



30 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?**



Fondation
Rideau Hall
Foundation

IM△GINE
CANADA

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?

Auteurs : David Lasby et Cathy Barr

Réviseurs : Alexandra Gardner, Patrick Johnston, Teresa Marques, Mélanie Béchar, Lindsey Vodarek, Marnie Grona, Cornelia Schrecker

Conception : Kate Cartwright

Traduction vers le français : Monique Joly

© 2018, Fondation Rideau Hall et Imagine Canada

ISBN 978-1-55401-402-6

Le présent rapport est visé par une licence internationale Attribution 4.0 de Creative Commons (sans utilisation commerciale ni transposition). Pour une utilisation non couverte par cette licence, communiquer avec nous aux points de contact indiqués ci-après. Tous autres droits réservés.

Remerciements

Nous souhaitons remercier Emily Cordeaux et Alexandra Gardner pour leurs efforts considérables quant à la transcription des données sur les déclarants et à l'examen de la documentation figurant dans le présent rapport.

À propos du Projet des comportements généreux

Dans le cadre du Projet des comportements généreux, la FRH aspire à mieux cerner le paysage actuel du don au Canada. Ces données serviront à aider le secteur sans but lucratif à intégrer des méthodes probantes à ses activités de financement. Le projet vise à parfaire les connaissances et l'ensemble des données probantes sur l'évolution du don au Canada ainsi qu'à favoriser une culture du don plus solide. Le rapport intitulé *Trente ans de don au Canada* a été produit en collaboration avec Imagine Canada. #30ansdedon



**Fondation
Rideau Hall
Foundation**



À propos de la Fondation Rideau Hall

La Fondation Rideau Hall a été créée pour amplifier la portée du Bureau du gouverneur général dans ses efforts visant à rapprocher les Canadiens et Canadiennes, leur rendre hommage et les inspirer. Ses programmes distinctifs reposent sur quatre piliers incontournables – apprentissage, leadership, innovation et don –, tous axés sur la création d'un Canada plus fort.

Fondation Rideau Hall

9, Rideau Gate
Ottawa, Ontario, Canada K1M 1M6
rhf-frh.ca/30ans

À propos d'Imagine Canada

Imagine Canada est un organisme caritatif national dont la mission est de faire la promotion des organismes caritatifs du Canada. Nos trois grands objectifs sont de renforcer la voix collective du secteur, de créer des possibilités d'établissements de liens et d'apprentissage mutuel et de renforcer la capacité du secteur de réussir.

Imagine Canada

65, avenue St. Clair Est, bureau 700
Toronto, Ontario, Canada M4T 2Y3
imaginecanada.ca/fr/30ans

Table des matières

Introduction	1
Don	2
Total des dons de particuliers	2
Évolution du don des particuliers 1985 – 2014	5
Donateurs	24
Niveaux de soutien	25
Causes soutenues	28
Modes de don	31
Freins et motivations à donner	34
Influence des médias sociaux et du don en ligne	51
Le don : un comportement acquis	55
Jeunes Canadiens	59
Canadiens plus âgés	69
Néo-Canadiens	76
Conclusion	85
Références	87
Annexe A : Sources des données et méthodologie	89

Graphiques

1 Dons déclarés et réclamés (milliards \$), 2014.	3	22 Nombre de donateurs et dons en valeur absolue selon la région, 1985 – 2014.	21
2 Évaluation du don des particuliers aux organismes de bienfaisance (milliards \$), 2014.	4	23 Indices du total des dons selon la région, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).	22
3 Niveaux de don des particuliers aux organismes de bienfaisance en proportion du PIB, diverses années.	4	24 Indices du nombre de donateurs selon la région, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).	23
4 Dons réclamés de 1985 à 2014, en dollars constants de 2014.	5	25 Indices de la moyenne des dons selon la région, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).	23
5 Proportion de déclarants ayant réclamé des dons et moyenne des dons réclamés de 1985 à 2014, en dollars constants de 2014.	6	26 Concentration des dons par centile de donateurs, 2013.	25
6 Indices de dons 1985 – 2014, Canada, États-Unis, Royaume-Uni et Australie (2001 = 1,00).	7	27 Répartition de l'ensemble des dons selon la cause, 2013.	29
7 Proportion et moyenne des dons selon le sexe, 1985 – 2014.	9	28 Proportion et moyenne des dons selon la cause, 2013.	29
8 Nombre absolu et relatif de donateurs selon le sexe, 1985 – 2014.	10	29 Répartition de l'ensemble des dons et de la proportion des dons selon la cause, 2004 – 2013.	30
9 Valeur absolue et relative des dons selon le sexe, 1985 – 2014.	10	30 Répartition et proportion des dons selon le mode, 2013.	32
10 Proportion et moyenne des dons selon le groupe d'âge, 1985 – 2014.	11	31 Répartition de l'ensemble des dons et de la proportion des dons selon le mode, 2004 – 2013.	33
11 Nombre absolu et relatif de donateurs selon le groupe d'âge, 1985 – 2014.	12	32 Freins à donner davantage, donateurs, 2013.	34
12 Valeur absolue et relative des dons selon le groupe d'âge, 1985 – 2014.	13	33 Proportion de donateurs et don moyen en fonction des principaux freins à donner davantage, donateurs, 2013.	35
13 Proportion et moyenne des dons selon la génération, 1985 – 2014.	14	34 Éléments négatifs, donateurs n'ayant pas apprécié les modes de sollicitation, 2013.	40
14 Nombre absolu et relatif de donateurs selon la génération, 1985 – 2014.	15	35 Éléments de préoccupation à l'égard de l'utilisation des dons, donateurs préoccupés par l'utilisation non efficace/non efficiente du don, 2013.	40
15 Valeur absolue et relative des dons selon la génération, 1985 – 2014.	15	36 Freins à donner davantage, donateurs, 2004 – 2014.	43
16 Proportion de dons selon la tranche de revenu, 1985 – 2014.	17	37 Motivations à donner, donateurs, 2013.	44
17 Don moyen selon la tranche de revenu, 1985 – 2014.	17	38 Moyenne des dons séculiers et religieux en fonction des motivations des donateurs, donateurs, 2013.	45
18 Valeur absolue des dons selon la tranche de revenu, 1985 – 2014 (milliards).	18	39 Moyenne des dons séculiers et religieux par des donateurs qui font état de motivations idéologiques et personnelles, donateurs, 2013.	46
19 Indices du total des dons selon la tranche de revenu, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).	19	40 Motivations à donner, donateurs, 2004 – 2014.	50
20 Indices du nombre de donateurs et du total des dons selon la tranche de revenu parmi les déclarants faisant état de revenus >= 80 000 \$, 1985 – 2014 (1985 = 1,00). ..	19	41 Fréquence d'utilisation de l'Internet, 2016.	51
21 Proportion et moyenne des dons selon la région, 1985 – 2014.	20	42 Proportion de Canadiens qui utilisent les plateformes de médias sociaux, 2017.	52

43 Taille estimée de l'ensemble du marché du sociofinancement et proportion des organismes de bienfaisance et sans but lucratif dans ce marché (millions \$), 2013 – 2015.	54	62 Motivations à donner, comparaison entre donateurs plus âgés et plus jeunes, 2013.	75
44 Probabilité de donner en fonction des expériences jeunesse, population canadienne, 2010.	56	63 Proportion de dons selon la citoyenneté et la cause, 2013.	79
45 Probabilité de donner à des causes religieuses et séculières en fonction des expériences jeunesse, population canadienne, 2010.	56	64 Proportion du total des dons selon la citoyenneté et la cause, donateurs, 2013.	80
46 Montant moyen des dons en fonction des expériences jeunesse, toutes les causes, donateurs, 2010.	57	65 Proportion de dons selon la citoyenneté et le mode de don, 2013.	81
47 Montant moyen des dons en fonction des expériences jeunesse, causes séculières et religieuses, donateurs, 2010.	58	66 Proportion du total des dons selon la citoyenneté et le mode de don, donateurs, 2013.	82
48 Proportion de dons selon la cause, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	60	67 Freins à donner davantage selon la citoyenneté, donateurs, 2013.	83
49 Proportion de dons consacrée à une cause majeure, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	61	68 Motivations à donner selon la citoyenneté, donateurs, 2013.	84
50 Don moyen selon la cause, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	62		
51 Répartition des dons selon la cause, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	63	Tableaux	
52 Proportion de dons selon le mode, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	64	1 Proportion de dons, moyenne des dons et pourcentage du total des dons, selon la situation et le profil démographique des donateurs, 2013.	27
53 Don moyen selon le mode, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	65	2 Réponses aux freins en fonction des principaux freins à donner davantage, donateurs, 2013. ..	36
54 Répartition des dons selon le mode, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	66	3 Principaux freins à donner davantage en fonction de caractéristiques démographiques, donateurs, 2013.	37
55 Motivations à donner, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	67	4 Freins à donner davantage en fonction de caractéristiques démographiques, donateurs, 2013.	39
56 Freins à donner davantage, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	68	5 Réponses aux freins liés à des opinions négatives à l'égard des organismes de bienfaisance, donateurs, 2013.	41
57 Proportion de dons selon la cause, comparaison entre Canadiens plus âgés et plus jeunes, 2013.	70	6 Opinions négatives à l'égard des organismes de bienfaisance en fonction de caractéristiques démographiques, donateurs, 2013.	42
58 Proportion de dons selon le mode, comparaison entre donateurs plus âgés et plus jeunes, 2013.	71	7 Motivations à donner en fonction des principaux freins à donner davantage, donateurs, 2013.	47
59 Proportion de dons selon le mode, comparaison entre Canadiens plus âgés et plus jeunes, 2013.	72	8 Motivations à donner en fonction de caractéristiques démographiques, donateurs, 2013.	49
60 Répartition des dons selon le mode, comparaison entre donateurs plus âgés et plus jeunes, 2013.	73	9 Accès aux nouvelles et aux actualités selon le type de média, personnes qui suivent les nouvelles et les actualités, 2013.	53
61 Freins à donner davantage, comparaison entre donateurs plus âgés et plus jeunes, 2013.	74	10 Niveaux de don, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.	59
		11 Niveaux de don, comparaison entre Canadiens plus âgés et plus jeunes, 2013.	69
		12 Caractéristiques démographiques selon la citoyenneté, 2013.	77
		13 Niveaux de don selon la citoyenneté, 2013.	77

Introduction

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 règlementés 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 de revenu 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. Lorsque cela est possible, les résultats canadiens sont comparés à ceux d'autres pays.

Nous espérons que ce rapport sera utile au plus grand nombre. Les dirigeants du milieu caritatif et sans but lucratif y trouveront une information utile à la planification de leurs stratégies, de leurs programmes et de leurs budgets. Les collecteurs de fonds y trouveront des données nécessaires à l'élaboration de plans de financement réalistes et à leur mise en œuvre plus efficace. Les dirigeants des fondations publiques, privées et d'entreprise y apprendront où vont – ou ne vont pas – les dons des particuliers. Les élus et décideurs politiques locaux, provinciaux et fédéraux y trouveront des renseignements qui les aideront à mieux comprendre le contexte dans lequel évoluent les organismes de bienfaisance et sans but lucratif. Les parents, enseignants et leaders communautaires y apprendront la façon dont on enseigne et acquiert les habitudes de don. Nous avons tous à cœur l'avenir du don, car nous avons tous à cœur l'avenir du Canada.

Don

La première section de ce rapport dresse un portrait des niveaux de don actuels et historiques au Canada. Elle se divise en deux parties. La première compile les données administratives déclarées par les organismes de bienfaisance et les déclarants canadiens (entreprises et particuliers) avec des résultats de sondages à grande échelle réalisés auprès de particuliers canadiens, afin d'évaluer le nombre total de donateurs individuels au Canada. La deuxième partie se fonde sur les données administratives des particuliers déclarants pour cerner les tendances dans le don individuel de 1985 à 2014. De manière plus spécifique, on y analyse les variations du don à la lumière des éléments suivants :

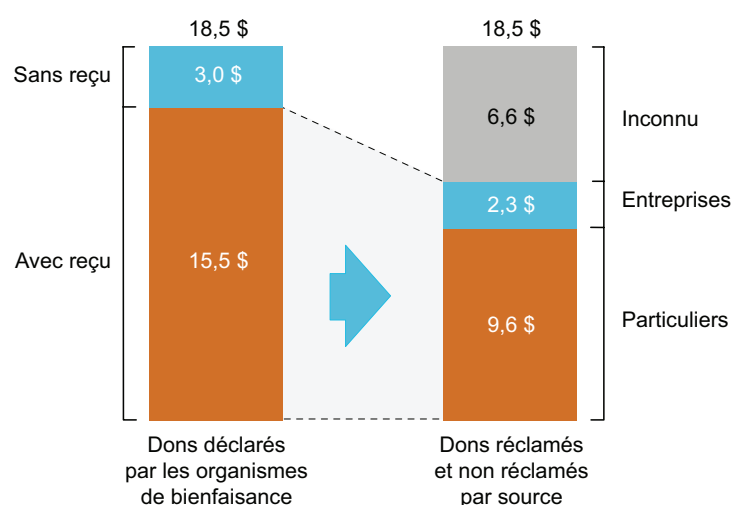
- sexe,
- âge,
- revenu,
- région.

Total des dons de particuliers

Dans un sens, les personnes qui souhaitent savoir combien la population canadienne donne aux organismes de bienfaisance sont privilégiées. Alors que la plupart des pays disposent d'une seule source d'information crédible, le Canada en possède au moins quatre. Certaines se fondent sur les données fiscales recueillies par l'Agence du revenu du Canada (ARC), d'autres sur des sondages réalisés par Statistique Canada. Chaque source offre un point de vue différent et contient des renseignements contextuels complémentaires qui présentent un éclairage plus large sur les dons des Canadiens (plus de détails sur ces sources à l'Annexe A). D'un autre côté, nous sommes moins favorisés. En effet, plutôt que d'avoir une seule évaluation définie sur le don au Canada, nous nous retrouvons face à plusieurs évaluations divergentes. Selon la source et les hypothèses avancées, le don des particuliers en 2014 se situerait entre 9,6 milliards \$ et 16,2 milliards \$. Malgré cet écart important, la comparaison entre les sources nous permet d'obtenir une évaluation plus précise des sommes données par la population canadienne.

Dans leurs déclarations fiscales 2014 à l'ARC, les organismes de bienfaisance ont déclaré avoir reçu des dons totalisant environ 18,5 milliards \$ (15,5 milliards \$ en dons avec reçu et 3,0 milliards \$ en dons sans reçu).¹ Généralement, l'absence de reçu fiscal s'explique par l'impossibilité pour l'organisme de bienfaisance d'identifier le donateur (petits dons en liquide, etc.) ou par le montant peu élevé du don. De cette somme, au moins 9,6 milliards \$ ont été réclamés dans les déclarations de revenus des particuliers canadiens et 2,3 milliards \$ dans les déclarations fiscales des entreprises (Statistique Canada, n.d.-d). Ainsi, les montants réclamés par les particuliers et les entreprises ont totalisé 76,9 % des dons déclarés par les organismes de bienfaisance.² Comme les dons caritatifs peuvent être reportés sur une période de cinq ans, l'écart réel entre les dons reçus par les organismes de bienfaisance et les dons réclamés dans les déclarations fiscales des particuliers et des entreprises sera moindre, même s'il demeure considérable.³ En conséquence, si on tient uniquement compte des données administratives, on ne peut identifier avec certitude la provenance de 6,6 milliards \$ de dons déclarés par les organismes de bienfaisance en 2014.

Graphique 1 : Dons déclarés et réclamés (milliards \$), 2014.



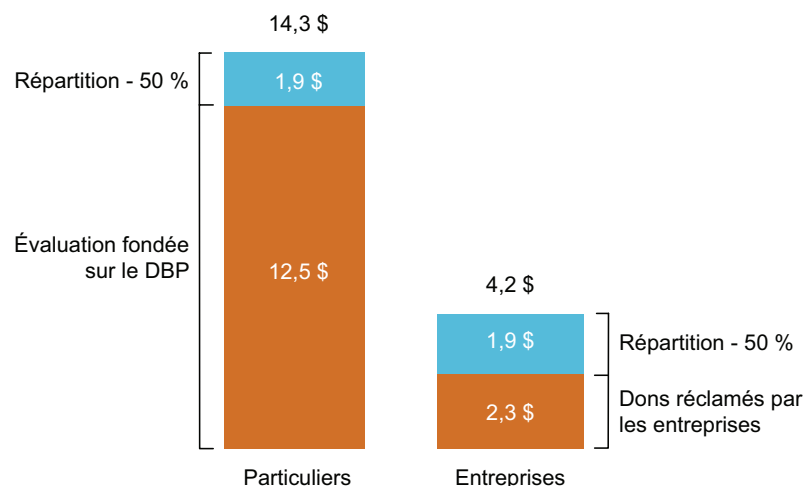
Selon les données les plus récentes, tirées de l'Enquête sur le don, le bénévolat et la participation 2013 (DBP), on estime le total des dons des particuliers à 12,8 milliards \$. Cette somme comprend les dons avec et sans reçus fiscaux faits aux organismes de bienfaisance, ainsi que les dons faits aux organismes sans but lucratif (qui ne peuvent pas délivrer de reçus fiscaux pour dons). L'Enquête DBP précédente indiquait qu'environ 95 % des dons déclarés avaient été versés à des organismes de bienfaisance (Hall et al., 2005). Quatre de ces enquêtes ont été menées entre 2004 et 2013. En supposant que cette proportion du total des dons déclarés versés aux organismes de bienfaisance est demeurée constante à 95 %, l'Enquête DBP estime que les dons des particuliers représentent de manière générale environ 77 % des dons ne provenant pas d'entreprises, déclarés par les organismes de bienfaisance. En 2014, cette proportion équivaldrait à 12,5 milliards \$. Si l'on considère ce chiffre comme une base de référence du don des particuliers et le montant des dons des entreprises comme une base de référence du don des entreprises, on peut rendre compte de manière fiable d'environ 80 % du total des dons avec et sans reçus fiscaux déclarés par les organismes de bienfaisance. Si l'on présume que les 20 % de dons résiduels proviennent en parts égales de particuliers et d'entreprises, on arrive à un total de dons des particuliers canadiens d'environ 14,3 milliards \$ pour 2014.

¹ Les particuliers et les entreprises peuvent utiliser leurs reçus fiscaux de don de bienfaisance pour réclamer un crédit à faire valoir sur l'impôt à payer. Les dons non assortis d'un reçu fiscal ne donnent pas droit à un crédit d'impôt.

² Par définition, ils ne sont pas considérés comme des dons non assortis d'un reçu fiscal.

³ Dans l'ensemble, de 2004 à 2014, environ 19,4 % des dons assortis d'un reçu déclarés par les organismes de bienfaisance n'ont pas été réclamés.

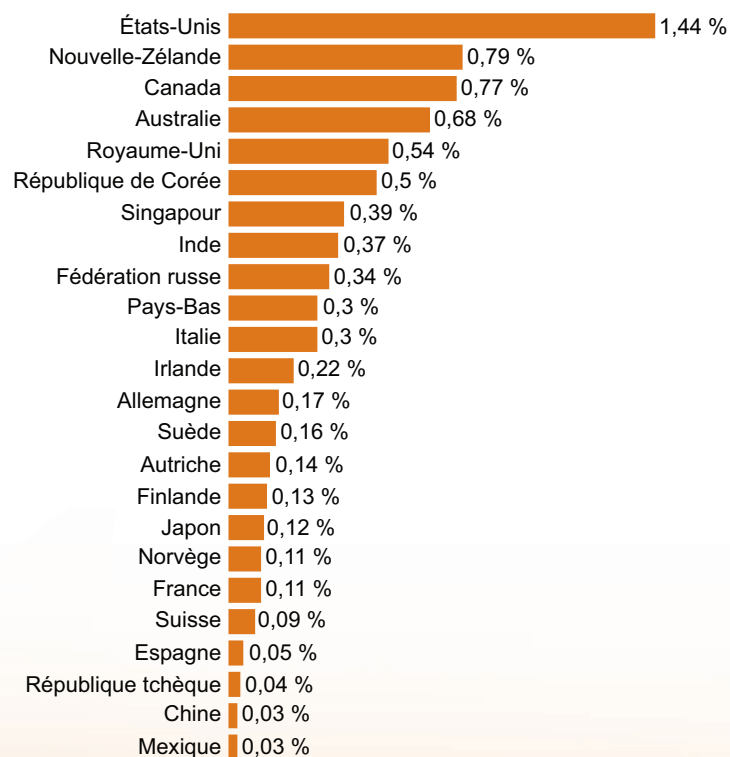
Graphique 2 : Évaluation du don des particuliers aux organismes de bienfaisance (milliards \$), 2014.



Comparaisons internationales

Le mode de comparaison des niveaux de don entre les pays le plus courant s'exprime en proportion du PIB. Les données comparatives récentes les plus exhaustives et cohérentes ont été produites par la Charities Aid Foundation (Charities Aid Foundation, 2016). Selon les données disponibles les plus récentes (datant pour la plupart de 2013 et 2014), portant principalement sur les pays développés, les États-Unis affichent de loin le niveau de don déclaré le plus élevé, suivis de la Nouvelle-Zélande, du Canada et de l'Australie.⁴

Graphique 3 : Niveaux de don des particuliers aux organismes de bienfaisance en proportion du PIB, diverses années.



⁴ Dans le cas de l'Australie, les données sur le PIB contenues dans le rapport de la Charities Aid Foundation ont été remplacées par celles produites par l'étude 2016 sur le don en Australie (McGregor-Lowndes et al., 2017).

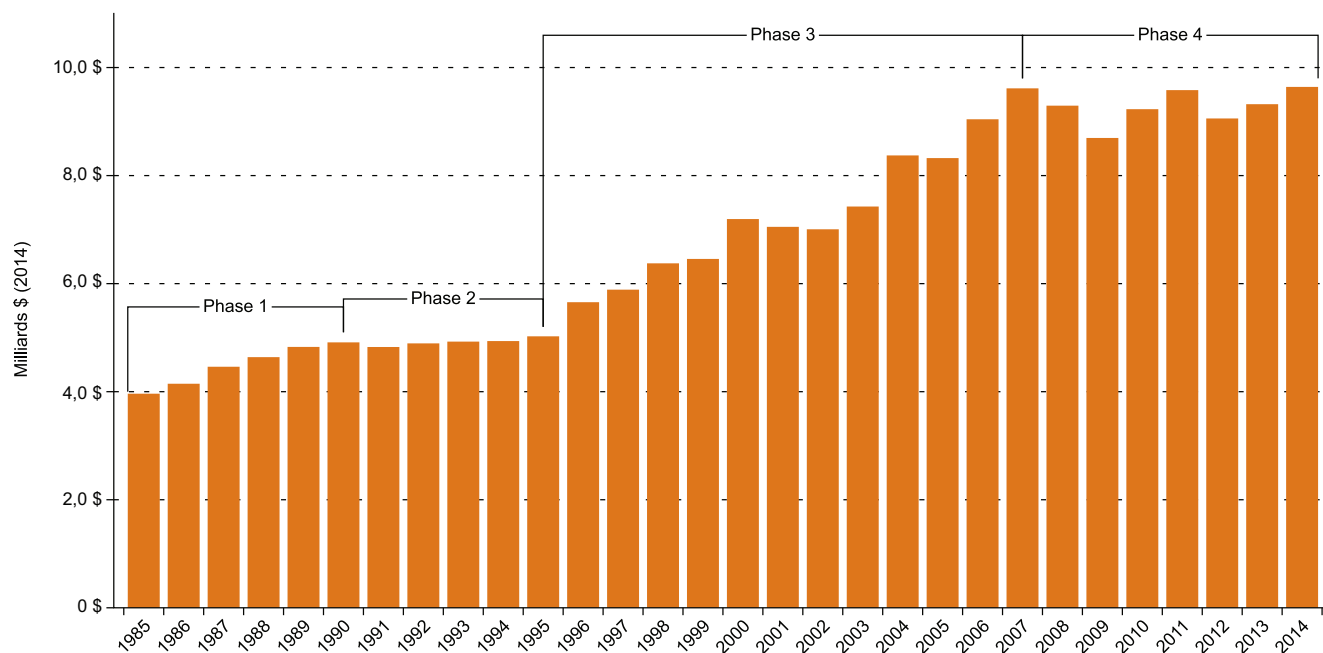
Évolution du don des particuliers 1985 – 2014

Les déclarations de revenus des particuliers (T1) constituent la meilleure source d'information pour mesurer l'évolution à long terme du don des particuliers. Bien que cette source sous-estime le don par rapport aux sommes déclarées par les organismes de bienfaisance, le niveau de sous-estimation semble assez constant.⁵ Selon ces données, le total des dons réclamés par les Canadiens a augmenté d'environ 150 % en valeur réelle au cours des trente dernières années, passant de 4,0 milliards \$ en 1985 à 9,6 milliards \$ en 2014.⁶

Cette période se divise en quatre phases :

- **Phase 1 (de 1985 à 1990)** : croissance rapide (4,4 % par année environ). Le total des dons réclamés est passé de 4,0 milliards \$ à 4,9 milliards \$, soit une hausse de 24 %.
- **Phase 2 (de 1990 à 1995)** : stagnation. Durant cette période, les dons réclamés ont progressé d'à peine 2 % (pour atteindre 5,0 milliards \$).
- **Phase 3 (de 1995 à 2007)** : regain de croissance encore plus fort (5,6 % par année environ). Juste avant la récession de 2008, les dons réclamés ont atteint 9,6 milliards \$.
- **Phase 4 (de 2007 à 2014)** : instabilité. Le montant des dons annuels a fluctué durant ces années, pour ne revenir au niveau de 2007 qu'en 2014.

Graphique 4 : Dons réclamés de 1985 à 2014, en dollars constants de 2014.

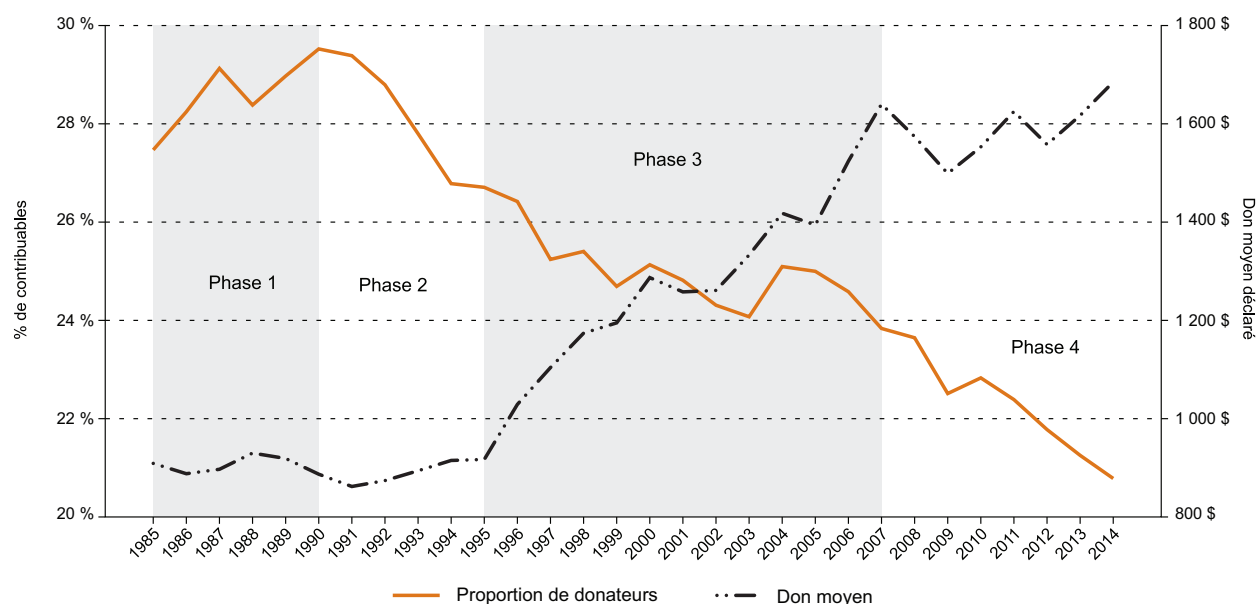


⁵ Pour en savoir plus, consultez l'Annexe A : Sources des données et méthodologie.

⁶ Toutes les données sont exprimées en dollars de 2014.

Ces phases s'inscrivent dans des changements à long terme du nombre de déclarants ayant réclamé des dons et du montant de leurs dons. La croissance rapide des dons entre 1985 et 1990 a été alimentée par une hausse soutenue du nombre de déclarants ayant réclamé des dons, malgré une légère baisse en valeur réelle du montant moyen des dons, qui est passé de 909 \$ en 1985 à 887 \$ en 1990. À partir de 1990, la proportion de déclarants ayant réclamé des dons a commencé à baisser de manière assez constante, passant d'un sommet de 29,5 % en 1990 à un plancher de 20,8 % en 2014. Entre 1990 et 1995, la moyenne des sommes réclamées par les donateurs en valeur réelle n'a que légèrement augmenté (de 887 \$ à 917 \$), compensant à peine la chute du nombre de donateurs, ce qui a entraîné une période de stagnation du don. À partir de 1995, le montant moyen réclamé par les donateurs a augmenté, pour atteindre 1 640 \$ en 2007, contribuant ainsi à une croissance rapide du don malgré une diminution de la proportion de déclarants ayant réclamé des dons. La récession de 2008 a été marquée par une fluctuation du montant des dons réclamés, qui s'est ajoutée à la baisse progressive de la proportion de déclarants réclamant des dons. Ce contexte explique les importantes variations enregistrées dans les niveaux de don des dernières années.

Graphique 5 : Proportion de déclarants ayant réclamé des dons et moyenne des dons réclamés de 1985 à 2014, en dollars constants de 2014.

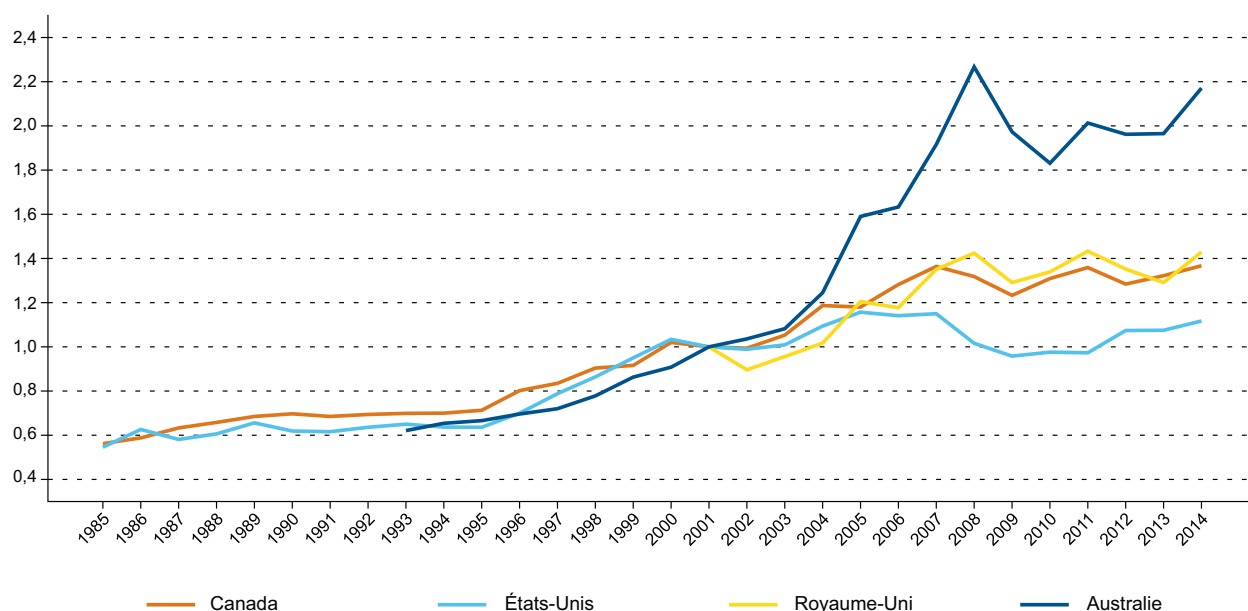


La tendance générale est claire : le bassin de donateurs diminue, et le total des dons est maintenant essentiellement déterminé par les variations du montant des dons. Par rapport au sommet de 1990, la proportion de déclarants ayant réclamé des dons a fléchi du tiers environ, alors que la moyenne des dons réclamés a pratiquement doublé. Il en ressort que les organismes de bienfaisance doivent compter sur un nombre de donateurs de plus en plus restreint. Nous analyserons ci-dessous les effets déterminants de cette importante concentration du don.

Comparaisons internationales

Bien que l'échelle de don diffère considérablement selon les pays, on observe de grandes similitudes dans les tendances à moyen et à long terme.⁷ Aux États-Unis, le don suit la même courbe de croissance lente du milieu des années 1980 jusqu'au milieu des années 1990, suivie d'une croissance nettement plus rapide. Toutefois, cette augmentation des dons s'essouffle plus tôt aux États-Unis qu'au Canada (2005 comparativement à 2007) et connaît une courbe négative en U plus prononcée. Les tendances générales demeurent néanmoins assez similaires (Indiana University Lilly Family School of Philanthropy, 2015). Le modèle britannique est également très semblable, à l'exception notable d'une chute plus marquée du don au Royaume-Uni dans les années post-2001. À partir de la fin de cette baisse, le modèle général s'inscrit tout à fait dans la situation canadienne (Benard et al., 2017; National Council for Voluntary Organisations, 2017). En Australie, le rythme de croissance entre le milieu des années 1990 et le milieu des années 2000 se compare à celui du Canada, mais il s'accélère beaucoup plus par la suite. Même si le sommet de 2008 est nettement plus élevé qu'au Canada et au Royaume-Uni, les fluctuations qui suivent sont similaires (McGregor-Lowndes et Crittall, 2017; McGregor-Lowndes et Marsden, 2000; McGregor-Lowndes et Newton, 2007; McGregor-Lowndes et Pelling, 2012). Nous ne savons pas pourquoi les dons réclamés en Australie ont augmenté tellement plus qu'au Canada, aux États-Unis et au Royaume-Uni, mais l'explication pourrait résider dans le fait que les dons réclamés dans les déclarations de revenus constituent une mince fraction du total des dons (3,1 milliards \$AU comparativement à 11,2 milliards \$AU) (McGregor-Lowndes et Crittall, 2017).⁸

Graphique 6 : Indices de dons 1985 – 2014, Canada, États-Unis, Royaume-Uni et Australie (2001 = 1,00).



⁷ Pour réaliser une comparaison directe entre les quatre pays, nous avons exprimé les dons de chacun selon un indice des niveaux nationaux des dons effectués autour de 2001.

⁸ Bien que le ministère du revenu de la Nouvelle-Zélande publie régulièrement des données sur les crédits fiscaux pour don, des changements survenus en 2009 ont causé une rupture dans les niveaux de don (Inland Revenue, n.d.). C'est pourquoi les données de la Nouvelle-Zélande ont été exclues de ce tableau comparatif.

La tendance de la dépendance croissante envers un bassin de plus en plus restreint de donateurs trouve des échos à l'échelle internationale. Une fois prises en compte les différences d'échelles de don, on constate une grande similitude des situations aux États-Unis et en Nouvelle-Zélande. Aux États-Unis, la proportion de déclarants ayant réclamé des dons est passée de 91 % en 1985 à 82 % en 2015, alors que la moyenne des dons réclamés a, en valeur réelle, à peu près doublé. On constate aussi ces tendances générales en Nouvelle-Zélande pour la période de 2000 à 2014 (McLeod, 2017). Au Royaume-Uni, toutefois, la période de 1978 à 2008 présente un portrait légèrement différent. En effet, la proportion de ménages donateurs est passée du tiers environ à la fin des années 1970 au quart environ en 1999, année où l'on assiste à une stabilisation de la proportion des ménages ayant réclamé des dons. Durant cette période, en tenant compte de l'inflation, les dons moyens des ménages ont plus que doublé (Cowley, McKenzie, Pharoah et Smith, 2011). Les écarts sont encore plus prononcés en Australie, du moins selon les données fiscales. Bien que la moyenne des dons y a généralement augmenté durant cette période, la proportion de déclarants ayant réclamé des déductions pour don a diminué du début au milieu des années 1990, pour remonter jusqu'au milieu des années 2000; depuis, cette proportion n'a cessé de fluctuer d'une année à l'autre au-dessus du niveau du milieu des années 1990⁹ (McGregor-Lowndes et Crittall, 2017; McGregor-Lowndes et Marsden, 2000; McGregor-Lowndes et Newton, 2007; McGregor-Lowndes et Pelling, 2012).

