

COMPOSANTES FONDAMENTALES

DE L'ENGAGEMENT BÉNÉVOLE DES BABY-BOOMERS





Remerciements

Novembre 2011

ÉCRIT PAR

Melanie Hientz, Chef de formation et de dialogue national, Bénévoles Canada et
Paula Speevak Sladowski, Directrice, Recherche appliquée et politiques publiques, Bénévoles Canada

Nous aimerions remercier tout spécialement les personnes suivantes de leurs contributions à la production du présent guide:

REVUE ÉDITORIALE

Ruth MacKenzie, Présidente et chef de la direction, Bénévoles Canada

MISE EN PAGE ET CONCEPTION GRAPHIQUE

Lenny Kuiper, LKDesign.ca

TRADUCTION

Roxane Delisle

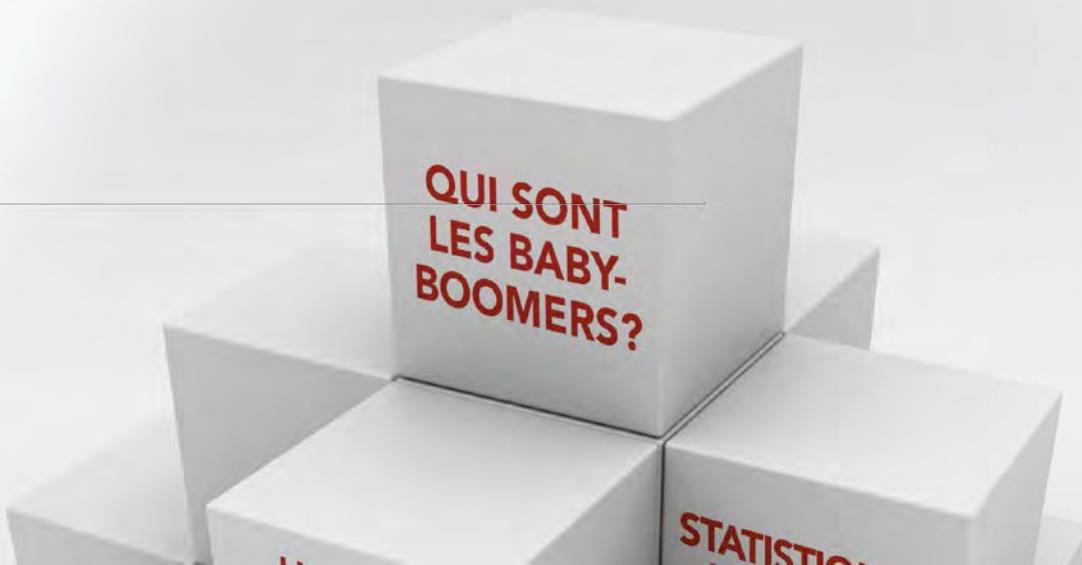
ISBN # 978-1-926530-05-5

Cette étude ainsi que diverses ressources connexes sont accessibles au www.benevoles.ca

LA PRÉSENTE RESSOURCE EST FINANCÉE PAR LA FINANCIÈRE MANUVIE



CLICK ON THE BLOCK THAT INTERESTS YOU





Composantes fondamentales de l'engagement bénévole des baby-boomers

Les raisons qui incitent les Canadiens à faire du bénévolat et les types d'occasions de bénévolat qu'ils recherchent évoluent tout au long de leur vie. Le bénévolat peut être influencé par des circonstances personnelles, et reflètent souvent des traditions familiales ou un contexte historique particulier. La génération du baby-boom regroupe des personnes d'âges différents qui n'en sont pas nécessairement au même stade de leur vie.¹ En outre, leurs expériences individuelles sont bien distinctes.

Suivant la perte dévastatrice de vies humaines et la séparation prolongée des familles au cours de la Seconde Guerre mondiale, le Canada a su accueillir ses soldats tout en se préparant à absorber un afflux de réfugiés. Le baby-boom canadien a commencé en 1946, alimenté par les retrouvailles des couples et par un désir de renouveau au sein de la population. Quelle meilleure façon de réaffirmer le triomphe de la vie et de confirmer sa confiance en l'avenir que de mettre au monde des enfants! Cette toile de fond a façonné toute une génération dont les cohortes sont perçus aujourd'hui comme des activistes sociaux surproductifs qui croient avoir droit à tout ce que la vie a de bon à offrir.

Les droits civils et les mouvements féministes ont eu une vaste incidence sur les normes sociales et les structures familiales. Les femmes de la génération du baby-boom sont entrées en grand nombre sur le marché du travail. En outre, elles ont eu leurs enfants plus tard (si elles en ont eu) et elles ne ressentaient pas nécessairement le besoin de se marier. Ces changements ont contribué au déclin éventuel du baby-boom en 1964, à mesure qu'un nombre toujours croissant de femmes décidaient d'occuper un emploi rémunéré et que la pilule anticonceptionnelle s'est répandue au Canada.

STATISTIQUES RELATIVES AU BABY-BOOM

*Les baby-boomers sont nés entre **1946 et 1964**, et représentent près d'un tiers de la population du Canada.*

*Pendant cette période, le Canada a enregistré un nombre total de **7 735 986** naissances.*

*Le taux de natalité a atteint un sommet en **1947** avec **28,9** pour **1 000**. À titre de comparaison, le taux de natalité estimé pour 2011 est de **10,28**.*

*Pendant le baby-boom, il y avait environ **1** naissance toutes les **73** secondes.*



Qui sont les baby-boomers?

