

**CONSEIL DES DÉLÉGUÉS**  
**Séoul, 16 - 18 novembre 2005**

**RAPPORT SUR "LA POLITIQUE DU MOUVEMENT RELATIVE AUX  
PARTENARIATS AVEC LE SECTEUR DES ENTREPRISES"**

**PROJET DE RÉSOLUTION**

**LES DISPOSITIONS DE FOND DE LA POLITIQUE DU MOUVEMENT  
INTERNATIONAL DE LA CROIX-ROUGE ET DU CROISSANT-ROUGE  
RELATIVE AUX PARTENARIATS AVEC LE SECTEUR DES ENTREPRISES**

**(Point 14 de l'ordre du jour provisoire)**

**Document établi conjointement par  
la Fédération internationale des Sociétés des Croix-Rouge et du Croissant-Rouge  
et  
le Comité international de la Croix-Rouge**

**Genève, juin 2005**

### Résumé analytique

La politique relative aux partenariats avec les entreprises (ci-après « la Politique ») a été élaborée pour répondre aux orientations fixées dans l'action 17 de la Stratégie pour le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge qui engage « le Secrétariat de la Fédération internationale et le Comité international de la Croix-Rouge (CICR), en consultation avec les Sociétés nationales, [à] défini[r] des principes éthiques pour sélectionner des partenaires parmi les entreprises et établi[r] des lignes directrices précisant ce que les composantes du Mouvement peuvent offrir en échange de leur soutien, en particulier en termes d'utilisation des emblèmes ». Elle a initialement été rédigée sous la forme d'un « projet de lignes directrices », qui a ensuite été largement diffusé au sein du Mouvement. Au terme d'un processus de consultation auprès des Sociétés nationales qui a duré deux ans et a englobé une évaluation en conditions réelles, une version amendée en conséquence a été élaborée.

La Politique prend en compte le cadre statutaire du Mouvement ainsi que l'ensemble des législations et règlements en vigueur sur l'usage de l'emblème. Elle complète et renforce les précédentes décisions du Conseil des Délégués concernant la création de recettes et les relations avec le secteur privé. La présente politique est soumise à la session du Conseil des Délégués de 2005 pour adoption.

La Politique vise à doter le Mouvement d'un cadre de référence utile, cohérent et harmonisé grâce auquel il pourra développer ses relations avec les entreprises. L'objectif est de permettre aux composantes du Mouvement de tirer parti des partenariats avec les entreprises tout en préservant son intégrité et en garantissant le respect des emblèmes.

Elle définit des critères éthiques concernant le choix des partenaires commerciaux et des règles de mise en œuvre, notamment une procédure d'examen et des dispositions relatives aux accords de partenariat. Elle est applicable aux partenariats qui se définissent comme « les relations établies avec une entreprise, dans lesquelles une composante du Mouvement autorise une entreprise à utiliser son nom, son emblème/logo ou son image dans ses outils de communication et ses matériels publicitaires, permettant ainsi que se crée dans l'esprit du public une association d'image entre l'entreprise et la composante du Mouvement ».

Le CICR et le Secrétariat de la Fédération internationale assureront la diffusion de la Politique auprès de toutes les composantes du Mouvement. Les Sociétés nationales sont chargées de la diffuser au niveau interne. Le suivi des activités de partenariat avec le secteur privé et de l'utilisation de la Politique fera partie du processus d'auto-évaluation des Sociétés nationales. Toutes les composantes du Mouvement doivent respecter cette Politique lorsqu'elles nouent des partenariats avec le secteur privé. Elles sont également responsables de sa mise en œuvre.

## **RAPPORT SUR "LA POLITIQUE RELATIVE AUX PARTENARIATS AVEC LE SECTEUR DES ENTREPRISES"**

### **1. INTRODUCTION**

La Stratégie pour le Mouvement adoptée en 2001 par le Conseil des Délégués<sup>1</sup> engage le Mouvement à « clarifier et renforcer les relations des composantes du Mouvement avec le secteur privé ». Conformément à l'Action 17 de la Stratégie, « [d'ici 2003], le Secrétariat de la Fédération internationale et le CICR, en consultation avec les Sociétés nationales, définissent des critères éthiques pour sélectionner des partenaires parmi les entreprises et établissent des lignes directrices précisant ce que les composantes du Mouvement peuvent offrir en échange de leur soutien, en particulier en termes d'utilisation des emblèmes ».

La Politique relative aux partenariats avec le secteur des entreprises (ci-après « la Politique ») a été élaborée pour répondre à cette exigence. Elle définit des principes éthiques relatifs au choix des partenaires commerciaux ainsi que des règles permettant de les mettre en œuvre. Il s'agit de doter le Mouvement d'une stratégie cohérente et harmonisée en matière de relations avec le secteur privé et de permettre à ses composantes de tirer parti des partenariats avec les entreprises, tout en préservant l'intégrité du Mouvement et en garantissant le respect des emblèmes. La Politique doit être considérée comme un instrument définissant des « exigences minimales communes » concernant les partenariats avec le secteur des entreprises, exigences qu'il appartient à chacune des composantes du Mouvement de compléter en fonction de ses intérêts particuliers. Elle vise non seulement à définir des normes de base concernant les partenariats avec le secteur des entreprises, mais aussi à servir de cadre de référence pour faciliter la prise de décisions.

Les entreprises disposent de compétences techniques et de ressources importantes qui peuvent venir compléter celles des composantes du Mouvement. Depuis la fin des années 90, les relations entre le Mouvement et les milieux d'affaires se sont très fortement intensifiées. Cette tendance devrait s'accroître si l'on en juge par le nombre croissant d'entreprises, en particulier de multinationales, qui cherchent à démontrer une « citoyenneté d'entreprise responsable » en associant directement leur nom aux actions menées par des organisations prestigieuses et respectées, dont le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Dans tous les cas, même si les accords de partenariat conclus avec les entreprises permettent d'obtenir des ressources et de mener des activités de sensibilisation, il est important d'éviter tout conflit d'intérêts et de protéger l'intégrité du Mouvement. De même, il faut adopter une approche cohérente au sein du Mouvement car, dans le monde interconnecté qui est le nôtre, un accord de partenariat conclu avec le secteur des entreprises dans un pays peut porter atteinte à la réputation d'une Société de la Croix-Rouge ou du Croissant-Rouge dans un autre.

