

ROTARY INTERNATIONAL  
GROUPE DE RÉFLEXION 2008 – CONCLUSIONS

Objectifs de la réflexion

Afin de soutenir les priorités et objectifs du Plan stratégique du Rotary International, des groupes de réflexion composés de non-Rotariens ont été constitués autour de deux groupes démographiques distincts, à savoir :

- les femmes exerçant une activité professionnelle à responsabilité âgées de plus de 30 ans;
- les hommes exerçant une activité professionnelle à responsabilité âgés de 30 à 45 ans.

Ces groupes démographiques étant sous-représentés au sein du Rotary International, l'objet de ce projet était de rassembler des informations afin de mieux cibler ces groupes particuliers.

Des groupes de réflexion ont été organisés dans plusieurs villes dans lesquelles se sont tenues certaines conférences présidentielles 2008-2009 sur l'effectif : Sydney (Australie), Johannesburg (Afrique du Sud) et Buenos Aires (Argentine). La sélection des participants et l'organisation des groupes de réflexion ont été sous-traitées à des non-Rotariens. Six groupes de réflexion se sont déroulés dans chaque ville.

---

Les thèmes explorés étaient les suivants:

- Intérêt pour le bénévolat.
- Définition du bénévolat : ce que les participants considèrent comme étant du bénévolat.
- Les activités qu'ils choisiraient de faire en tant que bénévole.
- Pourquoi le fait de s'engager paraît attrayant ?
- Quelles organisations de bénévoles connaissent-ils ?
- Quels groupes choisiraient-ils de rejoindre ?
- Qu'attendent-ils du bénévolat ?
- Quels sont les bénéfices personnels qu'ils tireraient d'un tel bénévolat ?
- Quel temps souhaiteraient-ils consacrer aux activités bénévoles ?
- Connaissance du Rotary International ou d'un Rotary club local.
- Perception du Rotary International ou d'un Rotary club local.
- Les raisons pour lesquelles ils souhaiteraient ou ne souhaiteraient pas devenir membre d'un Rotary club local.
- Combien de temps pourraient-ils accorder à leurs activités dans un groupe tel qu'un Rotary club ?

---

Les résultats ont été relativement similaires bien que des caractéristiques régionales apparaissent.

Résultats d'ensemble

Le but de ce projet était d'identifier les défis et obstacles auxquels se heurte le Rotary avec ces deux groupes démographiques. Dans un environnement compétitif, il est toujours bénéfique et sain de sonder le grand public et sa perception de l'organisation. Certains commentaires pourront blesser les sensibilités et refléter une certaine négativité à l'encontre du R.I. De tels commentaires doivent être étudiés objectivement et utilisés afin de mettre de mettre place certains changements visant à améliorer l'image de notre organisation.

## Temps et engagement bénévole - Réponses

La plupart des participants ont indiqué qu'il n'avait pas beaucoup de temps à consacrer aux activités bénévoles. Leur situation familiale, qu'ils soient célibataires, mariés avec des enfants à charge ou non, ou sans enfant a un impact sur leur capacité à s'investir en tant que bénévole. Bien que leur environnement professionnel soit devenu plus flexible, ils consacrent une grande partie de leur temps à leur travail.

Ils sont dans la plupart du temps enclin à faire du bénévolat, cependant ils désirent garder du temps pour leurs loisirs. L'humanitaire ou le bénévolat ne leur vient pas à l'idée pour occuper leur temps libre. Les problèmes liés à leur collectivité tendent à susciter un certain intérêt pour le bénévolat. En tentant de définir le bénévolat, les participants ont indiqué un large spectre d'activités possibles : protection des animaux, aide aux personnes âgées par le biais d'une organisation, association ou amicale, aider leurs amis, s'investir dans des actions locales, dans des associations religieuses, des activités sportives pour la jeunesse, pour leurs écoles, contre la faim, l'aide médicale, etc.

