

Beleidsdocument over de modaliteiten voor samenwerking met bedrijven en organisaties

Deze nota schetst het referentiekader van de relatie die Kom op tegen Kanker met bedrijven aangaat in verband met steun voor haar initiatieven. De samenwerkingsrelatie met een commerciële onderneming is gebaseerd op ethische principes die de specifieke rol van beide partijen in de maatschappij respecteren. Openheid, onafhankelijkheid en geloofwaardigheid zijn daarbij van het grootste belang.

1. Het belang van bedrijfssteun voor Kom op tegen Kanker en het waarom van een ethische code

Naast giften, inzamelacties, legaten en subsidies kan steun uit de bedrijfswereld een belangrijke bron van inkomsten zijn voor Kom op tegen Kanker. **De financiële en logistieke steun van bedrijven laat Kom op tegen Kanker toe om beter zijn missie en doelstellingen te realiseren.** Dergelijke steun geeft onze organisatie extra mogelijkheden om activiteiten breder te ontplooiën of de kwaliteit ervan te verhogen. Dit is het doel dat we voor ogen hebben wanneer we steun zoeken van bedrijven. Dergelijke steun kan verband houden met specifieke projecten of veeleer van algemene aard zijn. In principe komt elke activiteit of elk project dat Kom op tegen Kanker ontplooit in aanmerking voor steun, voor zover het nog niet geheel gefinancierd is met overheidssubsidies of opbrengsten van Kom op tegen Kanker.

Naast de evidente voordelen die steun uit de privésector oplevert, zijn er ook risico's aan verbonden die kunnen leiden tot het aantasten van de geloofwaardigheid van Kom op tegen Kanker en het in vraag stellen van onze onafhankelijke positie. De ethische code vormt het kader voor de relaties van Kom op tegen Kanker met bedrijven.

2. Definities

De samenwerkingsrelaties en bedrijfssteun kunnen van uiteenlopende aard zijn:

- a) Handelsrelaties
(= bedrijf levert diensten tegen vergoeding)
- b) Acties van bedrijven ten voordele van Kom op tegen Kanker
(= bedrijf organiseert op onbezoldigde basis geldinzamelingsactie en schrijft opbrengst over op rekening van Kom op tegen Kanker. Het bedrijf krijgt niets in ruil, ook geen fiscaal attest – het gaat dan onder meer om deelname van een bedrijfsteam aan de 100 km run of de 1000km)
- c) Schenkingen van bedrijven aan Kom op tegen Kanker
(= bedrijf doet een gift, er is geen tegenprestatie van Kom op tegen Kanker, het bedrijf krijgt wel een fiscaal attest)
- d) Partnerschappen met bedrijven
Partnerschappen met Kom op tegen Kanker als geheel of met specifieke activiteiten
(= bedrijf geeft structurele financiële steun en/of levert structureel gratis logistieke diensten of producten voor campagne- of andere activiteiten van Kom op tegen Kanker en krijgt in ruil naams- en/of logovermelding in communicatie)

- e) Sponsoring van bedrijven voor activiteiten van Kom op tegen Kanker (= bedrijf steunt eenmalig activiteit met logistieke dienst of gratis producten en krijgt in ruil naam- en logovermelding in communicatie en factuur)

Deze lijst van samenwerkingsrelaties is niet limitatief. Deze definities zijn geen juridische definities, ze gelden alleen als referentiekader voor dit beleidsdocument.

3. Richtlijnen voor samenwerking

Algemene principes

Bedrijven respecteren ten volle de **onafhankelijke positie van Kom op tegen Kanker**. Onze organisatie behoudt altijd de volledige controle over zijn inhoudelijke werking. Het bedrijf mag geen enkele invloed hebben op het beleid of de adviezen van Kom op tegen Kanker, noch op de planning of uitvoering van activiteiten of de informatie die Kom op tegen Kanker verspreidt. Er kan op geen enkel niveau een vertegenwoordiging in de beleids- of adviesorganen van Kom op tegen Kanker worden verkregen in ruil voor financiële inbreng. De structurele partners die Kom op tegen Kanker mee hebben opgericht - Eén en KBC - vormen hierop een uitzondering. Zij zijn altijd al in het bestuursorgaan vertegenwoordigd geweest.