De nombreuses Sociétés nationales ont élaboré des politiques relatives aux partenariats sans que l'on soit parvenu à les harmoniser au sein du Mouvement. Les pratiques en vigueur dans les Sociétés nationales ont servi de base à l'élaboration de la présente Politique.

Le document qui est soumis au Conseil des Délégués pour approbation s'inscrit dans la même lignée que les politiques entreprises par les Nations Unies et les ONG dans ce domaine. En juillet 2000, Le Secrétaire général des Nations Unies a présenté des « Directives concernant la coopération entre l'Organisation des Nations Unies et les

---

<sup>1</sup> Résolution 3.

entreprises »<sup>2</sup>, qui fournissent une orientation générale sur la manière de renforcer la coopération avec les entreprises « tout en préservant l'intégrité et l'indépendance de l'Organisation ». Pour compléter ces Directives, de nombreuses institutions et programmes des Nations Unies ont élaboré leur propre politique de partenariat avec le secteur privé. Ainsi, le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) a adopté des directives en juillet 2001, en insistant sur la nécessité d'évaluer les entreprises candidates afin de déterminer si « les activités ou produits de l'entreprise sont compatibles avec l'image du PNUD et les appels à contribution »<sup>3</sup>. De son côté, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a publié en novembre 2000 des « Principes directeurs concernant les relations avec les entreprises commerciales en vue d'atteindre des objectifs sanitaires »<sup>4</sup> afin « d'aider le personnel de l'OMS à entretenir avec les entreprises commerciales des relations propres à déboucher sur des résultats positifs en matière de santé ». Le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF) a, quant à lui, élaboré en 2001 des lignes directrices et un guide pour travailler avec la communauté des entreprises (*Manual for Working with the Business Community*) qui établit des principes directeurs et définit les critères et procédures de sélection applicables aux accords de partenariat avec les entreprises. Des dispositions similaires ont été adoptées par des organisations non gouvernementales, notamment Oxfam, Save the Children et Amnesty International, qui les considèrent comme des outils essentiels pour la création de partenariats.

## **2. LA POLITIQUE**

La Politique est applicable uniquement aux partenariats qui désignent « les relations établies avec une entreprise, dans lesquelles la composante du Mouvement autorise l'entreprise à utiliser son nom, son emblème/logo ou son image dans ses outils de communication et ses matériels publicitaires, permettant ainsi que se crée dans l'esprit du public une association d'image entre l'entreprise et la composante du Mouvement ». On entend par « association d'image » tout rapprochement entre les deux organisations dans l'esprit du public. Par conséquent, la Politique n'est applicable ni aux contributions financières ni aux dons en nature. En outre, elle ne s'applique pas aux accords commerciaux avec des fournisseurs et des prestataires de services ne comportant pas de volet de communication ou de promotion qui pourrait entraîner une association d'image. Elle définit trois types de partenariats – les accords de parrainage, les accords de commercialisation liés à la défense d'une cause et les alliances stratégiques –, sans toutefois s'y limiter.

La Politique prévoit que les éventuels partenaires commerciaux sont appréciés selon des critères de sélection à la fois souhaitables (positifs) et obligatoires (limitatifs), qui sont définis au paragraphe 3. Pour ce faire, les composantes du Mouvement suivent la procédure de sélection prévue au paragraphe 4 de ladite Politique. Si, au terme de celle-ci, il s'avère que l'entreprise candidate ne satisfait pas les critères énoncés au paragraphe 3, la composante du Mouvement ne donne pas suite au projet de partenariat. Par ailleurs, une composante doit informer les parties prenantes concernées au sein du Mouvement des partenariats qu'elle noue avec des entreprises situées dans un pays touché par un conflit armé ou des troubles internes ou avec des multinationales. Dans tous les cas, les composantes du Mouvement seront dotées d'un processus de décision clair pour déterminer, sur la base des résultats obtenus au terme de la procédure de sélection, si un partenariat peut ou non être établi. Par ailleurs, tout accord de partenariat conclu avec une entreprise doit faire l'objet d'un contrat écrit conformément au paragraphe 5 de la Politique. On trouve, en annexe de la

<sup>2</sup> *Directives concernant la coopération entre l'Organisation des Nations Unies et les entreprises*, 17 juillet 2000, <http://www.un.org/partners/business/otherpages/guide.htm>.

<sup>3</sup> PNUD, *Directives concernant la coopération avec les entreprises*, Division des partenariats avec les entreprises, Bureau des ressources et des partenariats stratégiques, juillet 2001.

<sup>4</sup> OMS, *Principes directeurs concernant les relations avec les entreprises commerciales en vue d'atteindre des objectifs sanitaires*, novembre 2000, EB107/20.

Politique, du matériel de référence et des modèles d'accord et, dans l'avant-propos, des recommandations concernant l'application de la Politique.

### **3. HISTORIQUE DE LA POLITIQUE**

Avant d'entamer la rédaction du document relatif à la Politique, le CICR et le Secrétariat de la Fédération internationale ont procédé à un examen des lois et règlements relatifs à l'usage de l'emblème, notamment les Conventions de Genève de 1949, les Protocoles additionnels de 1977, le Règlement sur l'usage de l'emblème adopté en 1991, ainsi que les décisions statutaires prises par le Conseil des Délégués et les organes directeurs de la Fédération internationale concernant la mobilisation des ressources et la création de recettes au niveau mondial. Ils ont également analysé les pratiques et politiques relatives aux partenariats avec le secteur des entreprises en vigueur dans sept Sociétés nationales. Des entretiens ont ensuite été menés avec les collecteurs de fonds et les juristes de Sociétés nationales. Un premier projet de politique relative aux partenariats avec le secteur des entreprises a été diffusé dans les Sociétés nationales. Il a été présenté au Conseil des Délégués de 2003, lequel a recommandé que soit engagé un processus de consultation plus vaste auprès des Sociétés nationales et qu'il soit procédé à une évaluation des pratiques et normes proposées.

