



Business & Community

La revue des relations ONG ↔ Entreprises

BRIEF

édité par
be-linked
business & community intelligence

La mission de Be-linked est d'intégrer les relations avec la société civile au cœur de la stratégie de l'entreprise, pour créer, par l'innovation, de la valeur économique, sociétale et environnementale durable.

édito

Janvier et Février ont été des mois d'actualité intenses sur nos sujets de prédilection en France. Qui ont vu la naissance de l'Institut de l'Innovation et de l'Entrepreneuriat Social lancé par l'Essec¹, mais aussi le Mouvement des entrepreneurs sociaux² sous la houlette de Jean Marc Borello ou encore la publication de l'étude³ que nous avons réalisée pour le compte du MEDEF et de Coordination Sud sur l'évolution des relations entre entreprises et ONG de Solidarité Internationale.

Si l'actualité a été riche en France sur l'entrepreneuriat social et les liens ONG/entreprises, Haïti est sur toutes les lèvres, dans toutes les têtes et tous les cœurs.

Du don à l'investissement ?

La folie des chiffres et du nombre de victimes, de même que la visibilité (trop grande ?) des opérations de secours dans nos médias de masse, ne doit pas occulter le destin brisé de ces centaines de milliers de familles et d'êtres humains, aujourd'hui dans le plus total dénuement et dont les besoins les plus basiques deviennent des urgences de chaque instant⁴.

Si les volontés se manifestaient, en matière de relation ONG/Etats/Entreprises, Haïti pourrait devenir un modèle de reconstruction durable d'une communauté et d'un pays. En s'inspirant par exemple des erreurs commises dans la gestion post tsunami : des maisons et complexes hôteliers sont déjà reconstruits sur les rivages dévastés en décembre 2004.

En mettant de côté les enjeux géopolitiques et en se concentrant sur les questions de reconstruction, de remise en marche d'une économie renouvelée, les Entreprises et ONG ont un rôle clé à jouer, soit à travers les mécanismes traditionnels de la reconstruction et de la gestion post-crise, soit de façon innovante à travers la promotion d'un petit entrepreneuriat durable et créateur de valeur économique mais aussi sociale.

C'est l'un des messages qu'est venu porter Muhammad Yunus, fondateur de la Grameen Bank et prix Nobel de la Paix, lors de sa visite à Paris début février, notamment lors du grand rendez-vous organisé pour sa venue par HEC et Danone. Il annonce en effet la création d'un fonds destiné à financer des social business (entreprises sociales) en Haïti. Les grandes entreprises sont les bienvenues dans ce fonds (certaines entreprises nord-américaines auraient déjà donné leur accord) qui doit financer une dynamique de développement durable en s'émancipant des dons malheureusement ponctuels par nature. Nous reparlerons de ce projet et de ses résultats.

Haïti, si loin de la France et si proche des Etats Unis, objet avec le Canada de notre dossier spécial dans lequel nous partagerons avec vous des expériences de militants et d'entreprises emblématiques de l'innovation sociétale nord-américaine. Bonne lecture.

Jérôme Auriac
Directeur Général de Be-linked
Business & Community Intelligence

1/ IIES www.lancement-iies.info

2/ Mouvement des entrepreneurs sociaux www.mouves.org

3/ Etude téléchargeable en ligne sur le site de Coordination Sud www.coordinationsud.org

4/ Pour aller plus loin, nous vous invitons à lire sur www.youphil.com un témoignage d'Auréli Boukobza, directrice associée de Be-linked, sur la situation en Haïti avant le tremblement de terre.

05

Février 2010

► **Nouvelles des 5 continents** 2

► **DOSSIER SPÉCIAL Amérique du Nord** 6

- Interviews
- Partenariats & projets
- Flash secteur
- Repères

► **Lectures & rendez-vous** 15

- A lire
- Agenda

► **Quoi de neuf @ Be-linked** 16

so
m
m
a
i
r
e

nouvelles des 5 continents

Recherche et rédaction : Cécile Cathelain, Eva Pulcinelli

EUROPE / RUSSIE

Un procès bâillon ?



FNPRDT/MDRGF | Suite (et fin ?) dans le procès qui oppose la Fédération Nationale des producteurs de raisins de table (FNPRDT) à l'association écologiste Le Mouvement pour le droit et le respect des générations futures (MDRGF). Suite à une enquête publiée fin 2008 par l'association, la FNPRDT réclamait 500 000 euros de dédommagements à la MDRGF pour dénigrement de ses produits. L'enquête, réalisée dans 5 pays européens, soulignait la présence dans 99% des raisins testés de résidus de pesticides. Le verdict, rendu le 10 février dernier à Paris, non seulement déboute la Fédération des producteurs de raisins, mais la condamne pour « procédure abusive ». Les défenseurs de l'association sont satisfaits de cette décision, et les partisans d'une meilleure protection juridique des lanceurs d'alerte se disent « rassurés », ce procès s'apparentant selon eux à un procès « bâillon ». Plus connue sous l'appellation anglo-saxonne SLAPP (*Strategic Lawsuit Against Public Participation*), cette pratique vise à poursuivre une association en justice dans le but de la faire taire, en l'intimidant ou en l'étouffant financièrement. ←

France

MDRGF
www.mdrgf.org

Article Novethic
www.novethic.fr

« La fin d'un combat »



Les Amis de la Terre / BNP Paribas | Le projet de construction de centrale nucléaire à Belene en Bulgarie est fortement contesté depuis plusieurs années. En particulier, par l'association environnementaliste Les Amis de la Terre qui dénonce les risques environnementaux, technologiques et économiques « réhibitoires » du projet. En plus des risques forts de corruption, le projet serait situé en pleine zone sismique. Alors que plusieurs banques internationales avaient refusé d'investir dans le projet, la BNP avait accepté de coordonner l'ensemble du financement. Ce qui avait déclenché de violentes critiques de l'association, qui, depuis 2007, mène une campagne offensive contre la BNP pour que celle-ci abandonne le projet. C'est chose faite depuis fin janvier, la BNP venant de mettre un terme au contrat de conseil qui la liait avec NEK, la compagnie nationale d'électricité Bulgare. Même si le projet, actuellement au stade de travaux, reste la cible des écologistes, cette décision quoique tardive marque selon l'ONG, « la fin d'un combat avec la BNP » et une « victoire » pour l'ONG française. ←

Bulgarie

Les Amis de la Terre
www.amisdelaterre.org

L'industrie du ciment vers des solutions stratégiques



Holcim / CICR | Holcim, un des plus grands producteurs mondiaux de ciment et d'agréats, a annoncé le 28 janvier dernier, la signature d'un partenariat pour une durée de 6 ans avec le Comité International de la Croix-Rouge (CICR). L'entreprise suisse devient ainsi la 1^{ère} entreprise du secteur à rejoindre le groupe d'entreprises partenaires de l'organisation internationale. Outre le soutien des activités humanitaires du CICR, sur le terrain, dans les zones de conflits où l'entreprise est aussi implantée, les deux organisations souhaitent échanger leur connaissance et

Suisse

CICR
www.icrc.org

HOLCIM
www.holcim.com



Conflit



Campagne



Collaboration



Mécénat/philantropie



Initiative gouvernementale

Les liens hypertextes complets

sont accessibles dans

la version numérique de B&Cbrieff (format pdf).

Cette rubrique est destinée à illustrer l'actualité des relations ONG ↔ Entreprises à travers des expériences, des initiatives innovantes, mais aussi des conflits ou des divergences que nous avons repérés à travers le monde.

leur expertise dans des domaines « d'intérêt mutuels » : gestion des risques et des crises, approvisionnement en eau et développement d'infrastructures. Ces « intérêts mutuels » représentent une dimension stratégique évidente et qui touchent les fonctions et activités clés des deux organisations. Stratégique également dans un contexte où l'industrie du ciment se trouve en phase de recherche de solutions pour répondre aux défis environnementaux et sociétaux que soulève leur activité. ←

AFRIQUE

Lancement de la
1^{ère} carte bancaire
caritative



Société Générale / SOS villages d'enfants | SOS villages d'enfants, ONG internationale, accueille et prend en charge au sein de maisons familiales (les villages d'enfants SOS) des enfants abandonnés, défavorisés ou victimes de violence. L'association lance, en partenariat avec la Société Générale au Maroc, un projet original : la 1^{ère} carte bancaire caritative. Co-brandée avec les logos des deux organisations, cette carte bancaire apporte les mêmes services qu'une carte visa classique. Mais, pour toute nouvelle souscription, 60 dirhams (environ 5 €) sont reversés à l'association. Les frais de scolarité annuels d'un enfant sont financés dès la commercialisation de 5 cartes bancaires. La Société Générale s'engage également à financer des projets de l'association liés à la sensibilisation à l'environnement à travers leur projet « éco-écoles ». Pour la Société Générale, ce partenariat illustre leur « contribution à l'Initiative Nationale pour le Développement Humain (INDH) ». ←

