

ANALYSE DE RENTABILISATION DE L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Avril 2019



**Great
Place
To
Work®**

EN PARTENARIAT AVEC



Corporate Council on Volunteering | Conseil des entreprises pour le bénévolat
A VOLUNTEER CANADA PROGRAM | UN PROGRAMME DE BÉNÉVOLES CANADA

ASSOCIATION EN VUE D'AMÉLIORER L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE DES ENTREPRISES

Bénévoles Canada, Great Place To Work® et le Conseil des entreprises pour le bénévolat (CEB) sont heureux de collaborer pour la création de ce rapport.



BÉNÉVOLES CANADA

Bénévoles Canada fournit un leadership national et de l'expertise en matière d'engagement de bénévoles afin d'accroître la participation, la qualité et la diversité du bénévolat. Depuis 1977, nous collaborons étroitement avec des centres d'action de bénévolat, les entreprises, les organisations à but non lucratif, le gouvernement et les établissements scolaires dans le but de promouvoir et d'élargir le secteur bénévole. Nos programmes, recherches, formations, outils, ressources et initiatives nationales alimentent un leadership qui reflètent les tendances et les enjeux du bénévolat canadien. Consultez notre site Web à www.benevoles.ca ou encore notre page Twitter à [@VolunteerCanada](https://twitter.com/VolunteerCanada).



GREAT PLACE TO WORK®

Great Place to Work® (GPTW) fait autorité au niveau mondial pour bâtir, soutenir et reconnaître les cultures d'entreprise fondées sur une confiance accrue et un haut niveau de performance. Au moyen d'outils d'évaluation exclusifs, de services de conseil ou de programmes de certification, GPTW reconnaît les Meilleurs lieux de travail™ au monde dans une série de listes nationales, notamment celles qui ont été publiées par The Globe & Mail (Canada) et la magazine Fortune (USA). Great Place to Work® fournit les références, le cadre et le savoir-faire nécessaires pour créer, soutenir et reconnaître les cultures d'entreprise exceptionnelles. Consultez notre site Web à www.greatplacetowork.ca ou encore notre page Twitter à [@GPTW_Canada](https://twitter.com/GPTW_Canada).



Corporate Council on Volunteering | Conseil des entreprises pour le bénévolat
A VOLUNTEER CANADA PROGRAM | UN PROGRAMME DE BÉNÉVOLES CANADA

CONSEIL DES ENTREPRISES POUR LE BÉNÉVOLAT

Les entreprises qui composent le Conseil des entreprises pour le bénévolat (CEB) misent sur la collaboration pour assurer un solide leadership dans le domaine de l'engagement social des entreprises au Canada, en particulier l'engagement communautaire des employés. Ce groupe de leadership, qui réunit une talentueuse et diversifiée équipe de représentants, cherche à aller au-delà du bénévolat pour examiner l'engagement social dans un contexte plus global pour apprendre ensemble dans un environnement de pairs encourageants; profiter de l'expérience et des services de consultation de Bénévoles Canada; générer et promouvoir un leadership favorisant la réflexion sur les pratiques d'engagement social des entreprises; et appuyer la mission de Bénévoles Canada.

Les partenaires aimeraient remercier les entreprises suivantes du CEB du soutien financier accordé en vue de la production du présent rapport de recherche : CIBC, Deloitte Canada, RBC, Symcor et Banque TD.

Auteurs: Great Place to Work® et Bénévoles Canada

© Bénévoles Canada
Avril 2019

ISBN # 978-1-926530-33-8

INTRODUCTION

LES EMPLOYÉS SE SONT PRONONCÉS : LES PROGRAMMES D'INVESTISSEMENT COMMUNAUTAIRE DES ENTREPRISES LEUR TIENNENT À CŒUR

Le présent rapport est éclairé par le plus grand sondage d'employés canadiens à ce jour (66 000 répondants) portant sur le lien entre leur niveau d'engagement au travail et l'investissement communautaire de leur employeur. Les résultats constituent des preuves indéniables des avantages accrus de l'investissement communautaire pour les entreprises. De plus, ils reflètent des façons concrètes de mettre sur pied un programme d'investissement communautaire d'entreprise qui améliorera l'engagement des employés dans les milieux de travail.

Selon diverses recherches canadiennes et internationales, il est plus que jamais clair que les employés exigent que leur employeur s'engage au sein de la collectivité. De plus, ils souhaitent avoir l'occasion d'y prendre part et être appuyés dans leurs démarches.

- **68 %** des Canadiens, s'ils avaient le choix entre deux emplois, choisiraient l'organisation où règne la plus grande culture de bénévolat.ⁱ
- **70 %** des employés seraient plus fidèles envers une organisation qui les aiderait à contribuer à des causes sociales et environnementales.ⁱⁱ
- **78 %** des milléniaux travailleraient uniquement pour une organisation ayant un grand sens du devoir, et **69 %** quitteraient leur employeur s'ils en trouvaient un qui avait un meilleur sens du devoir.ⁱⁱⁱ



Une employée de Salesforce qui célèbre deux millions d'heures de bénévolat.

CES STATISTIQUES N'ONT JAMAIS ÉTÉ AUSSI CRUCIALES POUR LES EMPLOYEURS.

Pourquoi les employeurs devraient-ils se soucier de ces résultats? Parce que l'engagement des employés est la question qui préoccupe le plus les dirigeants d'entreprise.^{iv} Ces résultats montrent à quel point les employés se passionnent pour leur travail, sont engagés envers leur organisation et investissent des efforts discrétionnaires dans leur travail. Les résultats du présent rapport constituent des arguments commerciaux en faveur des investissements dans l'infrastructure. Ils peuvent également servir de ressources pour mettre sur pied un programme apprécié par tous les employés.

MIEUX POUR LES GENS. MIEUX POUR LES ENTREPRISES. MIEUX POUR LE MONDE.

