

les affaires

Le savoir d'entreprise

PAR



LE SAVOIR D'ENTREPRISE C'EST QUOI ?

Par l'intermédiaire du Savoir d'entreprise, Les Affaires souhaite offrir à ses lecteurs des connaissances de pointe provenant d'organisations désireuses de partager leur expertise.

Les contenus sont produits par l'organisation avec l'aide de l'équipe des Solutions B2B. Notez qu'à aucun moment, les journalistes de Les Affaires ne participent à la rédaction de ces articles. Pour plus d'information sur ce produit, veuillez communiquer avec savoirdentreprise@lesaffaires.com.

Le nouveau visage des donateurs



La culture philanthropique est l'une des conséquences heureuses d'une société ouverte sur le monde et connectée. Plus qu'un courant, c'est une manière de vivre, de penser. Conscients des problèmes sociétaux et désireux de faire une différence, les jeunes ont l'envie profonde d'aider autrui et d'être des ambassadeurs de bonnes causes. Au Québec, chez la génération Y, 59% ont fait un don en 2018¹.

Si l'on se fie aux résultats de la plus récente édition de l'Étude sur les tendances en philanthropie au Québec, on constate que les 23-38 ans donnent plus que la génération X². Leur façon de donner diffère également de celle des autres générations. Ils ont de nouvelles manières de collecter des fonds, plus dynamiques et participatives. « C'est la tendance chez les jeunes de s'intéresser à certains enjeux de sociétés ou à certaines maladies et de vouloir s'impliquer auprès d'organisations qui cherchent à trouver des solutions. Plus on en apprend, plus on est propice à se sentir interpellé et à vouloir faire une différence », avance Jean-Philippe Joyal, avocat chez Lavery Avocats et membre du Comité relève de la Fondation de l'Institut de Cardiologie de Montréal.

L'engagement sous diverses formes

Les jeunes professionnels changent le visage de la philanthropie. À travail égal, ils préfèrent opter pour une entreprise engagée socialement, soutenir des causes en achetant des produits associés ou en participant à des défis, et utiliser les réseaux sociaux pour garder le lien avec les organismes. « On peut faire une différence, ne serait-ce qu'en partageant sur Facebook un événement rattaché à une cause » explique Marie-Claude Bergeron, adjointe à la conformité et à la relation avec les investisseurs chez Alternative Capital Group et coprésidente du Comité relève de la Fondation de l'Institut de Cardiologie de Montréal.

Pour la relève, l'implication personnelle auprès d'un organisme ne doit pas nécessairement se matérialiser uniquement par sa présence à une soirée-bénéfice annuelle. « Il faut, avant tout, savoir constamment rester à l'affût

des occasions qui nous permettent de faire rayonner la cause qui nous tient à cœur », exprime monsieur Joyal. « Dans ce cas-ci, dès que nous pouvons sensibiliser les gens aux maladies cardiovasculaires ou faire valoir les impacts positifs de nouvelles méthodes de prévention, par exemple, il faut saisir ces occasions, car plus les gens en apprendront sur l'Institut de Cardiologie de Montréal, plus ils seront susceptibles de vouloir contribuer à son succès et à l'innovation ».

Le Comité relève de la Fondation de l'Institut de Cardiologie de Montréal

Chez les jeunes philanthropes du Comité relève de la Fondation de l'Institut de Cardiologie de Montréal, cette volonté de changer les choses est tangible et concrète. Dans cette vie qui va à cent milles à l'heure, ils sont 20 jeunes professionnels et entrepreneurs à prendre le temps de s'impliquer. Ensemble, ils se mobilisent pour appuyer et promouvoir cette cause qui les interpelle.

Des avantages professionnels et humains

Certes, la philanthropie permet aux jeunes professionnels d'agrandir leur réseau et de participer à des événements exclusifs, mais pas seulement, comme l'explique madame Bergeron : « On ne s'implique pas parce que ça paraît bien sur un curriculum vitae ou pour les occasions d'affaires. On s'engage pour faire une réelle différence. Pour sensibiliser la communauté et notre entourage à une cause qui nous est chère ».

La recherche et la prévention : toujours nécessaires

Si l'actualité semble toujours plus sombre, paradoxalement, le monde se porte mieux que jamais. Mais malgré les statistiques aussi étonnantes que réconfortantes, certaines zones d'ombre persistent, surtout du côté de la santé. Alors que la prévalence et la virulence de certaines maladies sont en baisse, d'autres problèmes – comme les maladies cardiovasculaires – guettent encore les hommes et les femmes. Dans ce contexte, la recherche et la prévention demeurent essentielles et les dons sont indispensables à la mission.

La soirée HeartBeat pour amasser des fonds

Afin de faire rayonner l'Institut de Cardiologie de Montréal et d'en assurer la pérennité, pour une 5e année consécutive, le Comité relève organise la soirée-bénéfice HeartBeat. Une manière originale, conviviale et festive de transformer les participants en donateurs.

L'événement, qui se tiendra le 22 novembre 2018, accueillera plus de 400 jeunes professionnels, entrepreneurs et philanthropes de la relève. Tous les profits amassés seront remis à la Fondation de l'Institut de Cardiologie de Montréal. C'est donc une occasion unique de pouvoir *réseauter*, tout en accomplissant une bonne action.

Devenez, vous aussi, des vecteurs de changement, et soutenez le Comité relève de la Fondation de l'Institut de Cardiologie de Montréal : soireeheartbeat.ca.

¹ Étude Épisode sur les tendances en philanthropie au Québec en 2020.

² Étude Épisode sur les tendances en philanthropie au Québec en 2020.