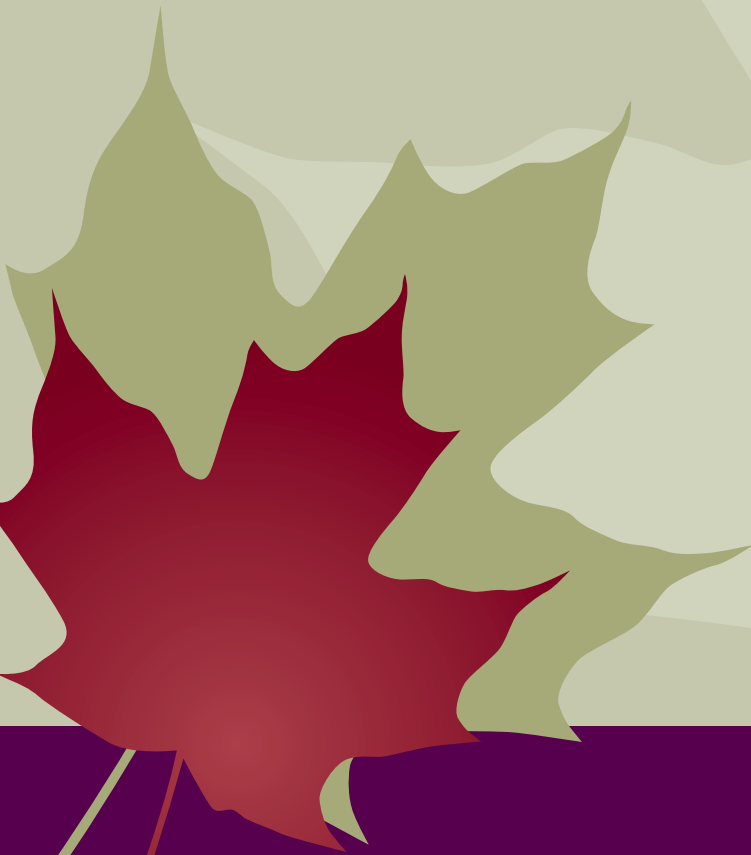




TOUS POUR UN UN POUR TOUS

DOCUMENT DE DISCUSSION



POUR PLUS D'INFORMATION, VISITEZ :

Imagine Canada

www.imaginecanada.ca

Conseil canadien de développement social

www.ccsd.ca

Conseil canadien pour la coopération internationale

www.ccic.ca

Conférence canadienne des arts

www.ccarts.ca

Groupe Sport est important

www.sportestimportant.ca

Réseau canadien de l'environnement

www.cen-rce.org

Bénévoles Canada

www.benevolescanada.ca

**Sharon Baxter, de l'Association canadienne des soins palliatifs, ajoute la perspective des organisations de bienfaisance dans le domaine de la santé sur une base bénévole*

Ce Document de discussion a reçu du financement de l'Initiative sur le secteur bénévole et communautaire (ISBC) par l'entremise du Programme de partenariats pour le développement social de Développement social Canada (DSC). Les points de vue exprimés dans ce document ne reflètent pas nécessairement ceux du Gouvernement du Canada.

Ce document est aussi disponible en anglais.

This document is also available in English.



Au nom des Partenaires du Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire, j'ai le plaisir de vous présenter ce Document de discussion comme une première étape pour entamer un dialogue au sein du secteur bénévole et communautaire canadien.

L'occasion et le défi de réfléchir à (et d'adopter) une campagne de sensibilisation du public sur notre remarquable secteur nous a été présenté. Donc, en tant qu'organisations nationales qui oeuvrent avec un large éventail du secteur, nous nous sommes réunies, parce que nous croyons que le moment est maintenant arrivé pour ce développement.

Le secteur bénévole et communautaire canadien se compose de 161 000 organisations. Il emploie 1,2 millions de gens dans des postes rémunérés et plus de 6,5 millions de bénévoles. De plus, le secteur alimente, appuie et sert de pilier à la qualité de vie de ce pays.

Par contre, pour plusieurs, l'ampleur et l'impact de cette contribution collective sont relativement inconnus. C'est pourquoi l'Initiative sur le secteur bénévole et communautaire a inclus, dès le départ, un élément conçu pour tenir compte de cette question et pour suggérer une réponse. La Table de sensibilisation de l'ISBC l'a fait et a récemment présenté une occasion à laquelle, comme groupe, nous avons répondu.

Le projet, comme nous l'entrevoions, débutera par un processus de discours et de rétroaction, et passera au développement d'une campagne de sensibilisation en 2006. Ce processus est bien détaillé dans ce document.

Nous avons pensé longtemps et sérieusement à la meilleure façon de susciter l'intérêt et d'amener les gens du secteur à penser aux avantages d'une campagne de sensibilisation partagée. Pour aborder

cette question, Paddy Bowen, gestionnaire du projet et chef de file de longue date du secteur, a rédigé un Document de discussion qui viendrait démarrer le processus. Vous trouverez sûrement ce document instructif et stimulant.

Nous espérons que vous participerez à ce projet par l'entremise de vos réactions, vos impressions et votre appuie de la campagne collective. Ainsi, ensemble, nous pourrions poursuivre la véritable tradition du secteur bénévole et communautaire—de toujours trouver de nouvelles et meilleures façons de faire participer les individus et de développer les collectivités.



Georgina Steinsky-Schwartz, Présidente
Imagine Canada

En collaboration avec :

Victor Lachance

Groupe Sport est important

Brigitte Gagné

Réseau canadien de l'environnement

Marlene Deboisbriand

Bénévoles Canada

Peter Bleyer

Conseil canadien de développement social

Esperanza Moreno

Conseil canadien pour la coopération internationale

Andrew Terris

Conférence canadienne des arts

Sharon Baxter

Association canadienne de soins palliatifs

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	1
Venons-en à l'essentiel	2
Songer à un secteur bénévole et communautaire interrelié	4
Comment le fait d'avoir une approche intégrée pour le secteur bénévole et communautaire contribue-t-il à l'avancement des buts des différentes parties du secteur? ...	5
Une réflexion sur le changement... ..	6
Donnez-leur quelque chose à discuter... ..	7
Préparer le terrain pour le dialogue	8
Nommez, déchiffrez, franchissez les obstacles	8
Une liste brève de bonnes raisons d'agir	11
Où aller à partir d'ici?	12
Conclusion	14
Un portrait du secteur bénévole et communautaire au Canada	15
Regardons d'un peu plus près les sous-secteurs majeurs ...	16
Autres faits et conclusions	18
Sources	18
Formulaire de rétroaction	19



INTRODUCTION

UN PAYS D'IDÉALISTES...

Des premiers colons jusqu'au dernier immigrant, ce pays a toujours représenté un endroit où les idéaux peuvent se réaliser : le rêve d'abondance et de beauté offert par la nature, et les possibilités et la prospérité créées pour nous et nos enfants. L'idéal d'une vraie démocratie, où la civilité et la gentillesse auront de l'emprise et la société prendra soin des personnes vulnérables, qui rassemblera les gens dans l'idée d'un endroit où tous sont appuyés sans considération de richesse, de race, de langue ou de statut. L'idéal d'un pays où les gens ont toujours été et continuent d'être déterminés à prendre soin de l'autre, de la terre et du futur, pour développer l'endroit où tout est possible.

UN SECTEUR BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE POUR CONTRIBUER...

Comme notre peuple a toujours élaboré sur l'histoire de ceux qui ont précédé et a développé lentement et minutieusement les institutions, les lois, la culture et les moeurs du pays, il n'a jamais perdu de vue son mode de vie unique. Il englobe l'intention de prendre soin de ceux qui en ont besoin, que de fournir l'occasion à chacun et inclut l'espoir que ce mode de vie sera adopté par plusieurs. Une de ses conséquences a été l'émergence, avec le temps, d'un réseau de rétroactions formelles et informelles, axées vers la population.

Trouver un secteur aussi diversifié, dans sa forme et ses fonctions, que le « secteur bénévole et communautaire » serait une tâche extrêmement difficile.

Le secteur, composé de 161 000 organisations de bienfaisance et à but non lucratif, regroupe des dizaines de milliers d'organisations ayant du personnel non rémunéré et des budgets de moins de 30 000\$, ainsi que des milliers d'organisations colossales, multi juridictionnels ayant des budgets annuels dans les dix millions de dollars

et plus, avec des centaines d'employés rémunérés et toute entité organisationnelle que vous pouvez imaginer entre ces extrêmes.

La portée et les genres de travail entrepris par le secteur sont aussi incroyablement vastes; à partir des clubs sportifs jusqu'aux organisations environnementales, de l'aide internationale à la prévention de la maladie, des arts au développement social, des soins pratiques à la défense des causes, à la recherche et à la formation.