Le texte du projet de politique a été envoyé au début de l'année 2004 à toutes les délégations et Sociétés nationales pour commentaires. Plus de 40 Sociétés nationales dans toutes les régions du monde ont donné leur avis sur ce projet par le biais d'un questionnaire. À cette occasion, elles ont soulevé des inquiétudes, très différentes dans leur thème et leur contenu, concernant la définition des termes (par exemple, « fabricant d'armes », « nocif pour la santé », « activité principale », « contribution à une catastrophe naturelle ») ; la capacité des Sociétés nationales d'évaluer les sociétés mères et les sociétés sœurs des entreprises candidates ; la capacité des Sociétés nationales d'avoir accès aux organismes de notation et de les rémunérer, et de mettre en place des mécanismes de partage d'informations sur les partenariats au sein du Mouvement.

Le projet de Politique a aussi fait l'objet de discussions dans le cadre de réunions organisées en 2004, à savoir le troisième Forum des donateurs, le séminaire sur le partage des compétences entre les collecteurs de fonds (Skillshare), la réunion du *European Public Support Group* (EPSG) et la réunion annuelle des conseillers juridiques. Il a également été présenté au Conseil de la Fondation de la Fédération internationale où siègent d'éminents représentants du monde des affaires, et à la Conférence panafricaine. Les remarques formulées lors de ces réunions ont été globalement positives. Elles ont notamment mis en avant la facilité d'utilisation de la Politique et la nécessité de faire en sorte qu'elle soit un « document pragmatique ».

Au début de l'année 2005, six Sociétés nationales sélectionnées en fonction de leur zone géographique, de leur taille et de leur expérience avec le secteur privé ont été chargées d'évaluer la Politique au regard des partenariats commerciaux en vigueur et de fournir des observations sur les résultats obtenus. De manière générale, les résultats ont été positifs, la Politique ayant été jugée pratique et utile. Les études de cas présentés par les Sociétés nationales montrent que les partenaires commerciaux répondent aux critères de sélection fixés dans la Politique, que la majorité des procédures d'examen sont généralement effectuées par les Sociétés nationales elles-mêmes et que, dans la plupart des cas, les accords de partenariat font l'objet de contrats écrits reprenant les éléments énoncés dans la Politique. Les Sociétés nationales qui ont répondu au questionnaire ont estimé que les outils opérationnels étaient utiles en indiquant ceux qu'elles considéraient comme les plus intéressants.

Des questions ont été soulevées quant au contrat de partenariat (plus précisément au sujet de la « caution » donnée à l'entreprise et de l'obligation imposée aux composantes du Mouvement d'acquiescer les services et les marchandises de ladite entreprise) ainsi qu'aux mécanismes de partage des informations sur les partenariats au sein du Mouvement. Il a en outre été indiqué que la Politique représentait une étape importante dans le processus d'apprentissage dans lequel les Sociétés nationales et les entreprises sont engagées s'agissant de l'établissement de partenariats avec le secteur privé.

#### **4. MODIFICATIONS APPORTÉES À LA POLITIQUE**

À l'issue du processus de consultation et d'évaluation, qui a duré deux ans, un certain nombre de modifications a été apporté à la Politique. Pour tenir compte des commentaires émis par les Sociétés nationales, certains termes ont été définis de manière plus précise, parmi lesquels « activité principale », « caution », « exclusivité », « développement durable », « droit international humanitaire » et « partenariats avec des entreprises multinationales ». Un sens large a volontairement été laissé à d'autres termes, dans le souci de donner à chacun une marge d'interprétation dans la prise de décisions. Les Sociétés nationales pourront, si elles le jugent opportun, compléter les normes définies dans la Politique par des critères additionnels en fonction de leurs intérêts particuliers.

Le champ d'application de la Politique (en ce qui concerne notamment les sociétés mères et les filiales) et des critères de sélection (autrement dit, les armes/munitions, les catastrophes naturelles/conflits et les controverses au sein du public) a également été précisé. Pour autant, le processus de modification a montré que l'on ne pouvait pas prévoir toutes les situations. Comme pour toutes les décisions d'ordre éthique, il est impossible de rendre compte précisément de la façon dont les arguments en faveur et contre un partenariat pourront être mis en balance. Cela étant, les décisions relatives aux partenariats avec les entreprises doivent se fonder sur le « meilleur jugement » des personnes qui les prennent et la Politique doit d'abord et surtout garantir que des mécanismes de prises de décision seront mis en œuvre dans les cas où il se produit un désaccord sur l'applicabilité de la Politique ou au sujet d'une entreprise candidate.

La procédure de sélection a été simplifiée pour tenir compte des inquiétudes exprimées par les Sociétés nationales sur les ressources nécessaires à une procédure longue. Les changements portent sur la suppression de l'obligation de recourir à un organisme de notation pour les partenariats avec des entreprises multinationales, la simplification des conseils sur la manière de formuler la décision finale qui a été prise concernant le partenaire commercial. Le contrat de partenariat a également été simplifié pour prendre en compte les opinions des Sociétés nationales, qui estimaient que les conditions initialement posées étaient trop contraignantes et rencontraient une forte opposition de la part de certains partenaires commerciaux. Ainsi, de nombreux éléments qui devaient obligatoirement figurer dans les contrats de partenariat ont été replacés sous l'intitulé « éléments recommandés pour les contrats de partenariat » laissant aux composantes du Mouvement le soin de juger si elles veulent ou non les inclure dans le contrat.

La Politique a aussi été complétée par un ensemble de modèles et de recommandations de mise en œuvre, en vue de la rendre plus opérationnelle et facile à utiliser.

