

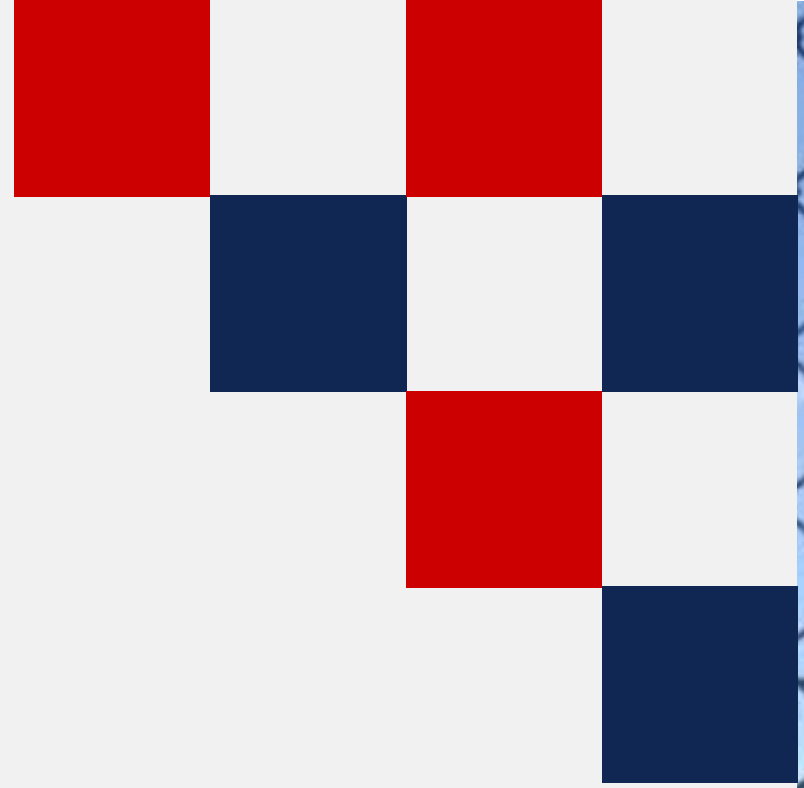
Le 25 avril 2023

L'EXPÉRIENCE DES BÉNÉVOLES DANS LES ÉVÉNEMENTS SPORTIF: FACTEURS ET IMPACTS À LONG TERME

Erik L. Lachance, Ph.D.

 5e colloque québécois sur l'organisation d'événements sportifs et la gestion d'installation sportive



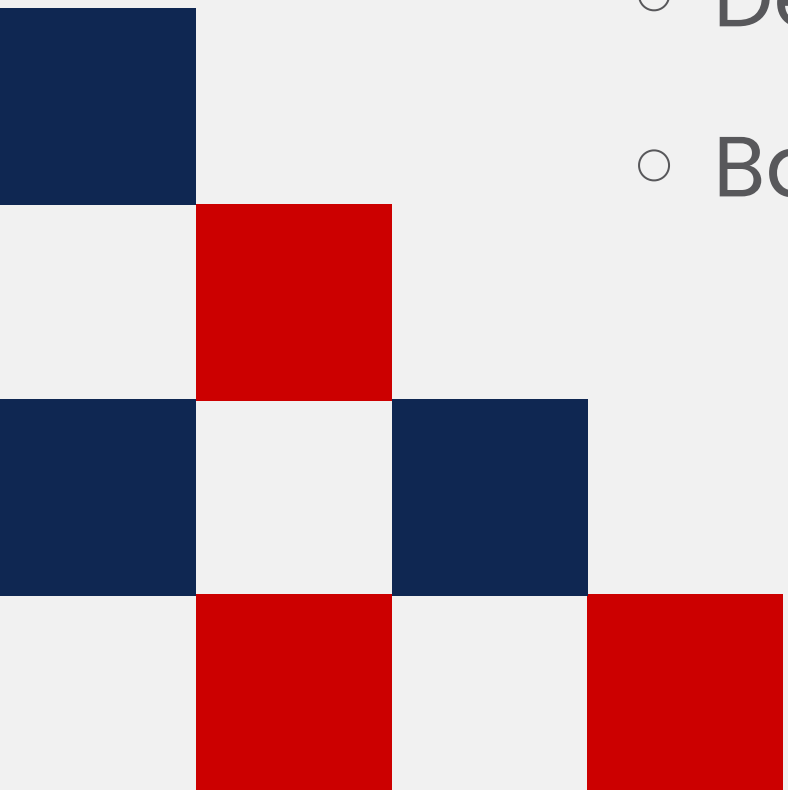


Inspiration!





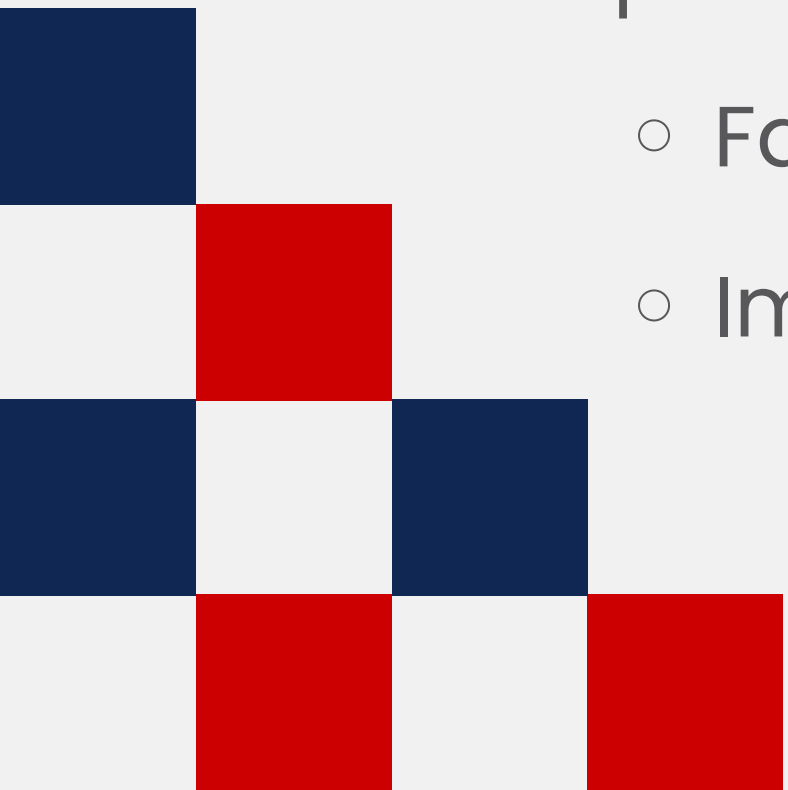
Problèmes de gestion!

- Recrutement et rétention des bénévoles d'événements sportif :
 - Manque de temps ;
 - Demandes/Engagements personnels ou professionnel ; et
 - Barrières (ex. socio-économique).
- 

***Qu'en est-il de
l'expérience de nos
bénévoles ?***



Objectif du projet de recherche :

- Comprendre l'expérience des bénévoles dans les événements sportif :
 - Facteurs
 - Impacts à long terme
- 

Chronologie du projet :

*Understanding the Sport Event
Volunteer Experience in the
Implementation Mode of a Para-
Sport Event: an Autoethnography*

*Examining Changes in Sport
Event Volunteers' Motivation,
Satisfaction, Commitment,
Sense of Community: Evidence
from a Pre-Post Event Design*

*Volunteer Retention: Examining
Intentions and Behaviours in
the Wrap-Up Mode of a
Professional Recurring Small-
Scale Sport Event*

**Lachance &
Parent (2020)**

**Lachance &
Parent (2021)**

**Lachance et
al. (2021)**

**Lachance et
al. (2022a)**

**Bakhsh et al.
(2021)**

**Lachance et
al. (2022b)**

*The Volunteer Experience
in a Para-Sport Event: An
Autoethnography*

*What Predicts the Sport Event
Volunteer Experience? Examining
Motivation, Satisfaction,
Commitment, and Sense of
Community*

*Outcomes of the Sport Event
Volunteer Experience: Examining
Demonstration Effects on First-
Time and Returning Volunteers*

Contexte :

- Tournoi de golf professionnel dans la région de Toronto, Ontario.
- 250 bénévoles.