Maroc

Société Générale Maroc
www.sgmaroc.com

SOS villages d'enfants
www.vesosmaroc.org

INDH
www.indh.gov.ma

Coca-Cola
s'ouvre aux petits
producteurs



Coca-Cola/TechnoServe/Fondation Gates | Un partenariat de quatre ans a été signé fin janvier entre Coca-Cola, la fondation Bill & Melinda Gates et TechnoServe, pour soutenir 50 000 producteurs de mangues et fruits de la passion au Kenya et en Ouganda. L'objectif, avec une dotation de 11,5 millions de dollars, est de doubler les revenus de ces agriculteurs d'ici 2014 en leur permettant, pour la première fois, d'accéder à la chaîne d'approvisionnement de Coca-Cola, et donc au marché des jus de fruits, actuellement en pleine croissance. TechnoServe, ONG américaine agissant auprès d'entrepreneurs des pays en développement pour les aider à développer des activités créatrices de revenus, assurera la formation des agriculteurs aux outils et méthodes leur permettant d'accroître la qualité et les quantités produites, et facilitera leur accès au crédit. ←

Kenya / Ouganda

Coca-Cola
www.thecoca-colacompany.com

Technoserve
www.technoserve.org

Quand les savoir-
faire traditionnels
l'emportent
sur les brevets
pharmaceutiques



Communautés locales & ONG / Schwabe | L'office européen des Brevets a validé, fin janvier dernier, le recours mené par des communautés locales sud-africaines exigeant l'abrogation du brevet de l'entreprise pharmaceutique allemande Schwabe. Le brevet, qui concerne la substance active d'une plante aux vertus médicinales « le Pelargonium du Cap », est à la base de leur médicament « Umckaloaba » et notamment utilisé pour soigner les bronchites. Le brevet ne serait pas une « découverte », le procédé étant issu d'un savoir-faire traditionnel ancestral de ces communautés. La décision de l'office européen des Brevets repose sur le fait que l'entreprise allemande n'aurait pas respecté, comme le

Afrique du Sud

ACB
www.biosafetyafrica.net

Déclaration de Berne
www.evb.ch

stipule la Convention sur la diversité biologique des Nations Unies, le partage des dividendes avec les communautés locales d'Afrique du Sud. Les communautés en question ont été accompagnées conjointement par une association suisse, la Déclaration de Berne, et ACB (Centre Africain pour la Biosécurité), une ONG sud-africaine, selon qui ce « brevet n'aurait jamais du être octroyé ».

ASIE

Orange s'engage auprès des femmes en Inde



Orange / Sunshine | Orange Business Services et la Fondation Orange viennent d'annoncer (fin janvier) leur soutien au programme « Sunshine » du Shankara Special School. Cette école, située à Noida, dans l'Etat de l'Uttar Pradesh en Inde, et membre de l'ONG indienne Sri Sharada Peetham, s'attache depuis plus de dix ans à soutenir des personnes handicapées ou en difficulté. Le programme Sunshine permettra d'améliorer les conditions de vie de 70 femmes défavorisées, par des formations professionnelles comme la poterie, la peinture sur verre ou la couture. L'anglais, l'informatique et le marketing seront également enseignés pour permettre à ces femmes de développer leur activité, et d'accroître ainsi leur autonomie. Ce projet s'inscrit dans la démarche de responsabilité du Groupe Orange en Inde (qui permet à ses salariés d'y participer en tant que bénévoles), et s'ajoute aux 31 projets soutenus par la Fondation en 2009 pour l'éducation des filles dans les pays en développement.

Inde

Orange
www.orange.com

Sankara Special Schools
www.sringeri.net

L'industrie extractive mise en cause



Vedanta / Amnesty International et ONG | Les ONG relancent la polémique sur les projets de l'entreprise britannique Vedanta dans l'Est de l'Inde. Amnesty International a en effet publié, le 9 février, un rapport sur les impacts négatifs pour les populations de la raffinerie déjà existante, en termes notamment de pollution de l'eau. Mais, ayant reçu l'aval des autorités indiennes en avril dernier, Vedanta prévoit désormais l'exploitation d'une mine de bauxite dans les collines voisines. Ce projet est également vivement décrié par de nombreuses ONG, à l'instar de Survival International qui appelle à la protection des Dongrias Kondhs, communauté indigène protégée habitant dans ces collines. Les ONG dénoncent une violation des droits humains vis-à-vis des populations locales, mal-informées voire non-consultées pour le projet. Vedanta a fortement démenti toutes ces affirmations, et a rappelé qu'elle « stimulerait l'économie des communautés locales » grâce à ces activités et investirait pour la protection de la colline, ainsi que le développement d'infrastructures (éducation et santé notamment).

Inde

Campagne Amnesty International
www.amnesty.fr

Rapport Amnesty :
Don't Mine Us out of Existence...
www.amnesty.org/fr/library/

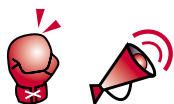
Survival International
www.survivalfrance.org

Réponse de Vedanta
www.mineweb.co.za

Article du Monde
www.lemonde.fr

AMÉRIQUE DU SUD

GDF Suez au cœur de la controverse



GDF Suez / Survival-Greenpeace | GDF Suez est, depuis le début de l'année, la cible de violentes critiques de la part de plusieurs organisations de la société civile. L'entreprise a été citée au Public Eye Awards (en marge du Sommet de Davos par la Déclaration de Berne et Greenpeace), pour attirer l'attention sur les impacts sociaux et environnementaux négatifs des grandes entreprises. Menée par l'ONG Survival, qui défend les droits des peuples indigènes dans le monde, une coalition d'ONG françaises, brésiliennes et américaines ont par ailleurs exigé, dans un courrier adressé à son PDG, l'annulation de sa participation, en tant qu'actionnaire majoritaire, dans le projet très controversé

Brésil

Public Eye
www.publiceye.ch

Déclaration de Berne
www.evb.ch

Survival
www.survivalfrance.org

Courrier adressé au Président de GDF Suez
<http://assets.survivalinternational.org>

Reconstruction en Haïti : investir dans le social business



de barrage hydraulique de Jirau en Amazonie brésilienne. Outre les répercussions environnementales « aux dégâts incommensurables » selon l'ONG, les droits des communautés indigènes vivant à côté du site sont « bafoués ». Ces communautés risqueraient d'être déplacées par milliers et leurs moyens de subsistance menacés. ←

Grameen Bank / Entreprises | Muhammad Yunus, fondateur de la Grameen Bank (micro-crédit) et prix Nobel de la Paix, a annoncé, lors du forum économique mondial à Davos, la création d'un fonds d'entreprises sociales pour la reconstruction à Haïti. L'argent permettrait de créer des institutions et entreprises ayant un objectif social, afin de développer des projets durables au niveau local. Déjà partenaire d'autres entreprises pour des projets d'entrepreneuriat social comme, au Bangladesh, Danone pour la production de yaourts enrichis et à bas prix, ou Adidas pour la fabrication de chaussures vendues 1€ la paire, Muhammad Yunus est donc maintenant à la recherche d'autres entreprises pour investir dans le « social business », afin de soutenir la reconstruction à Haïti. Il serait déjà en discussion avec plusieurs d'entre-elles, comme le japonais Uniqlo, fabricant-détaillant de vêtements, ou SAP, leader du marché des logiciels et technologies de gestion d'entreprises. ←

Haïti

Article les Echos
www.lesechos.fr

Article Libération
www.liberation.fr

ETATS-UNIS / CANADA

Pepsi récompense l'innovation sociale



Pepsi – Refresh Project | Le « Refresh project », récemment lancé par Pepsi, vise à récompenser des projets socialement innovants de la part d'entreprises, associations, ONG, ou particuliers. Chaque mois, et jusqu'à la fin de l'année, l'entreprise recueillera 1 000 idées pour lesquelles les internautes voteront : 32 seront alors récompensées pour un montant total de 1,3 millions de dollars. Les projets doivent avoir un bénéfice social pour les communautés aux Etats-Unis, dans des domaines tels que la santé, l'éducation, ou encore l'environnement. Pour développer ce programme, Pepsi s'est notamment associé avec Good, plateforme média à destination des acteurs sociaux aux Etats-Unis, qui, en plus de communiquer sur les actions sélectionnées, s'assurera que les porteurs de projets ont toutes les clés en main pour mener à bien leur activité. ←

Etats-Unis

Pepsi Refresh Project
www.refresheverything.com

Secteur textile & conditions de travail : nouveau partenariat, nouvelles solutions ?



Fondation Walmart / Care | La fondation de l'entreprise américaine Walmart, et l'ONG de solidarité internationale Care, ont annoncé, il y a quelques semaines, leur collaboration dans un programme de « renforcement des capacités des femmes ». Ce programme a comme objectif d'améliorer les conditions de vie, et de travail, de près de 2 500 femmes travaillant dans le secteur du textile au Bangladesh (Dhaka). Des centres de formation seront installés dans les usines sélectionnées. Le géant mondial de la distribution a été « épinglé » à plusieurs reprises par des ONG comme Walmart Watch quant aux conditions de travail « inacceptables » des travailleurs, majoritairement des femmes, employées dans ses usines sous-traitantes. L'entreprise avait aussi été la cible de vives critiques quant aux conditions de travail de ses salariés aux Etats-Unis (entrave à la liberté syndicale...). En mai 2009, la fondation s'était déjà engagée aux côtés de Care en versant un million de dollars pour soutenir plusieurs programmes de l'ONG destinés à lutter contre la pauvreté des femmes, notamment au Bangladesh. ←

Etats-Unis

Fondation Walmart
<http://walmartstores.com>

Care
www.care.org

ONG Walmart Watch
<http://walmartwatch.com>



DOSSIER
SPECIAL

A Amérique du Nord

L'Amérique du Nord représente un continent pionnier que ce soit en matière d'innovation sociale, de conflits entre coalitions d'ONG et entreprises ou de collaborations ouvertes.

