



Étude de cas: Fondation Framework

Fondation Framework

Fondée en 2002, la Fondation **Framework** a pour mission de promouvoir l'engagement civique des Canadiens de 22 à 35 ans en leur faisant valoir les mérites du bénévolat.

Conceptualisée par quatre amis – Anil Patel, Simon Foster, Nick Maiese et Andrew Klingel – la fondation Framework a discuté du plan de son engagement bénévole initial (*Timeraiser*, traduit par *Bénévoltemps*) avec des agences bénévoles de Toronto, des universitaires, des bénévoles, des pairs et des organismes de bienfaisance afin de se renseigner sur leurs intérêts et de recueillir leurs commentaires. À partir de cette première ronde de recherches, le modèle de **Framework** a été perfectionné jusqu'au début de l'été 2003.¹

À cet stade, **Framework** a recruté deux étudiants au MBA, Bryan Santone et Ron Jagdeo, par l'entremise d'un programme de stage mis en branle par Centraide. Leurs recherches avaient pour but d'améliorer la compréhension des tendances actuelles en matière d'engagement civique et de bénévolat. Les étudiants voulaient également déterminer les facteurs atténuants en faveur des rôles bénévoles et contre ceux-ci, ainsi que la façon particulière dont la démographie ciblée (Torontois de 22 à 35 ans détenant un diplôme d'études postsecondaires) répondrait au modèle de *Bénévoltemps* conçu par **Framework**. Quatre catégories de comportements ont été créées, soit :

1. Bénévole – donateur
2. Bénévole – non donateur
3. Non-bénévole – donateur
4. Non-bénévole – non donateur

Un « donateur » se définit comme « quelqu'un qui a fait un don monétaire à un organisme de bienfaisance ou sans but lucratif au cours des trois dernières années ». Quant à un « bénévole », il s'agit d'une personne qui a fait généreusement don de son temps en vue d'aider un organisme communautaire à planifier ou à exécuter une tâche significative au cours des trois dernières années. Les personnes de la catégorie « non-bénévole – donateur » semblaient être les plus susceptibles de participer à des activités bénévoles selon le concept de *Bénévoltemps* créé par **Framework**.

Des groupes de discussion ont exploré la perception des donateurs et des non donateurs par rapport à ce type d'événement, tenté de déterminer la probabilité qu'ils y participent et analysé la façon dont ils respecteraient leur engagement bénévole. Les résultats préliminaires ont laissé

¹ À moins d'indication contraire, la discussion suivante est adaptée du document de Dom Bortolussi, principal auteur, intitulé **FRAMEWORK FOUNDATION: A WORKING PAPER ON THE: FRAMEWORK TIMERAISER MODEL RESEARCH PROGRAM AND FINDINGS** (2002- 2003). pp.3-4. Consulté le 31 mars 2010 sur http://www.frameworkfoundation.ca/pdf/Research_TR_Design.pdf.

entendre que la démographie des non-bénévoles donateurs constituait la catégorie cible, car ils n'avaient pas d'autres engagements bénévoles. Les options de bénévolat que proposait Framework n'exigeaient pas de gros investissements de temps. En outre, elles se rapportaient aux domaines de la culture et des loisirs qui intéressent tant cette démographie. Cette recherche a permis d'éclairer les activités d'engagement bénévole de **Framework**.

Le concept du *Bénévoltemps* exploré dans les recherches préliminaires de cet organisme est un processus complet d'engagement bénévole décrit comme « un croisement entre une foire de bénévolat, un encan silencieux d'art et une agréable soirée », voire un événement de rencontres éclair (ou « speed-dating ») pour bénévoles. Le coût de participation à cet événement est de 20 \$, en plus d'une promesse minimale de 20 heures de bénévolat au cours des 12 mois suivants. Les invités misent des heures de bénévolat supplémentaires au sein de l'organisme de bienfaisance de leur choix pour tenter de gagner une œuvre d'art originale. Lorsque toutes les heures de bénévolat promises ont été exécutées, les participants reçoivent l'œuvre en témoignage de leur bienveillance.² Un *Bénévoltemps* est une situation gagnante sur tous les plans : un organisme de **Framework** profitera des connaissances et des compétences d'un bénévole motivé, le participant vivra une expérience de bénévolat enrichissante, puis il recevra une œuvre d'art originale en souvenir de ses contributions à la collectivité. »

Les *Bénévoltemps* facilitent l'établissement de liens entre les citoyens, les entreprises, les organismes de bienfaisance et sans but lucratif, et les artistes de la relève. Ils ont pour but de cultiver l'engagement des citoyens, tout en assurant la simplicité de la recherche d'occasions de bénévolat significatives. L'engagement des citoyens est essentiel à la force des collectivités.

L'encan silencieux d'art est une des composantes clés des *Bénévoltemps*. Les œuvres ne sont pas données mais bien achetées à une valeur marchande juste auprès de nouveaux artistes canadiens. Comme l'explique M. Anil Patel dans une vidéo promotionnelle présentée sur le site Web de l'organisme, on demande souvent aux artistes de faire des dons d'œuvres à l'appui des organismes de bienfaisance. Mais le fait d'acheter leurs œuvres pour motiver les bénévoles est avantageux pour le monde de l'art canadien en raison du soutien accordé aux artistes. Depuis 2010, les *Bénévoltemps* ont investi plus de 310 000 \$ dans les carrières de plus de 450 artistes de partout au pays. L'avantage promotionnel dont bénéficient les artistes dont les œuvres sont choisies est considérable, comme le souligne l'artiste Drew Kahn dans la même vidéo Web.

