

WC-DOUCHE ET LATRINES

L'entreprise sanitaire Geberit soutient la campagne d'Helvetas pour l'eau. Pour Albert M. Baehny, CEO de Geberit, l'engagement est l'expression de la politique sociale et écologique de l'entreprise.

Par Hanspeter Bundi

Le 22 août 2009, en lisant son journal, Albert M. Baehny, directeur de Geberit, est tombé sur une annonce d'Helvetas pour l'eau potable, qui représentait une cuvette de WC avec une paille. Il a été enthousiasmé. «Helvetas m'est apparue comme une œuvre d'entraide engagée dans le domaine difficile de l'assainissement, en formulant des objectifs très concrets», déclare Albert Baehny, admiratif. Le jour même, il prenait contact avec Helvetas.

Quelques mois plus tard, les deux partenaires dissemblables signaient un contrat de sponsoring de plusieurs années. D'un côté, l'œuvre d'entraide qui s'est fixé pour but de donner accès à l'eau potable et à un équipement sanitaire à un million de personnes d'ici à 2013; de l'autre, le consortium de la technologie de l'eau qui construit des systèmes sanitaires et de canalisation et qui a développé un WC-douche pour les salles de bains des pays nantis. C'était la rencontre de deux mondes, du Nord et du Sud, le

luxe des riches et les besoins fondamentaux des pauvres.

Albert Baehny, venant d'une famille suisse de la classe moyenne, avait 17 ans lorsqu'il a pris conscience au Pérou du fossé entre ces deux mondes. Lui et ses trois amis alpinistes passaient la nuit dans des villages sans eau courante ni toilettes. L'ampleur de la pauvreté et le désespoir de la situation l'ont choqué. «Je reviendrai», s'est-il promis en quittant le pays.

Il a voulu s'engager contre l'inégalité au sein d'une organisation internationale, mais a été déçu: à la veille de son premier mandat à l'étranger, l'organisation a fait rentrer en Suisse un collaborateur malade, puis l'a laissé tomber. Albert Baehny a résilié son contrat et s'est concentré sur sa formation et sa carrière. L'idéal de sa jeunesse a passé au second plan, ou plutôt a survécu dans le privé. Albert Baehny, aujourd'hui à la tête d'un consortium, est d'autant plus heureux de l'accord conclu par «son» entreprise et Helvetas.

Geberit soutient financièrement le secteur de la communication d'Helvetas et fait connaître cet engagement

dans sa propre publicité. Un accord qui fait sens pour les deux parties. «Le développement durable, social et écologique est une préoccupation sincère dans notre entreprise», affirme Albert Baehny. Melchior Lengsfeld, Secrétaire général d'Helvetas, porte le même regard sur ce partenariat: «Un bon équipement sanitaire de base pour les plus défavorisés est fondamental pour le développement. Tel est notre message, et l'entreprise sanitaire Geberit est le partenaire idéal.»

Geberit sera-t-il le futur fournisseur dans le cadre des projets d'Helvetas? Albert Baehny le dément: «Avec sa technologie haut de gamme, Geberit n'a actuellement pas sa place dans un village africain ou népalais.» Des connaissances et des partenaires commerciaux l'ont plusieurs fois interpellé sur son engagement pour Helvetas: «Les réactions sont toujours positives, l'un de nos principaux actionnaires m'a chaleureusement félicité.»

Hanspeter Bundi est rédacteur et reporter chez Helvetas

Traduit de l'allemand par Colette Dufour



© Michèle Limina