



OXFAM

Magasins du monde

LES MOTEURS DE L'ENGAGEMENT DANS UN MOUVEMENT CITOYEN

Carole Van der Elst
Elisabeth Mailleux
Hugo Roegiers
Etude 2013 – Oxfam-Magasins du monde

Introduction

C'est un fameux challenge que de travailler dans un mouvement de bénévoles. Ceux-ci vont et viennent dans nos organisations sans que l'on sache toujours précisément pourquoi. Des campagnes d'information et de recrutement de bénévoles attirent certes de nouveaux membres, mais vont-ils nécessairement rester longtemps ?

Certains facteurs sont bien-sûr maîtrisables par l'organisation : les tâches proposées, une bonne communication, le respect et la valorisation des bénévoles et de leur implication... Mais également de nombreux facteurs non-maîtrisables, car ils sont soit du ressort de l'individu et de ce qu'il recherche, soit du ressort de notre société et de son évolution générale. Pas facile de démêler tous les facteurs qui font que des bénévoles s'engagent et continuent à s'engager sur le long terme. Nous nous intéresserons, dans cette étude, à l'impact de nos politiques éducatives jeunes sur l'adulte de demain et en quoi nos pratiques avec les jeunes peuvent nourrir nos pratiques avec les adultes.

Pour explorer cette question, nous avons décidé de mener un double travail. Tout d'abord nous nous plongerons dans la littérature scientifique sur la question. Des auteurs comme J. Bengoa ou E. Perry Good vont nous permettre d'isoler et de mieux comprendre les différents facteurs individuels, les différents besoins qui amènent les gens à s'engager durablement dans une association. De l'autre côté, nous avons également interrogé des facteurs plus sociétaux, avec notamment les travaux d'A.-M. Dieu et de M. Benasayag. Ceux-ci nous invitent à mieux comprendre la place de l'engagement et du bénévolat dans notre société. Comment celui-ci évolue-t-il ? Est-il vrai que les jeunes s'engagent moins aujourd'hui ? Ou leur engagement prend-il simplement d'autres formes ?

Pour la seconde partie de ce travail, partie plus empirique, nous nous sommes appuyés sur nos ressources proches, c'est-à-dire notre réseau de bénévoles. Chez Oxfam-Magasins du monde, nous avons cette double chance d'avoir non seulement un réseau actif et important en nombre de bénévoles mais aussi d'être présents autant auprès d'un public jeune (les Jeunes Magasins-Oxfam dans les écoles secondaires) que d'un public adulte (les bénévoles des équipes locales organisés autour des Magasins du monde-Oxfam). Nous avons donc décidé d'aller à la rencontre d'une série de ces bénévoles et de recueillir leurs témoignages.

Concernant les jeunes, ce travail a été réalisé dans le cadre de l'anniversaire des 20 ans du projet JM-Oxfam. A cette occasion, nous avons désiré interviewer des jeunes, anciens membres des JM-Oxfam, pour retracer l'historique du projet et évaluer les impacts de cette implication au niveau de leur vie personnelle. Ce travail passionnant a finalement débouché sur de nombreux éléments permettant d'alimenter le questionnement sur les ressorts de l'engagement. Le fait que nous ayons interviewé des personnes sorties des JM depuis quelques années permet d'avoir des témoignages réfléchis présentant une certaine prise de recul. En répondant à ces interviews, ces personnes ont spontanément cherché à analyser ce qui les a dynamisées au sein de ce projet.

Le projet des Jeunes Magasins-Oxfam (JM-Oxfam)

Les équipes JM-Oxfam, actives dans les écoles en Belgique francophone, sont composées d'élèves et d'adultes (enseignants ou personnel de l'établissement). Elles gèrent un magasin de commerce équitable et mènent des actions de sensibilisation autour de la consommation responsable et des relations Nord-Sud. Les équipes JM-Oxfam ont également pour mission de s'organiser de manière démocratique, notamment en organisant des réunions régulières et de faire en sorte que tout le monde trouve sa place et puisse donner son avis. Enfin, elles sont des lieux de réflexion, d'échange et de débat au sein de l'école pour encourager une citoyenneté critique et solidaire. Près de 120 écoles comptent une équipe JM-Oxfam, soit plus d'une école sur cinq. Avec en moyenne 12 membres par équipe JM-Oxfam, le projet totalise plus de 1400 personnes investies.

Au niveau des adultes, le travail a été plus classique. Nous avons interrogé un panel de bénévoles issus des quatre coins de la Belgique francophone. Ces entretiens avaient directement pour but de rechercher avec eux, les éléments moteurs de leur engagement chez Oxfam-Magasins du monde.

Les équipes adultes d'Oxfam-Magasins du monde

Les bénévoles Oxfam sont organisés en équipe, principalement autour d'un magasin de commerce équitable ou de vêtements de seconde main.

Ils assument différents rôles pour assurer le bon fonctionnement de l'activité commerciale : vente en magasin et à l'extérieur, collecte et tri de vêtements, gestion de l'artisanat... Mais également pour diffuser les valeurs du commerce équitable auprès des clients et du grand public: information en magasin, mise en œuvre des campagnes, sensibilisation dans des groupes extérieurs...

Les équipes Oxfam sont des lieux d'échange et de vie collective où chacun participe aux réunions pour gérer les projets. Elles sont également actives à l'extérieur du magasin, en participant à des événements culturels et festifs.

Aujourd'hui, Oxfam-Magasins du monde compte 81 magasins de commerce équitable et de seconde main gérés par 64 équipes de bénévoles, en Belgique francophone.

Cette étude présente donc la synthèse de tous ces témoignages passés au crible des différents éléments théoriques dégagés dans la première partie. Nous avons cherché à mettre en regard les éléments plus spécifiques aux jeunes et ceux plus spécifiques à la réalité des adultes, tout en mettant en évidence les facteurs clés qui rassemblent tout le monde.

PARTIE I – cadre théorique

Pour tenter de comprendre quels sont les ressorts de l'engagement, nous allons tout d'abord analyser quelques modèles théoriques. Ces modèles vont ensuite être éclairés par les différentes recherches empiriques que nous avons menées.

GRILLE D'ANALYSE DE JOSÉ BENGOA

Pour comprendre les moteurs de l'engagement, le sociologue chilien José Bengoa a établi une grille définissant les modèles de l'action sociale. Ils se fondent sur quatre besoins fondamentaux de l'être humain :

- Le besoin d'identité : se conforter dans un sentiment d'appartenance à un groupe, s'affirmer personnellement à travers une identité collective.
- Le besoin de participation : être un acteur engagé dans la société en relation avec le contexte local, avoir une place active dans un système démocratique.
- Le besoin d'ascension sociale : renforcer ses compétences et capacités, se forger de l'expérience, utiliser son expérience pour s'ouvrir de nouvelles opportunités.
- Le besoin de changement social : pouvoir agir pour défendre ses valeurs et œuvrer à un changement social, se positionner dans un rapport de force pour faire évoluer la société.

Selon Bengoa, ces quatre entrées constituent la base de la dimension éducative de toute action sociale, peu importe le public qui s'y engage.

L'identité est une valeur à travers laquelle des individus peuvent développer l'affirmation d'eux-mêmes à travers la collectivité. Dans un monde moderne qui valorise de plus en plus l'individualité, les processus d'identification permettent aux groupes et citoyens dominés et moins organisés dans la société de développer des consciences et des combats collectifs. D'ailleurs, les phénomènes identitaires prennent une importance particulière aujourd'hui. A tel point que surgissent parfois des problèmes liés à l'exagération avec laquelle on traite certaines questions identitaires. A contrario, le manque de repères identitaires peut rendre difficile, pour certaines personnes, la compréhension des difficultés vécues et donc l'organisation de leurs revendications. Ces difficultés peuvent entraîner du désenchantement voire des phénomènes de violences ou de réactions incontrôlables. Un engagement social peut donc permettre aux gens de mieux se connaître, de réaffirmer leur propre identité, leur expérience à travers une culture, une communauté, dans le respect de celle des autres.

La participation est liée à la question de la démocratie. Elle fait écho, d'une part, aux besoins que peut avoir un être humain de pouvoir réellement s'exprimer et d'être pris en compte, et d'autre part, aux besoins d'un groupe d'avoir une autonomie propre, de posséder ses propres mécanismes de décision. Il ne s'agit pas seulement d'être engagé dans une organisation qui possède des structures démocratiques mais également d'évoluer dans un lieu où l'on apprend concrètement la participation et l'exercice de la démocratie. Pour apprendre à expérimenter cette démocratie, il faut la vivre à petite échelle dans un contexte non autoritaire où l'opinion de chacun est valorisée. Cela s'oppose à une démocratie de façade où la démocratie est uniquement liée à des formalités électorales sans que les gens ne comprennent les enjeux de leur vote et sans que leur opinion soit réellement prise en compte. Une action sociale qui vise la participation doit donc offrir un espace de valorisation des individus et de leurs opinions, ainsi qu'un espace d'expérimentation et de formation les renforçant dans leur capacité à participer.

L'ascension sociale est le processus par lequel les gens vont accéder à un meilleur statut, une meilleure position dans la société. L'engagement social peut répondre à ce besoin en permettant aux personnes qui s'engagent de développer de nouvelles compétences et connaissances, de se faire connaître, de développer un réseau. C'est peut-être l'une des motivations qui apparaît de la manière la plus évidente lorsque les personnes évoquent leur engagement. Pourtant, il n'est pas du tout certain que ce soit la raison première de leur engagement, les autres raisons demeurant parfois inconscientes. De plus, un engagement ne débouche pas automatiquement sur une ascension sociale.

