행사는 본격적인 식수 활동을 기념하기 위해 마련된 자리로, 5월 말까지 돌배나무 식재가 진행되었다. 이번 오대산국립공원 생태계 복원 활동을 시작으로 볼보건설기계는 대한민국 정부기관 및 글로벌 NGO단체와 협력해 지속가능한 자연환경을 만들기 위해 앞장설 계획이다.

양성모 볼보그룹 코리아 대표는 "볼보 포레스트 프로젝트 기념식을 통해 오대산에 자생종 유실수인 돌배나무를 식재하게 됐는데, 오대산국립공원 생태계 복원에 조금이나마 힘을 보탤 수 있어 기쁘다"며 "볼보건설기계코리아는 지속가능한 환경을 만들기 위해 1산 1하천 가꾸기 활동 등 꾸준히 환경정화 봉사활동을 이어왔는데, 앞으로도 모범 기업으로서 책임감 있는 자세로 지역사회 환경보호를 위해 앞장서겠다"고 말했다.



- 기업명 : 볼보건설기계코리아
- 업종 : 중장비 제조업
- 파트너십 형태 : 지속가능한 비즈니스로 전환
- 보전 분야 : 산림
- 후원금액(범위) : 10,000,000 ~ 50,000,000원

윤세웅 WWF-Korea 대표는 "프로젝트가 세계최대자연 보전기관인 WWF가 국내 법인을 설립한 이후 국내 숲 보전활동에 본격적으로 참여하는 기회가 됐다"며 "앞으로도 기업과 정부 NGO가 협력해 생태계를 지속적으로 보전하는 활동을 만들어 나갈 계획"이라고 말했다.

한편 볼보건설기계그룹은 지난 2012년부터 WWF가 추진하는 기후변화대응 프로그램 (Climate Savers)에 가입했고, 장비들의 연비 향상, 개발·생산 과정에서의 이산화탄소 배출 감축을 위한 각종 활동에 앞장서 왔다. 이러한 노력의 일환으로 볼보건설기계코리아 창원 공장은 WWF와 협업체 2020년까지 8575MWh 온실가스 감축을 목표로 설정했다. 2018년 현재 목표치 약 80% 이상을 달성하면서 볼보건설기계그룹 내 우수사례로 소개되고 있다.

¹WWF 기후변화대응 프로그램(Climata Savers): 글로벌 선도 기업과 함께 투명하고 의욕적인 온실가스 배출 감축 목표를 선언하고 저탄소 경제를 실현하기 위해 시장 저변에 대한 정책적 지지 활동을 펼치는 기후 행동 리더십 프로그램. 참여 기업은 온실가스 감축 목표를 선언하고 이행 계획을 실행하게 됨.



농촌 살리기 & 보전여행 프로젝트

- 기업명 : NH농협생명
- 업종 : 생명보험업
- 파트너십 형태 : 지속가능한 비즈니스로 전환 / 커뮤니케이션 및 인식 제고
- 보전 분야 : 기후·에너지
- 후원금액(범위) : 10,000,000 ~ 50,000,000원

'도량품은 청정마을' 사업은 국가적 차원에서 수자원의 통합관리를 강조하고, 이를 통한 강의 녹조 해결과 맑은 물 공급 필요성을 확대하고자 환경부 주관으로 2012년부터 추진해 온 농촌마을 도량 살리기다. 도량의 수질과 수생태계 복원만을 강조하던 기존 운동은 환경 인식과 지속가능 시스템 부재 등으로 인한 한계점이 드러나 문제점 개선이 필요하였다. 이러한 필요성의 일환으로 NH농협생명은 마을 환경의 전반적인 개선을 통한 생태적으로 지속 가능하고 쾌적한 마을 환경 조성 및 주민 공동체 의식을 회복을 돕고자 하였다. 구체적으로는 마을회관에 태양광 발전시설을 설치하고 주민들에게 친환경 교육을 진행하였다.

태양광 발전시설 설치는 화포천 최상류에 위치한 경남 김해시 진례면 시례리의 신기마을과 하촌마을로 선정되었다. 2018년 상반기에 신기마을회관에 3kW 용량의 태양광 패널이 설치되었다. 하반기에는 하촌마을에도 약 3 kW 용량의 태양광 패널이 설치될 예정이다. 태양광 발전시설은 마을 주민들이 모두 사용하는 공동 지하수 사용에 따른 비용 절감을 위해 설치하였다.



