

Brief social media - Fundația Conservation Carpathia

Context

Fundația Conservation Carpathia (FCC), cea mai mare organizație de mediu din România, a fost înființată în 2009 cu scopul de a opri tăierile ilegale de pădure, precum și pentru a conserva suprafețe mari de păduri din Carpați, sub forma unei zone complet protejate. Pentru a putea proteja toate elementele naturale dintr-un areal, FCC achiziționează terenuri (păduri și zone afectate de tăieri la ras) și cesionează drepturile de vânatoare, totul cu ajutorul fondurilor private și publice.

Fundația Conservation Carpathia își propune să întoarcă terenurile în domeniul public, în regim de protecție permanentă, sub forma unui Parc Național, respectiv Parcul Național Munții Făgăraș.

Viziunea FCC este crearea unei zone protejate cu natură sălbatică de talie mondială în sudul Carpaților românești, suficient de mare ca să permită existența unor populații semnificative de carnivore mari și să permită, de asemenea, desfășurarea proceselor evolutive naturale. Proiectul include situl Natura 2000 Munții Făgăraș, Parcul Național Piatra Craiului și Munții Leaota, formând un total de peste 250.000 ha.

Unic în România, proiectul Conservation Carpathia reprezintă una dintre cele mai importante inițiative de conservare din Europa, iar activitățile sunt structurate în cinci piloni, parte și din proiectul LIFE Carpathia, „Crearea unei zone de natură sălbatică în sudul munților Carpați, România”, LIFE18 NAT/RO/00108, derulat în perioada 2019–2024, cu sprijinul financiar al Comisiei Europene prin programul LIFE Nature și al Fundației Arcadia prin programul ELP (Endangered Landscapes Programme):

1. Conservare păduri: retrocedarea pădurilor începută în anul 2004 a declanșat, în multe zone, exploatarea forestieră masivă și tăieri ilegale a mii de hectare de pădure, o amenințare gravă la integritatea ecosistemului carpatic. Protejăm pădurile prin achiziționarea acestora pentru a le reda sub forma Parcului Național Munții Făgăraș, cel mai mare parc național acoperit de păduri din Europa.

Acțiunile de conservare mai includ și obținerea celui mai înalt grad de protecție pentru pădurile naturale prin includerea acestora în Catalogul Național al Pădurilor virgine și cvasi-virgine sau ca zonă de non-intervenție în Planul de Management al siturilor Natura 2000.

2. Reconstrucție ecologică: refacerea suprafețelor afectate de tăierile la ras prin plantare, refacerea compoziției naturale a pădurilor de monoculturi de molid, producție de puieti din sămânță și surse autohtone în pepinierele proprii, eliminarea speciilor de plante invazive, controlul eroziunii solului pe foste drumuri de exploatare, refacere de tufărișuri alpine cu jneapăn, rododendron și ienupăr, distruse de intervenția umană.
3. Conservare faună: un sistem de protecție reală pentru animalele sălbatice, care implică acțiuni de conservare și protecție a faunei, monitorizare non-invazivă a speciilor, managementul conflictelor dintre oameni și animale (include acțiuni de intervenție a echipei de rangeri, sistem de compensații în caz de

daune), reintroducerea unor specii emblematice (zimbrul și castorul), activități de evaluare și cercetare științifică a faunei prin analize ADN.

Pentru a putea desfășura acțiuni de protecție a faunei, Fundația Conservation Carpathia gestionează cinci fonduri de vânatoare. Acestea au fost constituite pentru a putea derula proiectele de conservare, monitorizare și studiu asupra faunei.

4. Comunități locale: creăm oportunități economice durabile pentru localnicii din zona Parcului Național Munții Făgăraș. Oferim locuri de muncă pentru localnici, organizăm evenimente pentru comunitățile locale, ex. Făgăraș Fest, susținem inițiativele locale, ne implicăm alături de Casa Bună în proiecte sociale și de educație în comunitățile din zona de proiect, am creat un centru de educație și explorare a naturii la Richita, etc. Prezența unui parc național este un beneficiu pentru oameni și pentru natură.
5. Afaceri verzi: învățăm oamenii să treacă de la economia extractivă la economia verde, bazată pe afaceri durabile, prietenoase cu mediul. Am reunit micii producători în food hub-ul „Roadele Munților”, derulăm activități ecoturistice în patru observatoare de animale sălbatice pe Valea Dâmboviței, iar sub umbrela Carpathia mai funcționează ferma de Biodiversitate la Cobor.

Fundația Conservation Carpathia are peste 100 de angajați, rangeri, ingineri silvici, cercetători, biologi, angajați în pepiniere, personal administrativ și în funcții suport (coordonatori proiecte, comunicare, financiar, juridic, afaceri verzi etc), un sediu administrativ în Brașov și un punct de lucru în Rucăr (aproape de zona de proiect).

Nevoie

Crearea unei strategii de social media și a unui concept creativ declinat pe fiecare canal, respectiv: Facebook, Instagram și LinkedIn, care să promoveze Parcului Național Munții Făgăraș și toate dimensiunile proiectului creat de Fundația Conservation Carpathia.

