

Furniture Bank

NOT FOR PROFIT SECTOR WINNE

### **Une banque de meubles branchée aide les démunis de la RGT**

Le directeur général de [Furniture Bank](#), Dan Kershaw, ne s'attendait aucunement à gagner un prix Ingénieux. Après tout, son organisme n'avait même pas soumis sa candidature.

« En général, dans un organisme caritatif, on se concentre sur sa mission », dit-il. « Chez Furniture Bank, nous sommes très fiers d'avoir un côté novateur et de repousser les limites, mais nous ne cherchons pas nécessairement à mettre de l'avant cet aspect. »

Au lieu de cela, c'est un des nombreux bénévoles de Furniture Bank issus du bureau de Toronto de [Salesforce.com](#) qui a soumis la candidature de l'organisme. Celui-ci a pour vocation de distribuer les meubles qui lui sont donnés à des familles et des personnes démunies de toute la région du Grand Toronto.

« Beaucoup de gens, en particulier dans le secteur sans but lucratif, ont tendance à fuir la technologie parce qu'ils la comprennent mal. Nous sommes très sensibles à cette marque de reconnaissance pour ce que nous avons réalisé », ajoute M. Kershaw.

Grâce à une application personnalisée de la plateforme mobile Salesforce1, l'effectif de 48 personnes et 11 camions de Furniture Bank pourra faire progresser son aide aux démunis d'environ 5 600 clients en 2014 à près de 10 000 d'ici la fin de 2016. Cette réalisation est si remarquable que Salesforce a récemment invité M. Kershaw à la présenter à l'occasion de son congrès Dreamforce à San Francisco.

« Furniture Bank a été fondée en 1998. Au départ, elle gérait ses dossiers financiers et tenait son inventaire à jour en combinant Microsoft Excel, du papier et un amour pour les planchettes à pince », se souvient M. Kershaw.

Le changement est survenu à partir de 2007, lorsque le directeur général de l'époque, John Cummings, a commencé à collaborer avec Salesforce à la programmation d'une plateforme personnalisée pour Furniture Bank. L'effort de transformation a pris son essor en 2009; l'organisme a alors commencé à bénéficier de la technologie à tarif réduit dans le cadre du programme « Power of 10 » de Salesforce.org. La plateforme de base et une appli sur iPad récemment mise en service ont toutes les deux joué un rôle clé dans la croissance récente de l'organisation caritative.

La banque de meubles a maintenant pour objectif de rejoindre chaque jour 25 familles ayant besoin d'un véritable logis, une visée bien modeste si on considère que les listes d'attente représentent plus de 25 000 familles par an, rien que dans la région du Grand Toronto.

« Sans l'interconnectivité de la technologie, il nous serait tout simplement impossible de nous rendre chaque jour dans 50 domiciles pour recueillir les bons meubles, de traiter les transactions, et de donner à 25 familles la possibilité de venir choisir leurs meubles et de les faire livrer », affirme M. Kershaw.

Les femmes et les enfants qui fuient la violence familiale représentent le tiers de la clientèle de Furniture Bank et les réfugiés, un autre tiers. Les autres sont ce que M. Kershaw appelle des « logés de fraîche date » : des adolescents en cavale, d'anciens sans-abri, d'anciens combattants, des aînés mis à la rue, des handicapés mentaux.