



Politique nationale de relations avec les entreprises et d'acceptation des dons d'entreprise

Objet

La Société canadienne du cancer et le secteur privé peuvent travailler main dans la main pour lutter contre le cancer. La présente politique régit les relations avec les entreprises et l'acceptation de cadeaux de leur part afin d'assurer que ces relations que nous entretenons dans le cadre de nos activités de financement et de sensibilisation demeurent conformes aux buts et priorités stratégiques de la Société.

Nous avons élaboré cette politique afin que nos bénévoles et employés disposent de lignes directrices claires sur les relations appropriées avec les entreprises, de telle sorte que ces relations et les contributions qui en découlent viennent appuyer notre mission d'éradication du cancer et d'amélioration de la qualité de vie des personnes touchées par le cancer. Cette politique confirme en outre que la nature des liens qui unissent la Société aux entreprises est transparente et clairement exposée au grand public.

Nous sommes également conscients du lien qui unit nos activités de développement des ressources financières et notre travail de mission. Nos partenariats avec des entreprises peuvent contribuer à une plus grande mobilisation à l'égard de notre mission, tandis que nos activités de mission constituent souvent une occasion de renforcer l'esprit d'appartenance au sein de l'entreprise.

Portée

La présente politique s'applique à tous les échelons à notre organisation et touche toutes les relations avec :

- des entreprises;
- des organismes professionnels et groupes de l'industrie apparentés;
- des initiatives de financement menées par des tiers en collaboration avec une entreprise;
- des groupes d'employés agissant sous la bannière de l'entreprise;
- des fondations d'entreprise.

Ces relations peuvent apporter les avantages suivants à la Société :

- soutien financier (dons, commandites en argent, jumelage de dons d'entreprises, subventions aux organismes bénévoles, dons d'entreprises « en mémoire » et dons d'employés);
- dons en nature (don de biens ou de services);



- collaborations ou partenariats visant à amasser des fonds ou à sensibiliser;
- occasions d'encourager le bénévolat.

Les relations avec les fournisseurs et les investissements de fournisseurs ne sont pas visés par cette politique.

Cette politique fera l'objet d'une évaluation tous les deux ans pour garantir qu'elle est toujours d'actualité, qu'elle est conforme à la mission de la Société canadienne du cancer et qu'elle répond adéquatement à ses besoins.

Politique

La Société canadienne du cancer peut pressentir une entreprise ou amorcer avec une entreprise une relation qui lui apportera un avantage (sous la forme de fonds, de dons en nature ou d'avancement dans la poursuite de la mission) pour autant que :

- la relation avec l'entreprise est conforme aux buts et priorités stratégiques de la Société canadienne du cancer;
- l'entreprise en question est en règle, a bonne réputation et est en phase avec la Société canadienne du cancer sur le plan stratégique;
- il n'existe aucun conflit d'intérêts réel ou perçu.

Principes généraux et lignes directrices régissant toutes les relations avec les entreprises et les contributions d'entreprises

Ces principes et lignes directrices encadrent l'application de la présente politique afin d'assurer la protection des priorités et des intérêts de notre organisation.

- Nous n'endosserons explicitement aucun produit ou service de nature commerciale.
- Le droit d'utiliser notre raison sociale et notre logo (seul ou jumelé à d'autres dans le but de faire connaître les membres d'un partenariat) sera consenti aux entreprises selon les avantages que la Société tire de cette association et la réalisation des objectifs généraux de la relation ou du partenariat.
- La sécurité et la confidentialité de nos renseignements nationaux, divisionnaires, régionaux et locaux sur les donateurs, les patients, les bénévoles et les employés doivent être protégées.