Nous explorons comment certains, au pays de l'argent roi, en font un moyen et non une fin pour changer la donne sociale dans leur pays ou ailleurs dans le monde.

Interviews réalisées par Eva Pulcinelli

GlaxoSmithKline (GSK)

Quand un géant pharmaceutique donne un coup de « Pulse » aux ONG

GlaxoSmithKline (GSK) s'impose désormais comme l'un des leaders du secteur en matière de relation innovante aux ONG. Le lancement du programme Pulse l'année dernière, est considéré comme un véritable levier de mobilisation des salariés ainsi que de renforcement de la « licence to operate ». Les changements culturels au sein de l'entreprise se font sentir, et l'impact sur les ONG partenaires est déjà mesurable.

Pouvez-vous nous présenter le Programme Pulse ?

Ahsiya Posner (AP) : Nous avons lancé depuis avril 2009 un programme de volontariat des salariés de GSK. Ce programme, nommé Pulse, offre la possibilité à une centaine de salariés (cadres les plus performants et hauts potentiels) de travailler pendant 6 mois à temps plein au sein d'une de nos ONG partenaires. Ce programme de mobilisation interne est complètement intégré au parcours professionnel de nos salariés. Aujourd'hui, 58 employés de GSK travaillent au sein d'ONG dans 18 pays différents.

Quels sont ses principaux objectifs ?

AP : Notre premier objectif s'inscrit au sein de l'engagement fort de GSK de venir en aide aux populations qui en ont le plus besoin. Nous avons pour ambition, grâce à l'expertise de nos salariés volontaires, d'apporter des changements significatifs auprès de nos organisations partenaires, et de créer ainsi un véritable impact au niveau local. Nous intervenons aussi bien dans des pays en voie de développement que développés. Le second objectif nous concerne directement, et vise à enrichir la culture de l'entreprise en aidant à développer de nouvelles connaissances, compétences ainsi qu'une meilleure capacité en termes de leadership de nos salariés.

Comment s'opère la sélection des ONG et des candidats salariés de GSK ?

AP : Les critères de sélection sont très stricts et restrictifs, témoignant ainsi de la qualité que nous souhaitons atteindre à travers cette initiative, et de l'importance des objectifs stratégiques que nous nous sommes fixés. Nous avons d'ailleurs reçu bien plus de demandes de salariés que nous n'en avons acceptées ! Le fonctionnement global est similaire à un appel d'offres : une ONG est à la recherche d'un profil précis, et il existe un salarié GSK avec ces compétences. La mise en relation est donc possible. Nous prenons aussi en compte certaines spécificités de nos volontaires, qui pour des raisons personnelles, pourraient ne pas être mobiles, ou auraient des attentes particulières. La demande de la part d'ONG d'accueillir des volontaires GSK est très forte et leurs besoins multiples : gestion de projet, finance, informatique, communication... Nos ONG partenaires nous tiennent informées de leurs priorités et de leurs besoins, et nous essayons d'y répondre de manière ciblée. Néanmoins, le succès du programme réside dans notre capacité stratégique à pouvoir identifier des ONG au sein desquelles les volontaires GSK auront une véritable valeur ajoutée, non seulement pour l'ONG, mais aussi pour GSK, notamment sur les thématiques de santé, notre cœur de métier. Nous refusons les requêtes d'ONG qui nous sollicitent, mais n'agissent pas sur ces thématiques. Toute la difficulté est donc de trouver un équilibre entre ce que nous

Interview



Ahsiya Posner,
responsable du programme
● Pulse

« Andrew Witty (PDG de GSK) est convaincu que, pour survivre, le secteur privé doit développer une culture d'ouverture, de collaboration et de confiance avec la société. »

INTERVIEWS 6 à 14

Quand un géant pharmaceutique se met au service des ONG... 6

Les ONG, moteur de l'innovation environnementale ? 8

La Banque Mondiale plus à l'écoute des ONG 10

La société civile : l'« autre superpuissance mondiale » 12

Flash secteur : Entrepreneuriat social 14

PROJETS&PARTENARIATS

RED ZONE 11

LA TABLÉE DES CHEFS 13

THIMMAKKA 14

AMERICA'S FAMILY 14

REPÈRES

Chiffres clés, lectures, liens... 8-11

sommaire



savons faire, les besoins des ONG et la valeur ajoutée pour GSK.

Quels sont les premiers retours des ONG partenaires de ce programme ?

AP : Nos premiers retours sont très positifs. Les ONG se disent impressionnées par le changement apporté par les volontaires, qui sont tous des experts. Qu'ils soient physiiciens, financiers ou informaticiens, les volontaires ont généralement plus de 15 ans d'expérience. Or, les ONG sont habituées à accueillir des bénévoles sans compétences spécifiques et qui vont aider l'association dans des tâches moins « stratégiques » : répondre au téléphone, relier des documents... Notre démarche vise au contraire à créer des changements au niveau stratégique, sur les systèmes d'information, la finance, les technologies utilisées, etc. Révélateur du succès de notre programme, les ONG nous demandent de prolonger le travail des volontaires au-delà des 6 mois initialement prévus.

Et les premiers retours des volontaires ?

AP : Les échanges avec les volontaires de GSK expriment clairement les bénéfices retirés de cette expérience. Ils disent apprendre beaucoup au contact des ONG, et notamment avoir acquis une nouvelle manière de travailler : avec moins de ressources humaines et financières, un environnement plus flexible et un niveau plus micro, cette expérience leur offre la possibilité de suivre un projet dans sa globalité, du début à la fin, avec un niveau d'intervention bien plus large qu'au sein d'une multinationale comme la nôtre, où les tâches sont plus compartimentées. Dans une ONG, quand quelqu'un a une idée, cela peut aller très vite ! Les volontaires ont donc cette possibilité, sur le terrain, de concrétiser leurs idées et de les mettre en œuvre au niveau opérationnel très rapidement. Bien sûr, ils ont aussi développé de nouvelles compétences en termes de leadership : ils sont amenés à avoir plusieurs casquettes, à être plus polyvalents, et surtout, à prendre des décisions plus rapidement et plus souvent, les processus de décisions au sein des ONG étant plus courts et plus rapides qu'au sein d'une grosse entreprise. Au niveau personnel, ils apprennent à mieux connaître leurs aspirations et leurs passions.

Avez-vous mis en place un système d'évaluation ou de suivi ?

AP : Je suis en contact très régulièrement avec les ONG partenaires de l'opération et nous travaillons en toute transparence. Tout au long du processus, nous avons mis en place un système de reporting, d'entretiens, pour être certain que les volontaires et les ONG soient satisfaits et qu'ils atteignent les objectifs fixés au départ du projet. Nous allons mettre en place un système d'évaluation approfondi pour chaque mission, système qui concernera aussi bien les transformations apportées aux ONG par les volontaires, que les bénéfices pour les volontaires eux-mêmes. Nous attendons que le premier cycle de volontariat soit terminé pour lancer cette évaluation.



© GSK

Dans le cadre du programme de volontariat des salariés de GSK, Jose Ruben Sanz a travaillé pendant 6 mois au siège de l'ONG de solidarité Direct Relief International à Santa Barbara en Californie.

Cette démarche fait-elle partie intégrante de la stratégie globale du Groupe, ou est-ce une action RSE limitée ?

AP : Cette démarche fait partie intégrante de notre stratégie globale. Notre PDG, Andrew Witty, est assez jeune, et a effectué une grande partie de sa

carrière dans des pays en voie de développement. Il a une vision très claire de la manière dont GSK doit devenir à long terme un acteur global engagé de manière transversale, ainsi qu'un leader sur ces questions. Il est très soucieux de la capacité du Groupe à développer des relations de confiance avec d'autres entreprises de l'industrie pharmaceutique, ou d'autres organisations internationales, ONG locales sur le terrain. Il voit donc cet engagement comme une démarche très stratégique pour le Groupe, et d'autant plus compte tenu du climat économique actuel. Andrew Witty interprète ce nouveau modèle comme la seule solution de durabilité pour notre activité et il est convaincu que, pour survivre, le secteur privé doit développer une culture d'ouverture, de collaboration et de confiance avec la société. Nous n'avons pas la prétention de devenir un acteur du développement. GSK n'est ni une ONG, ni une organisation gouvernementale : c'est une entreprise. Et nos actions sont donc limitées à ce qu'une entreprise peut faire.

Quelles sont vos priorités aujourd'hui pour le programme Pulse ?