또한 하반기에는 김해시와 공동으로 친환경 농업 확대를 위한 교육을 5회에 걸쳐 실시할 계획이다. 주 내용은 유기농법 실천, EM농법 점진적 도입 및 확산 등이다. 주민 인식개선 교육도 함께 진행함으로써 지속가능하고 친환경적인 마을 환경 조성에 보다 큰 도움을 드리고자 한다. 이러한 주민 공동체가 강화되는 시범사례 구축을 통해 '도량품은 청정마을' 운동이 전국적으로 확대되기를 바란다.

2018년 사업과 별개로 NH농협생명은 2017년 11-12월에 걸쳐 철원 두루미 보전 여행을 후원하였다.

WWF는 철원군과 협력하여 해마다 우리나라를 찾는 두루미들이 더 늘어날 수 있도록 서식지 보전을 위해 일하고 있다. 두루미의 서식지인 DMZ와 철원 일대를 방문하여 야생의 두루미를 관찰함으로써 지키고자 하는 의식을 고취할 수 있었다. 이러한 지속적 보전활동을 NH농협생명이 후원하였으며 또한 WWF의 두루미 가이드북 제작을 지원하여 멸종위기종에 대한 이해를 높이는데 기여하였다.



자원봉사 및 보전여행 프로젝트

한국씨티은행은 연말에 달력을 제작하는 대신 그 비용을 WWF에 기부해서 임직원들이 WWF와 함께 자연보전 활동을 할 수 있도록 하고 있다.

2017년에는 한양도성 생태 투어를 진행하였다. WWF는 도시에서 자연을 직접 체험하면서 사람과 자연이 조화롭게 공존하여 살아가는 가치를 깨닫고, 자연보전에 대한 의지와 실천을 이끌어내고자 '한양도성 성곽길 생태투어' 프로그램을 운영했다. 한양도성은 도심을 외부의 침입으로부터 방어하기 위해 축조된 조선시대의 도성으로, 자연과 사람, 전통과 현대가 어우러진 소중한 자연유산으로서 방문의 의의가 있다.

2017년 9월 23일 광희문에서 해화문까지 첫 번째 투어를 시작으로, 총 4회에 걸쳐 도시 안에 우뚝 솟은 인왕산과 북악산의 생태계까지 살펴보는 시간을 가졌다. 서울을 지켜온 한양도성 성곽을 따라 걸으면서 환경정화를 하고, 야생과 자연이 우리의 역사, 문화와 함께 숨쉬고 있음을 깨달을 수 있는 소중한 시간이 되었다. 바쁜 삶 속에서

- 기업명 : 한국씨티은행
- 업종 : 금융업
- 파트너십 형태 : 커뮤니케이션 및 인식 제고
- 보전 분야 : 제한 없음
- 후원금액(범위) : 10,000,000 ~ 50,000,000원

건강과 휴식의 소중함을 다시 느껴보고 한양도성의 역사와 문화를, 나아가 우리가 살아가고 있는 지역을 자연친화적인 관점에서 새롭게 바라보는 기회가 되었다.

한국씨티은행 임직원들은 Citi Global Community Day(2018년 6월 9일)를 맞아 서울 안에 자리하는 산림 공간인 숲 지대 중 하나인 창경궁을 방문하여 봉사활동을 했다. 서울 시내에 위치한 창경궁에는 500년의 역사를 가진 고목들과 1910년 이후 심겨진 나무들을 비롯해 160여 종의 희귀한 수종을 보유한 후원이 있다. 한국씨티은행 임직원 및 자녀 자원봉사자들은 함께 잡초를 제거하는 조경 개선 작업을 통해 우리가 살아가는 도심 내 자연을 경험하고 이해할 수 있는 기회를 가졌다. 또한 궁궐 내의 숲 공간을 둘러보며 왕실 숲의 역사를 이해하고 조경 경관을 정화하는 자원봉사활동을 통해 자연보전 의식을 고취하고자 했다. 활동에 앞서 WWF는 간단한 교육과 환경 관련 퀴즈를 통해 참여자들의 관심도를 높였다. 하반기에 임직원 봉사활동을 1-2회 추가 진행할 예정이다.



