

Protest inc.

Le complexe philanthro-capitaliste : quand les ONG deviennent des entreprises

Deux universitaires, Peter Dauvergne et Genevieve Lebaron viennent de publier un essai ("Protect inc., the corporatization of activism", ed Policy, Cambridge 2014, 200 p.) qui fait écho à de nombreuses publications et articles critiquant sévèrement l'évolution des ONG environnementalistes, humanitaires et de développement vers le « Charity Business ». Un véritable complexe philanthro-capitaliste s'est progressivement constitué reliant think tanks, ONG, Fondations, multinationales. Un tel complexe fonctionne particulièrement bien pour la défense des océans.



Le rôle des Etats remis en cause

Une des clés de cette évolution, très marquée depuis les années 1990, se trouve sans doute dans le rapport de la CIA « Global trends 2030 : Alternatives Worlds », paru en décembre 2012. Il évoque la montée en puissance des acteurs non étatiques et l'évolution de la démocratie : « Grâce aux technologies de communication, le pouvoir glissera très certainement vers des réseaux informels multifacettes constitués d'acteurs étatiques et non étatiques... Lorsque la puissance des acteurs non étatiques augmentera, acquérir de la légitimité constituera une étape importante et cruciale pour eux, en particulier pour ceux dont on estime qu'ils détiennent d'énormes pouvoirs... Les acteurs non étatiques devront prouver leur valeur auprès du public en démontrant les résultats positifs des actions qu'ils mènent grâce à leur puissance. Les intentions ne seront pas suffisantes » [1]. Quelle meilleure manière pour les sociétés multinationales, si décriées, de légitimer leur puissance que de s'appuyer sur leurs collaborations avec des ONG, dont l'image est très positive. Cette évolution s'inscrit dans un contexte de libéralisation depuis les années Thatcher-Reagan. L'Etat se voit progressivement déposséder de ses moyens, abandonne ses responsabilités sociales, réduit ses fonctions de régulation. Il réduit la pression fiscale sur les plus riches qui peuvent ainsi accumuler des richesses considérables. Les auteurs de « Protest inc. » rappellent les propos de l'économiste Robert Reich en 2006 : « Je me rappelle un temps où le gouvernement collectait des milliards de dollars auprès de ces magnats comme chez les contribuables ordinaires et où nos systèmes démocratiques décidaient de l'utilisation de ces milliards... Je préférerais cette vieille méthode ». Aujourd'hui « le Charity business a remplacé les fonds publics pour fournir les ressources de l'action sociale et est devenu la réponse aux problèmes sociaux ». Bien sûr cette évolution concerne surtout le monde anglo-saxon mais, du fait de la mondialisation, ces politiques tendent à se généraliser dans le monde entier. Aux Etats- Unis l'ensemble des dons s'élevait à 60 milliards \$ en 1982, ils atteignent 315 milliards en 2012.

Entreprises et ONG : de la collaboration à l'intimité.

Les Ong à la recherche de financements sollicitent de plus en plus les multinationales, les fondations d'entreprises, les milliardaires. Il y a évidemment de grandes différences de pratiques de financement entre les diverses ONG, certaines comme Greenpeace ou Oxfam, refusent les contributions des entreprises mais acceptent les dons des fondations issues de ces grandes entreprises ou de leurs dirigeants milliardaires. D'autres sont bien moins regardantes sur l'origine de leurs fonds. WWF a ainsi reçu 20millions € de Coca-Cola et des fonds d'Ikea, de BP, etc. Africare est soutenue par Exxon. Le Sierra Club aux Etats-

Unis a bénéficié de 25 millions \$ entre 2007 et 2010 de Chesapeake Energy, une des plus grandes entreprises engagée dans l'extraction de gaz par fracturation hydraulique. P. Dauvergne et G. Lebaron multiplient les exemples de financements importants des multinationales en faveur des ONG. Ce processus s'inscrit d'ailleurs dans le programme « Global Compact » soutenu par les Nations Unies pour favoriser les partenariats publics privés ; A l'origine de ce programme, on trouve un forum de dirigeants de grandes entreprises, l'International Business Leaders Forum [2], créé en 1990. Y figurent BP, Nestlé, Exxon, Rio Tinto et Goldman Sachs. On sait comment cette banque a participé à l'organisation de la catastrophe financière. En 2012, elle a créé une fondation dont le capital initial est de 561 millions \$. Elle intervient dans des programmes de soutien aux femmes dans des pays du Sud. Cela suffit-il pour qu'on lui pardonne sa rapacité ? Conservation International se distingue aussi par son partenariat avec Monsanto... Tous ces partenariats ont explosé depuis la crise de 2008, avec des ONG en recherche de financements et des entreprises en recherche de légitimité.

