SANTROPOL ROULANT

POLITIQUE DE PARTENARIAT CORPORATIF DE SANTROPOL ROULANT

CRÉÉE EN JANVIER 2020,
MISE À JOUR ET TRADUITE EN OCTOBRE 2021

111 rue Roy est,
Montréal, Québec
H2W 1M1
santropolroulant.org
514-284-9335

CONTEXTE

Dans le passé, Santropol Roulant n'avait pas de ligne directrice ou de politique officielle pour prendre des décisions concernant les partenariats corporatifs. Les compagnies de tabac et les fabricants d'armes ont été spécifiquement identifiés dans une politique officielle du Roulant comme étant des partenaires corporatifs indésirables. Des conversations plus larges ont eu lieu au sujet d'autres partenaires potentiels sans l'adoption d'une pratique officielle. Les décisions spécifiques ont historiquement été prises sur une base ponctuelle, en fonction des recommandations signalées et défendues par des membres du personnel individuels.

OBJECTIF

La politique de partenariat corporatif suivante permet au personnel de Santropol Roulant d'évaluer l'alignement des valeurs d'un partenaire corporatif avec la mission et les valeurs du Roulant. Santropol Roulant vise à collaborer avec les entreprises partenaires en toute transparence et authenticité et de souligner l'importance de l'alignement des valeurs dans le processus de prise de décision. De plus, le Roulant souhaite communiquer l'importance d'un engagement auprès de ses partenaires d'entreprise pour le changement social, souvent en commençant par une conversation parfois difficile qui permet d'avoir un plus grand impact pour l'ensemble de la communauté.

COMMENT LE ROULANT COLLABORE-T-IL AVEC LES ENTREPRISES PARTENAIRES

Santropol Roulant COLLABORE avec des entreprises et des sociétés pour les activités suivantes :

- Bénévolat et visites
- Locations et entrepreneuriat social
- Dons, collecte de fonds par des tiers et dons en nature
- Commandite (y compris la visibilité)

Santropol Roulant NE COLLABORE PAS avec des entreprises et des sociétés pour les activités suivantes, quelles que soient les circonstances :

- Commandites de droits de dénomination*

*Un type de partenariat dans lequel une entreprise, une personne ou une autre entité achète le droit de nommer une installation, un objet, un lieu, un programme ou un événement, généralement pour une période de temps définie.

LE PROCESSUS DE PRISE DE DÉCISION

L'équipe de la collecte de fonds évalue l'alignement des valeurs entre le partenaire corporatif et Santropol Roulant, en se basant sur la mission, les valeurs et les principes fondamentaux du Roulant ainsi que sur les 5 catégories ci-dessous. Les prochaines étapes peuvent être évaluées en fonction de la force de l'alignement des valeurs dans toutes les catégories.

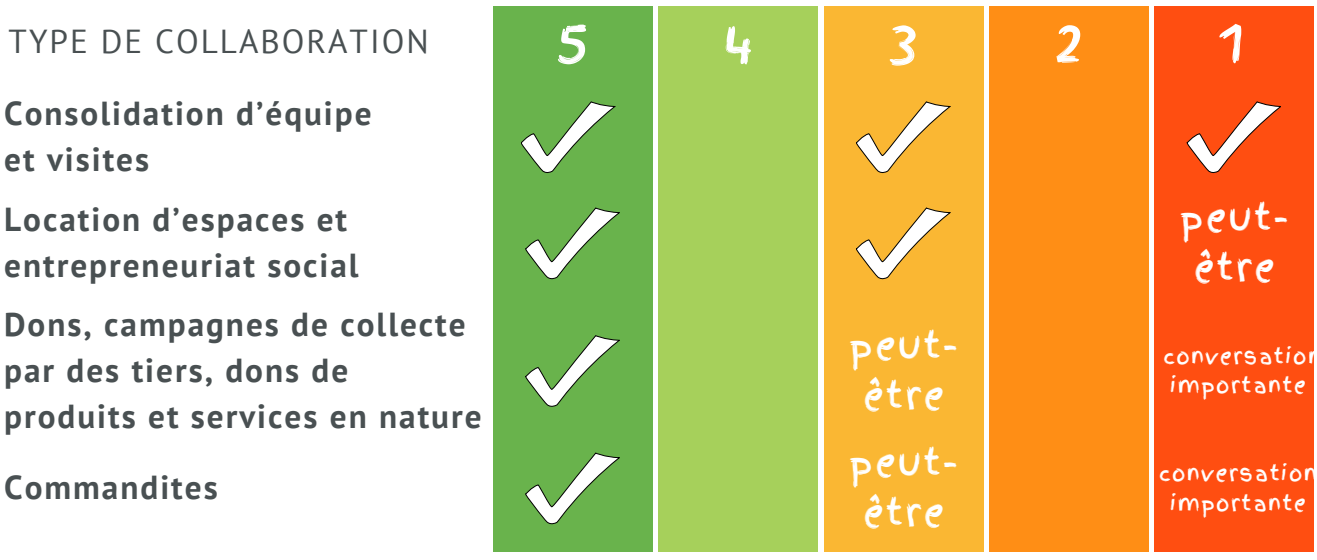
I. ÉVALUATION DE L'ALIGNEMENT DES VALEURS