지속가능한 비즈니스 파트너

H&M은 2011년부터 WWF와 함께 생산과 유통과정에서 담수(Water Stewardship)이슈를 향상시키기 위해 전 세계에서 함께 노력하고 있다. 담수 문제를 위한 WWF와 H&M의 파트너십은 생산과정에서 사용하는 물의 정화작업에 머무르지 않고, 담수 이슈에 대해 직원과 협력사 그리고 고객들에게 이르기까지 그 중요성을 이해하고 함께 액션을 취할 수 있는 인식제고와 교육활동, 다른 기업들도 함께 동참할 수 있는 캠페인 진행, 더 나은 정책 수립과 실행을 위한 정부와의 적극적인 대화 등 다방면으로 활동을 이어가고 있다.

H&M과 WWF파트너십은 담수에서 시작되어 기후변화 대응도 함께 진행중에 있다. 2017년 H&M은 WWF의 글로벌 기후 프로그램에 가입하여, 2020년까지 탄소배출을 줄일 계획을 발표함과 동시에 2040년까지는 모든 가치사슬(Value Chain)에서 생성되는 것보다 더 많은 양의 탄소배출을 줄이겠다고 선언한 바 있다.

- 기업명 : H&M
- 업종 : 의류
- 파트너십 형태 : 커뮤니케이션 및 인식 제고
- 보전 분야 : 담수 / 기후 · 에너지
- 후원금액(범위) : 10,000,000 ~ 50,000,000원

또한 마케팅 측면에서는 H&M 키즈컬렉션 중 일부를 멸종 위기동물에서 영감을 얻은 다양한 디자인을 구현하여, 아이들에게 친근하게 하나뿐인 지구에서 함께 살아가야 할 동물과 멸종에 대해서 알리고 있다. WWF 멸종위기 키즈컬렉션은 국내에서도 판매된 바 있으며, 좋은 반응을 얻어 2018년 가을에도 새로운 멸종위기종 키즈컬렉션 제품이 판매될 계획이다.





지속가능한 비즈니스 파트너

이케아 그룹과 WWF는 2002년부터 자연 자원을 보전하고 자연과 인간에게 긍정적인 방향으로 비즈니스를 영위하기 위한 파트너십을 전개하고 있다. 산림 자원과 담수 자원 보전 활동을 비롯하여 면화 및 목재 제품에 지속가능성 인증 부여 등 다양한 프로그램을 추진하고 있으며, 이 파트너십을 통해 2015년까지 모든 면 제품을 지속가능한 제품으로 전환하였으며 2020년까지 목재 또한 지속가능성이 확인된 제품으로 확보할 예정이다.

산림자원 보전 프로젝트는 불법 벌채 방지, 책임있는 산림 경영 지원, FSC 인증 및 High Conservation Value Forests를 지원하는 것을 목표로 한다. 이러한 방식으로 프로젝트는 책임있는 목재 제품 사용과 천연 목 섬유유의 세계적 사용을 촉진시키고 있다. IKEA는 전세계의 FSC 인증 수준을 높이고 불법적인 목재 무역을 막기 위해 10년 이상

- 기업명 : 이케아
- 업종 : 가구제조업
- 파트너십 형태 : 자선 기부
- 보전 분야 : 기후·에너지 / 해양
- 후원금액(범위) : 10,000,000 ~ 50,000,000원

WWF와 협력해왔다. IKEA는 WWF Global Forest & Trade Network(GFTN)의 참여하고 있으며, 불법 벌채를 막고 산림 경영 개선을 촉진하기 위한 WWF의 주도적인 사업에 뜻을 같이하고 있다.

이처럼 IKEA는 WWF와의 오랜 파트너십을 통해 지금까지 3,500만 헥타르에 이르는 FSC 인증 숲을 만들어냈고 이는 IKEA 공급 면적보다 2배 이상 넓은 면적이다. 또한 이에 그치지 않고 2020년까지 면적을 1000만 헥타르로 확장시키는 것을 목표로 하고 있다.