AP : Nous voulons donner à notre programme une dimension plus internationale et créer une base de données mondiale de volontaires. Nous voulons développer le nombre de candidats en dehors de notre siège aux Etats-Unis, et qui travaillent en Afrique, Amérique Latine, Europe... Par ailleurs, le développement de logiques de collaboration Sud/Sud est une autre de nos priorités. L'approche Nord/Sud nous semble à la fois trop néo-colonialiste et constitue parfois un facteur limitant la participation des volontaires, qui pour des raisons personnelles, ne peuvent pas par exemple quitter leur domicile pendant une trop longue période. L'objectif est que demain, un salarié ougandais puisse s'engager dans une ONG ougandaise.

+ d'infos : Programme Pulse www.gsk.com

POUR ALLER PLUS LOIN

Discours d'Andrew Witty, PDG de GSK, le 20 janvier 2010, annonçant le lancement d'une stratégie « d'ouverture et d'innovation » (open innovation strategy) pour contribuer à apporter de nouveaux médicaments et vaccins aux personnes vivant dans les pays les plus pauvres du monde. Outre la mesure phare de ce discours, avec la création de l'« Open Lab », fondation à but non lucratif et dotée d'un investissement initial de 8 millions de dollars, le discours met l'accent sur l'engagement de GSK de travailler plus en partenariat, notamment avec la société civile. www.gsk.com/media

« **GSK sort des rangs pour améliorer l'accès aux médicaments** », communiqué de presse de l'ONG Oxfam du 17 février 2009 suite à la déclaration de GSK de diviser par deux le prix de tous ses médicaments dans les 52 pays les plus pauvres de la planète et de réinvestir 20% de ses bénéfices obtenus dans les pays les moins avancés dans leurs infrastructures de santé. www.oxfam.org/fr/pressroom



Environmental Defense Fund Interview

Les ONG, moteur de l'innovation environnementale ?

Grande ONG américaine environmentaliste, Environmental Defense Fund (EDF) développe depuis plus de 20 ans une stratégie de partenariats avec les plus grandes entreprises internationales. Pour provoquer des changements dans des secteurs entiers, elle accompagne, en privilégiant l'innovation et la création de nouveaux marchés, la recherche de solutions environnementales avec ses entreprises partenaires.

Quelle est la mission d'Environmental Defense Fund (EDF) ?

Mélanie Janin (MJ) : Notre mission est la protection de l'environnement et de toutes les formes de vie qui en dépendent. Nous concentrons nos efforts en particulier sur le climat, les océans, les écosystèmes et la santé. EDF emploie plus de 300 personnes aux Etats-Unis, mais aussi en Inde, en Chine et au Mexique.

« Nous considérons que l'environnement est notre « client » et les entreprises, des partenaires dans le service que nous offrons à notre client. »

Pourquoi avoir choisi les partenariats avec les entreprises comme un de vos modes d'actions ?

MJ : EDF travaille en partenariat avec les plus grandes entreprises internationales depuis plus de 20 ans. Nous aidons les entreprises à améliorer leurs pratiques environnementales.

Nos partenariats reposent sur des objectifs majeurs et visibles à atteindre. Nous les accompagnons pour trouver des solutions environnementales qui reposent sur l'innovation. Notre objectif, c'est d'entraîner ensuite tout un secteur, en impulsant une émulation, voire une concurrence, avec la dissémination de cette innovation. Le signal est d'autant plus fort lorsqu'il émane des entreprises leaders d'un secteur, c'est pourquoi nous travaillons en priorité avec les chefs de file de chaque industrie. Nous voulons encourager les entreprises à adopter une stratégie environnementale, en leur prouvant, à



© EDF

Mélanie Janin, Directrice de la communication au sein du programme « partenariat entreprises ».

travers les résultats de nos partenariats, que c'est aussi une bonne stratégie d'entreprise, et que des solutions environnementales innovantes peuvent se traduire en opportunités business.

En travaillant aussi étroitement avec les entreprises, n'y a-t-il pas un risque de dépendance ?

MJ : Nous considérons que l'environnement est notre « client » et les entreprises, des partenaires dans le service

que nous offrons à notre client. Nous n'acceptons aucune donation financière des entreprises avec qui nous travaillons, ce qui garantit notre indépendance, mais aussi notre crédibilité. Les fonds d'EDF proviennent uniquement de dons de particuliers et de fondations. Les résultats de nos projets en partenariat doivent être par ailleurs publiquement diffusés afin que les autres entreprises puissent en bénéficier et ainsi accélérer leur adoption au sein de toute une industrie : c'est une condition de nos partenariats.

Quels sont les objectifs que vous souhaitez atteindre à travers ces partenariats ?

Pouvez-vous nous donner un exemple ?

MJ : En travaillant avec les entreprises leaders du marché sur l'innovation environnementale, nous voulons aider à transformer une industrie tout entière. De cette innovation naissent des produits et des services qui vont créer de nouveaux marchés pour les clients et le business. En 2004, en partenariat avec Fedex, nous avons lancé et commercialisé le premier camion électrique hybride.

Ce partenariat a déclenché un nouveau marché en prouvant que ces camions étaient non seulement une option techniquement viable, mais qu'ils diminuaient les gaz à effets

Chiffres clés

La superficie des Etats-Unis et du Canada est de **19 617 milliers de km²**, avec une population totale de **337,4 millions** d'habitants (304 millions aux Etats-Unis et 33 millions au Canada) et **urbaine à 80%**¹.

La croissance démographique est proche de **1%** (0,9% aux Etats-Unis, 1% au Canada). L'espérance de vie est de **78 ans** aux Etats-Unis et de **81 ans** au Canada². Si la croissance annuelle du PIB était encore en

2007 de +2,1% aux Etats-Unis et de **+2,5%** au Canada, la crise a fortement affecté l'économie de ces pays. La croissance a enregistré en 2009 une baisse de 2,4% environ aux Etats-Unis, les estimations étant quasi identiques pour le Canada².

Le **taux de chômage** a fortement augmenté et touche aujourd'hui plus de **9% des Américains** et **8% des Canadiens**. **7,2 millions** d'emplois auraient été détruits aux Etats-Unis

en raison de la crise économique³. Près de **40 millions** de personnes, soit **13%** environ de la population, vivent sous le seuil de pauvreté aux **Etats-Unis**. Au Canada, ce sont **3 millions** de personnes qui sont touchés par la pauvreté, soit plus de **9%** de la population⁴.

La population américaine est composée d'environ **13%** d'immigrants (**38,3 millions** de personnes), le Mexique, les Philippines et l'Allemagne étant les trois premiers pays



En partenariat avec l'ONG Environmental Defense Fund, Fedex a lancé le 1^{er} camion électrique hybride au monde en 2004. L'entreprise est aujourd'hui leader du marché. Dans le cadre du partenariat avec Walmart, l'entreprise s'est engagée à réduire d'ici 2013 d'un tiers le nombre de ses sacs plastiques (soit 9 milliards) dans ses magasins dans le monde.

« Notre partenariat avec Fedex a déclenché un nouveau marché »

de serre, ainsi que les coûts de carburant. Avec une flotte de plus de 250 véhicules, Fedex est devenu le leader des véhicules de livraison électriques hybrides dans le monde.

Ils sont les seuls par exemple, en Europe, à commercialiser avec Iveco des véhicules de livraison électriques hybrides au diesel. Fedex diversifie avec différents fournisseurs le marché actuellement, en introduisant d'autres modèles aux Etats-Unis et en Europe.

Quelle est la nature de votre partenariat avec Walmart ?

MJ : Nous travaillons avec Walmart, géant mondial de la distribution, à la réduction de son impact environnemental au sein même de son entreprise, mais aussi tout au long de sa chaîne de sous-traitance, sans oublier ses clients. Dans le cadre de notre partenariat, l'entreprise s'est publiquement engagée à réduire d'un tiers ses sacs en plastique dans l'ensemble de ses magasins mondiaux d'ici 2013. Nous accompagnons Walmart pour atteindre cet objectif en l'aidant à développer des outils pour réduire et évaluer cette réduction et mettre en place des stratégies de réutilisation et de recyclage des sacs plastiques. 9 milliards de sacs plastiques en moins distribués chaque année, ce n'est pas négligeable ! Si Walmart réussit ce pari, nous sommes convaincus qu'un phénomène de contagion dans toute l'industrie de la distribution est possible.



Un rapprochement ONG / entreprises peut-il contribuer à mieux répondre aux défis environnementaux ? Quels en sont les freins ?

MJ : Je crois fermement que les entreprises doivent devenir les leaders dans la protection de la planète. Les problèmes environnementaux auxquels nous devons faire face aujourd'hui sont tellement vastes que les gouvernements, les individus ou les ONG ne sont pas en mesure d'y arriver seuls. De plus, nombreuses sont les solutions environnementales qui impliquent aussi une plus grande efficacité et des réductions de coûts. Les freins qui existaient aux relations entre ONG et entreprises disparaissent de plus en plus. Les entreprises veulent se rapprocher d'ONG comme la nôtre, car elles ont compris les avantages que cette relation peut leur apporter. ■

+ d'infos : Environmental Defense Fund > www.edf.org

d'origine. Au Canada, ils représentent près de **19%** de la population (**6,1 millions**) et sont originaires majoritairement du Royaume-Uni, de la Chine et de l'Inde⁵.