## **5. MISE EN ŒUVRE**

Une fois la Politique adoptée par le Conseil des Délégués, toutes les composantes du Mouvement devront tenir compte des exigences minimales fixées, lorsqu'elles noueront des partenariats avec le secteur des entreprises, que ce soit à l'échelle locale, nationale ou internationale. Chaque composante du Mouvement est individuellement responsable de la mise en œuvre de la Politique et de la communication des instructions correspondantes à ses bénévoles et à son personnel. Tout nouvel accord de partenariat ou toute prolongation ou extension des accords en vigueur doit être conclu(e) en application de ladite Politique. Il est recommandé d'appliquer la Politique à chaque stade de l'établissement du partenariat, qui va de la recherche de l'entreprise candidate à la prise de contact avec l'entreprise, du développement du partenariat à l'enquête préalable et à la conclusion du partenariat.

Le CICR ainsi que le Secrétariat de la Fédération internationale assureront la diffusion de la Politique auprès de toutes les composantes du Mouvement. Les Sociétés nationales seront chargées de la diffuser au niveau interne, auprès de toutes les sections et de tous les comités locaux et de veiller à ce qu'elle soit appliquée correctement. Elles évalueront leurs activités de partenariat avec le secteur privé et l'intégration de la Politique dans le processus d'auto-évaluation. Elles pourront ainsi évaluer régulièrement leurs propres performances.

Le CICR et le Secrétariat de la Fédération internationale veilleront au respect de la Politique par le Mouvement et garantiront sa mise en œuvre. À cette fin, ils aideront les composantes du Mouvement à mettre en commun leurs expériences. Par ailleurs, le CICR et le Secrétariat de la Fédération internationale analyseront la mise en œuvre de la Politique en examinant les auto-évaluations des Sociétés nationales et, s'ils le jugent nécessaire, formuleront des recommandations à l'intention du Conseil des Délégués en vue de l'amélioration de la Politique.

CD 2005 - DR 14/1  
Original : anglais  
Présenté par  
la Fédération Internationale des Sociétés des  
Croix-Rouge et du Croissant-Rouge  
et  
le Comité International de la Croix-Rouge

## PROJET DE RESOLUTION

### LA POLITIQUE DU MOUVEMENT RELATIVE AUX PARTENARIATS AVEC LE SECTEUR DES ENTREPRISES

Le Conseil des Délégués,

**rappelant** l'action 17 de la Stratégie pour le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, adoptée au moyen de la résolution 3 du Conseil des Délégués de 2001,

**reconnaissant** que les partenariats avec le secteur privé peuvent contribuer à protéger les personnes vulnérables et à améliorer leurs conditions d'existence, à sensibiliser le public au rôle du Mouvement et à peser sur le comportement des entreprises dans le domaine social,

**rappelant** l'article 23 du Règlement sur l'usage de l'emblème de la croix rouge ou du croissant rouge par les Sociétés nationales, adopté par le Conseil des Délégués de 1991, qui exige de toute entreprise partenaire qu'elle n'exerce en aucun cas des activités en contradiction avec les objectifs et Principes du Mouvement,

**craignant** que les partenariats avec le secteur privé ne nuisent aux opérations du Mouvement et à sa réputation d'acteur humanitaire neutre et indépendant, en particulier dans les situations de conflit armé,

**reconnaissant** la nécessité qu'une approche commune et unifiée préside aux relations avec le secteur privé si l'on veut préserver l'intégrité des composantes du Mouvement et assurer le respect dû aux emblèmes,

**tenant compte** des décisions existantes concernant la mobilisation des ressources et la création de recettes au niveau mondial, ainsi que des recommandations et suggestions formulées par les Sociétés nationales dans le cadre du vaste processus de mise à l'essai du projet de politique et des consultations qui l'ont accompagné, y compris de celle qui a été effectuée au Conseil des Délégués de 2003,



1. **adopte** la « Politique du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge relative aux partenariats avec le secteur des entreprises »<sup>5</sup>, dont les dispositions de fond figurent dans l'annexe de la présente résolution ;
2. **invite** toutes les composantes du Mouvement international à suivre la Politique chaque fois qu'elles établiront avec des entreprises un partenariat dans le cadre duquel la composante autorise l'entreprise à utiliser son nom, son emblème ou logo ou son image ;
3. **reconnait** que la Politique fournit un ensemble d'exigences minimales concernant les partenariats avec le secteur des entreprises, exigences que les composantes du Mouvement pourront compléter par des décisions [de politique] plus restrictives ;
4. **invite** les composantes du Mouvement à ne pas établir de partenariat avec des entreprises menant des activités en contradiction avec les objectifs du Mouvement telles que définies dans la section « critères obligatoires », et à favoriser les partenariats avec des entreprises qui correspondent au « profil souhaitable » ;
5. **décide** que toutes les composantes du Mouvement devront avoir recours à la « procédure de sélection » définie dans la Politique pour évaluer les entreprises avec lesquelles un partenariat est envisagé ;
6. **décide** que chaque partenariat conclu avec une entreprise dans le cadre de la présente Politique devra faire l'objet d'un accord écrit.

---

<sup>5</sup> Le texte intégral de la Politique est disponible sur FedNet sous: **Working Together / ERC / Relationship Development / Corporate Relations / Corporate Policy**. Le texte intégral comprend des outils pratiques destinés à faciliter la mise en œuvre de la Politique et à guider ceux qui souhaitent établir des partenariats entre leur organisation et le secteur des entreprises. Les dispositions de fond annexées à la présente résolution soulignent les éléments essentiels de cette Politique.

