

Janvier 2019

IMAGINE  
CANADA

# INJUSTE OU INDÉSIRABLE? LA CONCURRENCE ENTRE LES ORGANISMES CARITATIFS ET LES ENTREPRISES AU CANADA

Document de discussion

---

Brian Emmett | Économiste en chef du secteur des OSBL



**Injuste ou indésirable?**

**La concurrence entre les organismes caritatifs et les entreprises au Canada**

Document de discussion

Brian Emmett

**Publié par**

Imagine Canada

65, avenue St. Clair Est, bur. 700

Toronto (Ontario), Canada M4T 2Y3

**Tél.** : 416-597-2293 | **Fax** : 416-597-2294 | **Web** : [imaginecanada.ca/fr](http://imaginecanada.ca/fr)

©2019 Imagine Canada

**Révision** : Cathy Barr, Alexandra Gardner, Marnie Grona, Julie Lebel

**Conception et production** : Justin Zhou

**Traduction** : Cornelia Schrecker

---

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication peut être reproduit en tout ou en partie, par des organismes de bienfaisance et des organismes sans but lucratif, à des fins non commerciales, sous réserve qu'Imagine Canada soit cité en tant qu'éditeur original, y compris l'année de publication, le titre de la publication et la source (lien menant vers la publication ou le site Web). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication sans l'autorisation écrite préalable d'Imagine Canada.

# TABLE DES MATIÈRES

1.	<b>Les organismes caritatifs canadiens vivent une crise persistante quant à leur viabilité financière</b>	4
2.	<b>Une « écologie de marché » se développe dans de nombreux marchés, marquée par la coexistence d'organismes caritatifs et d'entreprises à but lucratif</b>	6
3.	<b>Tant les entreprises que les organismes de bienfaisance bénéficient du soutien du gouvernement</b>	6
	• <b>Tableau 1</b> : Dépenses fiscales : organismes de bienfaisance et sans but lucratif, projections 2017	7
	• <b>Tableau 2</b> : Les 10 plus grands programmes de subvention des entreprises du gouvernement fédéral, 2014-2015	8
4.	<b>Au plus, les avantages fiscaux ont des effets modestes sur la participation des organismes caritatifs aux activités du marché</b>	9
	• <b>Tableau 3</b> : Quel serait l'effet de l'élimination des avantages fiscaux accordés au secteur caritatif sur sa part de marché?	9
5.	<b>D'autres politiques gouvernementales influencent le marché de produits sociaux en constante évolution</b>	10
6.	<b>Les organismes caritatifs bénéficient d'avantages fiscaux, mais les entreprises à but lucratif profitent d'avantages structurels compensatoires</b>	11
7.	<b>Tant les organismes caritatifs que les entreprises à but lucratif enregistrent une croissance dans d'importants marchés. Or, la balance des avantages penche en faveur des entreprises leur permettant de s'adapter plus rapidement aux changements</b>	13
	• <b>Tableau 4</b> : Croissance dans la prestation de services sociaux, organisations caritatifs et à but lucratif, 1977-1997	14
	• <b>Tableau 5</b> : Changement de la part d'emplois des organismes caritatifs, 1997-2012	14
8.	<b>Conclusions</b>	15
9.	<b>Bibliographie</b>	17
10.	<b>À propos de l'auteur</b>	19

# 01 LES ORGANISMES CARITATIFS CANADIENS VIVENT UNE CRISE PERSISTANTE QUANT À LEUR VIABILITÉ FINANCIÈRE

Le ralentissement de la croissance économique au cours des prochaines années mettra une pression indéniable sur les sources de revenus des organismes caritatifs. Les donateurs devront composer avec une augmentation plus faible de leurs revenus personnels, ce qui mettra à mal une source de financement qui montre déjà des signes de faiblesse. Les gouvernements, dont les coffres se rempliront moins rapidement, deviendront plus sélectifs dans le versement de subventions. Enfin, en ce qui concerne leurs activités à revenus, les organismes devront faire leur preuve dans un marché de plus en plus féroce. En même temps, des changements d'ordre social et démographique feront vraisemblablement augmenter la demande pour les services fournis par les organismes caritatifs, ce qui se traduira par un écart grandissant entre, d'un côté, les besoins à combler pour répondre aux attentes de la population canadienne et, de l'autre côté, les ressources dont les organismes disposent pour satisfaire ces besoins. Cet écart, aussi appelé « déficit social », pourrait atteindre 25 milliards de dollars d'ici 2026, selon les estimations (Emmett, 2016).