Avec **26,8 milliards de dollars**, les Etats-Unis représentent le 1^{er} pays donateur pour l'**aide publique au développement**. Le Canada a contribué à l'aide publique au développement à hauteur de **4,8 milliards de dollars**. Toutefois, rapportée au Revenu National Brut (RNB),

l'aide américaine est la plus faible de tous les pays de l'OCDE (**0,16%**), tandis que le Canada se situe en dessous de la moyenne (**0,45%**) avec **0,28%** de son RNB⁶.

Le sol canadien est très riche en **ressources naturelles**. Les ressources minérales les plus importantes sont le **pétrole** et le **gaz naturel**, notamment dans l'Alberta. C'est dans cette province que se trouve la principale source de pétrole sous

forme de sables bitumineux. Selon l'ONG Greenpeace, les sociétés pétrolières produisent **plus d'un million de barils de pétrole par jour** grâce à cette source, et cette production s'accroît constamment.

1 - Banque Mondiale, 2008
2 - OCDE, CIA World Fact Book, 2009
3 - OCDE, Business Civic Leadership Center
4 - US Census bureau (2008) et « Statistique Canada » (2007)
5 - Banque Mondiale, 2005
6 - OCDE, 2008

Société Financière Internationale

La Banque Mondiale
plus à l'écoute des ONG

Interview

La Société Financière Internationale (IFC), branche de la Banque Mondiale chargée des opérations avec le secteur privé, est la plus importante institution de financement du secteur privé au monde. Sa mission : promouvoir « des investissements privés durables » qui « réduiront la pauvreté ». Ses investissements controversés dans l'industrie extractive et la construction d'infrastructures ont été vivement critiqués par les ONG.

Pouvez-vous nous expliquer les grandes lignes de l'évolution de votre approche vis-à-vis de la société civile ?

Aaron Rosenberg (AR) : Notre position vis-à-vis de la société civile a particulièrement évolué depuis que nous avons décidé il y a quelques années d'investir uniquement dans des technologies propres et durables. Une conséquence directe est donc le renforcement et l'amélioration de nos relations avec les ONG internationales de plaidoyer, qui ont toujours joué un rôle important de surveillance (watchdogs) sur ces thématiques. Par ailleurs, depuis environ deux ans, nos priorités reposent sur le rapprochement avec des organisations locales opérant sur le terrain, dans les régions où nos projets sont implantés. Ce rapprochement est important, car les ONG de plaidoyer, basées aux Etats-Unis et en Europe, ne sont pas en mesure de saisir les enjeux spécifiques du terrain.

Pourquoi se rapprocher de ces ONG locales ?

AR : Leur rôle est essentiel, et ce à plusieurs niveaux : elles sont sur le terrain, connaissent parfaitement les communautés potentiellement affectées par ces projets d'infrastructures (barrages...) ou d'extraction (pétrole...) tout en bénéficiant de leur confiance. Par ailleurs, elles jouent un rôle d'assurance et de contrôle du respect des normes environnementales et sociales des projets que nous finançons. Enfin, leur fonction dans la transmission de l'information et dans la prévention des risques est cruciale :

« Prouver que les partenariats peuvent avoir un impact positif sur le développement est selon moi la clé pour une appropriation interne réussie. »

le dispositif d'alerte que nous avons mis en place depuis 2009 avec la Confédération Syndicale Internationale, et qui permet à leurs membres de nous avertir dès les premiers signes d'incidents sur place, s'est avéré très utile.

Les ONG sont-elles associées à la révision actuelle de vos normes environnementales et sociales ?

AR : Nos critères sont considérés comme les plus élaborés sur le marché du financement du secteur privé. Un des critères, relatif à l'information et la consultation des communautés locales tout au long du projet, est déjà une norme pour nos clients, que nous comptons renforcer. Dans le cadre de la révision de ces critères, nous avons débuté un processus de consultation avec nos différentes parties prenantes dans toutes les régions du monde. Les organisations de la société civile et les communautés locales sont un groupe très consulté, et nous leur avons même dédié un site internet afin de faciliter les échanges et les contributions, et les premiers résultats sont au-delà de nos espérances. Nous pensons que les

Aaron Rosenberg,

• Directeur des relations extérieures



© IFC

Liens utiles

→ Centre de Ressources sur les Entreprises et les Droits de l'Homme

www.business-humanrights.org
Le site rassemble des articles d'actualité, de sources variées (ONG, organisations intergouvernementales, journalistes...) sur l'impact des entreprises à travers le monde en matière de droits de l'homme.

→ Business Fights Poverty

<http://businessfightspoverty.ning.com>
Réseau d'entreprises, entrepreneurs sociaux, ONG, bailleurs de fonds, étudiants,

etc. intéressés ou impliqués dans des initiatives de lutte contre la pauvreté, issues notamment du secteur privé. Le site permet l'échange d'idées et la discussion entre ces acteurs et propose également des études de cas, articles et vidéos sur le sujet.

→ FSG

www.fsg-impact.org
FSG est une organisation à but non lucratif proposant à la fois du conseil en stratégie pour les ONG & fondations, et du conseil en RSE pour les entreprises. Le groupe publie, sur son site, différents articles de recherche et rapports de leurs activités.

→ Philanthropic Foundations Canada

www.pfc.ca
Organisation regroupant des fondations canadiennes, PFC vise à faciliter un cadre réglementaire favorable à la philanthropie, ainsi qu'à être source d'informations et de conseils pour les fondations au Canada. Quelques rapports sur le sujet, et des descriptions de fondations sont disponibles sur le site.

→ Canadian Business for Social Responsibility

www.cbsr.ca
Le Canadian Business for Social Responsibility est une organisation à but non lucratif proposant des services de conseil RSE aux entreprises canadiennes, notamment sur l'engagement des parties prenantes, ainsi que des formations sur l'impact du secteur privé dans la société. Le site propose également quelques rapports et un agenda sur le sujet.



RED ZONE (ETATS-UNIS)

Dune Lankard, membre d'une

PROJETS & PARTENARIATS

famille de pêcheurs de la communauté Eyak, a développé diverses structures afin de préserver l'environnement et la culture de ce peuple d'Alaska. Ses actions se déroulent dans la baie de Prince William, bénéficiant d'une biodiversité extraordinaire et tristement célèbre pour le naufrage de l'Exxon Valdez en 1989, qui fut le point de départ de ses actions. L'Eyak Preservation Council fut la première des organisations créées, afin de préserver l'habitat des saumons sauvages, qui sont à la base du mode de vie des Eyak. Par des actions de plaidoyer, ou le recours à la justice, l'EPC vise à sensibiliser les entreprises présentes localement à cette question, pour une amélioration de leurs pratiques. Le Native Conservancy Land Trust est une organisation à but non lucratif créée en 2003 pour assister les communautés locales dans leur accès à la propriété foncière, en travaillant avec les gouvernements et les entreprises afin de promouvoir une utilisation raisonnable des terres, et de garantir les besoins des communautés.

<http://redzone.org>



La Banque Mondiale (IFC) a investi plus de 30 millions de dollars dans le projet de la centrale éolienne « Totoral » située au Chili à 300 kms au nord de Santiago et inaugurée le mois dernier.

ONG peuvent nous accompagner dans l'amélioration de ces normes, mais aussi nous aider à atteindre les communautés locales que nous souhaitons associer à ce processus afin de s'assurer qu'elles sont bien informées - voire formées - sur ces critères. Nous travaillons actuellement avec les ONG à identifier les représentants des communautés locales que nous consulterons.

Quelles difficultés rencontrez-vous ?

AR : Le travail d'identification des organisations n'est pas évident, d'autant plus que la majorité d'entre-elles ignorent qui nous sommes. Nous avons donc entrepris depuis peu un travail d'information à leur attention, comme l'illustre l'organisation fin décembre de notre 1^{er} forum au Kenya avec des organisations de terrain avec qui nous espérons à présent développer des partenariats. Ensuite, en interne, le processus a été long pour convaincre les collaborateurs de l'IFC de la valeur ajoutée que peut apporter les relations avec les ONG. Nous avons souvent été critiqués par des ONG quant à nos investissements dans certains projets et les équipes étaient, au départ, plutôt réticentes à l'idée d'être partenaires de ce type d'organisations. Elles se rendent compte à présent de plus en plus que ces groupes ont un rôle décisif et que, les impliquer dans nos processus de décision, est non seulement nécessaire, mais aussi que ces collaborations entraînent des résultats positifs en termes de développement humain, au cœur de notre mission. Prouver que les partenariats peuvent avoir un impact positif sur le développement est selon moi la clé pour une appropriation interne réussie.

Quels conseils donneriez-vous aux entreprises pour mieux gérer leurs relations avec les communautés ?