Échantillon :



68%

*Homme;
(30% femme;
2% aucune réponse).*



48%

*Participants âgé(e)s
entre 60 et 69 ans
(min: 18; max: 82).*



47%

*Participants ont
un revenu familial
dépassant \$70,000 (CAD).*



61%

*Participants ont une éducation
post-secondaire (collégiale
et/ou universitaire).*



31%

*Participants s'étaient déjà
portée bénévole pour
l'événement.*



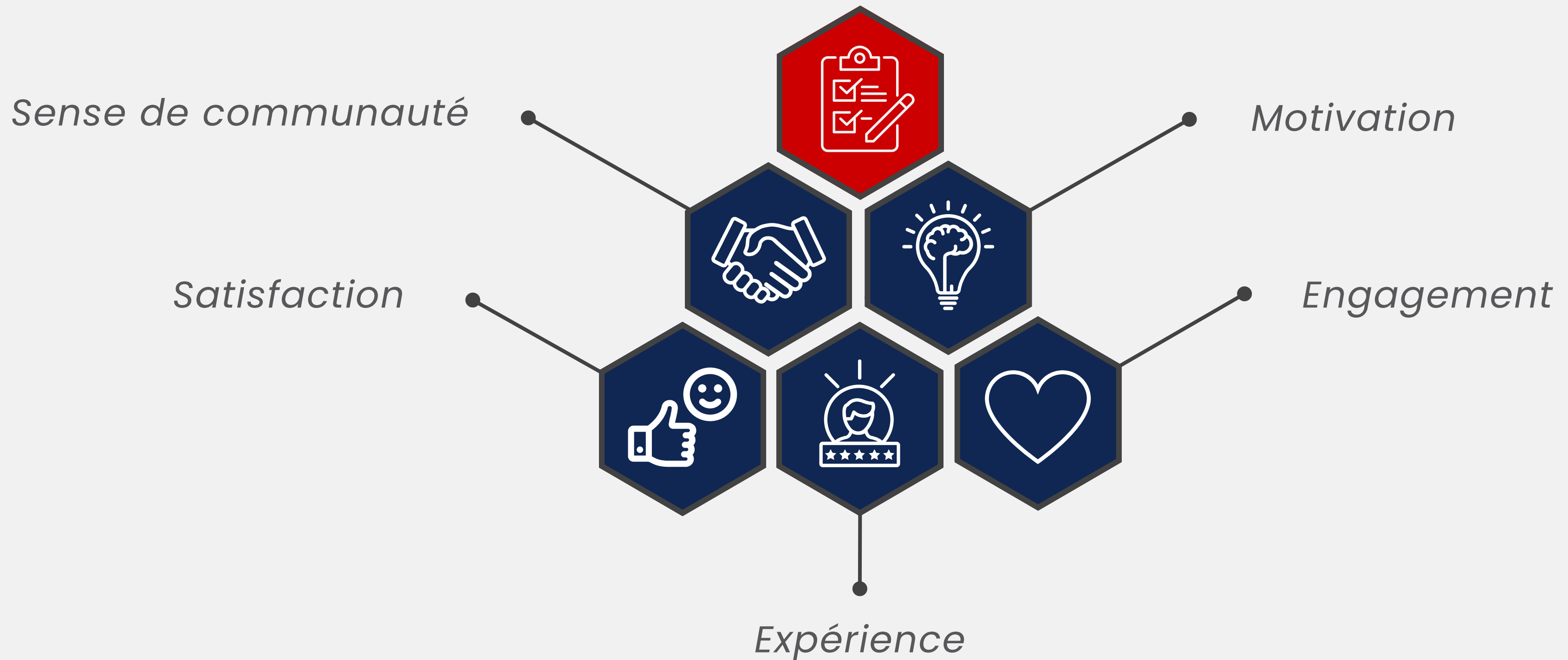
72%

*Participants connaissaient
quelqu'un d'autre qui s'était
déjà porté bénévole pour
l'événement.*

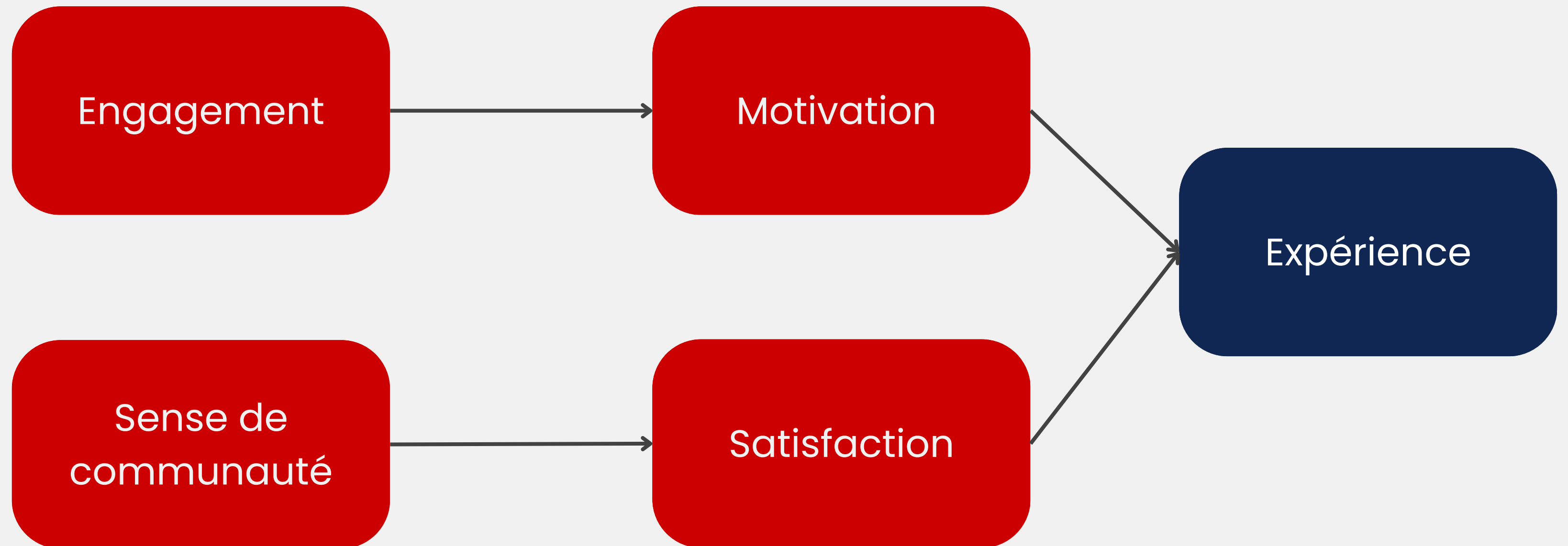
L'expérience des bénévoles d'événements sportif