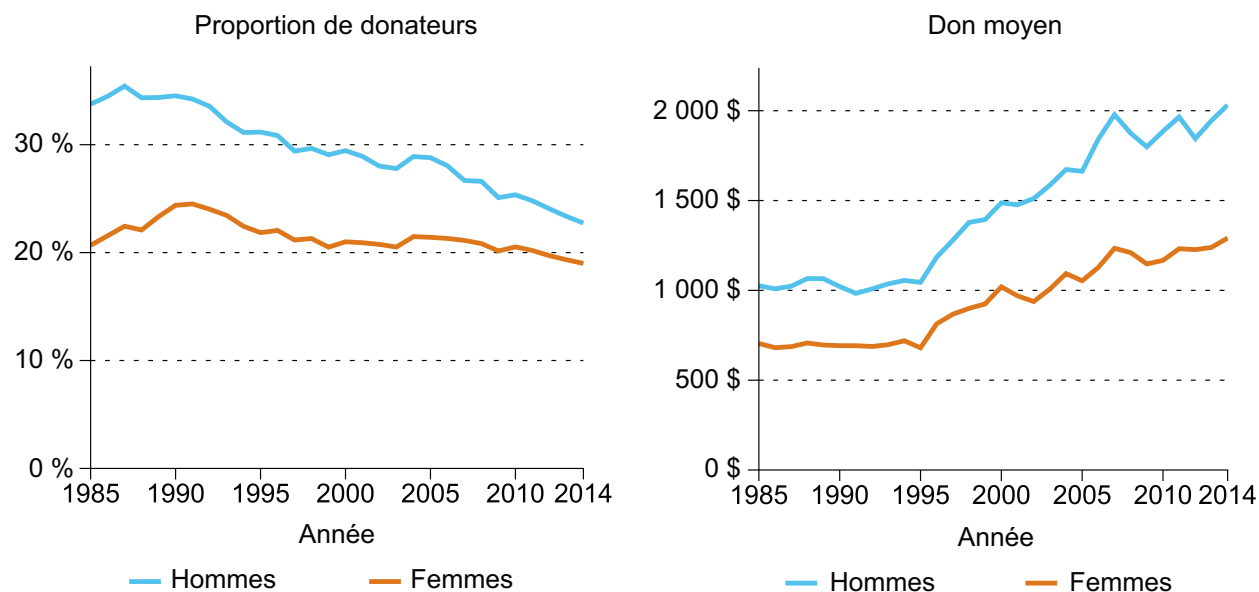
Tendances selon le sexe

Durant les 30 années de 1985 à 2014, les hommes ont toujours été plus enclins à réclamer des dons caritatifs et à donner plus, en moyenne, que les femmes. Toutefois, l'écart du niveau de don entre hommes et femmes s'est amenuisé au cours de cette période, pour passer de 13,1 points de pourcentage en 1985 (33,8 % des hommes et 20,7 % des femmes) à seulement 3,7 points de pourcentage en 2014 (22,7 % comparativement à 19,0 %). Par contre, l'écart dans le montant moyen des dons a augmenté, passant de 321 \$ en 1985 (1 026 \$ pour les hommes et 704 \$ pour les femmes) à 740 \$ en 2014 (2 032 \$ comparativement à 1 291 \$). On observe d'autres tendances notables :

- La probabilité de réclamer des dons a diminué chez les deux sexes, mais ce déclin s'est amorcé plus tôt chez les hommes (en 1987 comparativement à 1991 chez les femmes) et a été beaucoup plus prononcé chez les hommes. Nous ne connaissons toujours pas la cause de cette baisse plus rapide parmi les hommes, mais elle pourrait être liée à une probabilité nettement plus faible de réclamer des dons chez les hommes seuls que chez les femmes seules ou que chez les femmes et les hommes en couple (ministère des Finances, 2015).
- Le montant moyen des dons a crû plus rapidement chez les hommes après 1995. La moyenne des dons des hommes a également fluctué davantage à partir de 1995.

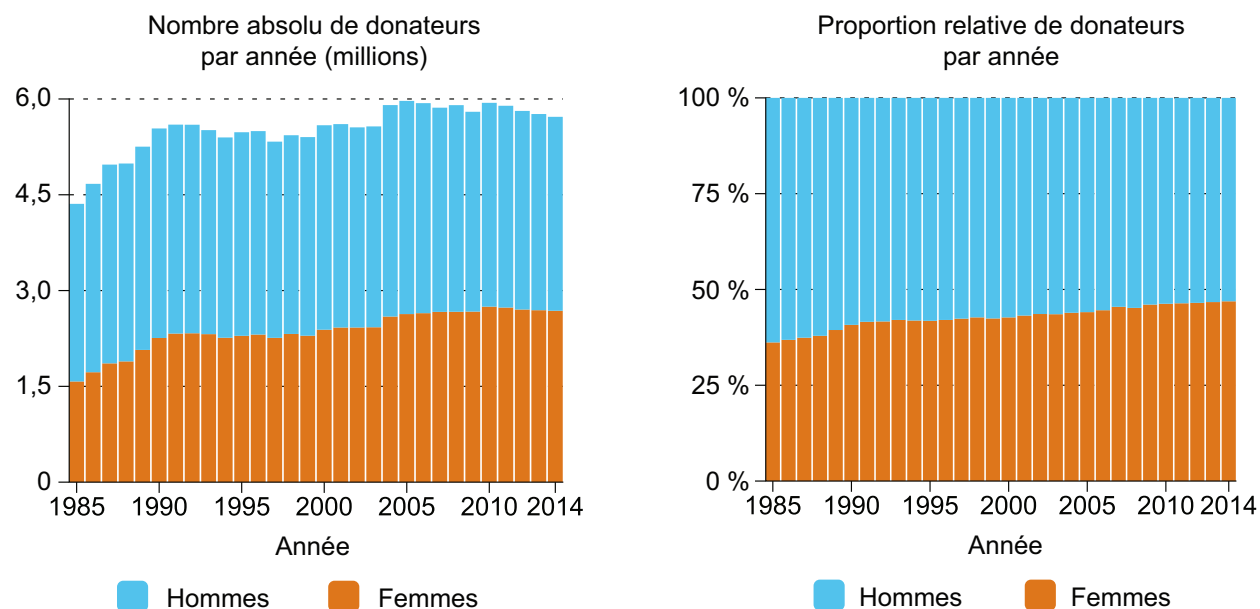
⁹ À noter, cependant, que des données d'enquête font état d'une diminution de la proportion d'Australiens qui donnent et une augmentation du don moyen entre 2005 et 2016.

Graphiques 7 : Proportion et moyenne des dons selon le sexe, 1985 – 2014.

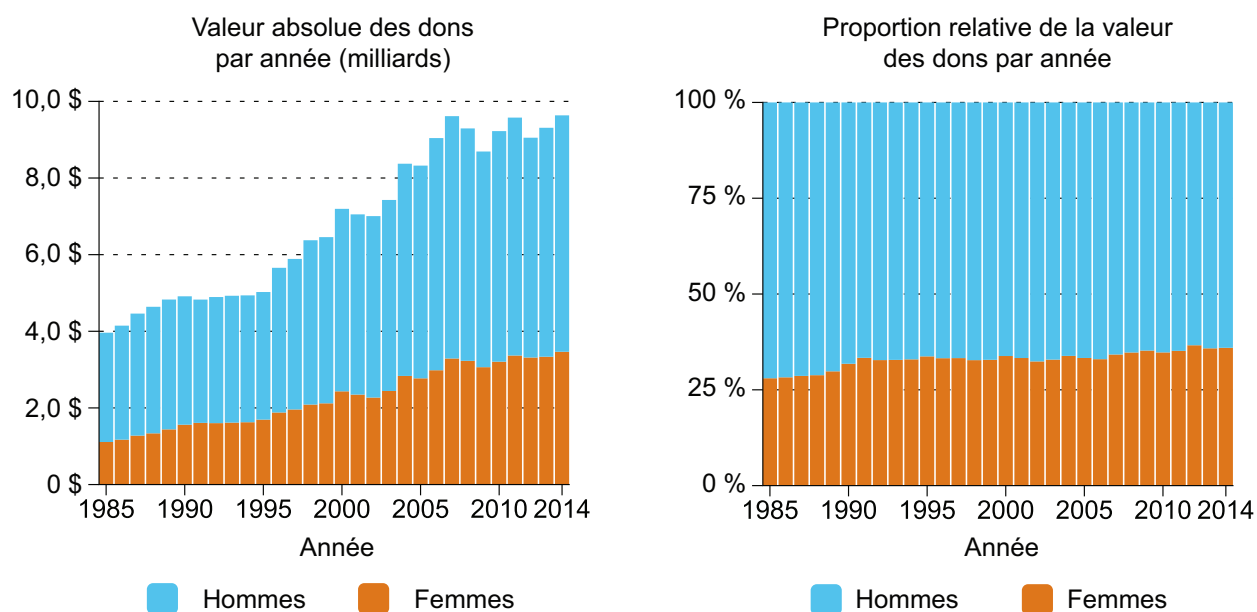


- Le nombre de donateurs masculins a culminé en 2005, à 3,34 millions, pour ensuite décliner progressivement (à 3,04 millions en 2014). Le nombre de donatrices a culminé un peu plus tard (en 2010), à 2,75 millions.
- Depuis 1985, les femmes ont constitué une proportion de plus en plus grande de donateurs (passant de 36,2 % en 1985 à 40,8 % en 2014). Le rythme de cette augmentation a été particulièrement rapide entre 1985 et 1990.
- Entre 1985 et 2014, la valeur absolue des dons réclamés par les femmes a triplé environ (de 1,1 milliard \$ à 3,5 milliards \$), tandis que la valeur des dons réclamés par les hommes a doublé environ (de 2,9 milliards \$ à 6,2 milliards \$).
- On observe davantage de volatilité d’une année à l’autre dans les dons réclamés par les hommes que par les femmes, surtout depuis 1995.
- L’importance relative des femmes a augmenté plus lentement que pourrait le laisser croire la valeur absolue des dons (passant de 28,1 % des dons à 35,9 %), les hommes affichant dès le départ une proportion élevée de dons.

Graphiques 8 : Nombre absolu et relatif de donateurs selon le sexe, 1985 – 2014.



Graphiques 9 : Valeur absolue et relative des dons selon le sexe, 1985 – 2014.



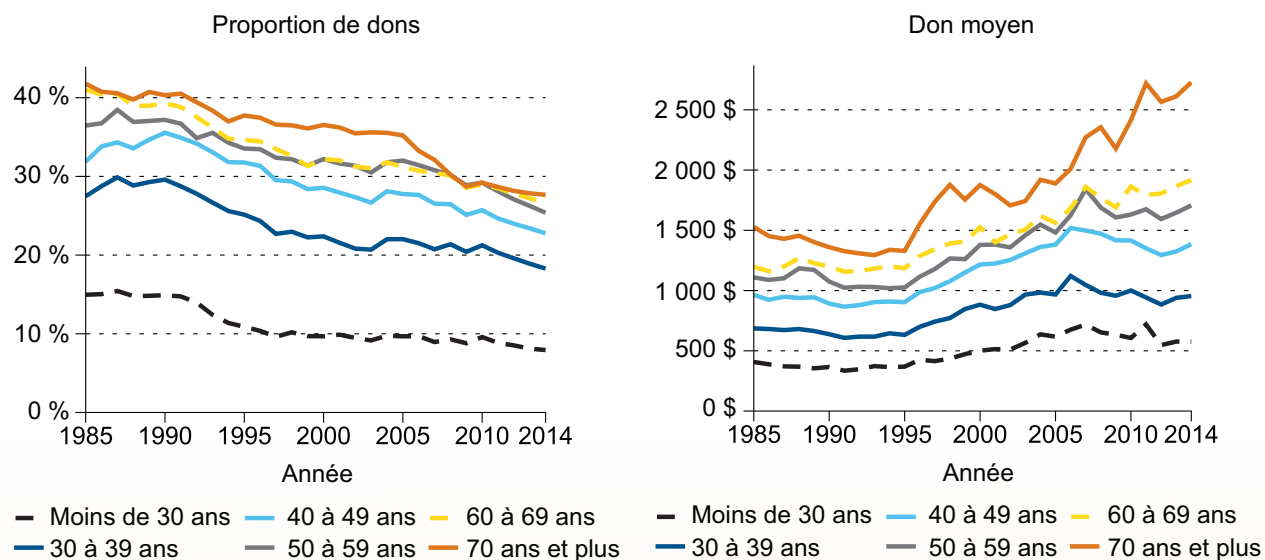
Tendances selon l'âge

Dans l'analyse des tendances selon l'âge, il est important de se rappeler que la population canadienne a considérablement vieilli entre 1985 et 2014. En 1985, l'âge médian au Canada était de 30,6 ans; en 2014, il atteignait 40,4 ans. Le profil d'âge de la population a également beaucoup changé. En 1984, on comptait environ 2,5 millions de Canadiens de 65 ans et plus, ce qui correspondait à 10 % de la population. En 2014, ce nombre avait plus que doublé, pour atteindre 5,6 millions, soit 17 % de la population. Au cours de la même période, le nombre de Canadiens de 25 ans et moins n'a que peu augmenté (de 10,1 millions à 10,3 millions), et leur proportion est passée de 40 % à 29 % de la population (Statistique Canada, n.d.-a).

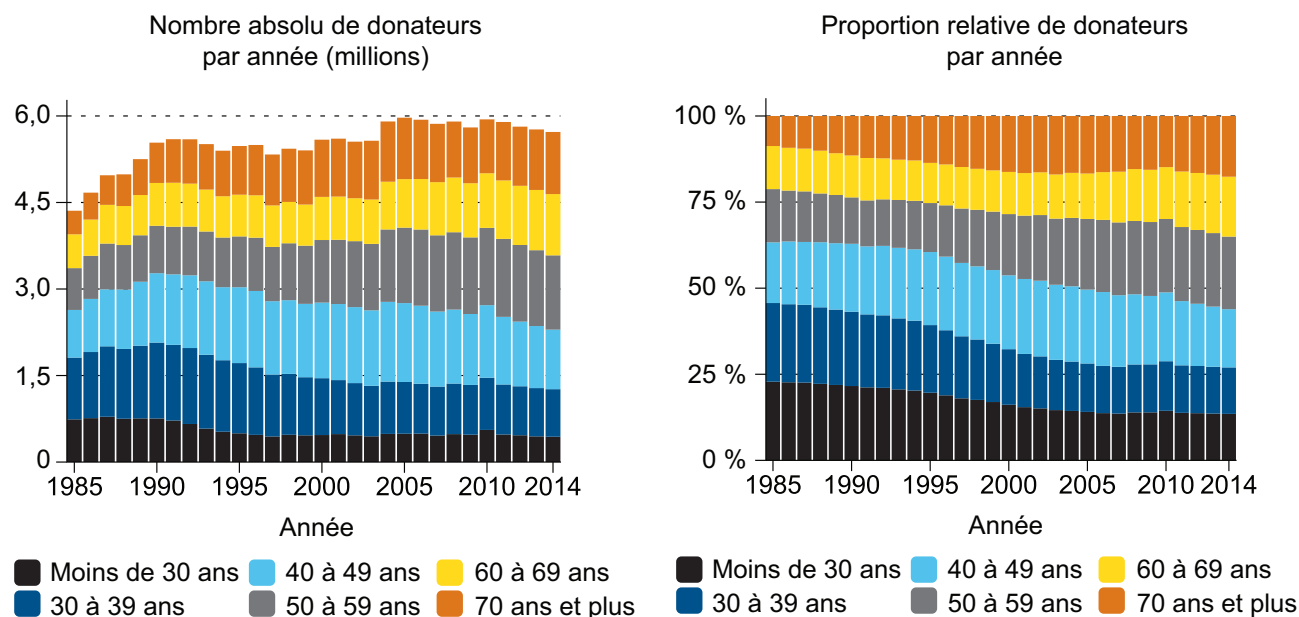
Durant toute cette période, les personnes plus âgées ont toujours été plus susceptibles de réclamer des dons plus importants que les jeunes. On observe d'autres tendances notables :

- Entre 1985 et 1990, la probabilité de réclamer des dons a augmenté chez les 30 à 59 ans, avant de régresser. Au sein des autres groupes d'âge, la probabilité de donner a diminué de manière constante. Cette baisse a été particulièrement prononcée chez les moins de 30 ans.
- Au cours de cette même période, les taux de don des trois cohortes les plus âgées se sont rejoints, de sorte que les 50 à 59 ans tendent maintenant à réclamer presque autant de dons que les 60 ans et plus.
- Dans tous les groupes d'âge, le don moyen a stagné ou diminué entre 1985 et 1995, avant de remonter jusqu'en 2007 ou 2008. Par la suite, le don moyen a généralement continué à progresser parmi les 60 ans et plus. Parmi les moins de 60 ans, le don moyen a fléchi, de manière plus importante et plus persistante au sein des cohortes les plus jeunes.

Graphiques 10 : Proportion et moyenne des dons selon le groupe d'âge, 1985 – 2014.

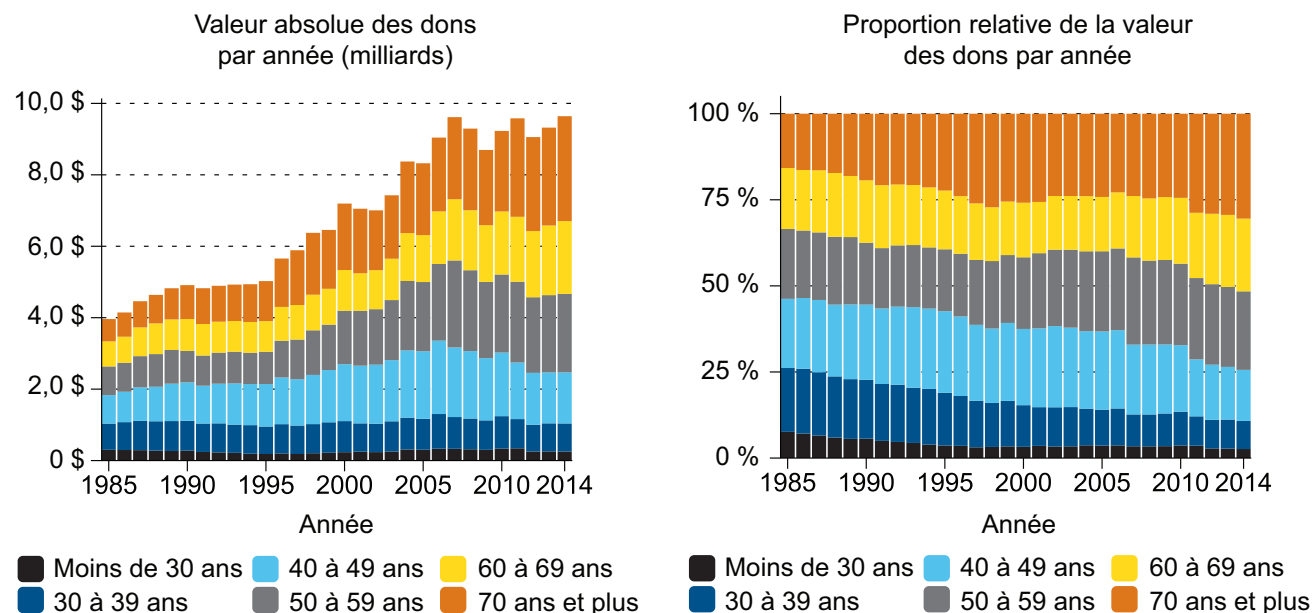


Graphiques 11 : Nombre absolu et relatif de donateurs selon le groupe d'âge, 1985 – 2014.



- À l'heure actuelle, le nombre de donateurs est en baisse dans presque tous les groupes d'âge. Le début de cette baisse a commencé parmi les groupes d'âge les plus jeunes (1987 pour les moins de 30 ans et 2012 pour les 50 à 59 ans, notamment). Les seules hausses ont été enregistrées chez les 60 ans et plus.
- L'importance relative des donateurs de 40 ans et plus a augmenté, tandis que celle des donateurs de moins de 40 ans a diminué. En 2014, les 40 ans et plus comptaient pour 77,9 % des donateurs, comparativement à 58,4 % seulement en 1985. Au cours de la même période, la proportion des donateurs de moins de 40 ans est passée de 41,6 % à 22,1 %.
- La valeur absolue des dons faits par les donateurs plus âgés a augmenté considérablement depuis 1985. À l'heure actuelle, les 70 ans et plus donnent 4,7 fois plus qu'en 1985 (2,9 milliards \$ comparativement à 625 millions \$). Les 60 à 69 ans donnent 2,9 fois plus et les 50 à 59 ans donnent 2,7 fois plus qu'en 1985.
- Au cours de la même période, la valeur des dons faits par les 30 à 39 ans a augmenté de 7 % à peine, tandis que les dons des moins de 30 ans ont chuté de 16 %.
- L'importance relative des donateurs plus âgés a elle aussi fortement augmenté. Les donateurs de 50 ans et plus versent actuellement près des trois quarts (74,3 %) de l'ensemble des dons, comparativement à un peu plus de la moitié (53,8 %) en 1985. Les 70 ans et plus comptent à eux seuls pour 30,4 % des dons, en hausse par rapport aux 15,8 % de 1985.

Graphiques 12 : Valeur absolue et relative des dons selon le groupe d'âge, 1985 – 2014.

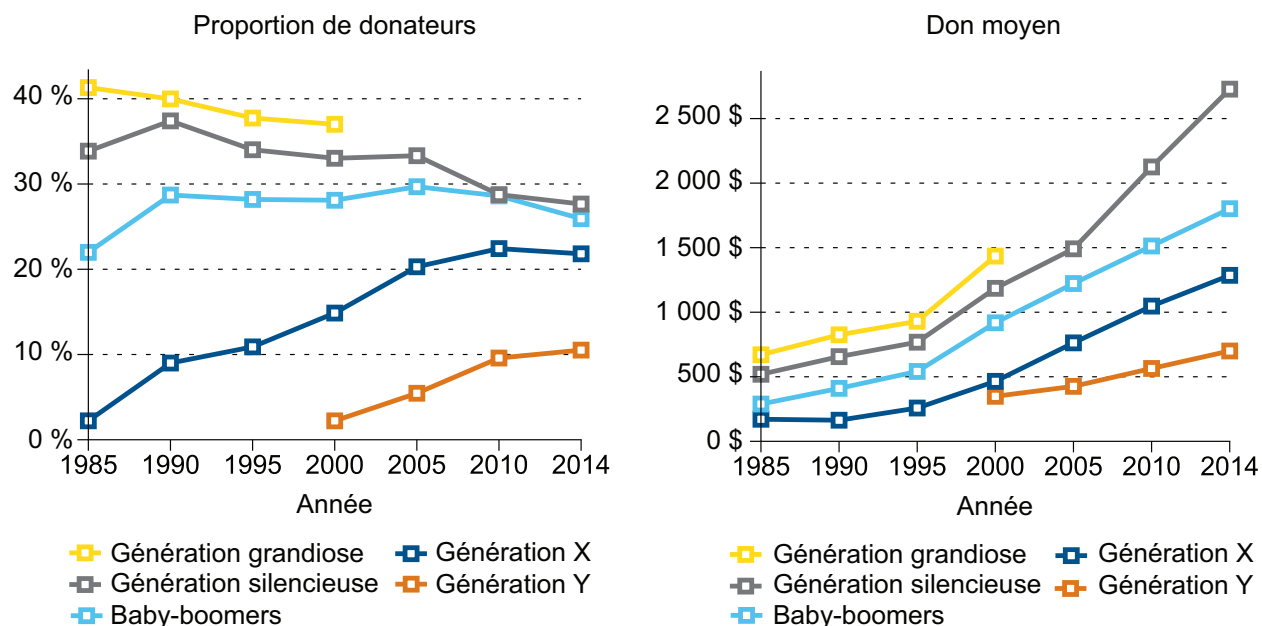


Par ailleurs, il est intéressant d'analyser les habitudes de don en suivant chaque génération au fil de l'âge. En raison de la définition habituelle des générations et de la ventilation des données des déclarants par groupes de cinq ans d'âge, il est impossible de produire cette analyse pour chaque année. On peut cependant obtenir un portrait de la situation à intervalles de cinq ans.¹⁰ Voici les faits saillants de ces portraits :

- La proportion maximale de dons diminue à chaque génération. Ainsi, la proportion de dons de la génération grandiose a culminé en 1985 à 41,3 %. Pour la génération silencieuse, ce point, atteint en 1990, s'est élevé à 37,4 %. Pour les baby-boomers, la proportion maximale de 29,7 % a été atteinte en 2005. Il est trop tôt pour savoir si les générations X et Y suivront cette tendance, mais les données semblent le suggérer.
- Cette tendance à atteindre la proportion de dons maximale de plus en plus tard au fil des cohortes d'âge a également été observée au Royaume-Uni (Cowley et al., 2011; S. Smith, 2012).
- Le don moyen réclamé par chaque génération croît avec l'âge des personnes qui la composent. Avec le temps, le don moyen de la génération silencieuse a surpassé celui de la génération grandiose. Il est difficile de prévoir si le don moyen des baby-boomers et celui de la génération X excéderont éventuellement celui de la génération silencieuse, mais la moyenne des dons progresse environ au même rythme. Cependant, ce ne semble pas être le cas pour la génération Y, qui constitue l'une des incertitudes les plus grandes en regard de l'avenir du don au Canada.

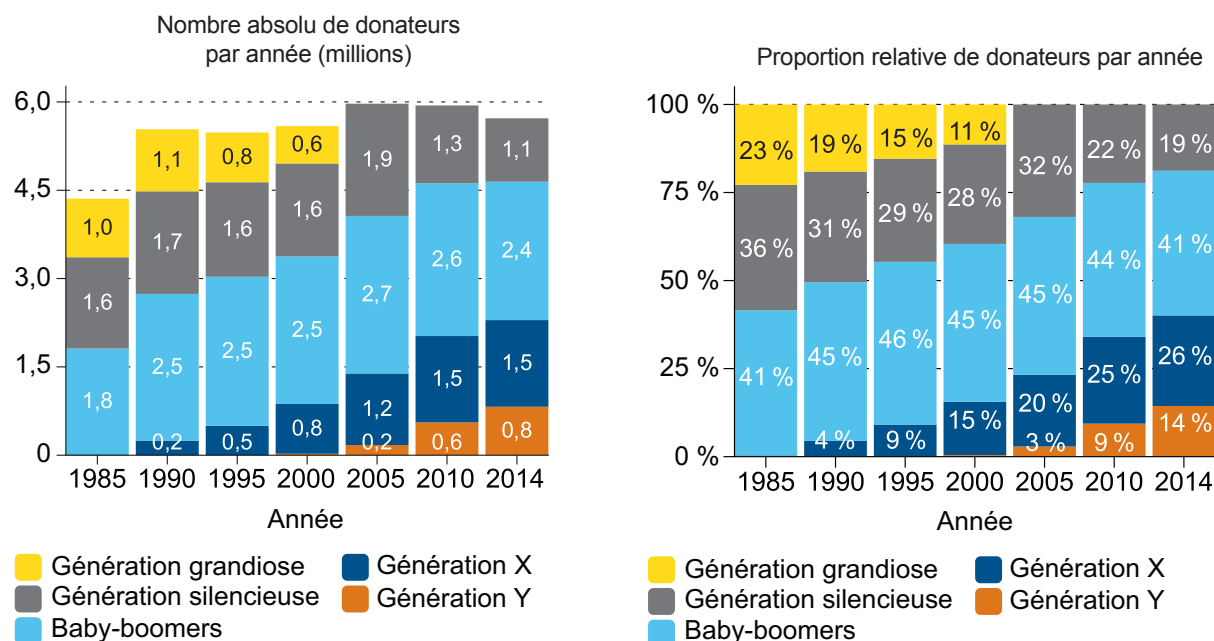
¹⁰ Aux fins de ce rapport, on a défini les générations selon la date de naissance : grandiose (1925 ou avant), silencieuse (de 1926 à 1945), baby-boomers (de 1946 à 1965), génération X (de 1966 à 1980), génération Y (à partir de 1981). Cette répartition diffère légèrement des échelles normalement reconnues pour des raisons de conformité avec les groupes de cinq ans utilisés pour présenter les données publiques sur les déclarants.

Graphiques 13 : Proportion et moyenne des dons selon la génération, 1985 – 2014.

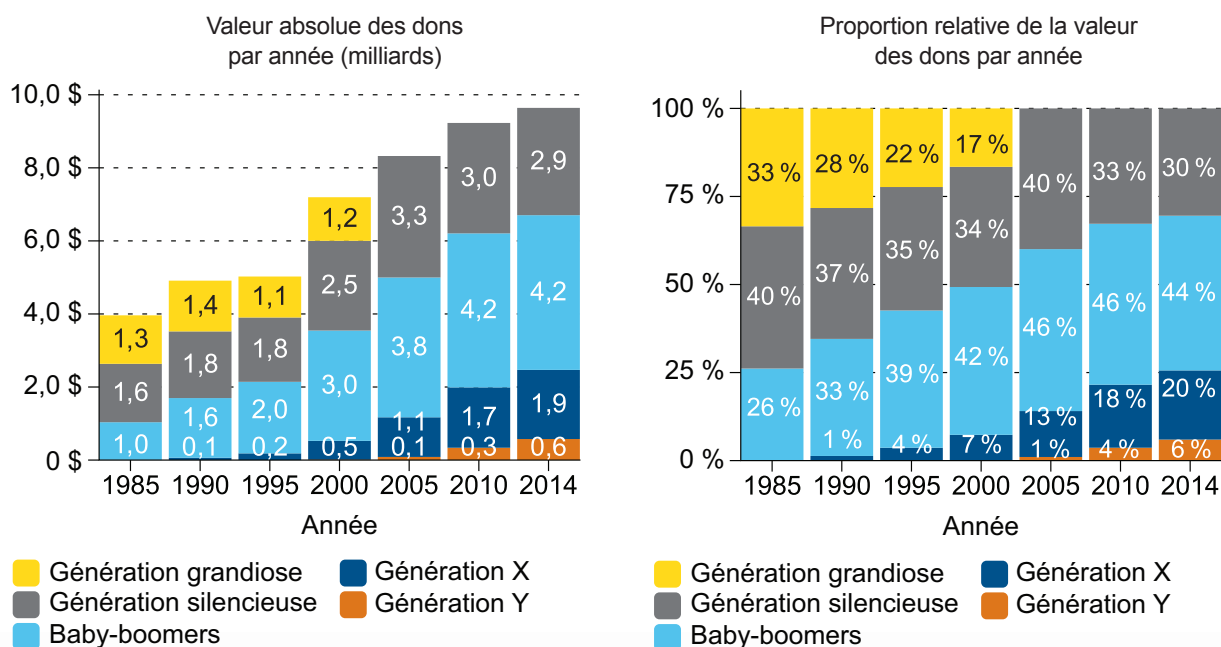


- En chiffres absolus, les baby-boomers ont affiché la proportion la plus grande de donateurs durant cette période. Leur nombre a culminé en 2005, à environ 2,7 millions. Le nombre de donateurs des générations grandiose et silencieuse diminue depuis 1990. Durant la même période, le nombre de donateurs de la génération X (et, à partir de 2000, de la génération Y) a augmenté, pour excéder légèrement la baisse du nombre de donateurs des générations silencieuse et grandiose. À l'heure actuelle, le nombre de donateurs de la génération X semble stabilisé à 1,5 million, alors que le nombre de donateurs de la génération Y est en hausse.
- À la lumière de la proportion relative des donateurs de chacune des générations, on constate que les générations grandiose et silencieuse ont affiché une baisse constante durant toute la période. L'importance relative des baby-boomers, qui a culminé en 1995 et s'est maintenue jusqu'en 2010, a commencé alors à diminuer devant le nombre croissant de donateurs plus jeunes. L'importance relative des donateurs de la génération X a progressé de 1990 à 2010, pour ensuite se stabiliser. C'est la génération Y qui, à l'heure actuelle, affiche une croissance.
- En ce qui a trait au montant des dons en 1985 et 1990, la génération silencieuse est celle qui a contribué le plus, tant en valeur absolue que relative.
- En 1995, la génération des baby-boomers a pris les devants en matière de dons réclamés, position qu'elle a conservée durant le reste de la période.
- Bien que la valeur absolue des dons des baby-boomers soit restée la même en 2014 qu'en 2010 (4,2 milliards \$), leur importance relative a légèrement diminué avec l'augmentation des dons des générations plus jeunes. En 2014, plus du quart (26 %) des dons a été versé par les générations X et Y.

Graphiques 14 : Nombre absolu et relatif de donateurs selon la génération, 1985 – 2014.



Graphiques 15 : Valeur absolue et relative des dons selon la génération, 1985 – 2014.



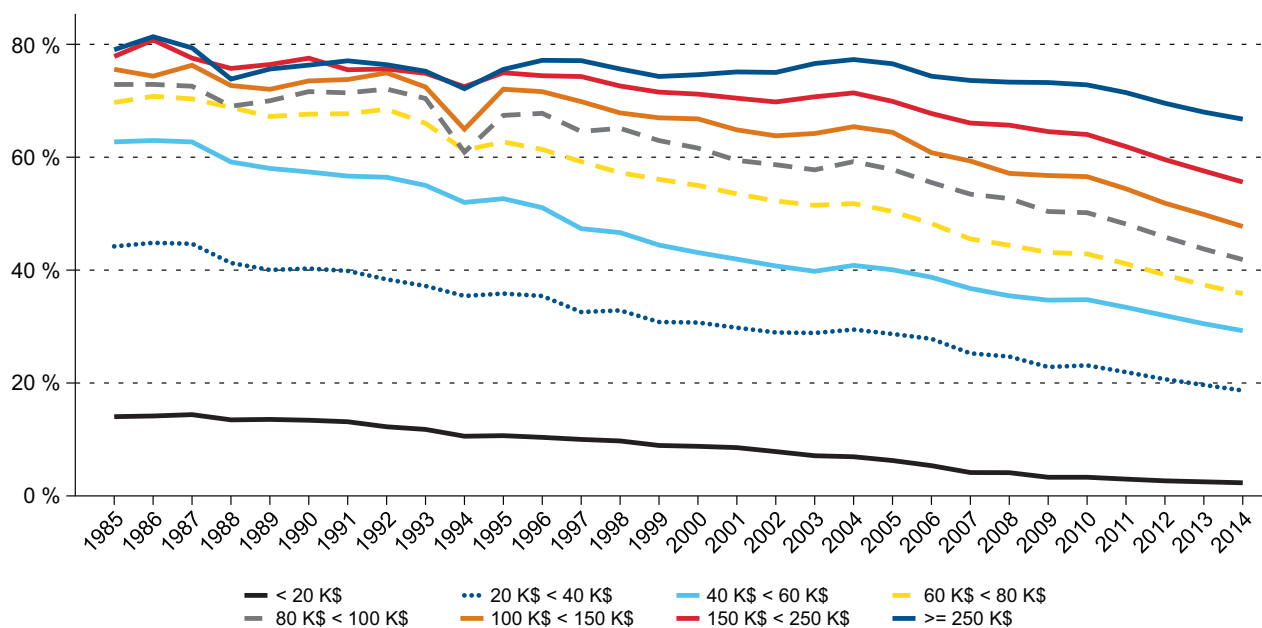
Tendances selon la tranche de revenu

Comme dans le cas de l'âge, pour bien cerner les tendances liées au revenu, il est crucial de prendre en compte l'augmentation sensible des revenus entre 1985 et 2014, ainsi que les profonds changements survenus dans la répartition des revenus. De 1985 à 2014, le total du revenu des particuliers en dollars constants a à peu près doublé, passant de 641,4 milliards \$ à 1,2 billion \$ (Statistique Canada, n.d.-b). En ce qui a trait à la répartition des revenus, le nombre de déclarants faisant état d'un revenu de 80 000 \$ ou plus a été multiplié par presque treize : leur proportion est passée de 1,1 % en 1985 à 14,3 % en 2014. La proportion de déclarants dont le revenu se situait entre 20 000 \$ et 79 999 \$ a également augmenté (de 36,8 % à 51,5 %), alors que la proportion des personnes affichant un revenu inférieur à 20 000 \$ a diminué (de 62,0 % à 34,1 %). Durant toute la période, le revenu des déclarants a augmenté, et davantage de particuliers ont atteint des catégories de revenu toujours plus élevées.