TROUVER UN SECTEUR AUSSI DIVERSIFIÉ, DANS SA FORME ET SES FONCTIONS, QUE LE « SECTEUR BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE » SERAIT UNE TÂCHE EXTRÊMEMENT DIFFICILE.

En dépit de cette diversité, il existe trois facteurs clés partagés par cet ensemble multiforme d'organisations :

1. Son statut réglementaire. Les organisations sont incorporées à titre d'entités à but non lucratif. Près de la moitié (76 000) sont enregistrées comme organisations de bienfaisance.
2. L'aspect du bénévolat : par exemple, on retrouve des bénévoles comme administrateurs à travers les Conseils d'administration et dans une myriade d'autres postes actifs.
3. Finalement, et point très important, les organisations existent, d'une façon ou d'une autre, pour réaliser un but qui est de « servir les autres ». Elles sont engagées dans un travail qui cherche à fournir un service, générer des idées, contester le « statut quo », aider les gens ou collectivités dans le besoin, régler des problèmes, concrétiser une vision de quelque chose de plus, de mieux, de meilleur. Bref, chaque organisation du secteur bénévole et communautaire existe pour réaliser des idéaux.

LA LUMIÈRE SOUS LE BOISSEAU?

Pour plusieurs, l'ampleur véritable et l'impact du secteur bénévole et communautaire est un secret bien gardé. Bien que plusieurs connaissent le secteur d'une certaine façon, ils sont rarement exposés à sa perspective globale. Et les organisations bénévoles et communautaires sont en partie responsables de ce manque de sensibilisation.

En tant qu'organisations dans le secteur bénévole et communautaire, nous sommes, la plupart d'entre nous—et à juste titre—centrées sur notre propre travail. Que nous entraîinions une équipe de hockey, que nous organisions un festival d'arts, que nous recrutions des bénévoles d'outre mer, que nous participions à une campagne d'intervention ou que nous oeuvrions dans une agence caritative de santé ou de service social, nous avons tendance à nous replier sur nous-mêmes, espérant ainsi susciter de la fierté et du soutien pour la contribution que nous apportons.

Nous avons tendance à nous sentir mieux définies par notre engagement unique que par l'impact plus générale et partagé des organisations de bienfaisance et à but non lucratif. La plupart des gens impliqués dans le secteur bénévole et communautaire ont tendance à se sentir définis par le domaine dans lequel ils travaillent (santé, sport, arts, environnement, etc.) et le genre de travail qu'ils effectuent (fournir un service, identifier et lutter pour des changements au niveau systémique, faire de la recherche, etc.) que par un sentiment de lien au secteur dans son ensemble.

En fait, il n'est pas commun pour le secteur bénévole et communautaire de parler « d'une même voix » ou d'agir en concertation.

Il est vrai que, en tant que secteur, nous nous arrêtons quelquefois afin de reconnaître et de célébrer le travail remarquable des bénévoles.

À l'occasion, des groupes d'organisations bénévoles et communautaires se regroupent pour parler aux bailleurs de fonds ou au public d'un problème partagé. Mais les fois où notre secteur s'avance pour présenter une vision cohésive pour lui-même, la collectivité et les citoyens sont plutôt rares.

Ce Document de discussion cherche à explorer l'idée d'un secteur bénévole et communautaire où ses parties sont rassemblées pour former un « tout ». En retour, ce document vise d'abord à susciter un discours *au sein* du secteur, car nous croyons qu'il est nécessaire d'explorer les avantages et les défis d'une vision collective pour atteindre le potentiel caché de cette dynamique.

VENONS-EN À L'ESSENTIEL

Faisons un bref survol de certains développements qui nous ont amenés jusqu'ici.

En 1995, un groupe d'organisations nationales s'est réuni pour commencer à penser à quelques problèmes communs et pour identifier des stratégies pour les résoudre plus efficacement.

Une des forces agissantes clés derrière cet effort a été le sentiment de menace ressenti par plusieurs organisations bénévoles et communautaires à ce moment. Le gouvernement fédéral avait lancé la « Revue de programme » dans laquelle il incluait des références fréquentes et inquiétantes aux organisations bénévoles et communautaires, comme « groupes d'intérêt spéciaux ». De plus, Walter Stewart avait rédigé un livre accablant sur ce qu'il caractérisait comme de la fraude et de la mauvaise gestion au sein du secteur de bienfaisance canadien et un député fédéral dénigrait souvent publiquement le secteur avec des accusations semblables.

Stimulée par notre sentiment d'indignation, mitigée par la préoccupation réelle de notre survie et déterminée à élaborer sur notre héritage de contribution et de force, la Table ronde du secteur bénévole et communautaire est née.¹ Bien que la discussion à la TRSBC fut enrichissante et d'une grande portée, et que plusieurs défis du secteur aient été expérimentés au sein des sous-secteurs présents à la table, à la fin, seulement trois problèmes communs ont été identifiés. Tous pouvaient être d'accord que ces problèmes étaient partagés et profiteraient d'une réponse multilatérale et intégrée du secteur (plutôt que des approches habituelles bilatérales, de sous-secteur et spécifiques à un problème particulier).

Les trois problèmes étaient :

1. Notre « relation » avec le gouvernement,
2. Le cadre réglementaire et législatif au sein duquel nous opérons (qui avait un impact important sur le développement des fonds)
3. Ce que nous avons caractérisé comme « responsabilité » mais qui, rétrospectivement, équivalait à une diminution de confiance dans le secteur.

Bien des efforts en ont suivi : des pressions politiques modérées des politiciens et bureaucrates; l'établissement du Groupe Broadbent sur la gestion et la transparence et le Groupe de travail sur les dons de charité. Chacune des organisations nationales a commencé à sensibiliser davantage ses groupes d'intervenants sur les problèmes et sur les efforts entrepris.

En 1998, nous récoltons les premiers fruits de nos labeurs : le rapport final du Groupe Broadbent crée une discussion au sein du secteur et du gouvernement, le Discours du Trône de 1999 fait ouvertement mention de l'importance du secteur bénévole et communautaire pour la vie canadienne et le gouvernement fédéral décide de travailler avec le secteur pour améliorer sa capacité.

UNE NOTE HISTORIQUE

La Table ronde du secteur bénévole et communautaire et tout le travail qui est décrit se sont consciencieusement et ouvertement concentrés sur les relations et problèmes nationaux/fédéraux. Lorsque le travail a commencé et que les organisations communautaires, les associations et les gouvernements provinciaux en sont devenus conscients, des signes d'intérêt ont été manifestés à ces niveaux, mais il est important de reconnaître que la vaste majorité du travail, l'impact de la TRSBC et, plus tard, l'Initiative sur le secteur bénévole et communautaire ont été ressentis au niveau national. Pour certains, le manque d'emphase sur le terrain était une source de frustration, mais nombreux comprenaient que faire face à des questions tels qu'une relation plus saine avec le gouvernement ou des changements systémiques sur la façon dont le secteur est financé, tenu responsable, influencerait finalement tous les niveaux de façon positive.

En 2000, l'Initiative sur le secteur bénévole et communautaire (ISBC) a été annoncée. Ce programme de 94 M\$, à multiples facettes, fut supervisé et géré conjointement par des représentants du secteur et du gouvernement fédéral. Pour ceux intéressés à l'histoire et aux résultats de l'ISBC, veuillez visiter le site Web : www.vsi-isbc.ca.

Il est intéressant de noter un thème qui a ressorti durant et même avant la mise en marche de l'ISBC. Bien qu'une si grande partie de l'effort ait ciblé une plus grande compréhension du secteur bénévole et communautaire chez le gouvernement, le grand public et, jusqu'à un certain point, le secteur des entreprises, il est devenu clair à maintes et maintes reprises que les organisations bénévoles et communautaires elles-mêmes avaient une compréhension limitée de l'ampleur et de l'envergure de leur propre secteur.

¹ Le Centre canadien de la philanthropie, le Regroupement des organisations nationales bénévoles, Bénévoles Canada, Centraide Canada, les Fondations communautaires du Canada, le Conseil canadien de développement social, la Conférence canadienne des arts, le Conseil canadien pour la coopération internationale et le Réseau canadien de l'environnement. Ceux-ci ont plus tard été joints par des représentants du secteur du sport et de la religion

Bien que la vision cohésive et les réseaux aient été clairement évidents dans les sous-secteurs, comme les organisations de santé ou les groupes impliqués dans le développement social, l'aide internationale, le travail environnemental ou les arts, rarement trouvons-nous des cas où des organisations se voyaient ou agissaient d'une façon intégrée.

PRESQUE PAR DÉFINITION, LES GENS QUI SE PORTENT BÉNÉVOLES ET QUI TRAVAILLENT DANS LE SECTEUR BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE SONT POUSSÉS PAR LEUR DÉSIR PROFOND DE S'IMPLIQUER DANS LES QUESTIONS QUI LEUR TIENNENT À COEUR.