AR : Tout d'abord, il est indispensable d'initier une discussion le plus tôt possible avec les communautés locales concernées par le développement de leur activité, en particulier en cas de projets controversés. Sinon, vous courez droit vers les problèmes. Ensuite, être réaliste. Vous allez vous

retrouver face à des associations de plaidoyer, qui vous critiqueront, quoi que vous fassiez, parce qu'elles ne croient pas à la mondialisation, l'industrialisation, etc. et qui n'auront qu'un seul objectif : stopper votre projet. De toute manière, quoi que vous fassiez, elles seront là. Il faut l'accepter, rester ouvert d'esprit et continuer à collaborer avec elles, sinon, le risque, c'est la fuite des investisseurs. Des entreprises comme Chevron ou Exxon, confrontées ces dernières années à ce type de conflits avec les ONG, ont compris que refuser de collaborer n'était pas une bonne option. Les entreprises, en particulier celles qui travaillent sur le terrain, commencent à comprendre de plus en plus que l'acceptabilité sociale du projet est une condition de sa réussite.

Pensez-vous que le secteur privé peut contribuer au développement humain ?

AR : Je dirai même qu'il se doit de le faire ! Avec la crise financière actuelle et la réduction des ressources consacrées aux programmes sociaux, la reprise est intimement liée à la création d'emplois et à la croissance. ■

+ d'infos : www.ifc.org

Rapport annuel de l'IFC (2009) www.ifc.org

« World Bank civil society engagement » : rapport détaillé des interactions entre la société civile et la Banque Mondiale entre 2007 et 2009. <http://web.worldbank.org>

Recommandations de lecture

- ☛ **Comment changer le monde** David Bornstein's, éditions la Découverte, 2005
Publication prévue en mars 2010 d'un nouvel ouvrage de l'auteur intitulé « Social entrepreneurs, what everyone needs to know ».
- ☛ **Civil Society**, Michael Edwards, Polity Press, 2009

- ☛ **Giving Back: Connecting you, business and community** Peter Economy et Bert Berkley éditions John Wiley and son, 2008
- ☛ **Blessed unrest...** Paul Hawken, Penguin Group, 2008 www.blessedunrest.com

→ **Université d'Harvard**
<http://hbswk.hbs.edu>
et <http://www.hks.harvard.edu>
Forum « Working Knowledge » de la Harvard Business School (groupement de recherche sur l'innovation dans les pratiques du secteur privé) dédié à l'entrepreneuriat social et aux organisations à but non lucratif.
A noter aussi : la « Corporate Social Responsibility Initiative » de la Harvard Kennedy School sur la RSE.

→ **Corporate Citizenship Trends**
www.cctrends.net
Un site lancé par le Center for International Private Enterprise et le Business Civic Leadership Center, avec articles et interviews sur la RSE et l'engagement du secteur privé dans le développement.

WiserEarth

La société civile : **Interview**
l'« autre superpuissance mondiale »**Pouvez-vous présenter le Natural Capital Institute, et le projet « WiserEarth » ?**

Peggy Duvette (PV) : Le Natural Capital Institute (NCI) est une organisation à but non lucratif, fondée en Californie en 2002 par Paul Hawken (environnementaliste, entrepreneur, et célèbre auteur américain). Son objectif est d'œuvrer pour la préservation de la planète et des cultures humaines.

Dans le passé, certains de nos projets concernaient l'investissement socialement responsable.

« Ce mouvement est peut-être le plus important de l'Histoire : ce sont des centaines de milliers d'organisations et de personnes issues de la société civile qui ré-inventent le monde pour le rendre meilleur, pour nous et nos enfants »

Aujourd'hui, nous nous concentrons tout particulièrement sur WiserEarth.

Camilla Burg (CB) :

WiserEarth.org est à la fois un réseau et un forum d'échange pour les centaines de milliers d'organisations non-gouvernementales (ONG), d'entreprises et d'individus qui travaillent à la sauvegarde de l'environnement et la lutte contre les inégalités. L'objectif est d'aider ces organisations et individus à partager leurs ressources et à travailler ensemble. Le site est créé, édité et géré par les membres de la communauté.

Quel a été le point de départ de ce projet ?

Peggy Duvette (PV) : L'idée a germé lors d'un discours de Paul Hawken en octobre 2004 intitulé *The Other Superpower*, qui faisait référence à l'une des deux superpuissances mondiales identifiées par Patrick Tyler, à savoir la société civile. Il soulignait alors l'incroyable pouvoir de cette société civile.

Son dernier livre, *Blessed Unrest: How the Largest Movement in the World Came into Being, and Why No One Saw It Coming* (2007), fut d'ailleurs consacré à ce mouvement, qui prend à bras-le-corps les enjeux auxquels le monde est aujourd'hui confronté : la préservation de l'environnement, les droits de l'Homme, la pauvreté et les droits des peuples indigènes.

Ce mouvement est peut-être le plus important de l'Histoire : ce sont des centaines de milliers d'organisations et de personnes issues de la société civile qui ré-inventent le monde pour le rendre meilleur, pour nous et nos enfants.

Convaincu du poids des organisations de la société civile dans la prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux actuels, le Natural Capital Institute développe depuis près de 3 ans un site de mise en réseau de ces acteurs, afin de favoriser leur collaboration.



Peggy Duvette,
Directrice Générale de
WiserEarth.org



Camilla Burg,
Directrice de la Communication

CB : Bien que ces groupes travaillent sur des thèmes communs, ils souffrent encore du manque de conscience collective et de la faiblesse de leurs réseaux de communication. Au début, nous avons créé une base de données de 100 000 associations dans le monde. Mais rapidement, nous nous sommes rendus compte que l'on pouvait faire bien plus qu'une liste d'associations et d'ONG pour connaître l'activité de chacune.

Nous voulions aider les organisations de la société civile à développer leur réseau, et leur donner des outils efficaces pour partager des savoirs et des ressources, et travailler ensemble. C'est ainsi que WiserEarth.org a été créé, en avril 2007.

Quelles sont les répercussions du projet pour les ONG ? En quoi la technologie web 2.0 leur permet d'être plus efficaces dans leurs actions ?

CB : WiserEarth a permis à une communauté mondiale d'ONG, d'entrepreneurs sociaux, et de militants, de partager des connaissances et de coopérer dans leurs actions.

Le web 2.0 s'inscrit parfaitement dans cette idée de partage et de collaboration entre les acteurs. Cette technologie permet d'explorer de nouvelles plateformes collaboratives (visio-conférences par exemple) afin de mieux travailler ensemble, et de mutualiser les ressources pour plus d'efficacité. Toutefois, le web 2.0 n'est pas adapté à toutes les organisations de la société civile.

C'est un outil de travail particulièrement efficace pour une structure associative dont les enjeux

sont mondiaux, et qui a besoin de trouver des partenaires de tailles différentes, ou implantés dans des zones géographiques spécifiques.

PV : L'utilisation de WiserEarth par l'ONG brésilienne Catalytic Communities est un bon exemple de la réussite de notre projet. Cette ONG met en lumière des bonnes pratiques (économiques, culturelles, environnementales...) de diverses communautés, notamment celles des favelas de Rio de Janeiro. WiserEarth est alors un moyen efficace de partager ces bonnes idées, tout en leur donnant une plus grande visibilité. Aujourd'hui, plus de 600 solutions ont été ajoutées à la base de données WiserEarth.

« WiserEarth a permis à une communauté mondiale d'ONG, d'entrepreneurs sociaux, et de militants, de partager des connaissances et de coopérer dans leurs actions. »



Quels sont vos prochains objectifs et axes de développement ?

PV : Afin d'élargir notre réseau, et de le rendre encore plus international, nous sommes en cours de traduction de notre site en espagnol, portugais et français, grâce à différents partenaires dans ces pays. Ainsi, les outils proposés seront accessibles à un plus grand nombre d'acteurs. De plus, depuis 2009, nous organisons des rencontres entre les membres de nos communautés. Les « WiserTuesdays » facilitent ainsi le partage des idées, l'étude de cas ou de bonnes pratiques autour du développement durable et de l'innovation sociale. L'idée est également d'aider les ONG à améliorer leur connaissance des nouvelles technologies. Ces rencontres ont déjà lieu aux Etats-Unis, en Inde, en Grande-Bretagne, en France et au Libéria, et sont appelées à encore se développer.

WiserEarth peut-il être un moyen de favoriser les relations entre les organisations de la société civile et le secteur privé ?

PV : Tout à fait. Les acteurs du secteur privé ont récemment été invités à rejoindre notre réseau. Ainsi, les relations entre les deux secteurs commencent à se développer. Les rencontres « WiserTuesdays » peuvent également être un moyen d'initier des partenariats entre les deux types d'acteurs. ■



Les rencontres informelles « WiserTuesdays » permettent à la communauté Wiserearth ainsi qu'aux acteurs du développement durable et de l'innovation sociale de s'informer, d'échanger et de partager leurs bonnes pratiques et idées.



« J'ai compris que si nous pouvions appréhender les liens entre tous les acteurs et visualiser l'ampleur des efforts mondiaux pour la justice environnementale et sociale, nous serions alors capables d'identifier le plus grand mouvement que le monde ait jamais connu. WiserEarth commence dès lors que ce mouvement prend conscience de sa propre existence. »

Paul Hawken, fondateur de WiserEarth

+ d'infos : www.wiserearth.org

www.paulhawken.com

LA TABLÉE DES CHEFS (CANADA)



La Tablée des Chefs est une organisation à but non lucratif agissant comme « moteur d'implication communautaire des chefs, cuisiniers et pâtisseries au Québec ». Elle lutte contre la dépendance alimentaire et la faim, en redistribuant les surplus alimentaires d'hôtels, restaurants, ou de grands événements, aux banques alimentaires du Québec.