Le changement social répond au besoin de transformer la société de manière globale. Il vise le pouvoir politique et les opportunités de changement qui y sont liées. Il s'agit donc de développer une analyse des enjeux de société, de la confronter aux autres visions politiques et de construire des stratégies pour changer la société. L'action sociale qui porte en elle le changement se différencie de celle des Etats et des partis politiques, car elle est portée de manière plus informelle par des personnes, des groupes et des organisations issus de la société civile. Elle contribue à une dynamique de contre-pouvoir et renforce la démocratie. Pour mener à bien le changement social, une organisation doit permettre à ses membres de développer un apprentissage auto-construit à travers la participation et la réflexion collective. Ainsi les individus développent leurs connaissances, innovent, découvrent, expérimentent et font évoluer leur vision du changement social à travers le temps.

José Bengoa explique que si dans une action sociale l'une des quatre dimensions est prise en compte de manière trop importante, cela peut entraîner différents dangers. L'excès de participation peut donner lieu à une forme de populisme où les élites sont discréditées. L'excès de changement social peut entraîner du dogmatisme où des idées sont portées sans esprit critique. L'excès d'identité peut créer du communautarisme et du repli sur soi. Enfin, l'excès d'ascension sociale peut renforcer l'individualisme au détriment de l'aspect collectif de l'action sociale.

MODÈLE DE PERRY GOOD

Un autre modèle, présentant des similarités avec la grille d'analyse de Bengoa, a été développé par E. Perry Good, une éducatrice, conseillère et auteure. Elle traite dans son ouvrage « In Pursuit Of Happiness », de la motivation, par exemple celle des bénévoles. Son modèle vise à relier l'implication dans une organisation à quatre besoins à remplir : L'appartenance, le pouvoir, le plaisir et la liberté.

Tout d'abord **le besoin d'appartenance**, que nous pouvons relier à la question de l'identité dans la grille de Bengoa, exprime l'envie de s'identifier à une organisation, la fierté d'en faire partie. Ce sentiment d'appartenance permet de renforcer l'adhésion des membres à une organisation et aux décisions qui y sont prises ainsi que d'en faire de meilleurs ambassadeurs.

Pour combler ce besoin d'appartenance au sein d'un groupe, il faut permettre aux membres d'être bien identifiés comme faisant partie de l'organisation. Il faut également qu'ils puissent assumer des responsabilités et les valoriser à travers la présentation de leurs résultats. Cependant, il peut y avoir un danger quand on tombe dans un excès d'appartenance. D'une part de nouveaux membres ou des personnes extérieures peuvent se sentir exclues, d'autre part, un trop fort sentiment d'appartenance peut affaiblir l'esprit critique par rapport aux positions de l'organisation.

Deuxièmement, **le besoin de pouvoir**, qui consiste à faire en sorte que les membres d'une organisation aient le sentiment d'avoir un réel pouvoir sur l'organisation, son déroulé, le produit des actions de celle-ci. Prendre part à des projets ou à des réunions n'a d'intérêt que si l'on peut y contribuer effectivement. Lorsque des bénévoles reçoivent des ordres qu'ils ne comprennent pas ou sur lesquels ils n'ont pas de maîtrise, cela risque de les démotiver. Ce besoin rejoint tout à fait la question de la participation traitée par Bengoa.

Comment faire pour satisfaire ce besoin ? Il s'agit surtout d'impliquer les membres dans les décisions et dans la gestion stratégique de l'organisation. Il faut également proposer aux membres des choix réels et non pas de fausses options, parmi lesquelles une seule est réellement envisageable. De plus, il faut que tout un chacun puisse comprendre les enjeux liés à l'organisation, même s'ils sont

complexes, et que le traitement de ces questions ne doit pas être la chasse gardée d'une équipe salariée ou d'un petit groupe spécifique.

Troisièmement, **le besoin de plaisir** doit être rencontré. Trouver du plaisir au fil des différentes activités de l'organisation est fondamental pour poursuivre son engagement. Et même si le soutien moral à une cause peut être au départ un moteur fort d'un engagement, celui-ci ne pourra être pérenne si la personne s'ennuie dans l'organisation ou vit le projet de manière pénible.

Pour assurer ce besoin de plaisir, il est donc fondamental de prévoir des moments conviviaux, des activités plus légères pour les membres de l'organisation. Il est aussi important de réfléchir comment chaque activité en elle-même peut être organisée de telle sorte qu'on puisse y trouver du plaisir, pour éviter l'ennui ou la frustration. Cependant, il faut être vigilant à ne pas tomber dans un excès inverse où une recherche de plaisir à tout prix détourne l'organisation de ses buts et missions.

Enfin, **le besoin de liberté** doit amener une organisation à permettre à ses membres de s'y sentir libres. Cela signifie que les personnes doivent pouvoir s'exprimer sans crainte, sans gêne et sans peur.

Pour satisfaire ce besoin, il faut que les membres soient outillés pour pouvoir s'exprimer (être formés, disposer de l'information nécessaire) et que le climat soit serein et ouvert afin que les gens puissent s'exprimer quand ils en ressentent le besoin ou l'envie. D'autre part, il est important que l'organisation soit ouverte à la remise en question et au changement car un climat où les gens ne sont pas prêts à changer les habitudes ne permet pas de remplir le besoin de liberté.

Il est intéressant de noter que si les deux premiers points se retrouvent également dans la théorie de Bengoa, ce n'est pas le cas pour les deux suivants qui explorent des aspects davantage psychologiques. De plus, deux éléments de la grille de Bengoa ne se retrouvent pas chez Perry Good. Logiquement, la question du changement social est absente chez Perry Good car celle-ci parle de participation de manière générale. La question de l'ascension sociale ne s'y retrouve pas non plus même si les concepts de développement de connaissances et de compétences qu'elle englobe se retrouvent dans le « besoin de liberté » de la grille de Perry Good. De manière générale, la théorie de Bengoa relève de l'analyse sociologique alors que celle de Perry Good est plus empirique.

Nous avons donc à ce stade-ci, six éléments pour comprendre les ressorts de l'engagement qui constitueront notre grille pour analyser les témoignages recueillis :

- La participation/le besoin de pouvoir
- L'identité/le besoin d'appartenance
- L'ascension sociale
- Le changement social
- Le besoin de plaisir
- Le besoin de liberté.

L'INFLUENCE DU CONTEXTE SOCIAL GLOBAL

Nous avons exploré, via les théories de Perry Good et de Bengoa, des moteurs de participation et d'engagement social fortement liés aux motivations individuelles (besoin d'identité/appartenance ; besoin d'ascension sociale ; besoin de changement social ; recherche de plaisir) et en partie liés à l'offre des organisations (possibilité de participation/pouvoir et de liberté dans son engagement et dans la structure avec laquelle on s'engage).

A présent, nous allons étudier les éléments liés au contexte général de la société. La conjoncture influence-t-elle de manière notable l'engagement ? Et si c'est le cas, de quelle manière l'influence-t-elle ? Sawicki et Siméant (2009) appellent à ne pas mettre totalement de côté les effets des mutations sociales sur l'engagement (notamment la disponibilité à s'engager et les attentes vis-à-vis du militantisme qui, selon eux, ont évolué avec la société). Parmi les changements sociaux à prendre en compte, ils citent le changement dans la division sexuelle du travail, l'augmentation du niveau de formation, la nouvelle répartition géographique des groupes sociaux, la désobjectivation de la classe ouvrière, le recours massif aux associations dans les programmes d'action publique,

l'institutionnalisation de la concertation dans de nombreux secteurs ou encore les changements dans les formes de gouvernement de nos sociétés. Penchons-nous sur quelques-uns de ces changements.

De nombreux chercheurs insistent sur **l'influence de la division sexuelle du travail sur la disponibilité à s'engager**. En effet, « beaucoup de recherches historiques ont mis en évidence que le militantisme dans les syndicats, les organisations professionnelles et les partis politiques a longtemps été facilité par un désengagement des hommes des tâches domestiques, reposant lui-même sur l'exclusion tendancielle des femmes du monde du travail une fois devenues mères ». (Sawicki et Siméant, 2009, p.14) Les auteurs précisent cependant qu'il est important de différencier cette analyse selon les groupes sociaux. Par exemple, les enseignants sont plus généralement mariés à des femmes déjà actives (souvent elles-mêmes enseignantes). L'arrivée massive des femmes dans le monde du travail ne peut donc expliquer la baisse de l'engagement des enseignants dans les structures traditionnelles (syndicat, parti). Par contre, dans le milieu agricole, le fait que les épouses se mettent davantage à rechercher un emploi hors de l'exploitation peut expliquer une baisse de disponibilité des jeunes agriculteurs pour le militantisme.

Une autre transformation de la société qui aurait influencé les formes d'engagement est **la mobilité géographique plus forte**. On est moins attaché à son quartier, sa ville, sa région ou même à son « groupe social » et on bouge beaucoup plus facilement à l'heure actuelle qu'il y a 50 ans. Des déménagements plus nombreux rendent bien entendu plus difficile un engagement local fort. Avec cette mobilité accrue, l'implication vis-à-vis d'une cause peut demeurer, même en ayant cessé de militer au sein de l'organisation qui la porte. Sawicki et Siméant (2009) évoquent donc l'idée que l'attachement à une organisation est devenu plus instrumental dès lors qu'on quitte plus facilement celle-ci en cas de déception (sans pour autant remettre en question son attachement à la cause défendue par l'organisation).

Enfin, les auteurs pointent également **les « changements dans les formes de gouvernement de nos sociétés** (multiplication des forums de discussion et d'expertise, intrication des niveaux de gouvernement du local à l'Europe...) » (Sawicki et Siméant, 2009, p.17). Dans le contexte actuel de plus grande participation au moins de façade, il serait plus difficile pour les organisations et mouvements sociaux d'assumer une vraie révolte pouvant impliquer des attitudes de violence. En effet, la plus grande habitude de consultation et de participation devrait leur permettre de faire évoluer le système. Aujourd'hui, il s'agirait beaucoup plus pour les militants d'être capables de tenir une négociation pour faire avancer sa cause plutôt que de pouvoir en « découdre ». Le risque d'une telle évolution est de mettre hors-jeu des profils militants moins « scolaires » et plus axés sur les dimensions expressives de l'engagement militant. C'est ainsi qu'on pourrait expliquer les difficultés de l'association ATTAC (mouvement d'éducation populaire tourné vers l'action citoyenne) à fédérer des militants faiblement diplômés. Néanmoins, le succès de la Confédération paysanne, associant des revendications et négociations sectorielles à des actions choc (arrachage de champs d'OGM, démontage d'un Mac Do,...), montre que la culture conflictuelle du militantisme n'a pas disparu et fonctionne encore.

