



# Charte de l'Association

## Objectif Terre

# Introduction

Depuis mars 2003, l'association **OBJECTIF TERRE** promeut la défense et la protection de l'environnement via une radio et un site internet **FREQUENCE TERRE**. Elle encourage ainsi les bonnes pratiques environnementales et de développement durable.

Les chroniques d'information sur l'environnement produites par nos journalistes spécialisés dans les grandes thématiques environnementales sont aussi diffusées sur un réseau de radios FM et de web radios francophones, fédérées autour de la structure de production identifiée **NATUROPROD**.

Les partenariats sont développés dans une approche cohérente avec les statuts et l'esprit d'utilité publique d'Objectif Terre, veillant tout particulièrement aux questions d'éthique, d'indépendance et d'image de notre radio. L'approche du domaine qui nous occupe se fait sur les bases de l'approche du code de déontologie journalistique, de façon objective et sans parti-pris.

- La présente Charte des partenariats vise à présenter le cadre stratégique qui garantit le respect des valeurs défendues par l'association Objectif Terre et les partenariats à enjeux financiers engagés avec ses partenaires.
- La Charte des partenariats a été validée par le Conseil d'Administration d'Objectif Terre du 01 Juin 2013. Elle entre en application à partir du 01 juin 2013 et est rendue publique.
- Cette charte mise en œuvre par l'association Objectif Terre, initiatrice du projet doit servir de document de référence dans le cadre du montage d'une nouvelle structure coopérative (SCIC).
- Cette nouvelle structure (SCIC-SA) doit à terme remplacer l'association.



# Présentation

Association : **OBJECTIF TERRE.**

No de parution au JO: **20030020**

Département (Région) : **Paris (Île-de-France)**

Lieu parution : **Déclaration à la préfecture de police**

Type d'annonce : **Association / Création**

Date de la déclaration : **28 mars 2003**

Siège social : **3 rue Raoul Sberro - 95120 ERMONT.**

**Objet** : promouvoir la défense et la protection de l'environnement ; mettre en place tous les moyens à disposition pour faire parler de ses intérêts, radiophonie, presse écrite, site internet, lettres d'information, organisation d'événements (festivals, conférences, ...) y compris l'emploi de la technique télévisuelle.

# Définitions

- ▶ **FREQUENCE TERRE** est une radio thématique sur l'environnement et le easy listening dans la catégorie radio. (Fréquence Terre diffuse également de la musique identifiée dans les catégories « lounge, DownTempo, Ambient et World »). Les journalistes qui composent l'équipe de Fréquence Terre s'attachent à diffuser une information responsable et d'utilité publique dans le respect du code de déontologie du journalisme. Fréquence Terre se garde le droit de diffuser des chroniques éditoriales identifiées comme telles.
- ▶ **NATUROPROD** : Est une structure de production adossée à l'association OBJECTIF TERRE. Elle est l'interface entre la rédaction et les radios partenaires. Des contenus identifiés « Fréquence Terre » sont mis à disposition des radios qui doivent s'inscrire et s'identifier pour diffuser le contenu mis à leur disposition.
- ▶ **SCIC (société coopérative d'intérêt collectif)** : fonctionne sur le même mode que le GIE (groupement d'intérêt économique) et s'organise autour des principes de fonctionnement coopératif. Elle vise à regrouper et impliquer tous les acteurs de l'environnement (collectivités, fondations, associations, privés, bénévoles...) pour mieux sensibiliser le grand public à la problématique environnementale. Ce groupement vise à défendre les intérêts de l'écologie en utilisant principalement les moyens médiatiques, en particulier Fréquence Terre (principal support initiateur du projet) et d'autres supports média comme la télévision, les panneaux d'affichage, les radios, la presse écrite...
- ▶ Une nouvelle charte sera validée par les membres fondateurs de la SCIC lors du dépôt de ses premiers statuts devant le tribunal de commerce compétent.
- ▶ Objectif : être présent dans toutes les régions de France en FM et en RNT (Radio numérique terrestre) pour que Fréquence Terre devienne la Radio Environnement de référence sur tout le territoire.



# Sommaire

## **I. POLITIQUE DE PARTENARIATS**

- A. Soutenir l'action de l'Association Objectif Terre : sensibilisation à la protection de la nature et de l'environnement
- B. Augmenter l'influence de Fréquence Terre auprès du grand public (particuliers, porteurs de projets) et des professionnels (entreprises, privés, Etat, collectivités...).

## **II. L'ETHIQUE DES PARTENARIATS**

- A. Partenaires d'Objectif Terre
- B. Liberté de parole et d'action d'Objectif Terre avec sa radio d'utilité publique
- C. Utilisation de l'image d'Objectif Terre
- D. Notion d'exclusivité

## **III. DES PARTENARIATS D'INTERET COLLECTIF**

- A. La gouvernance des partenariats
- B. La convention de partenariat

# I. Politique de partenariat

Les partenariats engagés par Objectif Terre ont comme principal objectif la sensibilisation à la protection de l'Environnement par le biais de la radio et du site internet Fréquence Terre.