Les employés dont le cadre professionnel leur donne l'occasion de participer à des programmes ayant une incidence sociale ou environnementale sentent que leur travail est significatif. Ils sont encouragés à déployer leurs meilleurs efforts au travail et à bâtir une carrière à long terme au sein de l'organisation. De plus, ils sont exposés à de nouvelles perspectives, ainsi qu'à des déterminants sociaux et environnementaux qui influencent le monde autour d'eux. Leur travail et leurs actions personnelles les incitent à accroître leur degré d'empathie, à développer leurs compétences et à apprécier leur capacité de devenir des initiateurs de changement. Tout ceci s'additionne pour constituer une grande occasion pour les employeurs de changer le monde avec l'aide de leurs employés, tout en créant une valeur commerciale ajoutée grâce à l'amélioration de l'engagement de ces derniers envers leur travail.

PORTÉE ET MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

La présente étude a pour but de décrire et de quantifier les arguments commerciaux liés à l'investissement communautaire des entreprises, particulièrement en ce qui a trait à son incidence sur l'engagement des employés.

La principale source de données utilisée est le sondage Trust Index© réalisé par Great Place to Work. Chaque année, Great Place to Work® sonde plus de 10 millions d'employés issus de 6 000 organisations dans quelque 60 pays, faisant de cette étude annuelle la plus importante étude au monde portant sur les milieux de travail.

Pour ce projet, Great Place to Work® Canada a examiné plus de 66 000 sondages réalisés en 2018 auprès d'employés canadiens, ainsi que des données agrégées de plus de 300 organisations canadiennes participantes. Les questions portaient sur les politiques et les pratiques en matière de ressources humaines, qui appuient la culture des milieux de travail.

La méthodologie de recherche était double. Elle consistait d'abord en un examen des corrélations entre l'opinion des employés quant à l'investissement communautaire, ainsi que de divers autres facteurs pouvant favoriser la réussite commerciale (par ex., engagement à long terme envers une carrière au sein de l'organisation, effort discrétionnaire, représentation positive de la marque et incidence personnelle). Ensuite, les chercheurs ont procédé à une comparaison des résultats commerciaux pour les quartiles supérieur et inférieur des entreprises qui investissent dans leur collectivité^v (par ex., croissance des recettes, lancement de nouveaux produits, services et méthodes, candidats par poste et roulement volontaire).

Il est important de souligner que, bien que cette étude n'ait pas pour but d'établir de causalité entre l'investissement communautaire et les facteurs de réussite commerciale, les résultats corrélationnels établissent effectivement un solide argument commercial et mériteraient de faire l'objet de recherches contrôlées supplémentaires.

Il est également important de noter que la recherche ne mesure aucunement l'incidence sociale ou environnementale des programmes d'investissement communautaire des entreprises. Elle mesure plutôt comment les employés perçoivent les programmes communautaires de leur milieu de travail, ainsi que la corrélation avec les autres enjeux qui permettent de mesurer leur engagement.

TERMINOLOGIE

Investissement communautaire des entreprises : contributions d'un milieu de travail aux organismes ou aux initiatives communautaires sous forme d'argent, de temps (des employés), de services ou de produits. Elles incluent les dons, les commandites, les services pro bono et le bénévolat appuyé par l'employeur.

Bénévolat appuyé par l'employeur (BAE) : initiative mise sur pied par un employeur en vue d'encourager et d'appuyer les efforts bénévoles de ses employés. Elle peut prendre la forme de temps, d'espace, d'infrastructure ou de tout autre soutien accordé aux employés afin qu'ils puissent faire du bénévolat dans la collectivité où ils habitent et travaillent.

Responsabilité sociale des entreprises (RSE) : la RSE regroupe les politiques et les pratiques d'une organisation qui contribuent au bien-être social, environnemental et économique des intervenants internes et externes. Elle inclut souvent la mise sur pied d'un effectif diversifié, la gestion éthique de la chaîne d'approvisionnement, la réduction de l'empreinte sur l'environnement, le soutien des activités bénévoles des employés, les services pro bono, les dons de produits, la philanthropie, les commandites et toute autre contribution à une collectivité.

Engagement des employés : la mesure dans laquelle les employés sont passionnés par leur emploi, s'engagent à l'organisation et mettent des efforts discrétionnaires dans leur travail.



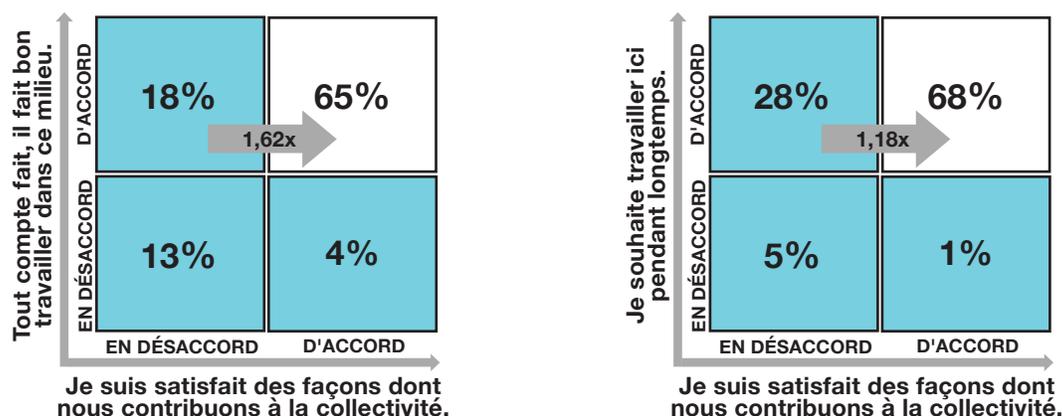
L'équipe de la fondation d'Urban Systems Calgary a participé à un événement de Soup Sisters. Les soupes préparées par l'équipe ce soir-là sont allées à Alcove, un centre de traitement de la toxicomanie pour les femmes.