C'était pour cette raison que certaines des ressources de l'ISBC ont été accordées à la question d'accroître la compréhension du public au sujet du secteur bénévole et communautaire. La Table de sensibilisation sur le secteur bénévole et communautaire s'est interrogé longuement à savoir si nous pourrions susciter, au sein du public, une meilleure compréhension de la contribution qu'apporte le secteur et de quelle façon nous pourrions y parvenir.

En 2004, la Table de sensibilisation de l'Initiative sur le secteur bénévole et communautaire a lancé un appel aux propositions cherchant à financer un projet important pour atteindre ce but. Huit organisations nationales, rassemblées par Imagine Canada (le résultat de la fusion du Centre canadien de la philanthropie et de la Regroupement des organisations nationales bénévoles) ont proposé de faire plus que de s'adresser au public avec un message sur le secteur bénévole et communautaire. Alors qu'elles préparaient la proposition de projet, elles se sont demandées : « Ne devrions-nous pas d'abord consulter nos collègues, les milliers d'organisations du secteur, et les amener à penser, à agir et à accepter cette idée, *avant* d'aller vers le public? »

Et c'est ainsi que le Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire a finalement été conçu comme un processus en deux étapes :

1. Sensibiliser, susciter la discussion et étudier les possibilités d'une approche pour tout le secteur bénévole à l'intérieur du secteur lui-même et ensuite...
2. Sensibiliser, communiquer, informer et influencer les intervenants externes, y compris le public, au sujet de l'importance du secteur bénévole et communautaire pour notre société et le bien-être de la population.

SONGER À UN SECTEUR BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE INTERRELIÉ

Le défi de concevoir le secteur bénévole et communautaire comme un secteur unique, interrelié et homogène, a moins à faire avec le fait que c'est une idée compliquée—car elle ne l'est pas—et plus à faire avec le fait que c'est une idée qui n'est pas nécessairement vitale pour plusieurs d'entre nous. La raison pour ceci : la passion et l'énergie, deux des plus importantes ressources qui alimentent le secteur bénévole et communautaire mais qui, de manière ironique, sont les mêmes facteurs qui mènent à l'absence d'une cohésion dans le secteur.

Presque par définition, les gens qui se portent bénévoles et qui travaillent dans le secteur bénévole et communautaire sont poussés par leur désir profond d'adresser leurs soucis, des soucis qui ne sont rarement organisationnels, sectoriels ou procéduraux. Il s'agit majoritairement d'un sentiment d'urgence, au sujet du changement, du mieux-être et de la cause, par exemple, des enfants qui ont faim, des foyers brisés, de la beauté de l'art, des aires protégées... à la participation à une course, à l'enseignement, à la guérison de blessures, à l'évaluation du dommage, au développement d'une réponse...

En vérité, il peut sembler un peu raréfié de dépenser du temps et de l'énergie à penser à l'architecture du secteur bénévole et communautaire quand ce que nous voulons réellement que la population comprenne, c'est l'enjeu, la cause, le besoin.

Bien sûr, parmi nos 161 000 organisations, on en trouvera un certain nombre qui a plus naturellement tendance à penser de façon systémique. Par exemple, les associations axées vers le développement d'intérêts et de compétences dans l'organisation; et des bailleurs de fonds comme Centraide ou les Fondations communautaires, les développeurs de capacité comme les Centres de bénévoles ou les organismes universitaires et de formation, les organisations de premier plan comme les Maisons d'activité de bienfaisance ou les Conseils de planification sociale. Ces types d'organisations ont prouvé qu'elles étaient plus susceptibles de s'engager dans la conception des systèmes et de suivre, avec intérêt, le travail de tout le secteur bénévole et communautaire qui s'est réalisé dans les dernières années.

Cependant, la vaste majorité des organisations de bienfaisance et à but non lucratif canadiennes pensent surtout au *pourquoi* de leur existence (la cause qu'ils soutiennent, le problème qu'ils veulent résoudre et qui les préoccupe) et *comment* ils vont atteindre leurs buts spécifiques.

Le défi est sans doute de relier ces deux approches qui semblent contrastées, en pensant au lien entre « se présenter nous-mêmes comme un secteur uni » et la capacité de chaque organisation à atteindre son ensemble unique de buts et d'objectifs.

CAR L'EXISTENCE MÊME D'UN SECTEUR BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE AUGMENTE LA QUALITÉ DE VIE AU CANADA, DÉVELOPPE SON CAPITAL SOCIAL ET LA CONFIANCE, FAIT PARTICIPER, DESSERT LES CITOYENS ET REPRÉSENTE LE CŒUR D'UNE SOCIÉTÉ DÉMOCRATIQUE ET LIBRE.

COMMENT LE FAIT D'AVOIR UNE APPROCHE INTÉGRÉE POUR LE SECTEUR BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE CONTRIBUE-T-IL À L'AVANCEMENT DES BUTS DES DIFFÉRENTES PARTIES DU SECTEUR?

Alors, quelle est la relation entre l'atteinte des buts préoccupant chaque organisation et l'idée de sensibiliser davantage au secteur bénévole et communautaire?

La réponse ne pourrait pas être plus simple. La relation repose sur le fait que le « tout » est en effet plus grand que la somme des parties. Le tout réalise non seulement ce que font ces parties (s'occuper et faire avancer les milliers de défis et problèmes abordés chaque jour par les organisations de bienfaisance et à but non lucratif de ce pays), il pousse même plus loin. Car l'existence même d'un secteur bénévole et communautaire augmente la qualité de vie au Canada, développe son capital social et la confiance, fait participer, dessert les citoyens et représente le cœur d'une société démocratique et libre.

Le sociologue, et actuel Greffier du Conseil privé, Alex Himelfarb, a résumé le rôle du secteur bénévole et communautaire :

- Il fournit une myriade de services que le gouvernement ne peut pas fournir ou préfère voir réaliser par des agents non gouvernementaux, que les citoyens voudraient voir se concrétiser.
- Il donne une voix au personnel et aux membres dans le secteur pour mettre en valeur les préoccupations et les idées. Une voix qui force le gouvernement, les corporations et la société à demeurer vigilants et responsables. Une voix qui a besoin d'être entendue.
- Il engage les gens en tant que bénévoles, activistes, électeurs et participants.



Certes, chaque organisation en fait un peu mais collectivement, nous prenons le tout en main. Ensemble, grâce à nos buts différents et à notre passion de faire une différence, nous aidons à façonner la société dans laquelle nous vivons.

Il existe l'idée que la marque d'un secteur évolué est la capacité de savoir quand et comment mettre de côté l'intérêt personnel afin de faire progresser un but plus important.

Réfléchissons à l'analogie d'un individu.

Comme le sait toute personne qui a un enfant, une des marques d'immaturation est un sentiment erroné de l'importance individuelle. Les enfants et les adolescents croient et agissent sur la croyance qu'ils sont le centre de leur propre univers. Ils sont incapables de faire autrement. Bien que cette attitude puisse sembler comme tout un sort pour ceux qui les entourent, cette étape d'auto-absorption totale est une partie naturelle du processus de maturation et un pré-curseur nécessaire au stade ultérieur d'apprendre à se voir et à expérimenter dans un contexte plus vaste, à penser à l'autre et comprendre que notre bien-être est inextricablement lié à celui des gens qui nous entourent. Le jour où nous regardons quelqu'un que nous aimons, que nous tenons notre enfant pour la première fois et que nous voyons notre parent comme une personne individuelle, nous pouvons maintenant ressentir un élan de pure compassion pour l'autre, et notre réalité centrée sur soi change.

Si on étend cette analogie au secteur bénévole et communautaire, la thèse de ce Document de discussion est que nous avons devant nous une occasion de passer à une étape plus mature de notre existence. Une étape où nous pouvons décider de façon consciente et stratégique de mettre nos réalités individuelles dans un contexte collectif, en

plus de présenter à un vaste auditoire une image et un message qui célèbrent cette vision partagée pour la qualité de vie et notre influence sur celle-ci.

UNE RÉFLEXION SUR LE CHANGEMENT...

Les raisons pour lesquelles les gens, les organisations, les systèmes et secteurs résistent au changement sont très nombreuses. Une partie est due à l'anxiété ou à la capacité entourant le changement en général. Une autre est un désir naturel de maintenir le « statu quo » sous la vieille rubrique du « mieux vaut un danger que l'on connaît ». Une dernière est ancrée dans les raisons réelles ou perçues qui peuvent devenir des obstacles à la progression.