## ANNEXE

### LES DISPOSITIONS DE FOND DE LA POLITIQUE DU MOUVEMENT INTERNATIONAL DE LA CROIX-ROUGE ET DU CROISSANT-ROUGE RELATIVE AUX PARTENARIATS AVEC LE SECTEUR DES ENTREPRISES

#### 1. OBJET ET PORTÉE

1.1 La Politique relative aux partenariats avec le secteur des entreprises (ci-après « la Politique ») vise à établir un cadre régissant les partenariats entre les entreprises et les composantes du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, tels qu'ils sont définis ci-dessous :

1.1.1 Le terme « **partenariat** » englobe toutes les relations établies entre une composante du Mouvement et une entreprise dans lesquelles la composante du Mouvement autorise l'entreprise à utiliser son nom, son emblème/logo ou son image dans ses outils de communication et ses matériels publicitaires, permettant ainsi que se crée dans l'esprit du public une association d'image entre l'entreprise et la composante du Mouvement<sup>6</sup>. On entend par « association d'image » tout rapprochement entre les deux organisations dans l'esprit du public. Les partenariats peuvent notamment prendre la forme d'un(e) :

**Parrainage** : Relation dans laquelle une entreprise apporte un soutien financier à une composante du Mouvement pour un événement, un programme ou un projet particulier et attend en retour une association de son image à celle de la composante du Mouvement dans l'esprit du public. Il s'agit de relations de court terme, liées à un événement spécifique.

**Accord de commercialisation lié à la défense d'une cause** : Relation dans laquelle une entreprise s'engage à faire don d'un montant spécifique du produit de la vente d'un produit, d'un service ou d'une marque (ou un montant équivalent) à une composante du Mouvement et attend en retour que le public associe son image à celle du Mouvement. Ces relations sont souvent des « actions de promotion conjointes » faisant l'objet d'une grande publicité, dans lesquelles l'entreprise persuade le public d'acheter un produit, un service ou une marque en utilisant le nom et le logo de la composante du Mouvement.

**Alliance stratégique** : Relation établie entre une entreprise et une composante du Mouvement en vue d'atteindre ensemble un but commun (par exemple le règlement d'un problème social spécifique) et qui implique une association d'image dans l'esprit du public. C'est un partenariat qui souvent présente de

---

<sup>6</sup> La Politique ne s'applique pas aux contributions financières, aux dons en nature, ni aux accords commerciaux avec des fournisseurs et des prestataires de services n'impliquant pas de volet de communication ou de promotion qui pourrait entraîner une association d'image dans l'esprit du public. Dans ce type de relations, s'il peut y avoir reconnaissance du soutien fourni par l'entreprise, il ne doit pas y avoir d'association dans l'esprit du public avec le nom, l'image et l'emblème/logo de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge.

multiplés facettes, s'inscrit dans le long terme et met en commun les atouts complémentaires de deux organisations.

1.1.2 Le terme « **entreprise** » recouvre des entreprises publiques ainsi que des sociétés privées et leurs fondations.

1.1.3 Le « **Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge** » (le Mouvement) est composé du Comité International de la Croix-Rouge, de l'ensemble des Sociétés nationales de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge et du Secrétariat de la Fédération internationale.

1.2 La Politique s'applique aux partenariats avec le secteur des entreprises dans les pays (aux échelons local et national) et au niveau mondial.

1.3 Le Mouvement établit des partenariats avec des entreprises pour les encourager à jouer un rôle dans la protection et l'amélioration des conditions d'existence des personnes vulnérables dans les pays où lesdites entreprises ont des intérêts économiques, et pour mieux faire connaître le rôle du Mouvement dans ces pays. Ces partenariats sont aussi l'occasion pour le Mouvement de peser sur le comportement des entreprises dans le domaine social, par le biais du dialogue.

1.4 La Politique définit des critères pour la sélection des partenaires commerciaux (ci-après « critères de sélection »), propose une procédure d'examen afin d'évaluer les entreprises candidates au regard de ces critères (ci-après « procédure de sélection ») et définit les conditions des partenariats avec le secteur des entreprises (ci-après « contrats de partenariat »). La Politique vise à aider le Mouvement à développer au maximum ses possibilités de collaboration avec le secteur des entreprises tout en protégeant ses valeurs, sa réputation et son intégrité.

## **2. CADRE DE RÉFÉRENCE STATUTAIRE**

2.1 La Politique procède de la mission et des Principes fondamentaux du Mouvement, des mandats de ses composantes et des règlements et lois régissant l'usage de l'emblème :

### **Dialogue humanitaire**

2.2 Le cadre de référence statutaire ci-dessus invite les partenaires à entrer en relation dans un esprit de dialogue et d'ouverture humanitaire. En outre, il engage les composantes du Mouvement à intégrer dans tous les partenariats une dimension directe ou indirecte de sensibilisation.

2.3 Les composantes du Mouvement doivent encourager les entreprises à faire preuve d'une plus grande responsabilité sociale. Ce point est particulièrement à prendre en considération pour les entreprises qui travaillent à améliorer leur image et leurs relations avec la société civile. Au besoin, le partenariat peut prévoir assistance et soutien à l'entreprise pour l'aider à élaborer et mettre en œuvre sa politique de responsabilité sociale.

### **Lois et règlements sur l'usage de l'emblème**

2.4 Les emblèmes de la croix rouge et du croissant rouge, qui sont protégés au titre du droit international (Conventions de Genève de 1949 et Protocoles additionnels de 1977) et du droit national, sont avant tout un symbole, reconnu sur le plan international,

de protection durant les conflits armés. Il revient à chaque composante du Mouvement de préserver le pouvoir protecteur unique de l'emblème.

- 2.5 Le Règlement de 1991 sur l'usage de l'emblème<sup>7</sup>, adopté à la fois par le Mouvement et par tous les États parties aux Conventions de Genève de 1949, précise les conditions relatives à l'usage de l'emblème par les Sociétés nationales et leurs membres.
- 2.6 L'usage protecteur et indicatif de l'emblème ne doit être en aucun cas compromis et tous les accords conclus avec des entreprises sont tenus de se conformer à ces règles.

### **3. CRITÈRES DE SÉLECTION**

- 3.1 Les critères de sélection s'appliquent à l'entreprise avec laquelle la composante du Mouvement noue un partenariat. Ils ne s'appliqueront à une société mère de l'entreprise partenaire que si elle détient une participation importante ou un droit de vote dans l'entreprise partenaire. Les critères de sélection ne s'appliqueront à une filiale de l'entreprise partenaire que si cette dernière détient une participation importante ou un droit de vote dans la filiale.
- 3.2 Les éventuels partenaires sont appréciés selon des critères à la fois souhaitables et obligatoires :
- 3.3 **Critères obligatoires**

Les critères obligatoires sont fondés sur le principe selon lequel une entreprise partenaire ne doit en aucun cas exercer des activités allant à l'encontre des objectifs et des principes du Mouvement.

