



Fondation
Rideau Hall
Foundation

DE DON AU CANADA SOMMAIRE

IMAGINE
CANADA

Les organismes de bienfaisance sont une composante clé de notre société et de notre économie. Ils font partie de l'identité canadienne. Dans toutes les collectivités du pays, ils procurent des services de santé, d'éducation et des services sociaux; ils répondent à nos besoins culturels, récréatifs et spirituels; et ils veillent à la protection des animaux et de notre environnement naturel. Ils fournissent des possibilités de croissance personnelle et d'action communautaire, ainsi que des moyens établis et réglementés de réaliser nos objectifs philanthropiques. Ils emploient également une proportion importante de la population. Bien que les fonds nécessaires aux organismes caritatifs pour mener à bien leur mission proviennent de sources multiples — gouvernements, entreprises et vente de biens et services notamment —, presque tous comptent dans une certaine mesure sur les dons des particuliers.

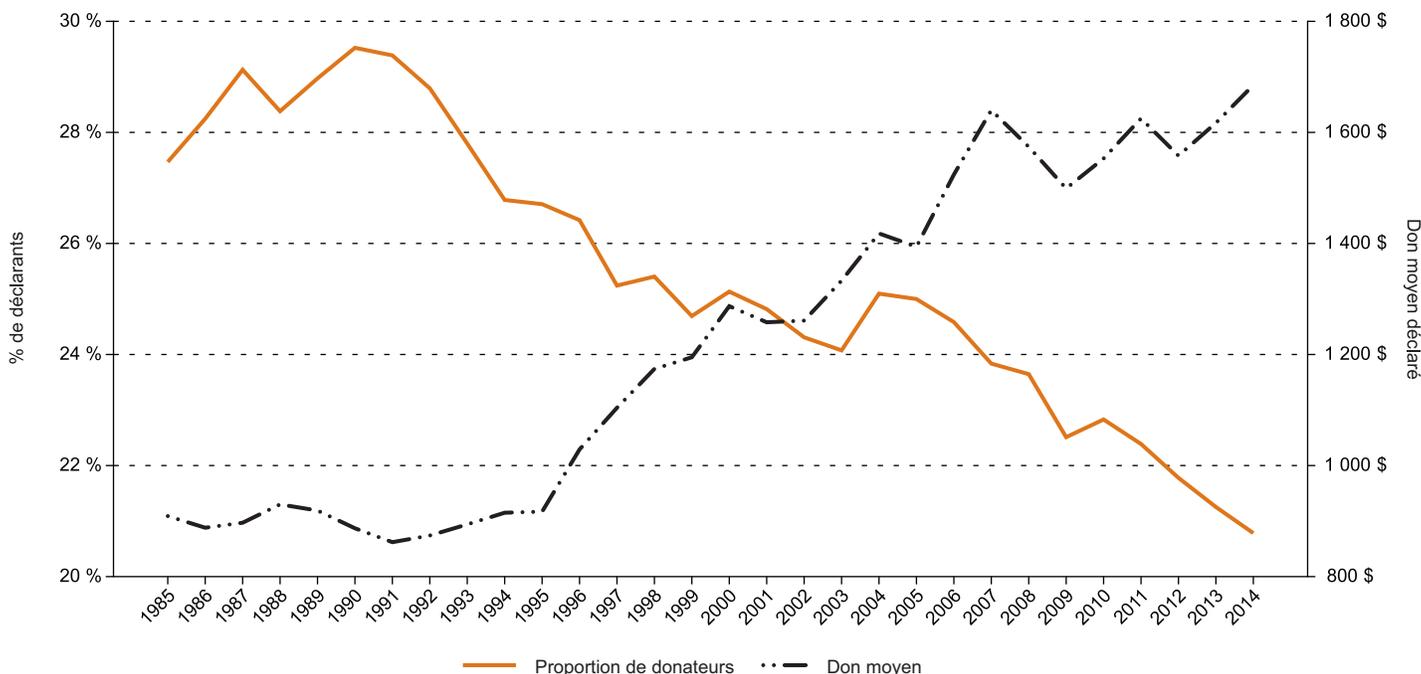
Le rapport **Trente ans de don au Canada**, qui se fonde sur diverses sources de données, présente un portrait détaillé et vaste du don caritatif au Canada et des habitudes de don des Canadiens. Le rapport utilise les déclarations d'impôt pour analyser l'évolution des niveaux de don des trente dernières années en fonction du sexe, de l'âge, du revenu et de la région. Il utilise également des données de sondage pour cerner les donateurs : les causes qu'ils soutiennent, leurs modes de don, leurs motivations et leurs freins à donner davantage. Le rapport aborde l'influence sur le don de la croissance de l'Internet et des nouvelles formes d'échanges en ligne, ainsi que l'apprentissage du don. Enfin, il présente des analyses détaillées des habitudes et attitudes de trois groupes principaux au Canada : les jeunes, les aînés et les Néo-Canadiens.