L'épuisement des sources de revenus traditionnelles amène les organismes caritatifs à se tourner davantage vers les revenus provenant d'activités commerciales pour financer leur mission caritative (Aptowitz & Dachis, 2012). « Les organismes de bienfaisance et sans but lucratif dépendent de trois principales sources de revenus, soit le financement public, la philanthropie et les revenus gagnés. Parmi ces trois sources, seuls les revenus gagnés offrent une perspective de croissance à long terme » (Mendelsohn, Mulholland et Shamshiri, 2011, p. 5). Pendant ce temps, les entreprises à but lucratif se taillent une place de plus en plus grande dans des marchés autrefois considérés comme des domaines réservés aux organismes caritatifs.

*Le 15 septembre 1996,... le New York Times publiait un article qui a envoyé des ondes de choc à travers le milieu caritatif. Lockheed Martin IMS, une division du géant de l'industrie de la défense Lockheed Martin, Electronic Data Systems et Andersen Consulting se préparaient alors chacune à présenter une soumission pour la gestion d'une enveloppe de 563 millions de dollars réservée aux opérations du système d'assistance sociale au Texas... brouillant*

*d'avantage les frontières entre les secteurs sans but lucratif, à but lucratif et public. Le vrai message véhiculé par la décision de Lockheed Martin de faire son entrée dans le secteur d'activités sans but lucratif est que tous les aspects de la prestation des services sociaux, que ce soit les instances gouvernementales responsables de l'attribution de contrats, l'environnement politique dans lequel ils sont offerts, ou les préférences des clients, ont profondément changé (Ryan, 1999, paragraphes 1 et 3).*

À la lumière d'une concurrence accrue avec le secteur privé, plusieurs décideurs politiques ont exprimé des préoccupations quant à une « concurrence déloyale entre les entreprises à but lucratif et les organismes de bienfaisance subventionnés par les contribuables » (Aptowitz et Dachis, 2012, p. 2).

Cet essai avance que la concurrence entre les organismes de bienfaisance et les entreprises à but lucratif est un fait accompli, que les avantages fiscaux offerts aux organismes de bienfaisance sont généralement comparables aux subventions versées aux entreprises à but lucratif, que la politique fiscale n'a pas de grand effet, voire aucun, sur la part de marché et les revenus des entreprises à but lucratif, et que ce sont la nature du marché et les personnes qui s'y trouvent plutôt que la nature des services offerts qui déterminent la position relative des organismes caritatifs et des entreprises à but lucratif sur les marchés de produits sociaux. La question de l'équité sur ce terrain de jeux n'est pas un facteur important, ou majeur. Les gouvernements doivent plutôt se demander quel ensemble de politiques ils devront mettre en place pour offrir la meilleure réponse aux besoins des Canadiens, aujourd'hui et à l'avenir.

## **02 UNE « ÉCOLOGIE DE MARCHÉ » SE DÉVELOPPE DANS DE NOMBREUX MARCHÉS, MARQUÉE PAR LA COEXISTENCE D'ORGANISMES CARITATIFS ET D'ENTREPRISES À BUT LUCRATIF**

Les entreprises à but lucratif et les organismes caritatifs amènent différentes valeurs et spécificités dans ces marchés. Les entreprises proposent plutôt une expertise en matière de données, d'analyse quantitative et d'efficacité, et les organismes, pour leur part, offrent de la compassion, des liens avec la communauté, des principes d'inclusion et de la qualité. Comme dans tout marché, le succès de chaque industrie variera en fonction des conditions économiques, culturelles et sociales et, bien sûr, des politiques et mesures incitatives mises en place par les gouvernements. Ces décisions concernent les politiques fiscales et les subventions, tout comme les politiques en matière d'approvisionnement, ainsi que la prestation de programmes sociaux.

## **03 TANT LES ENTREPRISES QUE LES ORGANISMES DE BIENFAISANCE BÉNÉFICIENT DU SOUTIEN DU GOUVERNEMENT**

Les organismes de bienfaisance bénéficient de deux principales mesures fiscales/dépenses, soit l'exemption de l'impôt des sociétés et le droit de remettre des reçus à des fins fiscales qui permettent aux donateurs de demander un crédit d'impôt non remboursable au moment de présenter leur déclaration de revenus personnels. Cette mesure a été mise en place pour aider les organismes de bienfaisance à fournir des services de nature sociale, culturelle, environnementale ou autres jugés importants aux yeux des Canadiens. En revanche, les organismes offrent à la société une valeur sociale supérieure au coût de la subvention. Le tableau 1 illustre le coût des dépenses fiscales engendrées pour soutenir les organismes de bienfaisance et sans but lucratif. Ces dépenses contribuent à la viabilité financière du secteur composé d'environ 86 000 organismes caritatifs qui comptent pour 8,1 pour cent de notre PIB et 2 millions d'emplois (Emmett et Emmett, 2015).

