



Fondsenwervingsplan



Criteria voor samenwerking met bedrijven JMA

Inleiding

Dit document is bedoeld voor intern gebruik. Het is opgesteld, omdat JMA nu en dan samenwerkt met bedrijven. Soms gaat het daarbij om zuiver inhoudelijke samenwerking met een concreet milieudoel, soms is er daarnaast sprake van een financiële component. Om die samenwerking beter te reguleren en risico's – bijvoorbeeld in de vorm van reputatieschade (denk hierbij aan de onafhankelijkheid van MD en de eventuele publicitaire schade die een samenwerking met een bedrijf kan aandoen.) – tot een minimum te beperken, hebben we criteria opgesteld.

Deze criteria gelden alleen voor financiële verbanden met bedrijven.

Bij samenwerking met bedrijven gelden allereerst de FoEI Fundraising Guidelines uit het FoEI Handbook (laatste update BGM 2008). Die regels zijn het uitgangspunt voor onze eigen richtlijnen. Ze kunnen worden samengevat in vier don'ts. Lid-organisaties van FoEI worden geacht geen geld aan te nemen van:

1. Multinationals (letterlijk: transnational corporations)
wij interpreteren dit als volgt: Multinationals zijn zo enorm dat het erg moeilijk wordt voor JMA om legitiem te onderzoeken of zij als multinational geen mensenrechten schenden of milieuschade toebrengen aan de wereld.
- 2; Bedrijven waar (young) FoEI en haar bondgenoten campagne tegen voeren;
3. Bedrijven uit de volgende sectoren: fossiele brandstoffen, chemie, autoindustrie, houtwinning, afvalverbranding, kernenergie, vliegtuigmaatschappijen, wapenindustrie, dierproeven, gentech, tabaksindustrie, particuliere waterwinning. En geen bedrijven uit de lijst die FoEI nog samen met lid-organisaties gaat opstellen.
4. Banken of investeerders die minimaal een van bovengenoemde sectoren financieren.
Toelichting: JMA maakt wel onderscheid tussen de duurzame en de vervuulende bedrijven. JMA vindt dat afvalverwerking niet bij de criteria behoort, aangezien dit alleen maar milieuvervuulend is als afval verbrand wordt. Recycling is bijvoorbeeld een duurzame manier van afvalverwerking.
Voorbeeld: van Ganzewinkel is een afvalverwerkingsbedrijf, maar voert haar bedrijfsvoering, en productieprocessen op een duurzame manier uit. Hierdoor is Ganzewinkel een GO.

In dit document maken we onderscheid tussen criteria waaraan bedrijven moeten voldoen, criteria waaraan de samenwerking zelf (het project) moet voldoen, de te volgen procedure en uitgangspunten voor de woordvoering en communicatie.

De criteria zijn over het algemeen en met opzet ruim geformuleerd om een lange, gedetailleerde lijst te vermijden. Als we bijvoorbeeld zeggen dat we alleen samenwerken met bedrijven van onbesproken gedrag, bedoelen we daarmee dat bedrijven zich aan de wet houden, mensenrechten eerbiedigen, niet in een juridisch strijd verwickeld zijn met burgers, omwonenden of maatschappelijke organisaties et cetera. Dit impliceert gelijk ook, dat we pas een samenwerking aan kunnen gaan als we **voldoende onderzoek** hebben gedaan naar een bedrijf.

Dit onderzoek zullen we doen volgens de nog te bepalen stappen voor het vooronderzoek. Deze stappen zullen nog in kaart gebracht worden. Het stappenplan van Milieudefensie zal als uitgangspunt voor ons vooronderzoek worden gebruikt.

Onderzoek naar prospects (potentiele partnerbedrijven) zal altijd onder verantwoordelijkheid van de financiële medewerker/ penningmeester vallen. Dit stappenplan moet strict gehanteerd en doorlopen worden alvorens contact opgenomen wordt met het bedrijf in kwestie.

Afbakening

Eenzijdige **giften** van bedrijven, waarover geen afspraken zijn gemaakt, vallen niet onder dit beleid tenzij het gaat om zeer bekende vervuilende bedrijven zoals Shell/ BP etc.

Dit beleid heeft alleen betrekking op **samenwerking** met bedrijven. Daarbij maken we onderscheid tussen samenwerking die milieuresultaat tot doel heeft en samenwerking waarbij dit niet het geval is. De laatste categorie noemen we sponsoring. Bij **sponsoring** is, i.t.t. giften, wel sprake van een vooraf overeengekomen tegenprestatie (van JMA of Milieudefensie). Dit beleid dient ten alle tijde gehanteerd te worden.