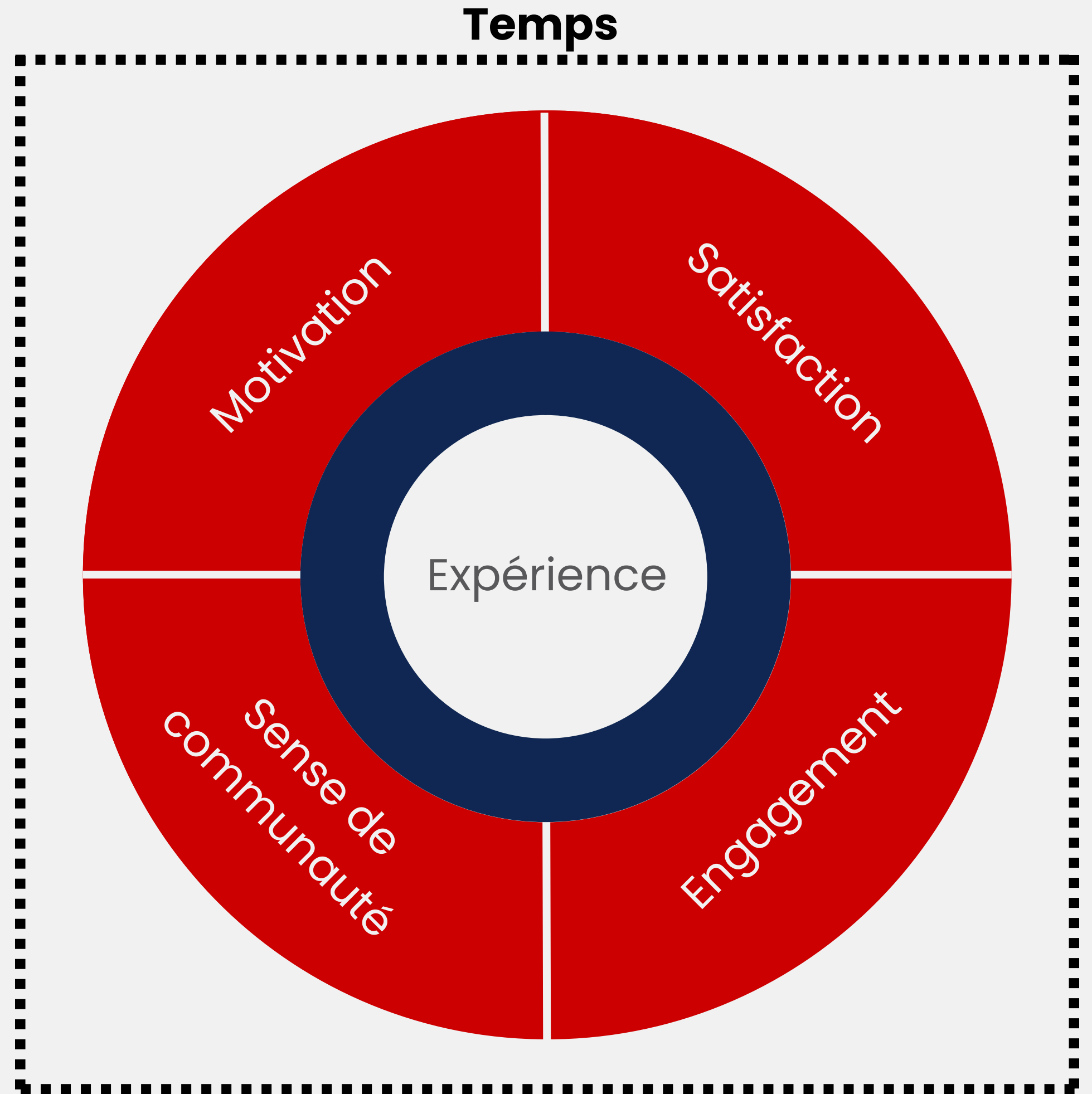
Questionnaire : Expérience des bénévoles d'événements sportif



Facteurs prédictifs :



L'expérience des bénévoles d'événements sportif



Avant vs. après l'événement :

- Changements significatifs observés pour satisfaction, engagement et sense de communauté.



Avant → ***M=3.58***

Après → ***M=4.03***

Satisfaction



M=4.18

M=4.51

Engagement



M=3.90

M=4.46

Sense de communauté

***Qu'en est-il de la
motivation ?***

Avant vs. Après L'Événement

- Motivation est plus important auprès des bénévoles avant que l'événement débute :
 - Changements positifs observés avant versus après l'événement, mais insignifiant d'un point vue statistique.

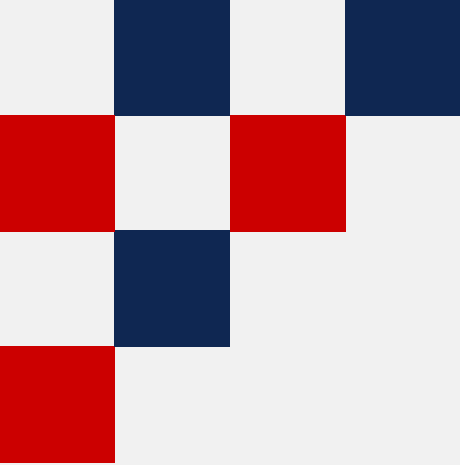


Avant → ***M=3.45***

Après → ***M=3.69***

Motivation

***Qu'en est-il de
l'impact des
bénévoles après
l'événement ?***



Impacts à long terme :

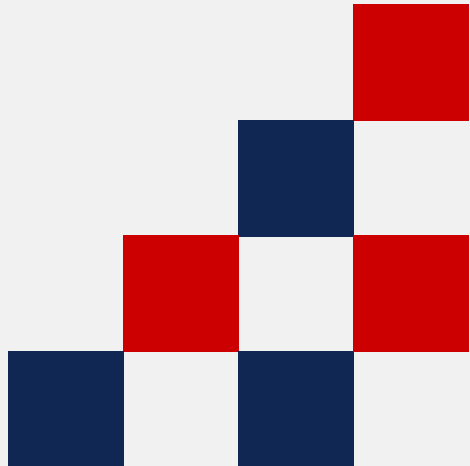


Intention

- Immédiatement après l'événement.



Comportements

- Dix mois après l'événement.
- 

Intention :

- L'expérience a permis de créer des intentions positives chez les bénévoles :



M=4.70

J'ai l'intention de me porter
bénévole pour l'Osprey Valley
Open l'année prochaine.



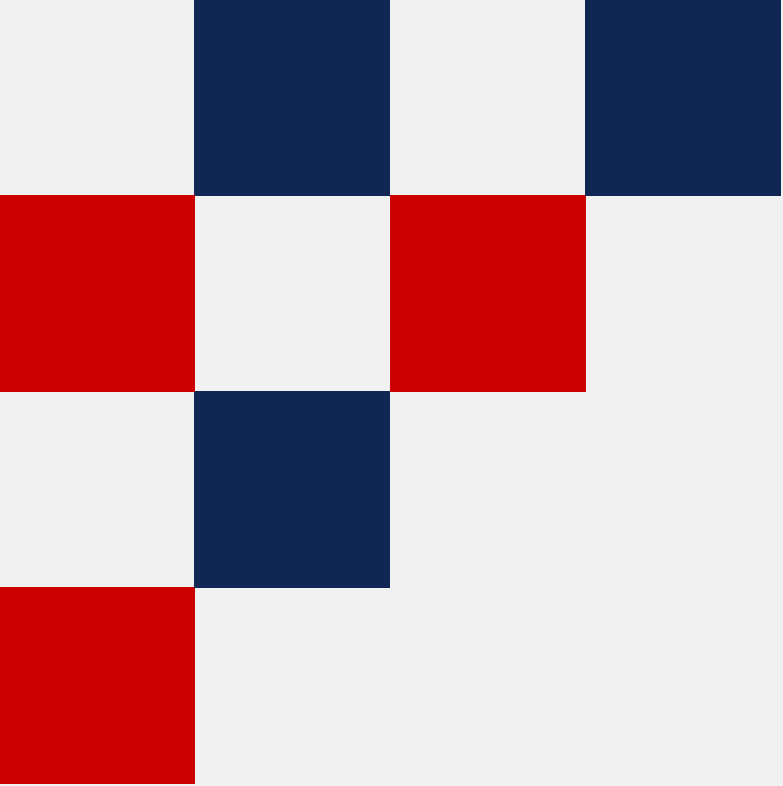
M=3.94

Je me porterai bénévole lors
de futurs événements sportif
au cours de l'année à venir.

