RÉSEAU DE
L'ACTION BÉNÉVOLE
DU QUÉBEC

Études sur le bénévolat en tourisme et culture



Avec la participation financière de :

Québec

Rappel méthodologique

Ce feuillet fusionne les résultats des deux études réalisées par le Laboratoire en Loisir et Vie Communautaire de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR) sous la direction de Julie Fortier, professeur, à la demande du Réseau de l'action bénévole du Québec (RABQ), et plus particulièrement le bénévolat des personnes de 50 ans et plus, demandé par le MESS.

En 2026, une étude a été menée auprès des bénévoles et l'autre auprès des gestionnaires. Le volet bénévole repose sur un questionnaire mixte auquel 85 personnes ont répondu, dont 65 sont âgées de 50 ans et plus. Le volet gestionnaire comprend 49 questionnaires complets, suivis également par un groupe de discussion. Les participants ont été recrutés par les réseaux partenaires et l'écosystème culture-tourisme.
L'échantillonnage est non probabiliste et la culture, particulièrement les bibliothèques, est surreprésentée. Les résultats décrivent donc les répondants sans représenter statistiquement l'ensemble du Québec.

La faible présence du tourisme constitue à la fois une limite et un résultat : ce bénévolat reste difficile à repérer par les canaux habituels.

INTRODUCTION

Le bénévolat constitue un maillon essentiel de l'offre culturelle et touristique au Québec et contribue directement à l'offre culturelle et touristique, à la vie communautaire et à la qualité de l'accueil. Il soutient l'accueil, l'animation, la logistique, la gouvernance, la transmission des savoirs et la vitalité des milieux. Or, les données issues des études menées auprès des bénévoles et des gestionnaires montrent que l'enjeu principal n'est pas une disparition de l'engagement : les bénévoles, particulièrement les personnes de 50 ans et plus, demeurent présents, réguliers et motivés. Le véritable défi se situe plutôt dans la capacité des organisations à soutenir cet engagement dans la durée. Pour préserver cette ressource essentielle, il devient nécessaire de passer d'une logique de recrutement continu à une stratégie plus complète d'expérience bénévole, fondée sur la proximité, la souplesse, la reconnaissance et le soutien organisationnel.

Pourtant, il demeure insuffisamment documenté, particulièrement en tourisme, alors que les organisations s'appuient fortement sur les personnes de 50 ans et plus. **Contrairement à la perception populaire, les données ne montrent pas une crise d'engagement des citoyens. Elles révèlent plutôt une crise de capacité organisationnelle**. L'idée principale de ces études est de comprendre comment passer d'une logique de recrutement continu à une stratégie complète d'expérience bénévole : enjeux de proximité, de souplesse, de soutien et de capacité organisationnelle. En préservant la vitalité de l'engagement tout en renforçant la capacité d'accueil des organisations, le bénévolat observé continuera d'être local, régulier, durable et profondément humain. Sa fragilité vient moins d'un désengagement généralisé que de la pression exercée sur les organisations pour recruter, accueillir, coordonner, soutenir et fidéliser les personnes bénévoles.

1. LES CHIFFRES À RETENIR

Ces chiffres montrent que les bénévoles de 50 ans et plus forment un pilier solide du bénévolat en tourisme et culture : ils sont nombreux, réguliers, engagés dans la durée et souhaitent continuer.

L'enjeu n'est donc pas tant de raviver leur motivation que de préserver les conditions qui leur permettent de rester actifs sans s'épuiser.

Les gestionnaires sont conscients que les bénévoles de 50 ans et plus constituent un bassin naturel de bénévoles.

- **77,5 %**
  des répondants ont 50 ans et plus.
- **79 %**
  pratiquent un bénévolat à l'année.
- **81 %**
  s'impliquent de façon régulière.
- **84 %**
  ont un engagement non saisonnier.
- **68 %**
  souhaitent poursuivre leur engagement aussi longtemps que possible.