Est-il plus facile de penser au changement au niveau individuel ou d'une seule organisation? Il semble que le changement est souvent plus difficile pour les grandes organisations que pour les petites, plus difficile pour les réseaux que pour les organisations seules. Il n'y a pas de doute que la considération d'un changement profond au sein de tout un secteur est très intimidante. D'un autre côté, le changement qu'on recherche ici serait davantage une question d'ajout à un répertoire d'activités, au lieu d'un remplacement des approches qui existent déjà. Ce qui reflète la créativité de « et », non la tyrannie du « mais ».

Quand vous réunissez un groupe de gens pour parler à propos du changement, vous obtenez une vaste gamme d'idées présentées à la table, à la fois au sujet du changement, à la façon de le gérer, en plus des aspects même qui doivent être changés.

Pour certains, la meilleure façon de procéder est d'aller directement aux questions d'opération sur la façon d'effectuer le changement. Pour d'autres, il est logique de prendre le temps de réfléchir aux forces agissantes derrière le changement et aux

raisons pour lesquelles les choses ne fonctionnent pas. Du moins, tout bon processus de changement devrait débiter par une discussion en profondeur.

DONNEZ-LEUR QUELQUE CHOSE À DISCUTER...

Lorsque les Partenaires de projet du Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire ont pensé à la façon de susciter un discours sur comment/pourquoi/quand il est logique pour le secteur bénévole et communautaire canadien de se présenter de façon plus cohésive. Nous avons vivement débattu l'idée visant à savoir s'il est mieux de se centrer sur les défis et menaces auxquels fait face le secteur (car souvent celles-ci encouragent les gens à s'ouvrir à l'idée de changement) ou, plutôt à inciter une discussion qui élabore sur le positif, les bonnes raisons afin de s'engager dans une campagne de sensibilisation partagée.

Nous avons aussi réfléchi au fait que, ce qui pourrait être davantage plus utile qu'une discussion théorique des obstacles pour aller de l'avant, serait d'aller directement au « comment le faire », pour amener les gens à planifier et à agir. Leur donner des approches concrètes et des méthodes à examiner pour déclencher un processus pratique et précis.

À la fin, d'une façon typique à notre société, nous pensons qu'il est mieux de tout faire; fournir l'espace pour un dialogue sur les préoccupations qui existent dans le secteur et sur la façon dont la sensibilisation accrue du public serait en mesure de les apaiser; reconnaître les obstacles individuels et systémiques qui entravent la poursuite d'une campagne de sensibilisation d'un seul secteur, et permettre aux gens de s'approprier de ces obstacles; leur demander de suggérer des façons de les surmonter; susciter chez les gens le sentiment que leur participation à une campagne est possible, en plus de la réalisation de ce qu'ils contribuent—et pourraient contribuer—dans la narration d'une histoire plus vaste, d'une plus grande image; solliciter des idées pour aller de l'avant.

Dans tout ceci, il y a bien sûr un immense potentiel à découvrir. Bien que l'idée d'une campagne collective de sensibilisation disant au public l'importance du secteur bénévole et communautaire semble simple et directe, sa réalisation pourrait constituer la phase d'une nouvelle ère.

Dans le but de donner l'élan à la campagne, les organisations bénévoles et communautaires doivent avoir l'occasion de penser aux idées présentées dans ce document, de donner leurs idées sur ce qu'une campagne pourrait exprimer, et les persuader des avantages de leur participation. À vrai dire, le processus est maintenant en marche.

Or, il y a une autre occasion discrète mais palpable, à la base de cette dynamique, qui pourrait se manifester si nous réussissons à susciter l'intérêt et la sensibilisation dans le secteur à propos de notre pouvoir collectif, notre influence et notre contribution.

Nous savons que les idées et l'énergie que déclenche ce processus pourraient provoquer dans le secteur des changements de pensée et de comportement qui nous font passer dans une phase où nous, si c'est convenable, trouvons des façons de penser, de travailler et de communiquer d'une façon plus cohésive qu'auparavant, augmentant ainsi notre capacité de réaliser nos ambitions individuelles et collectives.

NOUS AVONS VIVEMENT DÉBATTU L'IDÉE VISANT À SAVOIR S'IL EST MIEUX DE SE CENTRER SUR LES DÉFIS ET MENACES AUXQUELS FAIT FACE LE SECTEUR (CAR SOUVENT CELLES-CI QUI ENCOURAGENT LES GENS À S'OUVRIR À L'IDÉE DE CHANGEMENT) OU, PLUTÔT À INCITER UNE DISCUSSION QUI ÉLABORE SUR LE POSITIF, LES BONNES RAISONS POUR S'ENGAGER DANS UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION PARTAGÉE.

À l'avenir, le secteur (ou des parties de celui-ci) pourrait vouloir explorer ce sentiment de cohésion suscitée par ce projet et trouver plus d'occasions où une idée partagée pourrait être possible. Cependant, présentement, ces discussions et ces choix dérogent du travail que nous avons à la portée de la main. Actuellement, il sera suffisant d'obtenir l'appui des organisations bénévoles et communautaires et, éventuellement, la sensibilisation du public au sujet de ce qui représente le secteur en tant que ressource inestimable pour notre société.

PRÉPARER LE TERRAIN POUR LE DIALOGUE

Les deux sections suivantes analysent les obstacles qui posent un défi par rapport à la sensibilisation de tout le secteur et, posent un ensemble d'arguments pour la poursuite de cette piste.

Il est important d'obtenir les réactions du secteur sur toutes les idées notées dans ce document mais, en particulier, sur les obstacles et les occasions, pour obtenir une image plus complète de la façon dont ces influences se manifestent dans différentes parties du pays, différents sous-secteurs et différents types d'organisations. Nous voulons savoir s'il y a d'autres facteurs, non détaillés ici, qui peuvent avoir une influence. Nous pouvons mieux nous positionner pour aller de l'avant en examinant de plus près les raisons pour lesquelles nous ne poursuivons pas une perspective pour l'ensemble du secteur plus souvent et les raisons pour lesquelles le secteur devrait le faire.

NOMMEZ, DÉCHIFFREZ, FRANCHISSEZ LES OBSTACLES

COMPÉTITION

D'une façon, c'est étrange que cette dynamique, considérée favorable dans le secteur des entreprises et exigeant de la finesse politique pour le

gouvernement, cause souvent autant d'angoisse dans le secteur bénévole et communautaire. À cause de notre principal intérêt de réaliser de bonnes choses pour les autres, de notre passion collective pour la justice, la santé, la paix, l'équité et la qualité de vie, nous avons tendance à éviter de mentionner et même à accepter la compétition entre les organisations.

Un leader de longue date, du secteur bénévole et communautaire au niveau national, a remarqué récemment que la meilleure façon de s'occuper de cette question est peut-être de la caractériser comme évidente et de tout simplement continuer.

« Regardons les choses en face », dit-elle, « les organisations caritatives et à but non lucratif se font compétition pour l'argent et le profil. Elles sont presque forcées d'agir ainsi en vertu du contexte dans lequel elles opèrent : un milieu ayant trop peu de ressources, des scandales exposés dans les médias et des bailleurs de fonds difficiles. Alors sommes-nous compétitifs? Est-ce que ça veut dire que, même lorsque c'est avantageux, on ne peut pas s'élever au-dessus de cette préoccupation? »

Assis près d'elle, un autre collègue très expérimenté ajoute son grain de sel : « Regardez le monde des affaires, les banques, par exemple. Elles sont de féroces compétitrices et encore à l'arrière-plan, elles utilisent toutes les mêmes systèmes de soutien et parlent souvent ensemble au gouvernement, aux autorités de réglementation et au niveau international sur des questions de préoccupation commune, et le consensus est que les approches ne soient pas mutuellement exclusives. »

La réponse n'est pas de copier la façon dont les secteurs des entreprises ou publics ont appris à transiger avec la compétition, mais plutôt de trouver *notre* façon, une façon propre au secteur bénévole et communautaire. Notre collègue a raison, la compétition, le désir d'être le meilleur, est une partie intégrale de notre secteur. Le fait de s'y embourber créant un obstacle à la progression vers une vision collective ne fait aucun sens et ne nous permet pas d'accepter

simplement la réalité de la compétition, de s'en occuper au besoin, et de trouver des façons et des moments pour coopérer.

MENACE

À un moment donné, une certaine partie, une certaine organisation, un certain groupe d'individus du secteur bénévole et communautaire canadien se sentent menacés. La menace est souvent très réelle.

Pour plusieurs, la menace de perdre du financement est omniprésente. La menace de ne pas pouvoir recruter ou retenir assez de bénévoles ou des bénévoles ayant les compétences, le temps et les capacités nécessaires pour faire le travail. La menace de perte de crédibilité qui peut accompagner la critique injuste (ou même juste) ou une erreur commise, ou une tentative manquée.

