

ETHIQUE ET PARTENARIATS

Par le service positionnement

Le partenariat/mécénat dans le cadre d'événements organisés par Handicap International :

→ Entreprises

Si les entreprises s'impliquent de plus en plus dans des événements citoyens, il convient de rester vigilant quant aux types de partenariats au sein desquels nous pouvons nous engager.

Il faut garder à l'esprit que pour une entreprise, soutenir ou participer à un événement associatif s'inscrit souvent dans une perspective de communication externe. Il est rare que ces dernières n'attendent pas en contrepartie de leur soutien un retour en termes d'image.

Même s'il s'agit d'événements locaux, l'association d'image entre une entreprise et Handicap International requiert toujours une grande vigilance.

Dans un premier temps et avant de s'engager dans un partenariat, il convient de vérifier que les pratiques de l'entreprise ne sont pas en contradiction avec les valeurs de Handicap International. On s'intéresse à la fois à l'éthique de l'entreprise et à son image.

Pour évaluer une entreprise, Handicap International a instauré un ensemble de critères de vérifications :

- Secteur d'activité ;
- Réputation et image de l'entreprise, à l'échelon international, français, mais aussi local (actions – politique interne – pratiques – prises de position publiques – etc.) ; existence de campagnes publiques significatives contre ces entreprises (image) ;
- Position d'acteurs crédibles (par exemple d'autres ONG) ;
- Existence d'hostilité, de défiance ou au contraire de marques de confiance argumentées en interne chez Handicap International (siège et terrain) ;
- Existence de partenariats avec d'autres ONG, d'implication dans l'humanitaire et le développement (fondation...) ;
- Adhésion ou non à des normes sociales et environnementales (ISO 9000, ISO 14001, ISO 26 000, SA 8000), labels, existence de code de conduite ou charte sociale, éthique ou environnementale.

Si l'association a choisi de ne pas élaborer de liste noire, il existe en revanche des éléments qui sont réhibitoires à tout partenariat :

- Domaine d'activité contraire à nos valeurs et aux principes humanitaires (ex : armement) ;
- Investissements directs ou indirects dans des fabricants de mines antipersonnel ou de bombes à sous-munitions ;
- Contribution aux conflits armés (soutien ou financement de factions au conflit, exacerbations des tensions, opportunisme de guerre, etc.) ;
- Soutien à des partis politiques ou des régimes non-démocratiques ;
- Non-respect des droits de l'Homme / discrimination ;
- Violations flagrantes ou répétitives du droit du travail ;
- Activité ou produits portant atteinte à la santé humaine ou à la dignité humaine ;
- Dégradations de l'environnement (pendant la production ou par les produits) avec atteintes flagrantes intentionnelles ou répétitives à l'environnement ;
- Pratiques commerciales prédatrices (pillage des ressources et non-respect des règles de la concurrence) ;
- Absence de transparence financière / blanchiment d'argent ;
- Soutien à des activités illicites / corruption.

C'est sur la base d'une recherche approfondie qu'il est décidé d'entrer ou non dans un partenariat avec une entreprise, en pesant les risques en termes d'image susceptibles de porter atteinte à la renommée de Handicap International.

→ Autres types de structures

En ce qui concerne les partenariats avec d'autres associations, collectifs et syndicats, la démarche est similaire. Même s'il s'agit d'acteurs avec lesquels nous nous sentons plus proches, le risque en termes d'image n'est pas nul pour autant. Il convient de vérifier avec le même sérieux les valeurs éthiques de ces associations et également les affiliations politiques potentielles afin de ne pas se retrouver associé à des acteurs très marqués politiquement, surtout en périodes électorales.

L'association d'image dans le cadre d'événements organisés par des tiers avec une participation de Handicap International :

Lorsque Handicap International participe à un événement organisé par des tiers, l'association d'image entre Handicap International et de potentiels sponsors de l'événement est difficile à contrôler mais elle reste potentiellement nuisible à l'association.

Dans le cas où un sponsor de l'événement ne nous paraît pas fréquentable, il est préférable de chercher à réduire l'affichage de Handicap International au sein de l'événement. Le partenaire organisateur doit être informé, en amont du partenariat, de cette possibilité.

Les démarches que vous devez suivre:

Lorsque vous montez des opérations ou des événements, vous êtes souvent amenés à travailler en partenariat avec des entreprises et des associations.

Selon le cas, il est ou non indispensable de demander au service Positionnement de l'association de faire une étude préalable à notre engagement. Dans tous les cas, nous vous invitons à nous informer des partenariats que vous souhaitez négocier.

Dans le cadre d'événements organisés par Handicap International, vous êtes généralement amenés à négocier, faciliter ou gérer trois types de partenariats :

- 1) Les partenariats logistiques (prêt de matériel, prestation gracieuse...)** → Si le partenariat est local, l'avis du Positionnement n'est pas indispensable mais il faudra bien veiller à renseigner la localité du partenaire sur les documents de communication (tracts, site internet...) Ex : Carrefour Amiens.
En revanche, si le partenaire est porté par l'ensemble d'une marque implantée nationalement ou s'il porte sur plusieurs événements en France, le Positionnement doit être sollicité pour avis.
- 2) Les dons et mécénat** → Avant d'engager les démarches, l'avis du service Positionnement doit être demandé.
- 3) Mobilisation de salariés d'une entreprise pour la participation à un événement Handicap International au nom de l'entreprise** → Avant d'engager les démarches, l'avis du service Positionnement doit être demandé.

Si vous avez des doutes ou des questions portant sur l'éthique de Handicap International en matière de partenariat avec les entreprises ou les associations, n'hésitez pas à les adresser au service Mobilisation qui avisera le service Positionnement.