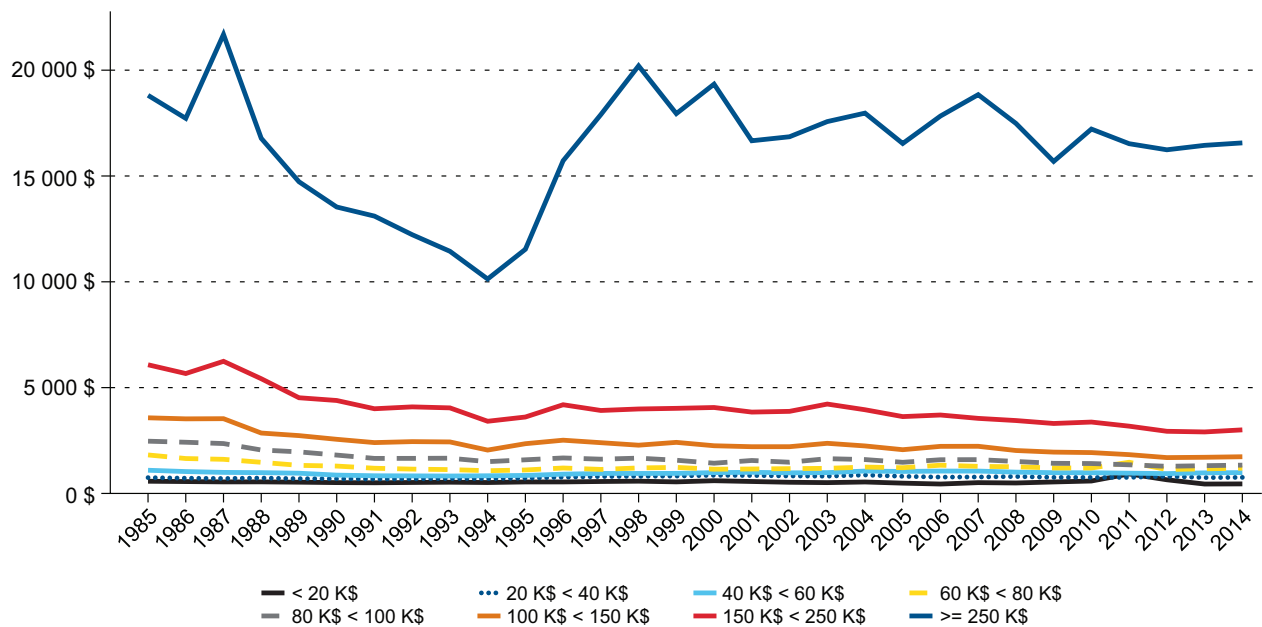
Il est clair que les personnes affichant des revenus plus élevés sont davantage susceptibles de réclamer des dons et des montants plus importants que les personnes à faible revenu. On observe d'autres tendances notables :

- Au cours de la période de 30 ans analysée, la probabilité de réclamer des dons a diminué dans toutes les tranches de revenu.
- Plus la tranche de revenu était faible, plus la baisse de la proportion de donateurs s'est intensifiée.
- Dans presque toutes les tranches de revenu, la moyenne des dons réclamés en 2014 a été inférieure à celle de 1985. La baisse la plus forte a été enregistrée parmi les personnes dont le revenu s'échelonnait entre 80 000 \$ et 249 999 \$. La moyenne des dons réclamés a légèrement augmenté chez les déclarants faisant état d'un revenu de 20 000 \$ à 39 999 \$.
- Dans les tranches de revenu inférieures à 80 000 \$, la moyenne des dons réclamés a fléchi jusqu'en 1994, pour progresser lentement jusque vers le milieu des années 2000, avant de recommencer à diminuer.
- Dans les tranches de revenu de 80 000 \$ à 249 999 \$, la moyenne des dons réclamés a chuté rapidement entre 1984 et 1994, puis plus lentement jusque vers le milieu des années 2000, avant de recommencer à diminuer rapidement.
- Les variations dans la moyenne des dons réclamés ont été plus importantes dans la tranche de revenu de 250 000 \$ et plus. Au sein de ce groupe, la moyenne des dons a décliné rapidement entre 1987 et 1994, puis a grimpé rapidement jusqu'en 1998. Par la suite, la moyenne des dons a diminué un peu, mais s'est maintenue, malgré des fluctuations, à peu près au niveau du début des années 2000.
- Dans la plupart des tranches de revenu, la moyenne des dons réclamés a légèrement augmenté depuis 2012.

Graphique 16 : Proportion de dons selon la tranche de revenu, 1985 – 2014.

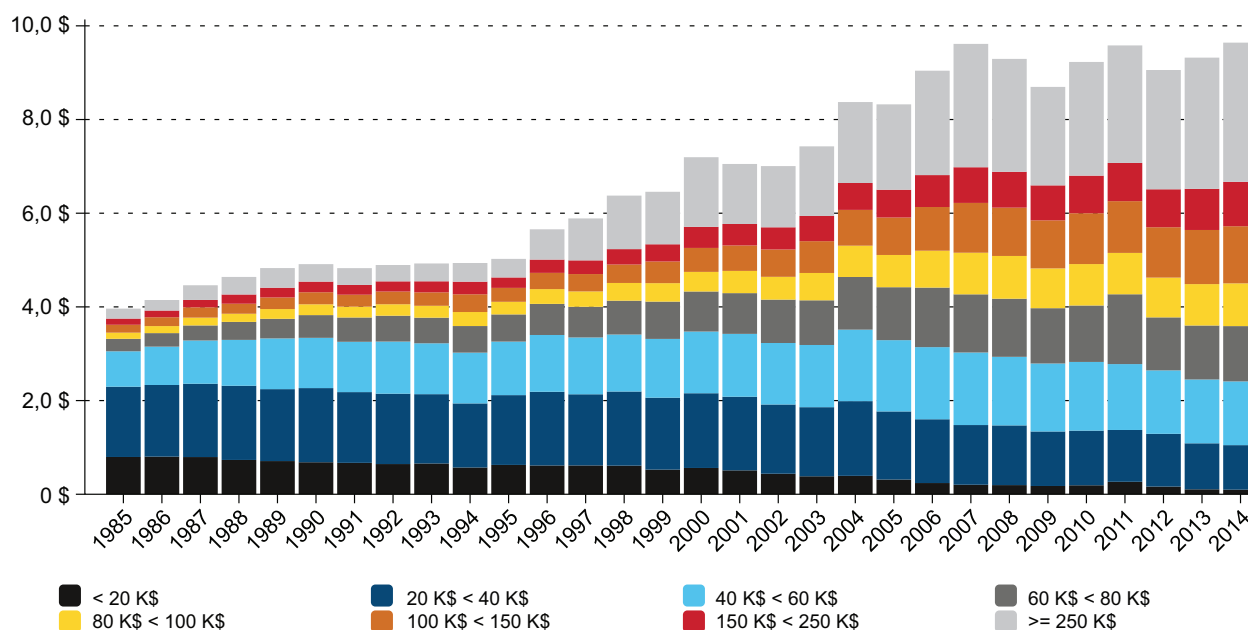


Graphique 17 : Don moyen selon la tranche de revenu, 1985 – 2014.



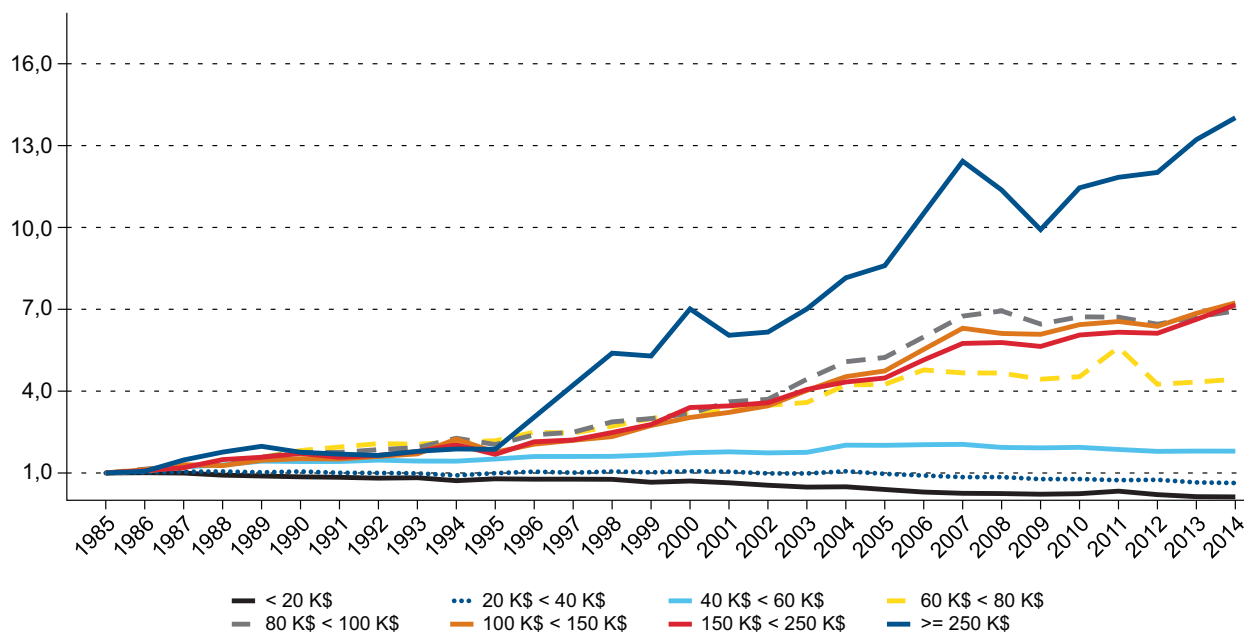
- Depuis 1985, la valeur absolue des dons réclamés par les déclarants faisant état d'un revenu de 40 000 \$ et plus a augmenté, tandis qu'elle a diminué parmi les déclarants des tranches de revenu inférieures.
- Les déclarants de la tranche de revenu la plus élevée ont affiché la hausse la plus forte. En 1985, ils ont réclamé des dons totalisant 211,8 millions \$; en 2014, ce montant atteignait 2,97 milliards \$. Dans les autres tranches de revenu, les hausses ont été plus modestes.
- Les dons réclamés par les déclarants dont le revenu annuel était inférieur à 20 000 \$ sont passés de 796 millions \$ en 1985 à 98,4 millions \$ en 2015. Dans le cas des déclarants dont les revenus se situaient entre 20 000 \$ et 39 999 \$, le montant des dons réclamés est passé de 1,5 milliard \$ à 950,2 millions \$.

Graphique 18 : Valeur absolue des dons selon la tranche de revenu, 1985 – 2014 (milliards).

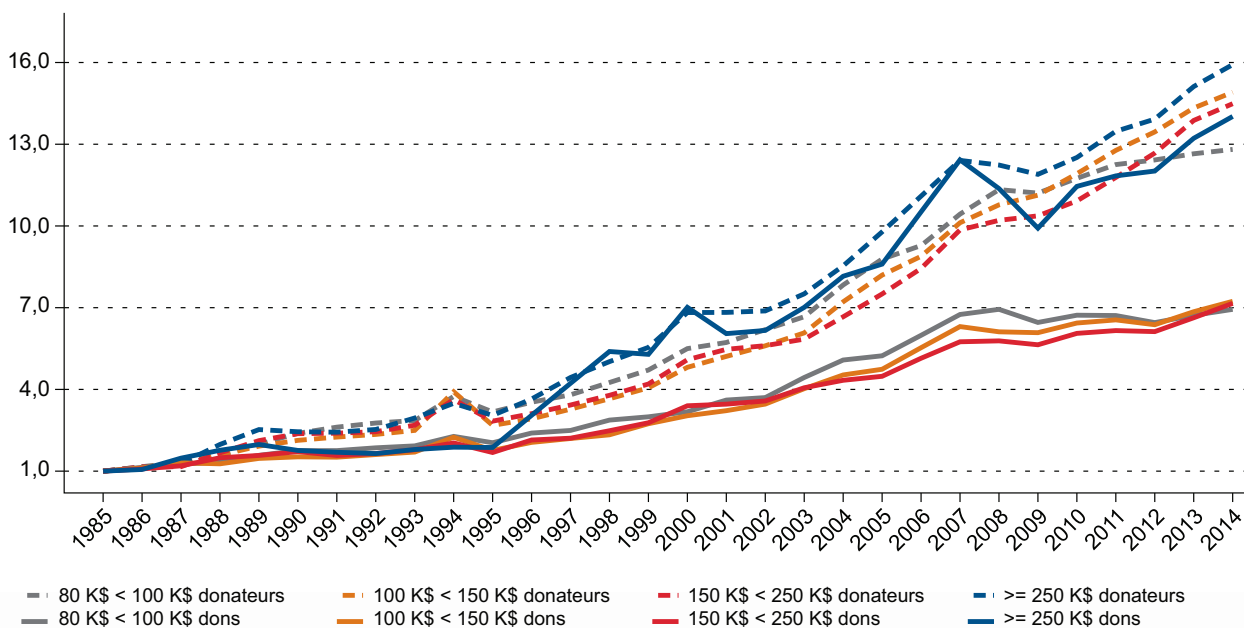


- Depuis 1995, le total des dons réclamés par la tranche de revenu supérieure a augmenté beaucoup plus rapidement (l'équivalent d'une hausse annualisée de 9,2 %) que dans les autres tranches de revenu.
- Parmi les donateurs des trois tranches de revenu allant de 80 000 \$ à 249 999 \$, le rythme de croissance des dons réclamés s'est avéré très constant, la moyenne annualisée atteignant 6,8 %. Au départ, les donateurs dont le revenu se situait entre 60 000 \$ et 79 999 \$ ont affiché une croissance similaire, qui a cependant ralenti en 2006.
- Les dons réclamés par ceux dont le revenu annuel était inférieur à 20 000 \$ a diminué à un rythme annualisé de 6,7 %; parmi les personnes dont le revenu se situait entre 20 000 \$ et 39 999 \$, la baisse annualisée a été de 1,5 %.
- Malgré une augmentation considérable du nombre de donateurs dans la tranche de revenu de 80 000 \$ à 249 999 \$, la valeur de leurs dons a connu une croissance plus lente. À cela s'est ajoutée une baisse de la proportion des dons réclamés.
- Seule la tranche de revenu la plus élevée a enregistré des niveaux d'augmentation similaires de dons et de donateurs.

Graphique 19 : Indices du total des dons selon la tranche de revenu, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).



Graphique 20 : Indices du nombre de donateurs et du total des dons selon la tranche de revenu parmi les déclarants faisant état de revenus >= 80 000 \$, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).



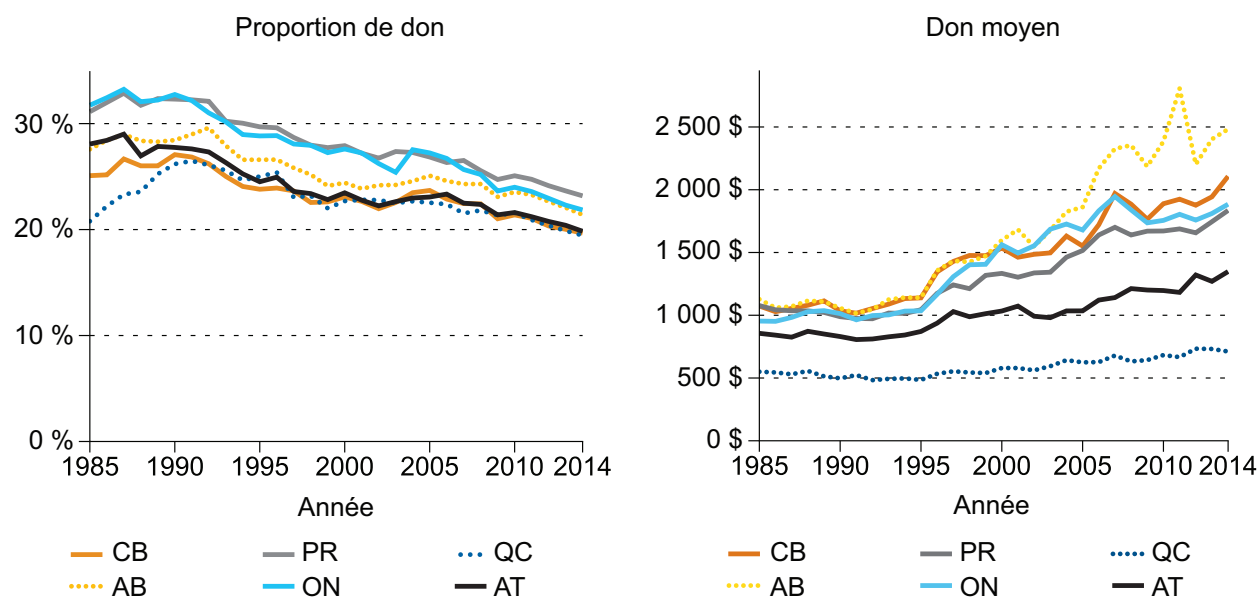
Tendances régionales

De 1985 à 2014, les populations régionales ont grandement changé. Durant cette période, la population canadienne de 15 ans et plus a augmenté d'environ 47 %. L'augmentation de la population de l'Alberta (en hausse de 81 %), de la Colombie-Britannique (68 %) et de l'Ontario (56 %) a été supérieure à la moyenne canadienne. Cette augmentation a été moindre au Québec (31 %), dans les provinces des Prairies (22 %) et dans les provinces de l'Atlantique (14 %) (Statistique Canada, n.d.-b).

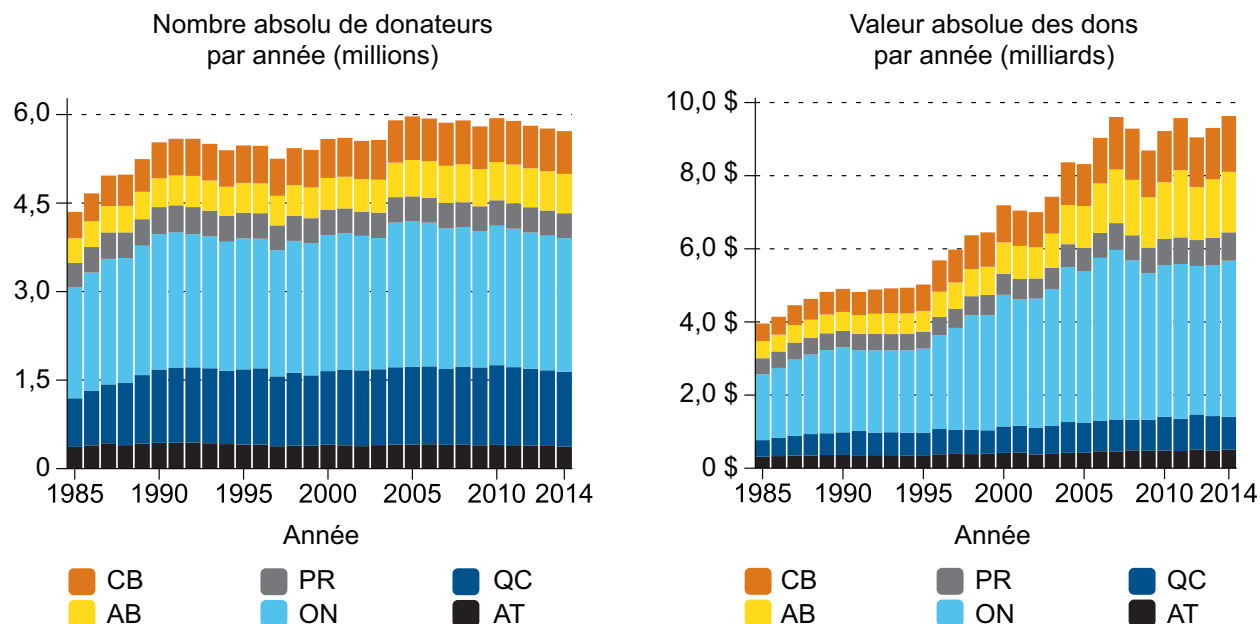
Au cours de la période, les résidents des Prairies et de l'Ontario ont été plus enclins à réclamer des dons que ceux des autres régions. De manière constante au cours de cette période, les donateurs du Québec ont réclamé les sommes les plus faibles, tandis que les donateurs de l'Alberta ont réclamé les sommes les plus élevées. On observe d'autres tendances notables :

- Au Québec, la probabilité de réclamer des dons a augmenté de 1985 à 1992, pour ensuite décliner. Dans les autres régions, cette probabilité est restée stable de 1985 à 1992, avant de décliner là aussi.
- Dans toutes les régions, le don moyen réclamé est resté stable de 1985 à 1995, puis a commencé à augmenter. L'augmentation du don moyen a été la plus forte en Alberta et la plus faible au Québec.

Graphiques 21 : Proportion et moyenne des dons selon la région, 1985 – 2014.

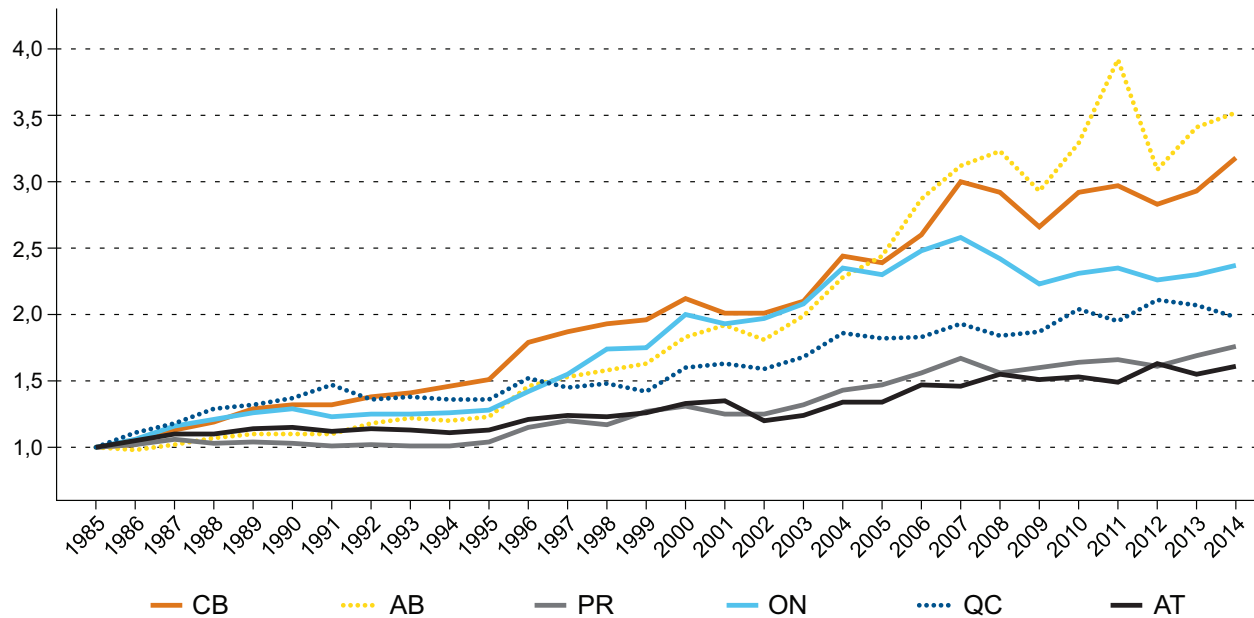


Graphiques 22 : Nombre de donateurs et dons en valeur absolue selon la région, 1985 – 2014.



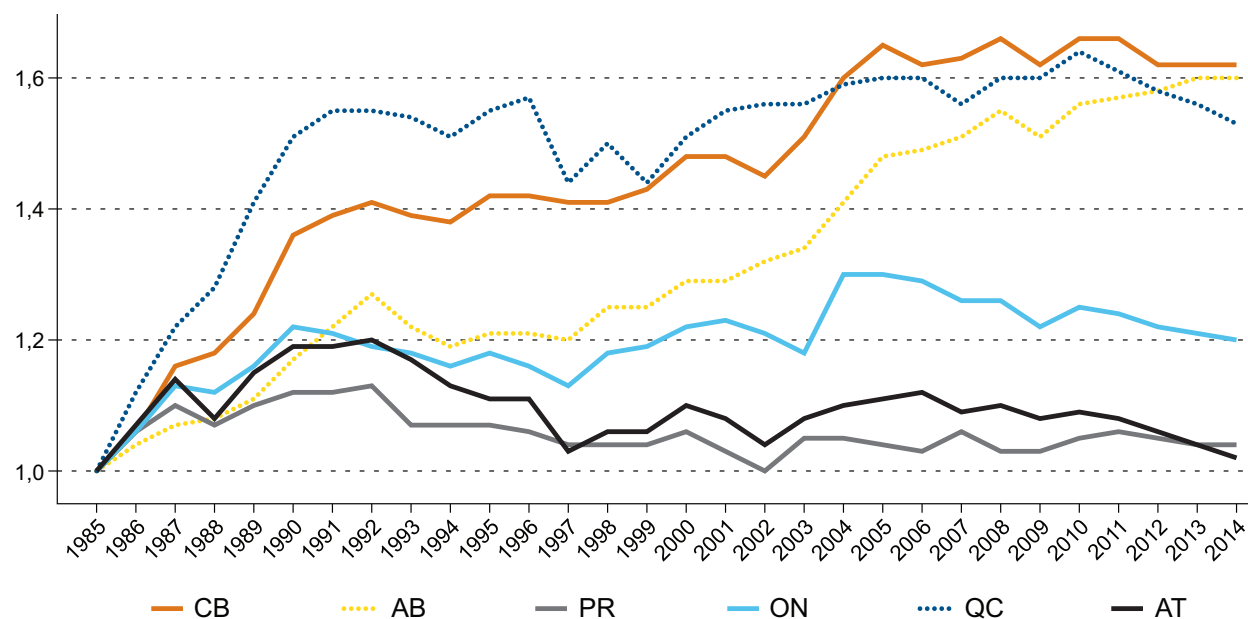
- Entre 1985 et 2014, le nombre de donateurs a progressé dans toutes les régions. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées en Colombie-Britannique (62,2 %), en Alberta (59,9 %) et au Québec (53,5 %), les plus faibles dans les provinces de l'Atlantique (2,1 %) et dans les Prairies (3,5 %). En Ontario, le nombre de donateurs a grimpé de 20,1 %.
- Le total des dons a connu les hausses les plus fortes en Alberta (3,5 fois plus) et en Colombie-Britannique (3,2 fois plus); il a progressé le moins dans les provinces de l'Atlantique (1,6 fois plus) et dans les Prairies (1,8 fois plus).
- Depuis 1985, le total des dons a augmenté plus rapidement en Alberta (l'équivalent d'une hausse annualisée de 4,3 %) et en Colombie-Britannique (3,9 %). Les dons ont crû plus lentement dans les provinces de l'Atlantique (1,6 %) et dans les Prairies (1,9 %).
- Dans la plupart des régions, le rythme de croissance s'est intensifié après 1995, sauf en Colombie-Britannique et au Québec. L'Alberta a connu la croissance la plus forte, passant d'un taux annualisé de 2,1 % à 5,4 % après 1995. Cette croissance a été plus faible dans les provinces de l'Atlantique (de 1,2 % à 1,8 %) et en Ontario (de 2,5 % à 3,1 %).

Graphique 23 : Indices du total des dons selon la région, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).

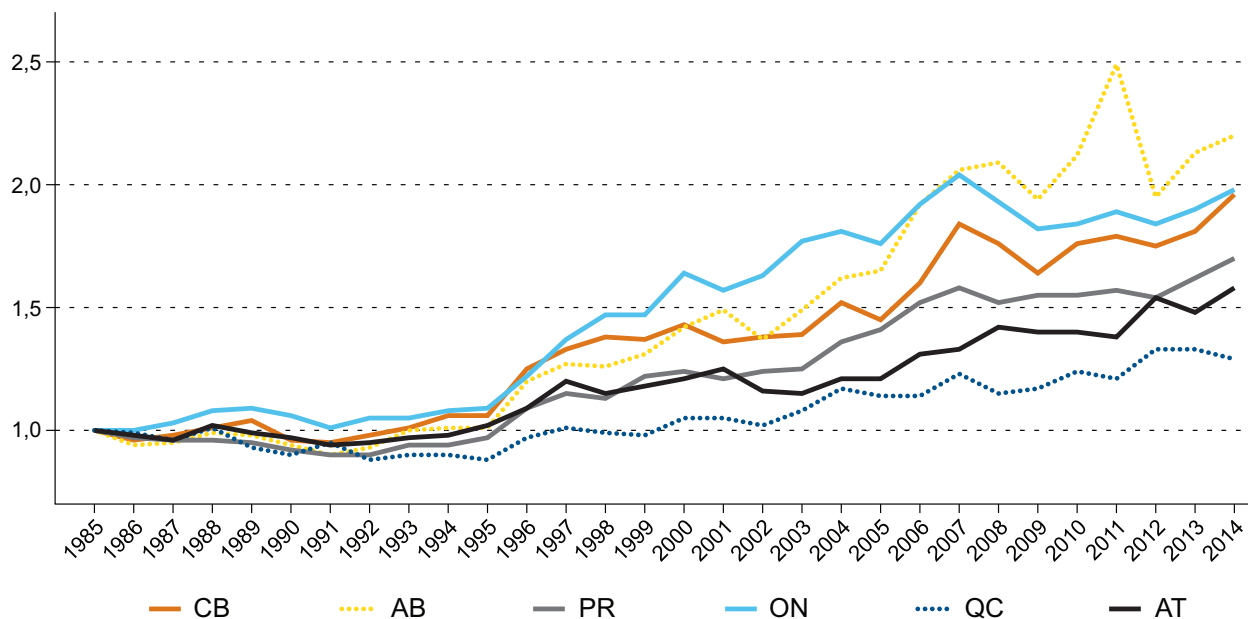


- En Colombie-Britannique, en Alberta et au Québec, le nombre de donateurs a augmenté jusqu'en 1992 pour se stabiliser jusque vers le milieu et la fin des années 1990. Par la suite, le nombre de donateurs en Colombie-Britannique et au Québec a recommencé à progresser, pour se stabiliser de nouveau au milieu des années 2000. En Alberta, le nombre de donateurs a connu une croissance constante à partir de la fin des années 1990.
- En Ontario, le nombre de donateurs a crû jusqu'en 1990, pour ensuite plafonner, malgré quelques fluctuations, jusqu'au début des années 2000. Le nombre de donateurs a alors grimpé en flèche, avant de connaître une baisse.
- Dans les provinces des Prairies et les provinces de l'Atlantique, le nombre de donateurs a également augmenté jusqu'au début des années 1990. Par la suite, il a généralement diminué, davantage dans les provinces de l'Atlantique que dans les Prairies.
- En matière de don moyen, les tendances ont été très similaires à celles du total des dons. Là encore, l'Alberta a connu la hausse la plus importante et la plus rapide (l'équivalent d'un taux annualisé de 2,7 %). La progression des dons a été comparativement plus faible dans les Prairies (1,8 %), dans les provinces de l'Atlantique (1,5 %) et au Québec (0,9 %).
- Entre 1985 et 1995, le don moyen a diminué au Québec (au taux annualisé de -1,3 %) et dans les Prairies (-0,3 %) et a augmenté très légèrement en Alberta (0,1 %) et dans les provinces de l'Atlantique (0,2 %). Dans toutes les régions, le rythme de croissance s'est intensifié après 1995. Les progressions les plus fortes ont été enregistrées en Alberta (de 0,1 % à 4,0 %), au Québec (de -1,3 % à 1,9 %) et dans les Prairies (de -0,3 % à 2,9 %).

Graphique 24 : Indices du nombre de donateurs selon la région, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).



Graphique 25 : Indices de la moyenne des dons selon la région, 1985 – 2014 (1985 = 1,00).



Donateurs

Cette section du rapport résume ce que l'on sait des donateurs canadiens. Elle se fonde en grande partie sur des sondages réalisés par Statistique Canada auprès de particuliers canadiens (Enquête sur le don, le bénévolat et la participation, et Enquête sur l'identité sociale), ainsi que sur d'autres études canadiennes et internationales. On y aborde toute une gamme de sujets, notamment les suivants :

- niveaux globaux de soutien,
- probabilité de don des divers segments de la population et montant de leurs dons,
- niveau de soutien à diverses causes,
- modes de don,
- motivations et freins au don,
- influence sur le don de la croissance de l'Internet et des médias sociaux,
- apprentissage et enseignement du don.

La section se conclut sur un portrait des habitudes de don dans trois groupes clés de la population : les jeunes, les aînés et les immigrants.

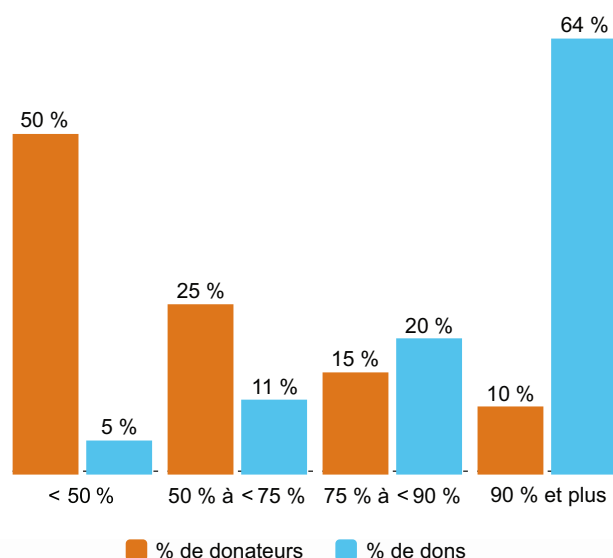
Niveaux de soutien

Selon l'Enquête sociale générale - Dons, bénévolat et participation (DBP) de 2013, environ quatre Canadiens sur cinq (82 %) âgés de 15 ans et plus ont fait au moins un don à un organisme de bienfaisance ou sans but lucratif en 2013. Chaque donateur a donné en moyenne 532 \$, ce qui se traduit par un montant total d'environ 12,8 milliards \$.¹¹ Comparés aux données sur les déclarants, les répondants de l'enquête DBP étaient 3,9 fois plus susceptibles de faire un don, mais n'auraient donné en moyenne que le tiers des sommes. De nombreuses raisons expliquent ces différences.

- l'enquête DBP recense les dons avec et sans reçu faits aux organismes de bienfaisance et sans but lucratif, tandis que les données sur les déclarants ne recensent que les dons aux organismes de bienfaisance;
- les déclarants mariés ont le droit de regrouper leurs dons sur la déclaration de revenu de l'un des époux, ce qui fait baisser le pourcentage de déclarants ayant réclamé des dons et augmenter la moyenne des montants réclamés;
- de nombreux déclarants ne réclament pas les dons qu'ils ont faits, en particulier les déclarants qui ont fait de petits dons ou qui n'ont pas de solde dû dans leur déclaration de revenu.

La majeure partie des dons proviennent d'une petite minorité de donateurs. Collectivement, le quartile de donateurs qui a donné les plus fortes sommes a contribué pour près de 85 % du total des dons rapportés dans l'enquête DBP; la tranche supérieure de 10 % a contribué près des deux tiers de ces sommes.

Graphique 26 : Concentration des dons par centile de donateurs, 2013.



¹¹ Dans cette section, les montants sont exprimés en dollars de 2013.

Variations démographiques

La probabilité de donner et les montants généralement versés varient en fonction de plusieurs caractéristiques démographiques.

- La probabilité de donner et le montant moyen des dons augmentent généralement avec l'âge, le revenu, la fréquentation des services religieux et la scolarité.
- Les hommes sont moins enclins à donner que les femmes, mais ont tendance, le cas échéant, à donner davantage.
- Les gens mariés sont les plus enclins à donner. Les veuves et les veufs ont tendance à donner de plus gros montants. Les célibataires ont moins tendance à donner et donnent les plus petits montants.
- Les gens qui ont un emploi sont plus enclins à donner et ont tendance à donner les plus gros montants. Les gens sans emploi sont moins enclins à donner et donnent les plus petits montants.
- Les Canadiens de naissance ou nés à l'étranger sont plus enclins à donner que les citoyens non canadiens et ont tendance à donner des sommes plus importantes. Les Canadiens nés à l'étranger ont tendance à donner davantage que les Canadiens de naissance.

Tableau 1 : Proportion de dons, moyenne des dons et pourcentage du total des dons, selon la situation et le profil démographique des donateurs, 2013.