## A - Soutenir l'action d'Objectif Terre

### 1. Développer les projets et les actions d'Objectif Terre

Le partenaire (entreprise, collectivité, fondation, association etc..) peut apporter plusieurs types de ressources : un soutien financier, de la visibilité, de l'équipement, des compétences techniques et humaines, la mise à disposition de locaux pour le bon fonctionnement de la radio Fréquence Terre. Ces ressources sont affectées à la mise en œuvre des actions prévues dans le cadre du partenariat.

### 2. Diversifier les sources de financement d'Objectif Terre

Le développement des partenariats s'inscrit dans une volonté de diversification des ressources et financements de l'association Objectif Terre. Celles-ci sont constituées de subventions publiques, de partenariats, de dons financiers (mécénat) ou en nature, d'entreprises privées ou de particuliers, de ressources issues de la vente d'espaces publicitaires (audio, bannières), des publireportages, du parrainage et du sponsoring. La diversification des sources de financements limite ainsi les risques de pression matérielle et garantit à Objectif Terre sa liberté de paroles, son indépendance.

### 3. Accroître la visibilité des partenaires : Un partenariat de visibilité « Gagnant - Gagnant »

Les partenariats contribuent à diffuser l'image de notre radio (Fréquence Terre) et à accroître sa notoriété auprès du grand public et des professionnels par :

- l'utilisation des supports de communication des partenaires.
- la participation commune à des événements (salons, colloques, séminaires, manifestations diverses ...) ou à une campagne de communication. En retour, la structure s'engage à faire la promotion des intérêts de son partenaire en utilisant les moyens définis par les termes du contrat de partenariat (document cadre, protocolaire).

## **B - Augmenter l'influence de la radio et du site internet Fréquence Terre auprès du grand public et des professionnels.**

### **1. Impliquer l'ensemble des acteurs aux bonnes pratiques environnementales.**

Objectif Terre et sa radio Fréquence Terre se donne pour objectif essentiel de créer des ponts et d'initier un dialogue constructif entre différents acteurs responsables (acteurs publics, privés, fondations, associations, citoyens) qui œuvrent en faveur de la protection de la nature et de l'environnement.

► La radio nationale Fréquence Terre : Agora et porte-voix de la coopérative

Il est essentiel que les acteurs majeurs de l'environnement puissent avoir leur représentation sur une radio qui donne une cohérence nationale aux actions environnementales et défend ainsi leurs intérêts, leur notoriété et leur image.

De part son engagement et sa gouvernance, la SCIC représente un modèle exemplaire d'entreprise solidaire. Notre projet sera présenté à Finansol en vue de l'obtention de ce label. Chaque partenaire pourra bénéficier des retombées de son implication dans une entreprise solidaire.

### **2. La parole donnée aux acteurs de l'environnement.**

Le ou les partenaires d'Objectif Terre pourront s'exprimer librement et équitablement dans un cadre précis (lors d'émissions de radio par exemple).

Ils pourront faire valoir leur point de vue à l'occasion de manifestations diverses, en réaction à une actualité à la demande d'un journaliste ou lors d'un programme radio sur la thématique qui les concerne.

En relayant les actions de ses partenaires, Fréquence Terre attend d'eux un véritable engagement en faveur de l'environnement, digne de l'image qu'ils souhaitent véhiculer pour eux-mêmes.

## II. L'éthique des partenariats

Les partenariats ne doivent en aucun cas affaiblir ni les actions, ni le discours, ni l'image d'Objectif Terre et sa radio Fréquence Terre : un média d'utilité publique.

### A. Partenaires d'Objectif Terre

#### 1. Activité du partenaire

##### Critères d'acceptation (notions de transparence, présentation des rapports...) :

L'activité de l'entreprise partenaire ne peut se soustraire aux conditions minimales suivantes :

- le respect des valeurs de dignité humaine, notamment avec le respect des normes et déclarations relatives aux principes et droits fondamentaux au travail et définis par l'Organisation Internationale du Travail,
- le respect de la législation environnementale et sanitaire en vigueur,
- la compatibilité de l'objet de l'activité principale de l'entreprise avec la démarche de sensibilisation à la protection de l'environnement défendue par Objectif Terre,
- une communication ne comportant ni pratiques commerciales trompeuses ni information environnementale inexacte auprès du public et des sociétaires (SCIC).