En Australie, un désir important a été manifesté d'équilibrer le travail, la famille, les loisirs et le bénévolat. À noter aussi qu'il a été mentionné que dans ce pays, les organisations à caractère humanitaire demandent trop de leurs bénévoles et gèrent mal le temps que ces derniers consacrent à leurs activités.

Le bénévolat semble être présent dans la structure sociale des régions où les besoins et problèmes ont un spectre plus divers. C'est le cas en Argentine et en Afrique du Sud.

### Réponses individuelles sur le bénévolat

- 'Travailler gratuitement'
- 'Attente de responsabilisation'
- 'Passion'
- 'Travail d'équipe'
- 'Donner de son temps'
- 'Aider la collectivité'
- 'Une expérience partagée'
- 'Accomplissement'
- 'Agréable'
- 'Acquérir de nouvelles aptitudes'
- 'Quelque chose pour des personnes plus âgées qui ont le temps'
- 'Doit être intéressant et doit me correspondre'

*« Le bénévolat est une activité que tout le monde devrait faire. On doit réparer ce qui a été défait. »*

### Organisations de grande taille

Un constat apparaissant dans les trois régions est la méfiance et un certain scepticisme à l'encontre d'organisations dont la structure est importante. Les participants ont relevé que ces dernières années, les organisations de service à fort effectif ont eu mauvaise presse quant à la mauvaise gestion de leurs fonds. Les participants ont aussi évoqué une tendance à percevoir les organisations plus petites comme plus efficaces au niveau local. Il a été demandé une plus grande transparence financière et une meilleure définition de la mission de l'organisation.

### Rôle des réseaux

Il y a, entre les régions, un écart de perception en ce qui concerne le rôle des réseaux. Pour l'Argentine, les réseaux sont perçus en tant qu'activité dans un domaine professionnel bien spécifique (médecine,

architecture, droit, etc.) ayant pour but de faire circuler des informations. L'utilisation des réseaux n'a pas été mentionnée comme outil entre différentes professions. En Australie, l'utilisation d'un réseau est perçue également comme un outil professionnel dans un environnement professionnel (conférences, salons, séminaires, etc.). Elle n'est cependant pas considérée comme une activité de loisirs. En fait, certaines des réponses indiquaient que les activités de développement de réseaux étaient perçues de manière négative et considérées comme assez individualistes. En Afrique du Sud, l'utilisation des réseaux est acceptée et s'inscrit dans le cadre d'activités quotidiennes. La plupart des participants ont indiqué qu'ils développaient leurs réseaux dans leur vie professionnelle et qu'ils concevaient leur développement et utilisation dans les contextes suivants : écoles, paroisses, conférences, activités sportives, relations individuelles, etc. Toujours en Afrique du Sud, le Rotary International est mentionné dans un contexte de développement des réseaux.

La notion qu'une association donne la possibilité de nouer de nouvelles amitiés lui confère un plus grand attrait et une plus grande ouverture.

#### Connaissance des organisations constituées de bénévoles

Au fil des ans, un nombre significatif de concurrents et d'organisation de service se sont adaptés aux niveaux local et international. Quand il est demandé aux groupes de réflexion de citer d'autres organisations humanitaires et bénévoles, les noms suivants ont été mentionnés :

- Médecins sans frontières
- Armée du Salut
- Croix-Rouge
- Amnesty International
- Unicef
- Habitat for Humanity
- Oxfam
- GreenPeace
- World Vision
- Make A Wish
- St. Vincent's De Paul (Australie)

Ont également été évoqués les domaines d'action suivants : protection des animaux, programmes de repas pour les écoles, soupes populaires, foyers, actions d'éducation et d'alphabétisation, de santé publique, contre le sida et visant à aider les enfants des rues.

Le Rotary International ou des Rotary clubs locaux n'ont été mentionnés dans aucune région.

