



Centre  
**D'ACTION  
BÉNÉVOLE**  
de Sherbrooke

## **PORTRAIT SOMMAIRE DE BÉNÉVOLES AÎNÉS SHERBROOKOIS :**

Leurs préférences et habitudes en matière d'outils publicitaires, d'utilisation d'Internet et des médias sociaux et des techniques de recrutement et d'accueil des organismes.

# Introduction

Le recrutement de bénévoles s'avère bien souvent un défi pour les organismes à but non lucratif. De ce fait, les personnes préretraitées et retraitées constituent généralement une clientèle attrayante pour les organismes, alors que l'on associe souvent l'arrivée de la retraite comme une occasion d'investir tout son temps dans la communauté.

Par contre, de nos jours les personnes retraitées demeurent très actives et leur temps se fait précieux. Entre les loisirs, les cours de toute sorte et le gardiennage des petits enfants lors des journées pédagogiques, ces personnes ont parfois une ou deux périodes libres à leur horaire, qu'elles désirent utiliser à bon escient en les offrant à un organisme qui leur tient à cœur, pour une cause ayant du sens pour elles : cette réalité reflète l'essence même de ce qu'on appelle « le bénévolat nouveau » (Thibault et coll., 2011).

Plusieurs gestionnaires de ressources humaines bénévoles (GRHB) s'interrogent alors sur l'approche à adopter en matière de recrutement. « Comment réussir à aller chercher ces personnes afin qu'elles intègrent mon organisme à titre de bénévoles? » « Quelle stratégie de recrutement est la plus efficace? » « Quelles sont leurs habitudes en matière d'utilisation d'Internet et des médias sociaux? » « Comment puis-je m'assurer qu'elles recevront un accueil adéquat dans mon organisme? »

Dans le cadre du projet « Des aînés impliqués : une communauté en santé ! », le Centre d'action bénévole de Sherbrooke a élaboré et distribué un court questionnaire destiné à en savoir davantage sur les préférences des bénévoles aînés en ce qui concerne les différentes techniques de recrutement et d'accueil des organismes dans lesquels ils se sont déjà impliqués bénévolement (ou s'impliquent présentement).

Ayant été répondu par 55 personnes impliquées dans dix organismes de Sherbrooke, le questionnaire a permis de connaître le point de vue de ces bénévoles et d'élaborer ce document, qui se veut un portrait sommaire des habitudes et préférences de bénévoles aînés ainsi qu'un outil de réflexion visant à guider votre organisme dans ses différentes démarches de recrutement.

## Bonne lecture !

L'équipe du Centre d'action bénévole de Sherbrooke

# TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	2
Table des matières.....	3

## SECTION 1

### Le rôle de la publicité dans le recrutement des bénévoles âgés

Source par laquelle les personnes interrogées ont entendu parler de leur implication bénévole actuelle.....	5
Préférences en matière de publicité (affiche, dépliant, brochure, etc.).....	6
Couleurs qui attirent spontanément les bénévoles âgés sur une affiche ou un dépliant.....	6
Éléments visuels à privilégier lors d'un kiosque.....	8
Objet promotionnel le plus attrayant.....	8

## SECTION 2

### L'utilisation des médias sociaux et d'Internet dans le recrutement des bénévoles âgés

Fréquence d'utilisation des médias sociaux.....	10
Raisons pour lesquelles certains répondants n'utilisent jamais les médias sociaux.....	11
Fréquence du partage de contenu sur les médias sociaux.....	11
Fréquence de consultation des courriels.....	12
Activités réalisées sur Internet.....	12

## SECTION 3

### Le processus de recrutement et l'accueil des bénévoles âgés

Moyens utilisés pour en savoir davantage sur les besoins en bénévoles d'un organisme.....	14
Délai à l'intérieur duquel les personnes souhaitant devenir bénévoles s'attendent à être contactées après avoir laissé un message au GRHB.....	14
Moyen de communication préféré pour recevoir de l'information du GRHB.....	15
Attentes envers l'implication bénévole.....	15
Ce qui pourrait inciter un aspirant-bénévole à s'impliquer.....	16
Portrait type d'un bénévole âgé.....	17
Références bibliographiques.....	18

## PORTAIT SOMMAIRE DE BÉNÉVOLES ÂÎNÉS SHERBROOKOIS :

Leurs préférences et habitudes en matière d'outils publicitaires, d'utilisation d'internet et des médias sociaux et des techniques de recrutement et d'accueil des organismes.

### COORDINATION DU PROJET

**Julie Jacques**

### COMPILATION DES DONNÉES

**Emma Paradis**

### SUPERVISION

**Katherine Levasseur**

### GRAPHISME ET MISE EN PAGE

**William Mercier**

**Merci à tous les bénévoles ayant accepté de répondre au questionnaire.**

L'information contenue dans ce document ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite du Centre d'action bénévole de Sherbrooke.

Le document suivant a été réalisé par le Centre d'action bénévole de Sherbrooke, avec la collaboration financière du Gouvernement du Québec.