Ces éléments sont évalués puis vérifiés par Objectif Terre en fonction des déclarations de l'entreprise lors de la construction du partenariat. La révélation d'informations contraires aux déclarations de l'entreprise aboutirait à une remise en cause du partenariat. Entre autres, sont analysés les rapports annuels développement durable, les efforts de compensation Carbone (bilan énergétique), présence et respect des normes ISO, respect des droits fondamentaux de l'homme, respect de la déclaration des droits de l'enfant, respect de la convention de l'OIT, etc.

D'une manière générale, le partenaire doit prouver son engagement dans une démarche vertueuse de respect des droits de l'Homme (volet social) et de son cadre de vie (volet sanitaire et environnemental). L'acceptation d'un nouveau partenaire est soumise à l'approbation des membres qui composent le bureau à la majorité des voix (+1).

En cas de litige, le tribunal de commerce compétent est celui de Paris.



## 2. Distinction entreprise partenaire / entreprise donatrice

Les entreprises apportant un soutien financier à Objectif Terre sans engager de compétences techniques ou humaines dans le cadre d'un projet précis sont des entreprises donatrices (mécène), et non des partenaires. Le soutien financier est alors versé sous forme de dons et n'engage ni Objectif Terre ni l'entreprise à des contreparties, hormis la publicité du don.

### B. Liberté de parole et d'action d'Objectif Terre

Un partenariat entre Objectif Terre et une entreprise ou une collectivité ne doit en aucun cas remettre en cause la liberté d'expression et la liberté d'action de chacun des partenaires dans le cas où des positions différentes pourraient s'exprimer.

Ainsi, le regard critique de la radio Fréquence Terre reste entier quel que soit le partenaire.

Objectif Terre garde son entière liberté pour communiquer ou pour intenter une action en justice contre un partenaire.

Notre travail s'exprime sur la base du code de déontologie journalistique, de façon objective et impartiale.

#### **La ligne éditoriale :**

La ligne éditoriale est celle d'un organe de presse qui se veut neutre et objectif dans le traitement de l'information.

La direction de Fréquence Terre déclare au bureau directeur les chroniques éditoriales qu'elle diffuse et s'engage à respecter les codes des droits humains. La consigne est donnée de ne pas faire usage de propos diffamatoires, injurieux, discriminants, homophobes, sexistes et xénophobes.

## C. Utilisation de l'image d'Objectif Terre / Fréquence Terre

Toute utilisation du nom, du logotype ou plus généralement de l'image d'Objectif Terre et de sa radio Fréquence Terre par un partenaire fait l'objet de procédures et de conditions précises. Les principes généraux sont détaillés ci-dessous :

- Toute utilisation du nom et du logotype d'Objectif Terre par l'entreprise est soumise à l'autorisation d'Objectif Terre.
- Aucun partenariat avec Objectif Terre sur un projet défini ne peut servir de caution environnementale à l'ensemble des activités d'une entreprise. De même, aucun partenariat avec Objectif Terre sur un événement ou un produit précis ne peut servir de caution environnementale à l'ensemble d'une marque ou d'une gamme de produits.
- Aucun partenariat avec Objectif Terre ne peut servir d'argument ou d'élément de communication pour appuyer la création de projets (activités, produits, infrastructures...) ayant un impact négatif sur l'environnement.

### **PUB / PUBLIREPORTAGES / PARRAINAGES**

- ▶ Engagement éthique du partenaire

#### **1. Publicité**

Cas 1 : Publicité sur la marque (image de l'entreprise)

L'entreprise doit remplir des critères d'éligibilité rigoureux engageant la globalité de son entreprise.

Cas 2 : Publicité pour un produit

Les critères d'éligibilité se concentrent sur la nature du produit et son impact sur l'environnement ainsi que la façon dont il est produit, notion de développement durable, respect des droits du travail et de l'enfant...



## 2. Publireportage

Un publireportage ou une série de publireportages chargée de promouvoir par la technique du reportage et du journalisme, un produit, une entreprise, un groupement d'intérêts agissant dans un domaine que nous voulons promouvoir.

## 3. Parrainage

Sur les émissions et les rendez-vous d'antenne récurrent(e)s.

L'image du partenaire est engagée. Le parrainage peut alors se faire à travers l'annonce d'un service, d'un produit ou d'une présentation de l'entreprise. Les critères d'éligibilité sont calculés en fonction du domaine d'activité qui est engagé, en rapport avec la thématique abordée dans l'émission.

Le parrainage doit être en adéquation avec la thématique abordée.

Le partenaire peut arriver avec une proposition de parrainage et ainsi ouvrir un nouveau rendez-vous d'antenne sur une thématique que ne serait pas encore abordée sur l'antenne.

## D. Notion d'exclusivité

L'association Objectif Terre ne pratique pas d'exclusivité et peut donc être partenaire avec plusieurs entreprises exerçant sur un même secteur d'activité. Cependant, l'exclusivité est possible à l'occasion de manifestations précises ou de couvertures événementielles.