Le baby-boom s'est étendu sur une période de 18 ans. Les enfants de cette génération forment un groupe diversifié et complexe caractérisé par diverses mosaïques relatives à l'ethnicité, à la famille, à la religion, à la moralité et aux préférences de vie.

Bien que très différents, les baby-boomers partagent parfois certaines caractéristiques découlant de leur enfance dans les années 50 et 60. En effet, les baby-boomers ont su transformer leurs milieux sociopolitiques par la mobilisation civique, par de vastes réseaux sociaux et par leur individualité.

Plusieurs personnes de ce groupe démographique ont influencé et structuré leurs milieux de travail, et, ce faisant, ils ont manifesté un fort désir de prendre part aux processus de prise de décision. Les choix des baby-boomers ne reposent plus sur la tradition, la loyauté ou le devoir, comme c'était souvent le cas chez leurs prédécesseurs. Ce sont plutôt la valeur et l'importance pour la personne qui motivent leurs décisions.

CARACTÉRISTIQUES DES BABY-BOOMERS

Ethno – culturally diverse – There is great diversity
Variété ethnoculturelle : Les baby-boomers forment un groupe très varié, dont plusieurs membres sont nés à l'étranger. Statistique Canada estime que, d'ici 2031, environ une personne sur trois dans la population active sera née à l'étranger.²

Confiance en leurs compétences technologiques : La majorité des baby-boomers utilisent Internet. En effet, en 2009, environ 78 % d'entre eux l'utilisaient : 88 % pour consulter leurs courriels; 68 % pour se renseigner sur la météo, la littérature, les voyages, etc., ou faire des réservations; et 57 % pour planifier leur retraite.³ De nombreux baby-boomers soutiennent qu'ils aimeraient qu'un plus grand nombre d'occasions de bénévolat virtuel soient offertes.⁴

Consommateurs avides : Les baby-boomers sont à l'origine de nombreuses tendances de consommation. En effet, les Canadiens de plus de 50 ans constituent le plus grand marché pour plusieurs industries, notamment le tourisme, l'immobilier, la santé, la beauté,

l'automobile, les rénovations domiciliaires et les services financiers. Pourtant, plusieurs d'entre eux doivent toujours relever des défis sur le plan financier. À titre d'exemple, plus de la moitié des propriétaires ont encore une hypothèque.

Génération sandwich : Les baby-boomers ont accru leurs responsabilités liées au soin de leurs enfants, de leurs petits-enfants et de leurs parents (64 % des baby-boomers ayant des enfants ont toujours au moins un enfant qui habite à la maison, et 3/5 d'entre eux continuent d'aider financièrement leurs enfants de plus de 18 ans). Parmi les baby-boomers dont les parents sont toujours vivants, 1/4 d'entre eux ont au moins un parent qui a régulièrement besoin de leur assistance.⁵

Bénévolat à la carte : Les baby-boomers sont très sélectifs, surtout en ce qui a trait aux activités auxquelles ils consacrent leur temps. Ils veulent souvent élaborer leurs propres occasions de bénévolat.

²The Globe and Mail, Retiring boomers slowing labour force growth: Statscan. 17 août 2011.

³Statistique Canada. Online activities of Canadian boomers and seniors. 6 août 2009. No de catalogue 11-008-X.

⁴Bénévoles Canada (2010). Comblent les lacunes – Enrichir l'expérience bénévole afin de créer un avenir meilleur pour nos collectivités. Rapport complet, http://benevoles.ca/files/Comblent_Les_Lacunes_French.pdf

⁵Hoffman, A., *Mirror, mirror*. The Globe and Mail, 24 juin 2006. Disponible à : <http://www.theglobeandmail.com/archives/article831403.ece>



Qui sont les baby-boomers? *continue*

COMPARAISONS ENTRE LES GÉNÉRATIONS

SECONDE GUERRE MONDIALE (1940-1945)

La Seconde Guerre mondiale redémarre l'économie dans les années 40 et le taux de natalité augmente.

BABY-BOOM (1946-1964)

Le Canada a connu le plus important baby-boom de tous les pays occidentaux, en partie en raison des retrouvailles des couples après la guerre, de son économie robuste à cette époque, et de ses taux d'immigration élevés.

GÉNÉRATION DE L'APRÈS BABY-BOOM (1965-1979)

- Génération X (1960-1966)
- Génération suivant l'effondrement de la natalité (1967-1979)