Bref, les changements sociétaux ont bel et bien des répercussions sur l'engagement mais principalement sur les formes d'engagement et sur le type de militant, moins attaché à une organisation, moins disponible et plus expert, plutôt que sur le fait-même de s'engager.

L'INFLUENCE DE L'APPARTENANCE À UNE CLASSE SOCIALE

Si l'évolution de la société a des implications sur la manière de s'engager, les recherches montrent néanmoins que ces répercussions doivent être analysées de manière différenciée selon les groupes sociaux (Lichterman, 1996 ; Nicourd, 2007). En effet, les changements sociaux eux-mêmes n'affectent pas tous les groupes sociaux avec la même intensité.

C'est ainsi que Paul Lichterman (1996) constate qu'en fonction de leur profil et habitus, les militants développent des formes différentes d'engagements. Au fil d'une étude de terrain sur des mouvements sociaux dénonçant la pollution aux Etats-Unis, il distingue deux profils très différents de militants. L'un plus axé sur la communauté (*communitarian commitment*) concerne plutôt des classes populaires et classes moyennes, peut-être moins touchées par certains des changements sociétaux décrits dans le point précédent. Il s'agirait donc d'un engagement qui correspond à des formes plus

traditionnelles. Il prend l'exemple d' « églises protestantes noires dont les leaders établissent un lien entre protection de l'environnement et dignité des classes populaires noires, mais aussi communautés de classe moyenne blanches de banlieue maillées par de très denses réseaux associatifs et de voisinage. » (Sawicki et Siméant (2009), p. 12).

L'autre profil de militant est celui de personnes peu attachées à un territoire particulier et fortement diplômées. Leur engagement, qu'il nomme « personnaliste » (« *personalized commitment* »), laisse une large place à l'autonomie individuelle et moins d'attachement à un groupe.

« Ces deux formes créent différents liens de responsabilités et différentes définitions du « bon » militant. Cependant, les organisations fondées sur le respect de l'autonomie personnelle sont contraintes à un effort permanent pour réassurer ces liens et sont, en conséquence, soumises à un fort *turn over* qui les oblige à recourir à des moyens supplétifs (recherche de subventions ou de sponsors, recours à des experts...). Ce travail (...) montre clairement que le modèle de l'engagement distancié est moins lié à la nature de la cause défendue qu'aux propriétés sociales de ceux qui la soutiennent » (Sawicki et Siméant (2009), p. 12).

De son côté, Nicourd (2007) parle de sélection en fonction des catégories sociales et évoque l'idée que le « monde de l'engagement est éloigné des ouvriers (c'est dans les partis qu'on les retrouve plus souvent) et proche du monde des cadres, des professions intellectuelles supérieures et également des professions intermédiaires » (Nicourd (2007), p. 107).

S'il y a un débat sur l'influence des changements sociétaux sur l'engagement, il porte finalement surtout sur l'engagement différencié des groupes sociaux, certains se désengageant, d'autres restants dans des schémas d'engagement plus classiques.

Ce chapitre nous permet dès lors de comprendre l'importance de l'appartenance à un groupe social particulier dans les ressorts de l'engagement et les types d'engagement.

L'IMPORTANCE DES RENCONTRES

Après l'analyse des motivations individuelles et l'analyse via quelques évolutions de la société, ce sont les relations sociales qui sont mises en avant par certains comme facteur d'engagement.

Si on a vu que l'habitus d'un individu - lié aux groupes sociaux auxquels il appartient - influençait la manière dont il s'engage, le partage d'un même habitus ne suffit pas à ce que des individus se mobilisent de la même façon. De nombreux chercheurs ont montré que le rôle des proches était par contre primordial dans la mobilisation. « (...) *les récits biographiques confirment fréquemment le rôle des parents, amis, collègues, voire de certaines figures tutélaires (enseignant, prêtre, militant exemplaire. . .) dans le passage à l'acte.* »

Sawicki et Siméant (2009), p 8.

Ainsi, Molly Andrews (1991), suite à une enquête biographique auprès de militants socialistes en Grande-Bretagne, identifie trois facteurs majeurs de l'éveil de leur conscience politique : des stimulés intellectuels (ouvrages, films, éducation informelle,...), le rôle des organisations (syndicats, organisations de jeunesse,...) et la rencontre d'individus militants. Dans le public qu'elle a observé, le rôle joué par l'éducation formelle ou les prédispositions familiales à l'engagement semblent faibles par rapport à l'influence de ces rencontres. Ce sont celles-ci qui ont par exemple amené les jeunes ouvriers, loin d'être des grands lecteurs, à ouvrir la presse politique et syndicale puis à oser assister à des réunions politiques.

De même Duriez et Sawicki (2003) ont souligné le rôle central des collègues syndiqués ainsi que d'amis ou de membres de la famille dans l'adhésion à un syndicat. Ces proches sont vus comme « parrains » ou comme « modèles ».

« *En amont de l'engagement, la famille, les amis, les collègues de travail ou les camarades d'école, les voisins, etc. apparaissent non seulement comme des instances de socialisation, mais comme les vecteurs de la prise de contact avec les organisations ou les groupes agissant en faveur de la défense d'une cause.*

Les relations et les informations qu'ils procurent et la contrainte qu'ils exercent, dans un sens positif ou négatif (approbation, sollicitation ou désapprobation, stigmatisation, voire ostracisme), facilitent ou au contraire freinent le passage à l'acte. »

Bon nombre de militants ont eu des parents engagés idéologiquement, politiquement, syndicalement ou avec une éducation religieuse qui leur a inculqué un idéal exigeant. « *Les gens présentent fréquemment leurs convictions comme le résultat de choix très libres, mais si on gratte un peu, on trouve une histoire personnelle et familiale forte* » remarque Anne Rambach, auteure avec Martine Rambach des « Nouveaux intellos précaires » (Stock, 2009).

Dans une recherche plus spécifiquement axée sur l'engagement auprès des ONG, Gregor Stangherlin (2005) démontre d'ailleurs empiriquement cette importance des proches, des rencontres et des réseaux à partir d'un échantillon représentatif de la population constitué à la fois de participants et de non-participants aux activités bénévoles.

Cette approche plus interactionniste de l'engagement pousse à prendre en compte, outre les motivations individuelles et les habitus des groupes sociaux, le réseau et les relations sociales comme ressort clé de l'engagement.

Ainsi, on remarque que l'engagement n'est pas seulement le fruit d'un raisonnement intellectuel. « *Je n'ai jamais entendu, écrit l'historienne et écrivaine Florence Montreynaud, parler de gens qui s'engagent sur des bases rationnelles ! Il y a toujours une part de révolte individuelle, liée à une douleur, à une frustration. (...) Mais si on reste juste à une prise de conscience individuelle, on n'avance pas. L'engagement commence quand on se joint à d'autres pour une action collective.* »

Williams, P 2009, p. 33.

L'engagement ne se réduit donc pas à un choix intellectuel, c'est un acte. Et c'est en situation que les individus tendent à s'accomplir comme militants.

L'EVOLUTION DE L'ENGAGEMENT : QUELLES DIFFÉRENCES ENTRE LES MILITANTS DE LA NOUVELLE ET DE L'ANCIENNE GÉNÉRATION ?

L'engagement des jeunes : un passé révolu ?

Quand on aborde la question de l'engagement citoyen chez les jeunes, deux tendances se contredisent. Certains discours, résolument négatifs, prétendent que les jeunes ne s'engagent plus aujourd'hui : connectés en permanence à leurs appareils électroniques, les jeunes vivraient dans leur bulle de manière individualiste, très peu préoccupés par les enjeux de société. D'autres, à l'inverse, sont très positifs et croient en l'engagement citoyen des jeunes qui seraient prêts à s'engager corps et âme pour un monde meilleur. Loin de trancher entre ces deux discours, nous nous contenterons d'affirmer que le profil des jeunes, ainsi que les formes d'engagements, ont évolué avec le temps : on ne s'engage plus actuellement comme le faisaient les anciennes générations, d'autres modèles d'engagements se sont développés, en lien notamment avec l'évolution de la société.

Société et engagement

Tout d'abord, les jeunes vivent dans un climat sociétal différent de celui des générations précédentes. Loin des périodes optimistes et prospères, les jeunes vivent dans une **période de crises multiples** : la crise économique, la crise politique, la crise écologique, etc. Nés dans ce climat morose, les jeunes se sentent parfois découragés et imaginent difficilement qu'il est possible de « changer le monde ». Comme l'explique **Miguel Benasayag** dans une interview d'Altermonde¹ : « *Ce n'est pas pareil de militer dans un monde de la promesse, où l'on croit que l'on va vers un monde meilleur, que de militer dans un monde dont l'avenir augure le pire. C'est une sacrée différence. Aujourd'hui, je ne vois pas qui peut ne pas craindre l'avenir, que ce soit d'un point de vue politique, économique, écologique...* »

¹ <http://www.altermondes.org/spip.php?article879>

Alors, pour se mettre en mouvement, il faut pouvoir se dire : « Je mets entre parenthèses toutes les informations menaçantes et ici, concrètement, j'agis... ».

Dans ce contexte, il est primordial pour les associations de lutter contre le désenchantement. A la lumière de la grille d'analyse proposée par José Bengoa, il est impératif que l'organisation entretienne le sentiment d'utilité chez le volontaire. Il sera important de parler de combats qui ont abouti ou qui, au moins, sont une étape importante vers leur aboutissement. Montrer des victoires en parallèle avec les combats qu'il reste à mener permettra de maintenir la motivation des volontaires.