Sans bénévoles, l'offre culturelle et touristique serait fortement réduite.

69,9 % des 50 ans et plus sont présents en culture, contre 9,6 % en tourisme. Cette sous-représentation appelle à mieux documenter le bénévolat touristique.

Les tâches couvrent l'accueil, les bibliothèques, l'administration, la gouvernance, la logistique événementielle, la communication, l'animation, le mentorat et le soutien technique.

- **91,5 %**
  des gestionnaires comptent sur les bénévoles de 50 ans et plus.
- **89,3 %**
  des organisations gèrent moins de 50 bénévoles.
- **76,9 %**
  des bénévoles donnent 30 heures ou moins par mois.

Qu'est-ce que ça nous dit ?

Le portrait est celui d'un bénévolat municipal, durable et polyvalent, porté par des personnes qui contribuent aussi à la coordination, à la transmission et à la gouvernance. Le bénévolat des 50 ans et plus constitue une ressource stable, fidèle et essentielle, mais cette stabilité peut devenir trompeuse : parce que ces bénévoles sont présents, réguliers et engagés, les organisations risquent de trop s'appuyer sur eux sans adapter leurs pratiques.

L'enjeu est donc de préserver cette force avant qu'elle ne s'épuise, en structurant mieux l'accueil, la répartition des tâches, la relève et la reconnaissance.

2. POINT DE VUE DES BÉNÉVOLES

Les motivations des bénévoles

Les motivations observées sont principalement humaines et communautaires :

- Servir une cause
- Aider les autres
- Se sentir utile
- Redonner à sa communauté
- Entretenir un sentiment d'appartenance
- Évoluer dans un milieu agréable
- Avoir du plaisir

Ces motivations montrent que le bénévolat doit être pensé comme une expérience relationnelle avant d'être une ressource opérationnelle. Ce qui attire et retient les bénévoles, c'est la possibilité de contribuer à quelque chose qui a du sens, dans un milieu humain, agréable et valorisant. L'enjeu pour les organisations est donc de nourrir ce lien : rendre la contribution visible, renforcer le sentiment d'utilité et créer des conditions d'engagement où les bénévoles ont plaisir à revenir.

La proximité déclenche le passage à l'action

La proximité recherchée par les bénévoles de 50 ans et plus revêt trois dimensions : géographique tout d'abord (un lieu accessible); relationnelle (être connu et sollicité personnellement) et symbolique (comprendre la cause et se projeter dans une tâche utile).

Ce qui donne envie de rester

D'après le sondage réalisé auprès des bénévoles, les éléments qui donnent le plus envie de rester sont :

- Aimer ce que l'on fait et éprouver du plaisir;
- Se sentir utile et constater sa contribution;
- Œuvrer dans un milieu amical;
- Pouvoir s'impliquer avec souplesse;
- Recevoir de la confiance, des outils et un soutien adapté.

Pour fidéliser les bénévoles, les organisations doivent moins miser sur des mécanismes formels de reconnaissance que sur une expérience quotidienne positive : du plaisir, de l'utilité concrète, un climat humain, de la souplesse et un soutien réel.

Les risques de décrochage

D'après les deux études menées, les principaux risques de décrochage sont organisationnels, bureaucratiques et relationnels, davantage que technologiques ou physiques.

Certains avantages ne sont pas perçus comme tels par les bénévoles de 50 ans et plus. Ainsi, les avantages matériels, les certificats, prix et les récompenses honorifiques ne sont pas des récompenses nécessaires pour eux. De plus, les bénévoles répondants indiquent ne pas être motivés par des perspectives d'emploi.

L'enjeu stratégique est de penser la gestion du bénévolat comme une expérience humaine plutôt qu'une fonction administrative.