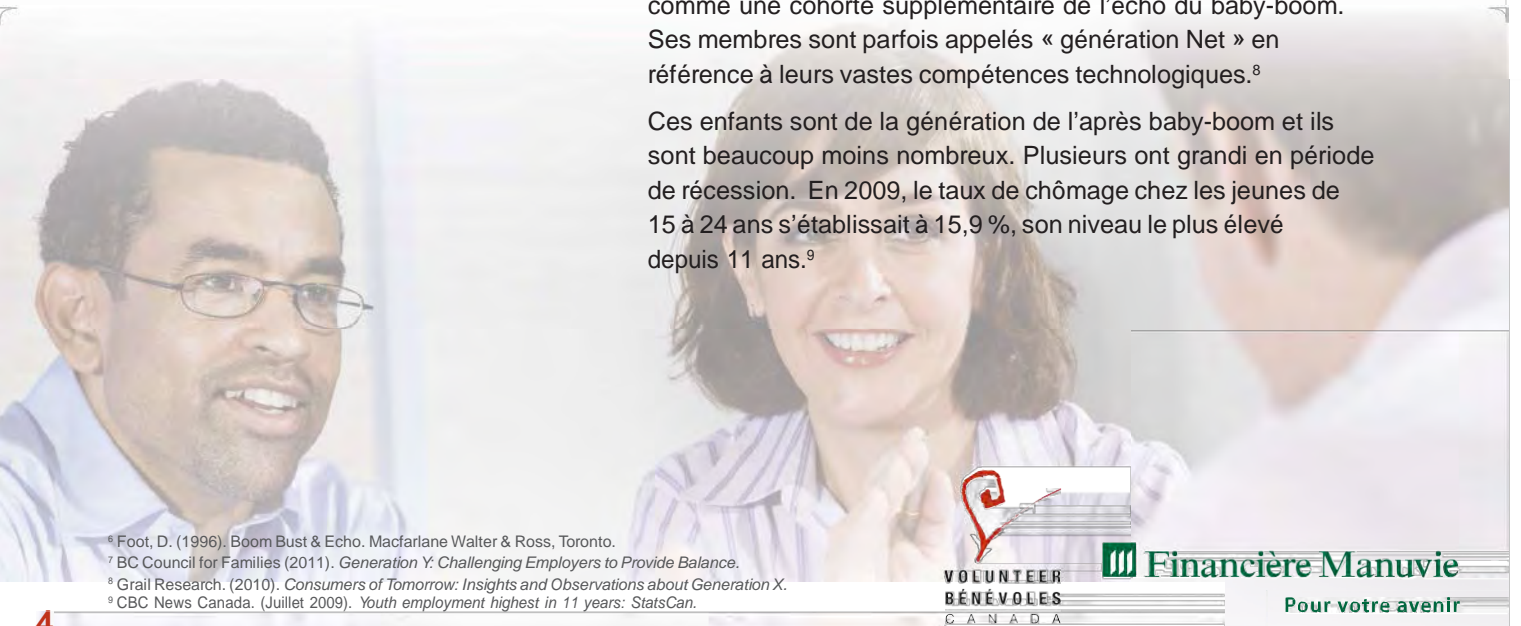
L'introduction de la pilule anticonceptionnelle et une plus forte présence des femmes sur le marché du travail entraînent une chute du taux de natalité. Cette période se divise parfois en deux groupes, soit la génération X, née entre 1960 et 1966 (fin du baby-boom), et la génération suivant l'effondrement de la natalité, née entre 1967 et 1979.⁶

ÉCHO DU BABY-BOOM (1980-1995)

- Génération Y (1982-1997)
- Post-boomers (1980-2001)
- Génération Z (1995-2011)

Les baby-boomers produisent leur propre écho lorsqu'ils commencent à avoir des enfants. La génération Y et les post-boomers sont considérés comme des cohortes de l'écho du baby-boom. Selon certaines estimations, les enfants de la génération Y occuperont en moyenne 25 postes au cours de leur vie professionnelle.⁷ Quant à la génération Z, elle est considérée comme une cohorte supplémentaire de l'écho du baby-boom. Ses membres sont parfois appelés « génération Net » en référence à leurs vastes compétences technologiques.⁸

Ces enfants sont de la génération de l'après baby-boom et ils sont beaucoup moins nombreux. Plusieurs ont grandi en période de récession. En 2009, le taux de chômage chez les jeunes de 15 à 24 ans s'établissait à 15,9 %, son niveau le plus élevé depuis 11 ans.⁹



⁶ Foot, D. (1996). *Boom Bust & Echo*. Macfarlane Walter & Ross, Toronto.

⁷ BC Council for Families (2011). *Generation Y: Challenging Employers to Provide Balance*.

⁸ Grail Research. (2010). *Consumers of Tomorrow: Insights and Observations about Generation X*.

⁹ CBC News Canada. (Juillet 2009). *Youth employment highest in 11 years: StatsCan*.



Ligne de temps des baby-boomers au Canada

- Seconde Guerre mondiale : 45 383 membres du personnel militaire canadien meurent.
- Environ 425 614 immigrants arrivent au Canada.
- Les soldats canadiens rentrent au pays après la guerre et le baby-boom est amorcé en 1946.
- Entre 1946 et 1964, le Canada enregistre un grand total de 7 735 986 naissances.
- Entre 1964 et 1967, 145 000 nouveaux emplois sont créés pour les Canadiens de moins de 25 ans.
- La pilule anticonceptionnelle arrive au Canada. Un nombre croissant de femmes poursuivent des études supérieures et reportent la fondation d'une famille. Le baby-boom prend fin au milieu des années 60.
- Hausse du nombre de mouvements sociaux : protestations contre la guerre du Vietnam et la pauvreté des Autochtones, libération de la femme et politique de campus.
- Révolution tranquille au Québec.
- Exposition universelle de Montréal en 1967 (Expo 67).
- Festival de musique Woodstock aux États-Unis.
- À la fin de cette décennie, les baby-boomers les plus vieux ont 23 ans et les plus jeunes ont 5 ans.
- Terry Fox et son Marathon de l'espoir.
- Grave récession au pays.
- Entrée en vigueur de l'Accord du lac Meech et de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis.
- Chute du mur de Berlin en 1989.
- À la fin de cette décennie, les baby-boomers les plus vieux ont 43 ans et les plus jeunes ont 25 ans.