- Si un de nos programmes ou services est soutenu par une entreprise, nous devons avoir l'assurance que la survie à long terme du programme ou du service ne sera pas mise en péril dans l'éventualité où l'entreprise retirerait son soutien.
- L'entreprise concernée n'exerce pas de pressions à l'encontre de la Société canadienne du cancer et ne s'oppose d'aucune façon aux efforts que nous déployons pour lutter contre le cancer.
- La relation n'entre pas en conflit avec les lignes directrices ou les énoncés de mission existants et n'enfreint pas nos règlements administratifs, nos procédures et nos règles ou politiques organisationnelles.
- La relation ne doit pas compromettre notre qualité d'organisme de bienfaisance.
- Les entreprises qui s'engagent dans une relation de marketing social avec nous doivent communiquer publiquement la contribution financière qu'ils prévoient verser, en précisant tout montant minimum ou maximum garanti.
- Les ententes de marketing social ne seront assorties d'aucun appui de la Société à des produits ou des services.
- Notre personnel de collecte de fonds s'engage à utiliser des pratiques qui respectent pleinement les droits de nos donateurs à une information juste et au respect de la vie privée. Nous nous engageons également à gérer de manière responsable les fonds qui nous sont confiés par les donateurs et à rendre compte de nos activités financière de manière exacte et complète.
- La Société canadienne du cancer peut choisir de refuser une contribution en argent ou en nature de la part d'une entreprise.
- La Société canadienne du cancer se conforme au Code d'éthique relatif à la collecte de fonds et à la responsabilité financière d'Imagine Canada et, à ce titre, adhère à ses pratiques reconnues pour la sollicitation et l'administration des dollars reçus en dons.

Lignes directrices particulières à certains secteurs ayant une incidence sur la lutte contre le cancer

Ces lignes directrices ont été élaborées en vue d'aider les bénévoles et les employés à définir les relations avec les entreprises qui sont acceptables



ou au contraire inacceptables parce qu'elles entrent directement ou indirectement en conflit avec la mission de la Société. Ces lignes directrices nous permettent de garantir que les avantages d'une éventuelle relation avec une entreprise l'emporteront sur les risques.

Malgré les limites que nous imposons aux relations avec les secteurs de l'industrie qui ont un impact négatif sur notre travail de lutte contre le cancer, nous accepterons les contributions financières de toutes les personnes et mettrons nos services à la disposition de toutes les personnes, quel que soit leur lien avec une industrie en particulier. De la même manière, nous fournirons l'information sur le cancer aux entreprises et groupes d'employés sans égard à leur secteur de l'industrie pourvu que l'utilisation ou la distribution de ce matériel n'implique pas un partenariat.

Tabac

- La Société canadienne du cancer n'acceptera sciemment aucun apport financier ou autre d'un fabricant, d'un grossiste ou d'un distributeur de produits du tabac, ou de toute société apparentée ou affiliée à une entreprise de tabac. La Société canadienne du cancer utilisera toutes les ressources raisonnables dont elle dispose afin de connaître le propriétaire et les filiales d'une entreprise.
- La Société canadienne du cancer n'acceptera pas sciemment l'apport financier ou autre d'une entreprise qui tire une part importante de ses revenus (plus de 30 % du revenu total) de la promotion, de la distribution ou de la vente de tabac.

Alcool

- Nous accepterons les dons de la part d'une entreprise qui fabrique, vend ou fait la promotion d'alcool, aux conditions suivantes :
 - Le don est versé sous forme de biens ou de services dans le cadre d'événements appropriés de la Société (par exemple une soirée de gala).
 - Le don est une commandite (droits payés en argent et/ou en biens et services) et les avantages de cette commandite sont obtenus sous le nom de l'entreprise et non sous la marque de commerce.
 - La reconnaissance est en lien avec le don et est exprimée au nom de l'entreprise et non de la marque de commerce.
- La Société canadienne du cancer ne s'impliquera dans aucune activité de marketing social avec une entreprise qui fabrique ou vend de l'alcool.

Aliments



- Nous accepterons l'apport financier d'une entreprise qui fabrique, vend ou promeut des aliments, ce qui inclut tous les produits alimentaires, les boissons et les restaurants, et reconnaitrons cet apport à la mesure du don fourni. La portée de la relation et la reconnaissance publique seront assujetties à des limites en fonction du type de produits offerts.
- Nous accepterons les commandites (en argent ou en dons de produits alimentaires et de services) de la part d'une entreprise qui prépare et vend des aliments, dans la mesure où les produits offerts cadrent avec les recommandations de la Société sur la saine alimentation.
- Nous accepterons les dons en nature d'une entreprise d'aliments ou de boissons ou d'un restaurant, dans la mesure où les produits offerts cadrent avec les recommandations de la Société sur la saine alimentation.
- Nous nous associerons avec une entreprise alimentaire ou un restaurant dans le cadre d'activités de marketing social à condition que l'entreprise/la marque cadre avec les recommandations de la Société sur la saine alimentation.