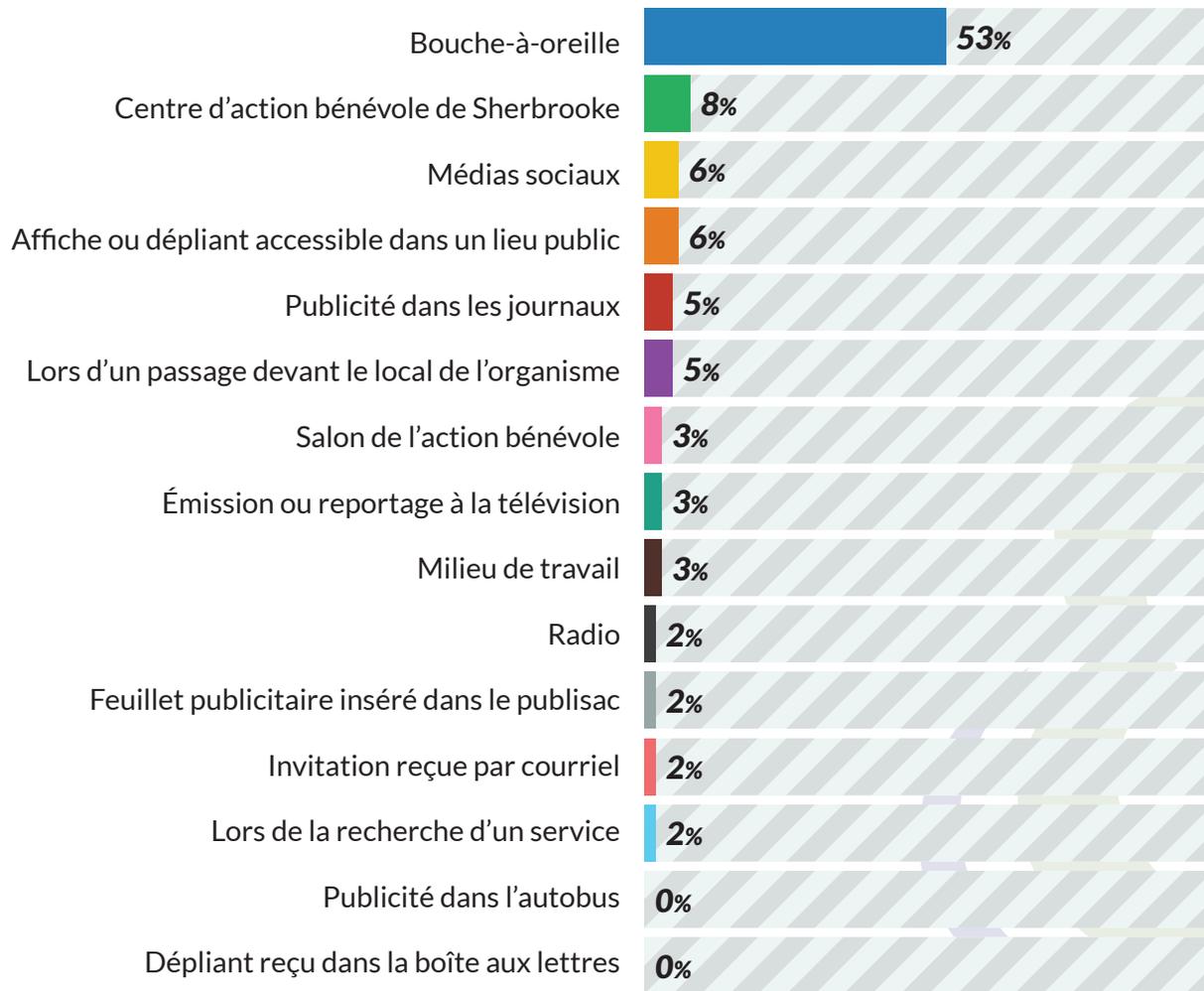
# SECTION 1

## LE RÔLE DE LA PUBLICITÉ DANS LE RECRUTEMENT DES BÉNÉVOLES AÎNÉS

En matière de publicité et d'articles promotionnels, différents facteurs doivent être considérés; le budget alloué, le support utilisé, l'objectif de communication souhaité, etc. Dans tous les cas, il est important de prendre le temps d'adapter son message selon la clientèle visée.

## Source par laquelle les personnes interrogées ont entendu parler de leur implication bénévole actuelle

Question : De quelle façon avez-vous entendu parler de votre implication bénévole actuelle?



*En 2018, le bouche-à-oreille semble toujours être la méthode la plus efficace pour recruter de nouveaux bénévoles... n'hésitez pas à demander à vos bénévoles actuels de jouer les ambassadeurs de votre organisme en propageant la bonne nouvelle !*

## Préférences en matière de publicité (affiche, dépliant, brochure, etc.)

Question : Dans une publicité (affiche, dépliant, brochure, etc.), que préférez-vous entre...

■ L'utilisation d'une ou deux couleurs

■ L'utilisation de plusieurs couleurs

81%

19%

■ L'utilisation de photos (portraits, paysages, etc.)

■ L'utilisation de dessins ou d'images

62%

38%

■ L'utilisation de plusieurs caractères d'écriture

■ L'utilisation d'un seul caractère d'écriture

40%

60%

■ Un dépliant rigide (ex. cartonné)

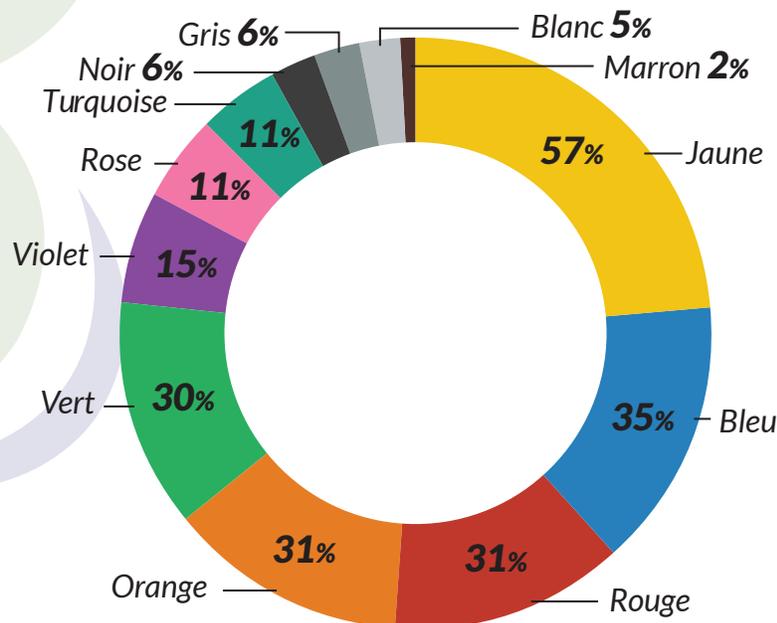
■ Un dépliant souple (ex. papier glacé)

22%

78%

## Couleurs qui attirent spontanément les bénévoles âgés sur une affiche ou un dépliant

Question : Parmi les couleurs suivantes, cochez celles qui vous attirent spontanément lorsque vous consultez une affiche ou un dépliant.



