

De plus en plus d'entreprises développent des partenariats stratégiques avec des ONG. Au-delà de la visibilité, quel est l'intérêt d'une telle démarche, pour le groupe comme pour l'organisation ?

Entreprises et ONG se paissent...



Par Ilona Pongracz
Fondatrice et directrice d'Ethika
Spécialiste en recherche de fonds pour
les organisations sans but lucratif
www.ethika.ch

Jusqu'à la fin des années 80, les relations entre les ONG et les entreprises sont marquées, au mieux, par l'ignorance réciproque et, au pire, par l'opposition frontale. Même si des tensions parfois demeurent, la situation a sensiblement évolué.

Les attaques virulentes de certaines ONG envers certaines entreprises ont laissé des traces marquantes dans l'opinion publique, que ces dernières ne souhaitent pas voir réapparaître. L'entrepreneuriat social a le vent en poupe. Ces tendances reflètent la multiplication des partenariats entre les secteurs marchands et non marchands. Certains d'entre eux durent, d'autres pas, certains restent discrets, d'autres donnent lieu à des campagnes de communication médiatisées.

Les raisons qui poussent les entreprises à tisser des liens avec des ONG sont nombreuses. Pour l'organisation *Philiias* (www.philiias.org), qui aide les entreprises à mettre en pratique leur responsabilité sociale, il s'agit pour elles

de garantir un dialogue constant et constructif avec leurs « stakeholders » et contribuer au bien-être social et environnemental de la communauté dans laquelle elles agissent.

Les partenariats ne se limitent pas seulement au domaine financier, ils peuvent être aussi être d'ordre matériel ou humain, basé sur des recherches ou des échanges de bonnes pratiques.

Ainsi, *Danone* a fondé au Bangladesh *Danone Grameen Foods* et s'est associée à l'ONG GAIN (Global Alliance for Improved Nutrition), pour la construction d'une micro-usine de yaourts dans le pays.

« Cela nous a permis de réaliser des études sur l'impact qu'on peut avoir sur la santé des enfants, par le biais d'une ONG locale, GAIN », explique Laurence Foucher, attachée de presse spécialisée dans le développement durable de Danone.

De même que *Novartis* organise chaque année le 27 avril le *Community Partnership Day*, qui offre la possibilité aux collaborateurs qui le souhaitent partout dans le monde de faire une journée de bénévolat en faveur de la collectivité. Ce concept a été adopté depuis par de nombreuses entreprises telles que KPMG, Firmenich, HSBC, Procter & Gamble...

« Apprendre à se connaître, à collaborer, à se nourrir mutuellement »

Côté ONG, certaines se méfient des entreprises qui cherchent à s'acheter une bonne conscience et pratiquent ce que leurs détracteurs appellent le « greenwashing » (« toiletter » son image « en vert » en adossant son nom à celui d'une ONG).

Il y a les ONG qui refusent catégoriquement tout compromis avec les entreprises par peur de la corruption ; celles au contraire qui considèrent qu'une collaboration plus ou moins poussée avec des sociétés est nécessaire pour faire changer les comportements.

Appel aux entreprises Kofi Annan, Forum de Davos, 1999

« Choisissons d'unir la force des marchés avec les idéaux universels. Choisissons de réconcilier les forces créatives des entrepreneurs avec les besoins des plus défavorisés et ceux des générations futures. »

Aujourd'hui elles se sont rendu compte qu'elles ne pouvaient pas gagner la bataille par la simple confrontation avec les entreprises. Elles doivent avant tout convaincre les entreprises, mais aussi leurs consommateurs.

Peut-être l'heure est venue pour les entreprises et les ONG d'apprendre à se connaître, à collaborer, à se nourrir mutuellement, pour dessiner les contours d'une société plus durable...

« Nous croyons que les entreprises de 2020 seront celles qui fournissent des biens et des services à de nouveaux consommateurs, tout en répondant aux principaux enjeux mondiaux tels que la pauvreté, les changements climatiques, l'épuisement des ressources, la mondialisation et les changements démographiques. »

Manifeste sur le rôle des entreprises dans la société de demain signé par les membres du groupe des Leaders de demain au Conseil mondial des entreprises pour le développement durable (WBCSD)