#### Perception du Rotary

La plupart des participants se sont souvenus avoir entendu parler du Rotary International, de ses collectes de fonds ou des Rotary clubs locaux. L'opinion générale est que le Rotary œuvre pour le bien. Quand interrogés sur les Rotary clubs et leur rôle, les participants ont eu les réponses suivantes :

- Collecte de fonds pour acheter du matériel médical pour un hôpital
- Activités pour la jeunesse au sein de la collectivité
- Kits ShelterBox en Birmanie
- Bourses d'études
- Programmes d'échange
- Puits
- Concurrent du Lion's

Quelques uns ont indiqué : « Ils ont cette roue ».

*« Au Rotary, ils font un peu de ceci, un peu de cela. On ne sait pas exactement quel est leur objectif. »*

*« C'est une chose entre hommes, où ils peuvent faire des affaires. Personnellement, je ne m'identifie pas à eux. »*

Lorsqu'interrogés sur leur perception du Rotary, les participants ont donné les qualificatifs suivants pour caractériser le Rotary et ses membres :

- Hommes d'affaire
- Élitiste
- Secret
- D'un certain âge
- En bonne santé
- Fondé sur des règles anciennes
- Pas très attirant
- Vieux jeu
- Inflexible
- Pas sûr que les femmes peuvent être membres des clubs
- Associé à la franc-maçonnerie

De manière générale, il existe une méconnaissance significative sur ce que fait réellement le Rotary dans la collectivité ou à l'étranger, comment en devenir membre et s'impliquer dans ses efforts. Comme nous l'avons vu précédemment dans plusieurs groupes de réflexions, un lien avec la franc-maçonnerie est toujours perçu. Souvent, les médias locaux montrent souvent les Rotariens en train de donner des chèques plutôt que sur le terrain. Les individus susceptibles de faire du bénévolat aujourd'hui sont attirés par l'action et les résultats.

Il semble que le public ait du mal à obtenir des informations sur le Rotary. À plusieurs occasions, les participants ont mentionné qu'ils étaient intéressés par l'organisation et ont tenté de contacter un club. On ne leur a jamais répondu, ou bien on leur a fait savoir que leur classification était déjà remplie. Il a été mentionné qu'ils ont essayé de trouver un site Internet sur le Rotary et n'y sont pas parvenus.

*“Quand j'ai contacté le Rotary à Johannesburg parce que je souhaitais m'impliquer, il m'a été répondu que cela ne les intéressait pas. Ils ont des avocats, des comptables. Je pense qu'ils n'ont pas besoin de mon aide. Ensuite, j'ai déménagé à Rosettenville et là j'ai rejoint une autre organisation. »*

Il est très important de noter qu'il continue d'exister une très forte perception que les femmes ne sont pas autorisées ou bienvenues au Rotary.

En Afrique du Sud, le concept du Rotary club était associé au jeu à cause d'une affaire récente dans le pays.

Les notions d'élitisme et de richesse sont perçues différemment selon les régions et peuvent donc avoir une connotation négative ou positive. Ce problème nécessite une certaine attention et doit être résolu au cas par cas au niveau régional.

Une majorité des participants ne savait pas ce que fait et ce qu'est le Rotary. Dans toutes les régions, quelques individus avaient une certaine connaissance du travail du Rotary dans des programmes bien précis : Youth exchange, bourses d'études, etc. Il a été également mentionné que le réseau du Rotary est très large et qu'il a la capacité de faire bouger les choses.

Les résultats des groupes de réflexion confirment des informations recueillies pendant une récente initiative présidentielle qui visait à contacter les dirigeants des 200 plus importantes compagnies

d'Amérique du Nord. Même si historiquement, ceux-ci participaient à la vie de leur Rotary club local, ce n'est plus le cas dans la plupart des régions. La vie professionnelle de leurs dirigeants a considérablement changé ces vingt dernières années. Leurs compagnies ont une présence internationale et le personnel de haut niveau est souvent géographiquement très mobile. Les mutations internationales sont d'usage courant. Il est aussi important de noter qu'une partie de ces importantes compagnies soutiennent un bon nombre de projets humanitaires et possèdent dans certains cas leur propre fondation.

