

SOCIÉTÉ EN CHANGEMENT : S'ADAPTER AUX BESOINS DES AÎNÉS

Journée de perfectionnement pour les intervenants et les bénévoles
qui oeuvrent auprès des aînés

La nouvelle génération de bénévoles Les boomers et le bénévolat

Présentation
par Fimba Tankoano
Fédération des Centres d'action bénévole
et Andrée Ouellet
Centre d'action bénévole Drummond

Cégep de Drummondville
14 octobre 2015

La nouvelle génération de bénévoles

Les boomers et le bénévolat

Qui sont-ils?

Nous vous proposons un tour d'horizon des pistes d'action à considérer pour favoriser un recrutement plus efficace et ainsi qu'une meilleure rétention.

Ils sont nés entre 1947 (68 ans) et 1963 (52 ans).

Ils représentent 30% de la population.

78% d'entre eux utilisent internet, dont 57% pour planifier leur retraite.

Grands consommateurs de biens et de services.

Les célibataires feraient moins de bénévolat que les autres.

Ils ont été témoins d'importants changements sociaux.

Ce ne sont pas tous les boomers qui prendront une retraite précoce tout en ayant des revenus confortables.

Ils représentent un riche potentiel pour la relève dans nos organismes, car beaucoup prendront bientôt leur retraite, si ce n'est déjà fait.

Leur contexte de bénévolat

Ils veulent s'impliquer, mais ils composent avec un agenda déjà très chargé.

Ils s'impliquent dans plus d'une organisation.

On les appelle aussi la génération sandwich.

Conciliation famille-bénévolat.

La $\frac{1}{2}$ des jeunes boomers font du bénévolat.

Valeurs et attitudes dans leur choix de bénévolat

Ils ne sont pas influencés par la religion.

Ils ont vécu dans une époque de prospérité.

Ils recherchent des activités stimulantes.

Leurs engagements passent par la valorisation de l'individu (épanouissement, intérêt personnel).

Ils doivent éprouver un sentiment de liberté.

Puisque leur temps est précieux, le bénévolat aussi doit être efficace.

Ils sont exigeants, ils veulent comprendre le pourquoi des gestes.

Ils souhaitent être consultés.

Ils désirent vraiment contribuer aux changements sociaux.

Ils souhaitent mettre à profit leurs compétences.

Ils s'engagent dans des causes personnelles, économiques ou sociales.

L'action bénévole doit être stimulante avec des résultats concrets.

Bienfaits qui les interpellent

Acquérir de nouvelles aptitudes ou connaissances.

Se sentir utiles (donner un sens à leur vie).

Améliorer leur santé (physique, psychologique et sociale).

Réduire l'isolement, créer et maintenir des liens sociaux.

Adoucir les transitions : retraite, décès ou départ d'un(e) conjoint(e), déménagement.

La liberté de choisir l'activité bénévole.

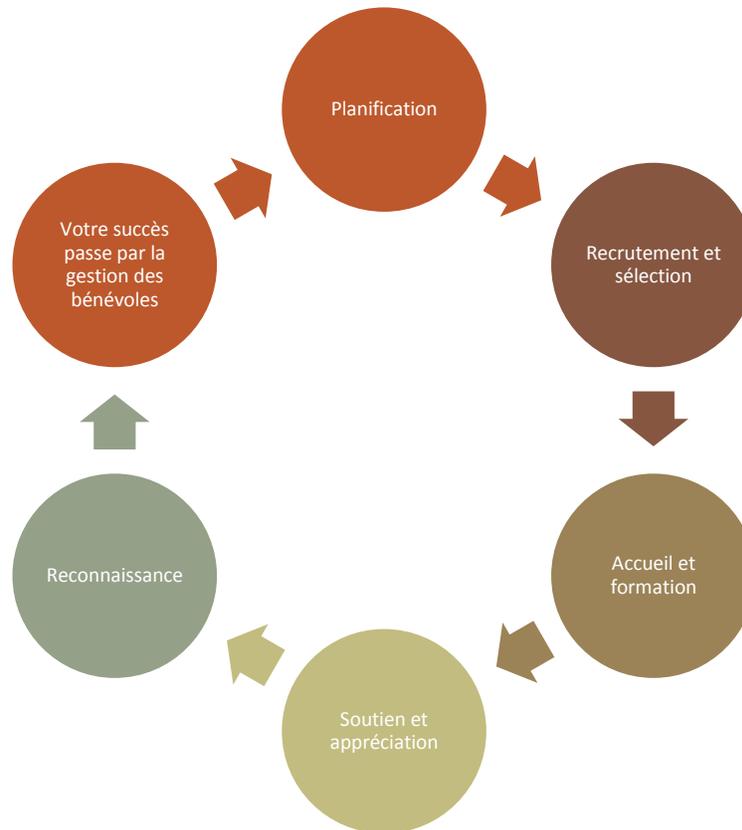
Jouer un rôle actif dans la société.

