



**TOYOTA**

ALWAYS A  
**BETTER** WAY

## Persinformatie

**Juli 2016**

### **HET WWF EN TOYOTA WERKEN SAMEN AAN DE BESCHERMING VAN DE BOSSEN VAN AZIË EN GAAN DE STRIJD AAN TEGEN KLIMAATVERANDERING**



Het WWF (World Wildlife Fund – Wereld Natuur Fonds) en Toyota Motor Corporation hebben een verdrag gesloten voor vijf jaar om de wereldwijde overgang naar duurzame ontwikkeling te versnellen. Via dit partnerschap willen beide organisaties de bescherming van de biodiversiteit bevorderen, het publiek bewuster maken van de uitdagingen op milieugebied en de komst van een volledig koolstofvrije samenleving versnellen.

Toyota is de eerste autobouwer en de eerste Japanse onderneming die een wereldwijd bedrijfspartnerschap aangaat met het WWF. Het partnerschap is op 1 juli 2016 in werking getreden.

Via dit akkoord verbindt de Groep zich ertoe het project Living Asian Forest te steunen, een geheel van lopende en komende operaties van het WWF om de tropische wouden en de wilde dieren van Zuidoost-Azië te beschermen. Het project begint in Borneo (de regio Kalimantan in het Indonesische gedeelte van het eiland) en Sumatra, twee prioritaire gebieden van het WWF. Later wordt dit uitgebreid naar de regio van de Grotere Mekong.

**Toyota Belgium**  
Leuvensesteenweg 369  
1932 Zaventem  
T +32 2 386 72 11  
[www.toyota.be](http://www.toyota.be)

Media site : <http://press.toyota.be>  
Facebook : [www.facebook.com/toyotabelgium](http://www.facebook.com/toyotabelgium)  
YouTube: [www.youtube.com/toyotabelgium](http://www.youtube.com/toyotabelgium)  
Twitter: @ToyotaBelgium

Het project heeft ook als doel de hernieuwing van natuurlijke grondstoffen zoals hout, papier en papierpulp, palmolie en natuurlijk rubber te bevorderen. Niet-duurzame productie en exploitatie behoren tot de voornaamste oorzaken van ontbossing, waardoor de situatie van de bedreigde soorten in deze regio's wordt verergerd.

Toyota zal in 2016 1 miljoen USD overmaken aan het project Living Asian Forest en zal vijf jaar lang schenkingen blijven doen. Deze inspanning sluit aan op de doelstellingen van het programma Environmental Challenge 2050 van de autobouwer: de Groep wil zijn ecologische voetafdruk tegen 2050 terugbrengen naar nul en wil tegelijk toegevoegde waarde creëren en een positieve impact hebben op de samenleving. Meer specifiek draagt het project Living Asian Forest bij aan de realisatie van een van de zes doelstellingen: een toekomstige samenleving scheppen in harmonie met de natuur.

Aangezien de vraag naar natuurlijk rubber (het voornaamste bestanddeel van autobanden) naar verwachting zal toenemen, bevestigt dit partnerschap het belang van een duurzame productie- en exploitatiewijze om de ecosystemen van de wouden te beschermen. Toyota is zich bewust van de uitdagingen die deze grondstof op milieu- en maatschappelijk gebied vertegenwoordigt. De Groep zal daarom samen met industriële spelers en andere stakeholders in de sector werken aan de opstelling van internationale normen en aan hiermee verbonden activiteiten die door het WWF worden aangemoedigd.

Daarnaast zullen het WWF en Toyota samenwerken aan de totstandkoming van een koolstofvrije samenleving. Om de doelstelling "zero CO<sub>2</sub>-uitstoot" te bereiken waartoe Toyota zich in zijn milieuplan voor 2050 heeft verbonden, heeft de autobouwer zich al aangesloten bij het initiatief Science Based Targets, bedoeld om bedrijven te helpen de klimaatverandering tegen te gaan.

**Didier Leroy, Uitvoerend Vicevoorzitter van Toyota:** "Wij delen samen met het WWF dezelfde visie: een échte duurzame samenleving tot stand brengen en een leefbare planeet achterlaten voor de volgende generaties. Toen wij begonnen te werken aan concrete maatregelen in het kader van onze Environmental Challenge 2050 besloten we dat het essentieel was om onze inspanningen te koppelen aan die van een ngo die thuis is in dit domein. Voor een onderneming zoals die van ons, horen dit partnerschap en projecten zoals Living Asian Forest tot de meest effectieve manieren om een positieve impact te genereren en onze medewerkers, leveranciers en klanten bewust te maken van het belang van een duurzaam beheer van de natuurlijke rijkdommen."