WWF와 IKEA는 기후 변화에 대처하기 위한 도전 과제를 인식하고 기후 영향을 줄이기 위한 다양한 방법들을 시도하고 있다. 이 프로젝트는 사회에서 CO2 배출을 줄이는데 기여할 수 있는 혁신적인 방법을 모색하는 것을 목표로 한다. 이 프로젝트는 운송, 공급 업체의 에너지 소비, 고객 행동, 음식



제공 및 자체 흐름(재활용 포함)과 같은 IKEA 운영의 많은 부분을 다루고 있다.

기후변화 프로젝트의 일환으로 한국에서는 '지속가능한 미래를 위한 대한민국 2050 에너지 전략'의 발간을 위해 비용을 지원하였다. 대한민국 2050 에너지 전략은 국내 재생 에너지 발전 비중을 획기적으로 늘려 2050년까지 재생에너지 공급원 100%를 목표로 하는 전략이다.

IKEA는 에너지 분야뿐 아니라 지속가능한 수산물을 국내 소비자들에게 알리는 활동도 WWF와 함께 하였다. 지난 5월 이케아의 지원으로 WWF는 지속가능한 수산물과 해양 보전의 중요성을 알리기 위해 '지속가능한 수산물을 위한 WWF의 제안'을 발간하고, 바다를 살리는 '지속가능한 수산물'에 대해 적극적으로 알리는 활동을 본격적으로 시작하였다.

또한 WWF는 이케아(IKEA) 워크숍에 참여하여, 임직원을 대상으로 하는 자연보전 교육을 실시하였다. 워크숍에는 일상 생활 또는 업무 관련하여 지속가능한 미래를 만드는 활동에 동참하길 원하는 직원들이 자발적으로 참여하였다.



이번 워크숍에서 WWF 보전활동 소개와 함께 현재 우리 인류가 당면한 기후-에너지, 해양 관련 이슈를 설명하였으며, 우리는 미세먼지로 인한 불편함을 인식하고는 있지만 의무화 되기 전 자동차 2부제를 실천하거나 화력발전소를 줄이고 재생에너지 전환을 위한 정부 정책에 목소리를 내는 데는 소극적인 경향이 있으나, 우리가 처한 상황에 위기감을 가지고 적극적으로 대응해 나가지 않으면, 가까운 미래에 거대한 자본을 투자해도 자연을 회복시키기 어려운 위기를 맞게 될 수 있다는 메시지를 전달하였다.

WWF와 이케아는 앞으로 워크숍 등을 통해 임직원 대상 자연보전 교육을 확대해 나가는 것은 물론이고, 이케아를 이용하는 소비자들도 '지속가능한 미래(Sustainable Future)'를 이해하고 함께 준비하는 다양한 활동을 함께 만들어 나갈 계획이다.

지속가능한 비즈니스 파트너

에버랜드 리조트는 멸종위기동물을 보전하고 동물복지를 위한 생태동물원으로 거듭나기 위해 WWF를 비롯한 다양한 기관들과 함께 멸종위기종과 그 서식지 보전을 위한 활동을 진행하고 있다.

특히 에버랜드와 WWF는 임직원들을 대상으로 멸종위기종과 서식지 보전활동을 위한 인식제고와 교육을 함께 진행하는데 초점을 맞추고 태안과 철원 등 국내 멸종위기종 서식지를 탐방하였다.

2017년 7월에는 에버랜드와 WWF가 함께 태안해안국립공원을 방문하여, 정화활동 및 교육을 진행한 바 있다. 국내 총 21개의 국립공원 중 13번째로 지정된 태안해안국립공원은 무수한 세월을 통해 자연이 만들어낸 갯벌, 해안사구 등이 펼쳐져 뛰어난 경관을 보여준다. 그러한 자연의 품에서



- **기업명** : (주)삼성물산 에버랜드 리조트
- **업종** : 유원지 및 테마파크 운영업
- **파트너십 형태** : 커뮤니케이션 및 인식 제고
- **보전 분야** : 멸종위기종 보전
- **후원금액(범위)** : 10,000,000 ~ 50,000,000원

멸종위기종인 매화마름 및 표범장지뱀을 비롯하여 갖가지 독특한 해안 동식물들이 살아가고 있다. 또한 해안사구 뒤편에는 모래바람을 막기 위해 대규모로 곰솔을 심어 숲을 형성해 두어 해변과 숲길의 공존하는 매우 독특한 자연환경과 생태계를 이루고 있다. 태안 국립공원에서는 생태계에 대한 현장 교육이 진행되었으며, 생태계를 직접 관찰하는 트래킹이 진행되었다. 또한 서식지를 보전하기 위해 해안 쓰레기를 치우는 정화 캠페인을 통해 자연을 사랑하고 지키고자 하는 마음을 행동으로 실천하는 경험을 할 수 있었다.