Aucune composante du Mouvement n'établira de partenariat avec une entreprise :

- 3.3.1 qui est impliquée dans quelque mesure que ce soit dans la fabrication ou la vente d'armes ou de munitions ;
- 3.3.2 qui ne respecte pas les normes reconnues au niveau international en matière de droits de l'homme, droit du travail, protection de la santé et non-discrimination<sup>8</sup> ;
- 3.3.3 dont l'activité principale<sup>9</sup> est la fabrication ou la vente directe de produits publiquement reconnus comme nocifs pour la santé ;
- 3.3.4 qui ne respecte pas le droit international humanitaire<sup>10</sup>, le cas échéant ;

<sup>7</sup> Le Règlement sur l'usage de l'emblème de la croix rouge et du croissant rouge par les Sociétés nationales (ci-après dénommé « Règlement sur l'usage de l'emblème ») a été adopté par la XX<sup>e</sup> Conférence internationale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (1965) et révisé par le Conseil des Délégués (1991). Il est fait référence dans le présent document à la version révisée de 1991, laquelle a également été soumise pour approbation à tous les États parties aux Conventions de Genève et approuvée par eux, ainsi que par le CICR et la Fédération au Conseil des Délégués de 1993 (Résolution 8).

<sup>8</sup> S'agissant des normes reconnues au niveau international, prière de se reporter aux documents suivants :

- Droits de l'homme : Déclaration universelle des droits de l'homme, 1948
- Droit du travail : Déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail, 1998
- Protection de la santé : Déclarations et directives de l'OMS
- Discrimination : Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination raciale, 1965 et discrimination à l'égard des femmes, 1979.

<sup>9</sup> Il existe différentes définitions de l'activité principale. KLD Research la définit comme correspondant à 15 % des revenus annuels d'un détaillant. Michael Jantzi Research Associates Inc. l'estime à 5 % des revenus annuels des ventes.

<sup>10</sup> Le droit international humanitaire (DIH) s'applique uniquement aux situations de conflit armé. Il désigne principalement les quatre Conventions de Genève de 1949 et les deux Protocoles additionnels de 1977. Bien qu'il doive être respecté essentiellement par les combattants (à savoir États ou non étatiques porteurs d'armes prenant part à des hostilités), le DIH s'applique également aux entreprises privées lorsqu'elles sont directement impliquées dans des hostilités, par exemple

- 3.3.5 dont les intérêts économiques risquent de nuire à la capacité d'une composante du Mouvement d'exercer ses activités, y compris dans des zones exposées à des conflits ;
- 3.3.6 dont les pratiques commerciales sont un facteur direct de conflits armés ou de catastrophes naturelles ;
- 3.3.7 qui ne respecte pas la législation locale ou nationale et les réglementations des pays où elle exerce son activité ;
- 3.3.8 qui suscite au sein du public dans le pays où est établi le partenariat de vastes controverses qui pourraient nuire à l'image, à la réputation ou à l'emblème du Mouvement<sup>11</sup>.

#### 3.4 Profil souhaitable

Toutes les composantes du Mouvement favoriseront les partenariats avec des entreprises :

- 3.4.1 qui respectent les valeurs humanitaires du Mouvement et s'engagent à appliquer un programme d'action en vue de favoriser ses activités;
- 3.4.2 qui montrent la voie en matière de responsabilité sociale des sociétés sur le plan de la pratique et de la politique générale ;
- 3.4.3 qui accueilleraient favorablement les propositions de la composante du Mouvement visant à améliorer leurs pratiques commerciales de façon à faire progresser la responsabilité sociale ;
- 3.4.4 dont les produits et les services se rapportent à l'activité ou à la mission de la composante du Mouvement, et qui constitueraient le partenaire idéal pour atteindre les objectifs de cette dernière, accroître sa portée et mieux la faire connaître ;
- 3.4.5 qui sont attachées au volontariat ;
- 3.4.6 qui favorisent l'instruction, la santé et le bien-être social de leurs employés, au-delà de ce que prescrit la loi ;
- 3.4.7 qui encouragent la production et l'utilisation responsable de leurs produits et services et adhèrent aux principes du développement durable<sup>12</sup> ;
- 3.4.8 qui jouissent d'une image positive, d'une bonne réputation et sont considérées comme un modèle en matière d'éthique.

---

lorsqu'elles engagent du personnel militaire. Pour savoir si un partenaire potentiel agit ou non en violation du DIH, rendez-vous sur le site : [www.preventconflict.org/portal/economics/portalthome.php](http://www.preventconflict.org/portal/economics/portalthome.php).

<sup>11</sup> L'article 23 (d) du Règlement sur l'usage de l'emblème prévoit que « l'entreprise concernée ne doit en aucun cas exercer des activités allant à l'encontre des objectifs et des principes du Mouvement ou de nature à susciter des controverses auprès du public ».

<sup>12</sup> Le développement durable est un « développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs ». (Commission mondiale pour l'environnement et le développement, 1987).

#### **4. PROCÉDURE DE SÉLECTION**

- 4.1 Toutes les composantes du Mouvement examinent les entreprises candidates au regard des critères définis à la section 3. Toutes les composantes du Mouvement accueillent favorablement toute critique constructive relative à leur partenariat et le fait d'être examinées de semblable manière par un éventuel partenaire.
- 4.2 L'entreprise candidate est l'interlocuteur à qui s'adresser pour obtenir des informations en vue de l'examen, y compris les informations relatives aux sociétés mères et aux filiales tenues de respecter les critères obligatoires en vertu du paragraphe 3.1.
- 4.3 La décision sur le point de savoir si une entreprise satisfait les exigences de la présente Politique se fonde sur les meilleures informations disponibles collectées auprès de sources fiables durant les recherches et prend en compte la période à laquelle se réfèrent les données.
- 4.4 Bien que le passé d'une organisation soit à considérer dans le cadre de l'examen, ses performances récentes sont plus significatives. Des performances passées peuvent être tempérées par une récente volonté de changement. La composante du Mouvement devrait prendre en compte les mesures mises en œuvre par l'organisation pour résoudre les problèmes, et le rôle qu'elle pourrait elle-même jouer pour aider à la résolution de ces problèmes.
- 4.5 Toutes les composantes du Mouvement suivront les résultats de l'examen de façon constante et se réservent le droit de réévaluer toute relation à la lumière de nouvelles informations ou d'informations dont elles n'avaient pas connaissance jusqu'alors, comme indiqué dans le contrat de partenariat.