### Mission du Rotary

Également testé dans les groupes de réflexion, une présentation du R.I. et de sa mission, une explication des critères de recrutement et des avantages d'être membre. Les commentaires suivants ont été reçus :

### Mission du Rotary International

*La mission du Rotary International, l'association mondiale des Rotary clubs, est de servir autrui, de promouvoir des normes éthiques élevées, et de développer l'entente internationale, la bonne volonté et la paix au travers de son réseau de dirigeants professionnels et civiques.*

Même si la mission du R.I. est perçue comme noble et honorable, elle est également perçue comme quelque peu générique, peu détaillée et imposante. Des réserves ont été exprimées autour des termes « éthiques » ou « servir autrui ». La référence faite aux *dirigeants professionnels et civiques* a été perçue comme exclusive et fait état d'une position sociale supérieure à la moyenne et quelque peu élitiste. En Argentine, particulièrement chez les femmes, un sentiment existe que les dirigeants professionnels sont ceux qui peuvent accomplir des choses. Le terme éthique a créé une réaction mitigée et une certaine hésitation.

Les commentaires comprenaient :

- Connotation chrétienne
- Ils ont besoin d'une nouvelle mission
- Connotation élitiste
- Ne semble pas s'appliquer à des objectifs caritatifs.

De nombreux participants cherchaient à mieux comprendre ce qu'il était entendu par service à autrui, éthique élevée, une bonne volonté envers qui et paix pour qui ?

La promotion d'une haute éthique semble bonne, Mais pourquoi en faire la promotion et envers qui ?

« Être riche ne veut pas dire que vous avez une haute éthique. »

« Cela m'a rendu mal à l'aise quand ils ont mentionné l'éthique. C'est un sujet personnel. »

« C'est quoi des normes éthiques élevées ? »

« Il n'y pas une seule sorte d'éthique. S'il n'y en avait qu'une, ce serait une obligation. »

L'objectif de la mission est bien compris. Cependant, les propositions semblent vagues, trop générales et ne semble pas d'actualité.

Bien que des réserves aient été émises avec les termes « *dirigeants professionnels et civiques* », il était accepté voire apprécié que l'on cible ces dirigeants professionnels qui ont les capacités, connaissances et aptitudes à monter des actions.

Il est important de noter que de nombreux messages du Rotary s'adressent et sont conçus pour les Rotariens. Cependant, ces messages doivent rester pertinents et être également adaptés aux non-Rotariens et aux membres potentiels. Cela reste le moyen privilégié de communiquer ce qu'est le R.I. et ce qu'il souhaite accomplir au travers des clubs locaux. Et, comme il a été remarqué au cours des groupes de réflexion, la mission d'une organisation est parfois consultée par les membres potentiels.

C'est pourquoi la mission doit être pertinente, d'actualité, claire et ayant un sens pour la personne qui en prend connaissance.

### Avantages d'être membre

*Les avantages d'être Rotarien comprennent le service à la collectivité, développer ses relations et la camaraderie, l'engagement international et faire la promotion d'une haute éthique et des aptitudes au leadership.*

Les avantages d'être membre sont également interprétés comme étant quelque peu génériques. Les questions et réserves suivantes ont été posées et exprimées ?

De quelle manière les Rotariens servent leur collectivité ?

Développer ses relations et la camaraderie peut être fait en dehors d'un Rotary club. Il n'est pas certain que ce soit réellement un avantage lié au fait d'être Rotarien.

Comment fait-on la promotion de l'éthique et des aptitudes au leadership ? Quelle sorte d'éthique et d'aptitude professionnelle ?

Les avantages d'être membre n'effacent pas la perception de groupe élitiste. Ils ne sont pas attrayants.