Entreprises et grosses ONG ne se contentent pas de financements et de partenariats, de grosses ONG intègrent des PDG de multinationales dans leurs instances dirigeantes. Le WWF est ainsi associé à un dirigeant de Coca-Cola, le National Resources Defense Council aux Etats Unis, à un dirigeant de GAP, Conservation International est liée aux dirigeants de Walmart, Unilever, Morgan Chase et Starbuck. Ces associations étroites avec des dirigeants de multinationales se retrouvent dans les ONG de développement anglo-saxonnes ; Care a ainsi intégré dans ses instances dirigeantes un vice-président de Cargill, un vice-président de Walmart et un vice-président de Coca-Cola. Les ONG apprécient également les stars millionnaires ; Leonardo Di Caprio est ainsi membre de plusieurs instances d'ONG américaines, WWF, Natural Resources Defense Council et International Fund for Animal Welfare. Des relations à un tel niveau ne sont donc pas exceptionnelles et montrent à quel point un tel fonctionnement affaiblit le pouvoir des adhérents, souvent réduits au rôle de donateurs. Il s'agit d'une stratégie concertée des réseaux influents de grands patrons soucieux de responsabilité sociale et sociétale. Il s'agit bien d'un philanthro-capitalisme qui considère les dons comme des investissements. La lutte contre la pauvreté vise à faire des plus pauvres de nouveaux consommateurs potentiels. Cette stratégie est clairement affichée par Bill Gates, Facebook et Nike. La fondation Bill Gates dispose d'un capital de 37 millions \$ en 2011 et d'énormes moyens. La Fondation Nike soutient une campagne « Girl Effect » dont elle attend un retour sur investissement. Certains Etats, comme le Canada, soutiennent ces partenariats en exigeant des ONG de coopérer avec des entreprises pour bénéficier de fonds publics.

Des ONG - entreprises

La recherche de financements auprès du monde des entreprises (Sociétés et fondations) a un impact sur le fonctionnement des ONG car leurs financeurs font pression pour qu'elles adoptent des modes de management d'entreprises. « Ressembler de plus en plus à une entreprise a rendu la collaboration plus facile entre militants et entreprises », selon P. Dauvergne et G. Lebaron. Greenpeace, Amnesty, WWF, Oxfam et bien d'autres sont devenus d'énormes organisations avec souvent des milliers de salariés et, parfois, des budgets de plusieurs centaines de millions de dollars ou d'euros. Care International doit payer 11000 salariés, à comparer aux 12000 du Programme Alimentaire Mondial. WWF dispose de 2500 salariés, Oxfam de 5000. Le budget de WWF est de 525 millions\$; 17% de ses fonds proviennent d'entreprises et de fondations. Le management de ces ONG est souvent centralisé ; Greenpeace est l'une des plus centralisée et hiérarchisée avec des « seniors managers », comme dans les entreprises. Bien entendu la gestion de telles machines nécessite de faire appel à des compétences du même niveau que celles exigées par les grandes sociétés. Les salaires des dirigeants y sont généralement à six chiffres, parfois à des niveaux très élevés ; plus de 450 000 \$ pour les dirigeants du WWF US et UNICEF US, 400 000 \$ pour le directeur d'Human Rights Watch. Les militants bénévoles d'Amnesty ont été surpris d'apprendre que la fin de contrat de leur secrétaire générale, Irene Khan, s'est négociée avec 600 000 € d'indemnités, tout à fait conformes au droit du travail britannique. Son salaire annuel était de 135 000 livres, elle avait la responsabilité d'un budget de 200 millions €. A la tête de Greenpeace, le salaire du dirigeant est de 115000€, ce qui reste modeste en comparaison des salaires des dirigeants des grosses ONG américaines qui approchent parfois le million de dollars [3].

