



## **Policy för samarbeten med föreningar, företag och andra organisationer**

Naturskyddsföreningen samarbetar med en rad olika organisationer, däribland föreningar och företag, i syfte att sprida intresse för naturen och uppnå ökad miljönytta. Målen för våra samarbeten är bland annat att engagera fler människor för natur, miljö och hållbar utveckling, öka kännedomen om – och söka stöd för – vår verksamhet och våra mål, sprida kunskap inom våra verksamhetsområden samt verka för konkreta miljöåtgärder. Samverkan med andra är ett viktigt samspel och lärande där vi påverkar och påverkas.

Naturskyddsföreningen har en lång tradition av samarbete med andra föreningar. Vi samarbetar bland annat med naturföreningar, miljöorganisationer, friluftorganisationer och nätverk. Samarbetet sker på lokal, regional, nationell och internationell nivå. Naturskyddsföreningen på nationell nivå har sedan ett antal år ett omfattande samarbete med många miljöorganisationer i Syd och Öst. Dessa samarbeten ger oss nya kunskaper, inspiration och styrka som gör att vi lättare kan nå våra gemensamma mål. Sedan länge har föreningen samarbetat med många företag, exempelvis inom ramen för miljömärkning. Föreningen har också strategiska miljösamarbeten med företag i syfte att påskynda omställningen till ett hållbart samhälle.

Föreningens samarbeten baseras inte primärt på hur väl samarbetspartnern bedriver miljö- eller naturvårdsarbete – vare sig det avser föreningar eller företag – utan på den potentiella miljö- och naturvårdsnyttan samarbetet bedöms kunna ge. En bedömning av samarbetspartners miljöarbete och trovärdighet på miljöområdet ingår i föreningens övervägande om samverkan. Samtidigt ska vi även analysera motpartens motiv till samarbete.

Föreningens samarbeten begränsar inte föreningens möjlighet att kritisera organisationer, företag eller politiker som fattar beslut som är dåliga för miljön. Naturskyddsföreningen ska alltid vara fri att agera i linje med föreningens mål och värderingar. Föreningens trovärdighet och förtroendekapital ska förvaltas väl och med stor aktsamhet – vår trovärdighet har byggts upp under mycket lång tid genom omfattande ideellt och professionellt arbete och är en av våra viktigaste tillgångar. Användning av föreningens namn och exponering av föreningens logotyp och andra symboler ska granskas och korrekt användning säkerställas. Missbruk av föreningens namn är oacceptabelt och kan medföra att föreningen avbryter samarbetet.

Vid samarbeten ska föreningens tre strategier beaktas och – när så möjligt – användas.

Dessa strategier är:

- Stimulera naturkänsla
- Politisk påverkan
- Grön konsumentmakt

Naturskyddsföreningens samarbeten kan exempelvis omfatta genomförande av gemensamma kampanjer och debattinlägg, projekt på kort och lång sikt, utbildningsprojekt, marknadsföring



## Naturskyddsföreningen

och exponering i för föreningen viktiga miljöer, miljömärkning av produkter eller aktiviteter som genererar ekonomiska medel till föreningen, inklusive sponsring och lotterier.

Det är viktigt att informera om samarbeten och motiven för dessa. När kretsar och länsförbund direkt berörs ska information gå ut i god tid. Detta är viktigt såväl för möjligheten till dialog om och förankring av enskilda samarbeten, som för att gemensamt utveckla samarbetena.

I alla samarbeten ska försiktighet iakttas så att inte föreningens trovärdighet påverkas negativt.

Naturskyddsföreningen vänder sig mot kränkning av mänskliga rättigheter och all användning av hot och våld mot människor och tar avstånd från organisationer vars verksamhet ger sådana följder. Föreningen ska inte medverka i olaglig verksamhet.

### **Samarbeten med föreningar och andra organisationer**

Naturskyddsföreningen samarbetar med föreningar inom natur, miljö, friluftsliv, utvecklingsfrågor och andra områden när detta bedöms leda till ökad miljönytta i form av påverkan på omvärlden eller ökad kännedom om natur, miljö och hållbarhetsfrågor, vår förening och dess mål. Naturskyddsföreningen ingår i nätverk och paraplyorganisationer och driver en rad verksamheter tillsammans med andra föreningar.