- La première vague des enfants du baby-boom (environ 370 000 enfants) commence l'école en 1952.
- La télévision gagne en popularité et plus de la moitié des automobiles canadiennes sont dotées d'une radio.
- Le culte de l'adolescence : la popularité de Marlon Brando et de James Dean explose, et l'émission de télévision American Bandstand entre en ondes.
- Les Russes lancent le satellite Spoutnik.
- Début de la guerre de Corée.
- Environ 1 504 285 immigrants arrivent au Canada.
- À la fin de cette décennie, les baby-boomers les plus vieux ont 13 ans.

- Crise d'octobre et FLQ au Québec.
- Le gouvernement fédéral adopte officiellement une politique de multiculturalisme.
- Invention du téléphone cellulaire.
- Lancement du film *Star Wars* au cinéma.
- À la fin de cette décennie, les baby-boomers les plus vieux ont 33 ans et les plus jeunes ont 15 ans.

- Roberta Bondar est la première canadienne en espace.
- L'Accord de Charlottetown est publié puis rejeté.
- Création du Nunavut.
- Entrée en vigueur de l'ALÉNA (Accord de libre-échange nord-américain).
- Référendum québécois de 1995.
- Internet gagne en popularité auprès du grand public.
- À la fin de cette décennie, les baby-boomers les plus vieux ont 53 ans et les plus jeunes ont 35 ans.

- Sommet des Amériques à Québec.
- Le Canada devient le premier pays au monde à légaliser la marijuana à des fins médicales.
- Attaques terroristes du 11 septembre 2011 et attaque contre l'Afghanistan.
- Éclosion du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS).
- Mariage entre personnes de même sexe au Canada : le premier mariage légal de la sorte est célébré au Québec.
- À la fin de cette décennie, les baby-boomers les plus vieux ont 63 ans et les plus jeunes ont 45 ans.

BABY-BOOMERS				
	ÂGE EN...			
Cohorte	Nés entre	1996	2006	2011
Première vague	1946 et 1955	41-50	51-60	56-65
Seconde vague	1956 et 1964	32-40	42-50	47-55



Statistiques relatives aux baby-boomers

FACTS

62 % des baby-boomers ont déjà occupé deux emplois en même temps.¹⁰

La majorité des baby-boomers sont des employés (76 %) et travaillent à temps plein (81 %).¹¹

25 % des baby-boomers doivent régulièrement aider un parent, voire les deux.¹²

47 % des baby-boomers affirment que le manque de temps constitue leur principale préoccupation personnelle.¹³

60 % des baby-boomers sont déjà allés seuls au cinéma.¹⁴

La liberté constitue le principal souhait cité par les baby-boomers.¹⁵

60 % des baby-boomers affirment avoir été financièrement autosuffisants à l'âge de 20 ans.

25 % des baby-boomers ont déjà pensé se présenter à une élection.¹⁷

Environ 78 % des baby-boomers utilisent Internet. De ce nombre, 88 % l'utilisent pour communiquer par courriel.¹⁸

CONSÉQUENCES POUR LES ORGANISMES

GESTION ADÉQUATE ET EFFICACITÉ TEMPORELLE

Les baby-boomers entreprennent souvent plusieurs projets en même temps et doivent s'acquitter de plusieurs responsabilités divergentes. Plusieurs continuent de travailler au-delà de l'âge de la retraite tout en prenant soin de leurs parents, de leurs enfants ou de leurs petits-enfants. Le manque de temps constitue un défi constant, à tel point que près de la moitié des baby-boomers soutiennent qu'il s'agit de leur principale préoccupation personnelle.

Les baby-boomers s'attendent à ce que les organismes soient bien gérés, tout comme leurs heures de bénévolat.

TÂCHES BÉNÉVOLES INDÉPENDANTES

Comme les baby-boomers peuvent se montrer plutôt indépendants, les valeurs relatives aux relations leur sont importantes, tout comme la liberté et l'autonomie.

Les baby-boomers sont souvent à l'aise de travailler seuls. Gardez ce fait à l'esprit au moment de concevoir des tâches à leur intention.

OCCASIONS DE BÉNÉVOLAT AXÉ SUR LES COMPÉTENCES

En plus d'être très indépendants, les baby-boomers sont autosuffisants.

Pensez à créer des occasions de bénévolat axé sur les compétences, car plusieurs baby-boomers possèdent des aptitudes supérieures en matière de planification et de gestion.

OCCASIONS DE LEADERSHIP

Les baby-boomers ne craignent pas les postes de leadership. Bien que certains préfèrent rester dans les coulisses, d'autres désirent occuper l'avant-scène.

Les organismes peuvent créer des postes qui permettent aux baby-boomers bénévoles de siéger à des conseils et de prendre part au marketing visible des services.

VISIBILITÉ EN LIGNE

Les baby-boomers ne sont aucunement des amateurs en ce qui a trait à la technologie. Plusieurs d'entre eux utilisent Internet quotidiennement.

Les organismes peuvent tirer profit des occasions de bénévolat virtuel et du recrutement de bénévoles en ligne.

¹⁰About US-Boomer+ Edition, Harris Decima, 2009.

¹¹Statistique Canada. Online activities of Canadian boomers and seniors. 6 août 2009. No de catalogue 11-008-X.

¹²Hoffman, A. Mirror, mirror. The Globe and Mail, 24 juin 2006. Disponible à : <http://www.theglobeandmail.com/archives/article831403.ece>

¹³Idem.

¹⁴About US-Boomer+ Edition, Harris Decima, 2009.

¹⁵Bibby, R. (2006). The Boomer Factor: What Canada's most famous generation is leaving behind. Toronto: Bastian Books.