Il n'y a pas à dire, les couleurs primaires semblent avoir la cote chez les bénévoles âgés ! Il est d'autant plus intéressant de constater à quelles causes ou à quels organismes les répondants associent certaines de ces couleurs.

# Couleurs qui attirent spontanément les bénévoles aînés sur une affiche ou un dépliant

Causes ou organismes auxquels sont associées ces couleurs.

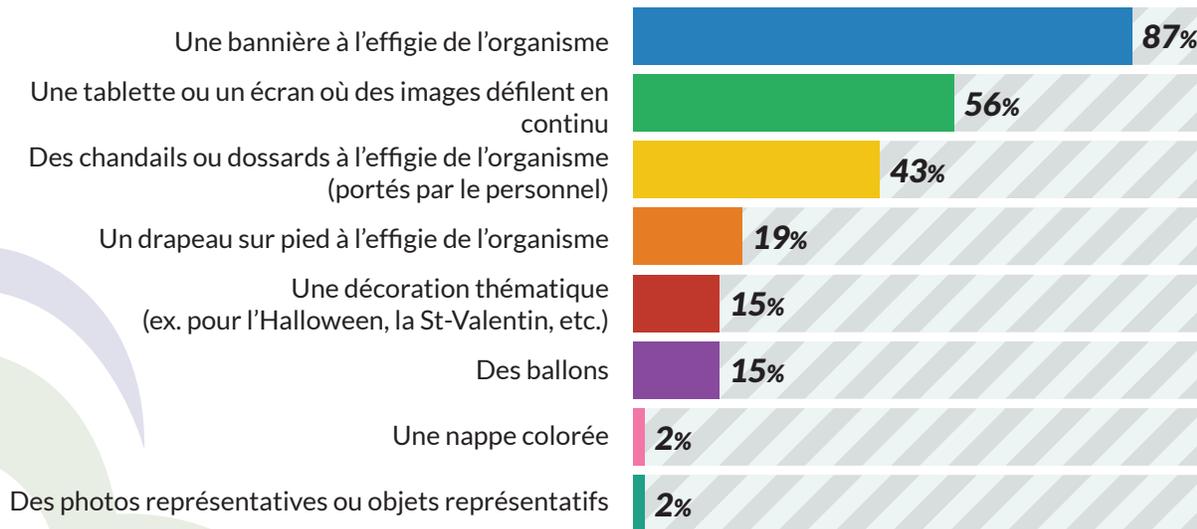
Rose	Vert	Rouge	Jaune
<b>Cancer du sein</b>	<b>Environnement</b>	<b>Croix-Rouge</b>	<b>Campagne de la Jonquille</b>
<b>Femmes</b>	<b>Écologie</b>	Dong de sang	Opération Enfant Soleil
La Rose des vents	<b>Nature</b>	Fondation des maladies du cœur et de l'AVC	Enfants
Marraine Tendresse de l'Estrie	Sports	Itinérance	Cancer
Naissance Renaissance Estrie	Aînés	Sport	Soleil
	Agriculture	Santé	Lumière
	Action Saint-François	Sida	Activité physique
	Ville de Sherbrooke	Prévention des incendies	Optimisme
	RAME	Banques alimentaires	Société canadienne du cancer
	Récupex	Parti libéral	Maison des Grands-Parents
	Secours-Amitié Estrie	Solution Budget Plus	Séminaire de Sherbrooke
	Sercovie	Opération Nez rouge	Paniers de l'Espoir
		Maison Aube-Lumière	Club Lions
		SANC	
		Centraide	

Bleu	Violet	Blanc
<b>Eau</b>	<b>Détresse</b>	<b>Pureté</b>
<b>Calme</b>	<b>Décès</b>	Paix
Hommes	Maltraitance envers les aînés	Activités hivernales
Éducation et formation	DIRA-Estrie	Nouveau départ
Marraine Tendresse de l'Estrie	Spiritualité	Journée de la femme
Ciel	Église	ONU
Saines habitudes de vie	Alzheimer	Alzheimer
Alzheimer	Calme et douceur	Aînés
Parti québécois	Aînés	Soins palliatifs
Jeunes	Horticulture	Fierté gaie
Villa Marie-Claire	Club Lions	Bérets blancs
CAVAC de l'Estrie	La Rose des vents	
Chevaliers de Colomb	Sercovie	
SANC		