Outre le climat de crise, l'environnement des jeunes a également beaucoup changé. Une **multiplicité de loisirs** s'offre actuellement à eux, à tel point qu'il en découle une certaine concurrence. Plus que jamais, les jeunes sont sollicités de toutes parts et ils doivent donc trier dans les offres. Il faudra que l'association propose quelque chose d'intéressant en contrepartie de l'engagement (expérience, compétence, ...).

On ne peut également nier l'effet qu'ont **les nouvelles formes de communication** sur les manières actuelles de se mobiliser. L'omniprésence des médias, ainsi que la possibilité d'être hyper connecté à toute heure du jour ou de la nuit, offre des avantages mais demande également une adaptation aux organisations qui doivent ajuster leur manière d'interagir avec les jeunes (voir ci-dessous).

De plus, malgré l'hyper connectivité dans un contexte de mondialisation qui permet d'avoir une vue quasiment « en direct » sur ce qui se passe de l'autre côté de la planète, une difficulté pour les associations demeure : souvent, les volontaires ne sont pas directement en lien avec les bénéficiaires de leur action, ils ne peuvent donc pas mesurer concrètement les effets de leur engagement. De plus, quand on lutte contre la pauvreté, par exemple, on s'attaque à une thématique globale et on ne peut percevoir clairement le résultat de nos actions car elles ont une visée résolument à long terme. Ce manque de concret peut lasser les volontaires, ce qui constitue un frein certain à l'engagement. Il sera alors important pour l'organisation de donner à voir un aspect concret aux volontaires, que ce soit en parlant de victoires (même partielles) dans la lutte ou en proposant un ancrage local pour des actions concrètes.

Des nouveaux modes d'engagement

Le cumul de ces différents facteurs va amener les jeunes à privilégier de nouvelles formes d'engagement.

Pour Jacques Ion, sociologue et ex-Directeur de recherche au CNRS, la période actuelle fait coexister plusieurs manières de s'engager pour une cause. On ne se limite plus à une façon d'intervenir dans l'espace public. En d'autres mots, manifester n'est plus une condition nécessaire pour se dire militant, « *On peut être militant sans forcément s'engager dans la durée, voire sans même adhérer à un groupement ; on peut être militant en publicisant son vécu personnel, le témoignage accédant ainsi au rang d'action ; on peut être militant en privilégiant les liens horizontaux entre individus plutôt que les liens verticaux hiérarchisés entre groupements ; on peut s'impliquer pour une cause et garder pour autant son quant-à-soi ; on peut être militant et tenir cependant à parler en son nom ; on peut être militant sans penser à la manifestation comme passage obligé pour populariser une cause.* » (Jacques Ion, déc 2005)

On peut considérer que les jeunes vont davantage s'orienter vers **des engagements ponctuels, sous la forme d'électrons libres**. Geoffrey Pleyer² explique cette tendance: « *comme un individu gardant ses distances par rapport à toute association mais en se réservant le droit d'interagir comme bon lui semble avec les groupes et les organisations qui lui paraissent temporairement mieux correspondre à ses idées et au type d'action qu'il entend mener. Dès lors dans les mouvements organisés par les jeunes altermondialistes, point de carte de membres ou d'obligations pour les militants* ». (Geoffrey Pleyer, 2004, p 127)

Ceci ne veut pas dire que les jeunes restent dans leur bulle individualiste, allergiques à toute forme de collectif. Mais ils ne désirent pas appartenir à une association en particulier et plutôt picorer en s'inscrivant dans un collectif de manière éphémère, pour finalement faire un chemin qui leur est propre, en fonction de leurs préoccupations et des modes d'action qu'ils privilégient à un moment

² Auteur de « Des blacks blocks aux alter-activistes : pôles et formes d'engagement des jeunes altermondialistes »

donné. Au contraire, le groupe, même s'il n'est pas le ciment de leur engagement, va les nourrir et ainsi leur permettre d'avancer dans leur propre cheminement d'engagement. Comme l'explique le sociologue Olivier Servais, « **Le groupe demeure, mais il remplit dorénavant une fonction nouvelle, celle de « moments » de partage et d'expérience, bref, celle de dispositifs d'échanges et de confrontations des expériences personnelles. Dans cette optique, le rôle attribué au collectif n'est plus d'être le socle spirituel et politique d'une vie, mais un moment, un lieu de passage.** » (Olivier Servais, 2006, p 24)

Cette manière de butiner plusieurs organisations en même temps, pour des laps de temps parfois courts, n'affaiblit pas l'engagement des jeunes. Au contraire, il leur permet de consolider et fortifier leur réflexion, en étant enrichi par différentes visions proposées par les organisations. De plus, cette **interaction avec différents acteurs associatifs permet aux jeunes d'acquérir une vision plus globale des enjeux de société**. En picorant dans des associations qui sont spécialisées dans des thématiques particulières (le commerce équitable, l'alimentation, la finance éthique, les migrations, etc.), les jeunes vont pouvoir faire des ponts entre des sujets *a priori* éloignés, et ainsi se construire une vision globale.

Geoffrey Pleyers souligne également l'importance de **la dimension festive de l'engagement** : « *Le caractère festif des mobilisations est dès lors particulièrement important aux yeux de ces jeunes qui rivalisent de créativité, car aujourd'hui « résister c'est créer ».* » On remarque en effet que les jeunes privilégient des actions qui allient un message fort et un aspect ludique, sans pour autant délaisser le fond au profit de la forme. On voit ainsi se développer des actions de rues créatives : lutter contre l'accaparement des terres en étant déguisés en investisseurs prêts à acheter un espace public, tout en interpellant les citoyens dans la rue accompagné par une fanfare. On assiste ainsi à l'intégration de l'art, du sport, des médias dans leurs actions, mais toujours avec l'objectif de susciter le débat et d'amener à l'avant-scène des sujets de société dont il faut parler. Cette forme ludique d'engagement permet peut-être aux jeunes de compenser le climat morose ambiant et de trouver ainsi l'enthousiasme nécessaire pour continuer à lutter pour les valeurs qu'ils défendent.

L'engagement des jeunes se développe également grâce à **internet et aux réseaux sociaux**. Les organisations se familiarisent avec ces nouveaux canaux pour communiquer avec les jeunes mais également pour les mobiliser. Ainsi, les jeunes ont la possibilité de signer facilement une pétition, partager des vidéos/articles ou adhérer virtuellement à une organisation. Mais peut-on considérer un « like » sur facebook comme une forme d'engagement ? On voit en tout cas qu'il est possible de s'engager à des niveaux différents. Les organisations vont pouvoir utiliser les réseaux sociaux pour mobiliser physiquement des jeunes militants prêt à donner de leur temps et faire circuler des infos/vidéos/articles vers d'autres jeunes sympathisants, prêts à relayer leur message sur la toile. Pourtant, à travers cet engagement, ils ne quittent pas leur « zone de confort » derrière leur ordinateur.

Une rupture entre les modes d'action des anciens et nouveaux militants ?

On remarque une différence entre les nouveaux militants et ceux des générations précédentes. A côté des jeunes « butineurs », les anciens militants restent davantage liés à une association sur le long terme, à travers laquelle ils construisent tout leur engagement. Les anciens militants sont plus axés sur leur propre formation, et recourent plutôt à des arguments raisonnés. Il en découle des modes d'action plus formels, comme des conférences, stands, etc. Quant aux nouveaux militants, ils ont davantage la volonté de transmettre leurs indignations vers les autres citoyens par des procédés humoristiques, parfois même provoquants. Ainsi, les temps de formation vont se mêler à ceux de l'action en privilégiant des actions spectaculaires.

Les organisations doivent tenir compte de cette nouvelle manière d'exprimer son engagement, en adaptant l'offre pour les nouveaux militants : formations sur l'interpellation en rue, le théâtre-action, etc. Mais les anciens modes d'actions plus formels ne sont pas délaissés pour autant par les jeunes, il s'agira plutôt d'un entremêlement entre anciens et nouveaux modes d'actions. En effet, il n'est pas rare qu'un groupe de jeunes militants organise une semaine de sensibilisation sur une thématique précise, mêlant la conférence d'un expert sur une thématique un jour, avec une interpellation ludique en rue un autre jour.

PARTIE II – Recherche empirique

RECHERCHE EMPIRIQUE AVEC LES JEUNES MAGASINS-OXFAM

Comme expliqué en introduction, nous avons mené, durant l'année 2013, une recherche-action avec des anciens membres des Jeunes Magasins-Oxfam. Ce travail avait pour objectif de déterminer, *a posteriori*, les impacts de leur parcours dans les JM sur ce qu'ils sont devenus aujourd'hui, mais également les moteurs qui ont fait qu'ils s'y sont engagés durablement.

Corentin Hecquet, né en 1978 a intégré le JM de l'Institut Saint-Etienne à Court-St-Etienne en 1994. Aujourd'hui doctorant, il travaille sur les mouvements sociaux.

Fatma Karali, née en 1979, a intégré le JM de Notre Dame à Marche en Famenne en 1995. Elle travaille aujourd'hui à l'AWSA (Arab Woman Solidarity Association – Belgium)

Marc Magnery, né en 1988, a intégré le JM de Saint-Michel à Verviers en 1992. Aujourd'hui, après sciences-politiques et une certification éthique économique et sociale, il revient d'Allemagne où il a été assistant de langue française en école secondaire dans la région de Munster.

Marie Lecocq, née en 1991, a intégré le JM du collège d'Alzon à Bure en 2007. Aujourd'hui, elle fait des études de sciences-politiques à Louvain-la-Neuve et est très impliquée en politique.

Mélissa Rodriguez, née en 1995, a intégré le JM de l'Institut Sainte-Thérèse à Manage en 2010. Aujourd'hui, elle entame des études d'éducateur A1.

Nathalie Cambron, née en 1989, a intégré le JM de Saint-Dominique à Schaerbeek en 1993. Aujourd'hui, elle travaille comme project manager à Bpost.