Un sentiment de menace peut fournir une forte motivation à se joindre à d'autres, à parler et à agir en groupe. Il peut aussi créer un obstacle à la cohésion. Les défis d'un environnement où les gens se sentent menacés sont :

- a) la survie de base devient très importante et halte presque toutes les autres activités possibles, incluant la collaboration pour faire avancer une image plus vaste;
- b) dans les moments de menace, presque par définition, la confiance est diminuée et il en prend beaucoup pour décider de travailler en groupe plutôt que d'agir seul; et
- c) bien que pour certains, lorsqu'ils font face à la menace, la tendance est de baisser la tête et de continuer à progresser lentement; pour d'autres, elle occasionne en eux quelque chose de plus agressif. Pour les gens qui cherchent à combattre de plein fouet une situation menaçante, le fait de travailler avec d'autres personnes peut sembler dangereux, compétitif et même amoindrissant.

Passer beaucoup de temps à parler ou à essayer d'éviter la menace peut être improductif. Nous pouvons certainement être d'accord que la menace est un couteau à double tranchant. Il s'agit en effet d'un facteur négatif et potentiellement destructeur de notre existence du secteur bénévole et communautaire. C'est une raison majeure pour laquelle il est logique de poursuivre l'idée proposée de développer une vision, une voix et une trajectoire partagée. Quelle meilleure façon de défier les forces qui menacent notre existence qu'en se regroupant « tous pour un et un pour tous »?

CULTURE

On retrouve une variété de normes et d'attitudes au sein du secteur bénévole et communautaire qui ont trait à la façon dont nous pensons devoir communiquer dans les efforts pour promouvoir la sensibilisation, influencer les politiques ou faire participer les citoyens.

Dans certaines parties du secteur, l'approche dépendra d'une solide présentation « des faits », définie par la recherche. Dans d'autres, on préfère se servir des tactiques de la ligne dure pour choquer un auditoire. Certaines organisations iront avec plaisir dans les rues pour manifester, alors que d'autres éviteront une stratégie publique et chercheront à influencer de l'intérieur du système. Chaque méthode a du mérite. L'ampleur et la profondeur de l'expertise en communications dans le secteur bénévole et communautaire sont remarquables.

À dire vrai, il est plus difficile de développer des approches uniques quand on en vient aux problèmes et préoccupations importantes. Dans ces circonstances, les styles et attentes très différents qui reflètent la diversité culturelle du secteur seront mis en évidence.



Cependant, la proposition sous-jacente au Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire est que notre but premier est simplement de laisser savoir à la population que nous sommes ici, que nous sommes un secteur et que nous apportons une contribution importante.

QUELLE MEILLEURE FAÇON DE DÉFIER LES FORCES QUI MENACENT NOTRE EXISTENCE QU'EN SE REGROUPANT « TOUS POUR UN ET UN POUR TOUS »?

Étant donné ce but assez bienveillant, il est douteux que des obstacles importants découleront des différences de culture, d'évolution et d'opinion, mais, il se pourrait qu'il soit difficile d'en arriver à un consensus.

INATTENTION ET RÉSISTANCE SILENCIEUSE

Lorsque le temps et l'énergie sont entièrement centrés sur la réalisation de la mission, on peut laisser passer d'autres possibilités. Prendre le temps, par exemple, à mettre des idées dans ce Document de discussion peut enlever du temps que l'on prendrait pour rédiger une dernière proposition, préparer une réunion de comité ou servir un client. Ou plus tard, quand vient le temps d'adopter une campagne de sensibilisation et d'allouer les ressources pour la réaliser, comment une telle décision cadrera-t-elle avec d'autres façons possibles d'utiliser l'argent?

Peu importe les sources de ce genre « d'inattention », cela représente réellement un obstacle pour aller de l'avant et peut déboucher sur une sorte de non-participation silencieuse qui peut être plus forte, en fin de compte, que d'avoir à affronter une résistance manifeste.

Penchons-nous sur ce scénario possible. Arrive l'été 2006 et le Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire produit un ensemble bien conçu de matériel de campagne—affiches, bannières html, une marque de commerce à utiliser sur des documents, un bon slogan et un « emballage » attrayant.

Certaines organisations du secteur diront ouvertement qu'elles n'adoptent pas la campagne; à certaines occasions, elles ne tarderont pas pour vous dire le pourquoi!

Certaines organisations (plusieurs, espérons-le) choisiront d'avoir recours à la campagne et l'intégreront à leurs efforts de communications.

Mais, sans doute, il s'en trouvera d'autres qui, sans l'avouer, ne participeront pas, soit parce qu'elles ne sont pas convaincues qu'il s'agit d'une bonne chose à faire, ou parce qu'elles éviteront tout simplement de la faire.

Contrairement au premier groupe mentionné, elles ne se préoccuperont pas trop de ne pas participer. Indépendamment de leur résistance passive, issue de leur ambivalence ou de leur négligence, elles seront tout aussi néfastes, sinon plus, à l'objectif de réaliser une seule campagne de sensibilisation que si elles nous avaient appelé et réprimandées.

UNE LISTE BRÈVE DE BONNES RAISONS D'AGIR

1. C'EST LA BONNE CHOSE À FAIRE

Peu importe qu'il soit compréhensible que les organisations bénévoles et communautaires luttent parfois pour attirer l'attention, pour des ressources ou de la crédibilité, le fait demeure que tout notre travail a un but partagé par tous : améliorer les choses. Dans un tel contexte, il est primordial de

travailler aux côtés de tous ceux avec lesquels nous partageons cette vision et de concert avec eux, peu importe les façons par lesquelles nous y parvenons.

2. UN BANC DE POISSONS QUI NAGE ENSEMBLE EST PLUS IMPRESSIONNANT QUE DES POISSONS QUI NAGENT INDIVIDUELLEMENT, CHACUN DE LEUR CÔTÉ

Nos chiffres sont exceptionnels, prenez seulement connaissance des données à la fin de ce document. Notre secteur apporte une contribution économique qui équivaut à 8% du produit intérieur brut. Encore plus important, nous employons plus d'un million de personnes, retenons les services de plus de six millions de bénévoles et nous desservons à peu près chaque habitant au pays. Notre effort conjoint définit notre qualité de vie. Il s'agit de quelque chose dont aucun de nous ne peut parler en tant que simple individu. Comme il serait bon de rattacher au moins une partie de notre propre identité à un phénomène aussi convaincant!

3. LE SECTEUR BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE MONTRE SOUVENT LE CHEMIN

Combien de fois des organisations bénévoles et communautaires ou des groupes de citoyens ou encore des projets de base populaire ont-ils fait la lumière sur un enjeu, indiqué la direction aux décideurs ou au secteur de l'entreprise, établi une nouvelle orientation qui a plus tard été adoptée systématiquement? Trop souvent, pour pouvoir le décrire. Le secteur bénévole et communautaire agit et pense différemment des autres secteurs. Nous avons une occasion unique d'exposer une façon différente de communiquer au sujet d'éléments qui semblent disparates, d'organisations en compétition et aux visions multiples. Et en agissant de la sorte, nous pourrions une fois de plus faire preuve de leadership et d'innovation.

4. UN SECTEUR UNIFIÉ A PLUS D'INFLUENCE

Il reste beaucoup de travail à faire. Chaque lecteur de ce document pourrait énumérer de multiples obstacles, petits et grands, qui compromettent une meilleure qualité de vie pour beaucoup de Canadiens. Nous éprouvons pratiquement des problèmes dans tous les domaines : environnemental, social, sécurité, santé, vie communautaire, etc. Nous avons un potentiel inexploité pour plus de sport, d'arts, de bénévolat, d'aide. Nous avons des gens marginaux, à risque, malades, handicapés ou blessés.

Nous avons des idées extraordinaires pour de bonnes façons d'arranger les choses, d'excellents moyens d'enrichir les vies, des merveilleuses approches pour faire en sorte que nos collectivités soient plus fortes, en meilleure santé, plus belles, plus diversifiées, en meilleure sécurité. Nous souhaitons que tout ceci se concrétise et même davantage.

Nous devons attirer l'attention de beaucoup de gens pour y parvenir. Nous devons convaincre les décideurs, les bailleurs de fonds, les politiciens, les bureaucrates, les bénévoles, les bienfaiteurs et les supporteurs de toutes sortes.

Et nous pouvons réussir ce programme d'influence beaucoup plus facilement si nous déployons tous nos efforts, pour venir ensemble et parler avec force et passion de ce qui peut être fait, et des rêves qui peuvent être réalisés.



OÙ ALLER À PARTIR D'ICI?

Tel que mentionné plus tôt, le Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire doit maintenir deux objectifs : d'abord, susciter l'intérêt au sein du secteur bénévole et communautaire pour la participation dans une campagne de sensibilisation publique pancanadienne et dans tous les secteurs, et, en second lieu, créer cette campagne.

