

Lignes directrices des relations des Amis de la Terre France avec les entreprises

Dernière actualisation du document : 10 janvier 2022

Contexte

En tant qu'ONG environnementaliste d'envergure nationale, et membre du plus grand réseau écologiste mondial, les Amis de la Terre - France (ATF) sont très régulièrement sollicités par des entreprises qui souhaitent établir des relations privilégiées ou des partenariats. Ces entreprises sont le plus souvent des PME, éditeurs, agences de publicité, société de distribution, etc.

Afin de pouvoir mieux répondre à ces demandes tout en préservant les valeurs démocratiques et écologistes des Amis de la Terre, qui sont très régulièrement en opposition avec les intérêts de certains secteurs économiques et entreprises à travers leur campagnes, l'association s'est dotée de « Lignes directrices des relations des ATF avec les entreprises ».

Ces lignes directrices n'ont pas pour vocation de développer le financement des activités des Amis de la Terre par des entreprises. Les Amis de la Terre restent en effet très réservés sur ce mode de financement pour des raisons d'éthique et d'indépendance, et préfèrent privilégier les dons et adhésions en provenance des particuliers. Ce document a pour but essentiel de donner une grille de lecture des sollicitations des entreprises, afin de répondre de manière structurée et systématique.

Par ailleurs, quelle que soit l'issue de ces demandes, il est important de noter que les Amis de la Terre ne considèrent en aucun cas les partenariats avec les entreprises comme une forme d'engagement « vert », qui permettrait à ces entreprises de s'affranchir des impacts de leurs activités. Aucun partenariat ne saurait porter atteinte à l'indépendance politique et à la liberté de parole de l'association.

I. État des lieux

L'entreprise est une organisation qui doit être au service du bien commun et non des seuls profits des actionnaires et/ou d'élites échappant au contrôle démocratique. Pour y parvenir, les Amis de la Terre utilisent :

1. L'information des citoyens et l'action médiatique ;
2. Le plaidoyer auprès des décideurs privés : nous mettons en évidence les lacunes ou les abus des entreprises et formulons à leur égard des propositions et recommandations ;
3. Le plaidoyer auprès des décideurs publics : nous menons campagne pour modifier les législations et normes relatives aux entreprises (législations française, communautaire et internationale) et les actions des institutions publiques (subventions et investissements de l'État, des collectivités territoriales comme les Régions, etc.) ;

4. Les mouvements de consommateurs et l'appel au boycott : nous faisons évoluer le comportement des consommateurs (ex : refuser les OGM, aller dans les boutiques bio, acheter des produits respectueux de l'environnement, etc.) ;
5. L'action en justice (nationale et internationale) ;
6. L'entrepreneuriat (ex : les Amis de la Terre sont membres du Conseil d'administration d'Enercoop) ;
7. Le conseil : les Amis de la Terre ont une capacité d'expertise et une crédibilité leur permettant de conseiller les entreprises. L'association peut ainsi être sollicitée à ce sujet. Le conseil est un transfert de compétences n'impliquant aucun projet commun (ex : expertise pour Point P) ;
8. Partenariat : c'est un projet en commun (ex : travail avec Biocoop qui relaie nos campagnes) ;
9. Dons des entreprises : en nature ou financier, il est sans contrepartie (ex : Les Nouveaux Robinsons).

Les ONG utilisent tous les moyens pré-cités, avec quelques différences :

- Partenariats : Greenpeace a déjà établi des positions politiques communes avec des groupements d'entreprise comme EREC (European Renewable Energy Council). WWF fait de multiples partenariats avec les entreprises et en tire entre 15 et 20% de ses financements ;
- Entrepreneuriat : Max Havelaar et FSC certifient des conditions de production ;
- Mécénat : Action contre la Faim accepte les dons des entreprises (points fidélité des Magasins U).

Aujourd'hui les cas 6, 7, 8 et 9 posent problème :

- L'entrepreneuriat : cette question met en jeu notre position sur le service public de l'énergie qui pose des problèmes de fond qui ne sont pas abordés dans cette note ;
- Le conseil, le partenariat et les dons des entreprises : quoi accepter, avec qui travailler, pour quoi faire, et à quelles conditions ?

II. Critères de choix pour les cas 7, 8 et 9

Recommandations générales

- Les Amis de la Terre refusent les partenariats avec des entreprises dont l'activité est incompatible avec leurs valeurs ;
- Toute action fait l'objet d'une décision du Conseil fédéral des Amis de la Terre (principe de subsidiarité) qui décide au cas par cas ;
- Toute action est mentionnée dans le détail sur le site Internet des Amis de la Terre.