*« Vous n'avez pas besoin de devenir membre du Rotary pour aider votre collectivité. »*

### Obligations des membres

*Les réunions de club ont une fréquence hebdomadaire et les membres doivent assister à au moins 50% des réunions. Si un membre est en déplacement, il peut participer à des réunions de rattrapage au sein d'un autre club afin de compenser son absence. Il est attendu des membres qu'ils s'impliquent dans des actions locales et si intéressés, internationales*

Sans exception, le temps à consacrer aux réunions de club est perçu comme astreignant. Alors que la perception du Rotary continue à être négative en ce qui concerne la question de l'admission des femmes, le temps à consacrer (réunions) est mal perçu. Il est cependant reconnu que le temps à consacrer assure et encourage un certain niveau d'implication et d'engagement, et est nécessaire à la conduite des actions. Cependant, la majorité des participants ne semble pas prête à appliquer cette règle à eux-mêmes.

*« Cela me fait peur, c'est comme un deuxième emploi. »*

*« C'est trop structuré pour moi. Je ne veux pas m'engager à participer à 50% des réunions. »*

*« C'est un engagement lourd. Ça me fait un peu fuir. »*

*« Je ne pourrais pas tenir cet engagement. Je n'ai pas tout ce temps libre. »*

La plupart des participants ne se sentent pas en mesure de tenir cet engagement et cette règle ne semble pas appropriée dans notre monde actuel où les conférences téléphoniques et téléconférences par Internet sont disponibles.

*« Le Rotary doit s'adapter au 21<sup>e</sup> siècle et accepter que le fait de recruter des volontaires, c'est de leur demander de s'engager et non pas de les enfermer dans un carcan. »*

La plupart de participants pensent qu'ils ne disposent déjà pas d'assez de temps pour faire tout ce qu'ils ont à faire.

La perception des participants quant à la mission du Rotary, les obligations et avantages d'être membre, n'était pas le sujet de cette étude. Cependant, plusieurs questions et commentaires intéressants sont apparus durant cette phase. Ces observations fournissent des informations utiles que le R.I doit continuer à explorer. Les messages du R.I. sont-ils trop long, trop détaillés, trop pompeux ou génériques ? Sont-ils désuets ? Est-ce que le Rotary doit envisager de les revoir et de les mettre à jour afin qu'ils soient mieux adaptés et accessibles à un public non-Rotarien ? Les messages et les communications destinés au grand public doivent être concis, directs et spécifiques. Des messages trop long et compliqués sèmeront la confusion et auront tendance à renforcer une image d'organisation secrète, élitiste et mystérieuse.

### Conclusion

Les sujets suivants abordés pendant les groupes de réflexion représentent un défi pour le R.I.:

- Perception
- Image publique
- Bénévolat et se faire des relations
- Temps à consacrer
- Messages du Rotary

#### Perception et image publique

Il existe un manque d'information important sur ce qu'est le Rotary, en quoi il est engagé et ses actions, aussi bien au niveau international qu'au niveau de la collectivité. Tout d'abord, les participants semblent plus intéressés par ce qui peut être accompli localement dans leur collectivité. Ce constat est confirmé par des enquêtes internes du R.I. faites auprès des membres sortants. Les personnes semblent rejoindre notre organisation pour ce qui peut être accompli localement. Un engagement pour des actions internationales devient plus important après plusieurs années au Rotary.

Ces deux groupes de réflexion ont perçu le Rotary comme étant quelque peu dépassé, une organisation où les hommes d'affaires tiennent une place centrale et une organisation élitiste, secrète et indéfinissable. Ces résultats n'ont pas changé depuis les enquêtes réalisées les années précédentes. Ces perceptions semblent être renforcées par le fait que les participants n'ont aucune idée de ce que fait et a accompli le Rotary. Une opinion générale omniprésente est qu'il s'agit d'une organisation réservée aux hommes et où les femmes sont exclues.

Demander à des membres potentiels de rejoindre l'organisation sans qu'ils ne connaissent ses réussites et ses accomplissements, associé à une perception négative du Rotary constituent des obstacles très importants à la capacité des clubs à recruter.

