

Nouvelles stratégies pour favoriser la participation bénévole des baby-boomers

Marie-Claude Lapointe, conseillère en loisir au ministère des Affaires municipales, du Sport et du Loisir du Québec

L'Observatoire a déjà souligné (OQL, vol.1, no° 14) des problématiques en matière de bénévolat. Citons notamment l'essoufflement des bénévoles, le vieillissement des plus actifs d'entre eux et, enfin, le manque de temps des Canadiens. Puisque ces problématiques sont de plus en plus marquées, il est normal de penser et d'agir dès maintenant afin de renouveler le bassin des bénévoles. Dans cette optique, les baby-boomers se présentent comme un groupe cible idéal.

Cette fiche se veut un résumé des principaux incitatifs au recrutement des baby-boomers comme bénévoles. Elle est tirée d'un document publié par l'organisme Bénévoles Canada intitulé « Perspectives bénévoles : nouvelles stratégies pour favoriser la participation des adultes plus âgés ».

Un bassin de bénévoles à renouveler

Les Canadiens qui oeuvrent à titre de bénévoles depuis longtemps au sein des organismes sont davantage sollicités par ces derniers. En effet, les organismes font davantage appel à eux, estimant qu'ils connaissent bien les tâches à effectuer et qu'ils ont déjà fait leurs preuves. Bien qu'elle puisse être pratique à court terme, cette façon de procéder risque d'aggraver le phénomène d'essoufflement des bénévoles, d'où l'importance de travailler dès à présent au renouvellement du bassin des bénévoles (Statistique Canada, 2000).

Par ailleurs, lorsqu'il est question de bénévolat, plusieurs raisons sont invoquées pour expliquer la non-participation des gens aux activités bénévoles. La première est le manque de temps et la difficulté à concilier le travail et la famille (Jones, 2000; Porritt, 1995). Le manque d'information sur les procédures d'implication arrive au deuxième rang.

En outre, sur la base de différents facteurs observés, on peut penser que la participation bénévole ne sera pas facilitée au cours des prochaines années. Un besoin croissant en main-d'œuvre entraîné par le départ à la retraite des baby-boomers et un vieillissement de la population nécessitant davantage de soins de santé laisseront sans doute moins de temps aux Canadiens pour s'impliquer bénévolement (Statistique Canada, 2000).

Eu égard à ces réalités, une solution s'offre aux organisations bénévoles et aux organismes sans but lucratif afin de renouveler leur bassin de bénévoles : les baby-boomers.

Les baby-boomers et le bénévolat

Le nombre de baby-boomers dépasse de très loin celui des autres groupes de Canadiens. Ils représentent actuellement plus de 30 % de la population canadienne, et ce pourcentage augmente sans cesse. La société canadienne compte près de 10 millions de baby-boomers, nés entre 1947 et 1966. Compte tenu du pourcentage de baby-boomers dans l'ensemble de la population, ils réuniront, quel que soit leur taux effectif de participation, un bassin considérable de candidats potentiels au bénévolat d'ici les cinq ou dix prochaines années (Statistique Canada, 2000).

Les premiers baby-boomers (les 50 ans et plus) sont dans la seconde moitié de leur vie et plusieurs planifient activement leur retraite. On peut donc penser qu'ils disposeront, d'ici peu, de plus de temps libre.

Caractéristiques des baby-boomers

La génération des baby-boomers diffère de celles qui l'ont précédée : elle est prête à se retirer du marché du travail plus jeune, elle a une meilleure santé, elle est mieux éduquée et mieux nantie que les générations antérieures.

Profitant d'une période de prospérité économique, les baby-boomers jouissent de revenus supérieurs aux autres générations et ont développé des attitudes en fonction de cette qualité de vie. En effet, cette prospérité leur a permis d'accéder à une période de liberté, d'épanouissement personnel et de revendications. La famille et leurs intérêts personnels sont des priorités pour eux.

Ils veulent, en général, contribuer aux changements sociaux et sont touchés par les problèmes d'insécurité ou d'instabilité qui découlent du cadre de vie dans lequel ils ont vécu. Ils sont exigeants et recherchent des expériences nouvelles, intéressantes et enrichissantes afin d'utiliser leur temps libre de manière productive (Adams, 1997).