En ce qui concerne le premier de ces objectifs, avec de la parution de ce Document de discussion est de donner le coup d'envoi à un discours sectoriel et à un processus de rétroaction. Le texte ne se veut pas définitif ou complet, mais plutôt un texte qui, nous l'espérons, stimulera les idées et invitera à réagir.

Afin d'enrichir davantage le processus de réflexion sur le rôle et la contribution du secteur bénévole et communautaire, et sur la meilleure façon d'éveiller la sensibilisation à ce sujet dans le public, nous vous proposons de revoir le résumé de récentes données inséré dans ce document qui vous donne une excellente vue d'ensemble statistique du secteur au Canada. Nous encourageons également à ceux qui désirent aller plus loin de consulter les deux sites Web suivants, où il est possible de trouver plus de ressources et de documentation de recherche : www.nonprofitscan.ca et www.vsi-isbc.ca

Pris globalement, tout ceci peut fournir une base de discussion sur l'importance du secteur bénévole et communautaire pour la vie et la société de même que sur certains défis et occasions qui existent, au sujet de la poursuite de la vision « tous pour un et un pour tous ».

Au cours de la prochaine année, on complétera deux éléments majeurs du projet :

RÉTROACTION ET DIALOGUE

On souhaite que ce document incite à la réaction et à la rétroaction de la part d'un grand éventail des gens représentant de nombreux milieux différents du secteur bénévole et communautaire.

Cette rétroaction peut être totalement poétique—écrivez seulement une lettre ou faites un appel téléphonique—ou peut prendre la forme d'un cheminement plus normal en répondant aux trois séries de questions posées dans le formulaire de rétroaction inclus dans ce document.

En plus d'inviter les gens à émettre directement leurs idées, le projet animera

100 Dialogues communautaires au cours de l'automne 2005, donnant ainsi la chance aux organisations de discuter et de fournir des réponses aux mêmes questions.

Au début de 2006, on produira un rapport résumant les idées reçues lors de cette démarche, nous donnant l'occasion remarquable de résumer les opinions et idées de milliers de gens.

CRÉATION D'UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

Au cours de l'hiver et du printemps 2006, les Partenaires du projet désigneront une firme de communication, afin de travailler le développement du matériel pour la campagne.

L'esprit et le message de la campagne seront basés sur ce qui aura été entendu lors du processus de rétroaction décrit antérieurement.



La campagne de sensibilisation publique sera conçue pour *traiter du secteur, pour le secteur* et en être une qui est véhiculé *par* secteur.

Dès le début, il existait deux façons possibles d'atteindre les buts fixés par l'Initiative sur le secteur bénévole et communautaire (et même avant cela, par la table ronde) d'éveiller la sensibilisation au sujet de l'importance du secteur bénévole et communautaire.

Une possibilité était de mettre sur pied une campagne conçue et transmise directement à l'auditoire choisi (le public ou peut-être, des « guides d'opinions ») par une organisation du secteur, par l'entremise du gouvernement ou même directement par une firme de relations publiques.

L'avantage de cette approche serait la vivacité et l'efficacité. Elle pourrait être conçue et transmise rapidement et éviterait le piège de l'impossibilité d'en arriver à un consensus dans le secteur. De plus, toutes les ressources financières pourraient être allouées à promouvoir l'effort plutôt qu'à des formalités internes.

Toutefois, les inconvénients d'une telle approche sont incontestables :

- la campagne ne pourrait avoir lieu qu'à une seule reprise. Le genre d'impact d'un message, qui ne serait présenté qu'une seule fois, pourrait produire de la confusion chez le public.
- elle pourrait surprendre ou importuner ces mêmes organisations qu'elle est sensée promouvoir en les évitant de participer.
- et ce qui est encore le plus important, elle pourrait faire concurrence à des centaines, voire des milliers d'efforts de communication existants, entrepris par des organisations bénévoles et communautaires, afin de promouvoir leurs causes et organisations respectives.

La seconde possibilité de conception est celle qui a été retenue.

La plate-forme de base de la campagne de sensibilisation du secteur bénévole et communautaire créera un programme de discussion (par un slogan, un logo ou « une marque de commerce ») et par un aspect esthétique attrayant) que les organisations bénévoles et communautaires seront invitées à adopter.

De cette façon, ce sera le secteur lui-même qui diffusera la campagne à son sujet.

De plus, en se procurant les illustrations et les messages pouvant s'ajouter au matériel et aux efforts promotionnels déjà en cours, la campagne devrait accroître—et non concurrencer—la valeur de l'excellent travail effectué quotidiennement au sein du secteur pour communiquer avec les intervenants, les parties prenantes, les donateurs, etc.

Bien sûr, cette méthode présente un inconvénient. Que se passe-t-il si les organisations bénévoles et communautaires ne participent pas? Si aucune n'utilise la marque de commerce ou n'ajoute la bannière à son site Web ou n'emploie pas les illustrations? Les Partenaires du projet et notre bailleur de fonds fédéral (Développement social Canada) en sont venus à la conclusion que le risque que ceci se produise était de loin inférieur aux avantages et au pouvoir qu'une campagne partagée engendrerait.

En laissant la livraison de la campagne dans les mains du secteur, nous offrons la possibilité d'étendre le temps de campagne sur une longue période—des années mêmes, afin que le secteur puisse échafauder à partir de cette première initiative, continuer à trouver des façons d'unir leurs voix et tendre à un secteur global pour les Canadiens. Et surtout, cette approche respecte et reconnaît l'équilibre que l'on doit protéger entre

le besoin pour les organisations bénévoles et communautaires d'aborder les buts et objectifs de communication individuels et notre désir de transmettre une campagne partagée.

En demeurant conforme à cette approche, la campagne sera lancée à l'été 2006 au sein du secteur. Tôt à l'automne, on effectuera un lancement officiel, organisé autant que possible par l'ensemble du secteur.

CONCLUSION

Le secteur bénévole et communautaire représente l'une des plus impressionnantes illustrations de notre humanité partagée. Il existe des millions de personnes qui choisissent, comme bénévoles, membres du personnel, donateurs, administrateurs, des milliers de manières différentes de consacrer de leur temps et de leur énergie pour améliorer notre monde. Et, en retour, une collectivité dynamique de 161 000 organisations a été créée, chacune dévouée, à sa façon, à l'amélioration de la qualité de vie dans notre pays.

Qu'est-ce qui serait plus significatif que de marquer un temps d'arrêt et célébrer ce remarquable exploit? Peut-être même de le crier une fois ou deux sur tous les toits?

Le temps et les circonstances ont donné aux organisations bénévoles et communautaires canadiennes l'occasion de faire exactement cela. Certes le Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire ne représente pas la fin de la mission. Même s'il ne s'attaque pas à beaucoup de défis auxquels sont confrontées les organisations bénévoles et communautaires et ne règle pas les problèmes communautaires qui nous empêchent de dormir le soir, ce projet a réellement la capacité de susciter la fierté—dans le secteur et parmi le public, en plus d'engendrer le dynamisme et la détermination qui font progresser ce que nous réalisons présentement, en nous propulsant doucement vers une vision collective pour nous-mêmes,

nos collectivités et notre société. À partir de cette vision et de cette détermination, d'énormes accomplissements deviennent possibles.

Certains racontent que le fait de dépenser des ressources sur n'importe quoi, sauf sur un service de première ligne, n'a pas de sens. Nous ne sommes pas de cet avis. Amorti dans l'ensemble du secteur bénévole et communautaire, l'investissement par organisation pour ce projet est de 8,70\$. Il ne s'agit que d'une petite somme pour une initiative qui stimulera de nouvelles idées, sollicitera l'intérêt et la participation de tout le secteur, nous aidera tous à nous positionner et, plus important encore, nous donnera un cadre pour échanger les uns avec les autres et se parler sur la façon d'aider à bâtir les collectivités et le pays que nous désirons.

Nous espérons que vous participerez. Lisez le Document de discussion, prenez quelques minutes pour vérifier les données et les statistiques illustrant l'ampleur de notre travail, et faites-nous parvenir vos idées sur les questions ci-dessous.

Nous vous invitons de faire partie de la mise en oeuvre de la prochaine campagne de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire.

Et joignez-vous au processus qui repose sur une idée simple et fascinante : que le secteur bénévole et communautaire canadien fait une différence.

Là où il y a un besoin, nous sommes déterminés à y répondre—c'est ce que nous faisons avec les gens de notre société et pour eux, avec enthousiasme et pour le changement, tous pour un et un pour tous.



