



Chapitre 6 L'influence de l'environnement sur le management des organisations

Etude de cas sur Médecin Sans Frontières (MSF)

Repérer comment une association s'adapte aux évolutions technologiques



A l'aide des documents et des vidéos répondez aux questions suivants :



1. Caractérissez l'organisation Médecins Sans Frontières (MSF).

Finalité	
Secteur	
Type d'OSC	
Mode de financement	
Ressources	
Champ géographique	

2. Quelle est la principale source de financement de MSF ?
3. Présentez les enjeux de la digitalisation pour MSF.
4. Recensez les outils digitaux que MSF pourra utiliser pour communiquer et collecter des dons.
5. Quelles sont les difficultés de mise en œuvre de la digitalisation pour MSF ?

Document 1 : Présentation de l'association Médecin Sans Frontière

Médecins Sans Frontières est une association médicale humanitaire internationale, créée en 1971 à Paris par des médecins et des journalistes. Depuis 50 ans, Médecins Sans Frontières apporte une assistance médicale à des populations dont la vie ou la santé sont menacées, en France ou à l'étranger : principalement en cas de conflits armés, mais aussi d'épidémies, de pandémies, de catastrophes naturelles ou encore d'exclusion des soins. Médecins Sans Frontières est présente dans plus de 70 pays dans le monde, avec plus de 90 opérations d'assistance médicale. Elle emploie plus de 41 000 personnes chaque année.



Document 2 : MSF s'adapte à l'ère du numérique

La garantie de l'autonomie et de l'indépendance de l'association s'enracinent dans son financement, assuré par la générosité de ses donateurs privés. En France, en 2021, les ressources s'élevaient à 465,7 M€ et étaient à 98,6 % d'origine privée. [...] Grâce au soutien de 526 604 donateurs en France, nos équipes ont développé les activités des projets en cours, ont ouvert de nouvelles missions parfois dans de nouveaux pays, tout en répondant à plusieurs urgences, notamment à Madagascar et en Haïti.

Elles ont ainsi fourni des soins vitaux, en toute indépendance, à des milliers de patients au sein de 108 projets dans 36 pays.

D'après www.msf.fr

Qu'en est-il du don digital aujourd'hui ?

[...] Le tassement des dons par chèques (qui représentent malgré tout 56 % des dons) nous permet de dire que les habitudes de paiement changent. Nous assistons à la progression des dons par prélèvement automatique puisque 44 % des dons sont prélevés automatiquement. Les Français ont particulièrement privilégié le digital, les dons en ligne sont passés de 19 % en 2019 à 24,5 % en 2021. En 2 ans, les dons en ligne ont évolué de 48 %. Les données de France Générosité nous indiquent que le montant moyen des dons a augmenté sur les paiements en chèque (+ 6,5 %), soit à 81 euros.

En termes de campagne digitale, l'e-mailing fait toujours partie des outils les plus populaires pour le lancement d'une collecte de dons. Tout comme la campagne par voie postale, il a toujours la cote auprès des fondations et associations. Il séduit près de 18 % des donateurs interrogés si l'on se réfère aux résultats de l'étude « Global Giving Report ». Une opération d'e-mailing convaincante a encore toutes les chances de séduire les personnes qui ont souscrit aux newsletters et les sympathisants de la cause de l'organisme associatif. Sans oublier le don par SMS, mis en place en décembre 2016. C'est une manière efficace d'adapter la solidarité aux nouvelles technologies et sensibiliser des donateurs plus jeunes. [...]