**Marco Lambertini, Algemeen Directeur van WWF International:** "Het WWF is bijzonder opgetogen over de samenwerking met Toyota. Hiermee zullen we de aantasting van ons natuurlijk milieu, waarvan we allemaal afhankelijk zijn, beter kunnen tegengaan. De wetenschappelijke consensus is nog nooit zo sterk geweest en de wereld is zich nooit eerder zo bewust geweest van de vele milieu-uitdagingen en de oplossingen daarvoor. Het is de hoogste tijd dat andere organisaties in de privésector, naar het voorbeeld van Toyota, beslissen om tot actie over te gaan en oplossingen te vinden voor deze problemen. Het WWF verwelkomt de visie van Toyota, een onderneming die de wereld veiliger, gezonder en duurzamer wil maken met het oog op het welzijn van de toekomstige generaties en het voortbestaan van onze planeet."

**Arnold Sitompul, Directeur Natuurbehoud van WWF Indonesië:** "Dit partnerschap zal een opmerkelijke impact hebben, want het zal onze inspanningen voor de bescherming van de ecosystemen en de tropische wouden van Sumatra en Kalimantan ondersteunen. Dit zijn belangrijke habitatten voor bepaalde met uitsterving bedreigde soorten. Tegelijk zijn dit ook vitale testterreinen voor het duurzaam beheer van de natuurlijke rijkdommen."

#### **Opmerkingen voor de redactie:**

#### **Wereldwijd partnerschap WWF – bedrijven**

Dit partnerschap berust op een gedeeld inzicht in de problemen, gemeenschappelijke ambities of operaties en een gezamenlijke wens tot communicatie met het publiek. De samenwerking tussen het WWF en zijn partner omvat drie elementen: (a) De toepassing van een duurzame praktijk; (b) Communicatie en bewustmaking; (c) Mecenaat gewijd aan WWF-projecten voor natuurbehoud.

#### **Toyota Environmental Challenge 2050**

In het kader van zijn strijd ter bescherming van het milieu kondigde Toyota in oktober 2015 een specifiek programma aan: de Toyota Environmental Challenge 2050. Daarbij wordt een voorstelling gemaakt van de wereld over 20 of 30 jaar om planetaire problemen zoals klimaatverandering, waterschaarste, grondstoftekorten en afname van de biodiversiteit beter aan te pakken. Het doel is de negatieve gevolgen van de auto terug te brengen tot een niveau dat zo dicht mogelijk bij nul ligt en tegelijk een positieve impact op de samenleving te genereren. De Challenge omvat zes doelgerichte uitdagingen, verdeeld over drie domeinen: constante verbetering van de voertuigen, de productie en het leven van de lokale gemeenschappen. [www.toyota-global.com/sustainability/environment/challenge2050/](http://www.toyota-global.com/sustainability/environment/challenge2050/)

#### **Science Based Targets**

Dit is een gezamenlijke campagne van het WWF, het Carbon Disclosure Project (CDP), het World Resources Institute (WRI) en het United Nations Global Compact. Het doel is bedrijven te helpen hun doelstellingen voor de vermindering van de uitstoot van broeikasgassen af te stemmen op de aanbevelingen van wetenschappers om de opwarming van de aarde tot ruim onder de kritieke drempel van 2 °C te houden. De bedrijven worden diverse hulpmiddelen en richtsnoeren geboden om hen te helpen bij de invoer van maatregelen. Op 1 juli 2016 hadden wereldwijd al ruim 160 bedrijven zich geëngageerd voor dit ambitieuze doel.

#### **Over het WWF**

Het WWF is een onafhankelijke internationale natuurbeschermingsorganisatie, een van de grootste en meest gerespecteerde ter wereld. Het heeft een actief netwerk in ruim 100 landen met in totaal ruim vijf miljoen leden. Het WWF wil een einde maken aan de aantasting van het milieu op onze planeet en wil een toekomst bouwen waarin de mens in harmonie leeft met de natuur, waarbij de biodiversiteit wordt beschermd, de natuurlijke rijkdommen op duurzame wijze worden geëxploiteerd en vervuiling en overconsumptie worden tegengegaan.

Ga naar [www.panda.org/news](http://www.panda.org/news) om het WWF-nieuws te volgen.

**Gelieve voor meer informatie contact op te nemen met:**

David Hirsch, WWF International

[hirsch@wwfint.org](mailto:hirsch@wwfint.org) / +41 22 364 9554

Asami Yamamoto, WWF Japan, Communication & Marketing

[press@wwf.or.jp](mailto:press@wwf.or.jp) / +81 3 3769 1714

Over Toyota :

Toyota is één van de grootste autofabrikanten ter wereld met merken als Toyota en Lexus. Toyota wil de CO<sup>2</sup>-uistoot van de verkochte auto's verminderen met 90% tegen 2050 en is marktleider in hybride wagens. In 1997 introduceerde Toyota de eerste hybride wagen voor verkoop op grote schaal, de Prius. Vandaag biedt Toyota een volledig gamma hybride wagens aan, vanaf de Yaris over de Auris tot de RAV4. In 2015 bracht Toyota de Mirai op de markt, een wagen op waterstof.

Toyota is in 1937 opgericht. Deze internationale autobouwer heeft fabrieken in 29 landen en verdelers in ruim 170 landen.