Contraintes spécifiques aux baby-boomers

On peut penser que les baby-boomers, à l'approche de leur retraite, disposeront de plus de temps à consacrer à des activités bénévoles. Or, les baby-boomers sont déjà sollicités pour effectuer des activités bénévoles « familiales ». Plusieurs s'occupent de leurs parents âgés et de jeunes enfants qu'ils ont eus, majoritairement, plus tardivement que leurs parents. D'autres s'occupent de leurs petits-enfants (Statistique Canada, 2000).

Motivations des baby-boomers

Quatre-vingt-un pour cent de bénévoles s'accordent pour dire que l'une des principales motivations à faire du bénévolat relève du désir de mettre à profit leurs compétences et leurs expériences. Les possibilités de formation et de perfectionnement offertes par les organismes apparaissent tout de même comme des facteurs déterminants dans l'engagement des baby-boomers (Statistique Canada, 2000). Alors que les personnes de 70 ans et plus s'engagent plus facilement dans des causes religieuses, les baby-boomers, quant à eux, sont plutôt intéressés à s'engager dans des causes personnelles, économiques ou sociales.

Une révision des stratégies de recrutement

Lorsque l'on examine la situation dans son ensemble, on constate que les stratégies de recrutement actuelles auprès des 50 ans et plus doivent être repensées si les organismes bénévoles et sans but lucratif tiennent à susciter l'intérêt des membres de ce groupe et à satisfaire leurs besoins, leurs désirs et leurs ambitions. Il faut garder en vue les capacités et les aspirations futures des baby-boomers de sorte que lorsqu'ils songeront à la retraite, le bénévolat se présentera comme une option viable et réaliste.

Le secteur bénévole aura pour défi de comprendre les besoins des baby-boomers, de susciter leur intérêt et de créer un lieu qui sera prêt à accueillir leur contribution. Ainsi, des stratégies visant à

répondre aux besoins, intérêts et motivations bien spécifiques à cette génération devront être développées.

De façon générale, les baby-boomers rechercheront un engagement bénévole qui les touche, dont les objectifs sont clairement énoncés, qui est bien géré et agréable à accomplir. Souvent, ils voudront faire d'une pierre deux coups en passant du temps avec les membres de leur famille tout en appuyant une cause qui les a touchés ou les touche personnellement ou encore, en contribuant à la vie économique et sociale de leur communauté.

Des incitatifs au bénévolat

Ⓜ Les baby-boomers sont plus enclins à approcher un organisme qu'ils connaissent déjà que ce soit de renom ou grâce aux médias. Voilà pourquoi les organismes gagnent à projeter une image positive et prestigieuse. Les baby-boomers sont portés à approcher les organismes dont les activités sont régulièrement annoncées à la radio ou à la télévision et font l'objet d'articles dans les journaux parce qu'ils les connaissent mieux.

Ⓜ Une approche personnelle et directe s'avère plus efficace pour inciter une personne à s'engager bénévolement au sein d'un organisme. Par ailleurs, si un organisme établit une stratégie de recrutement par les médias, le message, pour toucher les baby-boomers, doit être court, accrocheur et attrayant, et présenter une information facile à assimiler.

Ⓜ Les baby-boomers sont moins motivés par la reconnaissance de leur contribution personnelle (« Merci d'être un bénévole aussi formidable ») que par celle de leur contribution réelle (« Grâce à votre implication, nous avons pu accueillir 10 % plus de personnes à nos activités de loisir »). Il est souhaitable que les organismes conçoivent ou utilisent des outils promotionnels qui établissent la possibilité pour le bénévole d'apporter une contribution importante aux problèmes sociaux identifiés.

Ⓜ Il est bon que les gestionnaires proposent des postes qui offrent certaines compensations aux baby-boomers, qu'elles soient tangibles ou intangibles. Pensons notamment à la participation des bénévoles à des activités d'acquisition de connaissances ou à l'organisation d'activités de reconnaissance pour les bénévoles.

① Dans la plupart des communautés, les travailleurs ont accès à un éventail de cours de préparation à la retraite. Les recruteurs de bénévoles peuvent entrer en contact avec les formateurs afin de pouvoir présenter aux travailleurs les missions et objectifs des organismes, ainsi que la description des postes à combler. Il est également conseillé de développer des partenariats avec les employeurs actuels des baby-boomers pour établir des relations qui faciliteront un engagement ultérieur¹.