Elle sert alors de liaison entre ces deux types d'acteurs, en encadrant la logistique de récupération, permettant ainsi de redistribuer plus de 100 000

portions alimentaires par an. La Tablée des Chefs a également deux autres volets d'implication sociale : la préparation de repas par les restaurateurs (à partir des surplus alimentaires) pour les banques alimentaires, et le transfert des connaissances culinaires par des chefs bénévoles aux jeunes des milieux défavorisés via des ateliers ou des camps culinaires. L'association a développé des partenariats diversifiés avec le secteur privé, qui apportent leur expertise et logistique pour mener à bien les missions de l'organisation.

www.tableedeschefs.org





THIMMAKKA (ETATS-UNIS, CANADA)

Thimmakka est une organisation américaine à but non-lucratif accompagnant des restaurants, notamment asiatiques ou afro-américains, vers de meilleures pratiques environnementales. Cette industrie est en effet très consommatrice de ressources et la législation environnementale est souvent complexe et trop coûteuse pour de petites structures, notamment pour les restaurants communautaires (25% des restaurants d'une ville moyenne aux Etats-Unis) pour qui la barrière de la langue vient s'ajouter aux difficultés. Le programme «Thimmakka Certified Green Business» a ainsi été créé afin de former les restaurateurs ou gérants d'hôtels à de meilleures pratiques en termes de gestion des déchets, de l'eau et de l'énergie. Ce programme permet donc de générer des réductions de coûts tout en améliorant la santé et l'environnement des

communautés locales. Thimmakka agit en partenariat avec le secteur privé, mais aussi avec différentes organisations et les autorités gouvernementales, afin d'harmoniser et de clarifier les réglementations. L'action de la fondatrice, d'origine indienne, a été reconnue par de nombreux organismes, notamment Ashoka en 2004, et le programme s'est exporté au Canada. www.thimmakka.org



AMERICA'S FAMILY (ETATS-UNIS)

Alors que les crédits à la consommation peuvent atteindre les taux vertigineux de 500% d'intérêts annuels, America's Family, association fondée en 2002 par Steve Bigari, a développé un système innovant de prêt à taux réduit pour les populations précaires de la région du Colorado.

L'association propose un taux d'intérêt fixe à 19,9% ainsi que des services gratuits de conseils financiers. Pour Steve Bigari, « leurs programmes aident les familles à sortir du cycle infernal des crédits à la consommation à taux élevés, qui sont ensuite refinancés par d'autres crédits à des taux encore plus élevés ». America's Family a noué des partenariats stratégiques avec des banques ou des coopératives d'épargne et de crédit comme la banque Wells Fargo ou Ent Federal Credit Union, une coopérative de 2 milliards de dollars basée à Colorado Springs. Entre 2007 et 2009, 100 familles ont pu bénéficier des prêts d'America's Family.

www.amfol.com

flash secteur . flash secteur . flash secteur . flash secteur . flash secteur .

Un modèle né au « Sud » et conceptualisé au Nord : l'entrepreneuriat social

par Jérôme Auriac, Directeur général de Be-linked

Un entrepreneur social est avant tout un entrepreneur, régi par des principes économiques classiques. Généralement portés par des individus, les modèles d'entrepreneuriat social proposent des solutions économiques innovantes pour répondre aux problèmes sociaux et/ou environnementaux premiers de la société.

Les solutions sont la plupart du temps ciblées sur la base de la pyramide des besoins de Maslow. L'émergence de tels projets peut correspondre à l'absence de solutions proposées par les gouvernements ou les entreprises. L'entrepreneur identifie alors ce qui ne fonctionne pas et résout le problème en modifiant le système ou les codes établis, en diffusant son modèle économique et en persuadant le plus grand nombre de prendre le pas.

Né aux Etats-Unis au début des années 80, le concept d'entrepreneur social a été popularisé notamment par Bill Drayton, fondateur d'Ashoka, le premier réseau de soutien international aux entrepreneurs sociaux.

L'idée de principe est que l'on peut trouver une viabilité économique à la réponse à un enjeu social. Le micro crédit, comme une des réponses à la pauvreté, est souvent utilisé pour illustrer cette nouvelle façon de voir et d'agir :

s'attaquer aux grands défis et inégalités sociales et environnementales, mais avec un esprit de manager et des principes d'entrepreneurs, pour changer la donne, durablement.

Depuis, les milieux académiques et philanthropiques américains et canadiens n'ont eu cesse d'en favoriser le développement et la reconnaissance, à l'image des fondations SKOLL, ROCKFELLER et SCHWAB ou des centres de recherche spécialisés des Universités de Cornell, Stanford, Harvard, Kellogg, Berkeley ou encore du MIT. Aujourd'hui, différentes visions de l'entrepreneuriat social cohabitent.

Les approches proposées par ces « Changemakers » ou « unreasonable people », comme les appelle Pamela Hartigan (ancienne directrice de la fondation Schwab), ont vu une nouvelle ère s'ouvrir avec leur reconnaissance par l'administration OBAMA qui leur a récemment consacré un fonds d'expérimentation de 50 millions de dollars. Mais, les défis sont immenses pour ce secteur en perpétuel mouvement, des bourses sociales en création en passant par les débats sur le SROI (social return on investment) ou retour sur investissement social.

Le mouvement, conceptualisé au Nord, mais né au Sud comme aime à le rappeler Ashoka, avec pour « boucler la boucle » l'implantation récente de la Grameen Bank à New York. ■

+ d'infos

→ **Ashoka** www.ashoka.org
Article de Bill Drayton (fondateur d'Ashoka), « engage people, retire things », MIT journal, volume 4, 2009
www.mitpressjournals.org

FONDACTIONS & ENTREPRENEURIAT SOCIAL

→ **Fondation Schwab** www.schwabfound.org
« Outstanding social entrepreneurs 2010 » : portraits d'entrepreneurs sociaux « remarquables » (téléchargeable en ligne dans la rubrique publications)

→ **Fondation Skoll** www.skollfoundation.org

→ **Fondation Rockefeller**
www.rockefellerfoundation.org

ACADÉMIQUES

→ **Lester Center for Entrepreneurship & Innovation**
<http://entrepreneurship.berkeley.edu>

→ **Social Enterprise Program (Columbia Business School)**
www.gsb.columbia.edu/socialenterprise

QUELQUES « HUBS »

(espaces de travail collectifs et collaboratifs qui regroupent des entrepreneurs sociaux)

→ **The Brower Center** www.browercenter.org

→ **Hub World** www.the-hub.net

→ **Thoreau Center** www.thoreau.org

ET AUSSI...

→ **« America's most promising social entrepreneurs », BusinessWeek :**
28 histoires d'entrepreneurs sociaux « les plus prometteurs » des Etats-Unis (articles et vidéos)
<http://bx.businessweek.com/social-entrepreneurship>

agenda

MARS 2010

Salon international de l'agriculture

Avec la participation du CIRAD sur le thème de l'intensification écologique.

Du 27 février au 7 mars,
Paris Porte de Versailles, Paris (France)
www.salon-agriculture.com

Forum des innovations financières pour le développement

Organisé par l'Agence Française de Développement (AFD), la Fondation Bill & Melinda Gates et la Banque Mondiale.

4 et 5 mars,
Cité des Sciences et de l'Industrie,
Paris (France)
www.fininnov.org

« Les alter Mardis / Parlons Solutions »

Les discriminations à l'embauche, avec la présence de Mozaïk RH

9 mars,
Comptoir Général, Paris (France)
www.ashoka.asso.fr

ECOBAT – Salon de l'éco-construction

et de la performance énergétique

Du 12 au 14 mars,
Paris Porte de Versailles, Paris (France)
www.salon-ecobat.com

PRODURABLE

Salon des professionnels de la RSE et du développement durable

17-18 mars,
CNIT La Défense, Paris (France)
www.produable.com

FEDERE

(Forum Européen pour le Développement Durable et une Entreprise Responsable)
Organisé avec Les Echos

22-23 mars,
Maison de la Chimie, Paris (France)
www.lesechos-conferences.fr

UN HABITAT - 5^{ème} Forum Urbain Mondial

Du 22 au 26 mars,
Rio de Janeiro (Brésil)
www.unhabitat.org

GLOBE 2010

Globe regroupe plus de 10 000 professionnels de plus de 70 pays autour du développement durable, de la croissance, de l'énergie, de l'investissement responsable et de l'urbanisation.

Du 24 au 26 mars, Convention centre,
Vancouver (Canada)
www.globe2010.com

AVRIL 2010

« Les alter mardis / Parlons Solutions »

« Repenser notre relation à la nature », avec Pierre Rabhi

6 avril, Comptoir Général, Paris (France)
www.ashoka.asso.fr

La semaine du développement durable

Du 1^{er} au 7 avril, France
www.semainedudeveloppementdurable.gouv.fr

Biennale européenne de la finance responsable & durable

8 et 10 avril, Corum,
Montpellier (France)
www.befrd.org

UN System Private Sector Focal Points Meeting

Sur les partenariats entre l'ONU et le secteur privé
13-14 avril, Genève (Suisse)
www.unglobalcompact.org

Africa/Middle East Regional Microcredit Summit

Du 7 au 10 avril, Kenyatta International Conference Center, Nairobi (Kenya)
www.microcreditsummit.org

Business for the Environment (B4E)

Du 21 au 23 avril
COEX, Séoul (Corée du Sud)
www.b4esummit.com

à lire...