Les organismes qui souhaitent prendre part à un *Bénévoltemps* doivent soumettre une proposition de vente aux enchères en ligne. Celle-ci est évaluée par un jury. Lors de la sélection des partenaires, l'organisme responsable du *Bénévoltemps* veille à ce que les participants à l'événement aient accès à une grande variété d'occasions de bénévolat qui les inciteront à faire du bénévolat à long terme. Une brève vidéo de 9 minutes diffusée sur le canal CivicFootprintTV de Youtube décrit comment les organismes peuvent participer pour la première fois (ou à nouveau) à un *Bénévoltemps* dans leur collectivité.³ Elle décrit le processus d'inscription, fournit des renseignements sur l'événement (ainsi que des conseils concernant les meilleures façons de se commercialiser), et explique le processus de suivi. Les organismes sont avisés du fait que leurs commentaires seront sollicités pendant la période post-activité, et

² Adapté de la p. 22 du document de Vantage Point intitulé A PEOPLE LENS: 101 WAYS TO MOVE YOUR ORGANIZATION FORWARD. 2009. Peut être acheté en ligne à <http://www.volunteervancouver.ca/content/people-lens> et sur le site principal de Timeraiser (<http://timeraiser.ca>).

³ Ce canal compte 26 vidéos téléchargées vers le serveur qui décrivent non seulement les *Bénévoltemps* aux bénévoles, aux participants, aux organismes et aux artistes, mais également les différentes technologies employées pour appuyer ce genre d'événement.

qu'on communiquera avec eux avant le prochain *Bénévotemps* de leur collectivité afin de déterminer leur degré d'intérêt.

Les participants potentiels s'inscrivent sur le site *Web timeraiser.ca* où ils peuvent également admirer des photos d'œuvres d'art et se renseigner sur les organismes déjà inscrits dans leur ville. Ce site Web interactif encourage les participants à s'engager au sein de leur collectivité.

À la suite de l'événement, les engagements bénévoles sont surveillés par la fondation **Framework**. Les participants reçoivent le nom de la personne avec qui ils doivent communiquer au sein de l'organisme auquel ils ont promis un certain nombre d'heures de bénévolat. L'organisme reçoit également les coordonnées du participant. Les participants prennent ensuite les mesures nécessaires pour s'acquitter de leur engagement. Lorsque le nombre total d'heures de bénévolat est effectué, ils peuvent réclamer leur œuvre d'art. Ils sont encouragés à planifier, à suivre et à ajuster leurs efforts de don, de bénévolat et de participation sur le site Web **CivicFootprint.ca** afin d'élargir leur empreinte civique. Ce « concept renvoie à la capacité unique de chaque citoyen de contribuer temps et argent en vue de renforcer les collectivités à l'échelle du Canada ».

Depuis son lancement à Toronto il y a sept ans, le programme de *Bénévotemps* s'est étendu jusqu'à Calgary en 2006, à Vancouver et à Ottawa en 2008, et à Hamilton et à Edmonton en 2009. Une autre vague d'expansion est prévue pour 2010. Le site *Web Timeraiser* affirme que cette expansion s'articule autour de l'efficacité de la gestion d'une forte croissance qui met l'accent sur « la conclusion de partenariats locaux essentiels et l'engagement de bénévoles locaux qualifiés et enthousiastes, tout en rayonnant davantage dans les villes participantes ». Les *Bénévotemps* favorisent également le développement des collectivités en rassemblant des leaders communautaires de partout au Canada, et en créant un forum où ils peuvent « partager leurs idées et apprendre de différentes initiatives d'impact communautaire mises en œuvre à l'échelle du pays ». Les participants explorent les similitudes et les différences, « ... puis rentrent dans leurs villes respectives avec de nouvelles idées concernant la façon de faire de leur *Bénévotemps* un événement des plus pertinents et significatifs pour leur collectivité ».

Grâce à une approche collaborative, à la fin de 2009, les *Bénévotemps* avaient :

1. généré plus de 51 000 heures de bénévolat;
2. investi quelque 300 000 \$ dans les carrières d'artistes de la relève;
3. incité plus de 5 000 Canadiens à appuyer une cause;
4. collaboré avec plus de 250 organismes de bienfaisance.

En outre, si on tient compte de « l'incidence financière et sociale sur la collectivité... le rendement du capital investi est estimé à près de 220 %, ce qui représente presque 2,20 \$ en *bien social* pour chaque dollar investi ».

Les nouveaux objectifs consistent à assurer une présence dans toutes les grandes villes canadiennes, à renforcer l'engagement dans chaque collectivité participante et à continuer d'inspirer les gens à s'engager dans leurs propres collectivités.⁴

⁴ Anil Patel dans MIXING VOLUNTEERISM WITH THE ARTS, consulté le 7 avril 2010 sur <http://www.getinvolved.ca/watch/video/timeraiser>.

Pour obtenir de plus amples renseignements, consulter les sites Web suivants :

Fondation Framework : <http://www.frameworkfoundation.ca/>

Timeraiser : <http://www.timeraiser.ca/>

Civic Footprint : <http://civicfootprint.ca/>

Galerie publique du site Web de Timeraiser : www.picasaweb.google.ca/timeraiser

Facebook : www.facebook.com/timeraiser

Twitter : www.twitter.com/timeraiser