### **Samverkan med myndigheter och annan offentlig verksamhet**

Naturskyddsföreningen samverkar med myndigheter och offentliga verksamheter på lokal, regional, nationell och internationell nivå. Detta gör att våra synpunkter och ställningstaganden kan föras fram och ger oss möjlighet att påverka viktiga beslut. Samtidigt kan våra egna kunskaper ökas och nya kontaktytor skapas. Vår samverkan är av mycket skiftande omfattning och karaktär och kan bestå i allt från diskussioner och samråd till gemensamma projekt med kommuner, länsstyrelser, skolor, bibliotek eller andra.

### **Samarbeten med företag**

Samarbeten med företag kan ge stor miljönytta i form av påverkan av företags agerande på miljöområdet. Genom utbildning och rådgivning kan företags miljöprestanda förbättras med miljövinster som följd. Genom samarbeten med företag kan även nya målgrupper nås, nya möten mellan föreningen och allmänheten uppstå och ekonomiskt stöd ges till föreningen. Föreningen driver sedan lång tid ett omfattande samarbete med företag inom miljömärkningen Bra Miljöval. Miljömärkning av varor och tjänster, i kombination med påverkan av konsumenterna, medför stor miljönytta. Miljömärkningen finansieras av de samverkande företagen.

#### *"Miljö sponsorer"*

Företag som vill stödja föreningen enligt föreningens egna miljö sponsorpaket eller på annat sätt är välkomna att göra detta. Dock avstår föreningen sponsorskap från företag som i sin verksamhetsbeskrivning anger att man till en noterbar del tillverkar, säljer, utnyttjar eller stödjer företag inom följande industrier: (i) vapen; (ii) alkohol; (iii) tobak; (iv) pornografi; (v)

S protokoll nr 1/11 Bilaga 2



## Naturskyddsföreningen

**kärnkraft och uranbrytning samt (vi) kolkraft och kolbrytning. Inte heller företag som kränker mänskliga rättigheter ges möjlighet att vara miljösponsor.**

### *Övriga företagssamarbeten*

**Föreningen bedriver även större och mer strategiska miljösamarbeten med företag. Utöver att följa reglerna för Miljö sponsorer (se ovan) bedöms då den sammantagna miljönyttan både på kort och på lång sikt med varje enskilt samarbetsprojekt. Syftet med samarbetet kan t.ex. vara att förflytta företagets miljöarbete framåt eller att öka allmänhetens miljömedvetenhet. I bedömningen av miljönyttan med samarbetet bör exempelvis ingå vilka konkreta miljöförbättringar i det enskilda företagets verksamhet och hos dess varor eller tjänster som samarbetet kan leda till. Samarbetet ska i möjligaste mån ge mätbara resultat. I vilken mån samarbetet kan leda till ökad miljömedvetenhet hos nya målgrupper och hos allmänheten ska beaktas.**

**Risken att Naturskyddsföreningen anses legitimera verksamhet som är eller kan visa sig vara miljöskadlig och hur Naturskyddsföreningens trovärdighet och anseende bland allmänheten kan påverkas av samarbetet är viktigt att bedöma. Även dotterbolag och nära samarbetsföretag ingår i avvägningen, när detta är möjligt. I tveksamma fall inleds inte något samarbete.**

**Naturskyddsföreningen har alltid möjlighet att kritisera samarbetspartnern i olika miljöfrågor där så är motiverat och ska alltid ha möjlighet att avbryta samarbetet om företaget agerar på ett sätt som inte är förenligt med Naturskyddsföreningens värderingar eller arbetssätt.**

**Kommunikation om samarbete i syfte att stärka miljömedvetenheten och miljöintresset hos allmänheten och andra företag ska ske utan att det på ett omotiverat sätt framstår som att föreningen legitimerar samarbetspartnerns verksamhet ur miljösynpunkt.**

**Om en vara säljs till allmänheten av ett företag eller annan extern part med uppgift om att ett belopp går till Naturskyddsföreningens verksamhet eller till ett visst projekt, bör det anges hur stort belopp som tillfaller organisationen eller går till det särskilda ändamålet.**