UN PORTRAIT DU SECTEUR BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE AU CANADA

- Le Canada possède le 2^e plus important secteur bénévole et communautaire au monde
- Il existe plus de 161 000 organisations bénévoles et communautaires et à but non lucratif au Canada
- Avec des revenus totalisant 112 G\$, les organisations bénévoles et communautaires et à but non lucratif jouent un rôle important dans l'économie canadienne
- Le secteur bénévole et communautaire génère 2 G\$ d'heures de bénévolat, soit l'équivalent de 1 million d'emplois à plein temps
- Les 161 000 organisations emploient 2 millions de personnes et comptent sur 19 millions de postes bénévoles (comblés par plus de 6,5 millions de bénévoles)
- 54% des organisations du secteur bénévole et communautaire sont dirigées entièrement par des bénévoles
- Les Canadiens ont adhéré pour un total de 139 millions de membres aux organisations bénévoles et communautaires, et à but non lucratif, soit une moyenne de 4 adhésions par individu
- Le 1% des organisations qui a un revenu de 10 M\$ (1 610 organisations) compte pour plus de 59% de tous les revenus, 46% du personnel rémunéré et 20% des postes bénévoles
- Un peu plus de la moitié de toutes les organisations est administrée uniquement par des bénévoles et près des deux tiers rapportent des revenus annuels de moins de 100 k\$
- Les organisations possédant de plus gros revenus sont généralement plus susceptibles que les autres d'obtenir du financement gouvernemental (49%); celles qui ont des revenus annuels relativement plus restreints comptent sur des sommes de sources non gouvernementales, des dons.



REGARDONS D'UN PEU PLUS PRÈS LES SOUS-SECTEURS MAJEURS

ARTS ET CULTURE

- Un total de 13 800 organisations dans ce secteur
- 72 800 employés rémunérés travaillent dans les arts et la culture
- Ce sous-secteur représente 5% de tous les bénévoles
- Il représente 3 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 50% des revenus des arts et la culture proviennent de sources non gouvernementales

SPORTS ET LOISIRS

- Un total de 33 650 organisations dans ce secteur
- 130 900 employés rémunérés travaillent dans les sports et les loisirs
- Ce sous-secteur représente 28% de tous les bénévoles
- Il représente 6 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 65% des revenus des sports et loisirs proviennent de sources non gouvernementales

ÉDUCATION ET RECHERCHE

- Un total de 8 300 organisations dans ce secteur
- 100 600 employés rémunérés travaillent dans l'éducation et la recherche
- Ce sous-secteur représente 8% de tous les bénévoles
- Il représente 6 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 46% des revenus dans l'éducation et la recherche proviennent de sources gouvernementales

UNIVERSITÉS ET COLLÈGES

- Un total de 500 organisations dans ce secteur
- 212 600 employés rémunérés travaillent dans les universités et les collèges
- Ce sous-secteur représente 0,2% de tous les bénévoles

- Il représente 12 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 56% des revenus des universités et des collèges proviennent de sources gouvernementales

SANTÉ

- Un total de 5 300 organisations dans ce secteur
- 192 800 employés rémunérés travaillent dans les organisations de la santé
- Ce sous-secteur représente 4% de tous les bénévoles
- Il représente 9 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 70% des revenus de la santé proviennent de sources gouvernementales

HÔPITAUX

- Un total de 780 organisations dans ce secteur
- 483 200 employés rémunérés travaillent dans les hôpitaux
- Ce sous-secteur représente 2% de tous les bénévoles
- Il représente 24 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 82% des revenus des hôpitaux proviennent de sources gouvernementales

SERVICES SOCIAUX

- Un total de 19 100 organisations dans ce secteur
- 297 300 employés rémunérés travaillent dans les organisations de services sociaux
- Ce sous-secteur représente 19% de tous les bénévoles
- Il représente 11 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 66% des revenus des services sociaux proviennent de sources gouvernementales

ENVIRONNEMENT

- Un total de 4 400 organisations dans ce secteur
- 14 900 employés rémunérés travaillent dans les organisations de l'environnement
- Ce sous-secteur représente 4% de tous les bénévoles

- Il représente 1 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 44% des revenus de l'environnement proviennent de sources non gouvernementales

ENTREPRISE DE LOGEMENT

- Un total de 12 300 organisations dans ce secteur
- 182 300 employés rémunérés travaillent dans l'entreprise de logement
- Ce sous-secteur représente 2% de tous les bénévoles
- Il représente plus de 6 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 50% des revenus de l'entreprise de logement proviennent de sources non gouvernementales

MONDE JURIDIQUE, ASSISTANCE JUDICIAIRE ET VIE POLITIQUE

- Un total de 3 600 organisations dans ce secteur
- 15 900 employés rémunérés travaillent dans les organisations du monde juridique, de l'assistance judiciaire et de la vie politique
- Ce sous-secteur représente 2% de tous les bénévoles
- Il représente plus de 1 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 47% des revenus du monde juridique, de l'assistance judiciaire et de la vie politique proviennent de sources gouvernementales

PROMOTION DE DON, DE COLLECTE DE FONDS ET DU BÉNÉVOLAT

- Un total de 15 900 organisations dans ce secteur
- 28 600 employés rémunérés travaillent dans les organisations de la promotion de don, de levée de fonds et du bénévolat
- Ce sous-secteur représente 9% de tous les bénévoles
- Il représente plus de 8 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire

- 35% des revenus des organisations de la promotion de don, de levée de fonds et du bénévolat proviennent de sources non gouvernementales

INTERNATIONAL

- Un total de 1 000 organisations dans ce secteur
- 5 100 employés rémunérés travaillent dans les organisations internationales
- Ce sous-secteur représente 1% de tous les bénévoles
- Il représente plus de 1 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 42% des revenus des organisations du secteur international proviennent de sources gouvernementales

RELIGION

- Un total de 30 700 organisations dans ce secteur
- 109 300 employés rémunérés travaillent dans les organisations religieuses
- Ce sous-secteur représente 11% de tous les bénévoles
- Il représente près de 7 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 64% des revenus du secteur religieux proviennent de dons

ASSOCIATIONS DE GENS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES, ET LES SYNDICATS

- Un total de 8 500 organisations dans ce secteur
- 150 200 employés rémunérés travaillent dans les associations de gens d'affaires et professionnelles et dans les syndicats
- Ce sous-secteur représente 5% de tous les bénévoles
- Il représente près de 11 G\$ du revenu total généré par le secteur bénévole et communautaire
- 85% des revenus des associations de gens d'affaires et professionnelles, des syndicats proviennent de sources non gouvernementales

AUTRES FAITS ET CONCLUSIONS

- En 1997 (la dernière année où des données complètes étaient disponibles) le PIB (produit intérieur brut) du secteur bénévole et communautaire était de 57,5 G\$ (6,9% du total de l'économie canadienne). En ajoutant la valeur de la contribution des bénévoles, le PIB équivalent est de 71,5 G\$ (8,6% du total de l'économie).
- Ce qui fait que le secteur bénévole et communautaire est quatre fois plus grand que celui de l'agriculture, deux fois plus grand que celui l'industrie de l'exploitation minière, pétrolière et du gaz, et 11 fois plus important que la production de véhicules automobiles.
- Des consultations, qui ont eu lieu lors de l'Étude de faisabilité du Conseil des ressources humaines du secteur bénévole et communautaire, ont permis de constater que : « Parmi les solutions possibles [aux problèmes reliés au secteur], les participants ont suggéré que le secteur bénévole/à but non lucratif avait besoin d'une voix plus vigoureuse afin d'éduquer le public et promouvoir les réalisations et les forces du secteur. »
- En 2005, un « conseil de secteur », du secteur bénévole et communautaire, a été mis sur pied afin de fournir du leadership aux organismes caritatifs à but non lucratif sur un vaste éventail de questions reliées à la main d'œuvre rémunérée du secteur. La création du conseil de secteur et la quantité importante de travail effectué à y générer l'intérêt et l'appui, montrent l'évolution du secteur bénévole et communautaire et l'état de préparation à travailler ensemble sur la question primordiale du développement des ressources humaines.

SOURCES

Force vitale de la collectivité : faits saillants de l'Enquête nationale auprès des organismes à but non lucratif et bénévoles, 2004

Compte satellite des institutions sans but lucratif et du bénévolat, 2004

Report on the Voluntary Sector Human Resources Feasibility Study, Fondations communautaires du Canada et Centraide Canada, février 2002

Enquête nationale de 2000 sur le don, le bénévolat et la participation

FORMULAIRE DE RÉTROACTION

Le Comité des partenaires du projet a identifié trois groupes de questions à l'intérieur desquels un nombre de sous-questions sont posées. Nous sommes conscients que, pour chaque question posée, il pourrait y en avoir dix autres et nous reconnaissons l'impossibilité de réussir à compléter cette partie de l'exercice à la perfection. Toutes nos discussions nous ramènent au même point : la reconnaissance qu'il nous est impossible de prédire ce qu'un groupe aussi diversifié de répondants aimerait voir poser comme questions, ce qu'ils voudraient nous dire à propos de leur réponses aux idées émises dans ce document, de leur compréhension du rôle, de l'étendue et de la fonction du secteur bénévole et communautaire, le tout basé sur leur unique mélange de sagesse et d'expérience.