Philippe Santini, né en 1984, crée et intègre le JM de l'Athénée Royal de Nivelles en 2000. Aujourd'hui, il travaille à l'ULB et poursuit un master en sciences du travail.

Théodore Gallez, né en 1993, a intégré le JM des Ursulines de Tournai en 2006. Aujourd'hui, il étudie l'agronomie à Ath.

Saïd Karmaoui, né en 1977, intègre le JM de l'Institut Notre Dame à Marche en Famenne en 1993. Aujourd'hui, il quitte son poste de coordinateur du Centre hospitalier de Libramont.

Sunanda Royen, née en 1989, a intégré le JM de Saint-Michel à Verviers en 2004.

Aujourd'hui, elle termine ses études d'éducatrice et aimerait travailler avec des personnes handicapées.

Nous avons également interrogé 3 professeurs pour avoir un avis plus extérieur sur l'engagement des élèves dans les JM-Oxfam

Isabelle Demoulin est professeur à Manage. Elle a créé le JM de l'Institut Sainte-Thérèse en 2009.

Bernard Fabry est professeur, il est responsable du JM au Collège Saint-Guibert à Gembloux. Il a également coordonné le JM de l'institut Saint-Jean Baptiste à Saint-Gilles lorsqu'il y enseignait.

Philippe Conter est professeur à Cardijn-Lorraine à Athus. Il y a créé le JM, mais il est également impliqué auprès d'Amnesty.

Dans cette partie empirique, nous allons croiser leurs différents témoignages avec les grilles d'analyses et les réflexions sociologiques développées plus haut afin qu'ils éclairent ces éléments théoriques.

Au niveau des éléments individuels

Dans un premier temps, nous croisons les témoignages des anciens des JM-Oxfam avec les éléments clés issus des grilles de Bengoa et de Perry Good.

A. La participation

1. L'action concrète

Dans le projet d'un Jeune Magasin-Oxfam (JM), la vente de produits du commerce équitable est un élément central dans le processus de mobilisation. En effet, elle offre aux jeunes investis dans les JM une activité concrète dans laquelle ils peuvent s'investir. Cet élément vise à renforcer la participation comme moteur d'engagement dans le projet JM. Même si cet élément se vérifie la plupart du temps, ce n'est pourtant pas un moteur pour tous, en témoigne l'expérience de Corentin pour qui la vente n'était pas au cœur de l'action : « *Jouer au magasin ne m'intéresse pas, je n'ai jamais aimé. La vente ne m'intéresse pas du tout. A la limite les paysans du Sud non plus. Moi j'étais au JM pour agir ici.* »

Dans d'autres cas, les activités de vente n'ont pas toujours l'espace pour se développer. C'est le cas de **Théodore**, à Tournai, qui a lancé le premier JM de son école : « *J'ai géré les permanences mais il n'y avait pas beaucoup de monde. Une sandwicherie à côté de l'école nous faisait forte concurrence. On a arrêté le commerce en juin. Nous nous sommes alors centrés sur l'action ponctuelle de la semaine du commerce équitable.* » Le JM sans le « M » de magasin serait donc possible mais rare. Comme l'explique le professeur **Philippe Conter**, la vente inscrit le projet dans un acte très concret, plus facilement saisissable. A Marche en Famenne, le magasin rassemblait le groupe, « *Nous étions tous responsables, se souvient Saïd. C'était un peu notre « club house », autour duquel tout gravitait. On y canalisait notre envie de changer le monde. Cette présence quotidienne ancrerait le JM. Les actions sans le magasin, ou le magasin sans les actions, quelque chose aurait manqué.* »

2. La responsabilisation

Le projet JM vise également à impliquer les jeunes à travers des prises de responsabilités très concrètes. Comme en témoigne Saïd : « *Dans le cadre d'une exposition, on avait matérialisé des avions remplis d'enfants qui s'écrasaient pour donner une idée des dégâts causés par la faim dans le monde. Cette expo, c'était la nôtre. C'est nous qui l'avions faite. Les professeurs nous l'avaient donnée en main en nous responsabilisant et c'était une superbe réussite. Ils nous ont un peu dit : « Vous êtes en mesure de réaliser ce travail et nous allons vous aider à vous en rendre compte ». L'activité et l'équipe des JM m'a fait grandir, m'a aidé à devenir quelqu'un de mieux chaque jour. Il n'y a pas beaucoup de lieux où un ado peut être responsabilisé sur les choses du monde et y prendre une part active ». On apprend aussi à ne pas paniquer. **Corentin** témoigne : « *Petrella devait venir à l'école et...il n'arrive pas. Là, j'apprends à organiser et à stresser pour l'organisation.* » Marie a mobilisé toute l'école pour la venue de Pie Tshibanda, « *ma première expérience d'organisation, de gestion d'équipe.* »*

Pas une mince affaire comme le confirme **Sunanda** : « *Côté organisationnel, mettre une expo sur pied, faire des travaux de groupe et d'équipe sans le cadre de la classe, c'est déjà un aspect de la vie professionnelle. Tout est planifié à la minute même. La présentation des classes m'a vraiment aidé. 50 minutes ce n'est pas 55. Tu découvres cette rigueur.* » Et **Saïd** d'ajouter : « *Le magasin, c'était aussi tenir une réunion, écrire un PV, partager les tâches. On n'avait pas de chef mais un coordinateur. On était responsable, découvrait les deadlines, les responsabilités.* »

Cette capacité d'organisation devient même une deuxième peau pour certains : « *Des gens ont plein de loisirs, explique Théodore. Le mien c'est de sensibiliser, discuter, comment changer les choses. Je prends mon temps libre là-dessus, je m'attarde sur la communication.* »

B. L'identité/besoin d'appartenance

1. Des modèles auxquels s'identifier

S'impliquer dans ce projet, c'est aussi rencontrer des plus grands, des professeurs, des adultes qui parfois influencent et surtout servent de modèles identificatoires. **Saïd** en témoigne : « *Par rapport aux professeurs, ces rencontres ont été importantes parce qu'ado, on se cherche une figure, un sens à la vie. On est à la fois influençable, fragile et là avec les JM, des gens nous laissent rentrer dans un beau projet, nous en donnent les clés et nous disent « Voilà, éclate-toi ! ». C'est très important de nous avoir fait rêver lors de ces années d'adolescence et dès lors, j'ai envie de simplement dire merci à ces professeurs pour ce qu'ils m'ont apporté. C'étaient de belles rencontres.* » **Fatma** confirme :

« J'ai croisé des personnalités impressionnantes comme Riccardo Petrella, les rencontrer et les écouter m'a permis d'apprendre et de découvrir énormément de choses. »

Pour **Sunanda**, la relation avec les autres l'a fait grandir : « Lors des deux premières années, les 5^e et 6^e avaient la main-mise sur le JM, nous on était les petits. On subissait. Et je crois avec le recul qu'on a fait subir la même chose aux autres tellement on était motivés ! Nous, en 3^e, on ne disait rien en réunion, on était timide, gêné, on répondait à peine aux questions qu'on nous posait ».

« Le JM t'ouvre, explique **Mélissa**. Il faut parler aux gens. Tu dois passer dans les classes, expliquer la flashmob. J'avais peur du regard des gens mais on peut s'affirmer tel qu'on est. »

2. Une identité qui évolue à travers l'engagement

Pour plusieurs anciens, l'entrée dans l'équipe fût le premier pas vers une militance jamais démentie. « Le point de départ de beaucoup de choses » confie **Marie**. « Le premier engagement d'une longue série » avance **Marc**.

Et sortir de l'école et donc du magasin ne signifie pas arrêter toute militance. « Les JM ont fait débiter mon engagement associatif, assure **Philippe**. J'ai commencé par deux, trois conférences à Nivelles, puis j'ai lu le Monde Diplomatique. J'ai pu apprendre par moi-même et via Oxfam. J'ai rencontré des gens et des idées. » La suite est impressionnante : départ en Angleterre, manif contre la guerre en Irak, de retour en Belgique, inscription au stand d'Oxfam à peine inscrit à l'ULB, cercle Attac ULB, création d'un Cercle de Réflexion Altermondialiste, implication dans la FEF, membre du CA de l'ULB. Le plus étonnant est que la suractivité de **Philippe** n'est pas un cas isolé. D'autres comme **Théodore, Corentin, Marie, Fatma**, ou **Marc** affichent aussi un pedigree associatif chargé ! Le JM amorce une conscience et une force de mobilisation importante.