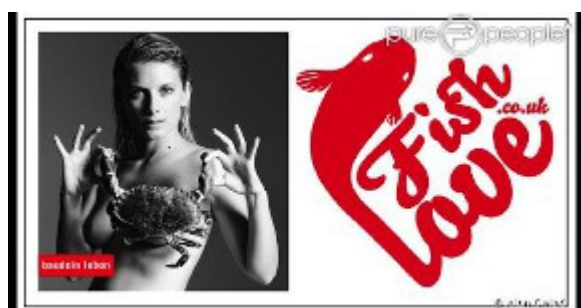
La recherche de fonds nécessite des méthodes professionnelles, très coûteuses, et certaines ONG ont recours pour cela à des entreprises spécialisées. Selon P. Dauvergne et G. Lebaron, Amnesty a dépensé, en 2010, 59 millions d'euros pour les opérations de collectes sur un budget de 204 millions €. Ces opérations nécessitent le recours au marketing. Depuis 2006, Amnesty, comme le WWF, parlent même de valoriser leur marque qui dispose d'une bonne image auprès du public. Cela permet effectivement à des ONG comme le WWF, de monnayer cette marque auprès de sociétés comme Coca-Cola. WWF a ainsi reçu 2 millions\$ de Coca-Cola pour une campagne associant l'achat d'une boisson avec le sauvetage des ours polaires. En 2012, les profits de Coca-Cola se sont élevés à 9 milliards \$, l'association avec WWF a sans doute permis d'accroître les ventes... Greenpeace a été l'une des premières ONG à confier la collecte des fonds dans les rues et les quartiers à une entreprise spécialisée. Dana Fisher, une universitaire qui a participé à ce type de collecte de rue, considère qu'il s'agit là d'une exploitation de jeunes étudiants et que cette pratique dévalorise l'action de l'ONG qui y recourt [4]. Cependant les ONG doivent toujours compter sur la mobilisation de bénévoles pour collecter de l'argent. Mais il est de plus en plus difficile pour de telles organisations centralisées d'associer les militants à la définition des objectifs et des stratégies de l'organisation. Que pèse un bénévole du WWF face à un PDG de multinationale qui assure de gros financements ? Pour Dana Fisher : « les membres deviennent de plus en plus des consommateurs et de moins en moins des participants engagés ». On leur demande d'être des consommateurs vertueux, des donateurs, des internautes priés de cliquer pour appuyer la dernière campagne concoctée par une agence de communication bien rémunérée. Si jamais ils manifestent un questionnement ou un doute, il est difficile d'obtenir une réponse. La multiplication des pétitions électroniques n'invite pas au débat structuré, à des démarches collectivement élaborées sur des objectifs discutés. Les campagnes sont de plus en plus organisées par des sociétés de communication assez habiles pour inonder les médias et les réseaux sociaux des mêmes arguments ressassés. Dans ce processus, les associations de base, qui rassemblaient des individus animés par des buts communs et agissaient ensemble après en avoir débattu, deviennent des éléments d'une organisation qui fonctionne comme une entreprise copiant l'économie dominante. Les dirigeants des ONG prétendent représenter la société civile, mais ils représentent de plus en plus les intérêts de

leur financeurs auxquels ils doivent rendre des comptes. Ce processus atteint jusqu'aux petites associations locales qui sont désormais obligées de passer par des procédures d'appel d'offre pour de modestes financements, comme des entreprises privées, avec lesquelles elles peuvent être en concurrence. Elles ne sont plus maîtresses de leurs choix puisque les objectifs sont fixés par le donneur d'ordre, à elles de s'y conformer si elles veulent des financements.

Un capitalisme légitimé

Toutes ces connivences ont aussi un impact sur les objectifs des ONG. Selon P. Dauvergne et G. Lebaron : « De plus en plus de militants tiennent un discours favorable aux marchés. Ils souhaitent un capitalisme plus humain, du commerce équitable, de la certification, des écomarchés. On fait du buzz autour de l'aide de rock stars et de la générosité de milliardaires ». « Dans les deux dernières décennies, les organisations militantes en arrivent de plus en plus à ressembler, penser et agir comme des entreprises ». Les militants restent actifs, mais ils se fixent des objectifs sur le modèle des grandes entreprises, leurs organisations inscrivent l'action militante dans le cadre du système qui est ainsi légitimé, y compris dans ses formes les plus dérégulées. L'objectif est désormais de changer la société par les choix des consommateurs, ce qui implique que la demande des consommateurs détermine l'évolution de l'économie mondiale et non l'organisation du système de production. Les organisations agissent en partenariat avec les grandes entreprises au lieu de demander des réformes profondes de leurs pouvoirs et de leurs profits. Les responsabilités sont déplacées vers les individus, le marché devient le moyen de changer le monde alors que la production est de plus en plus déconnectée de la vie sociale. En s'appuyant sur des célébrités et des milliardaires généreux, on dépolitise la croissance des inégalités. C'est au marché de punir et de récompenser, par l'autorégulation plus que par la réglementation. En mettant l'accent sur la réduction de la pauvreté, on évite de s'attaquer à celle de la richesse. Il s'agit de réduire la pauvreté de manière quantifiable plutôt que de soutenir des mouvements luttant pour le changement social. Les ONG traitent de plus en plus des symptômes mais non les causes profondes.