## Éléments visuels à privilégier lors d'un kiosque

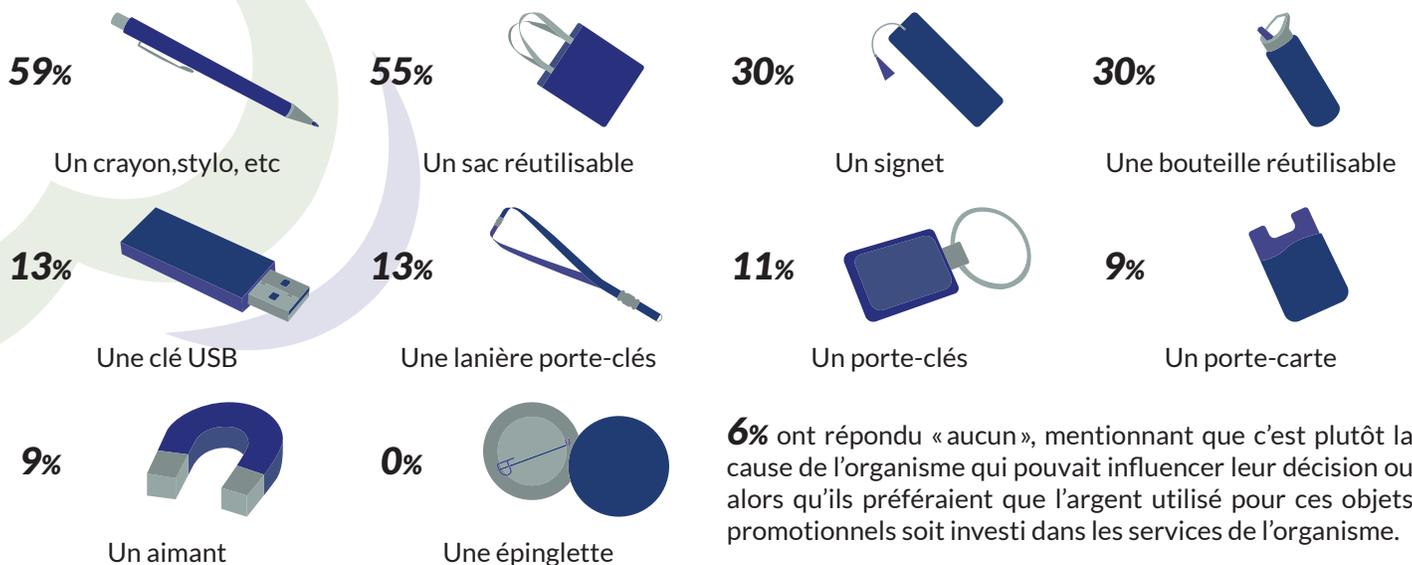
Question : Selon vous, sur quels éléments visuels un organisme devrait-il miser lorsqu'il tient un kiosque dans un lieu public ?



La bannière déroulante est un incontournable lors de représentations extérieures; elle permet notamment d'identifier rapidement votre organisme. Attention à la façon dont vous disposez les informations sur celle-ci: ce qui se trouve dans la partie inférieure de la bannière risque de passer inaperçu !

## Objet promotionnel le plus attrayant

Question : Lors d'un événement regroupant plusieurs organismes, quels types d'objets promotionnels à l'effigie de l'organisme seraient susceptibles de faire en sorte que vous approchiez un kiosque plutôt qu'un autre ?



On remarque que les objets utilitaires obtiennent la faveur des répondants. Ne sortez pas trop des sentiers battus lors du choix d'un article promotionnel; oubliez les gadgets qui risquent de finir au fond d'un tiroir et pensez à la clientèle que vous souhaitez attirer avec cet article. Dans le doute, impliquez vos bénévoles actuels dans le processus décisionnel en leur demandant leur avis !