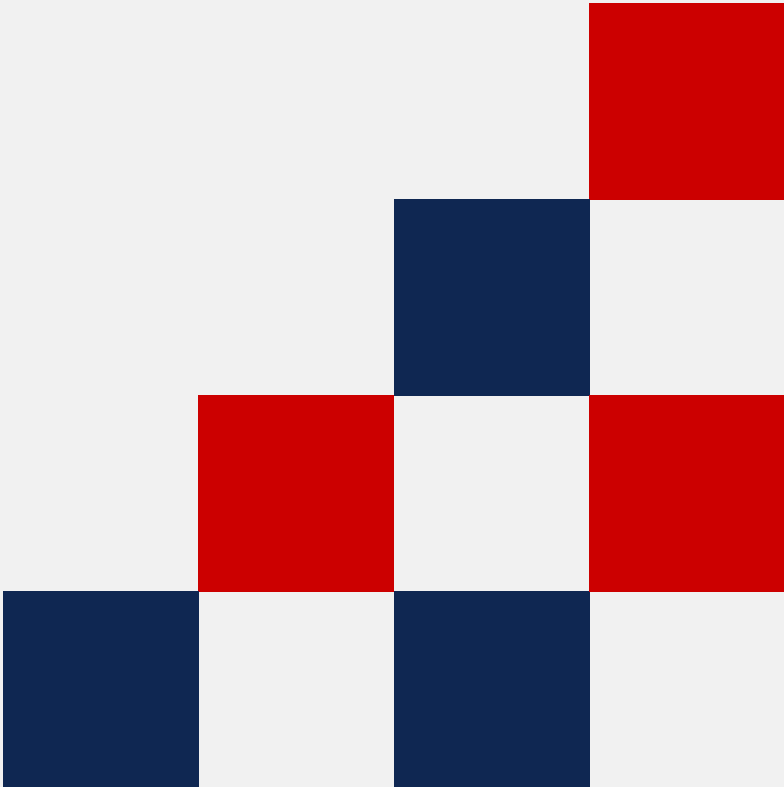


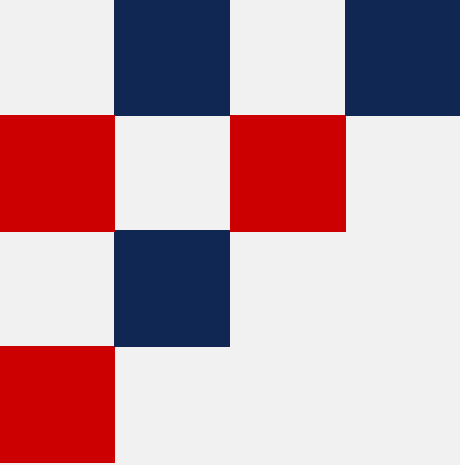
M=4.34

Je ferai du bénévolat au cours
de l'année à venir.



Intention :

- Differences entre les types de bénévoles :
 - Les bénévoles qui s'engagent pour la première fois sont plus inspirés que les bénévoles récurrents.
- 



Comportements :

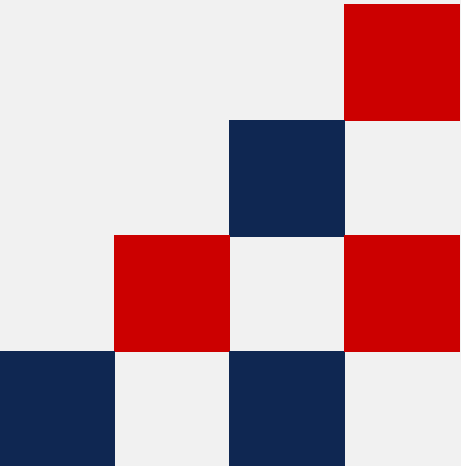


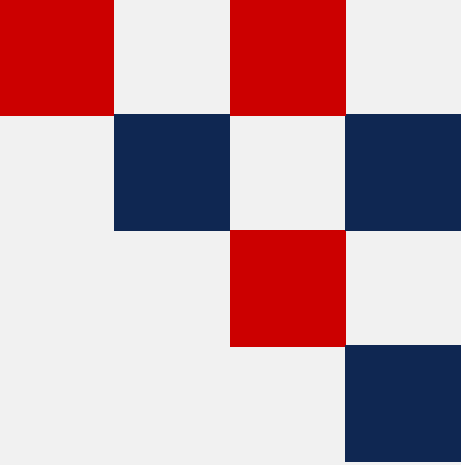
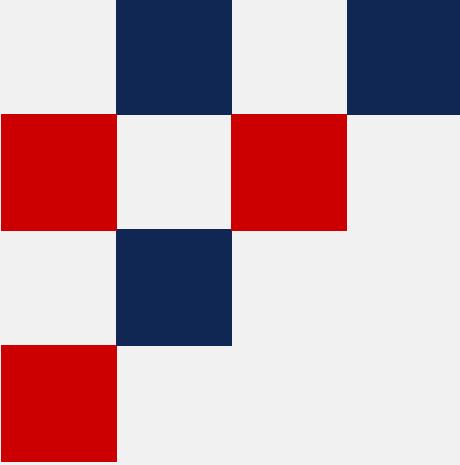
Durabilité

- Les intentions positives demeurent dix mois après l'événement.



Contextes

- Présence des comportements formels de bénévolat :
 - Sportif ; et
 - Non-sportif.
- 



Comportements : Facteurs

*"I feel the need to contribute
to the success of the event."*

*"I enjoy giving back,
particularly when it comes to golf."*

**Interaction
sociale**



"enjoyed meeting new people."

*"all volunteers are friendly, obliging,
and collectively try to make sure
the event is successful."*

**Contributions
à la
communauté**



**Amour
pour le
sport**



*"I enjoy the game of golf and feel
privileged to be inside the ropes."*

*"I love golf and saw a lot
of great golf from volunteering."*

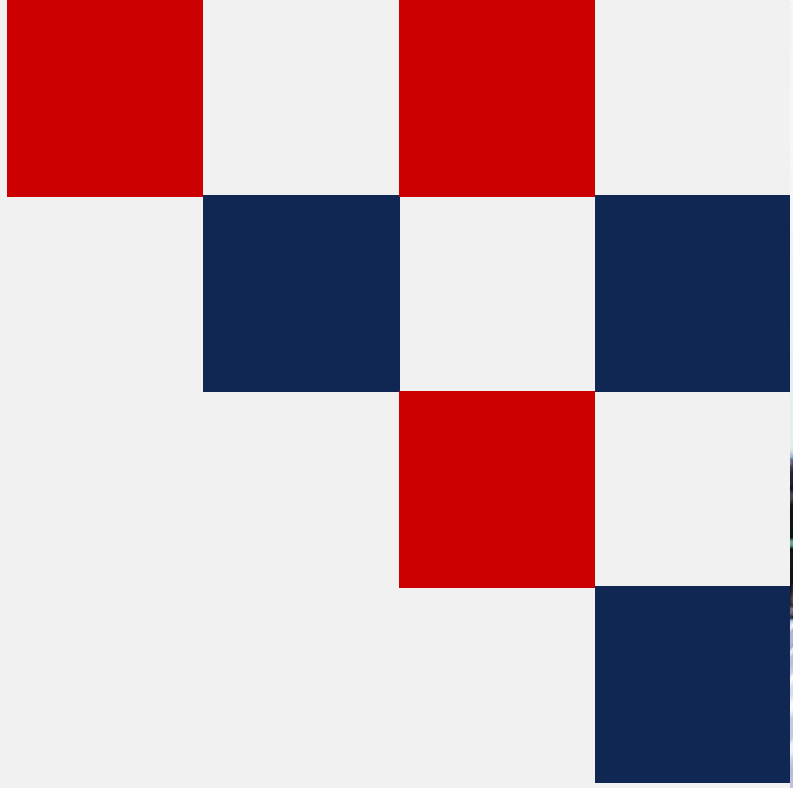
Comportements : Contextes

Sportif

- Association hockey mineur
- Tournoi professionnel de golf (ex. Omnium Canadien RBC)
- Tournoi de golf amateur (ex. provincial, local)
- Organization provinciale de curling