L’AFFINITÉ DES EMPLOYÉS AVEC LES FACTEURS D’ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE DES ENTREPRISES FAVORISE L’OBTENTION DE RÉSULTATS OPÉRATIONNELS POSITIFS

Un examen de plus de 66 000 réponses au plus récent sondage Trust Index© de Great Place to Work révèle que les employés qui se disent satisfaits de la façon dont leur organisation contribue à leur collectivité sont beaucoup plus susceptibles de s’engager au travail et au sein de leur organisation, ce qui favorise l’obtention de résultats opérationnels clés (voir ci-dessous).

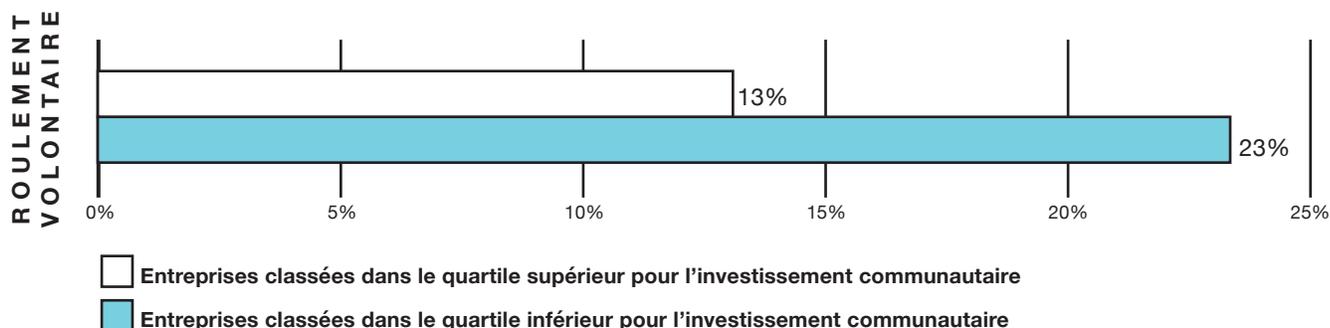
ENGAGEMENT À LONG TERME ENVERS UNE CARRIÈRE AU SEIN DE L’ORGANISATION ET ROULEMENT VOLONTAIRE

Lorsque les employés sont satisfaits de la façon dont leur organisation contribue à leur collectivité, ils sont **1,62 fois** aussi susceptibles (62 % plus probable) de déclarer que leur milieu de travail est « excellent » et **1,18 fois** aussi susceptibles (18 % plus probable) de vouloir y travailler longtemps.^{vi} Bref, ils ont un degré d’engagement plus élevé envers leur organisation.



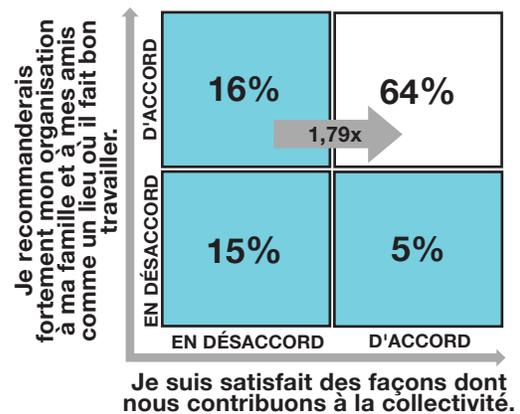
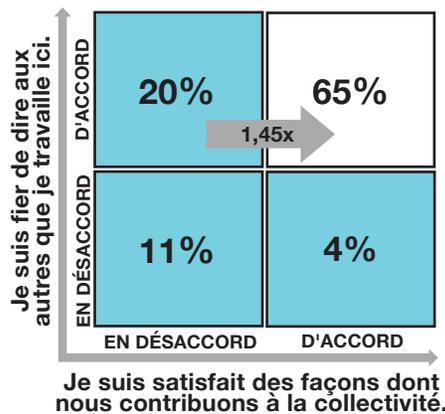
De plus, les organisations dont les employés ont une impression favorable de leurs contributions communautaires subissent 10 % de moins de roulement volontaire, ce qui entraîne des économies considérables.

RÉTENTION DES EMPLOYÉS



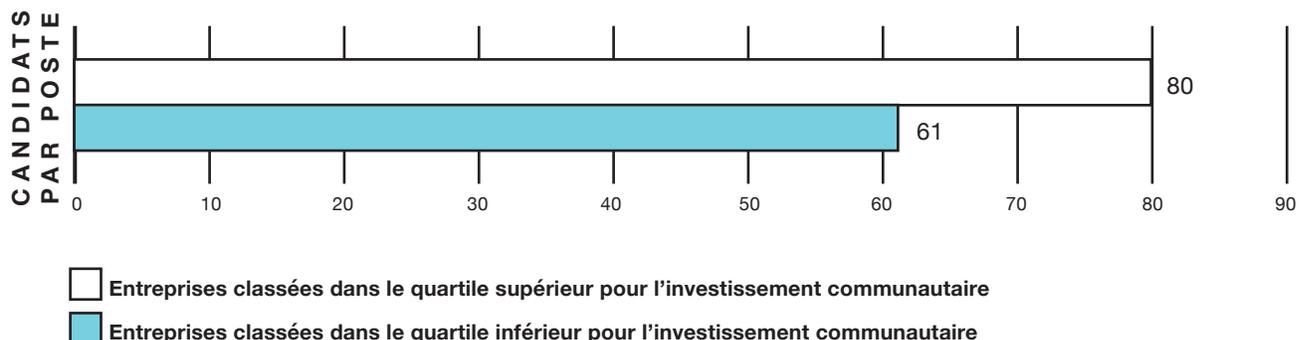
REPRÉSENTATION POSITIVE DE LA MARQUE ET POSTULANTS QUALIFIÉS

Lorsque les employés sont satisfaits de la façon dont leur organisation contribue à leur collectivité, ils sont **1,45 fois** aussi susceptibles (45 % plus probable) de fièrement dire aux autres où ils travaillent et **1,79 fois** aussi susceptibles (79 % plus probable) de promouvoir leur organisation auprès de leur famille et de leurs amis. Bref, ils sont plus susceptibles d’être fiers de faire partie d’une organisation qui redonne à sa collectivité et qui fait une différence dans la vie des gens en dehors du travail.