D'abord et avant tout, les politiques ou les activités de l'entreprise ou de la société ne doivent pas contredire fondamentalement le mandat et les principes fondamentaux de Santropol Roulant, avoir un impact négatif sur les groupes cibles du Roulant ou nuire de quelque façon que ce soit à la réputation de Santropol Roulant.

Le partenaire corporatif potentiel sera évalué en fonction de l'alignement de ses valeurs, notamment :

- Le respect des droits et des pratiques en matière de travail;
- L'impact des produits ou des pratiques sur la santé humaine et l'environnement;
- L'impact des produits ou des pratiques sur les systèmes humains et les communautés, comme la disparité des richesses;
- La mise en œuvre de pratiques d'investissement orientées vers la communauté;
- L'existence et le respect d'un mandat de responsabilité sociale de l'entreprise.

II. ÉTAPES SUIVANTES EN FONCTION DE L'ALIGNEMENT



LE PROCESSUS DE PRISE DE DÉCISION

III. QU'ADVIENT-IL LORSQUE L'ALIGNEMENT EST FAIBLE? (1-2)

Consolidation d'équipe et visites

Partenariat? Oui
Pourquoi? Il s'agit d'un moyen de se rapprocher de l'entreprise partenaire et de l'influencer. C'est aussi généralement un outil bénéfique pour les membres du personnel et un instrument éducatif et de collecte de fonds efficace.

Location d'espaces et entrepreneuriat social

*En pause en date d'octobre 2021

Services et événements internes? Oui
Pourquoi? Il s'agit d'un moyen de se rapprocher de l'entreprise partenaire et de l'influencer. Il y a généralement peu ou pas de promotion externe des événements internes ou de l'achat de services d'entrepreneuriat social.

Événements publics? Peut-être
Pourquoi? Bien que la possibilité de se rapprocher et d'influencer soit toujours un facteur, les entreprises dont l'alignement est faible peuvent tenter de tirer parti de la réputation de Santropol Roulant pour redorer ou blanchir une image publique défavorable. Évaluation au cas par cas du niveau de promotion publique et du risque pour le Roulant d'être associé à une entreprise ou à une campagne qui ne s'aligne pas bien avec ses valeurs.

Dons, campagnes de collecte par des tiers, dons de produits et services en nature

Conversation importante (voir ci-dessous)
À noter: Certains dons proviennent de nos plateformes web sans avoir été sollicités et sans notification préalable. La conversation importante peut alors prendre la forme d'un suivi et serait plutôt orientée autour de la reconnaissance dans notre rapport annuel et sur notre site web (norme pour les dons supérieurs à 500$). Le résultat pourrait être que le donateur ne soit pas reconnu publiquement.

Commandites

Conversation importante (voir ci-dessous)

LE PROCESSUS DE PRISE DE DÉCISION

IV. DES CONVERSATIONS IMPORTANTES

Lorsque les entreprises partenaires potentielles ont un faible alignement de valeurs dans une ou plusieurs catégories, la conversation autour du partenariat doit se concentrer sur quelques questions clés :

Le partenaire est-il prêt à avoir une conversation sur son impact, à se mobiliser et à être influencé?
Cela peut prendre la forme d'une présentation, d'une visite ou de bénévolat. Cela devrait aller plus loin qu'une conversation en tête-à-tête avec un seul contact au sein de l'entreprise.

Si non, fin de la conversation.

Si oui, est-ce que le partenaire veut de la visibilité?

Si non, OK.
Rédaction d'un contrat qui le précise, afin qu'il ne crée pas de visibilité compromettant l'entente.

Oui, déterminez s'il est possible de les convaincre du contraire. Examinez à nouveau l'alignement des valeurs :

Si faible, alors c'est non.
Si moyen, alors nous voulons contrôler le niveau de commandite et l'audience.
- OK : site web, rapport annuel, reconnaissance lors d'événements.
- Non : médias sociaux.

Si fort alignement, alors oui à tout ce qui précède, y compris les médias sociaux.

Une note sur la visibilité
Les outils de visibilité et de communication peuvent être mis à profit pour souligner les possibilités de changement social des partenariats. Le Roulant contrôle ces messages à sa propre discrétion.