S'investir dans un JM marque l'identité de ceux qui y passent, c'est certain. Même si ce n'est pas toujours flagrant. « Je n'ai pas changé du tout au tout, confirme **Mélissa**. J'étais la même en troisième mais avec un peu moins de motivation, un peu plus matérialiste, un peu moins réfléchi. Je vois les choses autrement, j'essaie de parler, de donner mon avis. Que d'autres aient faim, cela a fait tilt. Je prends du plaisir à voir qu'on peut un peu changer les choses... »

« Le commerce équitable est une très bonne entrée en matière pour comprendre les enjeux sociétaux, affirme **Saïd**. C'est simple sans être simpliste. Ces questions ont suscité pour moi de l'intérêt au-delà même du commerce équitable. »

L'évolution vers une identité très militante n'est pas systématique ou linéaire. **Sunanda** et **Nathalie** ne militent plus dans une sphère associative. Elles qui ont vendu tant de produits du commerce équitable ne franchissent plus que rarement le pas d'un Magasin du monde, faute de temps, d'argent ou d'envie. Mais cela n'enlève rien à la prise de conscience du monde qu'elles ont acquise à travers le projet. « Les JM m'ont donné l'envie de comprendre comment se passaient les échanges économiques, pourquoi des personnes ne recevaient pas de salaires équitables, avance **Nathalie**. Cela m'a obligé à me poser des questions, et m'a amenée à mes études. Cela m'a positionnée aussi : je ne pense pas pouvoir travailler dans le secteur privé. »

C. L'ascension sociale

1. Des élèves qui redécouvrent l'école (ou l'inverse)

Le projet permet aux élèves de développer des compétences et de s'illustrer dans des tâches moins scolaires. Ceci permet à certains de trouver une valorisation qu'ils n'ont pas toujours dans les cours. Ainsi, **Corentin**, dyslexique, a peiné en primaires. Ses parents et professeurs ont trouvé une école qui pouvait comprendre son projet. Sa rentrée dans un JM a été bénéfique : « *Une fois dans les JM, ma scolarité a été beaucoup mieux ! Au plus je m'investissais, au mieux les études fonctionnaient. J'apprenais à m'organiser, à planifier le travail.* »

Bernard Fabry confirme l'apport pour certains élèves : « *Le projet fait office de révélateur pour eux. On a toujours eu des jeunes qui n'ont aucune chance de sortir du lot, des élèves qu'on ne connaît qu'à travers le parcours scolaire et tout à coup, ils deviennent des leaders. Je me souviens d'un garçon, pas très dynamique, qui s'est investi dans les JM. Il en est devenu président et a coordonné le projet parfaitement. Une autre surprise pour moi était le dynamisme des filles. Scolairement, elles traînaient, ne faisaient pas leurs devoirs, n'étudiaient pas, étaient absentes. Bref, elles étaient sympas mais il fallait vraiment les tirer...Et via le JM, elles passaient de filles amorphes à très dynamiques ! Ce changement agissait par ricochet sur leur parcours. Elles commençaient à aimer l'école.* »

Pour **Mélissa**, toujours rhétoricienne au moment de la rencontre, on est « *à la fois à part de l'école par le projet mais intégrée également parce qu'on est dans l'école et qu'elle accepte notre différence.* »

2. Développer des savoirs, des savoir-faire, des savoir-être

Ils le disent tous : le projet apporte une ouverture sur le monde, un regard au-delà des vies d'ados. « *Je le vois dans leur réponse aux examens, affirme Isabelle Demoulin, les élèves du JM observent le monde, ils ont une forme de regard sur la société.* » Et cela n'a rien avoir avec la performance scolaire : « *sur les sept élèves JM de cette année, deux doublent* ». A force de s'impliquer, de sensibiliser, d'argumenter, les anciens JM ont développé de nombreuses compétences. **Fatma** explique : « *J'avais présenté devant ma classe l'expo à la demande d'un professeur d'économie. J'avais pas mal de discussions avec lui et c'était une bonne gymnastique d'argumenter, de défendre mes opinions, de chercher des informations.* » Ces débats d'idées permettent aux jeunes d'aguerrir leurs arguments face à des contradicteurs parfois de haut niveau. **Corentin** se souvient de la rencontre avec les assistants de Philippe Maystadt, alors Ministre des Finances et du Commerce extérieur. « *On connaissait presque mieux le dossier qu'eux !* »

3. Des pistes pour les études

Ce terreau de convictions a, de manière assez naturelle, une prolongation dans le choix des études. Plusieurs d'entre eux ont opté pour les Sciences politiques ou économiques. L'impact du JM est présenté comme crucial, amorce de l'envie de comprendre le monde. **Théodore** suit le cursus d'ingénieur industriel en sciences agronomiques pour ancrer son engagement dans la terre. **Saïd** a rapidement voyagé et s'est engagé dans la voie des ONG.

Sunanda et **Mélissa** sont encore aux études, toutes deux se dirigent vers le métier d'éducatrice, avec l'envie d'apporter un soutien aux handicapés pour Sunanda, aux enfants du Sud pour **Mélissa**. « *J'ai eu envie de faire des études en sciences humaines pour transmettre des valeurs, raconte Sunanda. Ce sont les JM qui m'ont donné ces envies. Lors de mes stages, j'ai repris beaucoup d'activités, le parcours du jeans, l'agriculture bio, cela a influencé mes études.* »

D. Le changement social

1. L'organisation de la colère

Quand les jeunes s'engagent, c'est pour défendre des valeurs. Ce faisant, le projet a peut-être canalisé et organisé une colère adolescente qui ne trouvait pas toujours de lieu d'expression. Pour **Fatma**, « *si ce cadre n'existait pas, je l'aurais peut-être cherché ailleurs, mais les JM sont arrivés à un bon moment dans ma vie. Quand on est ado, on se pose les vraies questions, essentielles, et on recherche un droit de parole. Les JM permettent de donner cette parole, de poser ces questions et de*

pouvoir agir. Quel autre mouvement militant permet-il à des ados d'être des acteurs indispensables ? ».

Corentin explique : « *J'étais un révolté survolté, Et j'ai trouvé un espace d'expression dans les JM. C'était un lieu où en agissant, je me faisais une place. Quand tu es jeune et révolté, où exprimes-tu ta colère? La force des JM est de transformer une révolte en moteur d'action. Ton énergie au lieu d'être gâchée à être fâché devient un acte positif. Les JM m'ont ouvert les yeux, obligé à poser des questions sans toujours trouver des réponses, ont rendu certaines choses inacceptables. »*

« *Auparavant, j'étais à l'école à Roche, où il n'y avait aucune ouverture sur le monde, raconte Saïd. On m'y interdisait de réfléchir ! On me disait : « Tu n'es pas là pour poser des questions, tu es là pour apprendre. » L'ouverture sur la société me manquait. Arrivé à Notre Dame à Marche, je suis rentré dans les JM. On m'a dit : « Le monde de demain c'est vous. » et « on va y réfléchir ensemble ». Le choc ! Quel changement. Quand on est adolescent, on est idéaliste, utopiste on n'est pas toujours compris par les « grands ». »*

Mal comprises, ces révoltes peuvent être perçues comme l'acné idéologique des 13-17 ans. « *Une prof, la mère d'une amie, me disait : « Vous verrez bien, plus tard, quand tu redescendras sur terre, tu es impuissante, explique Fatma. Elle essayait de nous désillusionner. C'était un passe-temps pour elle. 15 ans après, je me rends compte que les questions qu'on posait avec le JM sont toujours des questions de société. »*

2. La vente et la militance

La vente, qui est un élément favorisant la participation au sein des équipes, a également comme objectif d'être un levier de changement social. En effet, c'est un moyen pour faire passer des messages, des idées d'une plus grande justice socio-économique mondiale. Comment cela se traduit-il sur le terrain ? Pour **Marie**, qui a très rapidement perçu les deux dimensions du projet, vendre et militer, la dimension politique n'était pas toujours l'élément le plus facile à faire passer. « *Chaque élève s'investit dans le JM pour des raisons différentes. Ce n'était pas toujours évident de motiver tout le monde à défendre des messages de sensibilisation. C'était plus compliqué car il n'y a pas de schéma établi à cette mobilisation. »* **Mélissa**, elle, parvient à lier vente et militance d'une autre manière : « *Dans notre équipe, on essaie de connecter les deux. On se dit que si les gens ne viennent pas acheter, c'est qu'on n'a pas réussi à les conscientiser ».*

3. Les combats dans l'école

Avec une dimension de changement social très présente, les JM-Oxfam font de l'école un lieu de convictions à défendre. Nombre d'entre eux se battent pour que les jus d'Oxfam rentrent dans les distributeurs. Et les professeurs ne sont pas en reste. « *A la Saint-Nicolas, on s'est battu pour que les produits Oxfam soient dans les petits sachets, explique Philippe Conter. Mais l'année suivante, le directeur n'a pas renouvelé la collaboration. J'étais tellement hors de moi que j'ai posé un grand carton devant l'entrée et ai dit à tous les élèves de donner leur sachet à des plus nécessiteux ! On a été porter la caisse à une organisation caritative. Il y a un JM dans l'école mais crois-tu qu'au drink de fin d'année ils pensent à nous ? Ils vont chercher à l'Aldi ! C'est un combat de tous les jours. »*

Philippe (l'élève) se souvient également de ces luttes dans l'école : « *Il y avait un distributeur dans la cour dont les bénéfiques étaient destinés à l'Amicale des Anciens pour payer photocopies et autres livres. En arrivant à la récré avec les produits d'Oxfam, c'était un match de bonnes causes. On a réussi à s'imposer via un compromis : on ne vendait que deux fois par semaine ».* Le fameux distributeur incarne l'ennemi indétrônable dans de nombreux récits, comme ceux de **Marie**, **Mélissa** ou **Corentin**, qui raconte : « *Les débats sur Coca, c'est très concret, très quotidien, c'est génial ! Cela m'a permis de structurer ma révolte. »*

Mais il n'y a pas que cela. Les élèves de JM, conscientisés, participent aussi aux grèves des enseignants, soutiennent la grève du lait des agriculteurs du Sud, se mobilisent dans d'autres mouvements, le premier d'entre eux étant Amnesty.

E. Le besoin de plaisir

1. Passer du bon temps

Les JM, c'est aussi, et peut-être avant tout, une bande de potes. « *Une bonne alchimie entre militance et ambiance est indispensable* » explique **Hugo**, coordinateur des JM. Les projets soudent les élèves de différentes classes. De plus, des rencontres et des projets inter JM sont organisés en dehors de l'école : un voyage en train à Copenhague pour une conférence des Nations Unies sur le climat, une présence collective au festival Esperanzah, des soirées à réinventer le monde, des rencontres avec des partenaires du Sud,... De nombreuses occasions pour les jeunes de prendre du plaisir.

F. Le besoin de liberté

1. Découvrir le monde

Certains jeunes ont pu sortir de leur milieu social, découvrir de nouvelles choses, de nouvelles cultures, de nouveaux projets. Ainsi, quand elle évoque son premier concert avec Oxfam, **Fatma** sent monter les larmes aux yeux. « *Les JM m'ont permis de vivre des expériences riches en émotion. Ce concert de Salif Keita, c'était magique. On avait ce projet qui se clôturait par un événement festif, c'était comme un cadeau par rapport à notre travail de l'année, on se libérait. J'ai été à Namur, à Bruxelles puis en France grâce aux JM. Ils agrandissaient de plus en plus mon espace de liberté, de parcours.* »

Au niveau de la société

Après ces réflexions sur les facteurs individuels qui ont amené ces personnes à s'engager, voici maintenant quelques éléments plus sociologiques pour expliquer leur engagement.