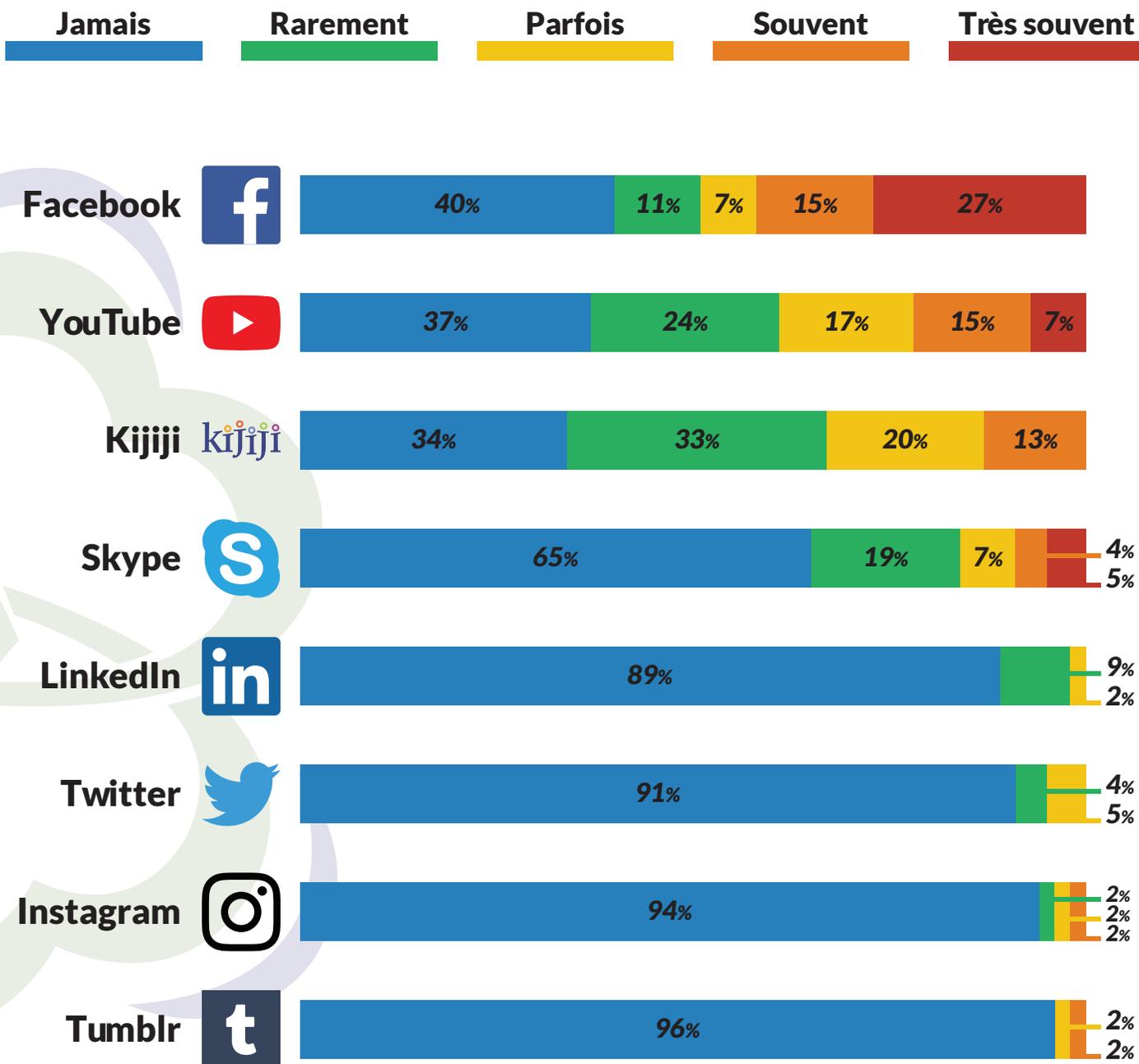
# SECTION 2

## L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET D'INTERNET DANS LE RECRUTEMENT DES BÉNÉVOLES AÎNÉS

Selon la dernière enquête NETendances du CEFRIO (2016), deux adultes québécois sur trois seraient détenteurs d'un compte actif sur un ou plusieurs réseaux sociaux. Les médias sociaux, ces différentes technologies qui permettent notamment le partage d'information, la création et la mise en ligne de contenus de même que l'interaction sociale (Blanc, 2011), font désormais partie intégrante du quotidien des Québécois, et ce, pour toutes générations confondues. Cela démontre donc l'importance pour un organisme d'être présent, mais également actif sur Internet !

## Fréquence d'utilisation des médias sociaux

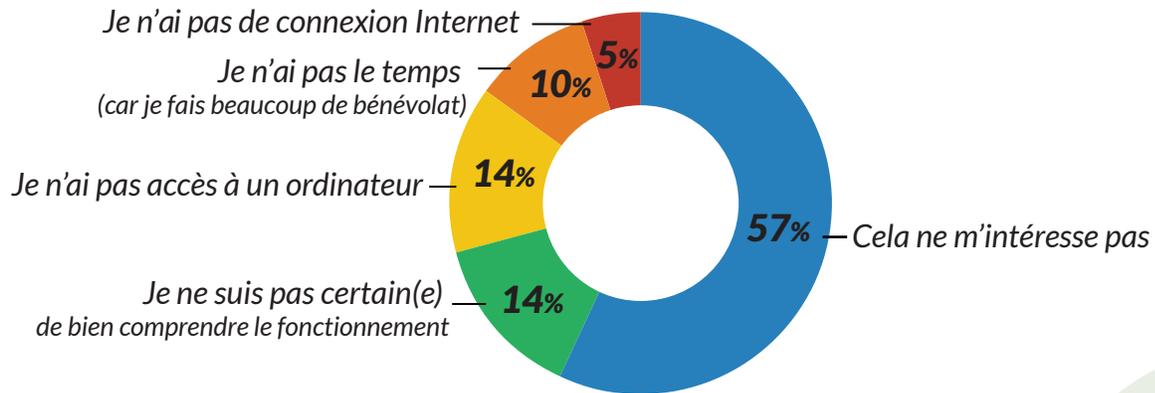
Question : Parmi les médias sociaux suivants, indiquez la fréquence à laquelle vous utilisez ceux-ci ?



Votre organisme est-il facilement accessible sur Internet ? Votre site web est-il adapté aux nouvelles technologies ? Vous vous sentez dépassé par toutes ces nouveautés ? N'hésitez pas à faire appel à une personne experte en la matière, qui pourra vous guider et vous outiller dans cet univers parfois complexe !

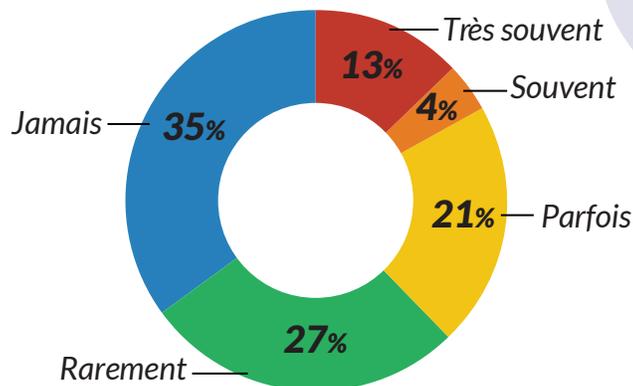
## Raisons pour lesquelles certains répondants n'utilisent jamais les médias sociaux

Question : Si vous avez répondu « jamais » à tous les choix de la question précédente, pour quelle(s) raison(s) n'utilisez-vous pas les médias sociaux ?



## Fréquence du partage de contenu sur les médias sociaux

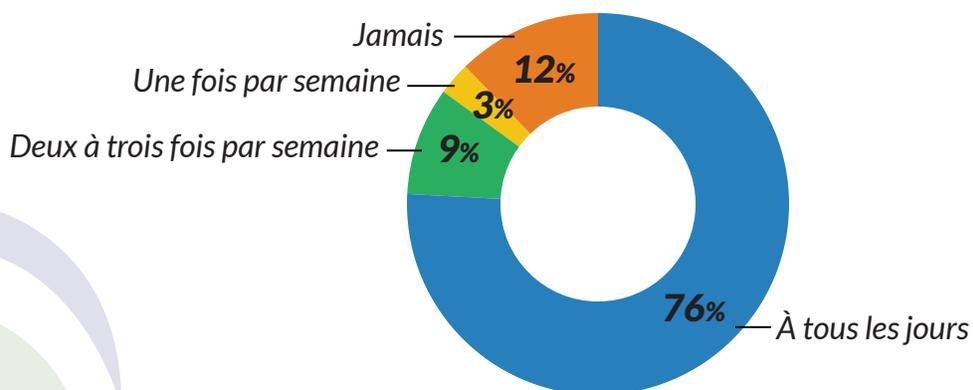
Question : Vous arrive-t-il de partager du contenu sur les médias sociaux (ex. un article lu que vous partagez sur votre page, un article ou un statut provenant d'une autre page, que vous partagez sur la vôtre, etc.)



Encouragez vos bénévoles à vous suivre sur les médias sociaux et à partager votre contenu à leur entourage afin de stimuler la visibilité de votre organisme !