Dans certaines régions, des organisations caritatives de taille importante ont assuré une mauvaise gestion de leurs fonds et de leurs actions. C'est pourquoi, elles sont perçues avec un certain scepticisme. Les participants ont indiqué qu'une transparence financière et une mission, une structure et des résultats clairs sont la clé de leur implication éventuelle.

#### Bénévolats et développement de réseaux

En règle générale, les participants sont enclins à faire du bénévolat mais ils disposent d'un large éventail d'options. Au travers de relations personnelles, locales ou par des organisations importantes telles que R.I., la plupart d'entre eux croient au bénévolat. Cependant, ils veulent comprendre en profondeur la mission de l'organisation ou du club, ce qu'ils accomplissent réellement, ce qu'ils attendent des bénévoles et leur niveau de souplesse. Des différences sont apparues entre les régions sur le

développement des réseaux, perçu par certains comme une activité professionnelle et par d'autres comme une activité normale et quotidienne. Notre étude ne conclut pas que le développement des réseaux est la raison principale d'appartenance à une organisation. Cependant, la notion de créer des liens d'amitié a une connotation positive.

### Temps à consacrer

Associer un emploi du temps chargé à un engagement minimum est un point critique pour tous les groupes de réflexions. Il est très important de noter qu'à partir du moment où la notion de temps minimum à consacrer est avancée, une fois par semaine ou deux fois par mois, une réponse systématique des participants était qu'ils ne pouvaient pas prendre un tel engagement. Des commentaires indiquaient qu'ils souhaitaient équilibrer davantage leurs vies personnelles et professionnelles. Ils ne sont pas prêts à sacrifier leurs loisirs pour le bénévolat. Ils recherchent avant tout des options leur offrant le choix d'intégrer ces activités à leur temps libre.

### Message du R.I.

Le message général du R.I. est perçu comme dépassé, long, trop générique et pompeux. Il n'apparaît pas rassembleur aux yeux des participants et ne les encourage pas nécessairement à rechercher davantage d'informations et à vouloir s'impliquer. Le message doit être clair, concis et spécifique.

La mission qui stipule que l'organisation fait la promotion d'une haute éthique a été accueillie dans deux régions avec scepticisme.

*La promotion d'une haute éthique sonne bien, mais pourquoi existe-t-elle ?*

L'utilisation du mot « leader » en anglais a suscité de nombreux commentaires. Ce terme était parfois perçu comme sectaire et élitiste.

### Recommandations

Les recommandations suivantes sont formulées pour répondre aux défis identifiés durant les groupes de réflexion :

- Relations publiques du club : Encourager les clubs à placer des messages d'intérêt public et à publier des articles décrivant les actions du club dans la presse locale. Les clubs constituent le lien avec la collectivité locale pour faire connaître l'existence et le message de l'organisation.
- Actions et réussites : Un effort publicitaire doit valoriser les actions d'intérêt public du club dans la collectivité pour attirer des personnes désirant s'impliquer activement.
- Outils de relations publiques : Le Rotary fournit des outils pour les clubs et districts. Ceux-ci ont besoin d'être mieux évalués et communiqués aux clubs et districts.
- Des publicités ciblées : Diffuser des publicités et messages spécifiquement ciblés pour les femmes ou les personnes plus jeunes. La perception que les femmes ne sont pas les bienvenues au Rotary doit être corrigée.
- Un effort constant de communication : Il existe une multitude d'options pour que le Rotary puisse de manière continue faire passer son message auprès du grand public.
- Messages du R.I. : Créer des messages concis, clairs et spécifiques à la mission du Rotary, ce que font le Rotary et les Rotary clubs au niveau local. Les messages sont souvent destinés aux Rotariens. Ils doivent être pertinents et s'adresser également aux non-Rotariens et aux membres potentiels. Les messages doivent être testés auprès d'une variété de groupes démographiques non-Rotariens pour vérifier la clarté du message et son efficacité.
- L'amitié et l'esprit de famille doivent être mis en avant dans la promotion destinée aux membres potentiels.