# III. Des partenariats d'intérêt collectif

## A. La gouvernance des partenariats

La gouvernance des partenariats correspond à l'ensemble des règles et organes de décision, de transparence et de surveillance qui garantissent aux bénévoles d'Objectif Terre, sociétaires de la SCIC et au grand public que les partenariats engagés respectent la politique de l'association Objectif Terre.

### 1. La gouvernance des partenariats s'appuie sur :

- une définition claire et contractuelle des termes du partenariat.
- la collégialité de la décision : plus les enjeux d'un partenariat sont importants, plus le collège des décideurs d'un projet de partenariat est étendu : Bureau, Assemblée générale, collèges dans le cas de la SCIC.
- la répartition claire des responsabilités dans les différentes étapes du partenariat : préparation, négociation, mise en oeuvre, bilan, communication.
- l'information la plus transparente possible auprès des élus associatifs, des bénévoles et du grand public.
- L'administrateur référent des partenariats veille au respect des procédures de gouvernance des partenariats.

## 2. SCIC : l'implication du partenaire

En 10 ans, Fréquence Terre est devenu une radio reconnue par plus de 150 radios FM et sur le web qui rediffusent chaque semaine nos programmes. L'association Objectif Terre souhaite donc s'engager dans une nouvelle gouvernance, fédératrice et novatrice pour un média radio.

En janvier 2014, nous souhaitons modifier nos statuts afin de proposer à tous nos partenaires, parties prenantes de notre projet, de participer aux grandes orientations de notre radio nationale de l'environnement.

### Partenaire = sociétaire

Le partenaire d'une SCIC peut devenir « associé ». Un associé = 1 voix.

L'associé appartient à l'une ou l'autre des catégories définies dans les statuts :

- catégorie « producteurs de la radio »
- catégorie « partenaires bénéficiaires » (collectivités, privés...)
- catégorie « Fondations/ONG, associations ».

NB : Les collectivités publiques sont autorisées à participer au capital des sociétés coopératives d'intérêt collectif. Toutefois, si parmi ces collectivités publiques, figurent des collectivités territoriales et leurs groupements, ces dernières ne peuvent pas détenir ensemble plus de 20 % du capital de la société

### Participation aux décisions

Des collèges de voix seront constitués. Un collège n'est pas une organisation juridique titulaire de droits particuliers ou conférant des droits particuliers à ses membres. Le collège correspond uniquement à l'organisation des droits de vote en fonction de l'effectif ou de l'engagement des coopérateurs.

### SCIC : Exemples de collèges

- ▶ Collège « salariés de la radio » qui assure la mise en œuvre des opérations au quotidien.
  - ▶ Collège « bénévoles de la radio » qui apporte leurs compétences journalistiques et diverses pour une couverture aux quatre coins de France sur la thématique environnementale.
  - ▶ Collège « collectivités publiques » (Régions, Villes) pour veiller à la diffusion local du message et des actions.
  - ▶ Collège « médias » (télévision, rédaction, presse écrite, service presse, web, campagnes print).
  - ▶ Collège contributeurs privés (entreprises privées).
- NB : Les nouveaux membres peuvent se manifester spontanément. Leur candidature est analysée par le collège compétent et soumise à l'approbation du bureau.

## **B. La convention de partenariat**

Pour être solide, chaque partenariat s'appuie sur une convention adaptée et précise, qui délimite clairement le périmètre du partenariat.

Différents modèles de convention ont été définis suivant la nature du partenaire (soutien financier ou autre), l'envergure et l'objet du partenariat

### Les conventions de partenariats permettent de définir :

- l'esprit, l'éthique et le contexte dans lequel se réalise le partenariat
- les objectifs du partenariat
- l'engagement de chacun des partenaires
- les actions à la charge de chacun des partenaires et les modalités d'évaluation de ces actions
- les actions de communication liées au partenariat



# CONTACTS

## **Association Objectif Terre**

**3 rue Raoul Sberro**

**95120 Ermont**

[annonceurs@frequenceterre.com](mailto:annonceurs@frequenceterre.com)

### ► **Frédéric Bénot**

Président Fondateur de l'Association Objectif Terre / Radio Fréquence Terre  
Journaliste à France Info depuis 17 ans, aussi RTL2, FUN, NRJ, Kiss FM, SkyRock

[Frederic.benot@frequenceterre.com](mailto:Frederic.benot@frequenceterre.com)

Mobile: +33 (0)6.46.10.78.45

### ► **Audrey Plat**

Directrice des programmes et des partenariats de Fréquence Terre  
Journaliste radio depuis 16 ans : RFO, RTL, RMC, BFM, Radio-Canada,  
Union Européenne de Radio-télévision

[audrey@frequenceterre.com](mailto:audrey@frequenceterre.com)

Mobile: +33 (0)6.84.34.30.86