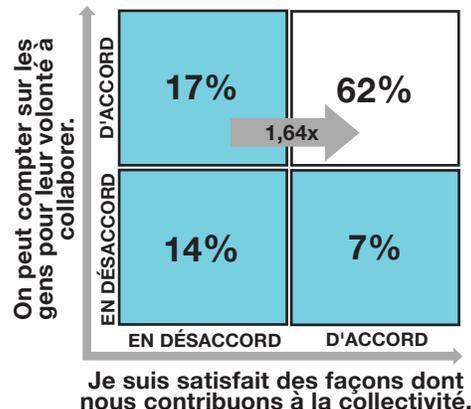
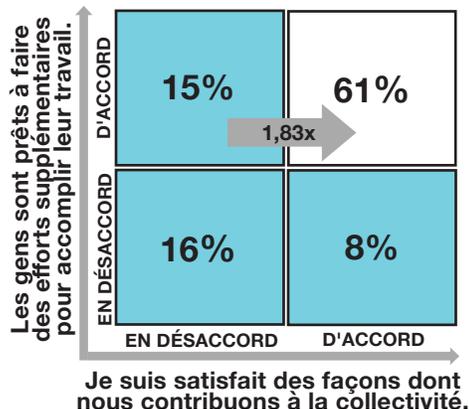
Ces employés sont plus susceptibles de promouvoir activement leur expérience de travail auprès de personnes au sein de l’organisation et en dehors de celle-ci. Ils en parleront comme d’une entreprise dynamique et engagée socialement, ce qui attirera des personnes qui partagent leurs idées. En moyenne, les organisations du quartile supérieur des entreprises qui investissent dans leur collectivité reçoivent plus de **80 candidatures de la part de postulants qualifiés** pour chaque poste vacant, ce qui en dit long sur l’amélioration des marques interne et externe, et réduit considérablement les coûts associés au recrutement.

RECRUTEMENT



EFFORT DISCRÉTIONNAIRE ET PRODUCTIVITÉ

Lorsque les employés sont satisfaits de la façon dont leur organisation contribue à leur collectivité, ils sont **1,83 fois** aussi susceptibles (83 % plus probable) de croire que leurs collègues n'hésitent pas à faire un effort supplémentaire pour accomplir leur travail et **1,64 fois** aussi susceptibles (64 % plus probable) de croire qu'ils collaborent volontairement avec leurs collègues. Ces employés perçoivent un engagement plus élevé envers les besoins collectifs de l'organisation qu'envers leurs propres intérêts personnels.

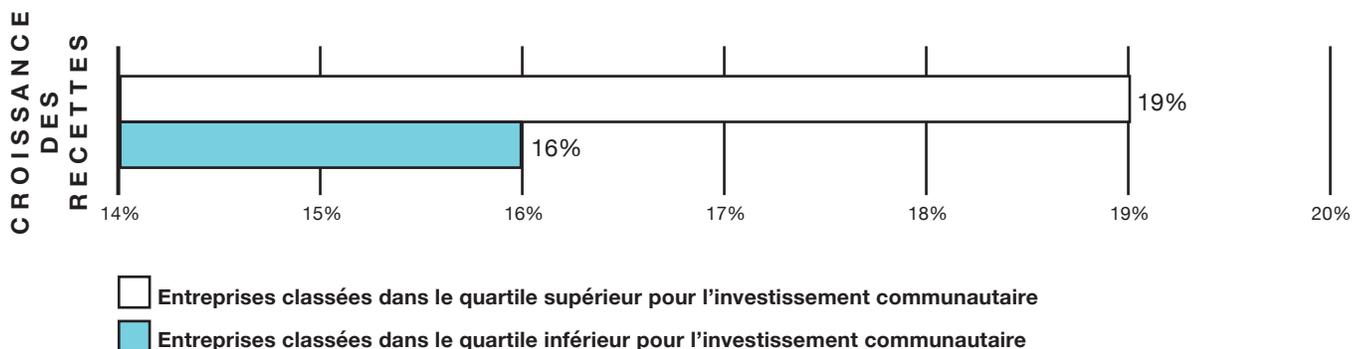


Il n'est aucunement surprenant que les organisations dont le degré d'esprit d'équipe, de coopération et d'engagement est plus élevé profitent d'une multitude d'avantages, notamment une meilleure productivité, un meilleur engagement, des clients plus satisfaits et une croissance des recettes plus rapide que leurs pairs. Les organisations qui figurent dans le quartile supérieur des entreprises qui investissent dans leur collectivité enregistrent une croissance des recettes plus rapide que leurs pairs, ce qui pourrait être attribuable (en partie) à un meilleur esprit d'équipe.