● Partenariats secteur privé / agences humanitaires

L'ONU lance un nouveau site Internet pour faciliter les partenariats entre ses différentes organisations et le secteur privé. Cette interface, la première du genre, permet d'identifier les potentiels de partenariat en mettant en relation directe les besoins des organisations (UNESCO, UNFPA, UNDP etc.) avec les ressources et capacités du secteur privé.
<http://business.un.org/en>

● Droits de l'Homme et pratiques du secteur privé

Dans le cadre de son initiative « Droits de l'Homme : un appel à l'action », qui prône une meilleure intégration des principes de droits humains dans le reporting développement durable, cette publication indépendante présente, à la lumière de l'analyse de 57 rapports d'entreprises traitant des droits de l'homme, les tendances observées dans ce domaine.
www.globalreporting.org

● « L'aide au développement : un livre contre les idées reçues »

« Décrypter les enjeux, les outils, et les acteurs d'une politique internationale souvent méconnue du public ». Telle est l'ambition de cet ouvrage, réalisé en partenariat avec l'Agence Française de Développement (AFD), qui propose des clefs de lecture et une analyse des enjeux et des débats actuels autour de l'aide au développement (l'aide est-elle efficace, faut-il aider les pays corrompus...).
Jean-Michel Severino et Jean-Michel Debrat, Editions Le Cavalier Bleu, 2010

● Eco-capitalisme

Patrick d'Humières, un des promoteurs du développement durable au sein du secteur privé en France, tente, dans cet ouvrage, de montrer comment « la société l'emporte sur les marchés ». Et pourquoi les entreprises de demain seront celles qui créeront le plus de « valeur durable » pour la société avec en trame de fond, une « guerre des modèles » entre les entreprises « cyniques » ou au contraire « partenariales ».
Patrick d'Humières, Le développement va-t-il tuer le capitalisme, Maxima, 2010

● Rôle des partenariats privés dans le développement

Dans ce rapport, le Business Civic Leadership Center illustre, à l'aide d'études de cas et d'exemples précis, le rôle, en travaillant avec les ONG et les agences gouvernementales, que peut jouer le secteur privé dans le développement : réduction de la pauvreté, santé, crises humanitaires...
www.uschamber.com

à noter...

Chaque semaine, les rendez-vous « Alter Mardis / Parlons Solutions » proposent de partir à la rencontre de celles et ceux qui tentent de trouver des solutions innovantes aux enjeux environnementaux et sociétaux actuels. Organisés par l'antenne française d'Ashoka, réseau international de soutien aux entrepreneurs sociaux, en partenariat avec le groupe SOS, un acteur du monde de l'économie sociale. Entrée libre sur inscription.
Plus d'infos : www.ashoka.org

« NEWDEAL », le 1^{er} guide des partenaires RSE & Développement Durable - 1^{er} ouvrage qui référence, par type d'expertise, les acteurs du développement durable et de la RSE en France (environnement, social, gouvernance). Conçu comme un outil d'aide à la décision, ce guide, réalisé par l'équipe de Produable et co-édité avec Qualitic et Business Ethics, sera remis gratuitement à tous les visiteurs du salon Produable (voir agenda mars). Il présentera également un « best-of » des meilleures pratiques d'entreprises.

FORMATION

«Management de la relation ONG/Entreprises » : 1^{ères} sessions les 6 et 8 avril

L'institut de formation du WWF-France et **be-linked** organisent en avril prochain, deux sessions de formation professionnelle entièrement dédiées à la thématique de la relation entreprise/ONG : « De la philanthropie au Social Business en passant par les stratégies RSE ». La 1^{ère} session, le mardi 6 avril, concerne exclusivement les entreprises, celle du jeudi 8 avril étant réservée aux ONG. L'objectif de ce module de formation spécialisé est d'apporter les outils méthodologiques nécessaires pour construire et piloter une stratégie efficace et créatrice de valeur. Le nombre de participants étant limité à 12 par session, n'attendez pas pour vous inscrire !

De 9h à 17h00.

SESSION ONG : mardi 6 avril - 300 € HT par participant

SESSION ENTREPRISES : jeudi 8 avril - 500 € HT par participant

CONTACT : Mariène Silva (WWF),

01 55 25 84 10, msilva@wwf.fr

Pour des formations sur mesure, nous contacter.

PUBLICATION ETUDE

Entreprises et ONG de solidarité internationale : quels partenariats pour quels objectifs ?

L'étude réalisée en 2009 par **be-linked**, à la demande de Coordination Sud et du MEDEF, ainsi que ses principaux enseignements, ont été présentés officiellement le 20 janvier dernier. Réalisée auprès des ONG membres de Coordination Sud et d'entreprises, l'enquête fait apparaître 5 typologies de partenariats différents, allant du mécénat au partenariat pour la création de filières économiques, et propose des pistes pour aller vers une évolution positive des partenariats ONG/entreprises.

Plus d'infos : Etude complète et résultats détaillés de l'enquête : www.coordinationsud.org

PARTENARIATS

Coopération décentralisée : offre commune Alliadev / Be-linked

Alliadev, spécialisé dans le domaine de la coopération internationale et du développement durable, et **be-linked**, expert de la relation ONG/entreprises, associent leurs expertises afin d'offrir une réponse renforcée aux nouveaux enjeux Nord/Sud de solidarité et de coopération décentralisée. A travers la mise en place de partenariats innovants, l'intégration d'une relation pérenne aux parties prenantes, et la mise en place de processus de concertation, nous appuyons les collectivités/entreprises/ONG/institutionnels du Nord et du Sud sur les problématiques liées au développement local et à l'aménagement du territoire.

PRODURABLE

be-linked est partenaire du grand débat « social business : du rêve à la réalité » qui clôturera le salon Pro durable le 18 mars de 17h à 18h30. Nous avons apporté notre expertise sur cette thématique, au cœur de l'innovation sociale. **be-linked** participera au salon et tiendra un stand dédié les deux jours. N'hésitez pas à venir échanger avec nous (emplacement C2).

Plus d'infos : www.pro durable.com

be-linked offre à ses abonnés un pass VIP pour le salon Pro durable

Pour remercier nos abonnés de leur confiance, chaque abonné de la lettre **B&C**brief recevra par courrier une invitation VIP pour le salon Pro durable, auquel nous participons (voir partenariat). En plus de l'entrée gratuite (tarif normal : 45 €), vous bénéficierez de l'accueil prioritaire réservé aux VIP, mais aussi de l'accès au club VIP, et un guide NewDeal vous sera remis gratuitement.

Si vous n'avez pas encore reçu votre pass VIP, contactez-nous vite au 01 48 03 92 38 / info@be-linked.net

QUI SOMMES-NOUS ?

be-linked, Business & Community Intelligence est un cabinet de conseil en stratégie et en management totalement dédié à la relation ONG-Entreprise. Notre mission est d'intégrer les relations avec la société civile au cœur de la stratégie de l'entreprise, pour créer, par l'innovation, de la valeur économique, sociétale et environnementale durable.

Pour en savoir plus sur nos activités, nos références : www.be-linked.net

...ET VOUS ?

Etes-vous à l'origine, ou impliqué(e) dans un partenariat innovant impliquant ONG et entreprises, un nouveau social business ?

Souhaitez-vous nous faire part d'un projet qui vous semble particulièrement novateur dans ce domaine ?

N'hésitez pas à nous en informer !

info@be-linked.net

NOUS CONTACTER :

Tél. : 01 48 03 92 38

Mail : info@be-linked.net

Site : www.be-linked.net

Impression : Pure Impression sur papier FSC mixte avec encres végétales



Business Community

BRIEF

BULLETIN D'ABONNEMENT A LA REVUE DES RELATIONS ONG ↔ ENTREPRISES

Tous les deux mois, la Revue des relations ONG ↔ Entreprises vous donne les clés pour comprendre les enjeux de la relation entre les entreprises et les organisations de la société civile – actualité, analyse, recherche, décryptage – sous un angle transversal et international.

- Oui, je souhaite profiter de votre offre spéciale et recevoir les 8 prochains numéros (6 numéros par an + 2 gratuits)
- Tarif normal : 300 euros HT, soit 358,8 € TTC
- Tarif réduit (ONG, étudiants et chercheurs, sur justificatif) : 100 euros HT, soit 119,6 € TTC

Nom et prénom :

Nom de l'organisation ou de l'entreprise :

Fonction :

Email :

Adresse :

Code postal : Ville :

Pays : Tel :

Merci d'envoyer ce bon de commande par fax au 01 48 03 92 46, ou par courrier accompagné de votre règlement à :

be-linked, La Ruche, 84 quai de Jemmapes, 75010 Paris. Une facture vous sera adressée dès réception de votre bulletin d'abonnement.