¹⁶About US-Boomer+ Edition, Harris Decima, 2009.

¹⁷Idem.

¹⁸Statistique Canada. Online activities of Canadian boomers and seniors. 6 août 2009. No de catalogue 11-008-X.



VOLONTÉ
BÉNÉVOLES
C A N A D A



Mobilisation des baby-boomers : tenir compte des circonstances de chacun

Les circonstances de la génération du baby-boom relatives au travail, à la famille et au couple varient, mais elles ont toutes une incidence sur leurs intérêts, leur disponibilité et leurs objectifs personnels en matière de bénévolat. Le stade de vie influence aussi les choix associés au bénévolat, comme le démontre la majorité écrasante d'anciens bénévoles qui affirment que diverses questions liées à leur âge, à leur santé et à leurs enfants expliquent pourquoi ils ne peuvent pas faire de bénévolat.¹⁹

Par ailleurs, les baby-boomers sont à l'origine des dinks (*Double Income No Kids* ou double revenu sans enfant), des yuppies (*Young Urban Professionals* ou jeunes professionnels des villes), des familles recomposées et de la génération sandwich (personnes qui s'occupent de parents âgés et d'adolescents). Les enfants des baby-boomers habitent plus longtemps à la maison. En outre, ils retournent y vivre pendant

les périodes de transition entre leurs emplois, leurs voyages, leurs études ou leurs relations de couple. Divers changements économiques ont permis aux baby-boomers de profiter d'indemnités de départ volontaire pour prendre une retraite anticipée, démarrer des entreprises de consultation à domicile ou entamer une seconde carrière.

L'efficacité de la mobilisation des baby-boomers exige une étude attentive des circonstances de vie de chaque bénévole. Les organismes doivent prendre le temps de se renseigner sur les intérêts et les motivations de chacun afin de concevoir des affectations significatives qui répondent tant à leurs besoins qu'à ceux de leurs bénévoles. L'expérience des baby-boomers varie grandement et peut avoir des répercussions sur leur capacité de faire du bénévolat ou sur leur motivation.

CLIQUEZ sur chaque circonstance de vie ci-dessous (travail, éducation des enfants et relation de couple) afin d'explorer différentes options et stratégies qui vous aideront à mieux mobiliser les baby-boomers.

ENGAGING BABY BOOMERS IN VOLUNTEERING: CONSIDERING LIFE CIRCUMSTANCES

TRAVAIL

 MI-CARRIÈRE SOMMET
DE CARRIÈRE SECONDE CARRIÈRE RETRAITE ANTICIPÉE RETRAITE

FAMILLE

 ÉDUCATION DES
ENFANTS PARENTS FACE
À UN NID VIDE ENFANTS ADULTES
REVENUS HABITER À
LA MAISON SOIN DES
PETITS-ENFANTS SOIN DE
PARENTS ÂGÉS

RELATION DE COUPLE

 COUPLE DE 40 ANS PAS EN COUPLE NOUVELLE
RELATION DE COUPLE SOIN D'UN
CONJOINT AVEC DES
PROBLÈMES DE SANTÉ AJUSTEMENT AU
DÉCÈS DU CONJOINT
OU À UN DIVORCE



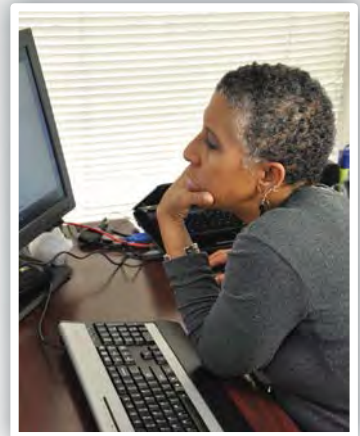
TRAVAIL

MI-CARRIÈRE, SOMMET DE CARRIÈRE OU SECONDE CARRIÈRE

La mobilisation des baby-boomers qui en sont à mi-carrière ou au sommet de leur carrière peut parfois poser un défi, car ils ont moins le temps de faire du bénévolat. Les organismes doivent donc explorer des horaires souples et proposer différentes occasions.

Types d'occasions de bénévolat :

- **BÉNÉVOLAT APPUYÉ PAR L'EMPLOYEUR** : cette option permet aux employés de faire du bénévolat avec l'appui ou l'encouragement de leur employeur. Les niveaux de soutien peuvent varier d'un emploi à l'autre. En outre, les employeurs peuvent accorder des congés à leurs employés afin qu'ils fassent du bénévolat, ou encore offrir un soutien en nature à diverses causes communautaires. La sensibilisation au bénévolat avant la retraite et l'intégration du bénévolat dans les séminaires de planification de la retraite peuvent aider à présenter le concept du bénévolat comme une occasion enrichissante pour les baby-boomers.



