

**13:34 LE 17/11/2004 (SCRIPT)**

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Pendant longtemps l'univers des ONG était hermétique au monde de l'entreprise et inversement. Mais aujourd'hui de plus en plus de salariés d'entreprises prennent des congés pour aller vivre autre chose. Et les liens entre les ONG et les entreprises se tissent peu à peu. Le secrétaire général du comité national des conseillers du commerce extérieur, Jean-Marie Aoust, est l'invité du 12/14, il vient de publier « Quand ONG et PDG osent ». Jean-Marie Aoust bonjour, alors tout d'abord qu'est-ce que c'est qu'un conseiller du commerce extérieur, c'est une notion un peu complexe mais officielle ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Tout à fait officielle. Nous sommes 3 600 par le monde, hommes et femmes de terrain, d'entreprises, qui ont une grande compétence dans le domaine international. Nous sommes nommés par décret du premier ministre, sur proposition du ministre délégué au commerce extérieur pour une durée de trois ans. C'est une institution ancienne puisque nous avons fêté notre centenaire en 1998.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Pourquoi ce livre « Quand ONG et PDG osent » ? Vous vous êtes intéressé à l'univers des ONG ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Disons que dans le cadre de notre mission de conseillers du commerce extérieur de la France, nous réfléchissons à un certain nombre de problèmes, de problématiques en liaison avec les pouvoirs publics et nous avons créé, il y a de cela deux ans, un groupe de travail sur cette problématique ONG et entreprises, considérant qu'on voyait monter le phénomène des ONG, notamment auprès des multilatéraux et on s'est dit : il y a sûrement une montée auprès des entreprises, donc nous nous sommes penchés, dans le cadre d'un groupe de travail qui réunissait non seulement des conseillers du commerce extérieur, mais également des membres de Bercy et des membres d'ONG.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Vous avez trouvé des expériences déjà intéressantes au sein des entreprises et des collaborations avec les ONG ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Tout à fait. Disons que le titre du livre étant « Quand ONG et PDG osent », nous avons pris le parti de dire que ça pouvait marcher, contrairement à certaines idées préconçues où on voit les ONG parler de la voracité des entreprises, du côté prédateur, où les entreprises parlent d'inefficacité ou du côté messianique des ONG. Or en fait on s'aperçoit – c'est né, c'est vrai, dans des circonstances un peu particulières puisque c'est les sorties de crises qui ont amené au départ les ONG et les entreprises à coopérer, les ONG étant sur le terrain les premières, les entreprises une fois la période d'urgence passée arrivent pour la phase de reconstruction et là se sont créés des liens entre ONG et entreprises.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Donnez-nous des exemples de liens significatifs entre une entreprise et une ONG ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Il y a le phénomène dit du développement durable qui est rentré aujourd'hui...

**HEDWIGE CHEVRILLON**

C'est presque devenu un poncif, tellement on l'utilise.

**JEAN-MARIE Aoust**

Les entreprises ont été en grande partie sponsorisées par les ONG, les entreprises aujourd'hui se rendent compte que non seulement elles ont un impact économique, mais elles peuvent avoir un impact social, environnemental, éthique dans leur comportement, et en conséquence un certain nombre d'entreprises ont décidé, soit à travers des fondations, soit dans le cadre de partenariats, de mécénats, de parrainages, de travailler avec les ONG.

Il y en a un certain nombre cités dans le livre, l'exemple de Lafarge qui a fait un accord avec WWF, le Fonds mondial pour la protection de la nature et c'est un accord entre ces deux entités, c'est-à-dire une ONG et un groupe comme Lafarge, qui est le numéro un du ciment dans le monde, qui est de par son activité un gros émetteur de CO2 et Lafarge a eu le courage de s'associer avec WWF pour essayer de réduire ses émissions et le faire sous la surveillance d'une ONG, en l'occurrence WWF.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Pour qu'un accord soit satisfaisant de la part des deux parties, il faut que chacun y trouve son compte. Alors vous avez étudié de nombreux exemples, Jean-Marie Aoust, à travers votre livre. Qu'est-ce qui vous paraît important pour les entreprises dans le cadre d'un accord avec une ONG ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Beaucoup de gens disent que les entreprises font ça comme une sorte de marketing déguisé...

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Il y a un côté image, promouvoir l'image d'une entreprise.