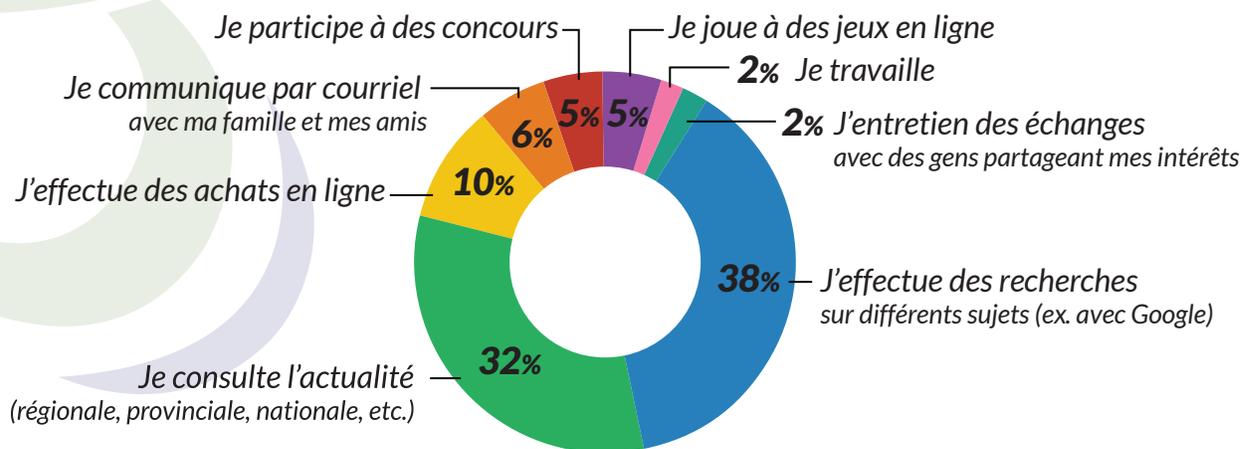
## Fréquence de consultation des courriels

Question : À quelle fréquence consultez-vous vos courriels ?



## Activités réalisées sur Internet

Question : Principalement, que faites-vous sur Internet ?



Suggérez à vos bénévoles de vous informer s'ils consultent un article lié à la cause soutenue par votre organisme ou s'ils font une recherche sur ce thème ; cela pourrait vous permettre d'alimenter facilement vos médias sociaux !

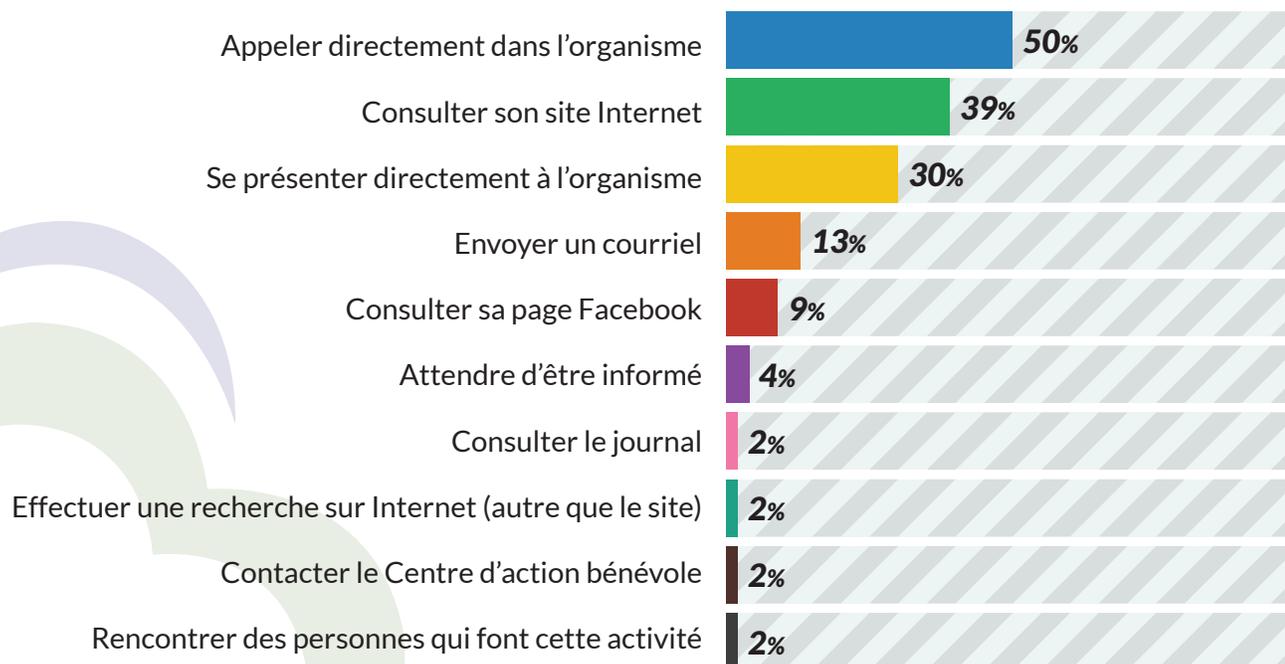
# SECTION 3

## LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT ET L'ACCUEIL DES BÉNÉVOLES ÂNÉS

Un recrutement efficace commence toujours par une bonne planification annuelle ! L'élaboration d'un calendrier de recrutement englobant l'ensemble des actions à réaliser durant l'année ainsi que le budget alloué pour chacune de ces actions permet notamment d'identifier les meilleurs moments (ainsi que les pires) pour rejoindre la clientèle ciblée.