Ressources :

- [Tisser des liens avec des bénévoles appuyés par leur employeur - Téléchargez cette fiche informative](#)
- [L'outil Compétences-plus](#)
- [Visionnez sur YouTube une démonstration vidéo expliquant comment utiliser l'outil Skills Plus](#)

Options relatives aux horaires :

- **BÉNÉVOLAT OCCASIONNEL** : les baby-boomers font du bénévolat à l'occasion, par exemple pendant la période des Fêtes ou lors d'un événement annuel. Cette option permet de faire du bénévolat régulièrement chaque année, sans toutefois devoir consacrer trop de temps.
- **BÉNÉVOLAT SUR DEMANDE** : cette option peut plaire aux baby-boomers qui doivent s'acquitter des responsabilités de leur emploi à temps plein ou partiel, tout en respectant d'autres engagements. Ils n'ont pas le temps de faire du bénévolat sur une base permanente. De plus, cette option permet aux organismes de créer un bassin de bénévoles avec qui ils peuvent communiquer lorsque leurs bénévoles réguliers ne sont pas disponibles, ou lorsqu'ils ont besoin de soutien supplémentaire.
- **BÉNÉVOLAT FLEXIBLE** : comme les baby-boomers sont plutôt sélectifs en ce qui a trait aux activités auxquelles ils décident de consacrer leur temps, ils peuvent élaborer eux-mêmes leur propre horaire. Qu'il s'agisse de bénévolat en personne le dimanche matin ou de deux heures de bénévolat virtuel par semaine, cette option peut se révéler attrayante pour les baby-boomers dont l'horaire est déjà surchargé.



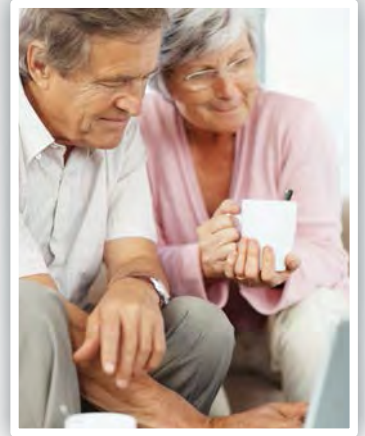
TRAVAIL *continue*

RETRAITE ANTICIPÉE OU RETRAITE

Les baby-boomers à la retraite peuvent avoir plus de temps à consacrer au bénévolat – ou non! Peu importe, ils sont parfois plus flexibles, car ils ne passent plus leurs journées au travail.

Types d'occasions de bénévolat :

- **BÉNÉVOLAT AXÉ SUR LES COMPÉTENCES** : cette option permet aux organismes de recruter des bénévoles qui souhaitent mettre à profit leurs compétences professionnelles dans le cadre d'une affectation bénévole. Les taux de conservation les plus élevés correspondent aux bénévoles jumelés à des tâches qui font appel à leurs compétences professionnelles.



Ressources :

- [L'outil Compétences-plus](#)

Options relatives aux horaires :

- **COURT TERME** : les affectations de bénévolat axé sur les compétences sont plus efficaces lorsqu'elles sont élaborées comme des occasions à court terme dont l'horaire est souple. Les baby-boomers peuvent concevoir leur propre projet et travailler seul sur une tâche.





FAMILLE

L'éducation des enfants occupe une grande partie de la vie de nombreux Canadiens. Les baby-boomers plus âgés doivent s'ajuster à un nid vide, alors que les plus jeunes en sont toujours au stade d'éducation de leurs enfants. Certains baby-boomers doivent accueillir leurs enfants adultes qui reviennent vivre au domicile familial pendant une période de transition entre leurs études, leurs voyages ou leurs relations de couple. D'autres savourent l'occasion de prendre soin de leurs petits-enfants lorsque leurs propres enfants travaillent le jour. Enfin, un nombre toujours croissant de baby-boomers consacrent une bonne partie de leur temps au soin de leurs parents âgés. Un type particulier de bénévolat se prête bien à toutes ces différentes situations : le bénévolat familial.



Types d'occasions de bénévolat :

- BÉNÉVOLAT FAMILIAL** : le bénévolat familial est de plus en plus populaire auprès des Canadiens, car il permet aux membres d'une même famille de passer du temps ensemble; il permet aux parents et aux grands-parents de transmettre leurs valeurs; et il permet aux familles de socialiser tout en appuyant une cause qui les passionne. Les options de bénévolat familial à l'intention des baby-boomers rendent le bénévolat plus accessible aux Canadiens, quelles que soient leurs circonstances familiales.

Ressources:

- [Tisser des liens avec des familles bénévoles - Téléchargez cette fiche informative](#)
- [Composantes fondamentales du bénévolat familial : outils et ressources à l'usage des organisations](#)
- [Composantes fondamentales du bénévolat familial : outils et ressources à l'usage des familles](#)
- [Visionnez sur YouTube une démonstration vidéo expliquant comment utiliser l'outils Composantes fondamentales](#)
- [Une vidéo : À quoi ressemble le bénévolat familial ? \(En anglais seulement\)](#)

Options relatives aux horaires :

- BÉNÉVOLAT SAISONNIER** : le bénévolat saisonnier permet de concevoir une occasion de bénévolat à durée intermédiaire pour les baby-boomers et les membres de leur famille (par ex., tous les jours de la semaine lors d'un festival d'été).
- BÉNÉVOLAT FLEXIBLE** : cette option permet aux bénévoles de donner de leur temps selon un horaire hebdomadaire ou mensuel constant qui demeure flexible. Il est important que les organismes collaborent avec les bénévoles de la génération du baby-boom afin d'établir un horaire qui leur convient. Cependant, il est essentiel que l'établissement de l'horaire et l'élaboration des affectations bénévoles contribuent à l'atteinte des objectifs de l'organisme.