3. LES BESOINS DES GESTIONNAIRES DE BÉNÉVOLES

- 44,7 % demandent de l'aide au recrutement.
- 34 % souhaitent davantage de reconnaissance et de valorisation.
- 25,5 % demandent un soutien au recrutement ciblé des 50 ans et plus et 23,4 % un soutien au financement.
- 19,1 % désirent de l'aide à l'encadrement et 19,1 % une politique de soutien.
- 76,1 % seraient intéressés par une plateforme de gestion si elle est simple, locale et peu chronophage.

Le risque majeur est de demander toujours davantage aux mêmes bénévoles alors que les organisations disposent de moins en moins de temps pour les accueillir et les soutenir. Ce qui est désormais nécessaire, ce sont des moyens concrets pour mieux les recruter, les reconnaître, les encadrer et les soutenir sans alourdir leur charge. L'enjeu est donc de renforcer la capacité organisationnelle avec des outils simples, utiles et adaptés au terrain. Et pour cela, nous disposons de plusieurs leviers.

LEVIER n°1 : LE RECRUTEMENT DE PROXIMITÉ

Les méthodes les plus efficaces sont le bouche-à-oreille, la sollicitation directe et le recrutement lors d'événements. Le recrutement bénévole reste d'abord une affaire de confiance et de proximité. Le bouche-à-oreille fonctionne parce qu'il crédibilise l'engagement. La sollicitation directe est plus forte qu'un appel général. Quant aux événements, ils restent des lieux stratégiques de recrutement.

Les outils numériques ne sont pas inutiles, mais ils semblent moins décisifs seuls. Les réseaux sociaux et sites web de jumelage montrent une efficacité moyenne à faible.

Méthode	Résultat
Bouche-à-oreille	Méthode conseillée n°1
Sollicitation directe	Méthode conseillée n°2
Recrutement lors d'événements	Très efficace
Réseaux sociaux	Efficacité moyenne
Sites web de jumelage	Faible efficacité



Quelles sont les implications pour les organisations ?

Les meilleures campagnes de recrutement ne sont pas numériques. Elles reposent sur les bénévoles actuels, les employés, les visiteurs, et le réseau local.

LEVIER n°2 : UNE GESTION FLEXIBLE

Les bénévoles recherchent avant tout :

- des horaires flexibles;
- des tâches claires;
- un climat positif;
- de l'autonomie;
- peu de pression;
- un accompagnement adapté à leur rythme.

Le problème n'est pas l'absence de bénévoles, mais la capacité des organisations à soutenir leur engagement.

Les organisations doivent passer d'une gestion uniforme des bénévoles à une gestion flexible et personnalisée. Pour maintenir l'engagement, il faut offrir des mandats clairs, modulables et peu contraignants, dans un climat positif où les bénévoles se sentent autonomes, soutenus et libres de contribuer à leur rythme.

Le virage observé est que le gestionnaire de bénévoles n'est plus un superviseur. **Il devient un facilitateur, un accompagnateur, un mentor, et surtout un créateur d'expérience.**

LEVIER n°3 : LA RECONNAISSANCE

La reconnaissance ne se limite pas aux gestes formels ou symboliques. Pour les bénévoles, elle se manifeste surtout dans l'expérience quotidienne : être remercié personnellement, sentir que son apport est utile, recevoir le soutien nécessaire pour bien accomplir ses tâches et évoluer dans un climat agréable. Les activités de reconnaissance et la valorisation publique demeurent importantes, mais elles gagnent en portée lorsqu'elles s'appuient sur une reconnaissance continue, concrète et relationnelle. L'enjeu est donc de faire de la reconnaissance une pratique intégrée à la gestion bénévole, plutôt qu'un geste ponctuel posé une fois par année.

LE RISQUE MAJEUR : L'ÉPUISEMENT ORGANISATIONNEL

Les irritants montrent que le principal risque n'est pas seulement l'épuisement des bénévoles, mais aussi l'épuisement des organisations qui les encadrent. Lorsque les exigences augmentent, que les ressources manquent et que la relève tarde à se renouveler, les mêmes bénévoles clés sont sollicités de plus en plus souvent. Cette dépendance fragilise à la fois les personnes et les organismes : elle accroît la pression sur un petit noyau engagé, tout en réduisant la capacité des équipes à former, accompagner et soutenir adéquatement les nouveaux bénévoles.