	Tous les donateurs		Tranche des 25 % principaux donateurs		Autres donateurs	
	Proportion	Montant moyen	Proportion	% total	Proportion	% total
Groupe d'âge						
15 à 24 ans	67 %	219 \$	6 %	70,3 %	60 %	29,7 %
25 à 34 ans	81 %	366 \$	13 %	77,5 %	68 %	22,5 %
35 à 44 ans	85 %	441 \$	20 %	80,9 %	66 %	19,1 %
45 à 54 ans	87 %	650 \$	24 %	85,7 %	63 %	14,3 %
55 à 64 ans	87 %	673 \$	27 %	86,0 %	60 %	14,0 %
65 à 74 ans	86 %	724 \$	28 %	87,3 %	58 %	12,7 %
75 ans et plus	85 %	731 \$	32 %	87,5 %	53 %	12,5 %
Sexe						
Homme	80 %	581 \$	20 %	85,4 %	60 %	14,6 %
Femme	84 %	486 \$	20 %	82,0 %	64 %	18,0 %
Scolarité						
Secondaire non terminé	67 %	319 \$	11 %	76,7 %	56 %	23,3 %
Diplôme du secondaire	79 %	423 \$	14 %	79,2 %	65 %	20,8 %
Diplôme postsecondaire	88 %	443 \$	20 %	80,3 %	68 %	19,7 %
Diplôme universitaire	88 %	842 \$	32 %	89,2 %	56 %	10,8 %
Situation matrimoniale						
Marié(e)/conjoint(e) de fait	88 %	596 \$	24 %	84,7 %	64 %	15,3 %
Séparé(e)/divorcé(e)	81 %	399 \$	18 %	76,5 %	62 %	23,5 %
Veuf ou veuve	84 %	767 \$	33 %	89,9 %	52 %	10,1 %
Célibataire, jamais marié(e)	70 %	339 \$	11 %	79,0 %	59 %	21,0 %
Situation d'emploi						
Employé(e)	86 %	550 \$	21 %	83,8 %	65 %	16,2 %
Sans emploi	75 %	272 \$*	11 %	72,3 %	64 %	27,7 %
Hors du marché du travail	78 %	532 \$	20 %	84,1 %	57 %	15,9 %
Tranche de revenu personnel						
Moins de 20 000 \$	73 %	349 \$	13 %	78,2 %	61 %	21,8 %
20 000 \$ à 39 999 \$	84 %	456 \$	18 %	80,8 %	67 %	19,2 %
40 000 \$ à 59 999 \$	88 %	551 \$	23 %	83,0 %	65 %	17,0 %
60 000 \$ à 79 999 \$	89 %	575 \$	27 %	83,1 %	62 %	16,9 %
80 000 \$ à 99 999 \$	92 %	680 \$	32 %	85,9 %	60 %	14,1 %
100 000 \$ à 119 999 \$	95 %	898 \$	36 %	89,5 %	58 %	10,5 %
120 000 \$ et plus	94 %	1630 \$	53 %	95,0 %	41 %	5,0 %
Fréquentation de services religieux						
Une fois par semaine	91 %	1284 \$	47 %	94,3 %	44 %	5,7 %
Au moins une fois par mois	90 %	633 \$	28 %	85,6 %	62 %	14,4 %
Au moins trois fois par année	90 %	428 \$	21 %	77,6 %	69 %	22,4 %
Une ou deux fois par année	83 %	287 \$	12 %	68,9 %	71 %	31,1 %
Jamais	76 %	313 \$	12 %	71,8 %	65 %	28,2 %
Citoyenneté						
Canadien de naissance	83 %	509 \$	19 %	82,9 %	64 %	17,1 %
Naturalisé	83 %	672 \$	25 %	86,6 %	58 %	13,4 %
Non canadien	75 %	450 \$*	15 %	82,1 %	60 %	17,9 %

* Sous toutes réserves

Causes soutenues

De multiples causes et organismes se font concurrence pour obtenir les dons des Canadiens. Deux facteurs se combinent pour déterminer le niveau général de l'appui à chaque cause : le nombre de personnes qui donnent et le montant qu'elles donnent. Quelques causes bénéficient à la fois d'un grand bassin de donateurs et de dons moyens élevés. Certaines causes sont soutenues par beaucoup de gens, mais ne reçoivent que de petits montants de la plupart d'entre eux. D'autres reçoivent des montants moyens élevés, versés par un petit nombre de donateurs. À la lumière de la façon dont les Canadiens répartissent leur soutien, il se dégage quatre grands groupes de causes.

- **Groupe 1 : les organismes religieux**

Ils recueillent 40 % des dons. Les organismes religieux reçoivent plus de dons que tout autre genre d'organisme parce qu'ils ont à la fois une grande base de soutien et des donateurs qui versent des montants moyens plus élevés.

- **Groupe 2 : santé, services sociaux et organismes internationaux**

Ces organismes recueillent collectivement environ 35 % de tous les dons, avec des montants répartis assez également entre les trois sous-secteurs. Soit ils comptent sur une très grande base de soutien (santé et services sociaux), soit ils reçoivent des montants moyens élevés (organismes internationaux).

- **Groupe 3 : collectes de fonds, bourses et bénévolats, hôpitaux et organismes centrés sur l'environnement et l'éducation**

Ces organismes reçoivent collectivement environ 15 % de l'ensemble des dons, à raison de deux à cinq pour cent par cause. La plupart de ces causes ont une base d'appui assez importante, mais ont tendance à ne recevoir que des dons modestes.

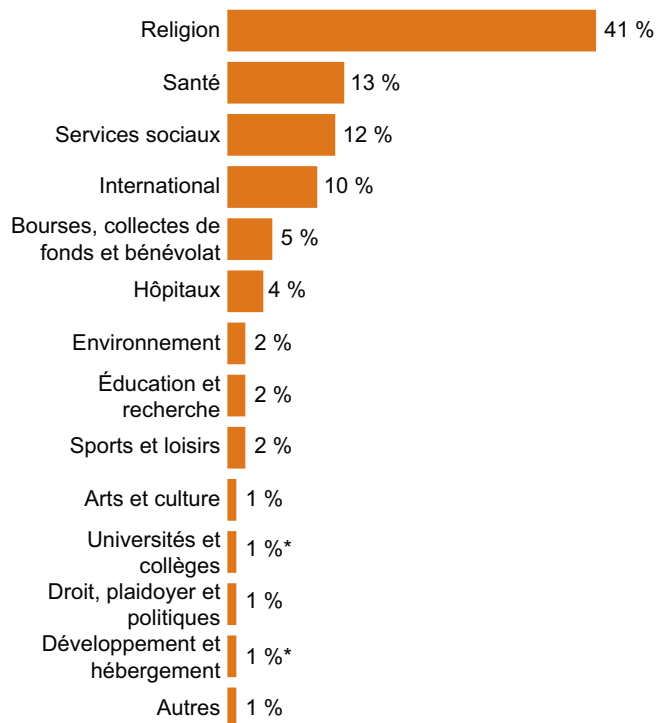
- **Groupe 4 : le reste**

Les sept autres causes combinées ne comptent que pour 7 % de l'ensemble des dons.¹² La plupart des causes de ce groupe ont tendance à recevoir des dons qui vont de modestes à élevés, mais ne bénéficient que d'une très petite base d'appui. Seule exception notable, les sports et loisirs, qui ont une base d'appui relativement grande, mais n'attirent que de très petits dons.

¹² Environ 2 % des dons ne peuvent être affectés à une cause précise.

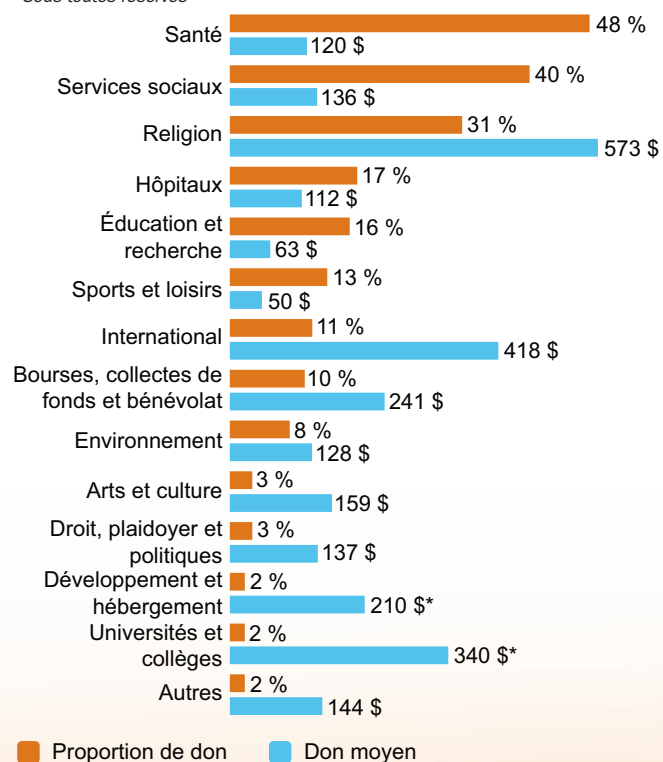
Graphique 27 : Répartition de l'ensemble des dons selon la cause, 2013.

**Sous toutes réserves*



Graphique 28 : Proportion et moyenne des dons selon la cause, 2013.

**Sous toutes réserves*



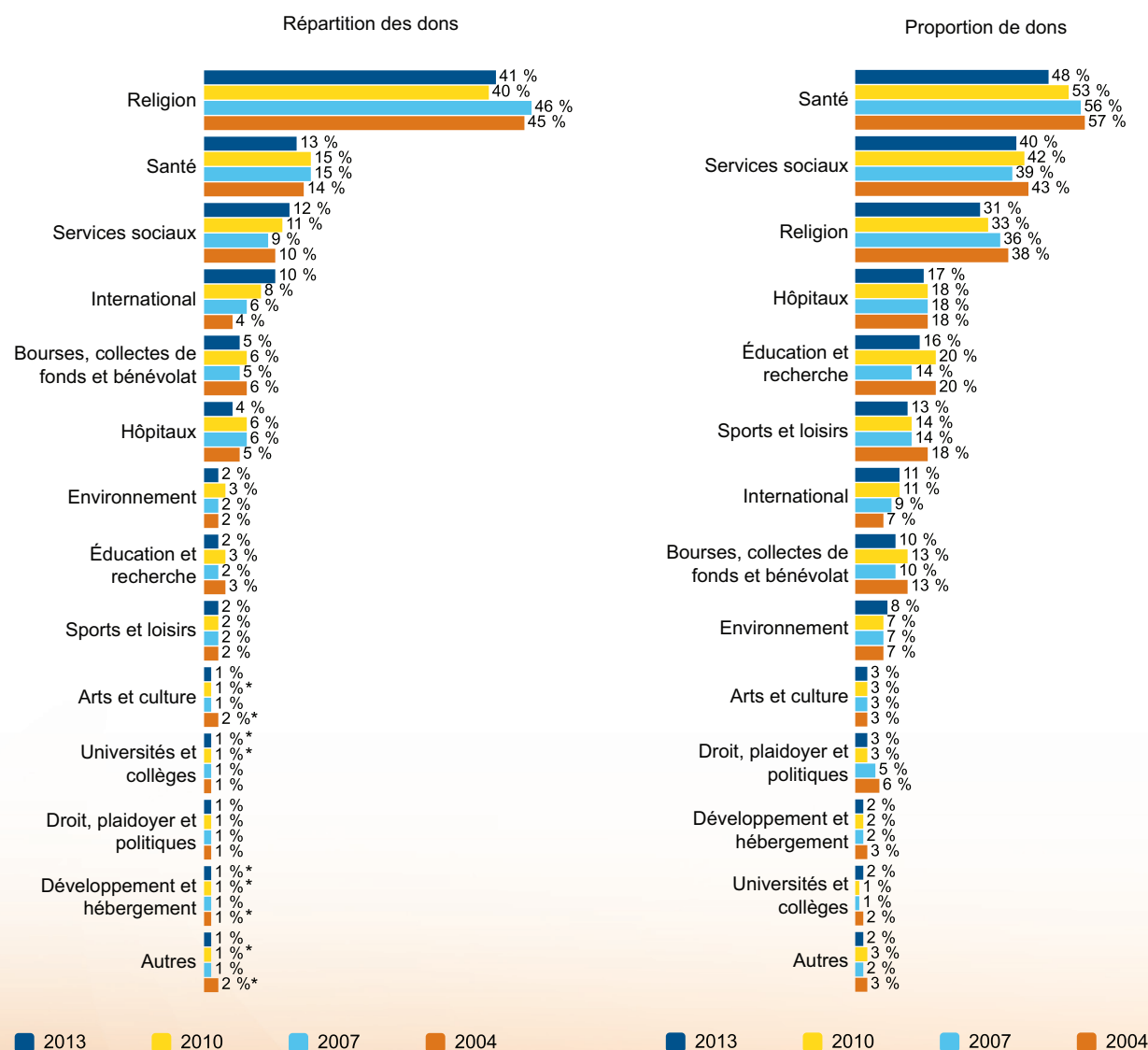
Tendance

Depuis 2004, on observe plusieurs changements dans les causes soutenues par les Canadiens. Voici les plus notables :

- Le don aux organismes religieux connaît une baisse, à la fois du nombre de donateurs et du montant des dons.
- Le don aux organismes internationaux est en hausse, tant du point de vue du nombre de donateurs que du montant des dons.
- Les sommes versées aux organismes de services sociaux ont augmenté, bien que le nombre de donateurs soit resté stable.
- Le nombre de donateurs aux organismes de santé et aux hôpitaux a diminué considérablement; sur le plan du montant des dons, la baisse a été moins importante.

Graphique 29 : Répartition de l'ensemble des dons et proportion des dons selon la cause, 2004 – 2013.

*Sous toutes réserves



Comparaisons internationales

Australie

Tout comme au Canada, les organismes religieux reçoivent la plus grande partie des dons, bien que dans une proportion moindre qu'au Canada, soit 28 %. À l'instar du Canada, les organismes des secteurs de la santé (17 %) et des services sociaux (16 %) ainsi que les organismes internationaux (19 %) arrivent au deuxième rang des causes les plus soutenues, mais dans une proportion supérieure, probablement en raison d'un appui moindre aux organismes religieux. Les sports et loisirs (5 %) et les organismes environnementaux (4,5 %) obtiennent dans ce pays une part plus importante du soutien total. Par contre, les bourses, les collectes de fonds et les organismes bénévoles y reçoivent moins d'un demi pour cent des dons (McGregor-Lowndes et al., 2017).

Royaume-Uni

Là encore, le soutien suit dans l'ensemble le même ordre. Les organismes religieux obtiennent 20 % du total des dons, suivis des services sociaux (sans-abri, hébergement et accueil des réfugiés [6 %], enfants et jeunes [8 %], personnes handicapées [4 %] et aînés [2 %]), du secteur de la santé (hôpitaux [8 %] et soins médicaux [5 %]) et des organismes internationaux (10 %). Par contre, le bien-être des animaux y reçoit proportionnellement davantage (7 %) qu'au Canada (Charities Aid Foundation, 2017).

États-Unis

Si l'on tient compte de la répartition de l'ensemble des dons (y compris des fondations, des entreprises et des legs), 32 % vont aux organismes religieux, 15 % à l'éducation, 12 % aux services à la personne, 8 % à la santé, 7 % aux organismes de biens publics, 5 % aux arts et à la culture, 4 % aux organismes internationaux, 3 % à l'environnement et le reste à des particuliers (Lilly Family School of Philanthropy, 2015).

Modes de don

Bien qu'il existe au Canada de nombreuses façons de donner à des organismes caritatifs et sans but lucratif, les deux tiers des dons se font selon les trois modes suivants :

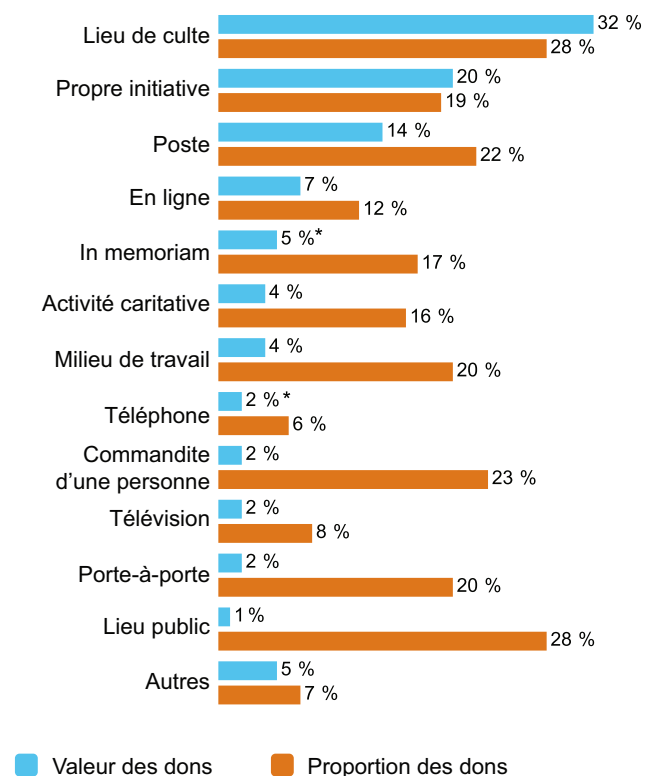
- don dans un lieu de culte,
- don de sa propre initiative,
- don en réponse à une sollicitation postale.

Le don postal est suivi du don en ligne. En 2013, les dons en ligne ont représenté près de 7 % des dons, soit la moitié des dons postaux.¹³ Les trois prochains modes en importance (don à la mémoire d'une personne, don pour participation à un événement caritatif et don au travail) constituent environ 13 % des dons, chaque méthode représentant en gros deux tiers de la valeur des dons en ligne. Les cinq autres modes de don (réponse à une sollicitation téléphonique, commandite d'une personne dans le cadre d'une activité, réponse à une sollicitation dans le cadre d'une émission télévisée ou radiophonique, porte-à-porte ou sollicitation dans un lieu public, un centre commercial ou la rue par exemple) représentent chacun un ou deux pour cent des dons. Collectivement, ces cinq modes ne recueillent qu'environ un dollar sur dix.

¹³ Les dons en ligne sont analysés plus en détail dans la section qui porte sur l'influence des médias sociaux et du don en ligne.

Graphique 30 : Répartition et proportion des dons selon le mode, 2013.

**Sous toutes réserves*



À noter qu'il existe peu de lien entre le nombre de Canadiens qui donnent selon un mode de don en particulier et le montant de leur don. Par exemple, un peu plus du quart de la population utilise l'un des deux modes de don les plus courants, mais l'un de ces modes (le don dans un lieu de culte) permet de recueillir vingt fois plus de fonds que l'autre (don en réponse à une sollicitation dans un lieu public). Outre le don dans des lieux publics, les autres modes de don les plus courants, mais qui ne représentent qu'une mince proportion du total des dons, comprennent la commandite d'une personne dans le cadre d'une activité et le porte-à-porte. Les méthodes qui permettent de recueillir les dons les plus élevés sont :

- le don de sa propre initiative,
- le don par la poste,
- le don en ligne.

Tendances

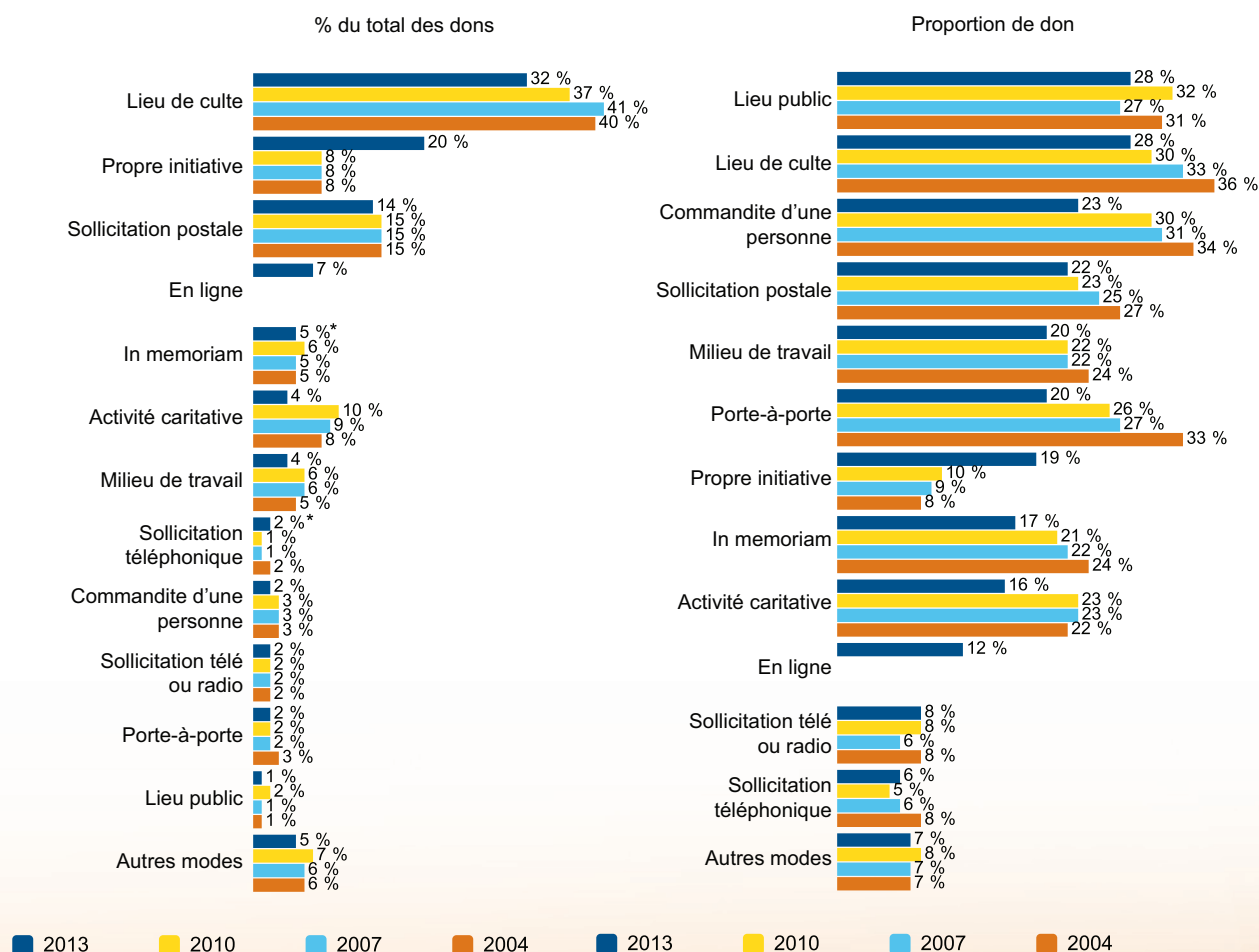
Les changements méthodologiques apportés à l'édition 2013 de l'enquête compliquent l'analyse de l'évolution des modes de don au fil du temps.¹⁴ Il est néanmoins possible de dégager quelques tendances. À la lumière des différences entre 2004 et 2010, on observe une baisse de popularité de certains modes de don. Les baisses les plus marquées ont été enregistrées dans les dons :

- sur les lieux de culte,
- par la poste,
- par la commandite d'une personne,
- par le porte-à-porte.

Par contre, les dons faits de sa propre initiative ou la participation à une activité caritative ont gagné en popularité. Bien que la fréquence de ces modes de don ait augmenté considérablement, on a constaté moins de changement dans le montant des dons. L'évolution la plus notable constitue le déclin des dons faits sur les lieux de culte. Les autres changements constatés, notamment la diminution des dons postaux et la hausse de la participation à des activités caritatives, ont été moindres.

Graphiques 31 : Répartition de l'ensemble des dons et de la proportion des dons selon le mode, 2004 – 2013.

*Sous toutes réserves



¹⁴ En 2013, dans le but de mieux couvrir le don en ligne, l'ordre des questions a été modifié de manière à placer le don de sa propre initiative plus haut dans la séquence. À la suite de ce changement, on a constaté une augmentation de la proportion de Canadiens qui déclaraient donner de leur propre initiative et une baisse de la proportion de tous les modes de don qui suivaient ce choix dans la séquence.

Freins et motivations à donner

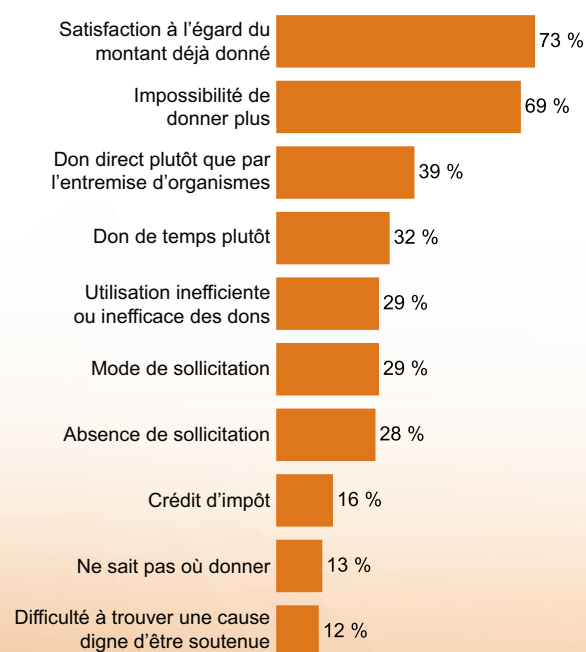
Il est essentiel pour quiconque dirige un organisme de bienfaisance ou contribue à ses campagnes de financement, de marketing et de communications de bien cerner les facteurs qui encouragent ou découragent le don. Au niveau individuel, les freins et les motivations sont fondamentalement idiosyncrasiques et interviennent de manière infinie. De ce fait, il est extrêmement fastidieux et peu productif de déterminer avec précision l'influence des divers facteurs sur un donateur en particulier, à moins que l'objectif ne soit un don très important. Malgré leur diversité, les populations sont plus faciles à cerner. Par ailleurs, l'étude de groupes importants s'avère beaucoup plus rentable. Comme la grande majorité des Canadiens donnent et que les comportements des non-donateurs et des donateurs occasionnels (qui donnent de manière irrégulière de petites sommes) sont similaires, l'étude cible uniquement les donateurs. Ceux-ci doivent choisir parmi un large éventail de motivations et de freins lesquels ont influencé le plus leur décision de faire un don ou de ne pas donner davantage.

Freins à donner

Les raisons exprimées par les donateurs pour ne pas donner plus peuvent être réparties en trois groupes, selon leur fréquence :

- **Groupe 1** : Ils étaient satisfaits du montant déjà donné; ils ne pouvaient pas se permettre de donner plus. Presque tous les donateurs ont motivé par l'une ou l'autre de ces raisons, ou les deux, leur décision de ne pas donner davantage.
- **Groupe 2** : Ils donnaient autrement (bénévolat, par exemple); ils s'interrogeaient sur le mode de sollicitation et sur la manière dont l'argent serait utilisé; on ne leur avait pas demandé. Environ le tiers des donateurs ont indiqué l'une de ces trois raisons pour ne pas donner davantage.
- **Groupe 3** : Le crédit d'impôt n'était pas assez important; ils ne savaient pas où donner; ils avaient du mal à trouver une cause qui méritait d'être soutenue. Chacune de ces raisons a été avancée par moins d'un donateur sur six.

Graphique 32 : Freins à donner davantage, donateurs, 2013.



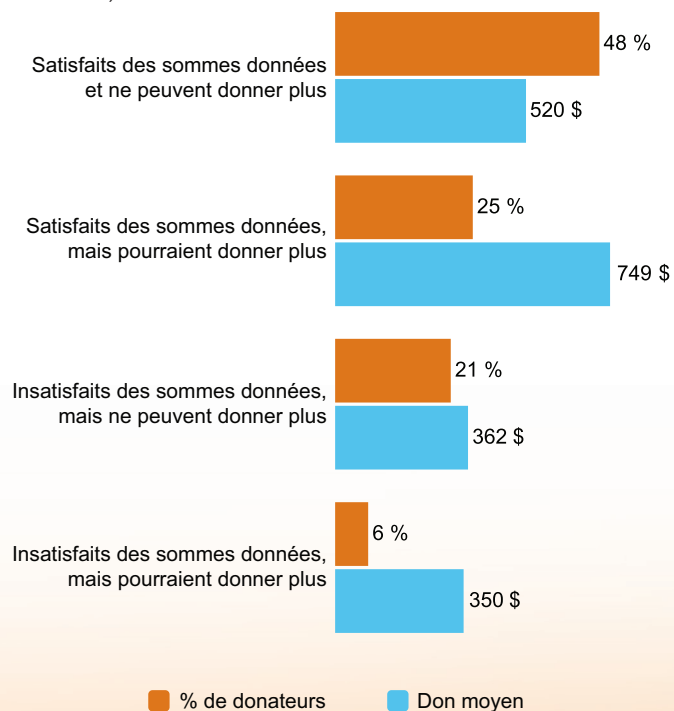
La perception des donateurs à l'égard de ce qu'ils ont déjà donné et de leur capacité de don influence énormément leurs habitudes de don.

- Les donateurs qui disent ne pas avoir donné plus parce qu'ils sont satisfaits des sommes déjà données font des contributions plus importantes (598 \$ en moyenne comparativement à 359 \$), font plus de dons (3,8 en moyenne comparativement à 3,1) et soutiennent un nombre plus grand de causes (2,6 en moyenne comparativement à 2,3) que les donateurs qui expriment une insatisfaction à l'égard des sommes qu'ils avaient données.
- Les donateurs qui ont déclaré ne pas avoir donné plus parce qu'ils ne le pouvaient pas font des contributions moindres (471 \$ comparativement à 671 \$), font moins de dons (3,5 comparativement à 3,8) et soutiennent moins de causes (2,5 comparativement à 2,6) que les donateurs qui ont répondu pouvoir donner davantage.

La relation entre ces deux freins présente un point de vue intéressant du bassin de donateurs canadiens.

- Près de la moitié des donateurs ont déclaré être satisfaits des sommes données et ne pas pouvoir donner plus. Ce groupe a donné en moyenne 520 \$.
- Environ le quart des donateurs ont déclaré être satisfaits des sommes données, tout en reconnaissant qu'ils pourraient donner plus. Ce groupe est celui qui, en moyenne, a donné le plus, soit 749 \$.
- Environ le cinquième des donateurs ont déclaré être insatisfaits des sommes données, mais ne pas pouvoir donner plus. Ce groupe a donné en moyenne 362 \$.
- Une très petite proportion de donateurs ont déclaré être insatisfaits des sommes données, tout en reconnaissant qu'ils pourraient donner plus. Ce groupe affichait le don moyen le plus bas, soit 350 \$.

Graphique 33 : Proportion de donateurs et don moyen en fonction des principaux freins à donner davantage, donateurs, 2013.



La forte corrélation observée entre les réponses à ces deux freins et les réponses à d'autres freins nous aidera à comprendre les comportements de ces différents groupes de donateurs.

- Dans l'ensemble, les donateurs qui se disent insatisfaits des sommes données et qui pourraient donner plus se révèlent moins engagés et moins confiants dans les organismes de bienfaisance. Par exemple, ils sont nettement plus enclins à déclarer qu'ils n'ont pas donné plus parce qu'on ne le leur avait pas demandé, parce qu'ils ne savaient pas où donner ou parce qu'ils ne trouvaient pas de cause digne d'être soutenue. Ils sont plus susceptibles d'exprimer des préoccupations sur l'utilisation des dons caritatifs, mais également moins enclins en contrepartie à donner directement ou à faire du bénévolat.
- Au contraire, les personnes qui se disent insatisfaites des sommes données, mais qui ne peuvent pas donner davantage sont sensiblement plus engagées et confiantes. Elles sont les moins susceptibles de dire qu'elles n'ont pas donné plus parce qu'on ne le leur avait pas demandé, qu'elles n'avaient pas trouvé de cause digne d'être soutenue ou d'exprimer des préoccupations sur l'utilisation des dons. Elles sont aussi beaucoup plus susceptibles de donner directement et de faire du bénévolat que les donateurs insatisfaits des sommes données et qui pourraient donner plus.
- On observe une corrélation entre le modèle de réponses de ceux qui se disent satisfaits des sommes données et une tendance à faire des dons plus substantiels. Ils sont plus susceptibles de remettre en question le mode de sollicitation des dons et de juger les crédits d'impôt insuffisants pour les motiver à donner plus, en particulier s'ils ne peuvent se permettre de donner davantage. Ils sont aussi plus enclins à donner directement aux personnes dans le besoin et, dans le cas de ceux et celles qui ne peuvent pas donner plus, à remplacer les dons supplémentaires par du bénévolat.

Tableau 2 : Réponses aux freins en fonction des principaux freins à donner davantage, donateurs, 2013.

	Insatisfaits des sommes données, mais pourraient donner plus	Insatisfaits des sommes données, mais ne peuvent donner plus	Satisfaits des sommes données, mais pourraient donner plus	Satisfaits des sommes données et ne peuvent donner plus
Don direct suffisant plutôt que par l'entremise d'organismes	16 %	18 %	44 %	48 %
Don de temps plutôt	25 %	31 %	30 %	35 %
Absence de sollicitation	44 %	22 %	29 %	27 %
Mode de sollicitation	25 %	25 %	30 %	30 %
Risque d'utilisation inefficace ou inefficace du don	34 %	23 %	30 %	31 %
Crédit d'impôt insuffisamment incitatif	11 %	11 %	15 %	20 %
Ne sait pas où donner	25 %	13 %	10 %	13 %
Difficulté à trouver une cause digne d'être soutenue	18 %	7 %	11 %	13 %

Variations démographiques

Les deux freins les plus courants varient selon le profil démographique des donateurs. Il est particulièrement intéressant de noter que les personnes les plus enclines à se déclarer satisfaites du montant de leur don même si elles peuvent donner plus sont plus âgées, affichent des revenus plus élevés et sont plus souvent des hommes. Or, ce sont les groupes qui donnent le plus. En d'autres termes, les groupes qui donnent actuellement le plus sont également ceux qui offrent le meilleur potentiel de croissance des dons.

Tableau 3 : Principaux freins à donner davantage en fonction de caractéristiques démographiques, donateurs, 2013.

	Insatisfaits des sommes données, mais pourraient donner plus	Insatisfaits des sommes données, mais ne peuvent donner plus	Satisfaits des sommes données, mais pourraient donner plus	Satisfaits des sommes données et ne peuvent donner plus
Groupe d'âge				
15 à 24 ans	14 %	33 %	14 %	39 %
25 à 34 ans	7 %	29 %	20 %	45 %
35 à 44 ans	5 %	23 %	22 %	50 %
45 à 54 ans	5 %	19 %	29 %	47 %
55 à 64 ans	4 %	16 %	32 %	49 %
65 à 74 ans	4 %	13 %	29 %	53 %
75 ans et plus	2 %	8 %	29 %	61 %
Sex				
Homme	7 %	18 %	30 %	46 %
Femme	5 %	24 %	20 %	50 %
Revenu personnel				
Moins de 20 000 \$	6 %	27 %	18 %	49 %
20 000 \$ à 39 999 \$	5 %	22 %	20 %	53 %
40 000 \$ à 59 999 \$	6 %	20 %	26 %	49 %
60 000 \$ à 79 999 \$	7 %	17 %	32 %	44 %
80 000 \$ à 99 999 \$	6 %	16 %	36 %	42 %
100 000 \$ à 119 999 \$	8 %	8 %	46 %	39 %
120 000 \$ et plus	6 %	8 %	54 %	31 %

D'autres freins sont également fonction des caractéristiques démographiques des donateurs.

En voici quelques-uns :

- Avec l'âge, les donateurs ont de moins en moins de difficulté à identifier les causes qu'ils souhaitent appuyer. À partir de la mi-soixantaine, toutefois, ils commencent à avoir plus de difficulté.
- Bien que les donateurs plus âgés donnent plus, ils ont davantage tendance à ne pas apprécier le mode de sollicitation et à croire que les dons supplémentaires ne seraient pas utilisés efficacement.
- Les hommes ont davantage tendance que les femmes à faire état de tous les freins, à l'exception du remplacement du don par le bénévolat.
- Les donateurs les plus scolarisés sont moins susceptibles de ne pas savoir où donner ou d'avoir de la difficulté à choisir une cause. Ils sont aussi les moins enclins à penser que leur soutien direct aux autres compense suffisamment leur don à des organismes de bienfaisance. Toutefois, ils ont davantage tendance à ne pas apprécier le mode de sollicitation et à croire que les dons supplémentaires ne seraient pas utilisés efficacement.
- Les différences liées à la situation matrimoniale rejoignent les différences liées aux groupes d'âge (les perceptions des personnes non mariées tendent à refléter les perceptions des donateurs plus jeunes, alors que celles des veufs et veuves tendent à refléter celles des donateurs plus âgés, par exemple).

Tableau 4 : Freins à donner davantage en fonction de caractéristiques démographiques, donateurs, 2013.