Reguliere activiteiten van Kom op tegen Kanker die essentieel zijn voor de realisatie van het doel en de missie, mogen niet financieel afhankelijk zijn van de steun van bedrijven. Met andere woorden: **als de steun wegvalt mogen deze activiteiten niet op de helling komen te staan**.

- Kom op tegen Kanker bewaakt dat er voor deze activiteiten een gezond evenwicht is tussen bedrijfssteun en andere financieringskanalen.

-Kom op tegen Kanker streeft naar samenwerking met meerdere bedrijven voor specifieke projecten, evenementen, activiteiten of campagnes. Kom op tegen Kanker kan structurele partners wel exclusiviteit in hun sector (bv. banksector, audiovisuele media...) toestaan. Zo hebben KBC en Eén exclusiviteit als structurele partners van Kom op tegen Kanker.

Samenwerkingen met andere spelers in de banksector en audiovisuele media worden geval per geval bekeken en overlegd met de structurele partners.

Schenken (zonder tegenprestatie) van **farmaceutische firma's of technologiebedrijven die medische toepassingen ontwikkelen** ter ondersteuning van het doel en de werking van Kom op in het algemeen zijn mogelijk. Ook acties van deze bedrijven ten voordele van Kom op tegen Kanker zijn mogelijk.

Partnerschappen met of sponsoring door deze bedrijven zijn in principe uitgesloten. Voor afwijkingen van dit principe wordt altijd een dossier opgemaakt (zie verder onder punt 4).

De samenwerking met bedrijven mag de **geloofwaardigheid van de activiteiten van Kom op tegen Kanker niet aantasten**. Partnerschappen met of sponsoring door bedrijven die producten maken of diensten leveren waarvan bekend is dat ze (direct of indirect, in meer of mindere mate) schadelijk zijn voor de gezondheid, zijn in principe uitgesloten omdat ze de geloofwaardigheid van onze preventieboodschappen zouden ondergraven. Voor afwijkingen van dit principe wordt altijd een dossier opgemaakt (zie onder punt 4).

Schenken van deze bedrijven (zonder tegenprestatie) ter ondersteuning van het doel en de werking van Kom op tegen Kanker in het algemeen zijn wel mogelijk. Ook acties van deze bedrijven ten voordele van Kom op tegen Kanker zijn mogelijk.

Kom op tegen Kanker zal in principe **geen promotie** maken voor een specifiek **product**. Voor afwijkingen van dit principe wordt altijd een dossier opgemaakt door het directiecomité (zie onder punt 4).

Welke samenwerking sluit het meest aan bij de missie van Kom op tegen Kanker?

- Bedrijven wiens imago, activiteiten en producten in **overeenstemming** zijn met de doelstellingen van het gesteunde **project en de missie van Kom op tegen Kanker**.
- Bedrijven waarvoor **maatschappelijk verantwoord ondernemen** belangrijk is. Ondernemingen worden niet eendimensionaal op hun economische merites getaxeerd, maar hun algehele zorg voor mens, milieu en maatschappij wordt in rekening gebracht.
- Kom op tegen Kanker werkt bij voorkeur samen met integere (= eerlijke en betrouwbare) partners die een **positieve bijdrage** leveren aan de **(volks)gezondheid**.

Met welke bedrijven kan Kom op tegen Kanker niet samenwerken of is omzichtigheid geboden?

- Kom op tegen Kanker sluit elke samenwerking met **tabaksbedrijven** uit.
- Kom op tegen Kanker sluit elke samenwerking uit met bedrijven of organisaties die **handelen in strijd met algemeen aanvaarde maatschappelijke normen en ethische waarden**.
- Samenwerkingen met partners die producten maken of diensten leveren waarvan bekend is dat ze (direct of indirect, in meer of mindere mate) **schadelijk** zijn voor de **gezondheid** worden met grote omzichtigheid aangegaan

4. Procedure en overeenkomst

De diensthoofden rapporteren over **elk voorstel van samenwerking** met een bedrijf via mail aan het betrokken directielid van Kom op tegen Kanker.