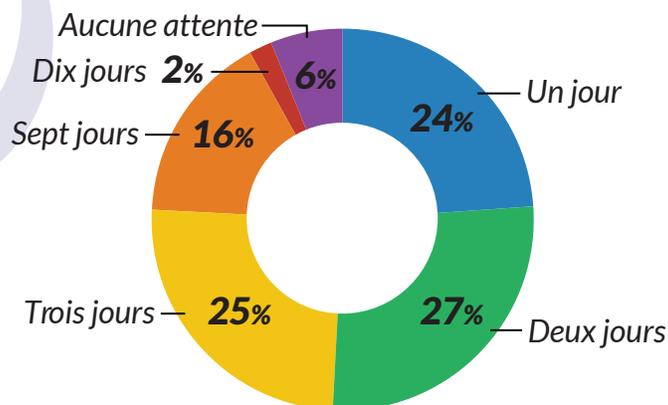
## Moyens utilisés pour en savoir davantage sur les besoins en bénévoles d'un organisme

Question : Lorsque vous souhaitez vous impliquer bénévolement dans un organisme, de quelle(s) façon(s) allez-vous spontanément chercher de l'information sur les besoins en bénévoles de cet organisme ?



## Délai à l'intérieur duquel les personnes souhaitant devenir bénévoles s'attendent à être contactées après avoir laissé un message au GRHB

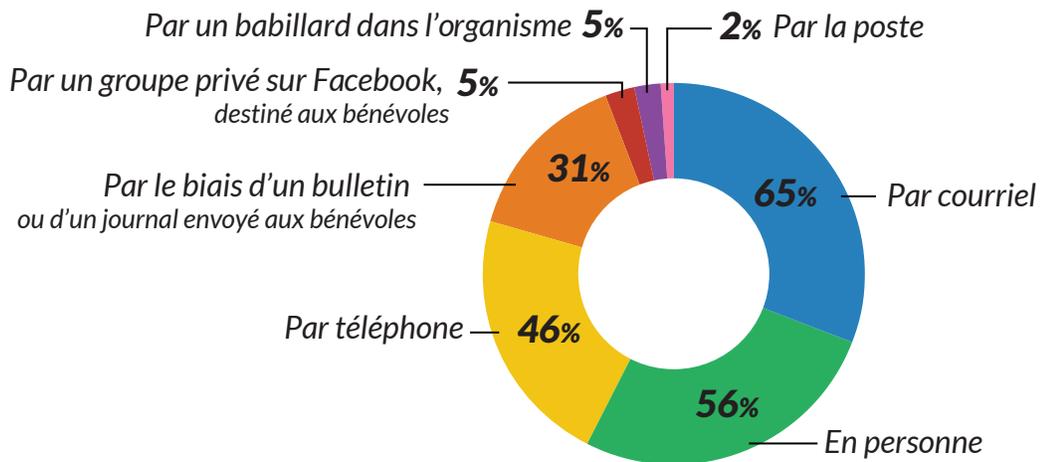
Question : Vous souhaitez devenir bénévole pour un organisme. Vous contactez la personne responsable des bénévoles de cet organisme afin de lui faire part de votre intérêt, mais cette dernière est absente ou occupée. Vous lui laissez donc un message. Selon vous, à l'intérieur de quel délai la personne devrait-elle vous rappeler avant que vous ne changiez d'idée et que vous vous tourniez vers un autre organisme ?



N'oubliez pas ! Si vous mettez trop de temps pour répondre à un aspirant-bénévole, ce dernier risque d'avoir l'impression que vous n'avez pas besoin de lui ! Dans le cas où il vous est impossible de le rencontrer rapidement, faites-lui parvenir de la documentation sur votre organisme.

## Moyen de communication préféré pour recevoir de l'information du GRHB

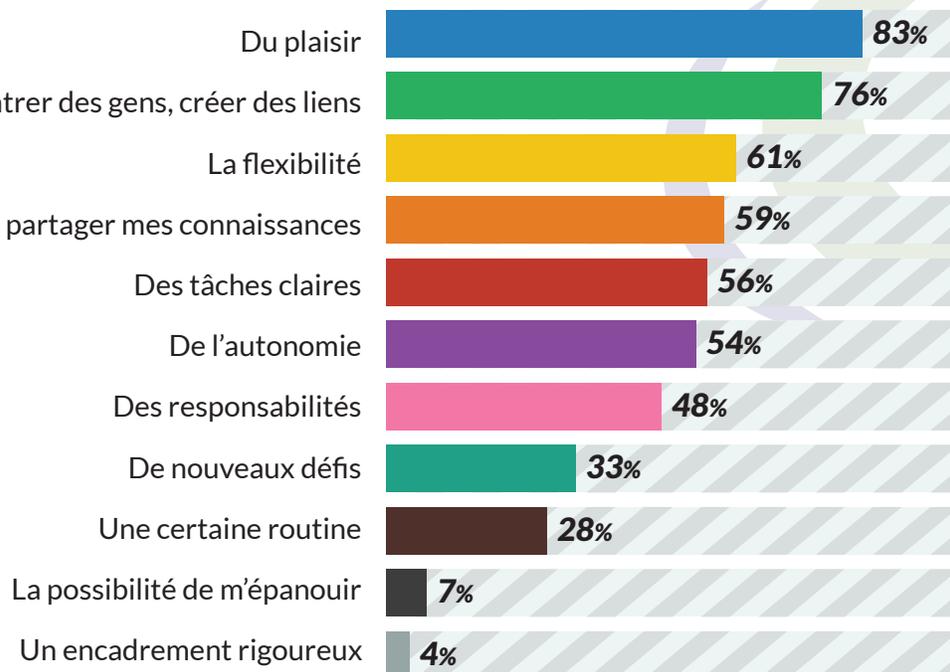
Question : En tant que bénévole, de quelle façon préférez-vous recevoir de l'information de la part de la personne responsable des bénévoles de votre organisme ?



Prenez le temps de discuter avec vos bénévoles afin de valider leurs préférences en matière de communication... et tentez d'y répondre adéquatement !