Principaux résultats

Générosité de la population canadienne

On estime qu'en 2014, les particuliers canadiens ont donné à des organismes de bienfaisance enregistrés environ 14,3 milliards \$ (avec et sans reçus). Depuis 1985, les dons déclarés ont augmenté de 150 % en valeur réelle. Toutefois, la proportion de déclarants qui réclament des dons a diminué de manière constante depuis 1990, ce qui signifie que les organismes de bienfaisance doivent compter sur une proportion toujours plus réduite de la population pour recueillir des fonds. En fait, la croissance du total des dons s'explique uniquement par le fait que les donateurs donnent davantage. Une étude comparative récente sur le niveau de don caritatif dans divers pays a révélé que le Canada se classait au troisième rang à cet égard, derrière les États-Unis et la Nouvelle-Zélande (Charities Aid Foundation, 2016).

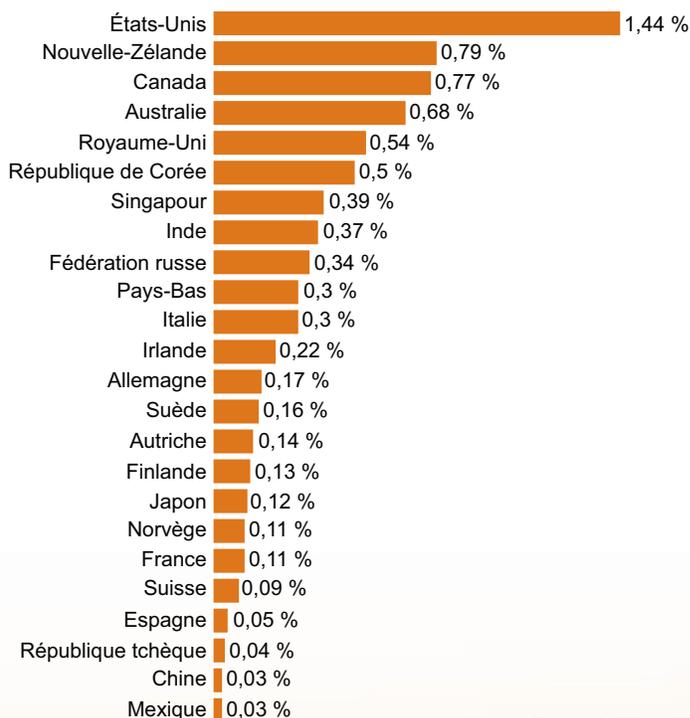
Graphique 1 : Proportion de déclarants ayant réclamé des dons et moyenne des dons réclamés de 1985 à 2014, en dollars constants de 2014.



Effet du changement générationnel sur le paysage du don

Au cours des 30 dernières années, la génération des baby-boomers¹ a formé le contingent de donateurs le plus important, versant depuis l'an 2000 plus de 40 % de l'ensemble des dons. Toutefois, la proportion maximale de donateurs parmi les baby-boomers s'est révélée inférieure à celle des générations précédentes; or, il semble que cette proportion soit encore plus basse parmi les générations X et Y. Les habitudes de don de la génération Y sont particulièrement inquiétantes. Au sein de ce groupe, la proportion de donateurs et le don moyen sont faibles et n'augmentent que très lentement. Point positif : les jeunes au Canada sont moins enclins que les plus âgés à exprimer des impressions négatives sur les organismes caritatifs.