RELATION DE COUPLE

La relation de couple est une autre circonstance de vie qui peut grandement varier chez les baby-boomers. Ceux-ci peuvent être mariés depuis longtemps, célibataires par choix, ou encore à la recherche de l'âme sœur. Un couple de retraités peut chercher à prendre part à une activité amusante ou tout simplement vouloir essayer quelque chose de nouveau. Le bénévolat peut aussi être une façon pour les célibataires de se faire de nouveaux amis ou de rencontrer des conjoints potentiels. L'aspect social du bénévolat attire de nombreux baby-boomers. Il est intéressant de noter que, selon les statistiques, les célibataires (43 %) sont moins susceptibles d'avoir fait du bénévolat au cours des douze derniers mois que les personnes mariées ou en union de fait (58 %), les veufs (58 %) et les personnes séparées ou divorcées (52 %).²⁰ Les organismes pourraient donc profiter de ce fait pour illustrer les possibilités sociales dérivées du bénévolat au moment de le promouvoir auprès des célibataires.



Types d'occasions de bénévolat :

- **QUEL EST VOTRE QB? :** le QB est un quiz bénévole qui aide les gens à déterminer quel type de bénévole ils sont, et à les jumeler à des occasions de bénévolat ou à des organismes qui conviennent à leur personnalité, à leurs intérêts, à leurs compétences et à leurs talents. Les organismes peuvent également utiliser cet outil interactif pour identifier les intérêts des bénévoles potentiels.

RÉPONDEZ AU QUIZ EN LIGNE EN CLIQUANT [ICI.](#)

- **OUTIL DE JUMELAGE :** cet outil permet aux bénévoles et aux organismes à la recherche de bénévoles de créer un profil détaillé et de faire des recherches ciblées afin de combler les lacunes entre ce que les bénévoles souhaitent vivre et ce dont les organismes ont besoin.

ESSAYEZ L'OUTIL DE JUMELAGE EN CLIQUANT [ICI.](#)

- **BÉNÉVOLAT APPUYÉ PAR L'EMPLOYEUR, BÉNÉVOLAT AXÉ SUR LES COMPÉTENCES ET BÉNÉVOLAT FAMILIAL :** chacune de ces occasions de bénévolat peut répondre aux besoins des baby-boomers.

CONSULTEZ DIVERS OUTILS ET RESSOURCES EN CLIQUANT [ICI.](#)



Principaux messages liés au recrutement

RECRUTEMENT DES BABY-BOOMERS

Environ 12 % des Canadiens ont contribué 78 % des heures de bénévolat des organismes de bienfaisance (ECDBP, 2007). Le nombre moyen d'heures de bénévolat est plus élevé chez les aînés canadiens qui commencent à se retirer de leurs rôles professionnels. Il est donc essentiel de créer des occasions de bénévolat significatives à l'intention des baby-boomers.

Il peut être difficile de déterminer ce qui incite les gens à faire du bénévolat, car ces motifs sont complexes, très personnels et en évolution constante. Les intérêts, les objectifs personnels, les populations desservies, la culture, les compétences et la géographie sont tous des facteurs qui peuvent influencer la décision de faire du bénévolat.

En outre, les motifs qui incitent à faire du bénévolat changent selon les circonstances de vie.

- **TRAVAIL** – Le lien entre l'âge et la retraite s'érode, car la majorité des gens à la fin de la cinquantaine travaillent toujours. Plusieurs optent pour un programme de retraite échelonnée.
- **ÉDUCATION DES ENFANTS** – Les baby-boomers sont de plus en plus nombreux à prendre soin de parents âgés tout en s'occupant de leurs enfants.
- **RELATION DE COUPLE** – Certains baby-boomers veulent faire du bénévolat avec leur conjoint lorsqu'ils seront à la retraite. D'autres s'ajustent à un divorce ou à un décès, et sont à la recherche d'occasions qui leur permettront de rencontrer des gens.

Outre les circonstances de vie, les différences entre les générations constituent un aspect important dont les organismes doivent tenir compte au moment de recruter des baby-boomers. Comme cette génération s'étend sur 18 ans, les méthodes de recrutement à l'intention des membres de ce groupe doivent intégrer ce fait. Un organisme ne doit pas employer la même stratégie de recrutement pour un bénévole de 22 ans que pour un bénévole de 40 ans. Il doit également en être ainsi dans le cas des baby-boomers.

LE SAVIEZ-VOUS?

Plusieurs personnes sont toujours recrutées selon un système de bouche-à-oreille amorcé par la famille, les amis ou les collègues.

Les personnes qui n'ont jamais fait de bénévolat affirment que la principale raison à l'origine de leur non-engagement est qu'on ne leur a jamais demandé d'être bénévole.

(Comblar les lacunes – Enrichir l'expérience bénévole afin de créer un avenir meilleur pour nos collectivités, Bénévoles Canada, 2010)



Principaux messages liés au recrutement

continue

CONSIDÉRATIONS ORGANISATIONNELLES

- Les organismes doivent s'assurer que leurs programmes de bénévolat bénéficient d'une communication ouverte, accessible, et sensible au savoir culturel et linguistique.
- Grâce à la technologie, il est plus facile que jamais pour les baby-boomers de trouver des occasions de bénévolat. Le site Web créé par Bénévoles Canada et la Financière Manuvie (www.getvolunteering.ca) est un exemple de ressource qui permet aux gens de trouver des occasions de bénévolat en précisant leurs intérêts clés et en entrant leur code postal.
- Les organismes peuvent bénéficier de l'affichage en ligne des occasions de bénévolat. Ils doivent également penser à créer des occasions de bénévolat virtuel et tenir des réunions en ligne au moyen du logiciel Skype ou de tout autre véhicule technique de la sorte.
- Les organismes peuvent bénéficier de la reconnaissance des options concurrentes offertes aux baby-boomers, ainsi que des exigences relatives à la promotion et au marketing de leurs propres occasions.
- Les organismes doivent apprendre à mieux connaître leurs bénévoles, notamment en se renseignant sur leurs objectifs personnels associés au bénévolat. Le jumelage des bénévoles à des affectations qui leur tiennent à cœur améliore le taux de conservation.
- Les organismes peuvent appuyer les baby-boomers de différentes façons. Les occasions de bénévolat axé sur les compétences sont très prisées par certains baby-boomers qui travaillent toujours et souhaitent appliquer leurs compétences professionnelles dans un autre contexte. Quant aux occasions de bénévolat familial, elles sont souvent attrayantes pour les baby-boomers qui désirent faire du bénévolat avec leurs enfants ou leurs petits-enfants.