Obiective

- Awareness: să facem cunoscut proiectul Parcului Național Munții Făgăraș, modelul acestuia și unicitatea proiectului dezvoltat de Fundația Conservation Carpathia.
- Creșterea reputației Fundației Conservation Carpathia la nivel local, național și internațional.
- Creșterea interacțiunii în comunitățile de social media cu mesajele Fundației Conservation Carpathia și formarea în cadrul acesteia a unor ambasadori și avocați pentru proiectul Parcului Național Munții Făgăraș care să se exprime prin comentarii și prin postări pe paginile lor.
- Educație referitoare la nevoia creării Parcului Național Munții Făgăraș, crearea unui sentiment de mândrie în relație cu proiectul Parcului Național Munții Făgăraș, dezvoltarea unui comportament responsabil cu natura.
- Dezvoltarea brandului de angajator, focus LinkedIn și în subsidiar restul canalelor.
- Creșterea comunităților fiecărei pagini după cum urmează:
Facebook – 4000 followers noi până la finalul colaborării (iunie, 2024);
Instagram – 6000 followers noi până la finalul colaborării (atrageră followers din țară și din

străinătate);

LinkedIn – 500 followers noi până la finalul colaborării (atrageră followers din țară și din străinătate).

Social audience



57% F, 42% M, locuiesc în România, București, Brașov și Cluj Napoca.

40% dintre urmăritori au între 25 și 44 de ani, iar 10% între 45 și 54 de ani. Sunt interesați de animalele sălbatice, natură, subiecte sensibile referitoare la relația om-natură (urși, lupi, tăieri ilegale). Cele mai multe interacțiuni sunt de la contestatarii proiectelor FCC sau a prezenței animalelor sălbatice în proximitatea oamenilor, dar și a specialiștilor din alte instituții de mediu sau de silvicultură (de regulă sunt profesioniști, vin să completeze postări, să corecteze când ceva este greșit).

Nu se manifestă, dar o parte considerabilă din urmăritori vin în pagină să se relaxeze, le plac postările „pentru că sunt diferite de universul lor”, le place că nu vindem nimic și că facem ceva pe termen lung.



61% F, 38,8 M, cea mai mare pondere o au persoanele între 25 și 35 de ani – 44%, în timp ce 13% au între 18 și 24 ani.

71% locuiesc în România, iar 12% vin din UK și SUA, 7% Germania.

Interacționează cu postările și story-urile din pagină. Sunt aici pentru a cunoaște specii de animale și de păsări.



Comunitatea este formată din oameni din zona de business, media și comunicare, research, consultanță și antreprenariat. Din punct de vedere localizare, predomină Bucureștiul, 27%, Brașov 10%, Londra 7%, Cluj 2%.

Target

- Național și internațional: persoane educate, care nu cunosc foarte bine problematica de mediu, dar ajung să o înțeleagă și să se implice dacă li se explică pas cu pas. Sunt angajați, au venituri peste medie, urmăresc social media mai mult decât mass-media.
- Mediul de business: antreprenori sau oameni de business care au înțeles impactul nostru asupra mediului și ar vrea să se implice.
- Instituții de stat și ONG-uri: Ministerul Mediului, Administrația Națională a Apelor, Romsilva (administrează cele mai multe parcuri naționale), Jandarmeria (lucrăm pentru gestionarea conflictelor om-animale sălbatice), [Federația Coaliția 2000](#) ([Milvus](#), [wwf.ro](#), [Pro Park](#), SOR etc)
- Local: oamenii din comunitățile învecinate proiectului, profesori, autorități, angajați (rangeri, personalul implicat în muncile sezoniere din activitățile de refacere ecologică), membrii din asociațiile de vânatoare. Un public mixt, reticent și suspicios referitor la proiect (oamenii din comunitățile locale, obștile, asociațiile de vânatoare).

Comunități implicate în proiectele Fundației Conservation Carpathia: Rucăr (exceptie zona Peste Vale și Parcul Național Piatra Craiului), Sățic, Bunea, Nucșoara, Dâmbovicioara, Lerești, Valea Mare, Pravăț, Albești, Buhea de Sus, Moroeni, Runcu, Dragoslavele, Stoenesti, Cetățeni.

Tone of voice

Prietenos, dar competent.

Putem fi și amuzanți, dacă conținutul ne permite.

Proiecte cu profil apropiat

- WWF România
<https://www.facebook.com/WWFRomania>
<https://www.instagram.com/wwf.romania/>
- Fundación Rewilding Argentina
<https://www.facebook.com/RewildingArg>
https://www.instagram.com/rewilding_argentina/
- Yellowstone Park: <https://www.instagram.com/yellowstonenps/>
<https://www.facebook.com/YellowstoneNPS>

Parțial: Romsilva, Parcul Natural Vânători Neamț, Parcul Natural Piatra Craiului.

Livrabile pitch

- Crearea unei strategii de social media și a unui concept creativ declinat pe fiecare canal, respectiv: Facebook, Instagram și LinkedIn.
- Exemplificarea strategiei și a conceptului creativ prin 6 postări Facebook, 4 postări Instagram, 2 postări LinkedIn (vizual creativ și text).
- Propunere de mecanisme de creștere engagement, comunități pentru fiecare canal.
- KPI strategie.