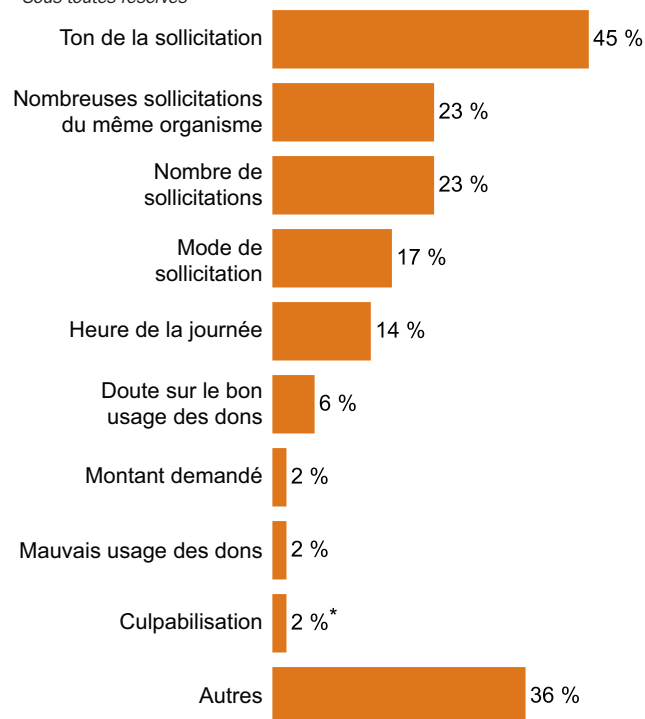
	Absence de sollicitation	Ne savent pas où donner	Difficulté à trouver une cause digne d'être soutenue	Don de temps plutôt	Don direct suffisant plutôt que par l'entremise d'organismes	Crédit d'impôt insuffisamment incitatif	Risque d'utilisation inefficace ou inefficace du don	N'a pas apprécié le mode de sollicitation
Groupe d'âge								
15 à 24 ans	38 %	28 %	16 %	43 %	25 %	9 %	22 %	21 %
25 à 34 ans	33 %	15 %	12 %	30 %	27 %	16 %	25 %	26 %
35 à 44 ans	29 %	12 %	11 %	31 %	34 %	15 %	27 %	26 %
45 à 54 ans	27 %	10 %	10 %	33 %	43 %	18 %	31 %	31 %
55 à 64 ans	22 %	8 %	9 %	32 %	44 %	19 %	33 %	31 %
65 à 74 ans	21 %	8 %	11 %	31 %	51 %	17 %	35 %	33 %
75 ans et plus	20 %	11 %	16 %	23 %	59 %	20 %	34 %	33 %
Sexe								
Homme	30 %	14 %	15 %	31 %	40 %	18 %	32 %	31 %
Femme	25 %	12 %	9 %	34 %	38 %	15 %	26 %	26 %
Scolarité								
Secondaire non terminé	28 %	23 %	19 %	36 %	48 %	17 %	26 %	23 %
Diplôme du secondaire	28 %	14 %	14 %	30 %	40 %	15 %	29 %	27 %
Diplôme postsecondaire	29 %	12 %	10 %	31 %	40 %	17 %	30 %	28 %
Diplôme universitaire	26 %	8 %	8 %	35 %	32 %	17 %	30 %	33 %
Situation matrimoniale								
Marié(e)/conjoint(e) de fait	26 %	10 %	10 %	30 %	41 %	17 %	31 %	31 %
Séparé(e)/divorcé(e)	22 %	7 %	10 %	32 %	40 %	15 %	26 %	21 %
Veuf ou veuve	18 %	8 %	15 %	27 %	56 %	19 %	31 %	27 %
Célibataire, jamais marié(e)	36 %	23 %	16 %	38 %	30 %	14 %	26 %	25 %

Préoccupations à l'égard des techniques de collecte de fonds

Un peu plus du quart des donateurs ont déclaré ne pas avoir donné davantage parce qu'ils n'appréciaient pas le mode de sollicitation des dons. Si l'on analyse plus à fond cette préoccupation, on constate que le ton de la demande est le plus souvent en cause, suivi par le nombre de demandes émanant d'un même organisme ou de l'ensemble des organismes. La technique de sollicitation et l'heure à laquelle cette sollicitation est faite sont les deux autres éléments négatifs mentionnés par plus de 10 % des donateurs qui ont déclaré ne pas apprécier le mode de sollicitation des dons.

Graphique 34 : Éléments négatifs, donateurs n'ayant pas apprécié les modes de sollicitation, 2013.

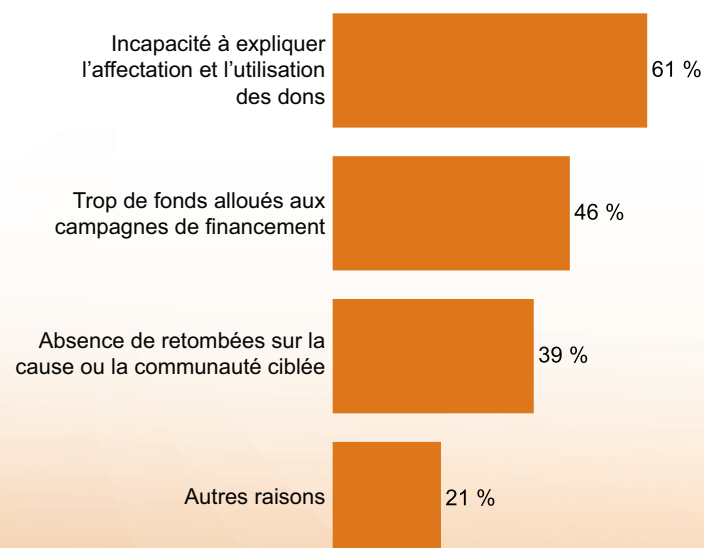
**Sous toutes réserves*



Scepticisme à l'égard des organismes de bienfaisance et de leur efficacité

Un peu plus du quart des donateurs n'ont pas donné davantage parce qu'ils doutaient que les dons supplémentaires soient utilisés de manière efficace et efficiente. Appelés à préciser leur jugement, les donateurs ont le plus souvent avancé que l'organisme caritatif n'avait pu expliquer de manière satisfaisante l'affectation et l'utilisation des fonds. Ils ont également été nombreux à dire que les organismes dépensent trop pour leurs campagnes de financement et à exprimer leur scepticisme à l'égard des retombées des organismes sur les causes ou populations qu'ils tentent d'aider.

Graphique 35 : Éléments de préoccupation à l'égard de l'utilisation des dons, donateurs préoccupés par l'utilisation non efficace/non efficiente du don, 2013.



Autres préoccupations

En plus du scepticisme exprimé sur l'utilisation des dons, près des trois quarts des donateurs ont fait état de risques de fraude des organismes ou de canular, et un peu plus de la moitié d'entre eux jugent que trop d'organismes les sollicitent, au point de leur enlever parfois l'envie de donner à qui que ce soit. Les donateurs qui ont émis ces opinions ont été plus enclins à faire état de presque tous les freins au don. Ceux qui ont soulevé la question de la fraude et du canular étaient particulièrement enclins à manifester leur scepticisme à l'égard du bon usage de dons supplémentaires et leurs réserves sur le mode de sollicitation des dons. Enfin, ceux qui ont jugé que trop d'organismes de bienfaisance les sollicitaient étaient aussi nettement plus enclins à donner directement aux personnes dans le besoin plutôt qu'à un organisme.

Tableau 5 : Réponses aux freins liés à des opinions négatives à l'égard des organismes de bienfaisance, donateurs, 2013.

	Trop d'organismes qui sollicitent des dons		Préoccupations liées à la fraude des organismes et au canular	
	En désaccord	En accord	En désaccord	En accord
Satisfaction à l'égard du montant déjà donné	67 %	78 %	68 %	75 %
Impossibilité de donner plus	69 %	70 %	65 %	71 %
Absence de sollicitation	25 %	30 %	26 %	28 %
Ne sait pas où donner	11 %	14 %	11 %	13 %
Difficulté à trouver une cause digne d'être soutenue	7 %	15 %	7 %	13 %
Don de temps plutôt	32 %	32 %	30 %	33 %
Don direct suffisant plutôt que par l'entremise d'organismes	28 %	48 %	30 %	42 %
Crédit d'impôt insuffisamment incitatif	11 %	20 %	13 %	18 %
Risque d'utilisation inefficace ou inefficente du don	19 %	37 %	14 %	35 %
N'a pas apprécié le mode de sollicitation	21 %	35 %	17 %	33 %

Variations démographiques

Les donateurs plus âgés, les hommes, les non-diplômés universitaires, les personnes veuves et celles qui n'assistent que peu ou pas à des services religieux, ainsi que les citoyens naturalisés sont plus susceptibles que les autres de considérer que trop d'organismes sollicitent des dons. Le profil est similaire parmi les personnes préoccupées par la fraude des organismes et le canular, sauf en ce qui a trait à la fréquentation des lieux de culte, où les chiffres sont inversés. En effet, les donateurs qui n'assistent que peu ou pas à des services religieux sont moins préoccupés par la fraude et le canular.

Tableau 6 : Opinions négatives à l'égard des organismes de bienfaisance en fonction de caractéristiques démographiques, donateurs, 2013.

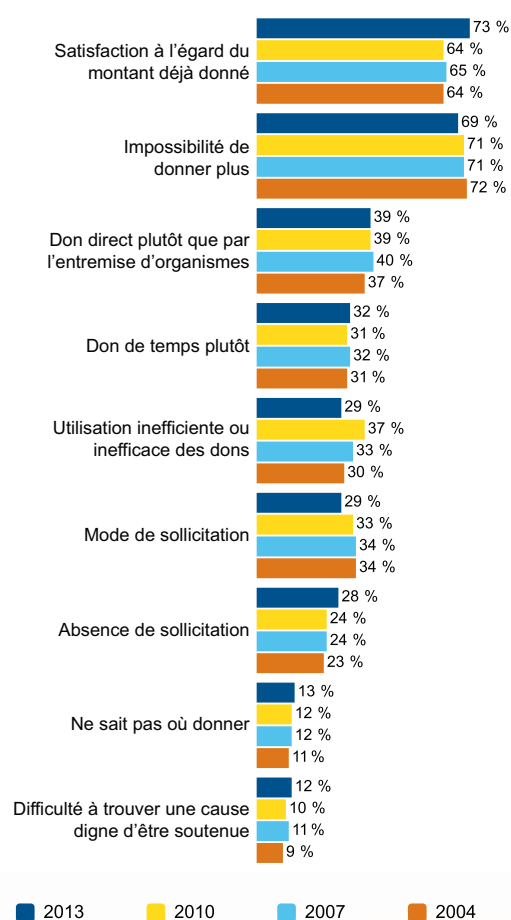
	Trop d'organismes qui sollicitent des dons	Préoccupations liées à la fraude des organismes et au canular
Groupe d'âge		
15 à 24 ans	42 %	63 %
25 à 34 ans	46 %	64 %
35 à 44 ans	54 %	71 %
45 à 54 ans	60 %	76 %
55 à 64 ans	60 %	77 %
65 à 74 ans	66 %	78 %
75 ans et plus	64 %	78 %
Sexe		
Homme	58 %	73 %
Femme	52 %	71 %
Scolarité		
Secondaire non terminé	58 %	73 %
Diplôme du secondaire	55 %	74 %
Diplôme postsecondaire	59 %	73 %
Diplôme universitaire	50 %	68 %
Situation matrimoniale		
Marié(e)/conjoint(e) de fait	58 %	73 %
Séparé(e)/divorcé(e)	56 %	69 %
Veuf ou veuve	62 %	78 %
Célibataire, jamais marié(e)	46 %	68 %
Fréquentation de services religieux		
Une fois par semaine	49 %	73 %
Au moins une fois par mois	56 %	74 %
Au moins trois fois par année	53 %	74 %
Une ou deux fois par année	58 %	71 %
Jamais	57 %	71 %
Citoyenneté		
Canadien de naissance	55 %	71 %
Naturalisé	59 %	78 %
Non canadien	51 %	75 %

Tendances

La proportion de donateurs qui font état du plus grand nombre de freins au don est restée stable au cours de la dernière décennie, mais on observe que la perception des donateurs à l'égard des organismes de bienfaisance tend à devenir plus négative. Par exemple :

- Bien que faible, le nombre de donateurs qui déclarent avoir de la difficulté à trouver une cause digne d'être soutenue augmente progressivement.
- De 2004 à 2010, la proportion de donateurs qui sont d'avis que des dons additionnels ne seraient pas utilisés de manière efficiente a également augmenté de manière constante.¹⁵
- De 2010 à 2013, le nombre de donateurs satisfaits du montant de leurs dons et qui déclarent qu'on ne leur a pas demandé de donner plus a crû considérablement.¹⁶

Graphique 36 : Freins à donner davantage, donateurs, 2004 – 2014.



Comparaisons internationales

Les freins dont font état les donateurs canadiens se retrouvent également au Royaume-Uni et, surtout, en Australie dans le même ordre relatif (Charities Aid Foundation, 2015; McGregor-Lowndes et al., 2017). En Australie et au Royaume-Uni, la capacité de donner constitue un enjeu majeur, de même que le manque de clarté sur l'utilisation des dons. En Australie, les préoccupations en matière d'efficience et de mode de sollicitation des donateurs ont la même importance qu'au Canada.

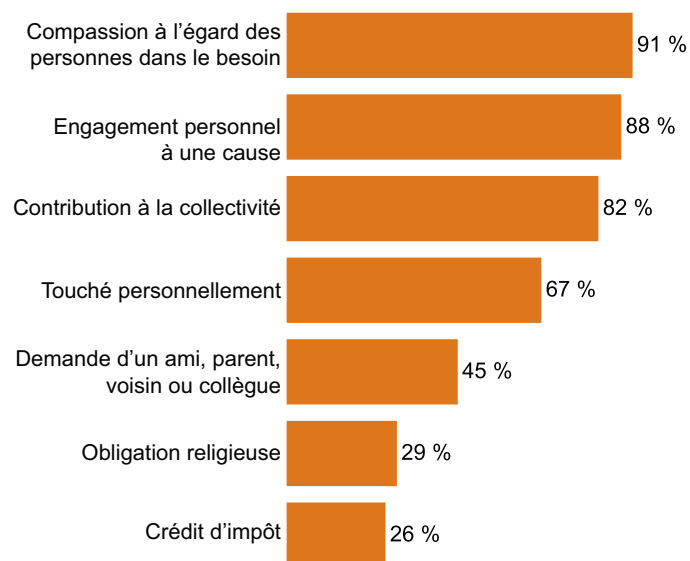
¹⁵ En 2013, la formulation de la question a été révisée pour cerner les préoccupations sur l'utilisation efficace de dons supplémentaires. De ce fait, le niveau de préoccupation a grandement chuté, ce qui suggère que les donateurs s'interrogent davantage sur l'efficience que sur l'efficacité.

¹⁶ En raison des modifications méthodologiques apportées aux éditions 2010 et 2013 de l'enquête, il est impossible d'affirmer avec certitude que ces données reflètent un véritable changement d'opinion. Seuls les prochains suivis permettront de répondre à cette question.

Motivations à donner

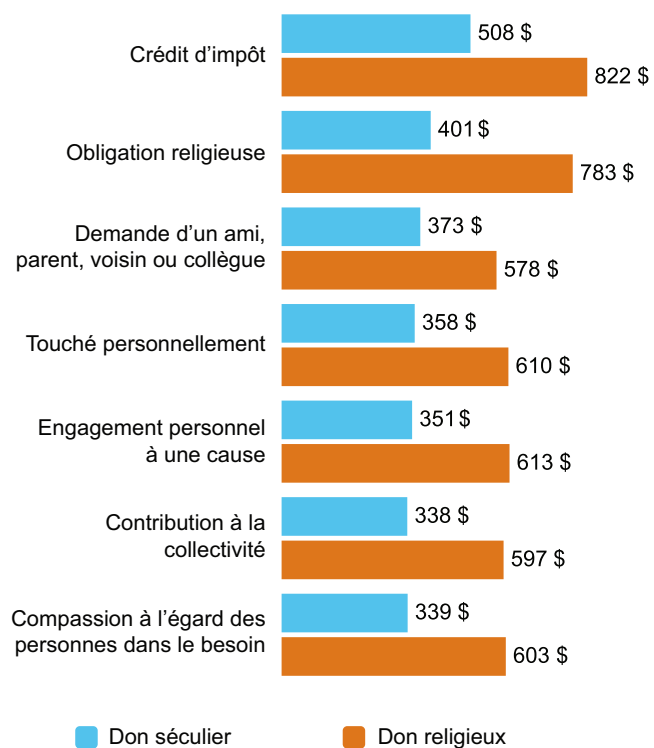
Pour la plupart des Canadiens, la motivation à donner se fonde sur un ensemble de facteurs personnels et idéologiques. Les facteurs idéologiques comprennent la compassion à l'égard des personnes dans le besoin et le désir de contribuer à leur collectivité. Les facteurs de motivation personnels comprennent le soutien d'une cause qui nous touche personnellement ou touche une personne de notre entourage. Parmi les autres raisons de donner, les crédits d'impôt pour don de bienfaisance et l'obligation religieuse sont mentionnés par moins du tiers des donateurs.

Graphique 37 : Motivations à donner, donateurs, 2013.



Bien qu'une plus grande proportion de donateurs fasse état de motivations personnelles et idéologiques, le crédit d'impôt et l'obligation religieuse influencent davantage le montant des dons. L'influence de l'obligation religieuse se limite essentiellement au don religieux. Par contre, le crédit d'impôt exerce une influence majeure aussi bien sur les dons séculiers que religieux. Le montant moyen des dons motivés par tous les autres facteurs est très similaire.

Graphique 38 : Moyenne des dons séculiers et religieux en fonction des motivations des donateurs, donateurs, 2013.



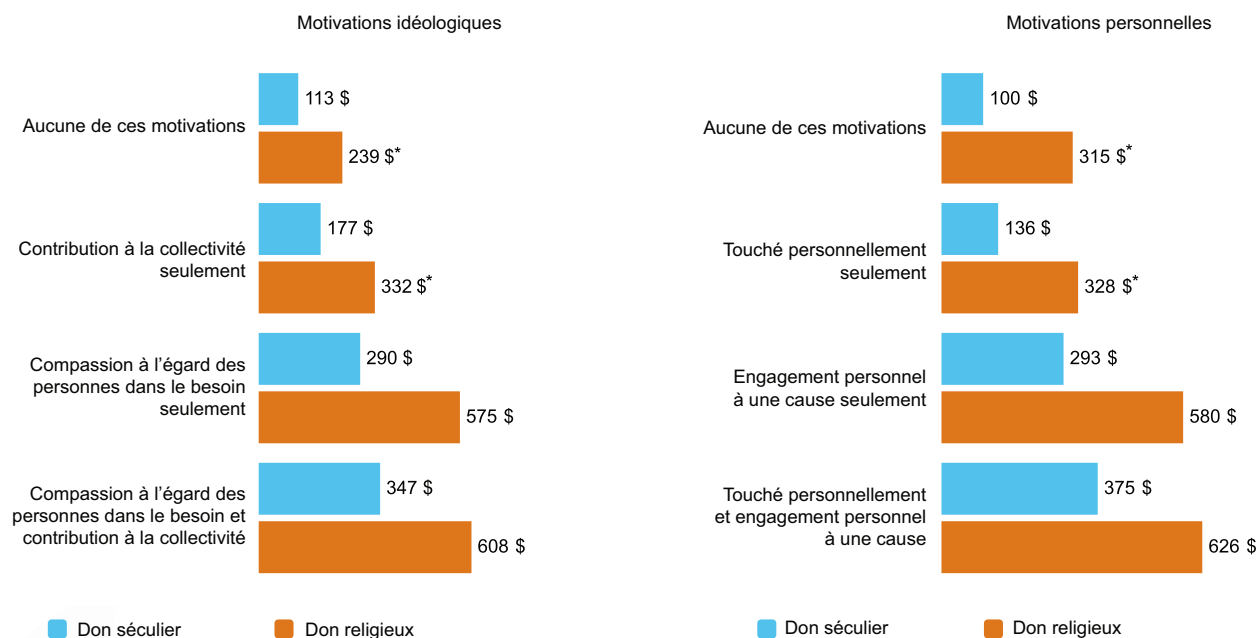
Interrelation entre les motivations

L'analyse de l'interrelation entre les diverses motivations à donner a permis de constater que les donateurs animés de motivations particulières sont plus susceptibles de faire état d'autres motivations connexes. Cette analyse nous permet aussi d'évaluer le niveau d'influence des diverses motivations. Voici quelques-uns des principaux constats :

- Les donateurs qui déclarent donner par compassion à l'égard des personnes dans le besoin sont également beaucoup plus susceptibles de fonder leur don sur le désir d'apporter leur contribution à la collectivité.
- Les donateurs qui déclarent donner parce qu'ils croient dans une cause sont beaucoup plus susceptibles de déclarer être personnellement touchés par cette cause.
- La compassion à l'égard des personnes dans le besoin a un effet nettement plus important sur le montant du don que le désir de contribuer à la collectivité.
- L'engagement à une cause a un effet beaucoup plus important sur le montant du don que le fait d'être touché par la cause.

Graphiques 39 : Moyenne des dons séculiers et religieux par des donateurs qui font état de motivations idéologiques et personnelles, donateurs, 2013.

**Sous toutes réserves*



Interrelation entre les motivations et les freins

Il est également intéressant d'analyser l'interrelation entre les motivations et les freins, dont les constats confirment généralement les conclusions déjà tirées de l'étude des divers groupes de donateurs.

- Les donateurs insatisfaits du montant de leur don, mais qui pourraient donner plus font preuve de désengagement. Ils sont les moins enclins à faire état de la plupart des motivations à donner, souvent par une marge très large.
- Les donateurs satisfaits du montant de leur don, mais qui ne peuvent pas donner davantage sont très engagés. Ils sont les plus susceptibles de faire état de presque toutes les motivations à donner.
- Les deux autres groupes s'inscrivent entre ces deux extrêmes en ce qui a trait à la plupart des facteurs de motivation. Le crédit d'impôt constitue l'exception la plus notable, ce facteur de motivation étant le plus souvent mentionné par ceux qui se disent satisfaits du montant donné, mais qui pourraient donner plus.

Tableau 7 : Motivations à donner en fonction des principaux freins à donner davantage, donateurs, 2013.

	Insatisfaits des sommes données, mais pourraient donner plus	Insatisfaits des sommes données, mais ne peuvent pas donner plus	Satisfaits des sommes données, mais pourraient donner plus	Satisfaits des sommes données et ne peuvent pas donner plus
Compassion à l'égard des personnes dans le besoin	83 %	92 %	90 %	93 %
Engagement personnel à une cause	79 %	87 %	87 %	90 %
Contribution à la collectivité	71 %	83 %	80 %	84 %
Touché personnellement	52 %	66 %	67 %	71 %
Demande d'un ami, parent, voisin ou collègue	43 %	41 %	45 %	47 %
Obligation religieuse	19 %	30 %	27 %	32 %
Crédit d'impôt	15 %	17 %	31 %	28 %

Variations démographiques

La probabilité de faire état de la plupart des motivations augmente jusqu'à un certain âge mûr, puis décline. Dans le cas des motivations qui s'inscrivent dans ce modèle, la principale variable réside dans l'âge où elles culminent (par exemple, le don en réponse à la demande d'un ami, parent ou collègue atteint son sommet chez les 35 à 44 ans, alors que le don lié au fait d'être touché personnellement culmine parmi les 45 à 54 ans). Le crédit d'impôt, l'obligation religieuse et la compassion à l'égard des personnes dans le besoin font exception. La tendance à déclarer ces motivations continue d'augmenter avec l'âge, en particulier pour ce qui est du crédit d'impôt et de l'obligation religieuse. Voici d'autres variables démographiques notables :

- Les femmes sont plus susceptibles que les hommes de faire état de toutes les motivations, à l'exception du crédit d'impôt.
- La probabilité de faire état de la plupart des motivations augmente avec la scolarité : la seule exception à ce modèle réside dans l'obligation religieuse, plus souvent mentionnée par des donateurs affichant un niveau élevé ou faible de scolarité.
- La probabilité de faire état de la plupart des motivations augmente avec la fréquentation de services religieux. Seules exceptions : le fait d'être personnellement touché par une cause ou de répondre à la demande d'un ami, parent ou collègue. Ces facteurs de motivation ont tendance à être mentionnés davantage par les donateurs qui assistent aux services religieux à l'occasion que par ceux qui y assistent régulièrement ou n'y assistent jamais.

Tableau 8 : Motivations à donner en fonction de caractéristiques démographiques, donateurs, 2013.

*Sous toutes réserves

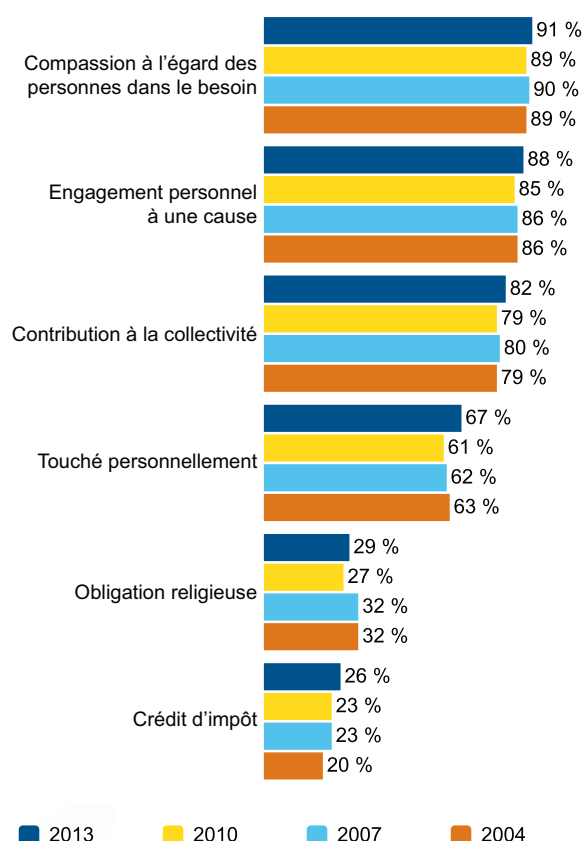
	Crédit d'impôt	Obligation religieuse	Demande d'un parent, ami, voisin ou collègue	Touché personnellement	Contribution à la collectivité	Engagement personnel à une cause	Compassion à l'égard des personnes dans le besoin
Groupe d'âge							
15 à 24 ans	8 %*	23 %	38 %	54 %	81 %	80 %	87 %
25 à 34 ans	22 %	26 %	48 %	63 %	83 %	88 %	90 %
35 à 44 ans	27 %	28 %	54 %	69 %	85 %	88 %	93 %
45 à 54 ans	27 %	26 %	51 %	74 %	83 %	92 %	92 %
55 à 64 ans	29 %	30 %	44 %	73 %	82 %	90 %	93 %
65 à 74 ans	32 %	37 %	37 %	71 %	79 %	89 %	93 %
75 ans et plus	41 %	47 %	29 %	62 %	76 %	86 %	93 %
Sexe							
Homme	26 %	27 %	43 %	63 %	80 %	85 %	89 %
Femme	26 %	31 %	47 %	72 %	84 %	90 %	94 %
Scolarité							
Secondaire non terminé	21 %	31 %	33 %	59 %	77 %	81 %	91 %
Diplôme du secondaire	22 %	28 %	40 %	67 %	80 %	86 %	91 %
Diplôme postsecondaire	25 %	27 %	47 %	69 %	81 %	88 %	92 %
Diplôme universitaire	32 %	33 %	53 %	70 %	86 %	93 %	93 %
Fréquentation de services religieux							
Une fois par semaine	33 %	72 %	44 %	66 %	88 %	91 %	95 %
Au moins une fois par mois	34 %	56 %	46 %	70 %	86 %	91 %	95 %
Au moins trois fois par année	26 %	32 %	51 %	71 %	85 %	90 %	94 %
Une ou deux fois par année	25 %	18 %	46 %	70 %	82 %	87 %	90 %
Jamais	20 %	9 %	43 %	66 %	77 %	86 %	90 %

Tendances

En général, les raisons qui incitent les gens à donner sont restées remarquablement stables au cours de la dernière décennie. On note toutefois quelques exceptions.

- La proportion de donateurs qui invoquent le crédit d'impôt comme raison de donner a augmenté de manière constante.
- Depuis 2007, la proportion de donateurs qui justifient leur don par une obligation religieuse a légèrement diminué.
- La proportion de donateurs qui indiquent avoir donné à une cause qui les touche personnellement a également décliné, mais a enregistré une hausse substantielle en 2013. Toutefois, à la lumière des fluctuations dans les freins à donner entre 2010 et 2013, il est impossible de savoir si ces variations de comportement relèvent d'un véritable virage ou de changements dans la méthodologie de l'enquête.

Graphique 40 : Motivations à donner, donateurs 2004 – 2014.



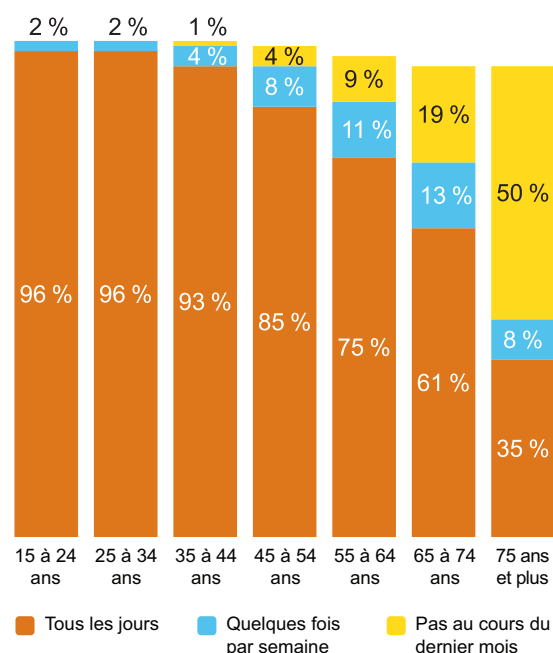
Comparaisons internationales

Des études internationales comparables semblent indiquer le même éventail de motivations personnelles et idéologiques à donner. Au Royaume-Uni et au Canada, les valeurs personnelles et le sens éthique sont plus susceptibles d'être mentionnés que les expériences personnelles ou les liens interpersonnels (Charities Aid Foundation, 2014). En revanche, au Royaume-Uni, les convictions religieuses, mentionnées par les deux tiers des donateurs, semblent y occuper une place plus importante qu'au Canada. En Australie, l'engagement à une cause et le respect pour le travail accompli par l'organisme se révèlent les deux motivations les plus souvent mentionnées, rejoignant ainsi les donateurs canadiens en matière d'engagement à une cause. Comme au Canada, les liens personnels à une cause y sont moins souvent déclarés comme facteur de motivation. Fait à noter, le désir de contribuer à l'amélioration de la collectivité y est moins souvent mentionné qu'au Canada (McGregor-Lowndes et al., 2017).

Influence des médias sociaux et du don en ligne

Depuis quinze ans, l'accès à l'Internet est devenu omniprésent, et les plateformes de communication numériques ont proliféré. Ce phénomène a entraîné des changements profonds dans la façon dont les organismes caritatifs communiquent avec les Canadiens et dans la façon dont les Canadiens échangent entre eux au sujet des organismes caritatifs. En 2016, le cycle le plus récent de l'Enquête sociale générale¹⁷ (ESG) a constaté que 91 % des Canadiens de 15 ans et plus utilisent l'Internet au moins quelques fois par mois (Statistique Canada, 2017c). La grande majorité des moins de 45 ans l'utilisent tous les jours et une forte majorité des moins de 75 ans l'utilisent au moins quelques fois par semaine. La moitié des 75 ans et plus déclarent ne pas utiliser l'Internet régulièrement (Statistique Canada, 2017a). Aussi, la principale question que doivent se poser ceux qui cherchent à rejoindre les Canadiens par Internet n'est pas de savoir s'ils l'utilisent, mais de savoir comment ils y accèdent. Fait à noter : plus des trois quarts (76 %) des répondants à ce cycle 2016 de l'ESG ont déclaré posséder un téléphone intelligent.

Graphique 41 : Fréquence d'utilisation de l'Internet, 2016.¹⁸

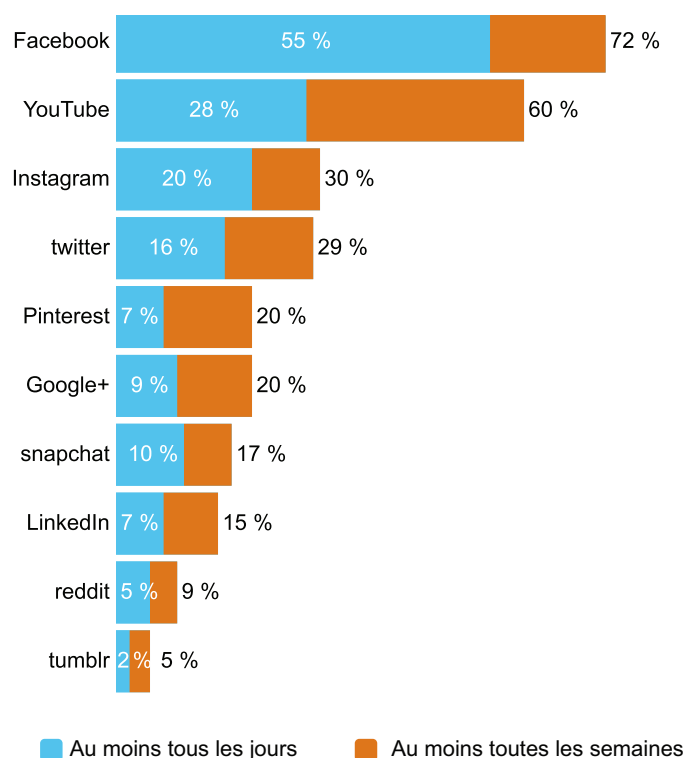


Avec l'accès généralisé à l'Internet, on a assisté à l'émergence et à la croissance de nouvelles plateformes de communications propices aux échanges décentralisés et multimédias entre pairs. Facebook, la plus populaire de ces plateformes de médias sociaux, compterait actuellement 23 millions d'utilisateurs par mois au Canada (Shankar, 2017), soit l'équivalent de 57 % de la population canadienne ou d'environ 84 % des utilisateurs réguliers de l'Internet de 15 ans et plus (Statistique Canada, 2017c). On estime que près des trois quarts des Canadiens de 18 ans et plus utilisent Facebook au moins toutes les semaines. D'autres plateformes moins populaires sont néanmoins fréquentées régulièrement par un nombre considérable de Canadiens. Le profil démographique des utilisateurs varie selon la plateforme, mais, de façon générale, les plus jeunes ont davantage tendance à être des utilisateurs réguliers (Insights West, 2017).

¹⁷ Cycle 30, Les Canadiens au travail et à la maison.

¹⁸ Source : Enquête sociale générale, Cycle 30, Les Canadiens au travail et à la maison (Statistique Canada, 2017a).

Graphique 42 : Proportion de Canadiens qui utilisent les plateformes de médias sociaux, 2017.¹⁹



À la lumière du nombre d'utilisateurs actifs, il n'est pas étonnant que les organismes de bienfaisance recourent à ces plateformes pour rejoindre la population canadienne. Bien que l'on s'entende sur l'utilisation croissante des médias sociaux par les organismes de bienfaisance et que nombre d'entre eux comptent des dizaines, voire des centaines de milliers d'abonnés en ligne, peu d'études à grande échelle ont été réalisées pour mesurer la prévalence des médias sociaux parmi les organismes caritatifs.²⁰ Selon une étude réalisée en 2012 auprès de 22 000 organismes de bienfaisance ayant indiqué avoir un site Internet sur leur déclaration T3010, environ le tiers des sites recensés (soit 10 % des organismes caritatifs) affichaient sur leur page d'accueil des liens vers des comptes de médias sociaux. L'utilisation des médias sociaux semblait varier selon la taille et la cause des organismes. Les organismes de bienfaisance importants ou qui assurent des services communautaires étaient plus susceptibles de recourir aux médias sociaux, alors que les organismes religieux l'étaient moins. De manière générale, la popularité relative des plateformes de médias sociaux des organismes caritatifs reflétait la popularité de ces derniers au sein de la population canadienne (Fiorini, 2012). Cinq ans après cette étude, il est clair que l'utilisation des médias sociaux par les organismes de bienfaisance est devenue plus courante, mais il ne faut pas croire qu'elle soit universelle.

La transformation importante des habitudes de consommation de l'information favorisée par la croissance de l'Internet et des médias sociaux a incité les organismes de bienfaisance à tenter de rejoindre leurs adhérents par le biais des médias sociaux. De 2003 à 2013, la proportion de Canadiens qui suivaient régulièrement les nouvelles et les actualités sur Internet a doublé, passant de 30 % à 59 %, alors que l'importance d'autres médias, au premier chef les journaux, a décliné. Ce changement a été particulièrement marqué chez les jeunes, dont plus des trois quarts suivaient les nouvelles et les actualités sur Internet. Les hommes et les personnes les plus scolarisées avaient également davantage tendance à suivre les nouvelles et les actualités sur Internet (Turcotte, 2016).

¹⁹ Source : 2017 Canadian Social Media Monitor (Insights West, 2017).