**JEAN-MARIE Aoust**

Je pense qu'il ne faut pas jouer l'omerta, il y a un côté image de l'entreprise, c'est sûr, mais d'un autre côté il y a une évolution qui fait que pour l'entreprise et surtout pour ses salariés comme ses actionnaires, l'image donnée dans une coopération avec une ONG est positive.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Donnez-nous des exemples, vous avez parlé de Lafarge mais en quoi ça peut être positif ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Pour Lafarge c'est d'une part très contraignant, puisqu'il ne peut pas sortir le moindre communiqué, son rapport annuel, sans avoir le sceau de WWF inscrit dessus. Donc il doit en tenir compte, c'est un certain nombre de contraintes, mais il est sûr que pour une activité comme l'activité cimentière qui est quand même reconnue comme très polluante, le fait d'avoir la signature ou le logo de WWF, du petit panda, sur son rapport, montre que c'est une entreprise qui devient citoyenne et qui donc fait des efforts dans le sens de la réduction de ses effets de CO2.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Quel est l'avantage fiscal pour une entreprise qui veut créer sa fondation ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Il y a une nouvelle loi sur les fondations qui a un certain nombre d'avantages fiscaux qui sont attribués dans le cadre de cette activité. Il en est de même pour le mécénat.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Mais est-ce qu'ils sont suffisants pour inciter de nouvelles entreprises à créer leur fondation ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Rien n'est jamais parfait, on peut toujours espérer que s'il y avait un peu plus d'incitations fiscales il y en aurait encore plus. Mais je pense que c'est un phénomène qui est en train de démarrer, la France a créé une loi sur les fondations qui n'existait pas...

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Justement certains disent qu'elle est largement insuffisante. Vous, en tant que conseiller extérieur, en tant que chef d'entreprise, vous estimez qu'elle est suffisante ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Si on la compare aux lois sur les fondations dans d'autres pays étrangers, on peut considérer qu'elle n'est pas encore suffisante et qu'elle pourrait être améliorée.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Alors le titre de votre livre c'est « Quand ONG et PDG osent », parce que selon vous c'est vraiment au plus haut sommet que doit se prendre l'initiative d'une telle coopération ?

**JEAN-MARIE Aoust**

C'est certain. Si on veut que ça marche il faut que le management de l'entreprise, à commencer par son président, soit mobilisé et y croie. Si c'est simplement une initiative sans que le haut management soit impliqué, on peut penser que ça restera au niveau d'un département de l'entreprise, d'une unité de production mais pas l'ensemble de l'entreprise.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Je parlais des salariés au sein d'une entreprise qui ont envie très souvent, notamment avec les 35 heures, d'aller dans des ONG. Est-ce que vous décrivez aussi ce phénomène ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Tout à fait, on se réfère aux lois sur le volontariat international. Cette loi a été modifiée également et améliorée, ce qui permet une meilleure protection pour les gens qui partent. Il y a d'autre part des moyens de subventions de l'entreprise pour les aider à partir. Je crois que tout ça va dans le bon sens et qu'on verra de plus en plus certains salariés prendre de leur temps pour aller passer un certain temps sur place.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Vous publiez des chiffres sur le nombre de salariés au sein des entreprises qui partent aujourd'hui ?

**JEAN-MARIE Aoust**

On n'a pas à l'heure actuelle de statistiques très précises. On a quelques exemples mais ça n'a pas valeur de statistiques.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Vous trouvez que la France est en retard en terme de fondations et de liens avec des ONG ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Disons que la France a un certain retard mais il y a une chose qui n'apparaît pas dans le livre, on le mentionne dans l'introduction, on ne cite que quelques exemples, il y en a beaucoup plus en réalité. Je prendrai l'exemple de la fondation Veolia dont on ne parle pas parce qu'elle a été créée au mois de mai, au moment où le livre était déjà sous presse. Mais c'est une fondation importante, richement dotée, et on peut penser que d'autres exemples vont continuer. Donc la France a cette image de marque de paraître un peu en retard mais en réalité je crois que nous ne sommes plus très loin.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Pour ceux qui ont envie de se renseigner, vous citez à la fin de votre livre différents sites, quels sont les plus appropriés et qu'est-ce que vous conseillez à nos auditeurs qui sont intéressés, soit pour créer une entreprise, s'il s'agit de PDG, ou alors de salariés qui ont envie d'aller vivre des expériences autres ?

**JEAN-MARIE Aoust**

Je leur conseillerai, parce que je ne vais pas citer tous les sites, mais le mieux c'est d'acheter le livre, je crois qu'il y a quatre ou cinq pages de références de sites et je crois que s'ils achètent le livre ils verront que tous sont des sites tout à fait professionnels et bien faits.

**HEDWIGE CHEVRILLON**

Merci Jean-Marie Aoust, je rappelle que vous êtes le secrétaire général du Comité national des conseillers du commerce extérieur et je rappelle le titre de votre livre « Quand ONG et PDG osent », et on peut le trouver aux éditions Hérol.