A. Waaraan moeten bedrijven voldoen?

1. Milieudefensie werkt alleen samen met bedrijven die van onbesproken gedrag zijn en transparant zijn over hun sociale en milieu-impact. Onder transparantie verstaan we (dat JMA altijd inzage kan krijgen in belangrijke documenten zoals: jaarverslagen/ visiestukken etc. JMA moet na onderzoek kunnen concluderen of het bedrijf in kwestie aan de gestelde criteria voldoet.

We werken niet samen met bedrijven die in de FoEI Fundraising Guidelines worden uitgesloten.

Bij bedrijven die in meerdere landen actief zijn, zijn we extra voorzichtig. Als je in meerdere landen actief bent, ben je namelijk al een multinational.

2. We werken alleen samen met bedrijven die zich in hun sector wat duurzaamheid betreft in de voorhoede bevinden of koploper zijn. We staan verder open voor samenwerking met bedrijven die als gevolg van samenwerking met JMA of door hun eigen inspanningen (aantoonbaar) in de voorhoede terecht gaan komen. Sponsorrelaties gaan we uitsluitend aan met koplopers of bedrijven die zich in de voorhoede bevinden.

Toelichting: JMA is een kleine werkorganisatie, samenwerking met bedrijven op koplopers niveau zal hierdoor worden bemoeilijkt.

3. We werken alleen samen met bedrijven die we zelf hebben onderzocht. Omdat JMA onvoldoende financiële middelen in huis heeft om bedrijven door te lichten door SOMO of ander onafhankelijk adviesbureau, onderzoeken we de bedrijven in de regel zelf, of met (nog aan te stellen) medewerker/ vrijwilliger/ stagiair. Wel adviseren we de doorslaggevende prioriteiten van SOMO als leidraad te gebruiken in het onderzoek.

4. Het bedrijf boekt substantiële, openbare en verifieerbare milieu resultaten, of gaat dat als resultaat van de samenwerking doen, en rapporteert daar publiekelijk (transparant) over in zijn jaarverslag.

5. We gaan geen samenwerking aan met bedrijven waartegen een andere lid van FoEI of een andere collega NGO campagne voert of als de voorgenomen samenwerking een van onze eigen campagnes hindert.

Als JMA een potentieel bedrijf gescreend heeft voor samenwerking. Kunnen we een contactpersoon uit de werkgroep bedrijven van milieudefensie inschakelen voor advies.

B. Waaraan moet de samenwerking voldoen?

1. Samenwerking met bedrijven voldoet aan de richtlijnen van FoEI (Fundraising Guidelines). Bij twijfel wordt het FoEI-bestuur geraadpleegd.

2. Samenwerking met bedrijven wordt altijd vastgelegd in een contract dat minimaal het volgende omvat:

- Een projectplan (waarin, naast de gebruikelijke onderdelen, ook de verdeling van de kosten en de baten – financieel en in natura – worden vastgelegd).
- De duur van de samenwerking (zie ook B3).
- De reikwijdte van de samenwerking: een duidelijke omschrijving van wat wel en wat niet onder de samenwerking valt (zodat Milieudefensie zich niet gebonden voelt aan het bedrijf op thema's of in omstandigheden waarop het partnerschap geen betrekking heeft).
- Clausules voor het voortijdig beëindigen of verlaten van de samenwerking.
- Intellectueel eigendom, eventueel logo-gebruik en de vrijheid om derden te informeren (waaronder media).

3. Een samenwerkingsovereenkomst (contract) beslaat maximaal een periode van 1 jaar. Contracten kunnen jaarlijks met maximaal 1 jaar verlengd worden. Alleen als daar dringende, inhoudelijke redenen voor zijn, kan van deze termijnen worden afgeweken. Voordat een overeenkomst wordt verlengd, wordt beoordeeld of de samenwerking geen ongewenste invloed heeft op de koers en de inhoudelijke lijn van JMA. Ook in acht nemend dat de bestuurstermijn 1 jaar duurt is het raadzaam geen meerjarige samenwerking aan te gaan met een bedrijf.

4. De algemene begroting van JMA wordt voor maximaal 50 procent gedekt door bedrijven. Per bedrijf geldt een maximum van 10 procent. Voor projectaanvragen geldt geen restrictie. *(ons beleid verschilt hier van dat Milieudefensie omdat de jaarbegroting van JMA significant kleiner is als die van MD.)*

5. De samenwerking met een bedrijf dient nooit puur als stimulans voor de verkoop van een product. Een bedrijf mag geen geld verstrekken aan JMA als deze een invloedrijke positie binnen de organisatie heeft.