²⁰ Il existe néanmoins des études utiles sur l'utilisation des médias sociaux par les organismes de bienfaisance et sans but lucratif, notamment des études d'échantillonnage. Toutefois, elles tendent à inclure des genres organisationnels autres que caritatifs et de se fonder sur des échantillonnages à l'aveuglette d'organismes qui font grand usage des médias sociaux.

Tableau 9 : Accès aux nouvelles et aux actualités selon le type de média, personnes qui suivent les nouvelles et les actualités, 2013.²¹

	Journal	Magazine	Télévision	Radio	Internet
Sexe					
Homme	48 %	15 %	73 %	49 %	62 %
Femme	50 %	19 %	77 %	48 %	55 %
Groupe d'âge					
15 à 34 ans	39 %	13 %	60 %	43 %	77 %
35 à 54 ans	45 %	16 %	75 %	64 %	63 %
55 ans et plus	62 %	21 %	89 %	48 %	36 %
Scolarité					
Secondaire non terminé	52 %	13 %	86 %	41 %	20 %
Diplôme du secondaire	51 %	15 %	82 %	47 %	43 %
Diplôme postsecondaire	50 %	17 %	79 %	52 %	57 %
Diplôme universitaire	51 %	23 %	71 %	54 %	76 %

Don en ligne

S'il est manifeste que les organismes de bienfaisance font grand usage des médias sociaux pour accroître leur notoriété, rejoindre des adhérents, mobiliser la population et défendre leur cause, l'effet de cette utilisation sur le niveau des dons et les habitudes de don s'avère moins clair. Toutefois, nous savons que le don en ligne connaît une hausse. D'un point de vue organisationnel, la proportion d'organismes de bienfaisance qui déclarent des activités de financement par Internet dans leur déclaration T3010 est passée de 4 % en 2010 à 9 % en 2015.²² En ce qui a trait aux plateformes dédiées au don utilisées par les organismes de bienfaisance, une étude d'étalonnage menée par Framework a révélé que 86 % des organismes caritatifs pris en compte disposaient d'un mode quelconque de don en ligne.²³ Environ la moitié recourait à CanaDon, 15 % disposaient d'un mode de financement sur mesure, 12 % se servaient de PayPal, le reste utilisant une plateforme autre (Autorité canadienne pour les enregistrements Internet et Framework, 2015).

Du côté des donateurs, 12 % des Canadiens ayant répondu à l'Enquête DBP 2013 ont déclaré avoir fait au moins un don en ligne. Ces dons en ligne ont totalisé au moins 860 millions \$, soit l'équivalent d'environ 7 % de l'ensemble des dons déclarés. Ce niveau de don en ligne est comparable à celui du Royaume-Uni, où 9 % des donateurs ont fait un don en ligne en 2013, et des États-Unis, où l'on estime que le don en ligne s'est élevé en 2013 à un peu plus de 6 % du total des sommes recueillies (Charities Aid Foundation, 2014; MacLaughlin, 2017). À la lumière des récentes tendances au Royaume-Uni (où la proportion des donateurs en ligne a grimpé à 26 %) et aux États-Unis (où on estime le financement en ligne à un peu plus de 7 % du total des dons), il est fort probable que les données actuelles en la matière au Canada soient plus élevées (Charities Aid Foundation, 2017; MacLaughlin, 2017). Les donateurs plus jeunes, les personnes plus scolarisées et celles affichant un revenu personnel plus élevé sont davantage susceptibles de donner en ligne.

²¹ Source : Enquête sociale générale, Cycle 27, Identité sociale (Turcotte, 2016).

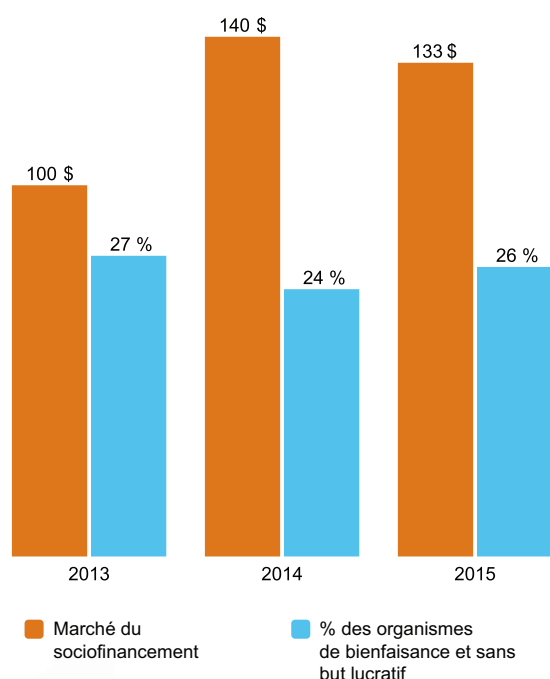
²² Source : Analyse des auteurs des déclarations T3010.

²³ Bien que l'échantillon d'organismes de bienfaisance semble ciblé, il constitue probablement une indication générale des plateformes de don utilisées par les organismes caritatifs qui organisent des campagnes de financement en ligne.

Sociofinancement

Au cours des dernières années, cette forme émergente de financement a grandement retenu l'attention. Selon la définition de HiveWire, le sociofinancement se fonde sur trois éléments : le solliciteur, les subventionneurs potentiels et une plateforme de campagne (Ania et Charlesworth, 2015). Cette forme de campagne recueille des sommes proportionnellement plus modestes d'un grand nombre de donateurs, ce qui requiert pour réussir une diffusion large et un usage intensif de diverses plateformes de médias sociaux. Malgré l'intérêt démontré par les organismes de bienfaisance pour le sociofinancement, les données indiquent qu'il ne joue actuellement qu'un rôle mineur comparativement à l'ensemble des dons. Depuis 2013, les organismes de bienfaisance et sans but lucratif ont recueilli environ le quart de l'ensemble des fonds obtenus par sociofinancement (National Crowdfunding Association of Canada, 2016). Au vu de la taille estimée du marché du sociofinancement au Canada, ce taux aurait équivalu en 2015 à environ 35 millions \$. Une récente étude sur le sociofinancement sur la plateforme Indiegogo a démontré que les organismes de bienfaisance et sans but lucratif comptent pour environ 8 % de l'ensemble des campagnes, les organismes canadiens occupant une part d'environ 6,5 % des campagnes du secteur caritatif et sans but lucratif. La grande majorité de ces campagnes se sont avérées modestes, recueillant moins de 20 000 \$ (Ania et Charlesworth, 2015).

Graphique 43 : Taille estimée de l'ensemble du marché du sociofinancement et proportion des organismes de bienfaisance et sans but lucratif dans ce marché (millions \$), 2013 – 2015.²⁴



À ce jour, peu d'études abordent la popularité du sociofinancement auprès des donateurs canadiens. Aux États-Unis, 22 % des adultes ont déclaré avoir contribué à une quelconque activité de sociofinancement en ligne. Les plus jeunes, les femmes ainsi que les personnes plus scolarisées ou qui disposent d'un revenu personnel plus élevé étaient davantage susceptibles d'y participer. L'objectif le plus courant était de soutenir une personne dans le besoin (déclaré par les deux tiers de participants); environ la moitié moins avait contribué au financement d'un nouveau produit, au soutien d'une école ou au financement d'un artiste; une personne sur dix avait appuyé une entreprise (Smith, 2016).

²⁴ Source : 2016 Alternative Finance Crowdfunding in Canada (National Crowdfunding Association of Canada, 2016).

Le don : un comportement acquis

Comment devient-on donateur? La plupart des chercheurs présument qu'il s'agit, d'une façon ou d'une autre, d'un comportement acquis. Un comportement ne s'acquiert pas nécessairement par un enseignement formel; il peut aussi naître de l'observation de ce comportement chez d'autres ou par la transmission de valeurs qui encouragent ce comportement. L'acquis peut se faire dans de nombreux cadres : à domicile, à l'école, dans un lieu de culte ou lors d'activités qui se tiennent à l'extérieur de ces cadres.

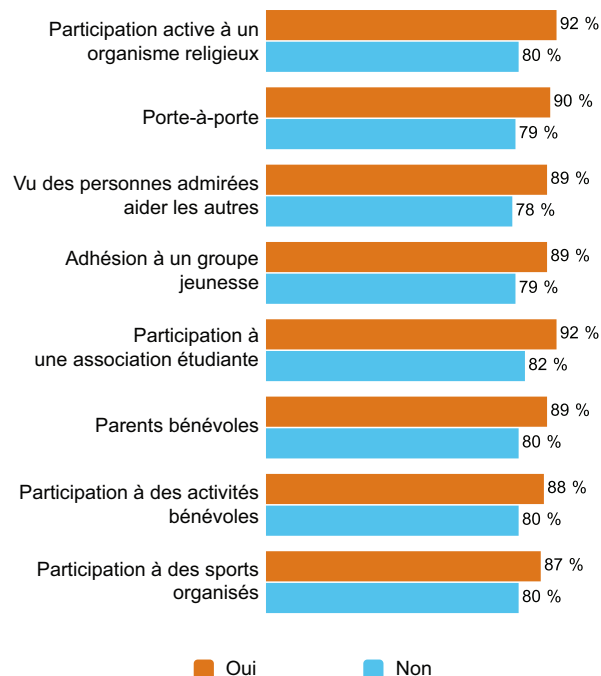
L'apprentissage de la plupart des aspects de la vie se fait d'abord au sein de la famille. À cet égard, une étude américaine fondée sur des données longitudinales a démontré une corrélation entre les habitudes de don des parents et celles des enfants (Wilhelm, Brown, Rooney et Steinberg, 2008). Cette corrélation est plus forte pour les dons à des causes religieuses que séculières. Pour expliquer ce fait, les auteurs avancent que la religiosité est transmise du parent à l'enfant ou que le don religieux est plus « ancré socialement » que le don séculier. L'apprentissage du don en milieu familial peut être implicite, explicite ou les deux. Une autre étude américaine fondée elle aussi sur des données longitudinales a démontré que le fait de parler de bienfaisance aux enfants influençait davantage le comportement des enfants à l'égard du don que le simple fait de donner l'exemple (Lilly Family School of Philanthropy & United Nations Foundation, 2013). Le fait d'en parler était aussi efficace, quel que soit le niveau de revenu des parents ou le sexe, la race ou l'âge de l'enfant. Les auteurs ont conclu que leur étude « démontrait de manière probante que les parents jouent un rôle important dans la préparation de leurs enfants à devenir des adultes généreux ».

L'apprentissage du don peut aussi se faire à l'école. Sans être spécifiquement axés sur le don, de nombreux programmes scolaires favorisent des comportements connexes, notamment la participation citoyenne et le bénévolat (l'obligation pour les élèves du secondaire de faire des services communautaires, par exemple). Toutefois, dans la mesure où ces programmes sensibilisent les jeunes aux besoins communautaires et aux organismes et activités de bienfaisance, ils peuvent avoir une influence sur les habitudes de don. Au Canada, le programme Youth in Philanthropy Initiative (YPI) vise à inculquer des habitudes de don aux élèves du secondaire. En 2015-2016, près de 18 000 élèves de 106 écoles au pays ont participé à des activités de YPI (Youth and Philanthropy Initiative, 2016). Les élèves qui participent au programme YPI, regroupés en équipes, identifient et analysent les enjeux sociaux de leur milieu et les organismes de bienfaisance qui abordent ces enjeux. Chaque équipe choisit un organisme de bienfaisance, l'analyse plus en profondeur et fait une présentation sur l'enjeu et l'organisme. Dans chaque école, l'équipe qui a préparé la meilleure présentation reçoit la somme de 5 000 \$, qu'elle verse à l'organisme de bienfaisance étudié. L'analyse de programmes similaires aux États-Unis a démontré que les participants font des dons caritatifs dans une proportion supérieure à la moyenne nationale (Olberding, 2011).

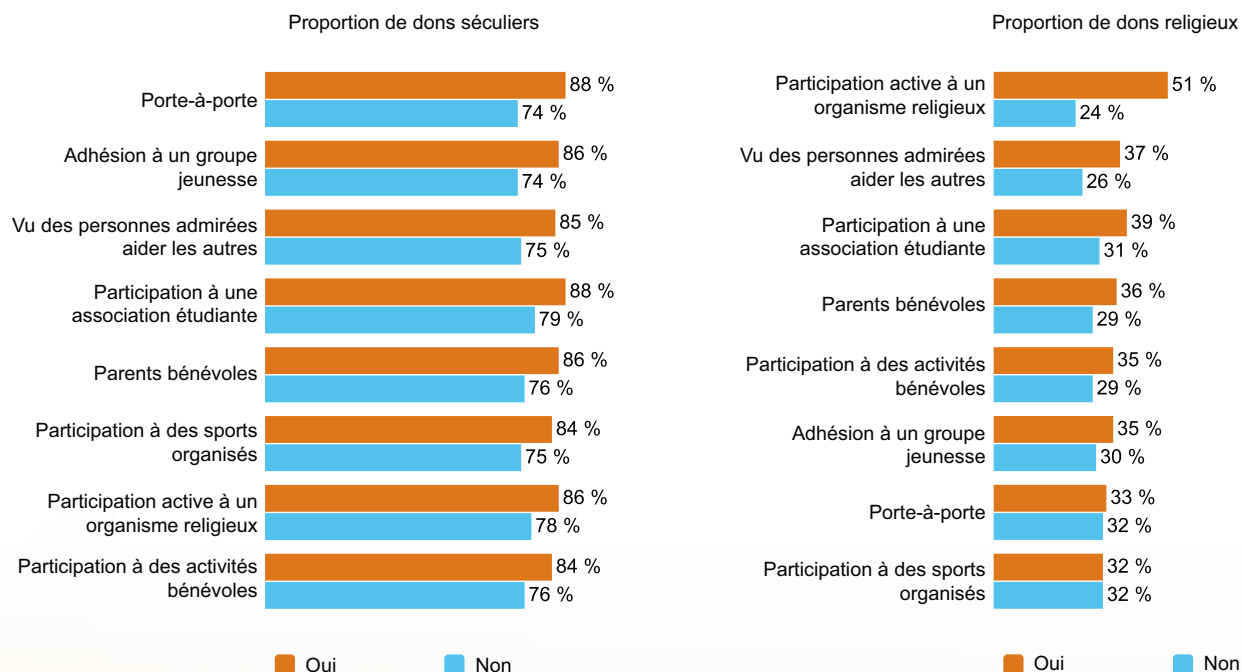
Il existe peu de données qui nous permettent d'étudier la manière dont les Canadiens apprennent à donner. Toutefois, en 2010, l'Enquête DBP a demandé aux répondants de l'étude GVP s'ils avaient vécu diverses expériences dans leur jeunesse, des expériences reconnues par des études pour leur association au don : participation à un organisme religieux, à un groupe jeunesse, à une association étudiante et à des sports organisés; sollicitation par le porte-à-porte; et bénévolat. On a aussi demandé aux répondants si leurs parents faisaient du bénévolat ou s'ils avaient vu des personnes qu'ils admiraient aider des gens.

Les données démontrent que les Canadiens qui ont participé à ces activités ou en ont été témoins lorsqu'ils étaient jeunes sont plus enclins à donner à l'âge adulte. Toutes les expériences jeunesse mentionnées dans l'enquête étaient associées à des dons à des causes séculières. La participation active à un organisme religieux durant l'enfance a énormément augmenté la probabilité de donner à des causes religieuses à l'âge adulte. La plupart des autres expériences jeunesse ont également eu un effet positif sur le don à des causes religieuses, à l'exception du porte-à-porte et de la participation à des sports organisés.

Graphique 44 : Probabilité de donner en fonction des expériences jeunesse, population canadienne, 2010.



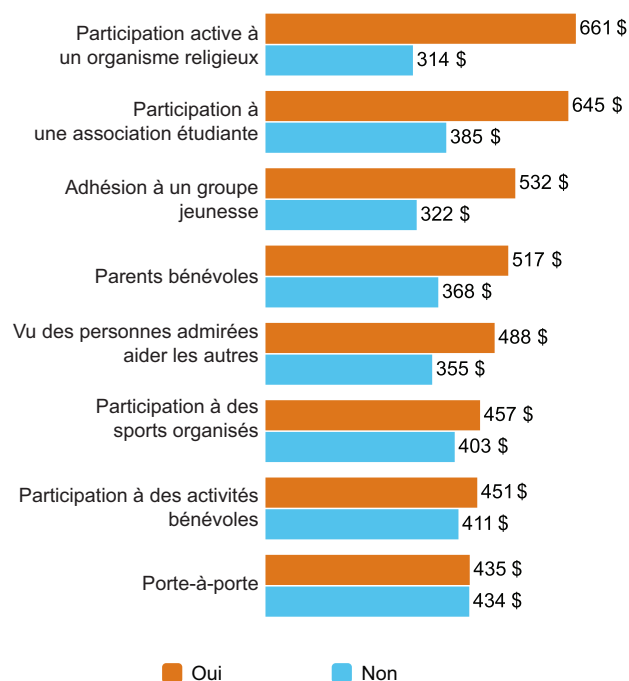
Graphiques 45 : Probabilité de donner à des causes religieuses et séculières en fonction des expériences jeunesse, population canadienne, 2010.



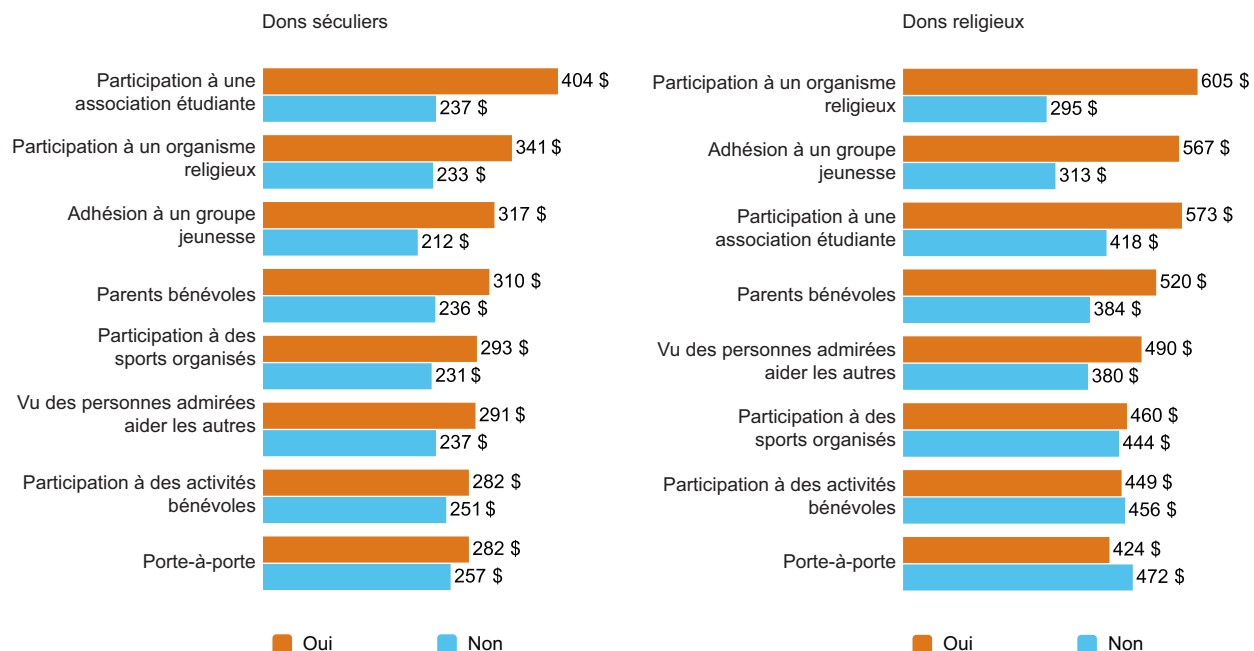
La plupart des expériences jeunesse comprises dans l'enquête ont eu une influence positive sur les sommes que les Canadiens donnent. La participation active à un organisme religieux durant l'enfance a influencé le plus fortement le montant des dons à l'âge adulte, suivie par la participation à une association étudiante ou à un groupe jeunesse. Ceux dont les parents ont fait du bénévolat ou qui ont vu des personnes qu'ils admiraient aider des gens ont aussi donné davantage. Les autres expériences jeunesse n'ont pas eu un effet significatif sur le montant des dons. Si l'on analyse de façon distincte les dons séculiers et les dons religieux, on constate que l'expérience jeunesse ayant eu le plus d'influence sur les dons séculiers avait été la participation à une association étudiante; dans le cas des dons religieux, il s'agissait de la participation active à un organisme religieux durant l'enfance.

Ces constats rejoignent les conclusions de Reed et Selbee, qui ont également noté que la plupart des expériences jeunesse avaient une influence sur les habitudes de don, même si l'influence d'autres corrélats importants tels que le sexe, l'âge, le revenu, la scolarité et la religiosité demeuraient constants (Reed et Selbee, 2001; Reed et Selbee, 2002).

Graphique 46 : Montant moyen des dons en fonction des expériences jeunesse, toutes les causes, donateurs, 2010.



Graphiques 47 : Montant moyen des dons en fonction des expériences jeunesse, causes séculières et religieuses, donateurs, 2010.



Jeunes Canadiens

Il existe plusieurs différences majeures dans les habitudes de don des jeunes Canadiens²⁵ et des Canadiens plus âgés. En effet, les jeunes Canadiens sont moins susceptibles de donner, tendent à donner des sommes plus modestes et soutiennent moins de causes distinctes. Ces facteurs sont interreliés et orientent en grande partie les différences de comportement des jeunes Canadiens. Par exemple, ils expliquent les raisons pour lesquelles les jeunes ont moins tendance à soutenir des causes précises et à donner de presque toutes les façons.

Plus ils sont jeunes, plus leur niveau de don diffère. Les 15 à 24 ans sont moins enclins à donner que les 25 à 34 ans, eux-mêmes moins susceptibles de donner que les 35 ans et plus. Le groupe d'âge inférieur donne aussi moins en moyenne que le groupe d'âge intermédiaire, qui lui-même donne moins que le groupe d'âge supérieur. Enfin, les donateurs de 15 à 24 ans tendent à soutenir moins de causes que ceux de 25 à 34 ans; les donateurs de 35 et plus sont ceux qui soutiennent le plus de causes.

Tableau 10 : Niveaux de don, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

	Proportion de dons			Don moyen			Nombre moyen de causes
	Total	Séculier	Religieux	Total	Séculier	Religieux	
Groupe d'âge							
15 à 24	67 %	59 %	21 %	219 \$	148 \$	276 \$	2,1
25 à 34	81 %	77 %	26 %	366 \$	221 \$	482 \$	2,9
35 et plus	86 %	81 %	35 %	627 \$	378 \$	631 \$	4,0

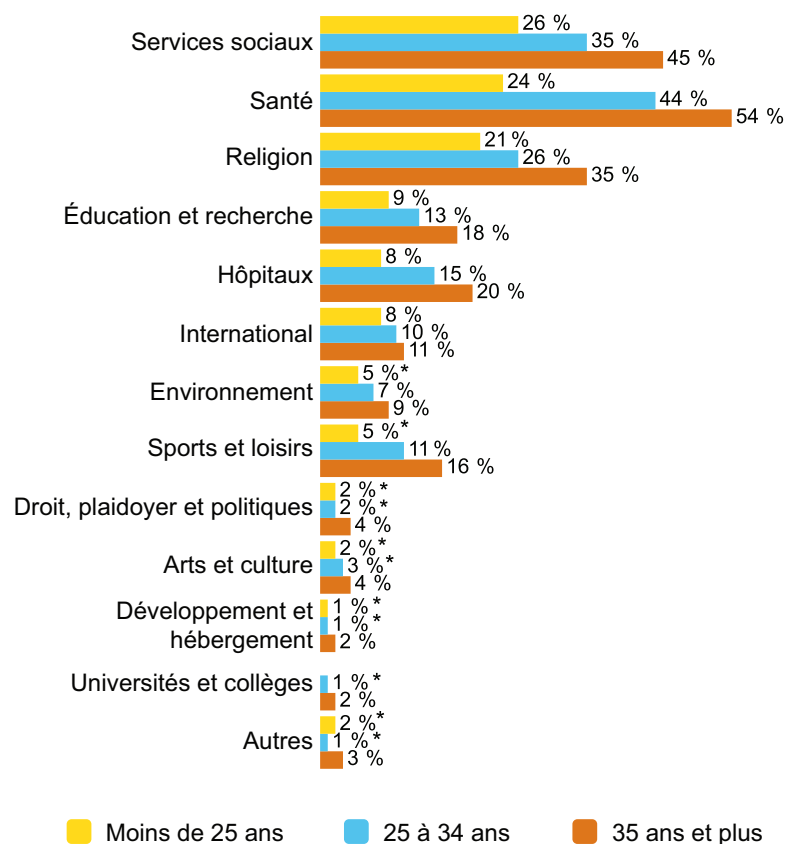
²⁵ Dans ce rapport, on considère les jeunes Canadiens comme ayant moins de 35 ans.

Causes soutenues

Les jeunes Canadiens, en particulier les 15 à 24 ans, sont moins susceptibles de donner à quelque cause que ce soit. Ce trait distinctif est particulièrement frappant dans le cas de causes ayant un large soutien, notamment la santé, les services sociaux, la religion et les hôpitaux, mais également statistiquement significatif dans le cas de causes ayant un niveau de soutien général plus faible.

Graphique 48 : Proportion de dons selon la cause, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

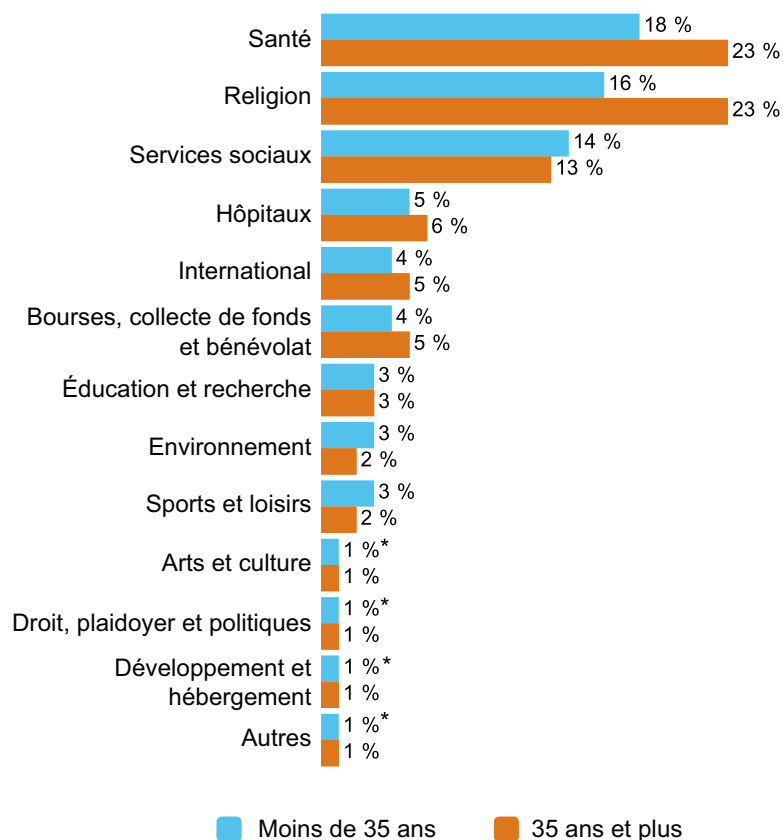
**Sous toutes réserves*



Généralement, le faible niveau de soutien des jeunes Canadiens à la plupart des causes ne semble pas émaner d'une aversion particulière pour ces causes. Si on analyse la cause la plus importante pour un donateur donné (la cause à laquelle il consacre le plus d'argent), on constate peu de différences entre les jeunes Canadiens et les plus âgés. Deux secteurs font exception : la santé et la religion. En effet, les jeunes donateurs sont considérablement moins enclins que les plus vieux à privilégier ces causes.

Graphique 49 : Proportion de dons consacrée à une cause majeure, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

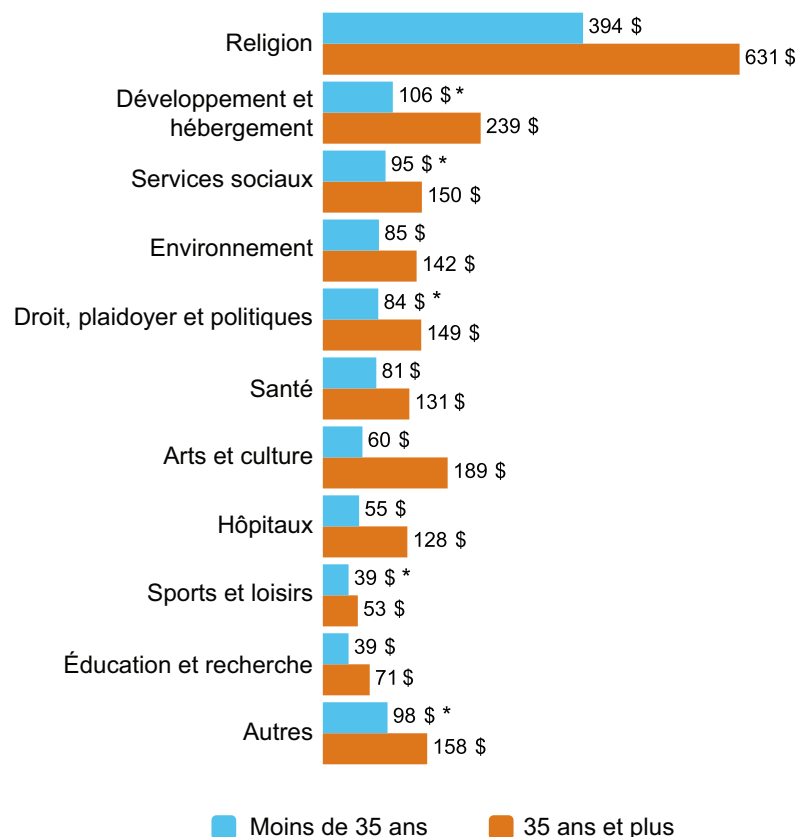
**Sous toutes réserves*



Outre le fait d'être plus susceptibles de donner moins à la plupart des causes, les jeunes donateurs ont tendance à donner des sommes plus modestes aux causes qu'ils soutiennent. Dans le cas de toutes les causes, le don moyen des jeunes donateurs est inférieur au don moyen des donateurs plus âgés. En chiffres absolus, on observe la plus grande différence dans les dons aux organismes religieux; on note la plus grande différence exprimée en pourcentage dans le secteur des arts et de la culture. La différence la plus faible se retrouve dans les dons aux organismes de sports et de loisirs.

Graphique 50 : Don moyen selon la cause, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

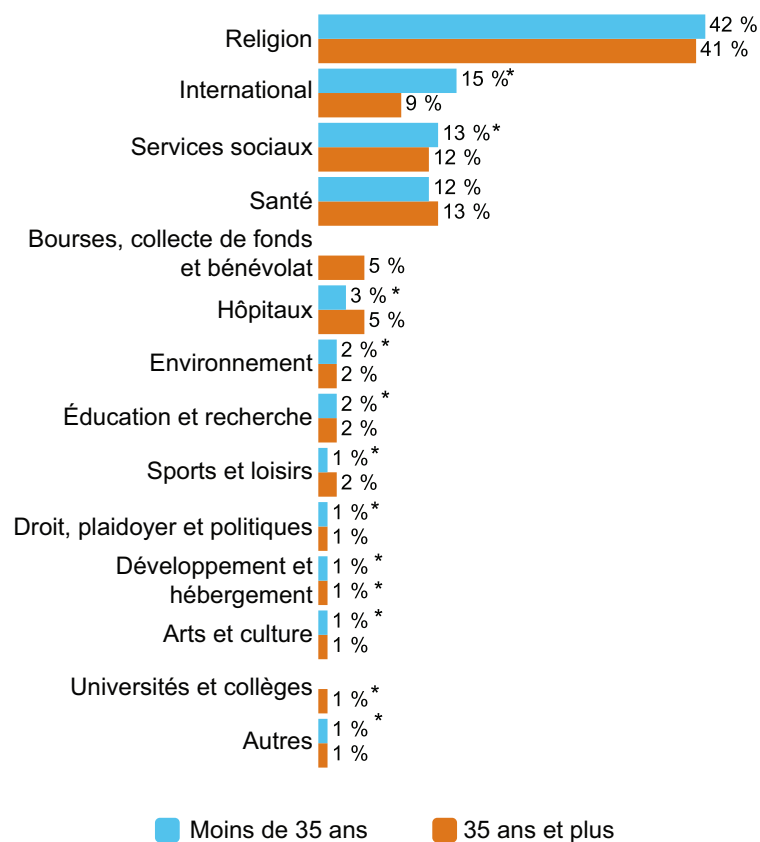
**Sous toutes réserves*



Comme dans le cas de leur appui plus faible à des causes particulières, le fait que les jeunes donnent de plus petites sommes à l'ensemble des causes ne semble pas provenir d'une réticence à les soutenir. Malgré l'écart important dans les niveaux de don, jeunes et plus âgés allouent leurs dons de manière essentiellement identique. La seule différence statistique d'importance réside dans les hôpitaux, qui bénéficient de 3 % du total des dons des jeunes donateurs, mais de 5 % du total des dons des donateurs plus âgés.²⁶

Graphique 51 : Répartition des dons selon la cause, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

**Sous toutes réserves*



²⁶ Bien que le niveau de soutien à certaines causes semble présenter des différences importantes sur le plan des chiffres (développement international et aide internationale, notamment), ces différences ne sont pas statistiquement significatives.

Modes de don

Les jeunes Canadiens sont moins susceptibles que les plus âgés de donner par le biais de tous les modes. La probabilité qu'ils donnent étant déjà moindre, ce constat n'a rien d'étonnant. Toutefois, on observe des différences plus marquées selon certains modes :

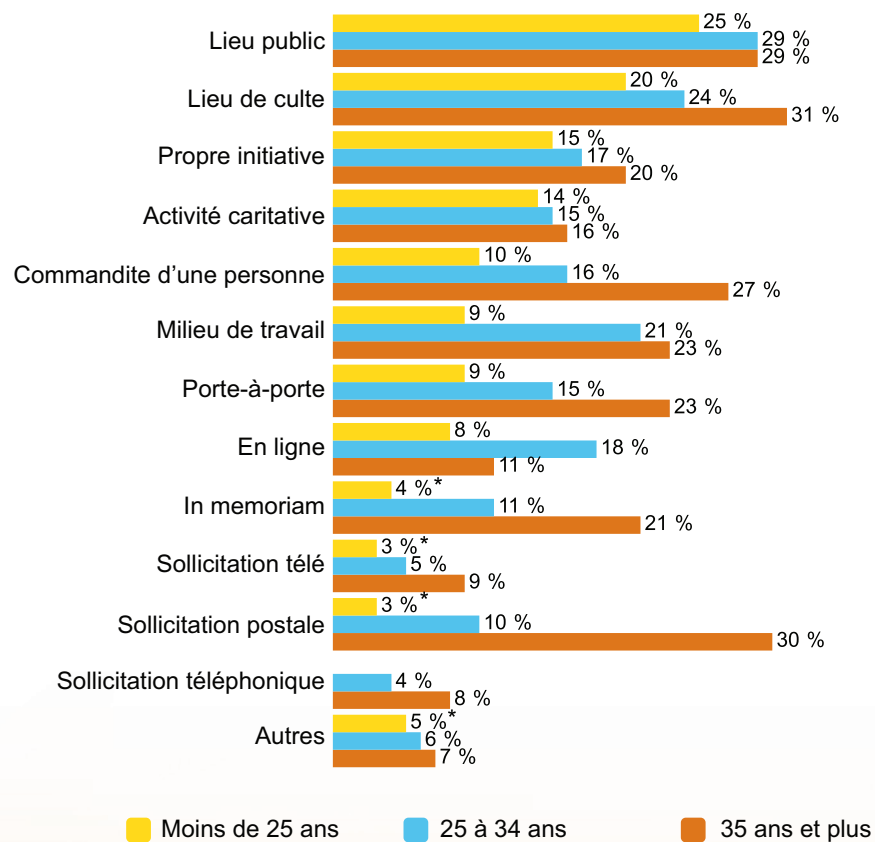
- réponse à une sollicitation postale,
- commandite d'une personne dans le cadre d'une activité,
- don à la mémoire d'une personne,
- don en milieu de travail,
- réponse à une sollicitation par le porte-à-porte.

Les différences entre les jeunes donateurs et les plus âgés s'amenuisent dans les modes de dons suivants :

- contribution pour participer à une activité caritative,
- don dans un lieu public (sur la rue ou dans un centre commercial par exemple).