**TABEAU 1 : DÉPENSES FISCALES : ORGANISMES DE BIENFAISANCE ET SANS BUT LUCRATIF, PROJECTIONS 2017**

<b>Crédit d'impôt</b>	<b>millions \$</b>
Crédit d'impôt pour don de bienfaisance	2 905
Non-imposition des organismes sans but lucratif	130
Crédit d'impôt pour premier don de bienfaisance	5
<b>Total</b>	<b>3 040</b>

**Source :** Gouvernement du Canada, *Rapport sur les dépenses fiscales fédérales*, 2016b, p. 34.

Les entreprises à but lucratif bénéficient également de divers mécanismes non négligeables mis en place pour, fondamentalement, les mêmes raisons que les mesures offertes aux organismes caritatifs, c'est-à-dire des gains en matière de politique publique, notamment des emplois, de la croissance, du développement régional, de l'innovation, etc.<sup>1</sup> À ce chapitre, les fonds investis dans le secteur des petites entreprises, qui présente par ailleurs les plus grandes similitudes avec le secteur caritatif, comptent pour la majeure partie des dépenses fédérales et aident à la santé d'un important secteur composé de quelque 1,16 million d'entreprises qui emploient plus de 8 millions de personnes et produisent environ 30 pour cent du PIB canadien (Gouvernement du Canada, 2016a).

<sup>1</sup> Les mesures fiscales incitatives et programmes de soutien aux entreprises comprennent : le crédit pour les petites entreprises conçu pour encourager la santé et l'expansion de ce secteur économique; le crédit d'impôt pour la recherche scientifique et le développement expérimental créé pour stimuler l'innovation et la productivité; le système d'actions accréditives afin d'augmenter le capital d'investissement disponible pour la prospection et le développement de ressources; le soutien fourni par la Banque de développement du Canada en matière de liquidités et d'investissements, et plus. John Lester (2018) a estimé que la valeur totale de ces subventions se chiffrait à 27 milliards de dollars en 2017 dans quatre provinces seulement, soit l'Ontario, le Québec, l'Alberta et la Colombie-Britannique.

**TABLEAU 2 : LES 10 PLUS GRANDS PROGRAMMES DE SUBVENTION DES ENTREPRISES DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL, 2014-2015**

<b>Programme</b>	<b>millions \$</b>
Déduction accordée aux petites entreprises	3 225
Encouragements fiscaux pour la RS&DE (toutes les entreprises)	2 800
Financement agricole Canada	1 161
Banque de développement du Canada – financement des PME	1 070
Programmes d'assurance-revenus agricoles	988
Exemption pour gains en capital – actions de petites entreprises	590
Exemption pour gains en capital – biens agricoles et biens de pêche	525
Crédit d'impôt pour le recrutement	320
Crédit d'impôt à l'investissement pour la région de l'Atlantique	225
Subvention accordée à General Motors	188
<b>Total</b>	<b>11 092</b>

**Source :** J. Lester, *Business Subsidies in Canada*, University of Calgary SPP Research Paper, 2016, p. 27.

La valeur totale des avantages fiscaux consentis aux organismes caritatifs représente environ un tiers du montant versé aux entreprises à but lucratif, un ratio proportionnel à la taille et aux bénéfices respectifs des secteurs. Malgré cela, les avantages fiscaux offerts aux organismes caritatifs ont attiré l'intérêt des gouvernements et du secteur privé se disant préoccupés par le fait que le secteur caritatif pourrait utiliser de manière injuste ces avantages fiscaux pour subventionner ses activités commerciales.