## Attentes envers l'implication bénévole

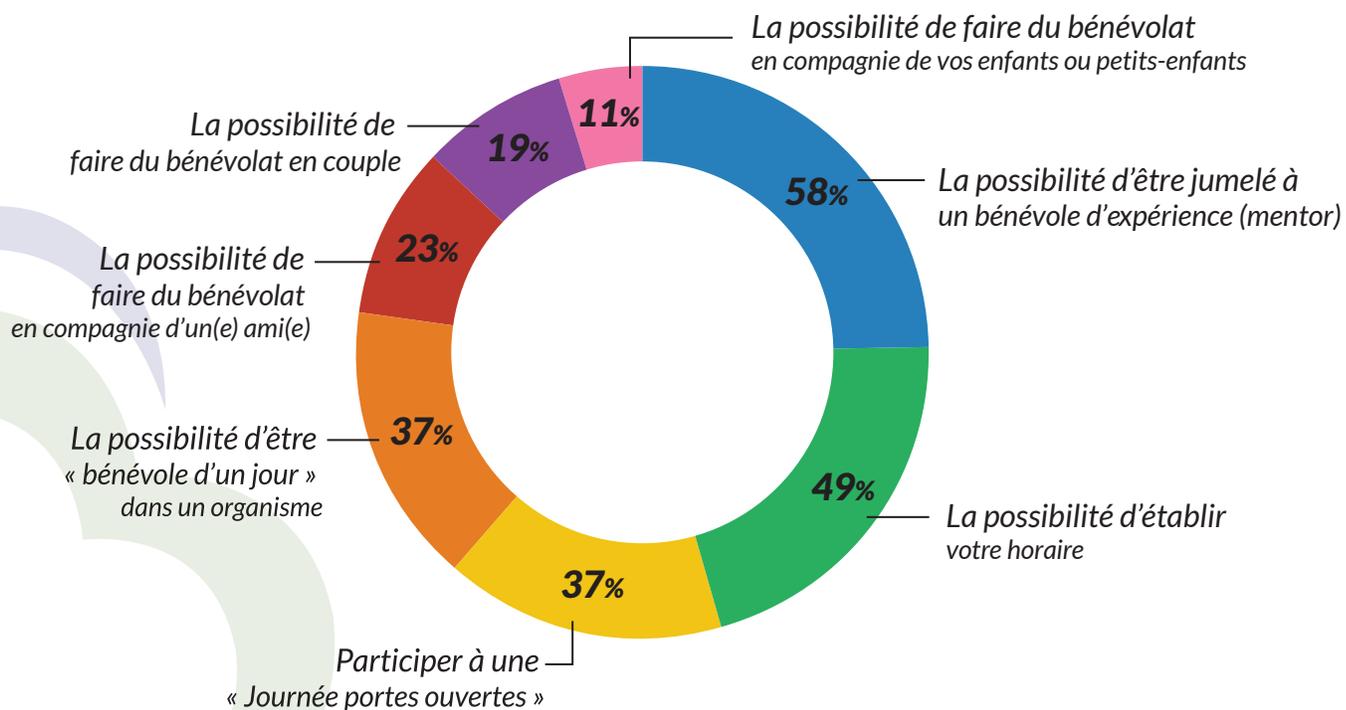
Question : Que souhaitez-vous retrouver dans votre implication bénévole ?



Les attentes peuvent varier d'une personne à l'autre, d'où l'importance de questionner l'aspirant-bénévole à ce sujet lorsque vous effectuez une première rencontre avec lui. Si vous croyez que les tâches que vous souhaitez lui confier ne peuvent répondre à ses besoins, n'hésitez pas à lui mentionner. Par ailleurs, il n'est pas rare que les attentes d'un bénévole envers son implication évoluent avec le temps ; validez régulièrement le tout avec vos bénévoles actuels, cela vous permettra ainsi d'évaluer le degré de satisfaction de chacun !

## Ce qui pourrait inciter un aspirant-bénévole à s'impliquer

Question : Si vous n'aviez jamais fait de bénévolat, quelles mesures parmi celles-ci pourraient vous inciter à devenir bénévole ?



# Portrait type d'un bénévole aîné

Préfère les objets promotionnels utilitaires

Est attiré par les couleurs primaires lorsqu'il consulte une publicité

Consulte régulièrement ses courriels

Dans son implication bénévole, il souhaite rencontrer des gens et partager ses connaissances dans un milieu flexible, où il lui sera confié des tâches claires qu'il pourra réaliser de façon autonome... et dans le plaisir!

Possède un compte Facebook

Est devenu bénévole grâce au bouche-à-oreille

Après avoir démontré un intérêt à s'impliquer dans un organisme, il s'attend à être contacté dans un délai maximal de 72 h



## Références bibliographiques

Blanc, M. (2011, 19 janvier). Web 2.0, médias sociaux et réseaux sociaux [Billet de blogue].  
Repéré à <https://www.michelleblanc.com/2011/01/19/web-20-medias-sociaux-et-reseaux-sociaux/>

CEFRIQ. (2017). Médias sociaux et économie de partage en ligne au Québec.  
Repéré à [https://cefrio.qc.ca/media/uploader/NETendances2016-Medias\\_sociaux\\_economie\\_de\\_partage27072017.pdf](https://cefrio.qc.ca/media/uploader/NETendances2016-Medias_sociaux_economie_de_partage27072017.pdf)

Évolution Graphique. (2016). La signification cachée des couleurs en communication visuelle.  
Repéré à <http://evolutiongraphique.com/la-signification-cachee-des-couleurs-en-communication-visuelle/>

Hientz, M., et Sladowski, P. S. (2011). Composantes fondamentales de l'engagement bénévole. des baby-boomers.  
Ottawa : Bénévoles Canada & Financière Manuvie.

PromoGroup. (s.d.). 5 points essentiels pour bien choisir votre objet promotionnel.  
Repéré à <http://pgroup.ca/5-points-essentiels-bien-choisir-objet-promotionnel/>

Thibault, A., Fortier, J. et Leclerc, D. (2011). Bénévolats nouveaux, approches nouvelles.  
Trois-Rivières : Réseau de l'action bénévole du Québec.