2017년 6월과 국내에 서식하는 멸종위기종인 저어새에 대해 배울 수 있는 시간을 가졌다. 저어새는 전 세계 3천여 마리만 남은 멸종위기 종으로 우리나라에서는 천연기념물로도 지정되어 있다. 강화도에서 진행된 저어새 탐조여행에서는 전문 해설사와 장비를 통해 저어새를 관찰하고, 다양한



생물의 삶이 터전이 되는 갯벌을 방문했다. 12월에는 DMZ 철원 민통선 일대 두루미를 탐조하는 두루미 서식지 보전 여행을 진행했다. DMZ와 철원 일대는 멸종위기종 두루미의 세계 최대 월동지역이다. 그러나 철원 두루미 월동지역은 개발로 점점 자연서식지가 사라지고 있어 WWF는 야생의 공간을 탐험하고 자연 보전을 희망하는 시민들을 위해 직접 두루미 서식지를 보는 프로그램을 진행하고 있으며, 프로그램에 참여한 에버랜드 임직원들은 이렇게 야생을 경험하고 이해하는 기회를 통해 보전에 대한 의식을 증진시킬 수 있었다.

2018년 4월 24일 에버랜드와 WWF는 우리가 속해있는 생태계의 중요성에 대해 배우고 지구의 생물다양성을 함께 보전하자는 취지로, 또 하나의 작은 지구 '국립생태원'을 탐방하였다.

충청남도 서천에 위치한 국립생태원은 2014년에 개관한 생태연구·전시·교육의 공간으로 한반도 생태계를 비롯하여

열대, 사막, 지중해, 온대, 극지 등 세계 5대 기후와 그곳에서 서식하는 동식물 (1900여종의 식물과 230여종의 동물)을 한눈에 관찰하고 체험해 볼 수 있었다. 또한 생태원 야외에는 5개의 구역으로 구분되어 각 생태별 특성에 맞는 동식물이 서식하고 있다.

이번 활동에서는 WWF와 국립생태원의 교육이 진행되었으며, 국립생태원의 에코리움을 탐방하고 야생동물과 서식지에 대해 배울 수 있는 4D영상을 관람하는 시간을 가졌다. 자연 생태계는 소위 말하는 '생물다양성'이 있어야 유지된다. 국립생태원에서 우리가 속한 생태계를 직접 경험하는 기회를 제공하여 생물다양성과 생태계의 중요성에 대한 인식을 키웠으며, 활동에 참가한 임직원 자녀들에게 생물다양성의 소중함을 효과적으로 느낄 수 있게 해준 계기를 마련하였다.

- 기업명 : 뉴킷
- 업종 : 디자인 브랜드
- 파트너십 형태 : 커뮤니케이션 및 인식 제고
- 보전 분야 : 멸종위기종 보전

멸종위기종 보전

스트리트 캐주얼 브랜드 뉴킷은 다수의 멸종위기종의 보전에 관심을 가지고, 이를 시각화한 디자인과 제품을 통해 프로젝트로 발전시켜, 대중들의 관심을 이끌어 내고자 노력하고 있다. 2015년 6월, 뉴킷은 WWF-Korea와 MOU를 체결한 이후 멸종위기동물의 위험을 알리기 위한 목적으로 '레드 리스트 프로젝트'를 시작하고, 제품의 수익금 일부를 WWF

에 기부하고 있다. 또한 단순히 기부하는 형태에서 벗어나 소비자들이 멸종위기종 이슈의 이해와 관심을 높이기 위하여, 멸종위기종을 주제로 한 야광스티커를 제작하여, 지구촌 전등끄기 어스아워(Earth Hour) 캠페인 참가자들에게 배포하는 등 다양한 분야에서 협력하고 있다.