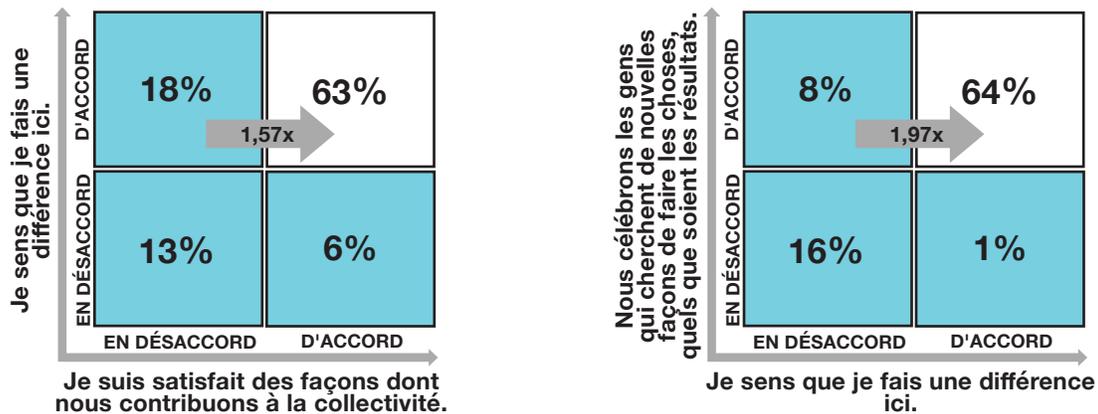
La préparation de sac à dos pour des enfants en besoins dans le cadre de la Semaine de possibilités d'AbbVie.

CROISSANCE DES RECETTES



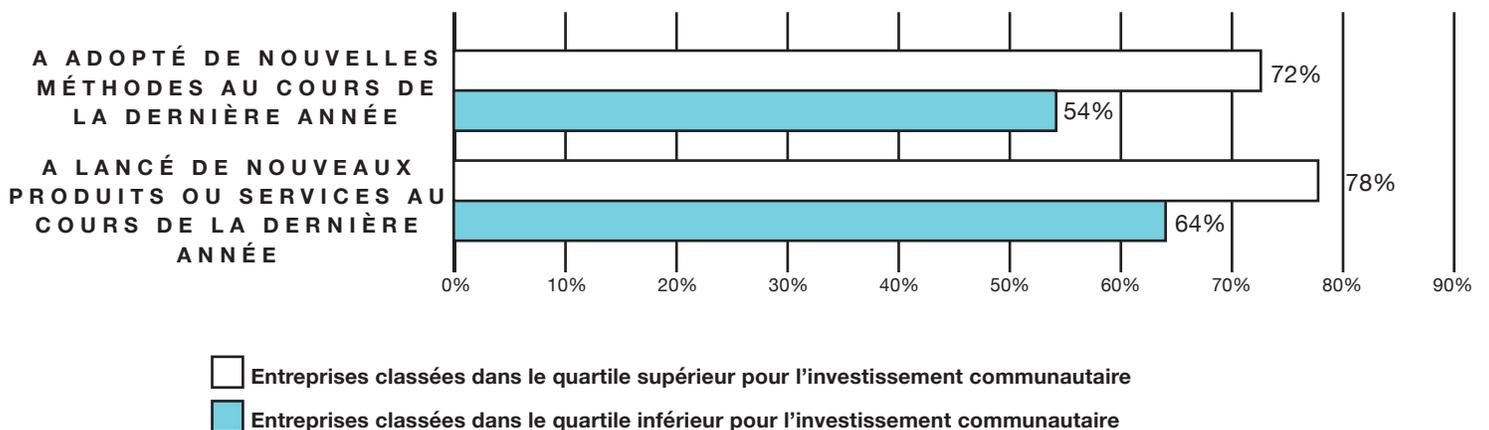
L'INCIDENCE ET LA PARTICIPATION DES EMPLOYÉS : UN FACTEUR DÉTERMINANT DE L'INNOVATION

Lorsque les employés sont satisfaits de la façon dont leur organisation contribue à leur collectivité, ils sont **1,57 fois** aussi susceptibles (57 % plus probable) de croire qu'ils contribuent à la réussite de leur organisation. De plus, ceux qui sentent qu'ils font une différence sont **2,97 fois** aussi susceptibles (297 % plus probable) de croire qu'ils sont encouragés à chercher de nouvelles façons de faire les choses, quels que soient les résultats.



De nouvelles recherches de Great Place to Work® ont permis d'établir un lien entre les cultures des milieux de travail et des niveaux plus élevés d'engagement des employés, et de constater une incidence favorable à l'innovation.^{vii} Les organisations qui figurent dans le quartile supérieur des entreprises qui investissent dans leur collectivité enregistrent des niveaux d'innovation plus élevés que leurs pairs. Toutefois, des recherches supplémentaires seraient nécessaires pour établir la causalité de cette relation.

INNOVATION



APPRENDRE DES MEILLEURS

Great Place to Work® a récemment publié sa liste des « Meilleurs lieux de travail pour l'engagement communautaire » pour 2019. Les organisations qui y figurent ont mérité leur place grâce au sentiment positif des employés à l'égard de l'investissement communautaire de leur employeur.^{viii} Que font ces organisations pour créer une vaste culture d'engagement communautaire? Bien qu'il existe plusieurs façons d'y parvenir, elles doivent commencer par s'engager à partager leur temps, leurs talents et leur richesse avec la collectivité.



PARTAGE DE TEMPS

Meilleurs lieux de travail pour l'engagement communautaire	90 % offrent à leurs employés des congés rémunérés pour faire du bénévolat, allant de 4 à 100 heures par année (16 heures semble être le nombre d'heures le plus courant).
Autres organisations	50 % offrent des congés rémunérés à leurs employés pour faire du bénévolat (32 % proposent une limite fixée et 18 % proposent des occasions ponctuelles).
Exemples	Astellas propose cinq journées de bénévolat rémunérées par année et affiche des occasions de bénévolat sur son site Intranet. Lorsque les employés de Cisco font du bénévolat en dehors de leurs heures de travail, l'entreprise les appuie en versant 10 \$ à l'organisme de bienfaisance de leur choix pour chaque heure de bénévolat enregistrée.