#### **Procédure d'examen**

- 4.6 Les composantes du Mouvement doivent soumettre tous les partenariats envisagés à la procédure suivante :
- 4.6.1 Dans la mesure où le permettent les systèmes de données partagés, établir si l'entreprise a été préalablement examinée par une autre composante du Mouvement, quelle qu'elle soit. Si les informations ne sont pas assez détaillées ou trop anciennes, un nouvel examen peut être nécessaire.
- 4.6.2 Collecter des informations auprès de sources extérieures et auprès de l'entreprise elle-même<sup>13</sup>.
- a. Se procurer les comptes et les rapports annuels de l'entreprise.
  - b. Consulter au minimum trois sources indépendantes et fiables, devant inclure un moteur général de recherche, des médias nationaux et internationaux de réputation établie, et des ONG dignes de confiance et compétentes.
  - c. Inviter l'entreprise à soumettre toute information qu'elle souhaite fournir concernant les critères de sélection et son programme en matière de responsabilité sociale des entreprises.

<sup>13</sup> Dans le cas où une société ne souhaite pas divulguer d'informations la concernant, un système fondé sur la « bonne foi » peut être adopté. Dans ce cas, la société n'a pas à révéler d'informations mais elle doit déclarer qu'elle répond aux critères obligatoires et qu'elle continuera d'y satisfaire pendant toute la durée du contrat, conformément au paragraphe 5.3.4. Conclure un accord de confidentialité (voir le modèle de document VI) peut également être envisagé comme moyen de faciliter le processus de partage des informations.

- 4.6.3 Il est recommandé que les composantes du Mouvement recueillent également l'avis d'organismes spécialisés de notation, professionnels et indépendants, conseillés par la Fédération et le CICR.
- 4.6.4 En cas de **partenariats avec des entreprises multinationales**<sup>14</sup>, la composante du Mouvement intéressée par le partenariat doit informer à ce stade toutes les autres parties prenantes éventuelles au sein du Mouvement.
- 4.6.5 Lorsqu'une composante du Mouvement souhaite établir un partenariat qui implique des activités communes ou une visibilité dans un **pays touché par la guerre ou des troubles internes**, la proposition de partenariat doit être examinée par le chef de la délégation du CICR dans le pays concerné avant acceptation, afin de s'assurer de sa conformité au critère obligatoire énoncé au paragraphe 3.3.5.
- 4.7 Si, au terme de la procédure de sélection, il s'avère que l'entreprise candidate ne satisfait pas les critères énoncés au paragraphe 3.3, la composante du Mouvement ne donne pas suite au projet de partenariat.
- 4.8 Toutes les composantes du Mouvement seront dotées d'un processus de décision clair afin d'établir ou non un partenariat, fondé sur les résultats de la procédure de sélection. Il est recommandé que, dans les cas où des problèmes ou des différends persistent, la décision finale soit prise par un dirigeant.

## 5. CONTRAT DE PARTENARIAT

- 5.1 Chaque partenariat conclu avec une entreprise dans le cadre de la présente Politique doit faire l'objet d'un accord écrit. Les contrats de partenariat pourront s'inspirer des modèles d'accord de parrainage, d'accord de commercialisation lié à la défense d'une cause et d'alliance stratégique.
- 5.2 Au moment de négocier un contrat de partenariat, la composante du Mouvement doit avoir présente à l'esprit la valeur que représente une association avec le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Cette valeur doit trouver son expression dans les conditions de l'accord et dans la contribution financière et non financière apportée par l'entreprise.
- 5.3 **Éléments devant obligatoirement figurer dans les contrats de partenariat avec une composante du Mouvement :**
- 5.3.1 Toutes les parties au contrat doivent être désignées nommément, étant entendu que :
- a. l'entreprise partenaire qui signe l'accord doit être la même personne morale que celle qui assume les rôles et les responsabilités définis dans l'accord ;
  - b. chaque composante du Mouvement est une personne morale distincte et doit, pour être partie à l'accord, signer individuellement.
- 5.3.2 La mention du fait que, dans le cadre du partenariat, l'entreprise contractante contribuera à la réalisation de la mission et du mandat et au respect des principes du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge,

<sup>14</sup> Les **partenariats avec des entreprises multinationales** sont des partenariats établis entre une entreprise multinationale et plusieurs Sociétés nationales. Ces partenariats requièrent la participation de la Fédération internationale (10<sup>e</sup> session de l'Assemblée générale, 1995).

tels qu'ils sont énoncés dans le cadre de référence statutaire. La mission, les principes et les mandats doivent être énoncés explicitement.