Dispositifs et équipements pharmaceutiques, biotechnologiques et médicaux

- Nous accepterons les dons en argent ou en nature (à l'exclusion des produits pharmaceutiques d'ordonnance eux-mêmes) et nous nous engagerons dans une relation avec une entreprise qui fournit des dispositifs et des équipements pharmaceutiques, biotechnologiques et médicaux pour autant que :
 - l'entreprise n'est mêlée à aucun litige lié à la loi et à la réglementation sur les aliments et drogues;
 - l'acceptation du don n'implique aucunement que la Société approuve un médicament en particulier.
- Nous accepterons les dons d'échantillons de produits en vente libre (ou de produits vendus sans ordonnance susceptibles de porter un DIN) aux fins de distribution lors d'événements appropriés de la Société, dans la mesure où ces produits cadrent avec nos politiques de lutte contre le cancer en vigueur.
- Nous pouvons fournir à ces entreprises de l'information sur le cancer et autoriser l'utilisation de cette information, notamment en permettant à leurs représentants de distribuer notre matériel d'information sur le cancer aux patients et professionnels de la santé.

Remèdes/traitements complémentaires et parallèles

- Nous n'accepterons pas sciemment de dons en argent ou en nature, pas plus que nous ne nous engagerons dans une relation avec :



- une entreprise qui fabrique tout aliment, produit médicamenteux non réglementé ou traitement dont on allègue qu'il traite ou prévient le cancer en l'absence de preuves scientifiques;
- une entreprise qui tire une part substantielle de son revenu (plus de 30 %) de la vente ou de la promotion d'aliments ou de produits médicamenteux non réglementés dont on allègue qu'ils traitent ou préviennent le cancer.

Produits d'analyse et de dépistage du cancer à domicile

- Nous n'accepterons pas sciemment de dons en argent ou en nature, pas plus que nous ne nous engagerons dans une relation avec une entreprise qui fabrique ou distribue des produits de dépistage du cancer à domicile non supervisés (par un professionnel de la santé) ou des trousseaux d'autodiagnostic de cancer, ou avec une entreprise qui tire une part substantielle de son revenu (plus de 30 %) de la vente ou de la promotion de tels produits.
 - Le test de recherche de sang occulte dans les selles (RSOS) et le test immunochimique de RSOS (TIRSOS) sont des exceptions à cette ligne directrice car ils ne permettent pas l'autodiagnostic.

Pesticides et herbicides

- Nous n'accepterons pas sciemment de dons en argent ou en nature, pas plus que nous ne nous engagerons dans une relation avec une entreprise qui fabrique des pesticides et/ou des herbicides.
- Nous accepterons les dons en argent ou en nature ou nous nous engagerons dans une relation avec un détaillant qui vend des pesticides et/ou des herbicides dans la mesure où cela ne représente pas une part substantielle de son revenu (plus de 30 %).
- Nous accepterons les dons en argent ou en nature ou nous nous engagerons dans une relation avec une entreprise qui fabrique ou vend des pesticides naturels qui ne présentent aucun risque de cancer.

Bronzage artificiel (aux rayons ultraviolets)

- Nous n'accepterons pas sciemment de dons en argent ou en nature, pas plus que nous ne nous engagerons dans une relation avec une entreprise qui fabrique, vend ou promeut de l'équipement de bronzage artificiel aux rayons ultraviolets, des lits ou des lampes de bronzage.
- Nous n'accepterons pas sciemment l'apport financier ou autre d'une entreprise si une portion substantielle de son revenu (plus de 30 % du revenu total) provient de la promotion ou de la vente de services de bronzage artificiel aux rayons ultraviolets (à l'exclusion des produits



de bronzage sans soleil qui ne contiennent pas d'ingrédients
carcinogènes).

Approuvé le 9 février 2012
Modifié le 4 avril 2012