Laisser leur trace, un héritage.

Ils recherchent la camaraderie, la collégialité dans les rapports avec les autres bénévoles.

Ils recherchent un engagement dont les objectifs sont clairement énoncés
qui est bien géré et agréable à accomplir.

Votre succès passe par la gestion des bénévoles



*Pour tous les groupes d'âge

Planification

Conception des postes

Offrir divers types d'expérience bénévole.

Prévoir des postes ponctuels, à court terme.

Les postes nécessitant un engagement à plus long terme.

Faire valoir les compensations plus grandes.

Offrir des postes bénévoles faisant appel à leurs qualités de leadership ainsi que leurs compétences en planification et en gestion.

Envisager le bénévolat en famille ou virtuel ou à domicile.

Du bénévolat en solo pour les personnes indépendantes.

La formule « Mentorat ou Tutoriat » est une option intéressante.

Préparer votre message de recrutement

Titre du poste à combler (il doit être original et attrayant).

Avantages liés à ce type de poste et au fait de travailler pour l'organisme.

Brève présentation de l'organisme (mission, activités, services...).

Résumé des principales tâches, impact de l'action du bénévole et responsabilités.

Qualifications, aptitudes ou expériences requises.

Horaire et fréquence.

Coordonnées de la personne à contacter.

Construire votre stratégie de recrutement

Organiser des séances d'information dans les lieux de recrutement que vous avez identifiés.

Faites de l'affichage sur les babillards de ces lieux.

Faites une demande à votre centre d'action bénévole.

Placer des annonces dans vos journaux locaux, sur Internet (site Internet, Facebook, Twitter, etc.).

RECRUTEMENT

Le contact direct et les demandes personnelles auraient plus de succès chez le groupe des baby-boomers qu'une approche médiatique impersonnelle.

Saviez-vous que 25% des bénévoles s'impliquent à la demande d'un ami.

Demander aux bénévoles déjà impliqués dans votre organisme de faire connaître vos besoins.

Si vous devez faire de la publicité, soyez claire et précis dans vos demandes.

Développer des partenariats avec des employeurs, cibler leurs futurs retraités.

Profiter des cours de préparation à la retraite pour vanter les bienfaits du bénévolat, vous serez l'aspect humain de cette démarche.

Créer des liens avec des acteurs significatifs de votre milieu.

Afficher vos couleurs dans les lieux communs des entreprises, des commerces. Avoir un impact sur le personnel et pas seulement la clientèle.

Accueil, intégration et rétention des nouveaux bénévoles

L'orientation et la formation aideront vos bénévoles à se sentir en confiance et bien préparés.

Vous réduisez les risques que surviennent des problèmes en faisant en sorte que les bénévoles sachent à quoi s'attendre.

Mettre en évidence que *leur contribution fait une différence*.

S'ils se sentent bien traités, ils feront preuve d'une grande loyauté.

S'ils aiment s'amuser, les activités de formation demeurent une bonne option et sont perçues comme une récompense.

Tirer parti de leurs expériences et compétences.

Les consulter sur leurs besoins de formation.

Être en mesure d'expliquer le pourquoi de la formation.

Favoriser l'apprentissage par les pairs.

RECONNAISSANCE

Manifester sa reconnaissance se fait aussi par des gestes quotidiens.

Créer un climat accueillant.

Envoyer une carte d'anniversaire.

Nourrir leur sentiment d'appartenance par des courriels, Facebook.

La qualité de votre reconnaissance ne passe pas par votre portefeuille, tout est dans l'attitude. C'est pour cette raison que les bénévoles continueront à vous choisir, davantage que les cadeaux que vous pourriez leur offrir.