멸종위기종 보전

부기베어는 멸종위기 동물을 주제로 디자인 한 어린이용 신발을 생산 판매하는 회사로, 제품을 통해 아이들과 부모님을 멸종위기종 보전의 중요성을 WWF와 함께 알리고 있다. 2016년부터 WWF를 후원하고 있는 부기베어는 지난 시즌 두루미, 레서판다, 눈표범 등 국내외에서 서식하고 있는 멸종위기종 제품을 추가로 선보였으며, SNS 이벤트와 매장 진

- 기업명 : 부기베어
- 업종 : 캐주얼 브랜드/디자인
- 파트너십 형태 : 커뮤니케이션 및 인식 제고
- 보전 분야 : 멸종위기종 보전

열 안내판 등을 통해 WWF의 활동과 멸종위기종 보전 메시지를 꾸준히 알리고, 소비자들이 WWF에 후원할 수 있도록 함께 홍보하고 있다. 부기베어는 디자인을 통한 멸종위기종 보전을 알릴 뿐만 아니라, 동물들의 멸종이유와 우리가 할 수 있는 일을 알리는 캠페인 등을 함께 전개할 계획이다.

- 기업명 : KT
- 업종 : 유선통신업
- 파트너십 형태 : 커뮤니케이션 및 인식 제고
- 보전 분야 : 기후·에너지
- 후원금액(범위) : 10,000,000 ~ 50,000,000원

어스아워 후원

어스아워(Earth Hour/ 지구촌 전등끄기)는 전 세계 180여개국, 6600여개 도시에서 참가하는 글로벌 최대규모의 기후변화 대응 캠페인이다. 2007년 호주에서 시작된 어스아워 캠페인은 국내에서 알려지면서 '정부와 기업, 학교' 등 다수의 기관들이 동참하고 있다. 해외에서는 파리 에펠탑, 뉴욕 엠파이어 스테이트 빌딩 등 상징적인 랜드마크가 참여했으며 국내에서는 송례문과 흥인지문 등이 소등에 참여했다. 특히 한국에서는 KT가 적극적으로 참여했으며, 20개 기업의 노사가 함께 하는 기업간 노사공동 나눔협의체 UCC(Union Corporate Committee)와 함께 지구촌 전등 끄기(Earth Hour) 캠페인을 공식 후원한 바 있다.

KT는 광화문 사옥을 비롯하여 전국 434개 KT사옥과 그룹사 사옥의 외관 조명을 소등하고, 임직원 10만 명이 자율적으로 각 가정에서 전등 끄기를 실천하였다. 또한 KT와 UCC는 어스아워 캠페인이 더욱 확산될 수 있도록 지원하였으며, 노사공동의 사회적 책임을 실현하기 위한 다양한 방법의 자연보전 활동을 실천해 나갈 계획이다.



어스아워(Earth Hour) 참여기업

지구촌 전등끄기 어스아워(Earth Hour) 캠페인은 WWF가 한국에 공식적으로 설립되기 이전부터 한국의 기업들과 시민사회에서 참여할 만큼 파급력이 큰 WWF의 대표 캠페인이다. 전등을 끄는 상징적인 행동을 통하여 기후변화 대응에 함께한다는 의지를 표명하는 어스아워 캠페인은 국내에서 삼성전자와 삼성화재를 비롯하여 유한킴벌리, HSBC, 닥터 브로너스, 스타벅스, 탐앤탐스, 힐튼 호텔, 오쿠우드 호텔, 코엑스, 메가박스 등 다양한 기업들이 참여하여 기후변화 대응을 위한 뜻을 모았다.

그랜드 힐튼호텔은 어스아워 시간 동안 소등하기는 물론, 어스아워 주간을 만들어 이 기간 동안 만이라도 임직원들이 자전거 등 친환경 방식으로 출퇴근을 장려하는 캠페인을 진행한 바 있다.

탐앤탐스는 매장의 외부 간판과 고객 안전사고를 예방하기 위한 최소한의 조명만을 남겨두고 내부 조명을 전부 소등하였으며, 어스아워 참여를 약속한 고객들에게 선물을 증정하는 이벤트를 진행하였다.

삼성전자는 수원공단을 비롯하여 해외 생산법인까지 소등에 참여했으며, 어스아워를 통해 절약된 것으로 추정된 금액과 임직원 기부금을 합쳐 전력난을 겪고 있는 지역에 태양광 LED 랜턴을 기부하였다.