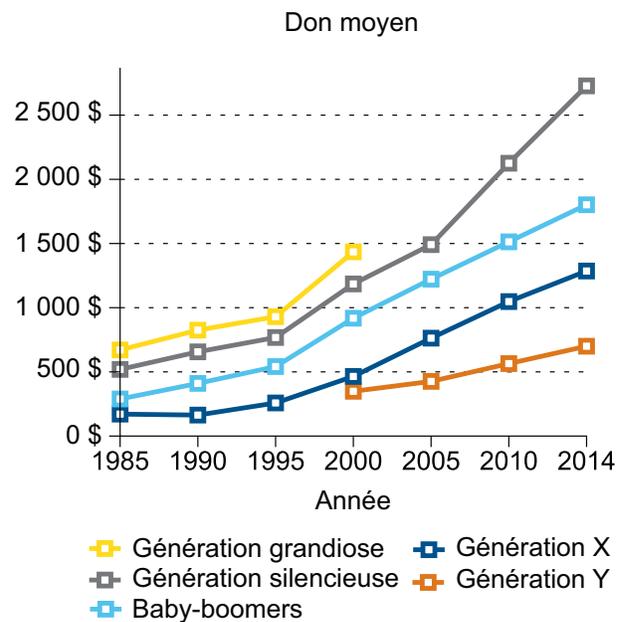
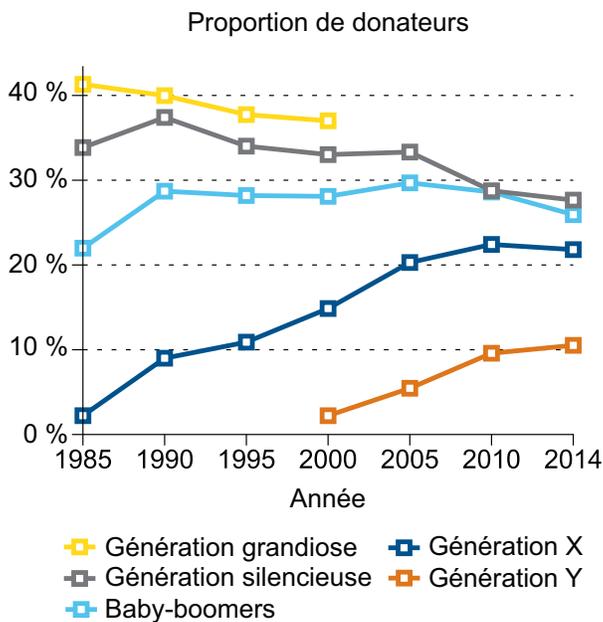
Graphique 2 : Niveaux de don des particuliers aux organismes de bienfaisance en proportion du PIB, diverses années.



Source : Charities Aid Foundation, 2016.

¹ Aux fins de ce rapport, on a défini les générations selon la date de naissance : grandiose (1925 ou avant), silencieuse (de 1926 à 1945), baby-boomers (de 1946 à 1965), génération X (de 1966 à 1980), génération Y (à partir de 1981).

Graphique 3 : Proportion et moyenne des dons selon la génération, 1985 – 2014.



Tendances en lien avec le genre et le revenu

Les organismes caritatifs ont toujours largement compté sur ceux et celles dont la situation financière permettait le plus de donner. De tout temps, le bassin de donateurs a donc été dominé par les hommes fortunés. Toutefois, depuis trente ans, on observe des changements à cet égard. Bien que les hommes continuent d’être plus enclins à réclamer des dons et à donner davantage, la proportion des femmes au sein du bassin de donateurs et la proportion que représentent leurs dons ont progressé depuis les années 1980. Toutefois, durant cette même période, le milieu caritatif est devenu plus dépendant que jamais des Canadiens aisés. En 1985, le 1 % des contribuables les plus riches (revenu de 80 000 \$ et plus) versait 16 % des dons. En 2014, ce 1 % (revenu de 250 000 \$ et plus) versait 31 % des dons.

Tendances régionales

Depuis 1980, les résidents de l’Ontario et des Prairies ont, de manière générale, déclaré le plus de dons. Par contre, c’est en Alberta et en Colombie-Britannique que la moyenne des dons s’est avérée la plus élevée, le Québec et les provinces de l’Atlantique affichant les moyennes les plus basses. Depuis 1985, la hausse du total des dons a été la plus forte en Alberta et Colombie-Britannique, et la plus faible dans les provinces de l’Atlantique et des Prairies.