ENCADREMENT ET SOUTIEN

Cette génération recherche :

- une expérience positive
- un climat agréable
- des objectifs précis
- une description de tâche claire

Pistes de solutions

Faites vous voir et entendre

Projeter une image positive de votre organisation dans les médias, les BB y sont attentifs et en tiendront compte lors de leurs choix.

Réaliser du matériel promotionnel qui exprime clairement votre mission, vos besoins.

Investir des sous dans votre image demeure un choix marketing intéressant. Les coûts d'impression ne sont plus exorbitants, ce qui donne une plus grande latitude dans les formats de vos productions (ex., affiche, cartes d'affaires et dépliants).

Si vous avez le personnel et le temps, publier un bulletin et diffuser-le sur le web ou distribuer-le par la poste est une façon élaborée de vous faire connaître.

Soigner votre site internet et si vous avez une page Facebook alimenter-la régulièrement.

Les informations vous concernant doivent être faciles à trouver. Les gens ne devraient pas avoir à chercher et cliquer sur plusieurs onglets pour obtenir réponse à leurs interrogations. « Right to the point ».

Obstacles à leur bénévolat

La grosseur de votre organisation

Si petite, est-ce que les bénévoles doivent toucher à tout?

Si grosse, est-ce que les bénévoles ont le sentiment d'accomplir les tâches que le personnel rémunéré ne veut pas faire?

Le non-respect de vos engagements de l'horaire: de la durée de la tâche, de leur disponibilité et du type de tâches demandées.

Monter sa boîte à outils

« Les organismes doivent avoir conscience des **compétences et des talents** que les baby-boomers apportent avec eux et les utiliser à bon escient. La **flexibilité**, un bon **éventail de postes** et une bonne dose de **respect** sont trois des ingrédients nécessaires pour rejoindre ce vaste groupe de bénévoles potentiels ».

Au Cab Drummond, nous avons développé une stratégie axée sur les baby-boomers.

Création d'un comité formé de deux bénévoles représentant cette cohorte

Revue de la littérature (que nous vous présentons aujourd'hui).

Consulter une douzaine de sites Internet.

À partir des recommandations du comité et des résultats des recherches, nous avons refait notre site Internet.

BIBLIOGRAPHIE

BÉNÉVOLES CANADA. Perspectives bénévoles : nouvelles stratégies pour favoriser la participation des adultes plus âgés, 2001, 32 p.

FCABQ. 40 ans de rayonnement : Semaine de l'action bénévole, Cahier spécial, 2014, 24 p.

FINANCIÈRE MANUVIE. Composantes fondamentales de l'engagement bénévole des baby-boomers, novembre 2011, 15 p.

FINANCIÈRE MANUVIE. Transitions, jalons et héritage : Bénévolat et planification de la retraite, novembre 2011, 9 p.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. Le vieillissement démographique : de nombreux enjeux à déchiffrer, 2012, 260 p.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. Données sociodémographiques en bref, Juin 2007, vol. 11, No 3, p. 1-3, <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/conditions-vie-societe/bulletins/sociodemo-vol11-no3.pdf>

LAPOINTE, Marie-Claude. « Bénévolat et baby-boomers », Bulletin de l'Observatoire québécois du loisir, [En ligne], vol. 2, no 3, 2004, 3 p., www.uqtr.ca/oql.

LE CONSEIL NATIONAL DES AÎNÉS. Rapport du Conseil national des aînés sur le bénévolat chez les aînés et le vieillissement positif et actif, mai 2010, 60 p.

L'Impact de Drummondville, le mercredi 2 avril 2014, 6e année, No 29, p. 3-5.

THIBAUT, André. « En bénévolat, des changements radicaux et une vigilance s'imposent », Bulletin de l'Observatoire québécois du loisir, [En ligne], vol. 5, no 14, 2008, 4 p., www.uqtr.ca/oql.

OBSERVATOIRE QUÉBÉCOIS DU LOISIR. Comportements de loisirs des baby-boomers québécois. Vol. 9, no 15, 2012, 3 p.

Autres références

http://www.soyezbenevole.ca/pdf/Fact_Sheet_Baby%20Boomer_FR_final_design.pdf

<http://www.cic.ca/50plus/Boomer%20Volunteer%20Toolkit%20FR.pdf>

<http://www.cic.ca/50plus/Agency%20Guide%20FR.pdf>

<http://benevoles.ca/content/composantes-fondamentales-de-l-engagement-b-n-vole-desnouveaux-arrivants>