Het directielid in kwestie toetst het voorstel van samenwerking aan de richtlijnen voor samenwerking in dit beleidsdocument. Indien er zich **geen problemen** stellen, kan het directielid de samenwerking meteen goedkeuren. De directie hoeft het Bestuursorgaan niet van elke samenwerking apart te informeren. Een keer per jaar rapporteert ze wel over alle samenwerkingsrelaties.

Bij twijfel, onduidelijkheid of als het een **potentieel gevoelige samenwerking** betreft (bv. met een farmaceutisch bedrijf of een bedrijf met producten met een 'ongezond imago') maakt het betrokken directielid voor de directie sowieso een dossier op met een overzicht van alle voor- en de nadelen van deze samenwerking.

De directie zal de **voor- en nadelen van een samenwerking** met het bedrijf in kwestie **inventariseren**. Het zal het bedrijf screenen op zijn maatschappelijk verantwoord ondernemerschap, met name zijn zorg voor de mens, zijn gezondheid, het milieu en de

maatschappij. Het comité kan hiervoor een beroep doen op het onafhankelijke adviesbureau Forum ETHIBEL.

De **directie** beslist op basis van het dossier over de geschiktheid van de kandidaat-partner.

Het Bestuursorgaan kan het referentiekader, de evaluatieprincipes, de onderzoeksmethodes en procedures (zoals gespecificeerd in dit beleidsdocument) aanpassen.

Beslissingen tot samenwerking worden in principe genomen voor de **duur van het partnerschap**. Kom op tegen Kanker kan te allen tijde eenzijdig de samenwerking onderbreken of stopzetten indien nieuwe gegevens over het beleid van het bedrijf aanleiding kunnen geven tot een schending van de algemene principes voor samenwerking. De directie kan op basis van de richtlijnen voor samenwerking in dit document beslissen om een lopende samenwerking stop te zetten. Ze informeert hierover het Bestuursorgaan. Dit eenzijdig opzeggingsrecht wordt opgenomen in alle samenwerkingsovereenkomsten.

Over de **tegenprestatie** die in ruil voor partnerschappen of sponsoring aan een bedrijf wordt geboden, wordt vooraf overleg gepleegd met de diensten die betrokken zijn bij de realisatie van de activiteit of het product via welke de return zal worden geboden.

Elk partnerschap en elke sponsoring wordt vastgelegd in een **samenwerkingsovereenkomst**. Deze overeenkomst moet precies omschrijven wat de samenwerking inhoudt. Als de overeenkomst ook een financiële tussenkomst voor Kom op tegen Kanker bevat, moet het bedrag vermeld worden alsook de manier waarop dit budget besteed zal worden. Voormelde bepaling geldt niet indien het een schenking betreft ter ondersteuning van het doel en de algemene werking van Kom op tegen Kanker. Daarnaast bevat de overeenkomst ook duidelijke bepalingen betreffende de communicatie over de samenwerking, de return van Kom op tegen Kanker (naam- en/of logovermelding van het bedrijf) en de duur van de overeenkomst. Beide partijen ondertekenen de overeenkomst.

Het bedrijf mag het **logo, de naam of enig ander materiaal** van Kom op tegen Kanker enkel gebruiken mits een voorafgaande schriftelijke toelating van onze organisatie. Het bedrijf legt elk document of beeld waarin het logo, de naam of ander materiaal van Kom op tegen Kanker wordt gebruikt vooraf ter goedkeuring voor aan de dienst Communicatie & Campagne van Kom op. Deze toepassingsvoorwaarden worden opgenomen in de samenwerkingsovereenkomst.

Geen enkel bedrijf noch organisatie kan op basis van de door Kom op tegen Kanker vooropgestelde criteria voor partnerschappen een **recht tot samenwerking** van rechtswege opeisen. Het Bestuursorgaan van Kom op tegen Kanker blijft ter zake steeds discretionair bevoegd.