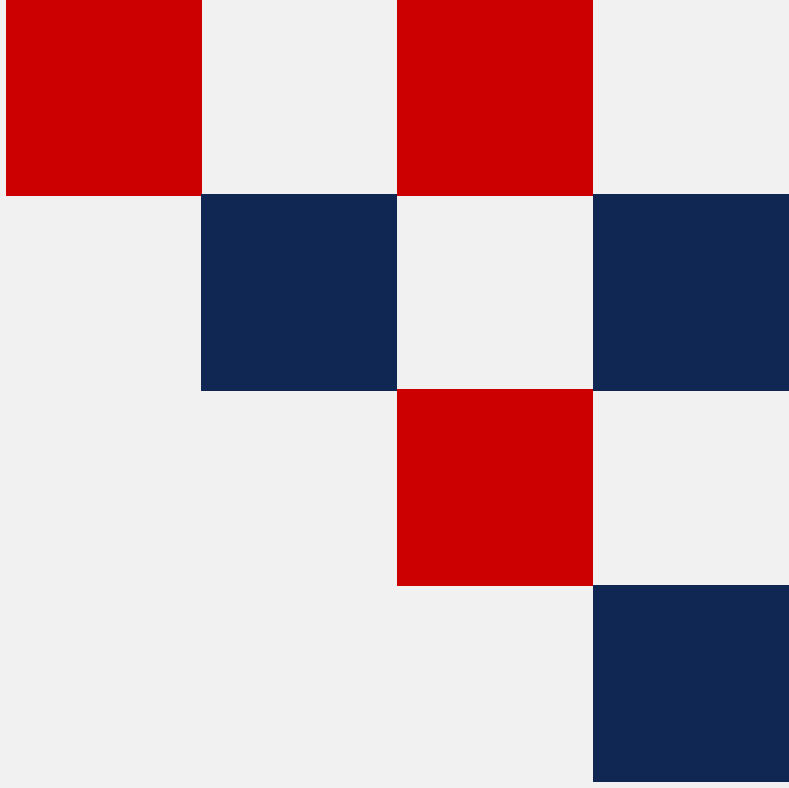
Non-Sportif

- Organization de services sociaux (ex. soupe communautaire)
- Église locale
- Organization à but non-lucratif (non-spécifiée)

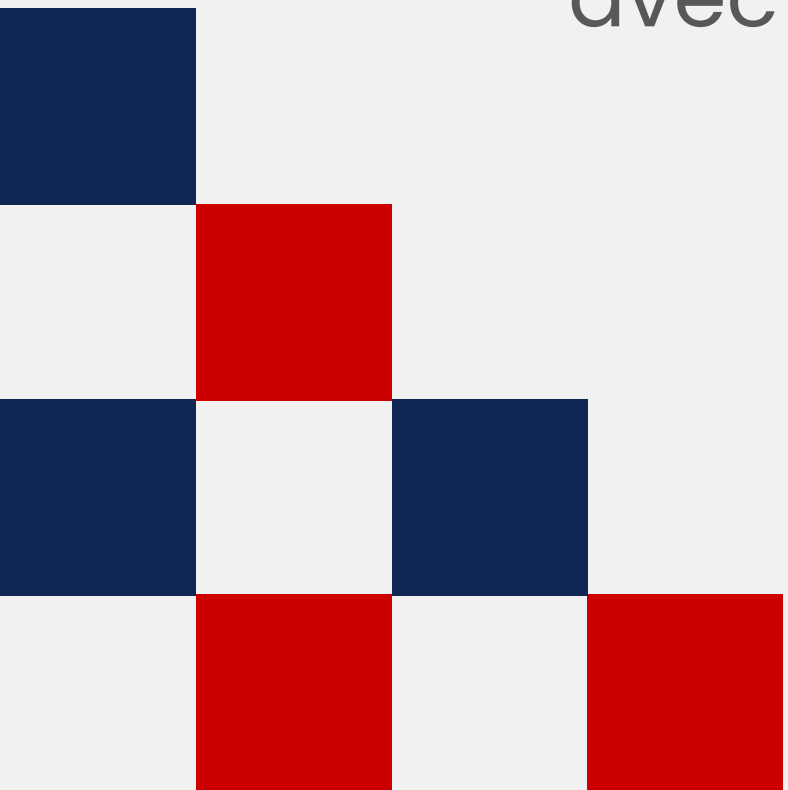


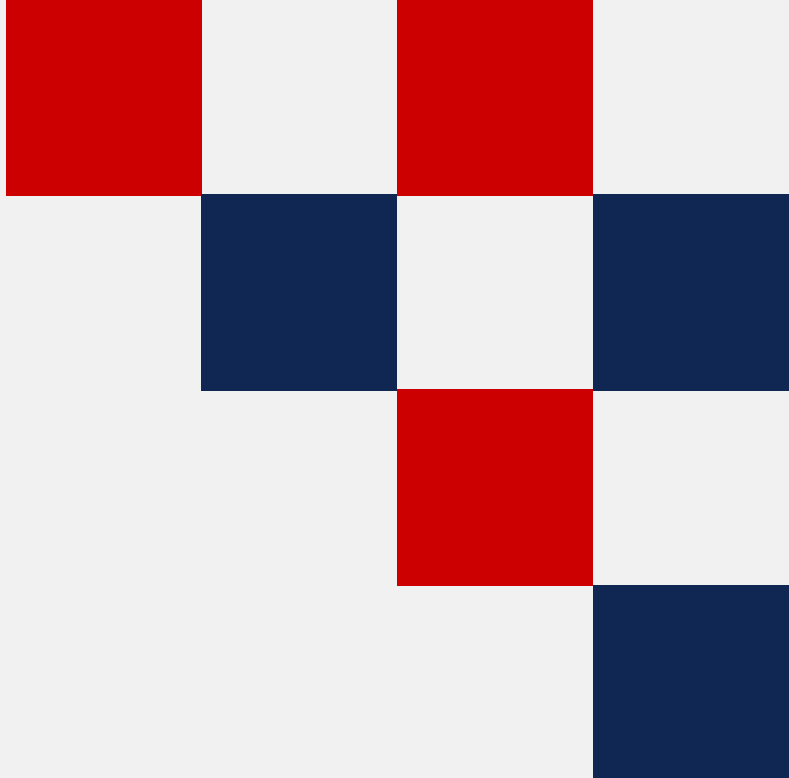
Stratégies de gestion!