Le mieux que l'on puisse faire, c'est de vous fournir ces questions comme guide, sachant qu'elles servent davantage à établir une base pour alimenter les idées et les suggestions, qu'à être un effort pour contraindre ou délimiter l'apport d'idées.

Nous espérons recevoir une rétroaction d'une riche diversité de gens et d'organisations. N'importe si vous êtes un membre du personnel ou que vous êtes liés à une grande organisation, encouragez les bénévoles à lire le document et présenter des idées, et partagez l'information de ce projet avec ceux qui sont impliqués dans de plus petits organismes. Nous vous encourageons à demander aux jeunes gens ou aux nouveaux Canadiens ou même à votre clientèle et partenaires de réfléchir aux idées que nous émettons ici.

N'hésitez pas à communiquer avec l'équipe et partenaires du Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire si vous avez des commentaires ou des questions sur le sujet. Autrement, vous pouvez entrer en contact avec n'importe lequel des Partenaires du Projet.

NOUS ESPÉRONS AVOIR DE VOS NOUVELLES SOUS PEU.



QUESTION #1 À PROPOS DES OBSTACLES ET DES OCCASIONS

Le document souligne quatre obstacles importants à une plus grande cohésion du secteur bénévole et communautaire : la compétition, l'influence de la menace, les différences culturelles et l'effet de l'inattention.

Le document identifie également quatre raisons qui pourraient nous convaincre de mettre en marche une campagne publique de sensibilisation et d'accepter un sens plus vaste de « secteur entier », l'impératif moral, le pouvoir du nombre, l'occasion d'avoir du leadership et la possibilité d'accroître l'influence.

1. Selon vous, quel groupe, les obstacles ou les occasions, retient le plus votre attention comme étant le plus pertinent parmi les idées avancées de ce document, c.-à-d.- qu'une campagne de sensibilisation publique collective a du sens? Quel obstacle? Quelle occasion?
 2. De quelle façon l'obstacle et l'occasion que vous avez choisis ont-ils joué dans votre organisation, votre collectivité ou votre sous-secteur?
 3. Existe-t-il quelque chose de particulièrement exceptionnel concernant votre milieu de travail et le défi d'adopter une approche qui met en valeur « tout » le secteur?
 4. Pouvez-vous proposer des façons de surmonter l'obstacle que vous considérez comme le plus important et de faire ressortir l'énergie positive de l'occasion qui vous plaît le plus?
-

QUESTION # 2 À PROPOS DE VOTRE CONTRIBUTION POSSIBLE

Le Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire, en bout de ligne, est davantage une affaire de processus que de résultat. Notre objectif premier est d'essayer de concevoir l'idée d'une approche d'un secteur bénévole et communautaire comme un « tout » et d'amener nos collègues à la grandeur du secteur à penser à cette vision, et finalement de faire un pas vers la réalisation d'une campagne publique de sensibilisation. Le succès ou le progrès de cet objectif sera évalué d'après les niveaux de participation obtenus. Ce qui est plus important encore pour le secteur, c'est que le succès pour aboutir à une plus grande cohésion, dépendra du choix des individus et des organisations de s'y engager ou non.

1. Qu'est-ce qui vous inciterait à participer aux efforts visant à renforcer la perception d'un secteur bénévole et communautaire comme une entité au Canada?
 2. Que pourriez-vous apporter, vous et ceux que vous côtoyez au travail, comme contribution à cet objectif?
 3. Que pourrait-on vous procurer pour vous aider à vous impliquer (au-delà de plus de ressources financières car nous reconnaissons déjà qu'il s'agit d'un besoin pour la plupart des organisations bénévoles et communautaires)? Quels outils, apprentissage, leadership ou structures souhaiteriez-vous voir en place?
-

QUESTION #3 À PROPOS D'UNE CAMPAGNE PUBLIQUE DE SENSIBILISATION

Tel que mentionné dans le Document de discussion, le Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire élaborera et fournira à l'organisation bénévole et communautaire une plate-forme de base de campagne de sensibilisation qui sera éditée autour d'un message/slogan clé et comprendra une identité visuelle. Les organisations bénévoles et communautaires auront le choix de les adopter en les ajoutant à leur en-tête de lettre, au matériel de communication, aux sites Web, etc. Les destinataires de la campagne sont, par conséquent, l'auditoire auquel le secteur s'adresse, c.-à-d. les donateurs, les bénévoles, les clients, les bailleurs de fonds, les médias, les étudiants, les nouveaux Canadiens, le grand public en fait.

1. Pensez-vous qu'il soit important pour le grand public de saisir la nature et l'ampleur du secteur bénévole et communautaire? Pourquoi? Pourquoi pas?
 2. Que voudriez-vous que notre société sache à propos du secteur bénévole et communautaire?
 3. Que voulez-vous qu'ils sachent au sujet de votre organisation par rapport à l'ensemble du secteur?
 4. Avez-vous de l'expérience avec l'organisation d'une telle campagne? Si c'est le cas, pouvez-vous partager avec nous les leçons que vous en avez tirées?
 5. Quelles sont les idées qui vous permettraient de dépeindre en une seule image un secteur aussi hétérogène?
 6. Quelles conditions seraient requises pour qu'une campagne publique de sensibilisation à propos du secteur ait le plus de chance de réussir?
 7. Quelle pourrait être la valeur ajoutée à votre organisation si une campagne publique de sensibilisation avait lieu? Si c'était le cas, comment cela pourrait-il aider votre organisation?
-

QUESTION # 4—OPTIONNEL AVEZ-VOUS D'AUTRES IDÉES?

Au cas où nous ne vous aurions pas posé la « bonne » question, nous serions très heureux de recevoir toute autre suggestion qui pourrait vous venir à l'esprit.

1. Y a-t-il un élément dans le Document de discussion qui a retenu particulièrement votre attention?
 2. Y a-t-il un élément des données de l'ENONB (Enquête nationale auprès des organismes à but non lucratif et bénévoles) qui vous a particulièrement frappé? Quelles sont les répercussions de ces résultats, s'il y en a?
-

**Merci de bien avoir voulu prendre
le temps de répondre.**

Nous vous serions très reconnaissants si vous nous faisiez parvenir vos réponses, ainsi que toute autre idée que vous pourriez avoir, de la façon suivante :

Par courriel à :

ccroteau@imaginecanada.ca **ou**

mroy@imaginecanada.ca **ou** à

Paddy Bowen à *paddy.bowen@magma.ca* **ou** à tout autre Partenaire du projet que vous trouvez dans la page couverture.

Par la poste, à :

Projet de sensibilisation au secteur bénévole et communautaire, suite 1105, 85 rue Albert, Ottawa, Ontario

Par télécopieur au :

613-238-9300

Si vous devez communiquer avec nous, veuillez téléphoner au 1-800-821-8814.

Nous vous serions aussi grandement reconnaissants si vous pouviez nous faire parvenir une petite quantité d'information démographique, même s'il ne s'agit pas du tout d'une obligation.

Nom (*optionnel*)

Nom de l'organisation (*optionnel*)

Affiliation au sous-secteur (*sport, environnement, arts/culture, développement social, santé, religion, aide internationale, autre—veuillez indiquer*)

Emplacement géographique
(*ville, région, province, etc.*)

Taille de votre organisation : budget annuel, nombre de membres du personnel payés, nombre de bénévoles, nombre de personnes desservies (*s'il y a lieu*)

Genre de services/travail que vous offrez / effectuez

Si vous êtes intéressés à recevoir un exemplaire du rapport sommaire découlant du processus de rétroaction, veuillez nous faire parvenir votre adresse postale et/ou courriel. **Merci!**

TROUVER UN SECTEUR AUSSI DIVERSIFIÉ, DANS SA
FORME ET SES FONCTIONS, QUE LE « SECTEUR
BÉNÉVOLE ET COMMUNAUTAIRE » SERAIT UNE
TÂCHE EXTRÊMEMENT DIFFICILE.



Le secteur bénévole et communautaire représente l'une des plus impressionnantes illustrations de notre humanité partagée. Il existe des millions de personnes qui choisissent, comme bénévoles, membres du personnel, donateurs, administrateurs, des milliers de manières différentes de consacrer de leur temps et de leur énergie pour améliorer notre monde. Et, en retour, une collectivité dynamique de 161 000 organisations a été créée, chacune dévouée, à sa façon, à l'amélioration de la qualité de vie dans notre pays. 