PARTAGE DE TALENTS

Meilleurs lieux de travail pour l'engagement communautaire	83 % alignent leurs efforts d'investissement communautaire avec leurs produits uniques ou leurs compétences techniques/ professionnelles afin de maximiser la motivation des employés et l'incidence communautaire.
Autres organisations	18 % alignent leurs d'investissement communautaire avec leurs produits uniques ou leurs compétences techniques/professionnelles.
Exemples	Des équipes de Grant Thornton de partout au pays organisent des cliniques d'impôts en janvier et en février de chaque année afin d'aider les personnes de leur collectivité qui ont besoin d'assistance pour préparer leurs impôts mais ne peuvent se permettre de payer pour les services d'un professionnel. Trico Homes s'est associée avec la nation Chiniki pour réparer 159 maisons gravement endommagées lors des inondations de 2013 à Calgary. Par la suite, cette initiative a évolué pour devenir un projet d'énergie renouvelable à long terme qui créera des emplois, permettra d'améliorer les compétences et de générer des recettes pour cette nation.



PARTAGE DE LA RICHESSE

Meilleurs lieux de travail pour l'engagement communautaire	100 % soutiennent leur stratégie d'investissement communautaire en offrant des programmes de jumelage des dons d'employés, des contributions financières ou des dons en nature.
Autres organisations	60 % offrent des programmes de jumelage des dons d'employés, des contributions financières ou des dons en nature.
Exemples	ATB Cares permet à ses employés de faire un don à des causes qui revêtent une importance pour les Albertains. Les dons peuvent être versés à tout organisme de bienfaisance enregistré canadien à ATBcares.com. Quant à ATB, elle verse 15 % de chaque dollar donné. En 2018, ATB, ses clients et ses employés ont remis un total de 4,8 millions de dollars à des organismes de bienfaisance canadiens. Stryker fait don d'appareils et de matériel médicaux d'une valeur de plusieurs millions de dollars à des missions humanitaires étrangères. De plus, elle prête ou donne du matériel aux chirurgiens qui font des visites humanitaires dans des pays en développement.

ÉLABORER UNE STRATÉGIE D'INVESTISSEMENT COMMUNAUTAIRE GAGNANTE QUI ENGAGE LES EMPLOYÉS

La majorité des organisations reconnaissent leur responsabilité de redonner aux collectivités dans lesquelles elles font affaires et intègrent cet élément à leur plan opérationnel. Les « Meilleurs lieux de travail pour l'engagement communautaire » ont porté leur engagement à un niveau supérieur en trouvant des façons uniques et créatives de mettre en pratique leur engagement communautaire. Toutefois, ce n'est pas seulement ce qu'elles font concrètement pour favoriser la responsabilité sociale chez leurs employés qui compte. C'est également comment elles s'y prennent.



Selon l'expérience de Bénévoles Canada et des entreprises qui composent le Conseil des entreprises pour le bénévolat, il est plus facile de favoriser la fierté des employés et leur attachement aux efforts d'investissement communautaire en assurant leur participation aux activités bénévoles. Bien qu'il soit motivant de prendre part à des occasions organisées par son lieu de travail, la possibilité de choisir quelle cause appuyer et comment s'y prendre l'est tout autant. Pour ce faire, l'organisation peut offrir différentes occasions variées à ses employés, telles que du bénévolat sur le terrain, la mise en pratique de compétences au sein d'un organisme de bienfaisance, ou tout simplement une activité permettant de se renseigner sur un défi dans la communauté pour aider à faciliter leur choix.

Des conseils pour créer de meilleurs programmes d'engagement communautaire se trouvent dans les dix normes de pratique de Bénévoles Canada (se trouvant dans le [Code canadien du bénévolat appuyé par l'employeur](#)) ; qui appuient l'élaboration de meilleurs programmes d'engagement communautaire à l'intention des employés. Élaborées en collaboration avec le Conseil des entreprises pour le bénévolat, ces pratiques organisationnelles sont largement transférables comme base pour tout programme (programme de bénévolat appuyé par l'employeur [BAE], de don ou autres) qui engage les employés au sein de la collectivité. D'excellents exemples de ces pratiques figurent ci-dessous. Ils proviennent de certaines organisations qui figurent sur la liste des « Meilleurs lieux de travail pour l'engagement communautaire » de 2019.

ENGAGER LES EMPLOYÉS

Le programme dirigé par les employés de **Softchoice Cares** leur permet de soutenir les organismes de bienfaisance de leur choix grâce à deux journées de bénévolat rémunérées par année; à des programmes de collecte de fonds dans le cadre desquels Softchoice Cares verse un montant équivalent aux dons recueillis; et à des dizaines d'activités locales animées chaque année par les employés dans le but de recueillir des fonds et de sensibiliser le public à des causes importantes. L'influence et le succès continus de

Norme 6 – Mobilisation des employés

Le lieu de travail instaure une culture d'entreprise qui encourage et appuie la mobilisation des employés et qui facilite leur participation. Le recrutement et la rétention des employés reposent sur une large gamme de stratégies internes incluant l'orientation, la formation, la supervision et ayant la chance d'obtenir des rétroactions. Les rôles du bénévole permettent aux employés de contribuer de façon significative reflétant leurs compétences, de leurs besoins, des leurs intérêts et de leurs antécédents.

Softchoice Cares sont étroitement liés au principe selon lequel le programme a été créé, c'est-à-dire pour les employés, par les employés, pour révéler le potentiel des gens.

En 2014, **Beyond Technologies** a « adopté » l'école Baril dans le quartier Hochelaga-Maisonneuve de Montréal. En effet, l'entreprise joue le rôle du Père Noël pendant la période des Fêtes en achetant des cadeaux pour des enfants qui, autrement, n'en recevraient aucun. De plus, elle organise une fête de Noël au cours de laquelle de la nourriture et des gâteries sont offertes. Grâce aux dons de ses employés et des montants équivalents versés par l'entreprise, celle-ci recueille habituellement autour de 20 000 \$. Les employés se rassemblent à l'automne pour acheter, emballer et livrer les cadeaux des enfants. Cette initiative a été suggérée à l'entreprise par un de ses employés dont la mère travaille à l'école. Les employés de Beyond Technologies apprécient grandement cette expérience.