RECRUTEMENT DES BABY-BOOMERS

Promotion multivoies – Plus que jamais, les baby-boomers obtiennent de l'information auprès de différentes sources : bouche à oreille, publipostage direct, services en ligne, etc. Les organismes qui tiennent compte de ce fait au moment de présenter leurs occasions de bénévolat parviendront mieux à joindre les baby-boomers.

Marketing créatif – Pour soutenir les efforts de recrutement de baby-boomers qui n'ont jamais fait de bénévolat, il faut souligner les avantages du bénévolat et décrire les options proposées à différents groupes. Pensez à faire une présentation sur le bénévolat lors d'un séminaire de planification de la retraite ou d'une réunion d'association. Assurez-vous que vos documents de marketing et de communication représentent adéquatement la diversité de la génération du baby-boom.

Formulation des messages : raisons qui incitent à faire du bénévolat

HÉRITAGE	DÉVELOPPEMENT PERSONNEL
Ajout d'années à sa vie et d'un peu de piquant à ces années	Application et acquisition de compétences
Santé et bien-être	Horaires convenables
Engagement envers une cause	Réseautage social
Possibilité de faire une différence	Renforcement de la collectivité



Votre organisme est-il prêt à recruter des baby-boomers?



	YES	NO
Nos stratégies de recrutement ciblent-elles adéquatement les personnes de 50 ans et plus? Tiennent-elles compte de leur diversité?		
Sommes-nous ouverts à la promotion multivoies des occasions de bénévolat (notamment la promotion en ligne) auprès d'un groupe démographique de plus en plus branché sur le plan technologique?		
Pouvons-nous mobiliser les baby-boomers de façon significative en concevant des affectations bénévoles optimales? C'est-à-dire, notre organisme peut-il leur proposer des occasions de bénévolat qui répondent à nos besoins tout en appuyant les objectifs et l'horaire souhaité des baby-boomers?		
Pouvons-nous jumeler les compétences des baby-boomers aux besoins de notre organisme, sans tenir pour acquis qu'ils souhaitent absolument mettre à profit leurs compétences professionnelles ou leurs connaissances?		
Pouvons-nous concevoir des occasions de bénévolat qui permettent aux baby-boomers de travailler seuls? Pouvons-nous communiquer l'incidence positive du bénévolat aux bénévoles de la génération du baby-boom?		
Pouvons-nous concevoir des postes bénévoles à court terme, saisonniers ou flexibles?		
Pouvons-nous nous organiser efficacement, sans que notre organisme paraisse trop bureaucratique en ce qui a trait à l'engagement bénévole?		



Références et ressources

VEUILLEZ CONSULTER NOTRE RESSOURCE COMPLÉMENTAIRE :

Transitions, jalons et héritage : bénévolat et planification de la retraite

Comment le bénévolat cadre-t-il dans la planification de la retraite?

Quel type de bénévolat devrais-je considérer?

Comment déterminer le type de bénévolat qui me convient?

RAPPORTS ET RESSOURCES

Bridging the Gap: Enriching the Volunteer Experience to Build a Better Future for Our Communities

The Canadian Code for Volunteer Involvement

Building Blocks for Family Volunteering – Tools and Resources for Organizations

Building the Bridge to Employer Supported Volunteers

Skills Plus – Bridging Volunteer Experience and Career Development

Reinventing Aging

A Matter of Design: Job design theory and application to the voluntary sector

Volunteer Connections: new strategies For involving older adults

Engaging 50+ Volunteers: A Resource guide for Agencies

50+ volunteering: Working for stronger communities

Boomers are ready for nonprofits: But are nonprofits ready for them?

Reinventing aging: Baby boomers and civic engagement

Tapping the Power of Boomers as Senior Volunteers

Transforming 50+ Volunteering – A Literature Review and Strategy

Engaging Retired Leaders as Volunteers

Baby Boomer and the New Age of Volunteerism

The evolution of giving: From charity to philanthropy

Baby Boomers – Your new volunteers

ARTICLES ET LIVRES

Speevak Sladowski, P. Big Shoes to Fill: How will the Next Generation of Canadian Seniors Want to Volunteer

Lapierre, D. Engaging “50+” Volunteers

Graff-Reed Conversations: A Way-of-Life Wake Up Call for Canada's Communities

Retiring boomers slowing labour force growth: Statscan

Not so big Jobs and retirements: What workers (and retirees) Really want

Volunteering & Healthy Aging

Working Zoomers

Online activities of Canadian boomers and seniors. Canadian Social Trends, Statistics Canada

Foot, D. (1996). Boom Bust & Echo. Macfarlane Walter & Ross, Toronto.

Bibby, R. (2006). The Boomer Factor: What Canada's most famous generation is leaving behind. Toronto: Bastian Books.

Hoffman, A. Mirror, mirror. Globe and Mail, June 24, 2006.