Les auteurs constatent cependant avec satisfaction que les mouvements de critique du système ne cessent de se renouveler dans le cadre du mouvement alter-mondialiste ou plus récemment, des indignés. Pourtant ces mouvements pèsent peu par rapport à la tendance lourde de l'institutionnalisation des grosses ONG. Ils refusent de se structurer et de s'organiser autour de priorités, d'objectifs et de stratégies. S'ils conservent la dynamique de réseau qui fait leur force, ils sont d'une faible efficacité réelle. On peut trouver sévère le jugement des auteurs sur l'évolution globale des ONG, et leur analyse est surtout basée sur des exemples anglo-saxons. Mais on doit constater que ce modèle tend à se diffuser dans toute l'Europe et, plus lentement, dans les pays du Sud. Les militants restent sincères dans leur engagement, mais le contrôle sur les grosses organisations leur échappe de plus en plus, même s'il faut nuancer en fonction des ONG et de leur mode de fonctionnement. Ils acceptent le choix de progrès limités, même s'ils ne remettent pas en cause les fondements d'un système producteur d'injustices. L'histoire des mouvements sociaux est en permanence marquée par le débat entre trois voies, celle du réformisme, celle des transformations révolutionnaires, celle des alternatives coopératives. Chacun peut juger des résultats de chacune de ces voies qui interagissent aussi entre elles. Chacune comporte des risques ; pour le réformisme, la limite entre le compromis et la compromission est fragile. L'intérêt de cet essai est d'alerter sur les signes d'un affaiblissement de la nécessaire critique des fondements des injustices du monde actuel. Les auteurs concluent : « Les ONG font un bon travail substantiel à l'intérieur du cadre des entreprises : financer des services sociaux, lever des fonds pour la recherche, dénoncer les pratiques d'exploitation, lutter pour le respect des droits humains et préserver la biodiversité. Sans doute, la capacité des ONG à obtenir des changements limités s'accroît-elle. Cependant... ceci ne change pas notre conclusion, inévitable : la transformation des ONG en entreprises renforce les grandes firmes et leurs alliés étatiques, comme elles légitiment les disparités et injustices actuelles. Cela ne signifie pas que le monde militant devient un espace tranquille. Beaucoup, dans les associations de base, sont furieux contre les ONG qui nichent au sein de l'establishment » [5].



La défense des océans : un modèle de philanthro-capitalisme

Dans leur essai, les auteurs constatent que les ONG environnementalistes sont allées le plus tôt et le plus loin dans les partenariats avec les grandes entreprises et la mise en place d'un management d'entreprise. Ce constat est particulièrement saisissant lorsque l'on considère les récentes campagnes pour la protection des océans et contre la pêche. Dans le cadre du Partenariat Mondial pour les Océans, initié par la Banque Mondiale, s'est constitué un véritable complexe philanthro-capitaliste associant centres de recherche, fondations, grandes entreprises et géants de la distribution, ONGE, agences de communication, cabinets d'avocats, leaders politiques, stars de cinéma, marginalisant totalement les pêcheurs pour favoriser les « Market based strategies » [6].

Sur cette base, avec des financements considérables, il est possible de façonner l'opinion publique pour orienter les décisions politiques. Il n'y a aucun mouvement social, aucun mouvement populaire, seulement du travail de chercheurs, du lobbying d'ONG, des campagnes orchestrées sur le Web, de la communication, du travail en commissions associant chercheurs,

entreprises, hommes politiques, responsables d'ONGE et de fondations pour préparer les mesures à proposer aux décideurs. Ces mesures sont fondées sur la privatisation de l'accès aux ressources, la recherche de la maximisation du profit. On tient bien sûr un beau discours pour la défense de la petite pêche, tout en soutenant des mesures qui condamnent certaines de leurs activités. Ainsi Greenpeace vient d'approuver l'interdiction totale des filets dérivants dans les eaux côtières, imposée par la Commission Européenne. Une illustration à l'état pur du phénomène décrit par les auteurs de Protest Inc.

Alain Le Sann
Mai 2014

[1] National Intelligence Council, Le Monde en 2030 vu par la CIA, éditions des Equateurs, 2013, 300 p.

[2] <http://www.iblf.org>

[3] Catherine MacDonald, Green inc., The Lyons Press, 2008, 270p.

[4] Dana Fisher, Activism inc., Stanford University Press, 2006, 150p.

[5] Peter Dauvergne, Genevieve Lebaron, op. cit. p 137.

[6] California Environmental Associates, Charting a course to sustainable fisheries, 2012