- 5.3.3 La mention du fait que l'usage des noms et des emblèmes de la croix rouge et du croissant rouge se conformera à l'article 23 du Règlement sur l'usage de l'emblème et que des contrôles seront réalisés par la composante du Mouvement tout au long de la durée du contrat, avec le droit d'examiner et de modifier toutes communications avant leur diffusion.
- 5.3.4 L'entreprise doit déclarer qu'elle remplit les critères obligatoires (définis au paragraphe 3.3) et qu'elle continuera d'y satisfaire pendant toute la durée de l'accord. Les critères obligatoires doivent être énoncés dans l'accord.
- 5.3.5 Des clauses de dénonciation autorisant la composante du Mouvement à mettre fin immédiatement et publiquement au contrat si :
- a. la société se rend coupable d'une violation grave du contrat, en particulier si elle ne satisfait plus les critères obligatoires ;
  - b. les opérations menées dans le cadre de l'association nuisent à la réputation d'une composante du Mouvement par suite d'un changement du comportement de l'entreprise ou de la façon dont l'opinion publique perçoit ses pratiques.
- 5.3.6 La mention du fait que le partenariat entre la composante du Mouvement et l'entreprise ne doit en aucune manière porter à croire que le Mouvement ou l'une quelconque de ses composantes cautionne<sup>15</sup> l'entreprise, ses produits, ses politiques ou ses services.
- 5.3.7 La mention du fait qu'aucune composante du Mouvement ne peut accorder d'exclusivité formelle et illimitée<sup>16</sup> à une entreprise ni accepter que soit limitées ses possibilités de nouer des partenariats avec d'autres sociétés. Dans certains cas, il peut être judicieux d'accorder l'exclusivité dans un but précis et pour une période donnée, dans le cadre des activités entreprises.
- 5.3.8 La mention du fait que la composante du Mouvement n'est en aucun cas tenue d'acheter les produits, biens ou services de l'entreprise en raison de l'accord. Toute transaction commerciale avec l'entreprise fera l'objet d'un accord séparé.

#### 5.4 **Éléments recommandés pour les contrats de partenariat :**

- 5.4.1 La durée du contrat/partenariat.
- 5.4.2 La reconnaissance que la composante du Mouvement accordera à l'entreprise en échange de son soutien. Cette reconnaissance sera proportionnelle au niveau de soutien de l'entreprise.
- 5.4.3 Une description de tous autres partenaires éventuels (tels que des contractants) susceptibles d'intervenir dans le partenariat. La composante du Mouvement peut choisir d'examiner l'un quelconque de ces partenaires.

<sup>15</sup> **Cautionne** : il est fait référence ici à une situation dans laquelle la composante du Mouvement est perçue comme « donnant l'impression qu'elle approuve formellement et explicitement les produits, les politiques ou les services d'une entreprise ». Conformément à l'article 23 du Règlement sur l'usage de l'emblème : « Il ne peut résulter aucune confusion dans l'esprit du public entre les activités ou la qualité des produits de l'entreprise contractante, d'une part, l'emblème ou la Société nationale, d'autre part. ».

<sup>16</sup> **Exclusivité** : Désigne une situation dans laquelle une composante du Mouvement accepte que le partenaire commercial soit son seul partenaire pour une période de temps non définie.



- 5.4.4 Les conditions pour la gestion de tous différends ou événements imprévus.
- 5.4.5 La mention du fait que l'entreprise limitera au minimum les risques financiers et commerciaux pour la composante du Mouvement, notamment les problèmes d'ordre fiscal qui pourraient se poser.
- 5.4.6 La désignation, au sein de l'entreprise, d'un interlocuteur chargé de s'occuper du partenariat.
- 5.4.7 La mention du fait que l'entreprise ne peut pas céder ce contrat à une autre personne morale si elle est rachetée par une autre entreprise, en cas de mise en liquidation volontaire ou forcée, ou si un administrateur judiciaire est désigné pour tout ou partie des activités de la société.
- 5.4.8 S'agissant des **accords de commercialisation liés à la défense d'une cause**, la mention du fait que l'entreprise accepte de garder (séparément) toutes les pièces comptables se rapportant au partenariat et d'en assurer l'accès sur demande à la composante du Mouvement. La composante du Mouvement se réserve le droit de commander un audit indépendant des livres de la société relatifs au partenariat. L'audit sera payé par l'entreprise. La société doit également mettre à la disposition des consommateurs des informations complètes et précises sur le don résultant de leur achat, y compris sur le montant de ce don.
- 5.4.9 Le montant du revenu qui sera mis à disposition en tant que don préalable, le cas échéant.
- 5.4.10 La mention du fait que le partenariat fera l'objet de contrôles, d'examens et d'évaluations, à intervalles réguliers, de la part des deux partenaires durant toute la durée de l'accord, ainsi que d'un examen formel à la fin du partenariat.

## **6. MISE EN ŒUVRE**

- 6.1 La présente Politique doit être appliquée à tous les niveaux du Mouvement (local, national et international).
- 6.2 Chaque composante du Mouvement – la Fédération, le CICR et les Sociétés nationales - est individuellement responsable de la mise en œuvre de la Politique, et de la communication des instructions correspondantes à ses bénévoles et à son personnel.
- 6.3 Le Secrétariat de la Fédération et le CICR assureront la diffusion de la Politique auprès de toutes les composantes du Mouvement ; les Sociétés nationales sont chargées de diffuser la présente Politique au niveau interne auprès de toutes les sections et de tous les comités locaux et de veiller à ce qu'elle soit appliquée correctement.
- 6.4 Le Secrétariat de la Fédération et le CICR sont expressément chargés de veiller à ce que la Politique soit pleinement respectée et mise en œuvre par le Mouvement dans son ensemble. Ils aideront les composantes du Mouvement à échanger leurs données d'expérience en utilisant la Politique, et feront le point sur son application à tous les niveaux du Mouvement.
- 6.5 Le suivi des activités de partenariat avec le secteur privé et l'observation de la Politique feront partie du processus d'auto-évaluation des Sociétés nationales de la Fédération, et à ce titre seront passés en revue régulièrement.

- 6.6 Sur la base de l'examen décrit au paragraphe 6.5, le Secrétariat de la Fédération et le CICR analyseront la mise en œuvre de la Politique et formuleront des recommandations d'amélioration de la Politique au Conseil des Délégués.
- 6.7 Chacune des composantes du Mouvement doit informer les autres de ses relations avec les entreprises multinationales, et les Sociétés nationales tiendront le Secrétariat de la Fédération informé de ces questions.
- 6.8 La présente politique s'applique à compter de la date de son adoption à tout nouveau contrat de partenariat ainsi qu'à tout renouvellement ou extension d'un tel contrat.
- 6.9 Il est recommandé d'appliquer la politique à chaque étape du développement d'un partenariat avec le secteur des entreprises.