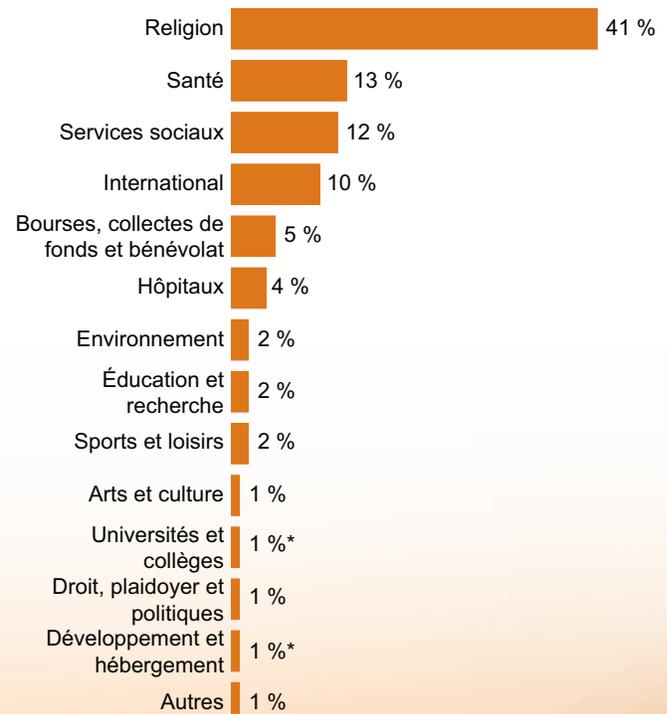
Causes soutenues par les Canadiens

La population canadienne appuie des organismes caritatifs dans de nombreux domaines. Toutefois, quatre principaux secteurs bénéficient de plus de trois quarts des dons : la religion, la santé, les services sociaux et le développement international. Bien que les dons aux organismes religieux

soient en baisse, ils représentent toujours la proportion la plus importante. La proportion de la population qui donne aux organismes de santé et de services sociaux est également importante, mais les sommes sont nettement moins élevées que celles consenties au secteur religieux. Le don aux causes internationales a enregistré une hausse, tant sur le plan des montants que du nombre de donateurs.

Graphique 4 : Répartition de l’ensemble des dons selon le genre d’organisme, 2013.

*Sous toutes réserves



Habitudes de don des Néo-Canadiens

Les Néo-Canadiens sont plus susceptibles que les personnes nées au Canada de donner à des organismes religieux et d'y consacrer une proportion plus grande de leurs dons. En fait, ils sont deux fois plus nombreux à motiver leur don par des obligations religieuses. Par ailleurs, les immigrants sont plus susceptibles de déclarer ne pas savoir où donner ou trouver une cause digne d'appui; ils sont également plus préoccupés par les risques de fraude ou de canular.

Motivations des Canadiens à donner

En matière de don, les motivations des Canadiens se sont avérées extrêmement constantes, les trois premières motivations étant la compassion à l'endroit des personnes dans le besoin, l'engagement personnel à une cause et le désir de contribuer à la collectivité. Seuls changements notables : la proportion accrue de donateurs qui font état des crédits d'impôt comme raison, et la baisse de la proportion des donateurs qui motivent leur don par des obligations religieuses.

Freins à donner plus

Les données démontrent que les donateurs canadiens sont de plus en plus critiques des organismes de bienfaisance et sans but lucratif. Bien qu'encore faible, la proportion de donateurs qui déclarent avoir de la difficulté à trouver une cause digne de leur soutien a augmenté. De 2004 à 2010, on a également enregistré une hausse du taux de donateurs préoccupés par les risques d'une utilisation non efficiente de leur argent. Invités à expliquer ce point de vue, la plupart des gens ont affirmé que l'organisme n'était pas en mesure de préciser la façon dont leur don serait utilisé. Malgré ce contexte, il faut noter que le quart des Canadiens et Canadiennes sont heureux des sommes qu'ils ont versées à des organismes de bienfaisance l'année précédente, tout en admettant qu'ils pourraient donner plus.

