

La responsabilité sociale des entreprises et des sociétés locales

Claude Genest

Volume 19, numéro 1, 2013

La relève dans les organismes en patrimoine

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/69117ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions Histoire Québec
La Fédération Histoire Québec

ISSN

1201-4710 (imprimé)
1923-2101 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Genest, C. (2013). La responsabilité sociale des entreprises et des sociétés locales. *Histoire Québec*, 19(1), 36–36.

La responsabilité sociale des entreprises et des sociétés locales

par Claude Genest¹

Né à Lévis en 1965, Claude Genest est historien au Mouvement des caisses Desjardins depuis 1993. Auparavant, il a travaillé sur plusieurs projets pendant trois ans comme assistant de recherche à l'Institut québécois de recherche sur la culture et à l'Institut national de la recherche scientifique à Québec. Il a publié de nombreux textes sur l'histoire de Lévis et du Mouvement Desjardins. Il participe présentement à différents dossiers historiques pour le compte du Mouvement Desjardins et agit comme conférencier, à la fois pour ce même groupe mais aussi pour Développement international Desjardins. Ses conférences, prononcées un peu partout au Québec mais aussi devant des employés anglophones de Desjardins à Toronto, traitent de différents aspects de l'histoire des caisses Desjardins. Claude Genest a présidé bénévolement le conseil d'administration de la Société d'histoire régionale de Lévis (SHRL) de 2009 à 2012, et en a été nommé membre honoraire le 4 juin dernier. En plus de ses fonctions professionnelles chez Desjardins, il siège présentement à un comité à caractère économique à la Chambre de commerce de Lévis et au comité d'installation de la statue de François Gaston de Lévis qui sera érigée bientôt à Lévis par la Commission de la capitale nationale du Québec.

La gestion, le financement, le recrutement et la pérennité des sociétés d'histoire locales posent des défis quotidiens aux administrateurs bénévoles impliqués dans leur milieu. Trop souvent, pour assurer la survie d'un organisme voué à l'histoire et au patrimoine, on compte presque exclusivement sur l'appui financier variable des membres et des municipalités et on souhaite que les différents programmes gouvernementaux suffiront à la tâche. Force est de constater que l'on néglige parfois de faire appel à la responsabilité sociale des entreprises (RSE). Pourtant, une compagnie socialement responsable aura tendance à rayonner dans son environnement par l'entremise de dons et de commandites, mais aussi en participant à des projets, en favorisant l'implication sociale de ses employés ou encore en organisant des activités spéciales. Bref, la RSE est une voie qu'il ne faut pas négliger afin de diversifier les sources de financement des organismes, bien sûr, mais aussi dans la recherche d'appuis potentiels de toutes sortes (matériel, financement, partenariat, bénévolat, administration, etc.).

À ce titre, faire appel à la RSE pour appuyer et développer des projets en histoire et en patrimoine est une démarche intéressante et surtout, d'avenir. Le journal *Les Affaires* du 10 novembre 2012 soulignait la parution d'un numéro de la revue *Premium* et mentionnait à son lectorat d'affaires que l'on peut être riche et solidaire à la fois. Nous lisons alors ceci : « Dans un dossier traitant de la responsabilité sociale des entreprises, *Premium* amorce cette réflexion aujourd'hui incontournable »². Bref, la RSE est, souhaitons-le, vouée à un bel avenir et peut facilement se jumeler à la notion de développement durable auquel l'histoire et la mise en valeur du patrimoine s'inscrivent naturellement.

Loin d'être une simple mode, les diverses participations sociales des entreprises sont, par ailleurs, très rentables. Un article paru dans la revue *Desjardins Entreprises* cite le directeur général des Industries Goodwill Renaissance Montréal qui souligne que le volet social est loin de nuire aux états financiers des compagnies : « Selon certains, notre mission sociale et environnementale pourrait nuire à l'atteinte de nos objectifs économiques. Loin de cela, nos résultats financiers se portent de mieux en mieux. Certains même se plaisent à dire que nous sommes un modèle inspirant pour l'entreprise du XXI^e siècle, renchérit le directeur général Pierre Legault »³.

À la lumière de ces faits, on constate qu'il y a de multiples opportunités à saisir pour les sociétés d'histoire locales. Pour ce faire, il s'agit d'inviter les dirigeants d'entreprises à sortir de leur zone de confort et de diversifier leurs activités dans leur communauté en appuyant leur société d'histoire locale, mais aussi en participant à des projets de mise en valeur du patrimoine dans une perspective de développement durable. Ces partenariats impliquent un effort de réseautage, des discussions formelles et informelles, de l'éducation et oui, parfois aussi, des compromis dans le but de rallier des gens d'affaires et de développer des partenariats gagnant-gagnant.

Par ailleurs, les administrateurs des sociétés d'histoire doivent, eux aussi, sortir de leur terrain trop douillet et participer aux différentes activités de la communauté d'affaires de leur milieu (dîners de la Chambre de commerce, club Rotary, Toastmaster, galas de reconnaissance ou autres). Ils pourraient y nouer de précieux contacts dans le but de mettre en valeur l'histoire et le patrimoine de manière locale. Les résultats peuvent s'avérer surprenants car les entrepreneurs les plus novateurs et dynamiques cherchent constamment de nouvelles idées et des opportunités dans le but de faire rayonner leur entreprise privée ou coopérative.

Notes

¹ Claude Genest remercie Marie-Michelle La Rue et Pierre-Olivier Maheux pour leurs commentaires.

² « Riches et solidaires », *Les Affaires*, 10 novembre 2012, p. 4

³ « Miser sur une prospérité durable », *Desjardins Entreprises*, Automne 2012, p. 31