Voorbeeld: De Directeur van Saint basics zit in de RvA. Wij traden sterk af om nog geld van Saint Basics aan te nemen in deze context

6. De behaalde milieuresultaten vormen een substantieel resultaat ten opzichte van de milieubelasting van de totale bedrijfsvoering (geen greenwashing). Het zijn bovendien stappen

op weg naar duurzaamheid die aansluiten bij de oplossingsrichtingen die Milieudefensie in het

Algemeen Beleidsplan omschrijft.

7. JMA verbindt haar naam en/of logo alleen aan duurzaamheidskoplopers en bedrijven die zich in de voorhoede van duurzaamheid bevinden of aan bedrijven die door de samenwerking met JMA duurzaamheidskoploper of in de voorhoede terecht komen.

Afspraken daarover worden in het samenwerkingscontract met het bedrijf vastgelegd.

8. Zolang de samenwerking met JMA loopt, werkt de samenwerkingspartner niet samen met andere bedrijven en instellingen waarvan de activiteiten conflicteren met de richtlijnen uit dit document. Gebeurt dat wel dan kan dat reden zijn de samenwerking te beëindigen.

C. Procedure

1. Afhankelijk van de aard van een voorgenomen samenwerking is de betrokken campagne, het projectteam en/of fondsenwerving verantwoordelijk voor de uitvoering van de werkzaamheden die uit een samenwerking voortvloeien (inclusief het opstellen van een concept overeenkomst).
2. De voorgenomen samenwerking en het (concept) contract met een bedrijf worden altijd in het Bestuur en MT besproken en tussentijds minimaal 3 maal per contractjaar geëvalueerd.
3. Nieuwe contracten en de verlenging van bestaande contracten worden getekend door de directeur.
4. Het bestuur en het MT ziet toe op de naleving van de hier geschetste procedures, criteria en checks en waakt over de uit de contracten voortkomende verplichtingen.
5. De Algemene Leden van JMA worden achteraf geïnformeerd over de samenwerking met een bedrijf, of vooraf indien mogelijk.
6. Als een bedrijf waarmee JMA een samenwerking is aangegaan – om welke reden dan ook – in opspraak komt, wordt dit als een potentiële crisis opgevat en komt het issue-team direct bijeen. (Het crisisteam bestaat uit de voorzitter en penningmeester JMA/ en de desbetreffende projectmanager MD en eventueel persvoorlichting MD). Dit gebeurt ook als een bedrijf – om welke reden dan ook – de samenwerking met JMA eenzijdig opzegt en daarover naar buiten toe mededelingen doet. Of als een bedrijf zich naar buiten toe negatief uitlaat over de samenwerking met JMA.
7. Het bestuur i.s.m. MT beslist over het (voortijdig) beëindigen van de samenwerking met een bedrijf en over het voeren van actie tegen een bedrijf waarmee JMA een samenwerkingsovereenkomst heeft.

D. Woordvoering en communicatie

1. Woordvoering over samenwerking met bedrijven berust in beginsel bij de voorzitter JMA. Als de vragen daar aanleiding toe geven (lees: vooral inhoudelijk van aard zijn) of de voorzitter niet beschikbaar is, neemt de betrokken campagneleider of ander bestuurslid deze rol over.
2. JMA is transparant, daarom is informatie over onze samenwerking met bedrijven altijd openbaar. Over elke samenwerking met een bedrijf is op de website van JMA informatie te vinden: zowel over de inhoud van de samenwerking als over de looptijd en eventuele financiële of in natura afspraken. Deze informatie wordt gepubliceerd zodra de
3. 'Actie' is hier breed bedoeld. Het gaat om activiteiten in de openbaarheid en activiteiten die voor media-aandacht kunnen zorgen. Dat kan variëren van het verspreiden van kritische berichten via social media, een kritisch persbericht of de publicatie van een kritisch rapport, tot een actie op de stoep van het bedrijf.

Criteria voor samenwerking met bedrijven 3/4overeenkomst getekend is. JMA verwacht van samenwerkingspartners dat zij zich dienovereenkomstig opstellen.

3. Een samenvatting van deze informatie wordt ook altijd in ons jaarverslag gepubliceerd.

4. Over elke samenwerking met een bedrijf wordt een QenA opgesteld. Dat gebeurt voordat daarover via de website of anderszins iets naar buiten wordt gebracht. De QenA wordt opgesteld door het betrokken campagneteam en persvoorlichting en afgestemd met de servicelijn, en vooraf aan de directeur voorgelegd.

5. Het betrokken campagneteam stelt in overleg met de samenwerkingspartner – en in aanvulling

op de contractueel vastgelegde afspraken – richtlijnen op voor de communicatie rond de samenwerking en het juiste gebruik van de naam en/of het logo van Milieudefensie. Deze richtlijnen worden afgestemd met persvoorlichting en vooraf aan de directeur voorgelegd.