Influence de l'Internet sur le don

L'Internet a changé la façon de communiquer et d'interagir de la population canadienne et des organismes de bienfaisance canadiens. En 2013, 12 % des Canadiens ont déclaré avoir fait au moins un don en ligne, pour un total d'au moins 860 millions \$, soit environ 7 % de l'ensemble des dons déclarés. Il est probable que les données actuelles en la matière soient plus élevées. Les jeunes et les Canadiens plus scolarisés et qui affichent des revenus plus élevés sont les plus enclins à donner en ligne. En ce qui a trait au sociofinancement, malgré l'intérêt démontré par les organismes de bienfaisance, il ne semble jouer qu'un rôle mineur. Depuis 2013, les organismes de bienfaisance et sans but lucratif ont recueilli environ le quart de l'ensemble des fonds obtenus par sociofinancement, soit environ 35 millions \$ en 2015 (National Crowdfunding Association of Canada, 2016).

Apprentissage du don

Le don est un comportement acquis. Les Canadiens qui participent à des activités communautaires lorsqu'ils sont jeunes (organismes religieux, groupes jeunesse, associations étudiantes, sports organisés, sollicitation par le porte-à-porte, bénévolat, etc.) ou qui ont vu des gens qu'ils admirent le faire seront plus enclins à donner, et à donner plus, à l'âge adulte.

Conclusions

Les résultats présentés dans *Trente ans de don au Canada* suggèrent qu'en dépit de la générosité incontestable de la population canadienne, nous pouvons faire mieux pour accroître le don au pays. Il serait particulièrement indiqué de mieux rejoindre les jeunes et les Néo-Canadiens. L'une des façons d'y parvenir serait d'intensifier les efforts structurés pour inculquer la notion de don aux jeunes des niveaux secondaire, collégial et universitaire. Il faudrait aussi encourager les Canadiens mieux nantis à donner un peu plus. Enfin, les organismes caritatifs auraient intérêt à trouver des façons de mieux rejoindre les immigrants. Même une augmentation modeste de la proportion de donateurs canadiens ou de la moyenne des dons pourrait avoir des retombées majeures.

Toutefois, le temps presse. La génération des baby-boomers, pilier du secteur caritatif depuis la majeure partie des 30 dernières années, vieillit. Il reste peu de temps pour compter sur les élans philanthropiques de cette génération, et nous ne savons pas si les générations suivantes seront disposées ou en mesure de prendre leur place. Selon les données, cette réalité constituera un défi qui ne s'avère cependant pas insurmontable. Même s'ils donnent moins que les générations qui les ont précédés, les jeunes Canadiens affichent généralement une attitude positive à l'égard des organismes de bienfaisance. Ce n'est pas toujours le cas des immigrants. Au cours des prochaines décennies, les immigrants deviendront proportionnellement plus nombreux. Or, ils ont tendance à mal connaître le secteur caritatif et à s'en méfier.

Enfin, on observe une évolution dans la façon dont les Canadiens donnent et les causes qu'ils soutiennent. Les organismes de bienfaisance rejoignent de plus en plus les Canadiens en ligne, et le don en ligne croît en importance. Les organismes religieux continuent d'être les principaux bénéficiaires des dons, mais ils reçoivent une part plus faible des montants donnés qu'auparavant. Cette évolution représente pour le secteur à la fois un défi et une occasion. Les organismes qui comprennent les changements d'attitudes et de préférences seront mieux placés pour adapter leurs messages et tactiques. Pour faire face à cet avenir incertain, le milieu aura besoin de meilleures données et de stratégies numériques solides pour orienter les choix des futurs donateurs. Des efforts collectifs qui visent à encourager une culture du don plus solide doivent aussi être envisagés.

rhf-frh.ca/30ans | imaginecanada.ca/fr/30ans

© 2018, Fondation Rideau Hall et Imagine Canada

Tiré du rapport intégral : Trente ans de don au Canada – les habitudes de don des Canadiens : qui sont les donateurs, comment procèdent-ils et quelles sont les raisons qui les incitent à donner? (David Lasby et Cathy Barr)