Avant de s'engager, les Amis de la Terre s'informent sur l'entreprise et le groupe auquel elle appartient éventuellement :

- A. Secteur d'activité : fossiles, nucléaire, chimie, etc. et positionnement de l'entreprise dans le secteur (ex : Biofa dans la chimie) ;

- B. Appartenance à des réseaux (Nature & Progrès, etc.) ;
- C. Politique sociale et environnementale de l'entreprise, citoyenneté interne (place des syndicats dans l'entreprise, existence de relations avec des associations ou soutien aux activités associatives) ;
- D. Taille et capacité de l'entreprise à instrumentaliser les Amis de la Terre ;
- E. Entreprise (ou filiale d'une entreprise) sujette ou non à des campagnes du réseau Amis de la Terre - International ou d'autres réseaux proches, ou à des boycotts que soutiennent les Amis de la Terre ;
- F. Entreprise impliquée dans des violations des droits humains, salariaux, sociaux, environnementaux ou en matière de corruption, conflits avec des communautés locales ou peuples indigènes, conflits armés, liens mafieux, ou condamnée en la matière ;
- G. Entreprise faisant pression sur les pouvoirs publics au détriment de la justice environnementale et sociale (notamment pression liée à la privatisation des services publics d'eau, éducation, santé, environnement) ;
- H. Entreprise ayant des pratiques commerciales et marketing irresponsables (packaging excessif, marketing irresponsable sur les enfants, publicités véhiculant une image dégradante de la femme, etc.) ;
- I. Les fournisseurs, les actionnaires et les clients de l'entreprise.

Après engagement, les Amis de la Terre :

- Assurent la territorialité et le suivi ;
- Demandent aux entreprises de leur fournir les éléments d'information concernant ce qui est fait, y compris l'usage du logo (le cas échéant).

Moyens de recherche :

- Analyse des documents publics de l'entreprise (site, rapports annuels, etc.) ;
- Etudes et recherches sur l'entreprise, ses activités et son implication dans les secteurs incompatibles avec les valeurs des Amis de la Terre, ou controversés ;
- Demandes à d'autres ONG françaises et internationales d'informations liés à l'entreprise ;
- Rencontre des représentants du personnel ;
- Agences de notation ;
- Réseau des Amis de la Terre - France.

Recommandations spécifiques

Cas 7 : Expertise/conseil

- Toute entreprise peut solliciter les Amis de la Terre, c'est un moyen pour l'association d'entrer dans les entreprises et d'y faire connaître ses arguments ;
- Le conseil ne permet en aucun cas « d'acheter le silence » ;
- Le conseil est encadré par un contrat et peut être rémunéré ;
- Afin d'assurer notre indépendance, les rentrées financières liées à ces contrats ne doivent pas dépasser 15% du budget de l'association, aucun d'eux ne doit dépasser 3% du budget, ou mettre en péril l'indépendance de la campagne concernée ;

- Si l'entreprise fait une demande de confidentialité, celle-ci doit concerner des éléments purement commerciaux et être apprécié en fonction de leur importance politique.

Cas 8 : Partenariat

- Les Amis de la Terre refusent les partenariats avec des entreprises dont l'activité est incompatible avec ses valeurs ;
- Le partenariat doit porter sur un projet précis (objet, durée, moyens, résultats, calendrier) ;
- Les flux financiers éventuels sont liés uniquement au projet ;
- Les rentrées financières liées à ces contrats ne doivent pas dépasser 10% de notre budget, aucun d'entre eux ne doit dépasser 3% du budget de l'association, ou mettre en péril l'indépendance de la campagne concernée ;
- Le contrat règle les modalités de communication interne et externe et d'utilisation du nom et du logo des Amis de la Terre. Le contrat doit pouvoir être rompu en cas de découverte d'actes inacceptables au regard des valeurs des ATF ;
- Le partenariat est suivi et évalué régulièrement.

Cas 9 : Dons des entreprises

- Les Amis de la Terre refusent les dons des entreprises ayant une activité incompatible avec leurs valeurs ;
- Le don est sans contrepartie ;
- S'il y a un risque d'instrumentalisation, le don est encadré par un contrat ;
- L'entreprise peut être amenée à communiquer sur ce don uniquement dans le cadre de ses obligations en matière de transparence financière. Le nom des Amis de la Terre ainsi que son logo ne devraient en aucun cas être utilisés à des fins marketing ou de communication sur l'entreprise et ses produits ou services.
- Le contrat règle les modalités de communication interne et externe et d'utilisation du nom et du logo des ATF. Il ne peut figurer sur les produits et service vendus par l'entreprise ;

III. Mode opératoire

Toute sollicitation d'une entreprise doit être transmise et validée par le Conseil Fédéral des Amis de la Terre.

Le Secrétariat Fédéral analyse les demandes et choisit soit d'instruire la demande, soit de ne pas donner suite. Dans le premier cas, le Secrétariat Fédéral s'informe sur l'entreprise (voir critères A à I) et prépare un dossier pour présentation au Conseil fédéral (CF).

Toutes les demandes sont transmises au CF (selon le principe de subsidiarité), au moins pour information. Tout partenariat fait l'objet d'une information auprès des groupes locaux.

Le Conseil fédéral prend la décision d'accepter ou non une relation avec une entreprise (conseil expertise, partenariat ou don).

Pour plus d'information

Les Amis de la Terre France

Mundo M

47, avenue Pasteur

93100 MONTREUIL

Téléphone : 01 48 51 32 22

E-mail : france@amisdelaterre.org

www.amisdelaterre.org