SUIVI ET PARTAGE

Le conseil de rayonnement (Stewardship Council) du **Ian Martin Group** fait maintenant partie intégrante de sa culture d'entreprise. Les employés postulent à l'échelle du pays et les dirigeants de l'équipe choisissent les candidats les plus forts. Ces derniers se réunissent chaque mois afin de déterminer comment l'entreprise devrait procéder pour mettre en branle ses initiatives philanthropiques. Ils doivent assurer le suivi de leurs heures de bénévolat, participer aux événements bénévoles appuyés par l'entreprise, et faire des dons aux organismes de bienfaisance de leur choix. Ian Martin Group verse l'équivalent de chaque dollar recueilli (100 %) et remet le total des fonds aux deux organismes de bienfaisance qu'il décide d'appuyer chaque année. De plus, il verse l'équivalent de 25 % de chaque dollar donné par ses employés qui préfèrent faire un don directement à l'organisme de bienfaisance de leur choix.

Norme 5 – Évaluation : suivi, mesure et déclaration des effets

Le lieu de travail examine et évalue l'efficacité de son programme de BAE pour déterminer dans quelle mesure il aide l'entreprise à réaliser ses objectifs stratégiques et à avoir un impact social. La participation des employés et le degré de satisfaction au travail sont aussi étudiés et évalués. L'employeur sollicite les rétroactions de ses employés, de ses gestionnaires et des organismes sans but lucratif partenaires.



Bénévolat à la banque alimentaire dans le cadre du festival annuel B-Corp d'Ian Martin.



« La générosité importe » est une valeur de base à Ryan UCL qui inspire les employés et oriente la vision.

PROMOTION CRÉATIVE

Month of Service (MOS) est l'initiative de bénévolat de **SAP Canada**. Tous les mois d'octobre, ses employés font du bénévolat au sein d'organismes locaux à but non lucratif ou appuient les causes de leur choix, ce qui leur permet d'accumuler des dizaines de milliers d'heures bénévoles. Afin de maintenir le taux de participation élevé de ses employés et de leur permettre de s'amuser, SAP a organisé un concours dans le cadre duquel ses employés doivent trouver un titre pour la photo d'un de leurs collègues pris sur le vif en train de faire du bénévolat. Les employés votent ensuite pour leur photo préférée. Le gagnant peut choisir l'organisme à but non lucratif auquel SAP versera un don 1 000 \$. Ce concours a connu un grand succès. En effet, plus de 200 légendes ont été soumises et près de 3 200 personnes les ont consultées en ligne.

Chaque année, **Klick** produit une vidéo sensationnelle pour le temps des Fêtes afin d'amasser des fonds pour un organisme de bienfaisance. L'entreprise a recours à ses employés, à de l'animation et à de la vidéographie des plus créatives. L'an dernier, leur collaboration avec le YouTubeur et compositeur Andrew Huang intitulée *You Make Winter Warm* s'est propagée sur le Web et a été vue plus de 2,6 millions de fois! Chaque fois que la chanson était téléchargée, Klick versait 1 \$ (jusqu'à concurrence de 10 000 \$) à Operation Warm, un organisme qui achète de nouveaux manteaux d'hiver à des enfants dans le besoin.

Norme 9 – Communications et technologie

Le milieu de travail élabore une stratégie de communication pour le programme dans le but de sensibiliser les employés, de les inciter à participer et de livrer des messages clés à des auditoires internes et externes sur le programme et son impact. Les employés bénévoles sont engagés et supportés dans leurs milieux de travail grâce à la technologie disponible.



À la fin de la journée, tous les produits non utilisés sont donnés à une organisation de bienfaisance locale de la part de COBS Bread bakeries.



Les employés de Canada Whirlpool à leur construction annuelle d'Habitat pour l'humanité.

RECONNAÎTRE LES LEADERS

Récompenser ses employés pour leurs efforts de bénévolat et de collecte de fonds est l'une des façons distinctes selon laquelle **RBC** concrétise son engagement envers les collectivités et son incidence sociale. En effet, les employés de RBC peuvent obtenir de l'argent pour les organismes de bienfaisance de leur choix sous forme de récompense d'encouragement au bénévolat (Volunteer Grant Reward pour le bénévolat en dehors des heures de travail); profiter d'une journée réservée au bénévolat (RBC Day of Service Grant pour les projets de bénévolat d'équipe

Norme 10 – Reconnaissance

Le lieu de travail reconnaît et célèbre l'apport du programme BAE et le talent et le don de temps de chaque employé, misant sur des méthodes de reconnaissance formelles et informelles.

à court terme); ou encore bénéficier d'une journée de bénévolat de groupe (RBC Team Action Grant pour la participation à des événements de bénévolat). De plus, un prix de citoyenneté mondiale (RBC Global Citizenship Award) est remis aux employés qui vont au-delà du bénévolat dans leur collectivité et prennent part à un voyage immersif WE au Kenya afin de se renseigner sur les initiatives dans ce pays.

Dans le but de reconnaître les efforts de ses employés qui parrainent une cause ou se montrent toujours prêts à soutenir différentes causes, l'entreprise **Ryan** a lancé une initiative annuelle appelée Community Outreach Heroes (héros du rayonnement communautaire). Les employés qui incarnent le mieux la valeur de base « Générosité » de Ryan sont reconnus pour leur leadership, ainsi que pour leurs dons de temps et d'énergie aux efforts de rayonnement de Ryan à l'échelle du pays. Les employés en lice pour cette récompense sont mis en candidature par leurs pairs, puis les gagnants sont sélectionnés par une équipe de Ryan responsable des liaisons de rayonnement communautaire. Ce comité révisé les candidatures puis choisit six employés du monde entier qui seront récompensés lors de l'assemblée annuelle de l'entreprise.