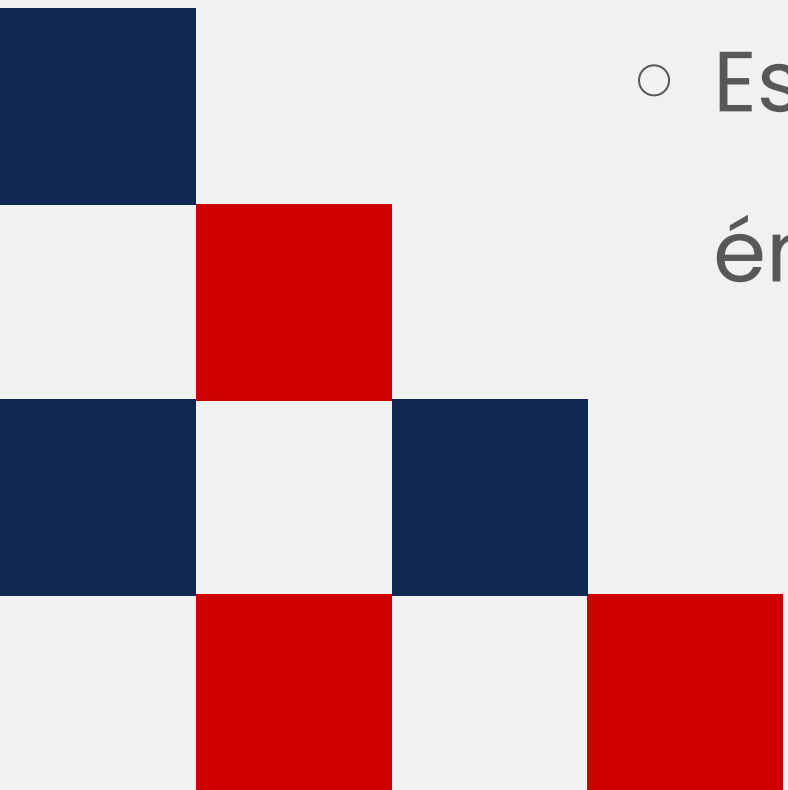


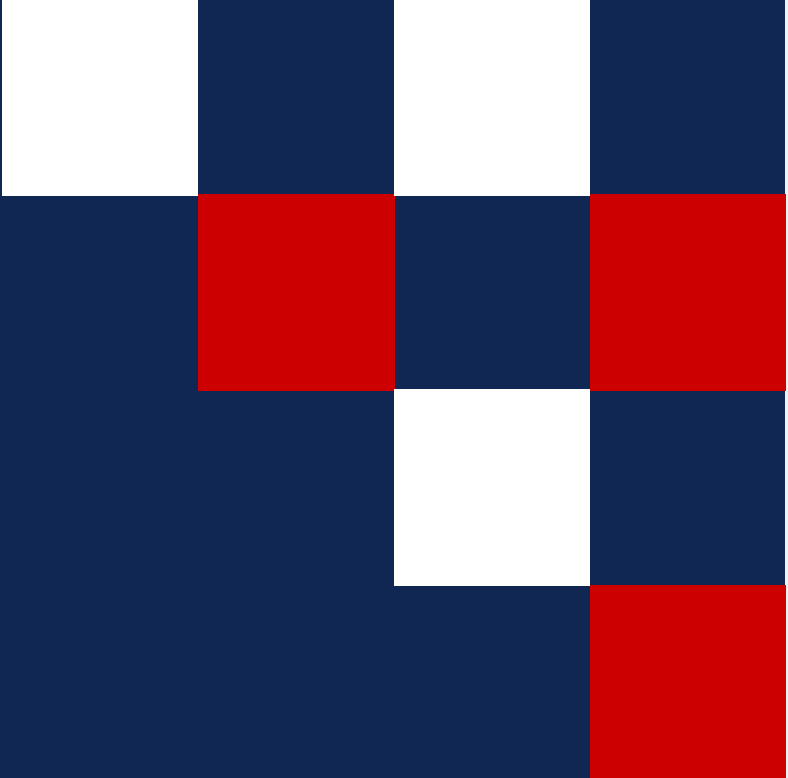
Stratégie #1 :

- Promouvoir une expérience positive auprès des bénévoles débute avec la motivation et la satisfaction.
- 



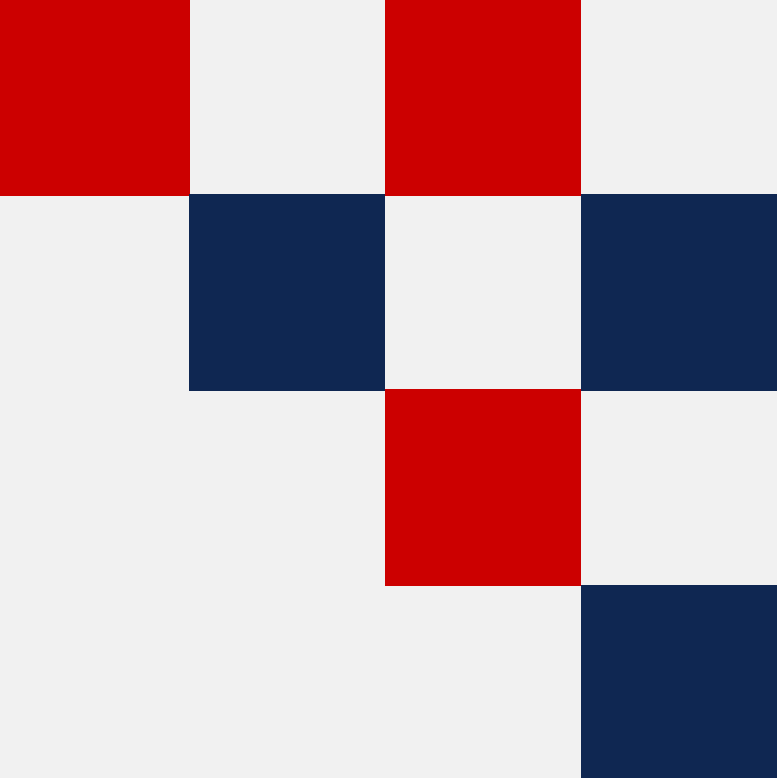
Stratégie #1 :

- Motivation :
 - Interroger les bénévoles avant l'événement afin de déterminer leurs raisons pour être impliquées.
 - Essentiel de répondre aux motivations pour établir un lien émotionnel.
- 

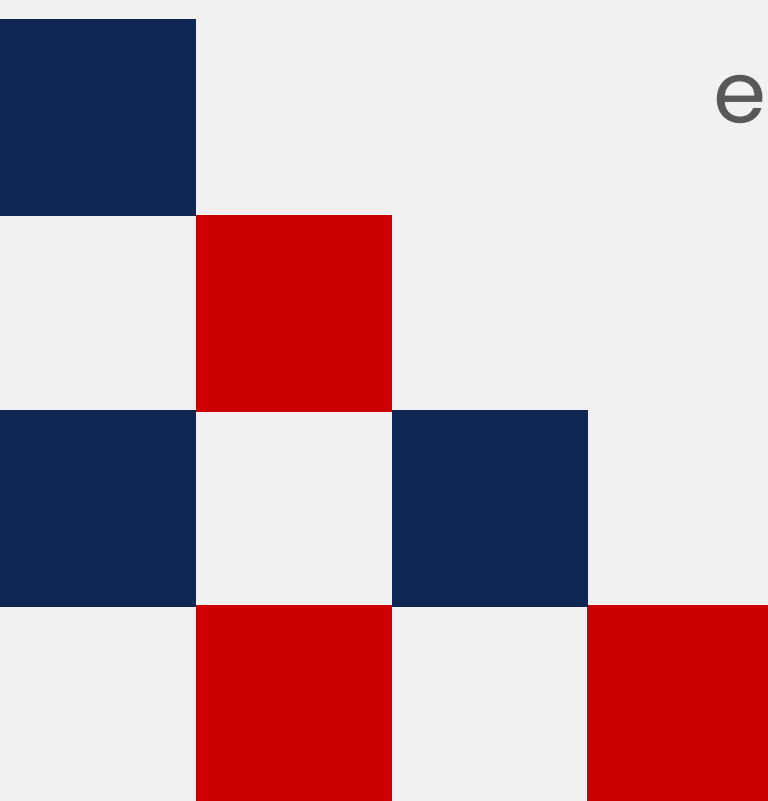


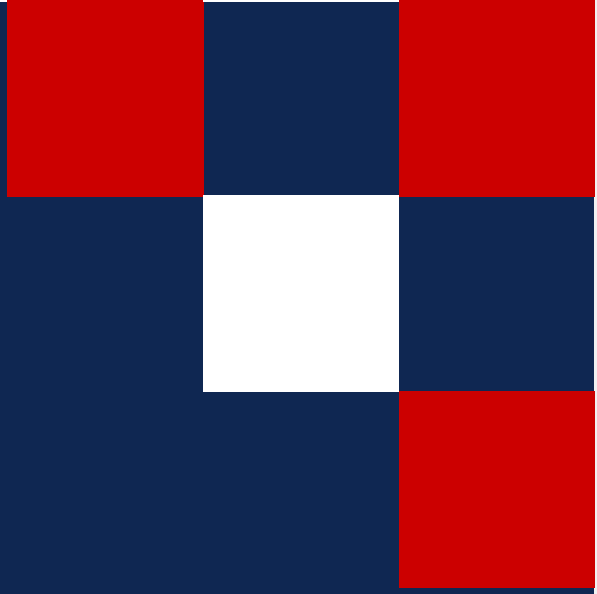
Stratégie #1: Motivation

- Stratégies à considérer:
 - Formel: Question incluse dans une application de bénévolat / Question demandée pendant un entrevue de sélection.
 - Informel: Discussion avec les bénévoles pendant les sessions d'orientation et de formation.