Sur la dizaine d'histoires racontées, la famille ne joue pas un rôle systématique dans la militance du jeune. Beaucoup d'ex JM viennent de familles où la militance était soit absente, soit limitée à une pincée de bénévolat ou l'achat exceptionnel de produits bio ou équitables. Tantôt le JM a fait office de réelle étincelle, foyer de conscience, tantôt il a soufflé sur de faibles braises allumées par un contexte familial.

Par contre, on observe que les rencontres jouent un rôle primordial, comme expliqué dans la partie théorique. Pour certains, ce sont les amis, les camarades de cours ; pour d'autres, ce sont plutôt leurs professeurs.

L'importance de facteurs liés à la division sexuelle du travail et à la mobilité géographique n'apparaît pas ici car il s'agit d'un engagement circonscrit à l'école d'une part et d'un public jeune d'autre part. Il serait intéressant de retrouver ces personnes interrogées pour voir si ces facteurs ont eu un impact dans leurs engagements ultérieurs.

Ces engagements dans les JM-Oxfam se trouvent donc à la frontière entre un engagement « *communautaire* » qui se joue dans le cadre de l'école, d'un groupe scolaire et l'engagement « *personnaliste* » qui est sans doute beaucoup plus proche des caractéristiques socio-culturelles des personnes interrogées.

RECHERCHE EMPIRIQUE AVEC LES BÉNÉVOLES DES ÉQUIPES ADULTES

Après avoir réalisé la recherche action sur les ressorts de l'engagement des jeunes au sein du projet Jeunes Magasins-Oxfam dans les écoles secondaires, nous avons voulu rencontrer des bénévoles membres des équipes adultes d'Oxfam-Magasins du monde, organisées autour des magasins de commerce équitable, afin de pouvoir confronter les résultats. Ce sont en effet des projets similaires qui ont en commun cette triple base d'action : vente de produits du commerce équitable – sensibilisation aux enjeux Nord-Sud – organisation participative et démocratique. On relève néanmoins deux

éléments de différence importants : le premier étant l'âge (moyenne d'âge de 16 ans pour les JM et de 60 ans pour les équipes adultes) ; le second étant le cadre qui régit leur activité. D'une part, nous avons des groupes actifs dans un cadre scolaire d'apprentissage où, malgré le fait que l'activité soit hors des cours, la dimension et l'encadrement pédagogiques sont importants. D'autre part, nous avons des équipes impliquées dans leur ville, village ou commune, dans une logique d'éducation permanente, et soumises à des impératifs de rentabilité économique plus importants.

Voici donc quelques éléments saillants qui ressortent des différentes rencontres avec les équipes adultes que nous avons organisées.

Au niveau des éléments individuels

A. La participation

L'aspect participatif et responsabilisant de ce bénévolat est un moteur de l'engagement comme le confirme **Marie-Jeanne** de Bastogne : « *Je me sens responsable dans ce que je fais. Je me sens utile, ça me plaît* ». Mais elle rajoute tout de même « *mais ça me prend un peu trop de temps par rapport à ce que je souhaite* ». **Mimi** de Jodoigne est étonnée d'avoir trouvé un tel espace participatif : « *Je pensais que tout allait être décidé par les dirigeants, que tout était cloisonné, mais ce n'est pas le cas* ». Par contre, si la dimension participative est un moteur central de l'engagement de ces adultes, l'organisation démocratique de l'équipe ne se fait pas toujours sans difficultés, comme en témoigne une bénévole qui explique que certaines collègues bénévoles « jouent » parfois de leur pouvoir sur elle, et qu'elle peut se sentir agressée.

Danielle de l'équipe de Saint-Hubert pense qu'il est fondamental d'être dans une activité concrète et participative pour être amené au niveau de la réflexion et du développement de l'esprit critique qui est aussi un des objectifs du projet de mobilisation Oxfam. Dans son équipe, elle est très attentive à cette dimension : « *Faire faire... pour faire réfléchir* ».

Le besoin d'être utile apparaît dans presque tous les entretiens, c'est vraiment un élément moteur de l'engagement de ces bénévoles. Et pas utile pour n'importe quoi comme l'explique bien **Cécile** de Mons : « *J'ai besoin d'être actrice d'un changement de comportement de la société de consommation* ».

B. L'identité/besoin d'appartenance

Le fait qu'il s'agisse d'un bénévolat en équipe est évidemment fondamental et attire les personnes qui cherchent à appartenir à un groupe. **Françoise**, bénévole à Ciney, le précise : « *Ce qui fait avancer, ce n'est pas le magasin, c'est l'équipe* ». Pareil pour **Josée** d'Andenne, qui s'est engagée dans l'équipe pour pallier sa solitude lorsque son fils a quitté la maison : « *J'ai rejoint une équipe Oxfam car j'en avait assez du bénévolat à la Croix Rouge qui était plus administratif, plus solitaire* ».

Mimi, qui est désormais à la retraite, sent que c'est important pour elle de continuer d'avoir des contacts humains, d'appartenir à un groupe, et son engagement dans l'équipe de Jodoigne lui permet cela : « *Nous avons une vraie amitié au-delà du magasin, une vraie entraide entre nous, avec mes collègues. Ici, on s'intéresse aux autres* ». **Véronique** de l'équipe de Jemappes rajoute une dimension à cela : « *Je suis contente de travailler pour un groupe qui a des valeurs que je partage* ».

On retrouve aussi la dimension de l'identité par exemple quand **Sylvie** de l'équipe d'Anderlecht explique que quand elle se présente, elle parle de son métier mais aussi spontanément de son engagement chez Oxfam. C'est un élément qui la constitue. **Nina**, bénévole dans l'équipe d'Etterbeek va encore plus loin quand elle compare le bénévolat à une famille : « *Si chacun reste de son côté, ça ne donnera pas de fruits, pour aller plus loin, il faut être ensemble* ».

C. L'ascension sociale

Comme les jeunes qui veulent apprendre à développer de nouvelles compétences, certains bénévoles adultes expliquent leur envie d'explorer de nouveaux domaines, autres que ceux qu'ils ont exercés durant leur vie professionnelle, comme **Yvonne** d'Andenne, qui veut profiter de son statut de retraitée pour découvrir de nouvelles choses. A l'inverse, certains bénévoles adultes se sont justement engagés dans cette activité pour continuer à s'investir dans le domaine d'activité dans lequel ils ont fait carrière. **Marie-Jeanne** témoigne : « *Je cherchais une occupation, en étant toute ma vie commerçante sur Bastogne, j'ai voulu retrouver cette ambiance. Aussi le faire autrement, ne plus avoir les soucis mais exploiter mes connaissances où ça comptait, où ça avait du sens autrement* ». C'est très valorisant de pouvoir continuer à exploiter ses compétences et d'être reconnu pour ça. **Josée** de l'équipe d'Andenne, également ancienne commerçante, le confirme : « *Je suis fière de toujours travailler* ». De plus, cela lui permet de renforcer son réseau social.

Pour **Cécile** de Mons, ce sont ses compétences d'enseignante qu'elle peut continuer à exercer à travers sa fonction de « sensibilisatrice » au sein de l'équipe. **Jacques** de Rixensart a pu approfondir des choses qu'il avait découvertes dans son boulot « *et qu'il était bon de revoir* », comme des formations en gestion de conflits.

Pour **Sylvie**, un moteur de son engagement est également la reconnaissance qui lui est faite de son engagement, tant par l'institution et les permanents que par les clients : « *Je connais beaucoup d'Anderlechtois de par mon réseau mais j'ai quand même découvert pas mal de monde et créé des liens avec certains clients* ».

Etant donné que ce public est plus âgé, il ne s'agit donc pas de trouver l'opportunité de se tracer une carrière. Il s'agit plutôt ici d'entretenir des compétences, un réseau, une militance, même si certains y voient également l'opportunité de s'ouvrir des nouveaux horizons après une carrière déjà bien remplie.

D. Le changement social

Par rapport au besoin de changement social, nous n'avons pas, dans le cas qui nous occupe, affaire à des jeunes ados en colère mais au contraire, à des gens d'âge plus mûr qui ont déjà eu l'occasion de beaucoup réfléchir. Pour certains, l'engagement dans une équipe Oxfam est vraiment la suite logique de toute une vie de militance, comme pour **Danielle** de Saint-Hubert qui explique que très jeune, elle était déjà « tiers-mondiste » et engagée pour la paix et que devenue enseignante puis formatrice, elle a toujours cherché à inscrire le thème des relations Nord-Sud dans ses programmes. **Jacques** de Rixensart est depuis toujours un militant dans l'âme : « *Avant de m'engager chez Oxfam, je participais à la commission Tiers-Monde de Rixensart, aux actions antimilitaristes de la CNAPD,... J'ai toujours été engagé dans plein de trucs* ». Grâce à son engagement chez Oxfam, il continue à faire partie de ces luttes et à être informé : « *Chez Oxfam, on met vraiment le doigt sur ce qui ne va pas bien dans la société, c'est stimulant d'être continuellement informé sur le monde et comment il fonctionne* ».

Jacques précise que si lui était « politisé » dès le départ, d'autres membres de son équipe viennent chez Oxfam pour s'occuper et après ils se politisent au fur et à mesure de leur engagement. Ainsi, certains bénévoles se découvrent une conscience Nord-Sud sur le tard. Ainsi **Josée** d'Andenne n'a pas un grand parcours de militante mais est heureuse de donner du temps « *pour une cause qui lui semble juste* ». **Véronique** de Jemappes explique, elle, son besoin de retrouver la société après plusieurs années passées principalement à cocooner ses enfants. Comme si, après une longue parenthèse familiale, elle voulait utiliser son temps nouvellement gagné pour se mettre au service de causes sociétales plus larges.