- Assiduité : Encourager les communications des clubs à l'attention des membres potentiels faisant la promotion d'une assiduité à 50 % plutôt qu'à 100 %. Avec le mode de vie actuel, les engagements professionnels et personnels, une assiduité à 100 % n'est pas réaliste. De plus le minimum requis par les statuts du Rotary fait état d'une assiduité minimale à 50 %.
- Nouveaux outils de promotion : Utiliser de nouveaux médias et technologies pour faire connaître le message du R.I. Le secrétaire général étudie l'utilisation de nouveaux axes de communication tels que les sites Internet *You Tube*, *FaceBook*, *Linkedin*, *Orkut*, *Bebo*, *Hi5*, etc., qui gagnent actuellement énormément en popularité. De nouvelles technologies sont également employées pour la formation en ligne et à des fins de communication.
- Conseil de législation : Elaborer et soumettre des propositions d'amendement et de législation pouvant avoir un impact sur les défis identifiés, par exemple la fréquence des réunions, le rôle des cyberclubs, une catégorie alternative de membres, etc.
- Opportunités en termes d'effectif : Cibler les groupes démographiques identifiés dans le Plan stratégique du R. I. : les jeunes professionnels des générations X et Y, les baby boomers, les femmes actives etc. Les défis particuliers en termes d'engagement et de temps à consacrer doivent aussi être abordés.
- Identifier quelle sera la meilleure approche pour attirer ces groupes-cibles.

Encore une fois, le but de cette étude était d'identifier les obstacles et les défis en termes d'effectif que rencontre le R.I. avec deux groupes démographiques spécifiques. Tant qu'une certaine concurrence avec d'autres organisations existe et s'intensifie, il est utile et bénéfique de tester la perception que le grand public a de notre organisation. Toute observation ou commentaire critique ou négatif permettra d'améliorer nos communications, notre message et notre politique générale.

Les rapports de chacun des groupes de réflexion peuvent être obtenus en en faisant la demande auprès des services Développement de l'effectif du Rotary International.

Les tendances en termes de bénévolat, des efforts humanitaires des organisations de grande taille et de développement des réseaux professionnels peuvent être consultées en parallèle de cette étude.

Il existe une multitude d'options pour s'impliquer dans la collectivité, l'action humanitaire internationale et le bénévolat et pour nouer des relations amicales et professionnelles. En effectuant une recherche Internet en utilisant les termes « *Volunteer Match* » (« recherche de bénévoles ») pour Chicago, 789 résultats ont été obtenus. À St Louis (Missouri), la même recherche a eu 374 résultats et à Boston, 933. L'action humanitaire et la philanthropie soutenues par les compagnies multinationales sont devenues très répandues et bien acceptées par l'opinion publique.

- Home Depot (grande chaîne de magasins de bricolage) soutient l'organisation *Kaboo* qui construit des aires de jeux pour enfants.
- Dove finance des formations d'épanouissement personnel pour jeunes adolescentes.
- Target (grande chaîne de magasin) soutient de nombreuses activités caritatives telles que la Croix-Rouge, l'Armée du Salut, un fonds de bourses pour étudiants noirs, *Kids In Need* et des écoles locales.
- Disney soutient *Make A Wish* et la Croix-Rouge.
- Starbucks soutient une fondation internationale pour la jeunesse et les autistes.
- Johnson & Johnson soutient des organisations telles que *Save The Children*, *Operation Smile* et possède sa propre fondation.

Plusieurs secteurs professionnels ont à leur disposition des associations qui offrent une formation continue et la possibilité de développer des réseaux. De plus, des sites tels que LinkedIn deviennent très populaires pour rester en contact avec ses anciens collègues.

Pour finir, de nombreuses possibilités sont désormais offertes pour donner de son temps et de son argent à des causes bien spécifiques et pour se mettre en contact avec d'autres personnes partageant des intérêts professionnels et personnels similaires.