Les employés à Pace Technical Services Inc collectent des fonds pour la fondation Heart and Stroke.

Pour vous renseigner davantage sur les dix normes de pratique mentionnées ci-dessus, veuillez consulter le [Code canadien du bénévolat appuyé par l'employeur à benevoles.ca](#).

SIX FAÇONS D'ENGAGER UNE CONVERSATION EN VUE DE FAVORISER UN MEILLEUR ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS AU MOYEN DE PROGRAMMES D'INVESTISSEMENT COMMUNAUTAIRE

Si vous comparez les résultats du présent rapport aux programmes d'investissement communautaire de votre organisation, vous serez peut-être tenté de déterminer la marche à suivre pour favoriser un meilleur engagement de la part de vos employés. Les conversations les plus productives à ce sujet sont souvent interdivisionnelles et impliquent les responsables des RH, du service à la clientèle, des affaires publiques ou externes, et des communications. Nous vous recommandons d'utiliser les questions ci-dessous pour amorcer vos discussions. Prenez appui sur les données et les exemples du présent rapport, ainsi que sur le [Code canadien du bénévolat appuyé par l'employeur](#) de Bénévoles Canada.

QUESTIONS

POINTS DE DÉPART

1. À quoi ressemble un programme d'investissement communautaire réussi?	Réfléchissez aux résultats positifs et aux indicateurs relatifs à la société, aux employés et à l'organisation.
2. Comment nos employés définissent-ils le succès d'un programme? Comment aimeraient-ils être impliqués?	Les sondages et les groupes de discussion constituent un bon point de départ. Un comité composé de membres provenant de différents niveaux de l'organisation peut permettre de maintenir l'alignement du programme avec les intérêts des employés.
3. Comment devrions-nous mesurer le succès des aspects de notre programme qui se rapportent aux employés dans la collectivité? Quels indicateurs nous montreraient que notre programme trouve écho chez nos employés?	Le taux de participation est révélateur. Les sondages réalisés peu de temps après la tenue d'un événement permettent d'obtenir des résultats plus précis que les sondages annuels.
4. Quelles sont les lacunes de notre programme? Quels résultats justifieraient l'augmentation de son budget pour combler celles-ci?	Peut inclure des résultats qualitatifs (par ex., un sondage réalisé à la suite d'une activité de nettoyage bénévole a révélé que les employés ont apprécié cette activité et y participeraient à nouveau) et des résultats qualitatifs (par ex., une culture de collégialité s'est installée au sein de l'organisation depuis la collecte de denrées alimentaires).
5. Avons-nous recours aux meilleurs modes de communication pour faire rayonner notre programme d'investissement communautaire et des opportunités d'implication auprès des employés actuels et potentiels?	Quels modes de communication les employés préfèrent-ils? Qui sont les influenceurs et comment pourriez-vous les engager davantage?
6. De quelles façons pouvons-nous montrer à nos employés que nous apprécions le temps qu'ils prennent dans leur horaire de travail pour redonner à leur collectivité?	Votre organisation mine-t-elle involontairement son message (par ex., réaction des gestionnaires aux demandes de congés de bénévolat)?

Pour obtenir plus d'idées ou encore du soutien, veuillez communiquer avec la division Engagement social des entreprises de Bénévoles Canada en écrivant à corporatecitizenship@volunteer.ca.

NOTES EN FIN DE TEXTE

ⁱ Reconnaissance du bénévolat en 2017, Bénévoles Canada, 2017.

ⁱⁱ 2016 Cone Communications Millennial Employee Engagement Study, Cone, 2016.

ⁱⁱⁱ The importance of work with purpose for Gen Y, Kin & CO, avril 2016.

^{iv} "Predictions for 2016: A Bold New World of Talent, Learning, Leadership and HR Technology Ahead", Bersin par Deloitte, 2016.

^v Les quartiles supérieur et inférieur des entreprises qui investissent dans leur collectivité ont été déterminés à partir de la moyenne des réponses des employés à l'énoncé suivant du sondage Trust Index : « Je suis satisfait de la façon dont mon organisation contribue à la collectivité » (traduction libre).

^{vi} COMMENT LIRE LES GRAPHIQUES

- « D'accord » se réfère aux répondants du sondage qui sont d'accord avec les affirmations « Souvent vrai » ou « Presque toujours vrai »
- « En désaccord » se réfère aux répondants du sondage qui sont d'accord avec les affirmations « Parfois vrai, parfois faux », « Souvent faux » ou « Presque toujours vrai »
- N%” représente le pourcentage de tous les répondants des sondages (66 000) qui sont d'accord/désaccord avec chaque affirmation
- « N fois aussi probable » est la probabilité des employés qui sont d'accord avec l'affirmation de Great Place To Work s'ils sont d'accord (vs désaccord) avec l'affirmation de la communauté

Par exemple :

$$(65/(65+4)) / (18/(18+13)) = 1.62$$

^{vii} Innovation By All: The new flight plan for elevating ingenuity, accelerating performance, and outpacing rivals. Great Place to Work®, 2018. <https://www.greatplacetowork.com/resources/reports/innovation-by-all>

^{viii} Pour être admissible à la liste des « Meilleurs lieux de travail pour l'engagement communautaire », les organisations doivent avoir été certifiées par Great Place to Work® au cours de l'année et au moins 90 % de leurs employés doivent être d'accord avec la déclaration « Je suis satisfait de la façon dont mon organisation contribue à la collectivité ». Les meilleures organisations sont choisies en fonction de la cote relative à l'index d'investissement communautaire attribuée par les employés, ainsi que de la variété et de la qualité des programmes qui étayent une culture d'investissement communautaire.