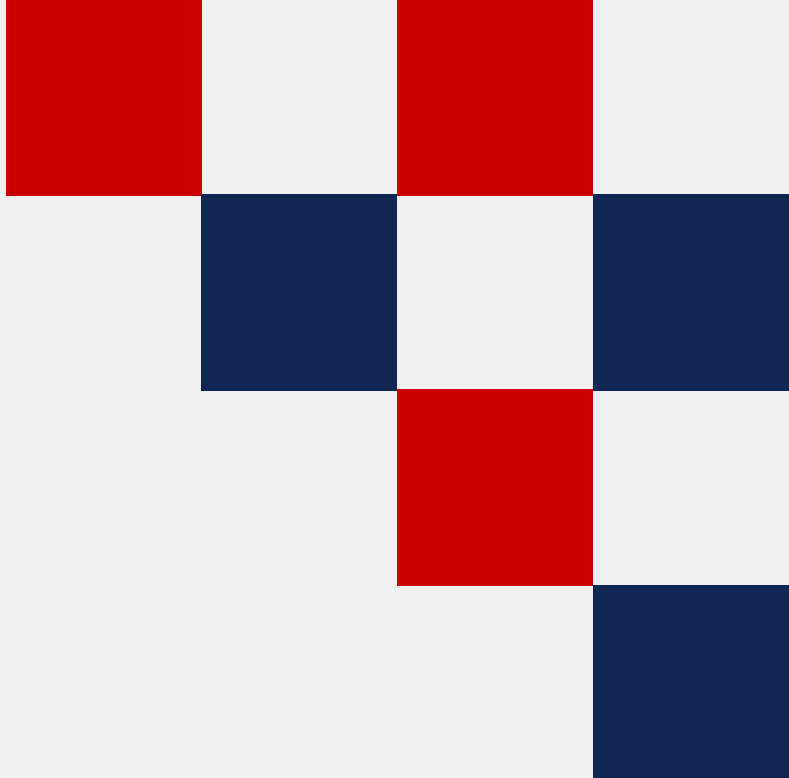
Stratégie #1 :

- Satisfaction :
 - Lié à l'importance des interactions et des relations sociales entre les bénévoles.
- 

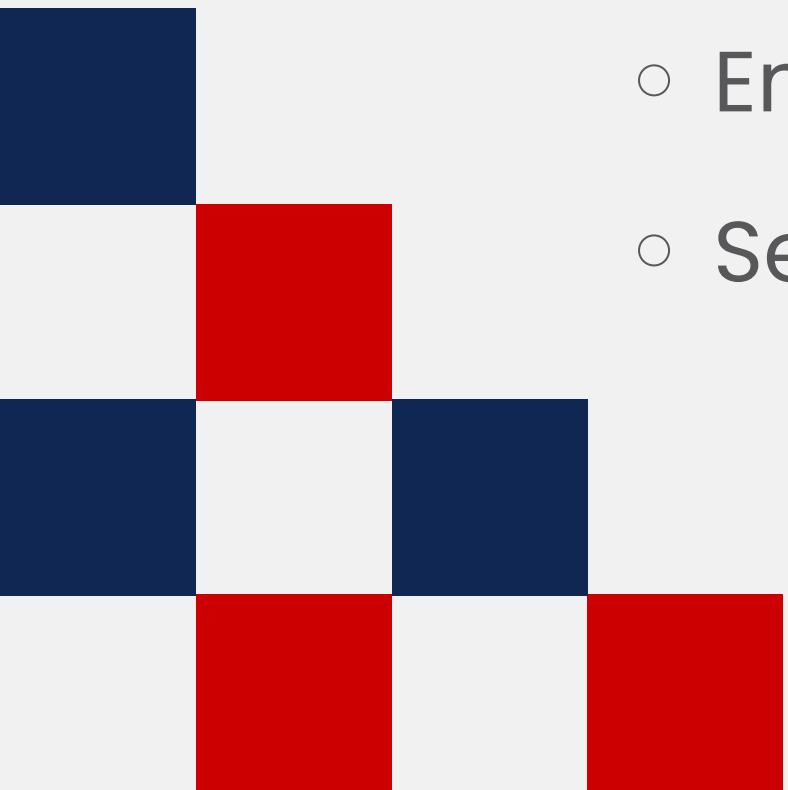


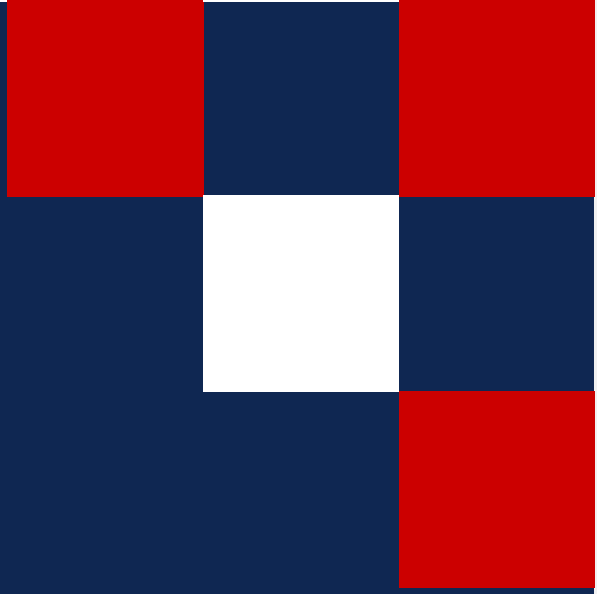
Stratégie #1: Satisfaction

- Stratégies à considérer :
 - Développer une identité (ex. uniformes, valeurs) et des objectifs communs entre les bénévoles et l'événement.
 - Allouer des opportunités pour des interactions sociales avant, pendant et après l'événement.



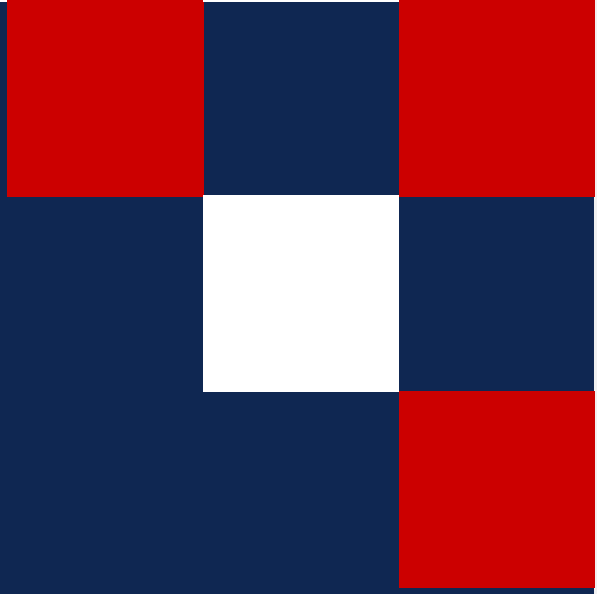
Stratégie #2 :

- Gestion de l'expérience des bénévoles pendant l'événement demande une concentration envers :
 - Satisfaction
 - Engagement
 - Sense de communauté
- 



