

Sylvain LEFEVRE

Mobiliser les gens, mobiliser l'argent : les ONG au prisme du modèle entrepreneurial.

Résumé : Les ONG sont-elles devenues des « multinationales de l'action collective » ? Que ce soit dans le domaine humanitaire ou environnemental, ces organisations ont recours depuis une trentaine d'années à des pratiques issues du monde de l'entreprise privée, comme le marketing direct. Tantôt présentée comme « une modernisation nécessaire » et tantôt comme « la corruption d'un univers vertueux par le marché », cette managerialisation des ONG n'est pas sans poser problème. Pourtant les engagés qui effectuent le « sale boulot » de la mobilisation des ressources parviennent à le vivre sur le mode de l'enchantement militant.

Notre thèse met en lumière l'articulation délicate des trois éléments qui permettent ce tour de « magie sociale » : d'une part le travail institutionnel de légitimation des pratiques, d'autre part les dispositions complexes des engagés où prévaut l'étroite imbrication entre compétences professionnelles et appétences militantes, et enfin le maniement d'instruments qui garantissent une collecte symboliquement « propre ». Du siège des ONG aux groupes locaux de bénévoles de Greenpeace et Handicap International, en passant par les agences de *fundraising*, c'est à une enquête ethnographique sur l'institutionnalisation d'un répertoire de mobilisation managérialisé que nous convions le lecteur.

Mobilising people, mobilising money: NGOs according to the entrepreneurial model

Abstract : Have NGOs become “multinational companies of collective action”? Whether they work with the field of human or environmental development, these organisations have been using the practices of private companies for about thirty years. A pre-eminent example is that of direct marketing. Some people consider it a necessary development, while others claim it shows that non-profit organisations have been corrupted by free trade- and global market-type thinking. However, the people who do the “dirty work” of fundraising make a living while demonstrating their political commitment.

This thesis highlights the intricate combination of three elements rooted in this “*social sleight of hand*”: first, the institutional work done to legitimate such methods; second, the complex profiles of active members for whom professional skills and eagerness to be political engaged are close knit; and third, the use of instruments to make fundraising clean. From NGOs headquarters to activists in local groups of Greenpeace and Handicap International, and to fundraising agencies, this thesis is an ethnographic inquiry into the institutionalization of a “managerialized” repertoire of mobilization.

Mots-clés

ONG, Collecte de fonds, Fundraising, Management, Marketing, Militantisme, Mobilisation, Bénévolat, Groupes locaux, Greenpeace, Handicap International

Thèse soutenue le 10 novembre 2008 à l'Université Lille 2, mention très honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité, proposition pour un prix de thèse et pour une subvention pour publication.

Jury :

Jean-Gabriel CONTAMIN, professeur de science politique à l'Université Lille 2 (président du jury)

Jane JENSON, professeure de science politique à l'Université de Montréal

Erik NEVEU, professeur de science politique à l'Institut d'études politiques de Rennes (rapporteur)

Frédéric SAWICKI, professeur de science politique à l'Université Lille 2 (directeur de thèse)

Johanna SIMEANT, professeure de science politique à l'Université Paris 1 (rapporteur)

Florence WEBER, professeure de sociologie à l'École normale supérieure