Le fait d'être plus âgé peut également donner une vision moins naïve du changement social mais également plus pessimiste. **Jacques** de Rixensart se présente d'ailleurs comme un pessimiste face à tous les problèmes gigantesques qui menacent la planète. Heureusement le vieux sage précise quand même : « *Mais si on ne s'était pas battus depuis toutes ces années, qu'est-ce qu'on aurait reculé aussi !* ». Pour **Odette** de La Louvière, son engagement chez Oxfam lui donne de l'espoir que le monde aille mieux.

E. Le besoin de plaisir

Danielle de Saint-Hubert voit son engagement dans son équipe comme un challenge motivant. Pour **Sylvie** de l'équipe d'Anderlecht, c'est même une condition essentielle à son engagement : « *J'y trouve du plaisir, j'y trouve mon compte. Il ne faut pas s'en cacher, il n'y a pas que l'investissement pour faire avancer la société qui compte* ». Pour **Véronique** de Jemappes, d'ailleurs, c'est très clair : « *Si je n'y trouvais pas du plaisir, je ne viendrais plus !* ».

Mais si le plaisir vient du groupe et de la vie d'équipe, il vient aussi du sentiment d'utilité. **Nina** d'Etterbeek l'explique clairement : « *Le bénévolat est quelque chose que j'aime beaucoup. Je me sens plus utile, c'est une partie de mon temps que je consacre pour une activité utile et cela me fait plaisir* ».

F. Le besoin de liberté

Si pour les jeunes, le besoin de liberté s'exprime très fort à travers l'envie de s'émanciper du cadre familial, d'ouvrir de nouveaux horizons, pour les bénévoles adultes plus âgés, c'est le retour à la maison après la retraite qui fait peur. **Françoise** de Ciney explique qu'elle voulait absolument éviter de passer du statut de « femme active » à celui de « femme au foyer » en arrivant à la pension. Dans ce cas-ci, son engagement lui a donc permis de maintenir sa liberté, de ne pas se retrouver « prisonnière de son foyer »

Véronique de Jemappes pointe la liberté que représente un engagement bénévole : « *Je me sens libre de dire stop. Il n'y a pas vraiment de contrat qui nous lie.* »

Au niveau de la société

Au niveau plutôt sociétal, le facteur « mobilité géographique » ne s'applique pas vraiment aux bénévoles adultes d'Oxfam non plus. Mais, dans le cas qui nous occupe, ce n'est pas lié au cadre scolaire mais surtout à leur âge qui fait qu'ils sont dans une phase de vie plus installée où ils ne recherchent pas la mobilité à tout prix.

Dans le cas des adultes, les évolutions apportées par la nouvelle division sexuelle du travail se matérialisent dans la difficulté à recruter des adultes plus jeunes, peu disponibles car soit occupés par un emploi qui leur prend du temps, soit en recherche d'emploi. Comme en témoignent plusieurs personnes ci-dessus, beaucoup attendent la retraite ou la diminution de leur temps de travail pour s'investir, sans doute pour la raison que des carrières actives ne permettent pas de dégager beaucoup de temps pour ce genre d'activité de bénévolat. Par contre, certains expliquent que c'est pour rester actifs, parfois même dans la continuité de leur ancien boulot, qu'ils veulent devenir bénévoles, justement, pour éviter de devenir, passé 60 ans, hommes ou femmes au foyer, situation qu'ils n'ont jamais connue.

Ce constat nous amène à parler des relations sociales comme facteur d'engagement. On voit bien que la recherche de contacts et de vie d'équipe est un facteur essentiel de l'engagement de ces bénévoles. Ils sont nombreux également à pointer des rencontres qu'ils ont faites comme déclencheur de leur engagement. On pourrait se dire que, étant plus âgés et plus expérimentés, ils pourraient être dans une démarche d'engagement plus intellectuel : « *Je m'engage car je sais que la cause est importante à défendre* ». Pourtant ceux qui pointent cet élément comme le premier élément explicatif de leur engagement sont très peu nombreux. D'ailleurs même pour ceux qui en parlent, on observe que leur engagement chez Oxfam est plus une suite logique après une vie entière passée à s'engager qu'une sorte de cap intellectuel franchi, de la compréhension à l'action.

Nous ne sommes donc pas vraiment dans un engagement « personnaliste » car l'idée d'équipe et de projet collectif est très prégnante dans le projet Oxfam. Cependant, il ne s'agit pas non plus d'engagement « *communautarien* » dans le sens où chacun y vient chercher son propre intérêt qui n'est pas forcément un intérêt communautaire.

Conclusion

Après toutes ces observations, il est intéressant de s'attarder sur ce qui rassemble les deux publics que nous avons étudiés. Il s'agit du partage de besoins similaires à rencontrer pour permettre un engagement dans la durée : le besoin de pouvoir assumer des responsabilités, d'évoluer dans une équipe en lien avec d'autres personnes, le besoin de pouvoir s'exprimer et être écouté. On observe que, peu importe les âges, les origines sociales ou culturelles, ces facteurs se retrouvent comme facteurs clés des moteurs de l'engagement.

Il est frappant d'observer que dans les deux cas, la démarche qui a amené les militants à s'engager dans un mouvement social n'est pas forcément intellectuelle. C'est une démarche davantage liée à une opportunité, une rencontre (parfois avec quelqu'un faisant office de modèle identificatoire) ou une envie d'être en lien ou en relation avec d'autres. C'est une conclusion forte de cette étude : même s'il peut être un facteur facilitant l'engagement, ce n'est pas tellement le fait d'être conscientisé qui pousse les gens à s'engager mais davantage des facteurs humains et relationnels.

Partant de cette constatation, il paraît important que les associations qui cherchent à impliquer des bénévoles ou militants tiennent compte des motivations réelles qui poussent les gens à s'engager. En effet, entre l'organisation pilotée par ses salariés et les bénévoles, ce sont parfois des logiques et des impératifs différents qui s'affrontent. Le temps à disposition n'est pas le même pour un salarié que pour un bénévole et les objectifs poursuivis peuvent également être différents. L'organisation aura tendance à définir des objectifs très opérationnels (récolter un certain nombre de pétitions, sensibiliser un certain nombre de passants) alors que les bénévoles s'engagent avec également des besoins en termes de participation, de contacts humains, de valorisation, outre l'envie d'être utile dans une action jugée positive. Ceci peut causer un fossé entre les militants et la structure voire des conflits concernant la manière dont le projet va être porté et vécu par les bénévoles.

Ainsi, même si une organisation peut avoir certains impératifs, elle devra néanmoins prendre en compte les différentes attentes de ses bénévoles, sans quoi, elle aura du mal à les ancrer durablement dans son réseau. Il y a donc un double défi pour les associations pour qui les bénévoles ont une place centrale, celui de ne pas attendre de leurs bénévoles qu'ils agissent comme des professionnels, et celui de ne pas définir des objectifs pour les bénévoles sans les consulter ou prendre en compte leurs attentes. Au contraire, ces associations doivent essayer d'alimenter constamment les différents moteurs de l'engagement de leurs bénévoles et se remettre en question à la lumière de ce que ces derniers lui renvoient. Cela représente néanmoins un défi difficile à l'heure où tout le monde, y compris le monde associatif, est poussé en permanence vers une professionnalisation accrue de son fonctionnement et une gestion axée sur des résultats quantifiables.

Bibliographie

- Andrews, M.**, 1991. *Lifetimes of Commitment. Aging, Politics, Psychology*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Bailly, O., Roegiers, H.**, 2013, Les Jeunes Magasins-Oxfam ont 20 ans, Oxfam-Magasins du monde.
- Benasayag, M., Eloy, D.**, 2010, Entretien : « L'engagement est une question existentielle qui regarde tout le monde », <http://www.altermondes.org/spip.php?article879>
- Bengoa, J.**, 1999, L'éducation pour les mouvements sociaux, dans *Antipodes*, (n° spécial), L'action sociale, série Outils pédagogiques, Bruxelles, ITECO.
- Dieu, A.-M.**, 2013, Le processus de l'engagement volontaire et citoyen : des valeurs, des individus et des associations, Etude réalisée pour le CESEP.
- Duriez, B., Sawicki, F.**, 2003. Réseaux de sociabilité et adhésion syndicale : le cas de la CFDT. *Politix* 63, 17–57.
- Ion, J.**, 2005, « Rencontre avec Jacques Ion », revues *Sciences Humaines*, n°166.
- Ion, J., Frangiadakis, S., Viot, P.**, 2005, « Militer aujourd'hui », éd. Autrement.
- Gaxie, D.**, 2005, *Swiss Political Science Review* 11 : 157-188.
- Lichterman, P.**, 1996. *The Search for Political Community. American Activists Reinventing Commitment*. Cambridge, University Press, New York.
- Nicourd, S.**, 2007, « Qui s'engage aujourd'hui ? », in *L'individu et ses appartenances*, revue *Informations sociales*, n° 40, CNAF.
- Perry Good E.**, 1987, « In Pursuit of Happiness : Knowing What You Want, Getting What You Need », Paperback.
- Pleyers G.**, 2004, « Des blacks blocks aux alter-activistes : pôles et formes d'engagement des jeunes altermondialistes », *Lien social et politique*, n°51, pp 123-134
- Sawicki, F., Siméant, J.**, 2009, Décloisonner la sociologie de l'engagement militant. Note critique sur quelques tendances récentes des travaux français, In *Sociologie du travail*, Paris.
- Servais, O.**, 2006, « L'engagement bénévole en Belgique », *La Revue Nouvelle*.
- Stangherlin, G.**, 2005. *Les acteurs des ONG. L'engagement pour l'autre lointain*, L'Harmattan, Collection « logiques politiques ».
- Williams, P.**, 2009, « Pourquoi ils s'engagent », *Philosophie, Magazine*, n°33.