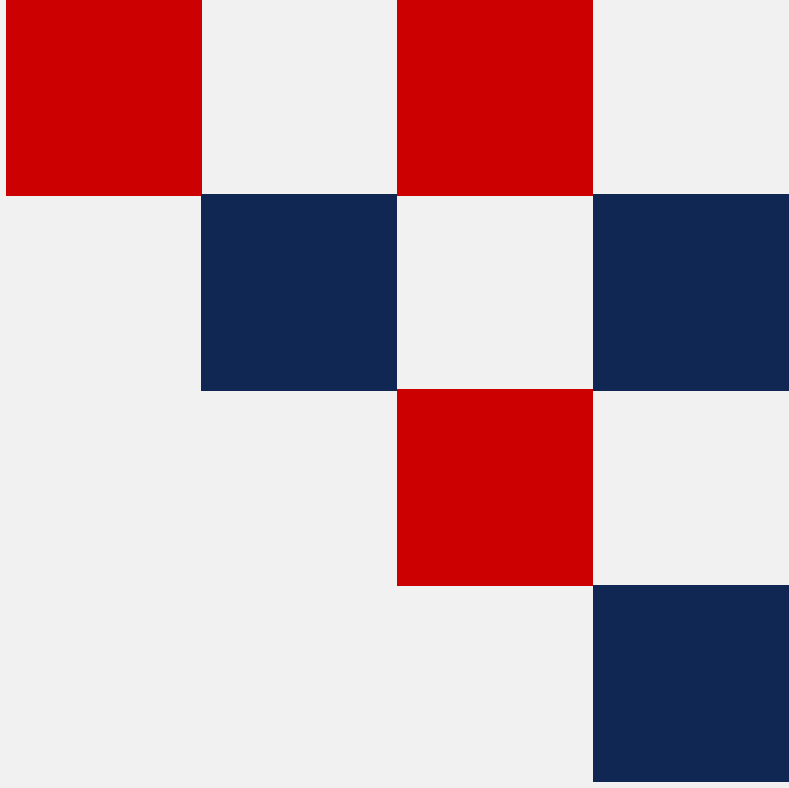
Stratégie #2: Satisfaction et Engagement

- Stratégies à considérer :
 - Interroger les bénévoles au sujet de leurs satisfaction et engagement avec le(s) rôle(s) assigné(s).
 - Interroger les bénévoles auprès des aspects sociaux (ex. identité commune, interactions inter-personnelles, culture).

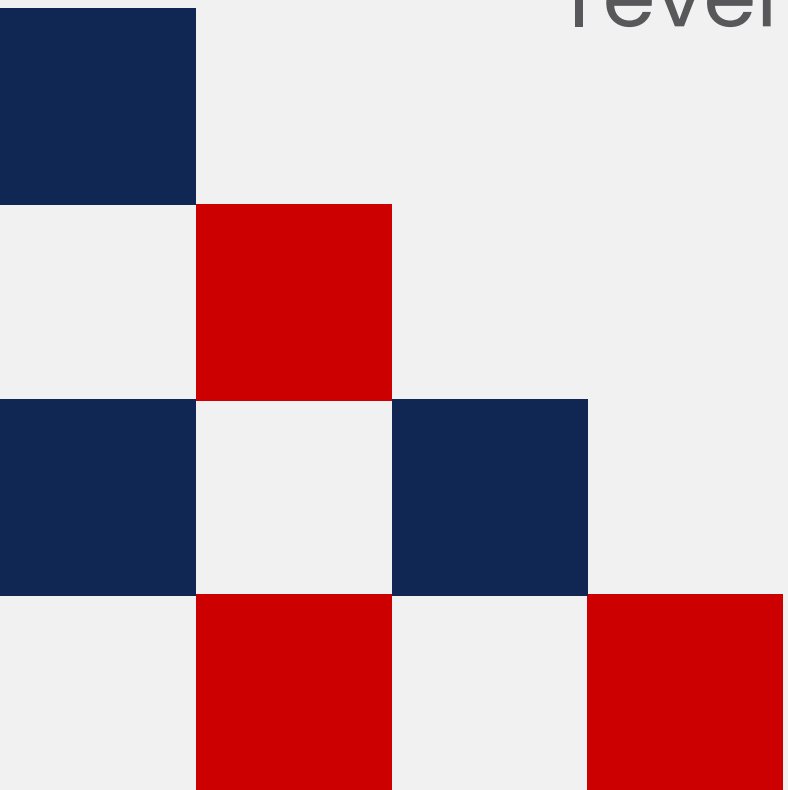


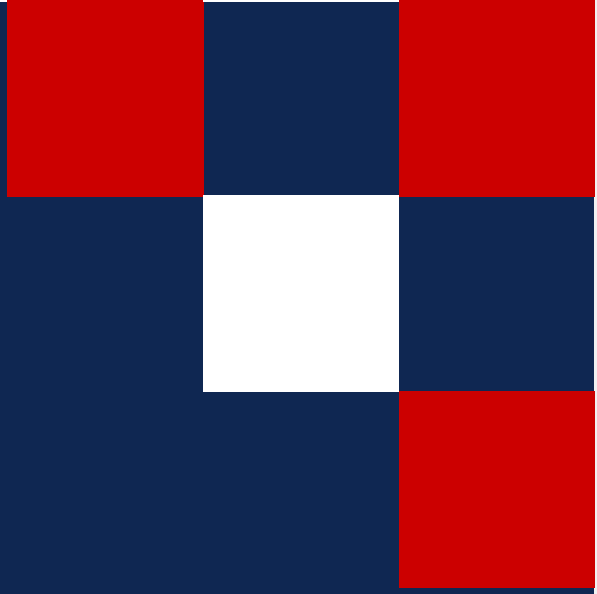
Stratégie #2: Sense de communauté

- Stratégies à considérer :
 - Promouvoir des opportunités formelles pour des interactions sociales avant (ex. orientation des rôles et des installations) et après l'événement (ex. soirée de remerciement/recognition, cadeaux, networking inter-personnel).



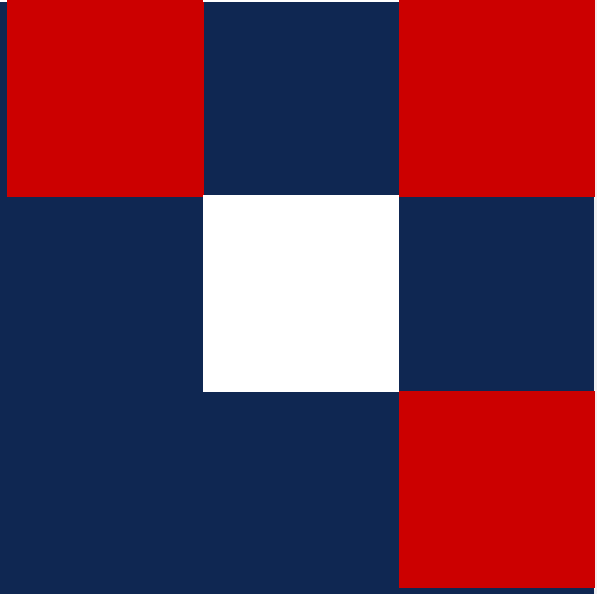
Stratégie #3 :

- Développez des intentions et des comportements positifs après l'événement.
- 



Stratégie #3: Intention et Comportements

- Importance de la gestion de l'expérience (positive) pendant l'événement :
 - Promouvoir de l'interaction sociale ;
 - Contributions à la communauté ; et
 - Profitez de l'amour pour le sport.



Stratégie #3: Intention et Comportements

- Potentiel pour des "legs" sociaux auprès des bénévoles dans la communauté/région hôte après l'événement.
- Justification pour l'organisation des événements afin d'atteindre des objectifs politiques (ex. hausse de participation dans le sport).

***Pouvez-vous
imaginer un monde
sans bénévoles ?***

(Thibault, 2004)

Merci! Questions?



Erik L. Lachance, Ph.D.

Post-Doctoral Research Fellow

Brock University

Courriel: elachance@brocku.ca

Twitter: [@ErikLLachance](https://twitter.com/ErikLLachance)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/erikllachance/>

Boîte à outils:

Articles académique!