Graphique 52 : Proportion de dons selon le mode, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

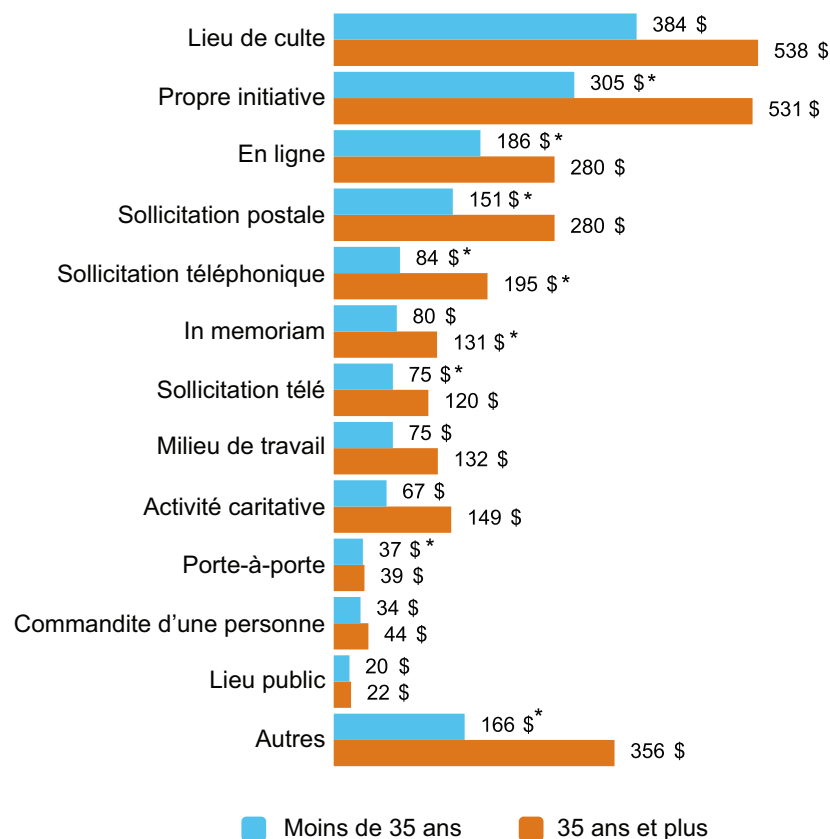
**Sous toutes réserves*



Les jeunes donateurs tendent également à donner des sommes plus modestes, quel que soit le mode. Par exemple, parmi ceux qui répondent à une sollicitation postale, le don moyen des jeunes donateurs n'atteint qu'un peu plus de la moitié de celui des donateurs plus âgés. Il en est de même pour les dons effectués en milieu de travail. Dans le cas de modes de don qui recueillent des sommes plus modestes, les dons des jeunes et des plus âgés sont davantage comparables.

Graphique 53 : Don moyen selon le mode, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

**Sous toutes réserves*



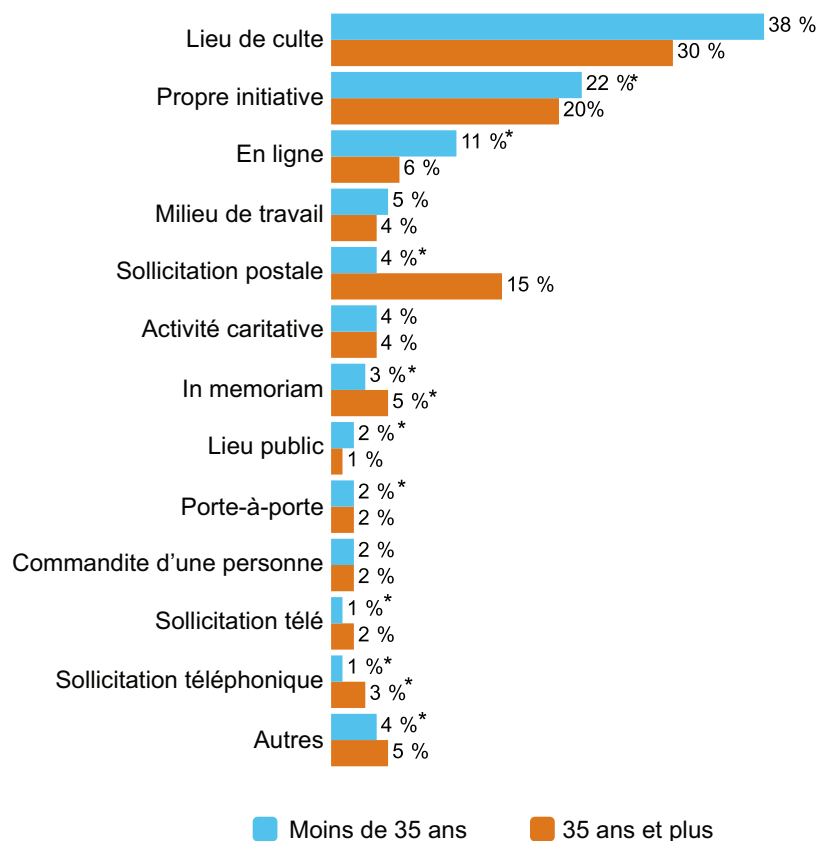
Les modes de don qui permettent de recueillir auprès des jeunes les sommes proportionnellement les plus importantes sont les suivants :

- don dans un lieu de culte,
- don de sa propre initiative,
- don en ligne.

Dans l'ensemble, la différence la plus forte entre jeunes donateurs et donateurs plus âgés réside dans le don postal. Ce fait à lui seul explique l'importance plus grande chez les jeunes d'autres modes de don.²⁷

Graphique 54 : Répartition des dons selon le mode, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

**Sous toutes réserves*



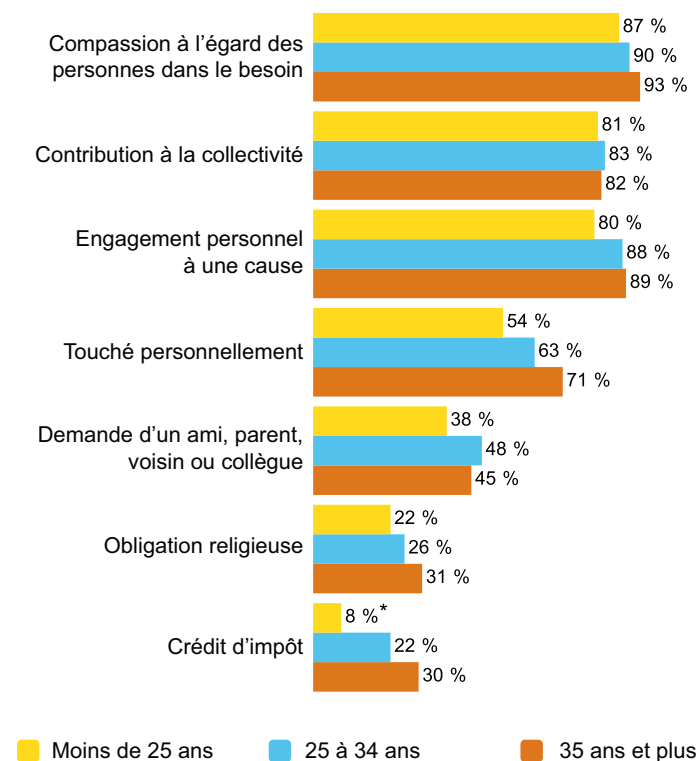
²⁷ Bien que pour tous les modes les différences ne sont pas assez grandes pour être statistiquement significatives avec un seuil de probabilité de 0,05, la différence totale l'est.

Motivations et freins

Les jeunes donateurs semblent attacher la même importance relative à la plupart des motivations de leurs aînés. La principale différence réside dans le fait qu'ils sont moins enclins à faire état de la plupart des motivations, contrairement aux donateurs plus âgés. Les donateurs de 15 à 24 ans sont moins susceptibles que les plus vieux de faire état de toutes les motivations, tandis que ceux de 25 à 34 ans sont statistiquement moins susceptibles de mentionner la moitié de ces motivations. Les différences les plus grandes entre les jeunes donateurs et les plus âgés se situent au niveau du crédit d'impôt et du fait d'être personnellement touché par la cause de l'organisme. À l'inverse, les différences les plus faibles se situent dans la compassion à l'égard des personnes dans le besoin et le désir de contribuer à la collectivité (les deux motivations les plus souvent mentionnées).

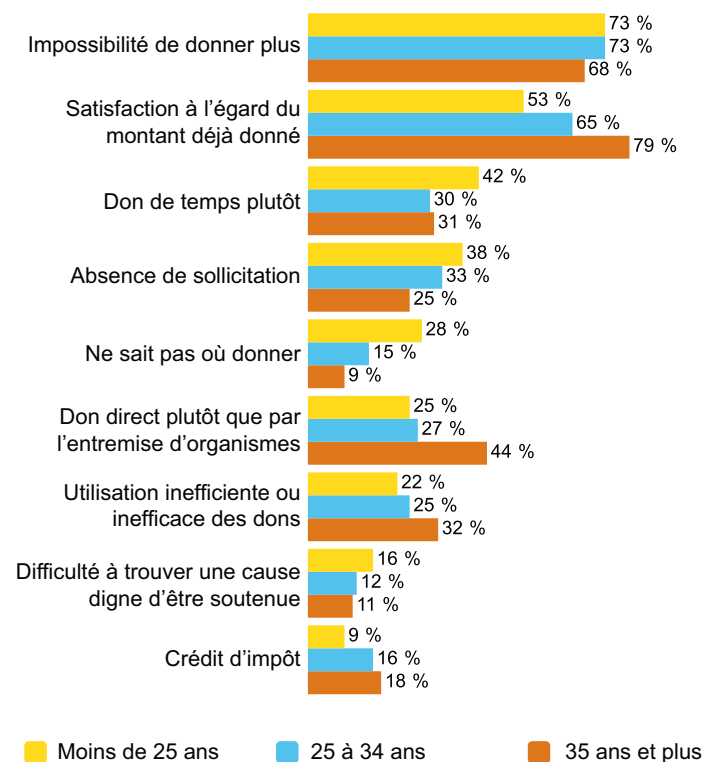
Graphique 55 : Motivations à donner, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.

**Sous toutes réserves*



Fait à noter : malgré la similarité des motivations, les donateurs plus jeunes font état de freins très différents de ceux de leurs aînés. À la lumière du modèle de réponses, il semble que les jeunes donateurs soient disposés à donner davantage, dans les limites de leurs moyens, mais qu'ils ne sont pas sollicités efficacement. Par exemple, les jeunes donateurs ont moins tendance que les donateurs plus âgés à penser que leur don risque de ne pas être utilisé de manière efficace ou efficiente. Ils sont également moins enclins à donner directement aux personnes dans le besoin plutôt qu'à un organisme et à se déclarer satisfaits du montant déjà donné. Toutefois, les jeunes donateurs sont plus à même de déclarer ne pas avoir été sollicités pour donner davantage et ne pas savoir où donner.

Graphique 56 : Freins à donner davantage, comparaison entre jeunes et plus âgés, 2013.



Canadiens plus âgés

En général, les Canadiens plus âgés sont légèrement plus enclins à donner que les Canadiens plus jeunes. Les 65 à 74 ans ont davantage tendance à donner à des causes séculières, et les 75 ans et plus, à des causes religieuses. Les Canadiens plus âgés donnent également des sommes plus importantes à davantage de causes, le don moyen des 65 ans et plus étant d'environ une fois et demie supérieure au don moyen des donateurs plus jeunes. Fait à noter : le don moyen consenti à des organismes religieux par les 65 à 74 ans est supérieur au don moyen des donateurs plus jeunes et plus âgés. Les différences dans la moyenne des dons aux causes séculières ne sont pas statistiquement significatives.

Tableau 11 : Niveaux de don, comparaison entre Canadiens plus âgés et plus jeunes, 2013.

	Proportion de dons			Don moyen			Nombre moyen de causes
	Total	Séculier	Religieux	Total	Séculier	Religieux	
Groupe d'âge							
15 à 64 ans	82 %	76 %	29 %	488 \$	315 \$	529 \$	3,4
65 à 74 ans	86 %	82 %	39 %	724 \$	341 \$	819 \$	4,5
75 et plus	85 %	77 %	49 %	731 \$	394 \$	591 \$	4,3

Causes soutenues

Les Canadiens plus âgés sont davantage enclins que les plus jeunes à soutenir la plupart des causes, en particulier les suivantes :

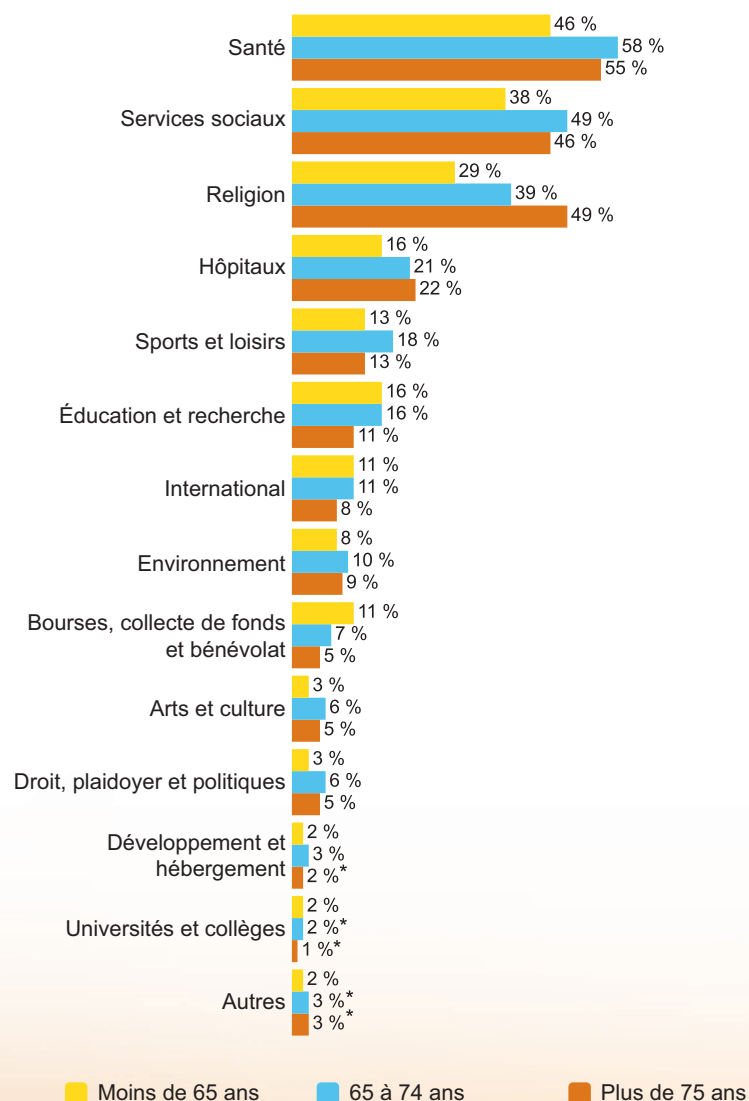
- religion,
- santé,
- services sociaux.

Par contre, les Canadiens plus âgés sont moins susceptibles de donner aux organismes qui œuvrent dans les domaines suivants :

- bourses, collectes de fonds et bénévolat,
- éducation et recherche.

Graphique 57 : Proportion de dons selon la cause, comparaison entre Canadiens plus âgés et plus jeunes, 2013.

**Sous toutes réserves*



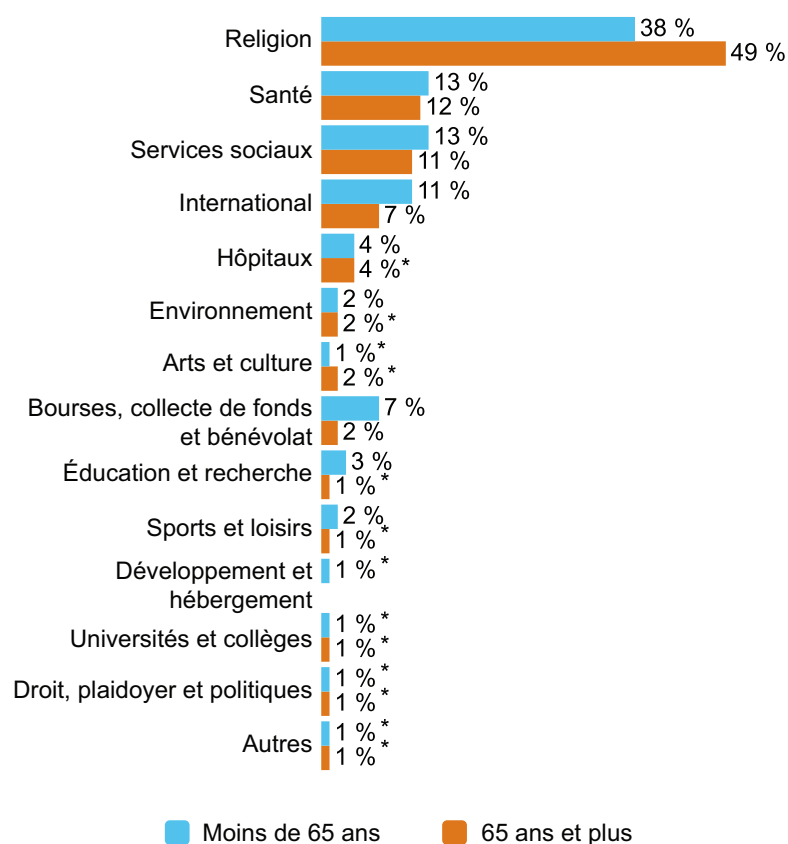
Bien que les Canadiens âgés soient davantage enclins à donner à la plupart des causes, cette tendance ne se traduit pas nécessairement par des dons plus élevés. Ils donnent davantage aux organismes des domaines suivants :

- religion,
- développement international et aide internationale,
- bourses, collectes de fonds et bénévolat,
- éducation et recherche.

En ce qui a trait aux autres causes, les différences entre donateurs plus âgés et plus jeunes ne sont pas suffisantes pour être statistiquement significatives.

Graphique 58 : Proportion de dons selon le mode, comparaison entre donateurs plus âgés et plus jeunes, 2013.

**Sous toutes réserves*



Modes de don

À la lumière de leurs habitudes de don, les aînés canadiens privilégient des modes de don assez différents des Canadiens plus jeunes. Ainsi, les 65 ans et plus sont nettement plus à même de donner :

- par la poste,
- dans les lieux de culte,
- à la mémoire d'une personne.

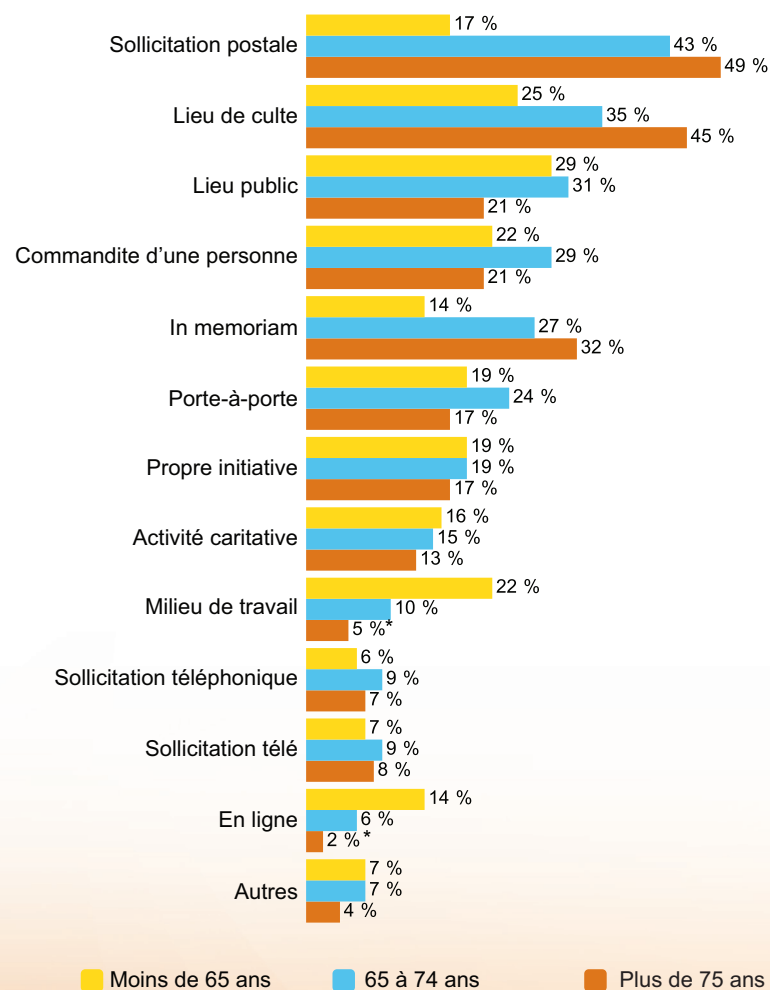
En ce sens, les donateurs de 65 à 74 ans se distinguent un peu des 75 ans et plus, ces derniers étant légèrement plus enclins à donner :

- en commanditant quelqu'un,
- en réponse à une sollicitation par porte-à-porte,
- à la suite d'une sollicitation téléphonique.

Les Canadiens plus âgés, en particulier les 75 ans et plus, ont moins tendance à donner en ligne et, bien évidemment, sur leur lieu de travail.

Graphique 59 : Proportion de dons selon le mode, comparaison entre Canadiens plus âgés et plus jeunes, 2013.

**Sous toutes réserves*



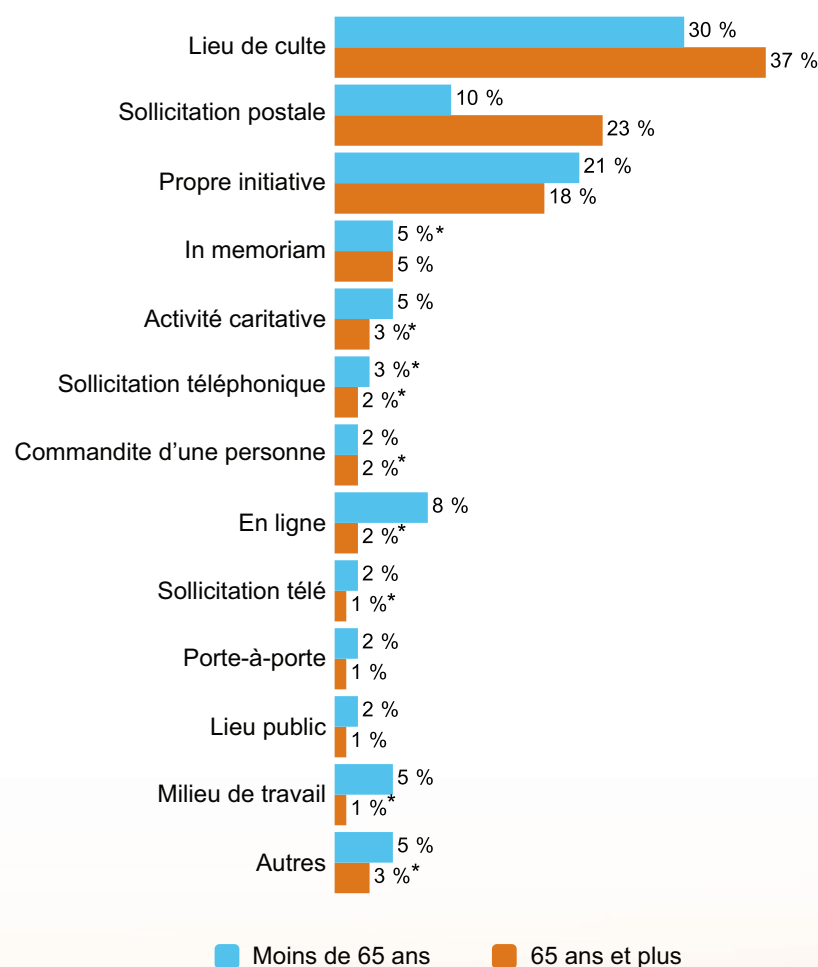
Bien que les donateurs plus âgés privilégient des modes de don différents, ils tendent à donner des montants similaires lorsqu'ils utilisent un mode donné. Seules exceptions : les dons par la poste et sur les lieux de culte. En effet, les donateurs plus âgés ont tendance à donner des sommes plus importantes que les donateurs plus jeunes dans le cas de ces deux modes. Cette tendance, combinée à la probabilité plus élevée qu'ils donnent selon ces modes, explique pourquoi ces modes correspondent à une proportion si importante de l'ensemble des dons consentis par les Canadiens plus âgés. De ce fait, des proportions plus faibles de dons sont faites :

- en ligne,
- en milieu de travail,
- par le porte-à-porte,
- en réponse à une sollicitation dans un lieu public.

Les autres différences sur le niveau de don par mode ne sont pas statistiquement significatives.

Graphique 60 : Répartition des dons selon le mode, comparaison entre donateurs plus âgés et plus jeunes, 2013.

**Sous toutes réserves*

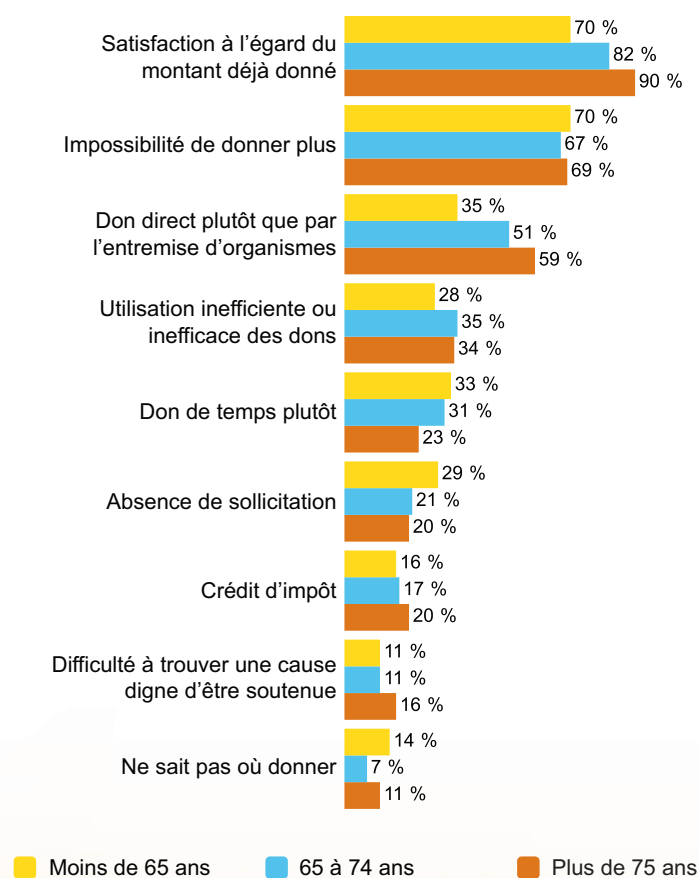


Motivations et freins

En matière de freins au don exprimés par les donateurs plus âgés, on note un important scepticisme à l'égard de la collecte de fonds, en grande partie lié au nombre de demandes qu'ils reçoivent. En effet, ils sont plus enclins à penser que trop d'organismes sollicitent leur appui (65 % comparativement à 53 % chez les donateurs plus jeunes). Ils sont également plus susceptibles de limiter leurs dons par crainte qu'ils ne soient pas utilisés de manière efficiente ou efficace, notamment en raison des sommes que les organismes consacrent à la collecte de fonds et parce qu'ils ont l'impression de ne pas avoir eu de réponse adéquate à leurs questions sur l'allocation des fonds. Ils ont également davantage tendance à exprimer leur insatisfaction à l'égard du mode de sollicitation des dons (33 % des donateurs plus âgés comparativement à 28 % chez les plus jeunes), insatisfaction liée en grande partie au ton de la sollicitation et au nombre de demandes qu'ils reçoivent.

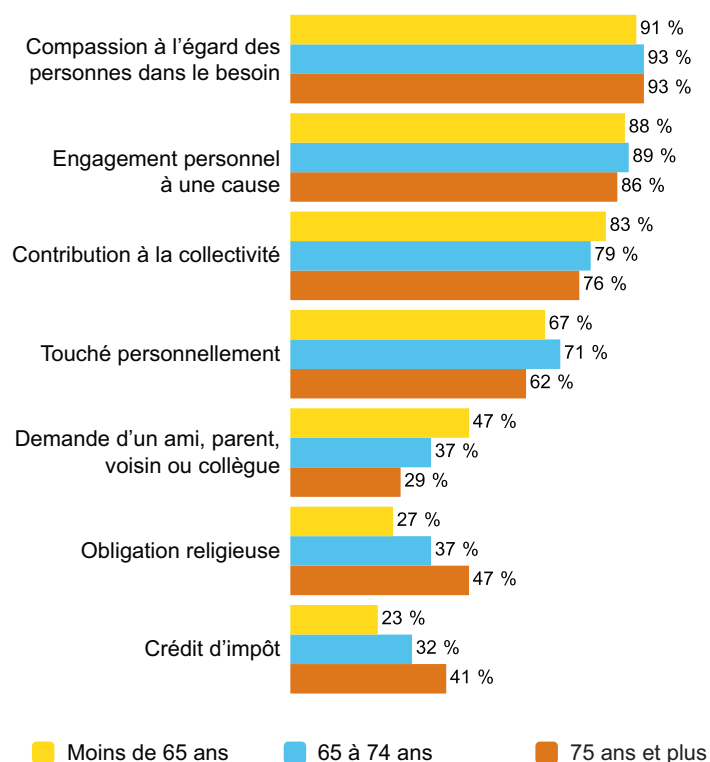
Contrairement aux donateurs plus jeunes, les moyens financiers ne semblent pas un frein significatif. À la lumière de leur moyenne de don plus élevée, les donateurs plus âgés sont plus à même d'être satisfaits des montants déjà donnés et sont moins susceptibles de ne pas avoir été sollicités.

Graphique 61 : Freins à donner davantage, comparaison entre donateurs plus âgés et plus jeunes, 2013.



Les donateurs plus âgés sont enclins à donner pour des raisons de nature altruiste et tendent en ce sens à rejoindre les donateurs plus jeunes. Ils ont été un peu plus de neuf sur dix à déclarer avoir donné par compassion à l'égard de personnes dans le besoin, et un peu moins de neuf sur dix à avoir donné parce qu'ils croyaient dans les causes des organismes qu'ils avaient soutenus. En ce qui a trait aux motivations altruistes, la contribution à la collectivité est le seul secteur où les aînés se distinguent par leur tendance à donner moins. Les donateurs plus âgés affirment être beaucoup plus susceptibles de donner par obligation ou conviction religieuse et parce qu'ils reçoivent un crédit d'impôt. Par contre, ils sont moins enclins à donner suite à la demande d'un ami, parent ou voisin.

Graphique 62 : Motivations à donner, comparaison entre donateurs plus âgés et plus jeunes, 2013.



Néo-Canadiens

Pour bien cerner les habitudes de don des Néo-Canadiens, il est essentiel de savoir ce qui les distingue des autres Canadiens. Premièrement, selon leur statut de citoyenneté, ils tendent à être plus vieux ou plus jeunes que la moyenne des Canadiens de naissance.

- Le quart des citoyens naturalisés ont 65 ans et plus, comparativement à un sixième de la population née au Canada.
- Comparativement aux Canadiens naturalisés et de naissance, les personnes qui ne possèdent pas la citoyenneté canadienne sont deux fois plus nombreuses dans la tranche d'âge de 25 à 44 ans.

Deuxièmement, les personnes qui ne détiennent pas la citoyenneté canadienne ont tendance à avoir résidé beaucoup moins longtemps dans leur collectivité actuelle :

- Seulement un citoyen non canadien sur six vit dans sa collectivité actuelle depuis dix ans ou plus, comparativement à deux Canadiens naturalisés sur trois et trois Canadiens de naissance sur quatre.
- Plus d'un tiers des citoyens non canadiens vivent dans leur collectivité actuelle depuis moins de trois ans, comparativement à un sur douze pour les Canadiens naturalisés et de naissance.

Troisièmement, les personnes nées à l'extérieur du Canada assistent à des services religieux beaucoup plus souvent, tandis que les Canadiens de naissance ont davantage tendance à ne jamais le faire :

- Environ le quart des Canadiens naturalisés et des citoyens non canadiens assistent à des services religieux toutes les semaines, comparativement à un peu moins d'un Canadien de naissance sur sept.
- La moitié des Canadiens de naissance n'assistent jamais à des services religieux, comparativement à un peu plus d'un tiers des Canadiens naturalisés et des citoyens non canadiens.

Ces trois tendances expliquent en grande partie les distinctions dans les habitudes de don entre les trois groupes.

Tableau 12 : Caractéristiques démographiques selon la citoyenneté, 2013.

	Citoyens de naissance	Citoyens naturalisés	Citoyens non canadiens
Groupe d'âge			
15 à 24 ans	17 %	10 %	14 %
25 à 34 ans	17 %	12 %	32 %
35 à 44 ans	15 %	19 %	26 %
45 à 54 ans	18 %	17 %	16 %
55 à 64 ans	16 %	17 %	7 %
65 à 74 ans	10 %	13 %	3 %
75 ans et plus	7 %	11 %	3 %
Durée de résidence dans la collectivité			
< 3 ans	8 %	8 %	38 %
3 ans < 5 ans	5 %	6 %	25 %
5 ans < 10 ans	12 %	21 %	21 %
10 ans ou plus	75 %	65 %	16 %
Fréquentation de services religieux			
Au moins une fois par semaine	14 %	27 %	25 %
Au moins une fois par mois	9 %	12 %	15 %
Au moins trois fois par année	11 %	10 %	9 %
Une ou deux fois par année	15 %	12 %	13 %
Jamais	50 %	37 %	38 %

Les citoyens canadiens, de naissance ou naturalisés, sont plus enclins à donner que les citoyens non canadiens. Ce fait s'explique en grande partie par les différences dans le niveau d'appui aux causes séculières. Même si les citoyens non canadiens sont susceptibles de donner davantage que les Canadiens de naissance à des causes religieuses, cette tendance ne compense pas leur niveau de don plus faible à des causes séculières. En ce qui a trait au montant des dons, les Canadiens naturalisés donnent plus que les Canadiens de naissance qui, eux, donnent plus que les citoyens non canadiens. Les écarts dans les dons religieux ne sont pas statistiquement significatifs, contrairement aux écarts dans les dons séculiers des citoyens non canadiens et des autres. Enfin, les citoyens canadiens soutiennent plus de causes que les citoyens non canadiens.

Tableau 13 : Niveaux de don selon la citoyenneté, 2013.

	Proportion de dons			Don moyen			Nombre moyen de causes
	Total	Séculier	Religieux	Total	Séculier	Religieux	
Citoyenneté							
Citoyens de naissance	83 %	79 %	28 %	509 \$	323 \$	559 \$	3,7
Citoyens naturalisés	83 %	74 %	42 %	672 \$	363 \$	679 \$	3,5
Citoyens non canadiens	75 %	64 %	37 %	450 \$	220 \$	524 \$	2,7

Causes soutenues

Les Canadiens de naissance et les Canadiens naturalisés présentent de légères différences dans les causes qu'ils soutiennent. Comparativement aux Canadiens de naissance, les Canadiens naturalisés ont tendance à donner davantage dans les secteurs suivants :

- religion,
- développement international et aide internationale,
- hôpitaux,
- droit, plaidoyer et politique.

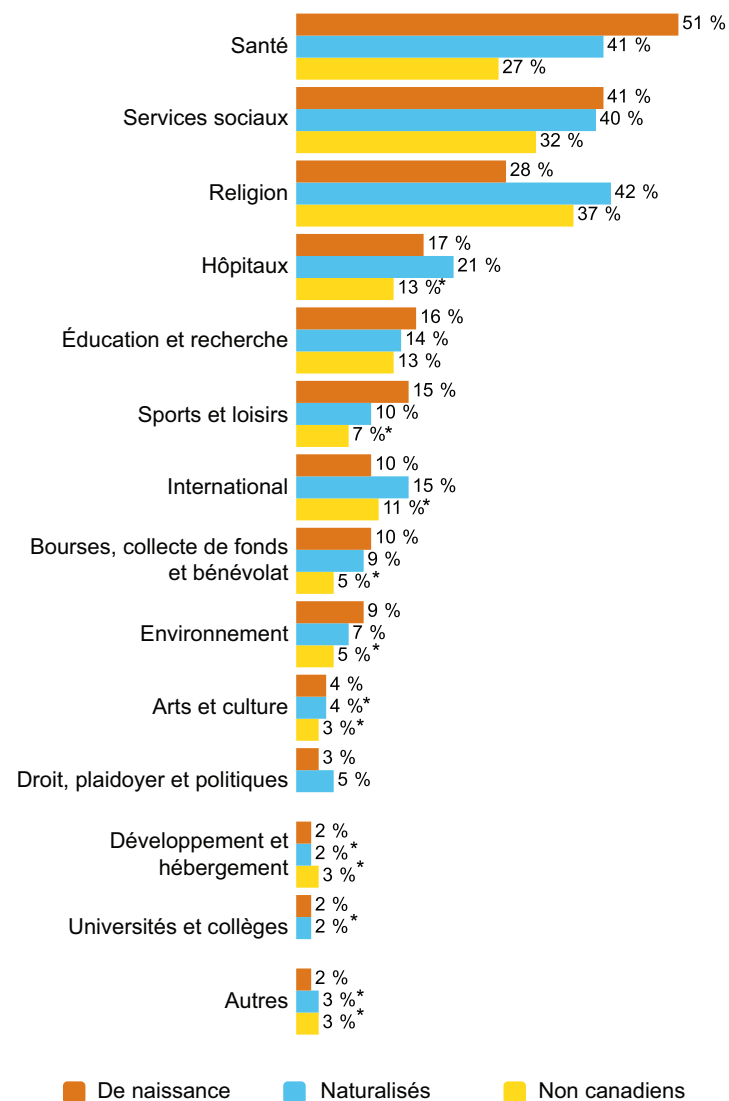
Les citoyens non canadiens sont plus enclins que les Canadiens de naissance à donner à des organismes religieux, mais moins à l'ensemble des autres causes, en particulier aux secteurs suivants :

- santé,
- services sociaux,
- bourses, collectes de fonds et bénévolat,
- sports et loisirs,
- environnement.