① Il importe de souligner les effets bénéfiques des relations sociales sur la santé, de mettre en exergue que le bénévolat peut contribuer à améliorer la confiance en soi, la capacité et les ressources personnelles qui permettent d'affronter les situations difficiles.

① Les sites Internet comprenant des témoignages ou des informations détaillées sur les causes défendues par l'organisme sont de bons moyens d'approcher les baby-boomers adeptes du Web. Dans cette optique, le Recrutement électronique des bénévoles (RÉB) est un outil efficace et accessible sur Internet qui met en lien les organismes ayant besoin de bénévoles avec des individus intéressés à s'engager à titre de bénévole².

① Afin de pallier certains problèmes relatifs à la gestion du temps, le bénévolat par courrier et le bénévolat virtuel présentent des options intéressantes en proposant aux bénévoles d'effectuer leurs tâches à distance ou en ligne, selon leurs disponibilités.

① En général, les baby-boomers souhaitent que les résultats de leur travail bénévole soient explicites et que les avantages soient évidents, au chapitre du contenu de l'activité, de la durée et du niveau d'implication demandé. La tâche doit les intéresser, être bien structurée, stimulante et ses objectifs clairement définis. Nombreux sont les baby-boomers qui veulent apporter une contribution significative en un court laps de temps. Par conséquent, l'organisation doit prévoir que certains postes soient offerts de façon ponctuelle et pour une courte durée.

¹ Pour de plus amples renseignements à ce sujet, lire « Perspectives bénévoles : les avantages et les défis du bénévolat appuyé par l'employeur » sur le site Internet de Bénévoles Canada à l'adresse suivante : www.benevoles.ca.

² Pour de plus amples renseignements à ce sujet, consulter le site Internet de Bénévoles Canada à l'adresse suivante : www.benevoles.ca.

³ À cet effet, Bénévoles Canada a publié un document intitulé « Une question de conception » qui approfondit le sujet.

① Il est également de mise de continuer à créer des stratégies d'intéressement traditionnelles pour sensibiliser les aînés de 70 ans et plus tout en créant de nouveaux postes et programmes adaptés aux attentes des baby-boomers³.

① Les baby-boomers veulent participer à tous les échelons possibles de l'organisme et à toutes les tâches, de la conception à la réalisation de programmes. Ils s'attendent à être consultés sur les moyens d'atteindre les objectifs identifiés par l'organisme. C'est pourquoi des systèmes d'intégration de ces individus à la gestion de l'organisation doivent être mis en place.

① Afin que l'expérience bénévole des baby-boomers se révèle positive et leur temps libre utilisé à bon escient, un encadrement professionnel est essentiel. De plus, un mécanisme de fonctionnement efficace et bien structuré permettra à cette génération de mesurer sa contribution à la mission de l'organisme.

En résumé

En somme, les baby-boomers forment un groupe cible important pour le renouveau bénévole. Par contre, la présente analyse mène à la conclusion que les organismes devront revoir leurs façons de faire en matière de recrutement et de gestion des bénévoles pour intéresser les baby-boomers au bénévolat et les inciter à maintenir leur engagement.

Bibliographie

Adams, M. (1997). *Sex in the Snow : Canadian Social Values at the End of the Millennium*. Toronto : Viking.

Jones, F. (2000). *Volunteering Parents : Who volunteers and how are their lives affected?* ISUMA. Summer, pp. 69-74.

Porritt, K. (1995). *Family Volunteering : The Ties that Bind. An Introduction to Preparing Your Agency for Family Volunteers*. Volunteer Action Centre of Kitchener-Waterloo and Area. Voluntary Action Program. Ottawa : Department of Canadian Heritage.

Statistique Canada (2000). *Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation*. Ottawa : Statistique Canada.

Volume 2 / Numéro 3

Octobre 2004

**Observatoire
québécois
du loisir**

3351 boul. des forges
C.P. 500
Trois-Rivières, Québec
G9A 5H7

Téléphone : (819) 376-5011 • 3451
Télécopieur : (819) 373-1988
Courriel : oql@sls.gouv.qc.ca
<http://www.sls.gouv.qc.ca/fr/loisir/oql.asp>

En collaboration avec



Conseil
québécois
du
LOISIR



Laboratoire en loisir
et vie communautaire

Affaires municipales,
Sport et Loisir

Québec



Les unités régionales
loisir et sport
DU QUÉBEC



Association québécoise
du loisir municipal