WWF의 네트워크

- | | |
|---------|-----------|
| 가봉 | 우크라이나 |
| 가이아나 | 이탈리아 |
| 과테말라 | 인도 |
| 그리스 | 인도네시아 |
| 나미비아 | 일본 |
| 남아프리카 | 잠비아 |
| 네덜란드 | 조지아 |
| 네팔 | 중국 |
| 노르웨이 | 중앙아프리카공화국 |
| 뉴질랜드 | 짐바브웨 |
| 대한민국 | 칠레 |
| 덴마크 | 카메룬 |
| 독일 | 캄보디아 |
| 라오스 | 캐나다 |
| 러시아 | 케냐 |
| 루마니아 | 콜롬비아 |
| 마다가스카 | 콩고민주공화국 |
| 말레이시아 | 쿠바 |
| 멕시코 | 크로아티아 |
| 모로코 | 탄자니아 |
| 모잠비카 | 태국 |
| 몽골 | 터키 |
| 미국 | 튀니지 |
| 미얀마 | 파나마 |
| 베트남 | 파라과이 |
| 벨기에 | 파키스탄 |
| 벨리즈 | 파푸아뉴기니 |
| 볼리비아 | 페루 |
| 부탄 | 폴란드 |
| 불가리아 | 프랑스 |
| 브라질 | 프랑스령 기아나 |
| 솔로몬 제도 | 피지 |
| 수리남 | 핀란드 |
| 스웨덴 | 필리핀 |
| 스위스 | 헝가리 |
| 스페인 | 홍콩 |
| 슬로바키아 | |
| 싱가폴 | |
| 아랍에미리트 | |
| 아르메니아 | |
| 아제르바이잔 | |
| 에콰도르 | |
| 영국 | |
| 오스트레일리아 | |
| 오스트리아 | |
| 온두라스 | |
| 우간다 | |

WWF 제휴 기관

- Fundación Vida Silvestre (아르헨티나)
- Pasaules Dabas Fonds (라트비아)
- Nigerian Conservation Foundation (나이지리아)

Together Possible

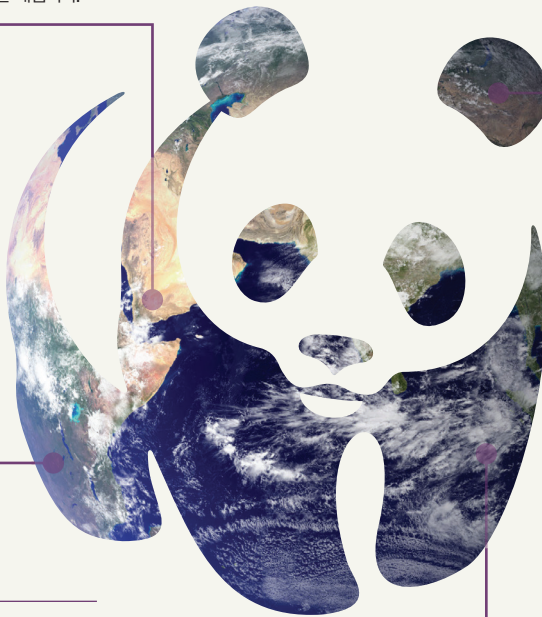
숫자로 본 WWF

1961/2014

WWF 국제본부는 1961년에 설립되었습니다. 2014년은 WWF-Korea가 설립된 해입니다.

+5,000,000

500만명 이상이 WWF를 후원하고 있습니다.



+100

WWF는 전 세계 6개 대륙, 100여 개 국에서 활동 중입니다.

6

WWF는 해양, 기후·에너지, 담수, 산림, 야생, 식량의 6 가지 목표에 집중하고 있습니다.



WWF(세계자연기금)는 지구의 자연환경 파괴를 막고 자연과 사람이 조화롭게 공존하는 미래를 위해 일하는 세계 최대 자연보전기관입니다.

wwikorea.or.kr

© 1986 판다 도형 WWF-World Wide Fund For Nature 세계자연기금 (전 World Wildlife Fund 세계야생동물기금)

® 'WWF'는 WWF의 등록상표입니다.