Les distinctions entre les citoyens naturalisés et les citoyens non canadiens se limitent essentiellement à deux causes, les premiers étant plus susceptibles de donner au secteur de la santé et aux hôpitaux.

Graphique 63 : Proportion de dons selon la citoyenneté et la cause, 2013.

**Sous toutes réserves*



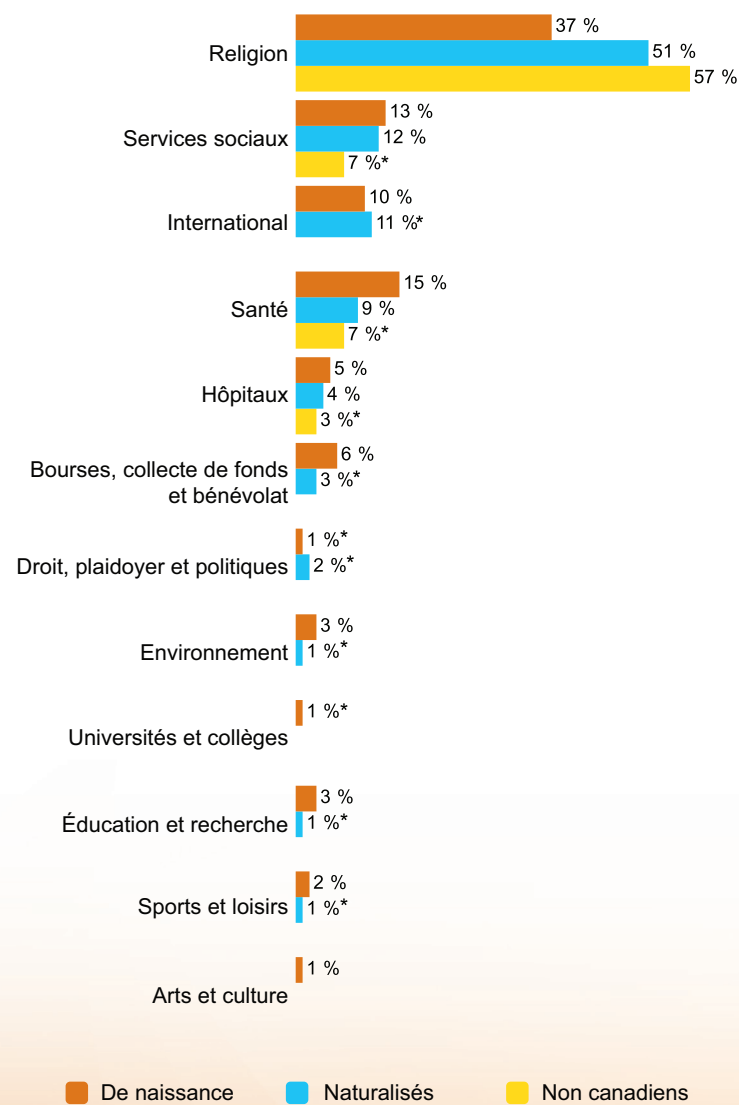
En ce qui a trait au montant des dons, la différence la plus importante entre les immigrants et les Canadiens de naissance réside dans la proportion de dons nettement plus élevée que donnent les premiers aux organismes religieux. Par contre, les Canadiens de naissance donnent une plus grande proportion de leurs dons aux organismes des secteurs suivants :

- santé,
- bourses, collectes de fonds et bénévolat,
- éducation et recherche,
- sports et loisirs,
- environnement.

Les Canadiens de naissance donnent davantage que les citoyens non canadiens aux organismes du secteur des services sociaux.

Graphique 64 : Proportion du total des dons selon la citoyenneté et la cause, donateurs, 2013.

**Sous toutes réserves*



Modes de don

Bien que les écarts ne soient pas tous statistiquement significatifs, les Canadiens de naissance ont davantage tendance que les immigrants à utiliser la plupart des modes de don. Seules exceptions notables :

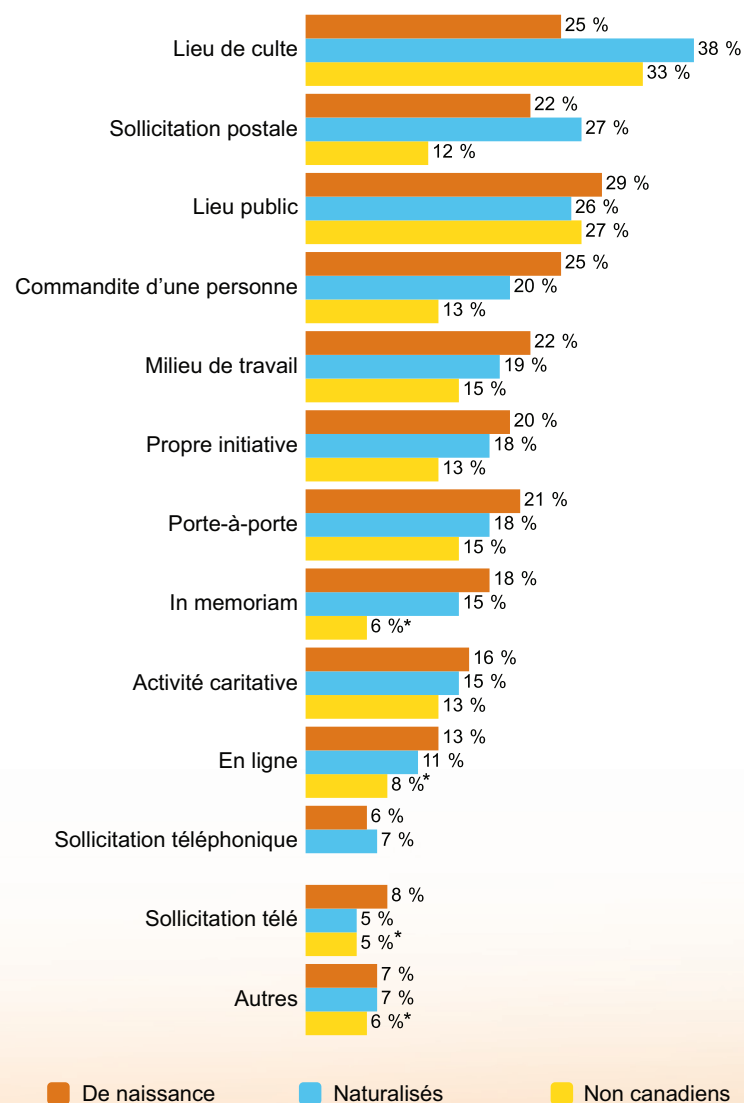
- les citoyens naturalisés et les citoyens non canadiens sont plus susceptibles de donner par l'entremise des lieux de culte,
- les citoyens naturalisés sont plus susceptibles de donner par la poste.

Les citoyens non canadiens sont moins enclins que les autres à recourir à la majeure partie des formes de don, en particulier les suivantes :

- don à la mémoire d'une personne,
- commandite d'une personne dans le cadre d'une activité,
- par la poste.

Graphique 65 : Proportion de dons selon la citoyenneté et le mode de don, 2013.

**Sous toutes réserves*

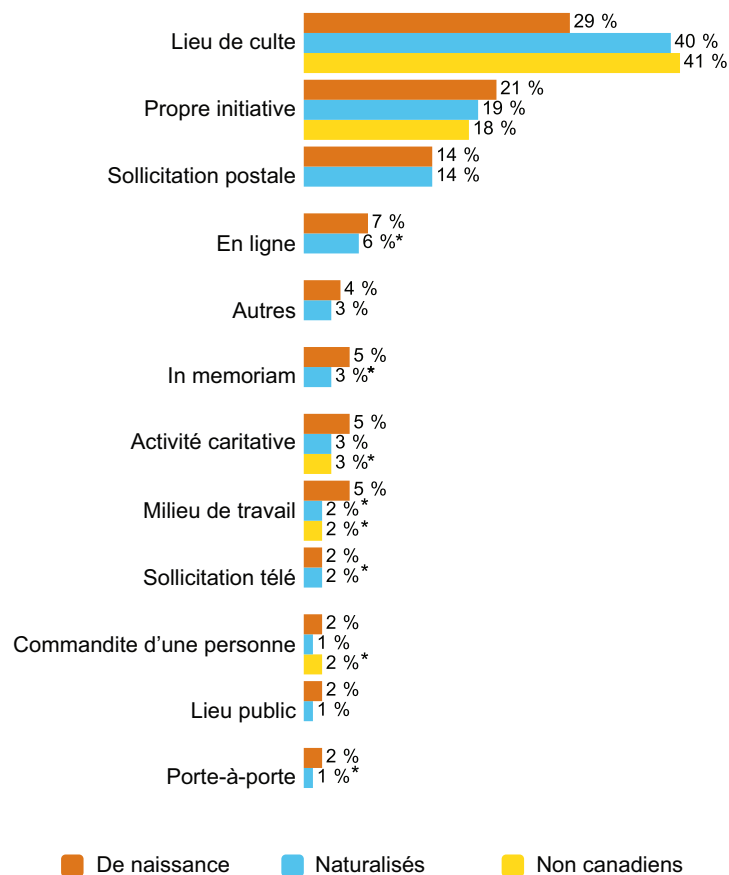


Les différences dans le montant des dons par mode s'expliquent principalement par les sommes nettement plus faibles que les Canadiens de naissance donnent par l'entremise des lieux de culte. Ils donnent proportionnellement une part plus importante de leurs dons par le biais d'autres modes de don, en particulier les suivants :

- en milieu de travail,
- dans le cadre d'activités caritatives,
- à la mémoire d'une personne.

Graphique 66 : Proportion du total des dons selon la citoyenneté et le mode de don, donateurs, 2013.

**Sous toutes réserves*



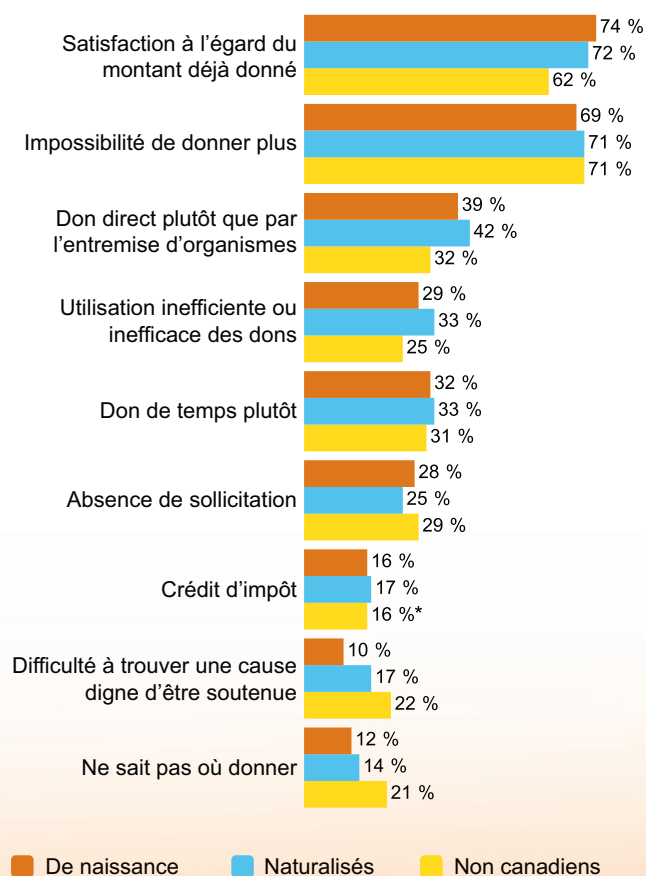
Motivations et freins à donner

À la lumière des freins à donner exprimés par les immigrants, les organismes de bienfaisance font face à deux enjeux principaux. Le premier est leur scepticisme à l'égard des organismes de bienfaisance et de leur utilisation des dons. Comparativement aux Canadiens de naissance, les Canadiens naturalisés sont plus enclins à penser que des dons supplémentaires ne seraient pas utilisés de manière efficace et à donner directement aux personnes dans le besoin plutôt qu'à un organisme. Ces différences s'expliquent en partie par le fait que les Canadiens naturalisés tendent à être plus âgés, mais le fait d'être immigrant constitue également un facteur indépendant. Bien qu'il semble que les citoyens non canadiens ne partagent pas ce scepticisme à l'endroit des organismes de bienfaisance, l'âge semble être un facteur qui gomme en grande partie les différences entre citoyens naturalisés et les citoyens non canadiens. On observe des tendances similaires au sujet d'autres opinions négatives sur les organismes caritatifs. Par exemple, les citoyens naturalisés et les citoyens non canadiens sont plus susceptibles que les Canadiens de naissance de s'inquiéter des fraudes des organismes et des canulars. Par ailleurs, les citoyens naturalisés sont plus à même de déclarer que trop d'organismes de bienfaisance les sollicitent.

Le deuxième enjeu pour les organismes caritatifs consiste à réussir à rejoindre les immigrants. Bien qu'ils ne soient pas enclins à déclarer ne pas avoir été sollicités, ils sont plus susceptibles que les Canadiens de naissance d'affirmer ne pas avoir donné davantage parce qu'ils ne savaient pas où donner ou parce qu'ils n'avaient pas trouvé de cause digne d'être soutenue. Même si ces différences sont également influencées par l'âge des donateurs, la citoyenneté constitue un facteur indépendant.

Graphique 67 : Freins à donner davantage selon la citoyenneté, donateurs, 2013.

**Sous toutes réserves*

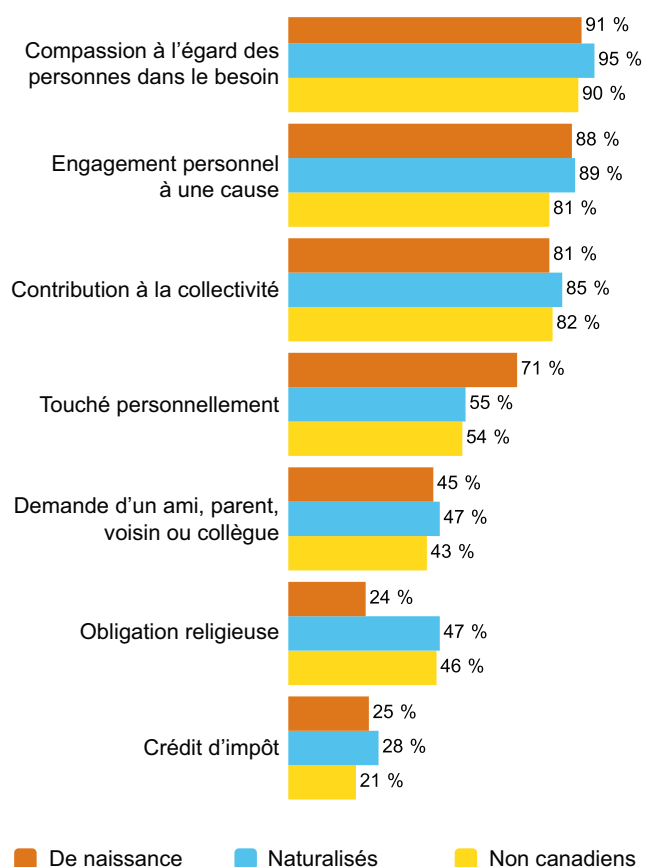


Sur le plan des motivations à donner, on observe deux grandes différences entre les Canadiens de naissance et les autres groupes :

- ils sont à moitié moins enclins à donner par obligation ou conviction religieuse,
- environ le tiers d'entre eux sont plus susceptibles de donner parce qu'une cause les touche personnellement.

Au-delà de ces distinctions, les citoyens non canadiens sont plutôt moins susceptibles de faire état de plusieurs motivations, en particulier de l'engagement personnel à une cause et du crédit d'impôt. Cela s'explique probablement par un niveau d'engagement moindre à l'égard des organismes de bienfaisance et des dons plus modestes généralement versés par les citoyens non canadiens.

Graphique 68 : Motivations à donner selon la citoyenneté, donateurs, 2013.



Conclusion

Ce rapport se fonde sur plusieurs sources de données. Il présente le portrait du don caritatif au Canada et des habitudes de don des Canadiens le plus détaillé et le plus vaste qui ait été dressé à ce jour. Dans la première partie du rapport, nous avons utilisé les déclarations d'impôt pour analyser l'évolution des habitudes de don de 1985 à 2014, d'abord de manière générale puis en fonction du sexe, de l'âge, du revenu et de la région. Dans la seconde partie, nous avons utilisé des données de sondage pour explorer les causes que les Canadiens soutiennent, leur mode de don, ainsi que les motivations à donner et les freins à donner davantage. On y traite aussi des médias sociaux et du don en ligne, de l'apprentissage du don et de trois groupes principaux : les jeunes, les Canadiens plus âgés et les immigrants au Canada.

On estime qu'en 2014, les Canadiens ont donné à des organismes de bienfaisance enregistrés environ 14,3 milliards \$, avec et sans reçus fiscaux. Depuis 1984, les dons réclamés par les déclarants 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. Au cours de trente dernières années, le bassin de donateurs canadiens a connu d'autres changements majeurs. 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. Dans l'ensemble, les donateurs sont devenus beaucoup plus âgés et fortunés. Les habitudes de don de la génération Y constituent un sujet d'inquiétude important : ce groupe se caractérise par la faiblesse de la proportion de donateurs et du don moyen, et par la grande lenteur de leur progression. En ce qui a trait aux tendances régionales, nous avons noté que le total des dons a augmenté le plus en Alberta et en Colombie-Britannique et le moins dans les provinces de l'Atlantique et des Prairies.

L'analyse des habitudes de don des particuliers a révélé que même si les Canadiens sont moins enclins qu'avant à donner à des organismes religieux, ce secteur bénéficie encore de la portion la plus importante des dons faits aux diverses causes. Cette situation s'explique notamment par le fait que les immigrants sont plus à même de donner à des organismes religieux que les Canadiens de naissance et qu'ils leur donnent une plus grande proportion de leurs dons. Les motivations des Canadiens à donner sont restées plutôt constantes, les trois principales étant : la compassion à l'égard des gens dans le besoin, l'engagement personnel à une cause et le désir de contribuer à sa collectivité. On note par contre que les donateurs deviennent plus critiques des organismes de bienfaisance et sans but lucratif. En effet, la proportion de donateurs qui déclarent avoir de la difficulté à trouver une cause digne d'être soutenue a augmenté, de même que la proportion de donateurs préoccupés par l'utilisation efficiente de leur don. Depuis 15 ans, le don en ligne est devenu beaucoup plus courant, surtout chez les jeunes et les Canadiens plus scolarisés et qui affichent des revenus plus élevés. Bien qu'il nous faille encore approfondir l'apprentissage du don, il est clair que les expériences de jeunesse qui ancrent les jeunes dans leur milieu (participation à un organisme religieux ou à une association étudiante, par exemple) sont très importantes.

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 et 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 plus et de meilleures données et de stratégies numériques solides pour orienter les dons à l'avenir. Des efforts collectifs qui visent à encourager une culture du don plus solide doivent aussi être envisagés.

Références

- Ania, A. et Charlesworth, C. (2015). *Crowdfunding Guide for Nonprofits, Charities and Social Impact Projects*. Toronto : HiveWire Inc. & Centre for Social Innovation
- Agence du revenu du Canada. (2017a). Statistiques finales (données T1). Tiré le 26 novembre 2017 de <https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/programmes/a-propos-agence-revenu-canada-arc/statistiques-revenu-statistiques-tps-tvh/statistiques-finales-t1.html>
- Agence du revenu du Canada. (2017b). Statistiques préliminaires. Tiré le 26 novembre 2017 <https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/programmes/a-propos-agence-revenu-canada-arc/statistiques-revenu-statistiques-tps-tvh/statistiques-preliminaires.html>
- Autorité canadienne pour les enregistrements Internet et Framework. (2015). *La capacité numérique du secteur sans but lucratif canadien - Édition électronique spéciale de l'automne 2015 du Dossier documentaire ACEI*. Tiré le 20 novembre 2017 de https://acei.ca/digital-capacity-canada's-not-profit-sector?_ga=2.24116349.61288650.1516291166-1305686855.1514563162#
- Benard, C., Lloyd, G., Egan, J., Dobbs, J., Hornung, L., Lawson, M., . . . Jochum, V. (2017). *UK Civil Society Almanac*. Tiré le 27 novembre 2017 de <https://data.ncvo.org.uk/category/almanac/voluntary-sector/>
- Charities Aid Foundation. (2014). *Why We Give*. Kent : auteur
- Charities Aid Foundation. (2015). *UK Giving 2014: An overview of charitable giving in the UK during 2014*. Kent : auteur
- Charities Aid Foundation. (2016). *Gross Domestic Philanthropy : An international analysis of GDP, tax and giving*. Kent : auteur
- Charities Aid Foundation. (2017). *UK Giving 2017: An overview of charitable giving in the UK*. Kent : auteur
- Comité permanent des finances. (2013). *Incitatifs fiscaux pour les dons de bienfaisance au Canada. Rapport du Comité permanent des finances, 2013*. Ottawa : Chambre des communes
- Cowley, E., McKenzie, T., Pharoah, C. et Smith, S. (2011). *The new state of donation: Three decades of household giving to charity*. Bristol : CMPO, University of Bristol
- Fiorini, J. (2012). *An Inside Look at How Canadian Charities are Using Social Media*. Présentation au congrès de l'AFP 2012, Toronto.
- Hall, M. H., de Wit, M. L., Lasby, D., McIver, D., Evers, T., Johnson, C., . . . Murray, V. (2005). *Cornerstones of community: Highlights of the National Survey of Nonprofit and Voluntary Organizations*. (No de catalogue 61-533-XPE). Ottawa : Statistique Canada
- Indiana University Lilly Family School of Philanthropy. (2015). *Giving USA 2015: Annual Report on Philanthropy for the Year 2014*. Chicago : Giving USA Foundation
- Inland Revenue. (n.d.). Donation rebates 2007 to 2016. Tiré le 29 novembre 2017 de <http://www.ird.govt.nz/aboutir/external-stats/revenue-refunds/donation-rebates/donations-rebates.html>

- Insights West. (2017). *2017 Canadian Social Media Monitor*. Vancouver : auteur
- Lilly Family School of Philanthropy. (2015). *Where Do Men and Women Give? Gender differences in the motivations and purposes for charitable giving*. Indianapolis, IN : auteur
- Lilly Family School of Philanthropy, et United Nations Foundation. (2013). *Women Give 2013: New Research on Charitable Giving by Girls and Boys*. Indianapolis, IN : auteur
- MacLaughlin, S. (2017). *Charitable Giving Report : How Nonprofit Fundraising Performed in 2016*. Charleston, SC : Blackbaud
- McGregor-Lowndes, M. et Crittall, M. (2017). *An examination of tax-deductible donations made by individual Australian taxpayers in 2014-15*. Brisbane, QLD: Australian Centre for Philanthropy and Nonprofit Studies, Queensland University of Technology
- McGregor-Lowndes, M., Crittall, M., Conroy, D., Keast, R., Baker, C., Barraket, J. et Scaife, W. (2017). *Individual giving and volunteering. Giving Australia 2016*. Brisbane, Queensland : The Australian Centre for Philanthropy and Nonprofit Studies, Queensland University of Technology, Centre for Social Impact Swinburne, Swinburne University of Technology and the Centre for Corporate Public Affairs.
- McGregor-Lowndes, M. et Marsden, S. (2000). *An examination of tax-deductible donations made by individual taxpayers in Australia for 1997/98*. Brisbane, QLD: Queensland University of Technology
- McGregor-Lowndes, M. et Newton, C. J. (2007). *An Examination of Tax-Deductible Donations made by Individual Australian Taxpayers in 2004-05 (with special section on the 2004 tsunami)*. Brisbane, QLD: Queensland University of Technology
- McGregor-Lowndes, M. et Pelling, E. (2012). *An examination of tax deductible donations made by individual Australian taxpayers in 2009 – 10*. Brisbane : Queensland University of Technology
- McLeod, J. (2017). *The New Zealand Cause Report: Shape of the charity sector*. Auckland : JBWere
- Ministère des Finances. (2015). *Dépenses fiscales et évaluations 2014*. Ottawa : auteur
- National Council for Voluntary Organisations. (2017). Voluntary sector income, 2003/04 to 2014/15 (£m). Tiré le 26 novembre 2017 de (data table) <https://data.ncvo.org.uk/a/almanac17/income-data/>
- National Crowdfunding Association of Canada. (2016). *Alternative Finance Crowdfunding in Canada : Unlocking real value through fintech and crowd innovation*. Toronto : auteur
- Olberding, J. C. (2011). Does Student Philanthropy Work? A Study of Long-term Effects of the “Learning by Giving” Approach. *Innovative Higher Education*, 37(2), 71 - 87.
- Reed, P. B. et Selbee, K. (2001). The civic core in Canada: disproportionality in charitable giving, volunteering, and civic participation. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 30, 761-780.
- Reed, P. B. et Selbee, L. K. (2002). *Early Life Experiences and Other Factors In the Social Dynamics of Civic Behaviour: Findings from a Series of National Studies in Canada*. Carleton University & Statistique Canada. Ottawa.
- Shankar, B. (2017). *Facebook has 23 million monthly users in Canada*. Tiré le 21 novembre 2017, from : <https://mobilesyrup.com/2017/06/21/facebook-reaches-23-million-monthly-users-canada/>

- Smith, A. (2016). *Shared, Collaborative and On Demand: The New Digital Economy*. Washington D.C. : Pew Research Center
- Smith, S. (2012). *Mind the Gap: The growing generational divide in charitable giving*. Kent : University of Bristol et Charities Aid Foundation
- Statistique Canada. (2017a). *Internet et les technologies numériques*. Ottawa : auteur
- Statistique Canada. (2017b). *Revenus de placements, contributions au REER et dons de charité guide de référence technique – Fichier de familles T1, estimés préliminaires, 2015*. Ottawa : auteur
- Statistique Canada. (2017c). *La vie à toute vitesse : Les Canadiens arrivent-ils à s'en sortir?*, 2016. *Le Quotidien*. 14 novembre 2017. Ottawa : auteur
- Statistique Canada. (n.d.-a). Tableau 051-0001 Estimations de la population, selon le groupe d'âge et le sexe au 1^{er} juillet, Canada, provinces et territoires, annuel. Tiré le 3 avril 2017 de CANSIM base de données)
- Statistique Canada. (n.d.-b). Tableau 206-0051 Répartition du revenu du marché, total et après impôt des particuliers, Canada, provinces et certaines régions métropolitaines de recensement, annuel. Tiré le 25 septembre 2017 de CANSIM (base de données)
- Statistique Canada. (n.d.-c). Tableau 326-0021 Indice des prix à la consommation (IPC) annuel (2002=100). Tiré le 30 novembre 2017 de CANSIM (base de données)
- Statistique Canada. (n.d.-d). Tableau 380-0076 Comptes courants et compte du capital – Sociétés, annuel. Tiré le 29 novembre 2016 de CANSIM (base de données)
- Turcotte, M. (2016). *L'utilisation des médias pour suivre les nouvelles et l'actualité*. Ottawa : Statistique Canada
- Wilhelm, M. (2002). *The Distribution of Giving in Six Surveys*. Indianapolis, IN: Indiana University - Purdue University Indianapolis
- Wilhelm, M., Brown, E., Rooney, P. M., & Steinberg, R. (2008). The intergenerational transmission of generosity. *Journal of Public Economics*, 92, 2146 - 2156.
- Youth and Philanthropy Initiative. (2016). *Charity Impact Report 2015/2016*. Tiré le 17 juillet 2017 de <http://www.goypi.org/ypi-what/our-impact.html>

Annexe A : Sources des données et méthodologie

Ce rapport repose en grande partie sur un nombre limité de sources de données clés (décrites ci-dessous). Nous avons privilégié ces sources parce qu'elles constituent à notre avis les sources de données longitudinales les plus exhaustives et les plus constantes sur le plan de la méthodologie. Bien qu'il existe de nombreuses autres données, de grande qualité pour la plupart, ces autres sources se fondent sur des notions de don, des méthodologies d'évaluation et des durées rétrospectives différentes. De ce fait, il aurait été difficile de comparer les constats des diverses sources autrement que de façon très générale (diminuant d'autant l'utilité de l'exercice). En effet, dans ce sujet de recherche plus que dans bien d'autres, la définition et l'évaluation du don caritatif ont une influence considérable sur les conclusions. Des mesures en apparence aussi simples que la proportion de personnes qui donnent peut varier dans certains cas de vingt points de pourcentage (Wilhelm, 2002). À la lumière de ces différences, notre priorité dans ce rapport a été de choisir des sources de données qui couvrent autant d'aspects que possible et se fondent sur des mesures internes constantes.

Sources des données

Nous vous présentons ci-dessous les trois principales sources d'information sur les personnes qui donnent à des organismes de bienfaisance. Les deux premières regroupent des données administratives déclarées à l'Agence du revenu du Canada (ARC), tandis que la troisième est une étude réalisée par Statistique Canada sur les Canadiens et Canadiennes.

Déclaration de renseignements des organismes de bienfaisance enregistrés T3010

Tout organisme de bienfaisance est tenu de produire une déclaration et de la transmettre à l'ARC dans les six mois qui suivent la fin de son exercice. La majeure partie des renseignements recueillis sont de nature publique. Cette source constitue une mine de renseignements, notamment sur l'évaluation finale du nombre d'entreprises et de particuliers qui donnent à des organismes de bienfaisance. Les dons peuvent être avec reçu (et ainsi servir à réclamer un crédit d'impôt) ou sans reçu. Malheureusement, les déclarations T3010 ne permettent pas de mesurer la proportion de dons faits par les particuliers et les entreprises. Bien que les déclarations de revenus des particuliers et des entreprises donnent certaines indications sur la source des dons, une partie significative des dons avec reçu n'est pas réclamée; il en va évidemment de même des dons sans reçu qui, par définition, ne peuvent être réclamés.

Statistiques (données T1)

L'ARC utilise les données tirées des déclarations personnelles de revenus et de prestations T1 pour évaluer l'impôt que doivent payer les particuliers canadiens. À l'heure actuelle, plus de 90 % des Canadiens de 15 ans et plus produisent une déclaration de revenus (en hausse par rapport aux 80 % du milieu des années 1980). La compilation de l'information tirée des déclarations de revenus contribue à diverses sources de données, notamment les statistiques T1 préliminaires et finales de l'ARC, ainsi que le Fichier des familles T1 de Statistique Canada. Il est important de souligner que ces sources de données produisent des évaluations différentes des dons caritatifs, car elles se basent sur un échantillonnage différent de déclarations de revenus. Les statistiques préliminaires de l'ARC reposent généralement sur environ 95 % des déclarations, alors que le Fichier des familles T1 dont Statistique Canada se sert pour évaluer les montants réclamés par les déclarants tient généralement compte d'environ 97 % des déclarations (Agence du revenu du Canada, 2017b; Statistique Canada, 2017b). Seules les statistiques finales de l'ARC intègrent en essence l'ensemble des déclarations (Agence du revenu du Canada, 2017a). Ces différences dans le nombre de déclarations de revenus peuvent sembler mineures, mais elles ont des effets significatifs sur l'évaluation des sommes données par la population canadienne. À titre d'exemple, pour 2014, les statistiques finales de l'ARC estimaient les dons réclamés à 9,6 milliards \$, alors que le Fichier des familles T1 faisait état de 8,8 milliards \$. Par ailleurs, les données statistiques finales sont tabulées par province, âge, sexe et source principale de revenus (emploi, investissements, revenus de retraite, etc.). Toutes les statistiques T1 utilisées dans ce rapport sont tirées des évaluations finales publiées par l'ARC.

Enquête canadienne/Enquête sociale générale — Dons, bénévolat et participation

Cette étude, actuellement menée tous les cinq ans, s'inscrit dans le programme d'Enquête sociale générale de Statistique Canada. La première édition a été réalisée en 1997 (sous le nom d'Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation); la plus récente date de 2013. Elle sonde les Canadiens de 15 ans et plus sur des comportements sociaux clés comme le don et le bénévolat en faveur d'organismes de bienfaisance et sans but lucratif, l'aide directe à des personnes (sans passer par un organisme) et l'appartenance à des groupes et associations. En plus d'évaluer le niveau de don, l'enquête recueille une foule de données démographiques sur les donateurs, des renseignements sur les organismes qu'ils soutiennent, leurs attitudes et convictions en matière de don et de bénévolat, ainsi que leurs motivations et freins à donner. À noter que l'enquête définit le don comme une contribution monétaire à un organisme de bienfaisance ou sans but lucratif.

Méthodologie

Dans la première section du rapport, qui porte sur les niveaux actuels et historiques de don, les montants des dons tirés des Déclarations de renseignements des organismes de bienfaisance enregistrés T3010 et des Statistiques finales T1 ont été ajustés pour tenir compte de l'inflation à l'aide de l'Indice des prix à la consommation pour l'ensemble (Statistique Canada, n.d.-c). À moins d'indication contraire, les montants dans cette section sont exprimés en dollars de 2014. Le montant des dons des T3010 et T1 ont également été ajustés pour compenser les effets des abris fiscaux. De 2003 à 2010, les réclamations liées aux abris fiscaux ont gonflé d'environ 5 milliards \$ la valeur réelle totale des dons réclamés.²⁸ L'effet des abris fiscaux atteint son point culminant en 2006, année où les dons réclamés liés aux abris fiscaux ont totalisé 1,3 milliard \$ (Comité permanent des finances, 2013). Dans le but de compenser ces réclamations, pour chacune des années où des organismes de bienfaisance ont participé à des programmes d'abris fiscaux, nous avons établi le montant total des dons avec reçu déclarés par ces organismes caritatifs et réduit d'autant le montant des dons réclamés figurant au T1 de cette même année. Les données du fichier T1 étant les meilleures sur le plan longitudinal, elles nous ont servi à analyser les tendances à long terme.

²⁸ Les montants réclamés ne représentaient pas de véritables dons versés aux organismes de bienfaisance. Près de l'entière de la valeur de ces montants a plus tard été annulée par l'ARC.

Bien que le fichier de données T1 soit reconnu pour sous-évaluer les dons des Canadiens, il semble le faire de façon assez constante. En effet, de 2003 à 2014, le montant des dons réclamés dans les déclarations T1 des entreprises et des particuliers a correspondu aux quatre cinquièmes des dons reçus déclarés par les organismes de bienfaisance.

Dans la deuxième section du rapport, qui se concentre sur les donateurs, les données proviennent de notre analyse de l'Enquête sociale générale — Dons, bénévolat et participation, ainsi que du fichier de microdonnées à grande diffusion (à moins d'indication contraire). En raison des mesures prises pour préserver la confidentialité des répondants, il se peut que les évaluations fondées sur ces données diffèrent légèrement de celles fondées sur les données initiales de Statistique Canada. De manière générale, ces différences sont extrêmement faibles. À moins d'indication contraire, les montants dans cette section sont exprimés en dollars de 2013. À noter également que les données de l'enquête DBP comprennent les dons aux organismes de bienfaisance et aux organismes sans but lucratif. Selon des études antérieures, environ 95 % des sommes ont été données à des organismes de bienfaisance (Hall et al., 2005). Comme nous n'avons aucun moyen raisonnable de distinguer les dons faits aux organismes de bienfaisance et aux organismes sans but lucratif, les montants qui apparaissent dans cette section du rapport incluent les deux.



Fondation
Rideau Hall
Foundation

I M  G I N E
CANADA