L'enjeu stratégique est donc de sortir d'une logique de « faire tenir le système » grâce aux mêmes personnes, pour mettre en place des conditions plus durables : alléger les exigences, mieux répartir les responsabilités, simplifier l'administration, préparer la relève et donner aux organisations les moyens réels d'encadrer leurs bénévoles.

CE QUE LE TOURISME PEUT RETENIR

Les données suggèrent que plusieurs bénévoles contribuant à l'expérience touristique se perçoivent d'abord comme bénévoles culturels ou patrimoniaux.

Le tourisme pourrait davantage :

- valoriser le rôle d'ambassadeur territorial;
- recruter parmi les visiteurs;
- développer le bénévolat événementiel;
- miser sur le volontourisme et le festivolontourisme;
- reconnaître l'accueil comme une contribution stratégique à l'expérience visiteur.

4. PASSER À L'ACTIONS

L'APPEL À L'ACTION DU RABQ

Ne cherchons pas seulement plus de bénévoles. Donnons aux organisations les moyens d'offrir une expérience d'engagement simple, humaine, souple et porteuse de sens.

AGIR MAINTENANT

- Formaliser un parcours d'accueil simple
- Mettre en place une politique de reconnaissance légère
- Créer des mandats plus courts et flexibles
- Documenter les connaissances des bénévoles expérimentés
- Développer un programme ambassadeur
- Mobiliser les visiteurs et les résidents
- Prévoir une stratégie explicite de relève

Test rapide pour les organisations faisant appel aux bénévoles :

- La personne bénévole comprend-elle rapidement pourquoi sa contribution est utile ?
- Peut-elle choisir un niveau d'engagement compatible avec son temps et son énergie ?
- Sait-elle qui contacter si elle rencontre une difficulté ?
- Reçoit-elle du soutien et une rétroaction régulièrement, plutôt qu'un simple merci annuel ?
- L'organisation connaît-elle les ressources réellement nécessaires pour bien coordonner ses bénévoles ?

CONCLUSION

Le bénévolat demeure l'une des plus grandes forces du tourisme et de la culture au Québec. Toutefois, la pérennité de cette richesse dépend moins de la motivation des citoyens que de la capacité des organisations à offrir un cadre d'engagement souple, humain et valorisant.

Le regard croisé des bénévoles et des gestionnaires raconte une même histoire : l'engagement demeure vivant, mais il ne peut être tenu pour acquis.

Les bénévoles de 50 ans et plus apportent expérience, polyvalence, mémoire organisationnelle et ancrage communautaire. Ils s'engagent lorsqu'ils se reconnaissent dans une cause, se sentent utiles et qu'une relation de proximité facilite le passage à l'action. Ils restent lorsque l'expérience est agréable, souple et soutenue. La réponse ne repose donc pas sur une campagne de recrutement isolée, mais sur un investissement collectif dans la capacité d'accueil des organisations.

Pour le RABQ et ses partenaires, le prochain pas consiste à faire de la proximité, de la souplesse, du soutien et de la coordination les quatre piliers d'une stratégie durable du bénévolat en tourisme et en culture.

L'ESSENTIEL EN UNE PHRASE

Préserver la vitalité du bénévolat, c'est prendre soin à la fois du désir de contribuer et des organisations qui rendent cette contribution possible.



Avec la participation financière de :

Québec

En partenariat avec :

Événements Attractions Québec

Sources : Portrait et motivations des bénévoles œuvrant dans les secteurs du tourisme et de la culture; Le bénévolat dans le secteur du tourisme et de la culture : regard des gestionnaires; Portrait du bénévolat - Tourisme et culture au Québec. Laboratoire en Loisir et Vie communautaire, UQTR, à la demande du RABQ, 2026.
En partenariat avec Événements Attractions Québec et le MESS