# 04 AU PLUS, LES AVANTAGES FISCAUX ONT DES EFFETS MODESTES SUR LA PARTICIPATION DES ORGANISMES CARITATIFS AUX ACTIVITÉS DU MARCHÉ

On ne trouve que peu d'études statistiques et analytiques qualitatives de l'effet des avantages fiscaux sur la concurrence entre les entreprises à but lucratif et les organismes caritatifs, et ces études sont loin d'être récentes. L'étude la plus souvent citée et généralement considérée comme faisant autorité dans la littérature scientifique porte sur l'effet des avantages fiscaux dans le régime américain sur la part de marché représentée par divers organismes caritatifs américains (Hansmann, 1987). Le tableau 3 résume les réponses données à une question hypothétique : « Quel serait l'effet de l'élimination des avantages fiscaux accordés aux organismes caritatif sur leur part de marché? » À l'exemple du sous-secteur des centres de soins, le tableau illustre le recul de la part de marché des organismes caritatifs après élimination des exemptions fiscales.<sup>2</sup> Selon l'analyse, à un moment précis, « les exemptions (fiscales) entraînent une augmentation significative de la part de marché des organismes sans but lucratif par rapport aux organisations à but lucratif » (Hansmann, 1987, p. 71).

<sup>2</sup> Hansmann présente des résultats pour différents sous-secteurs. Les centres de soins ont été choisis comme étant représentatifs de l'ensemble des sous-secteurs.

**TABLEAU 3 : QUEL SERAIT L'EFFET DE L'ÉLIMINATION DES AVANTAGES FISCAUX ACCORDÉS AU SECTEUR CARITATIF SUR SA PART DE MARCHÉ?**

<b>Impôt/taxe</b>	<b>Effet sur la part de marché des organismes caritatifs de services de soins</b>
Impôt foncier	L'élimination de l'exemption de l'impôt foncier ferait reculer la part de marché des organismes caritatifs de 24 % à 19 %.
Taxe de vente	L'élimination de l'exemption de la taxe de vente ferait reculer la part de marché des organismes caritatifs de 24 % à 19,5 %.
Impôt des sociétés (État et fédéral combiné)	L'élimination de l'exemption de l'impôt des sociétés ferait reculer la part de marché des organismes caritatifs de 24 % à 15,5 %.
Effets combinés	L'élimination de toutes les exemptions fiscales ferait reculer la part de marché des organismes caritatifs de 24 % à 5 %.

**Source :** H. Hansmann, « The Effect of Tax Exemption and Other Factors on the Market Share of Nonprofit versus For-profit Firms », *National Tax Journal*, 1987, p. 76-77.

Les résultats présentés à l'aide du tableau 3 surestiment probablement l'effet des avantages fiscaux, et ce, pour plusieurs raisons. Dans un premier temps, tout marché est composé de gens aux revenus, niveaux de scolarité et besoins différents. Bien que l'élimination d'un avantage fiscal puisse provoquer le retrait des organismes caritatifs du marché, le secteur privé ne prendra pas nécessairement la place laissée vacante par les organismes, d'autant plus si le marché comprend une population difficile à servir. Dans ce cas, le marché pourrait tout simplement ne pas être desservi. C'est ce qu'ont constaté Harrison et Seim (2012) en étudiant le marché des centres de condition physique aux États-Unis. Ensuite, les résultats ne tiennent pas compte de l'effet du changement dans un marché au fil du temps. En substituant le concept de changement à des exemples concrets (p. ex. croissance des revenus, de la population, de la concurrence par les gouvernements), on constate que les changements à survenir dans un marché ont une influence considérable sur l'augmentation de la part de marché des organismes caritatifs (Hansmann, 1987).

Au final, tenant compte de l'importance de la segmentation des marchés et de l'importance des changements à survenir au fil du temps, « les considérations fiscales ont probablement moins d'importance que l'on ne croit en général... [et l'évolution des marchés au fil du temps] montre que l'existence d'une exemption n'est pas l'élément déterminant l'organisation d'une activité selon le modèle caritatif » (Hansmann, 1980, p. 881 et p. 883).

## **05 D'AUTRES POLITIQUES GOUVERNEMENTALES INFLUENCENT LE MARCHÉ DE PRODUITS SOCIAUX EN CONSTANTE ÉVOLUTION**

De nos jours, les gouvernements changent de manière drastique les règles du jeu du marché pour les organismes caritatifs et les entreprises à but lucratif. En ce faisant, ils mettent l'accent, souvent sans le vouloir, sur les nombreuses qualités que les entreprises amènent à la table. Aux États-Unis, les gouvernements ont successivement changé la nature du soutien aux personnes marginalisées en remplaçant des subventions accordées aux fournisseurs (p. ex. financer un organisme pour la prestation de services) par des subventions accordées aux consommateurs/

clients. Ils ont ainsi donné le choix au consommateur et créé un marché adapté à la concurrence des entreprises à but lucratif. En 1980, par une décision du gouvernement américain, les soins à domicile sont devenus une dépense remboursable en vertu du régime Medicare. Cette décision s'est traduite par une augmentation énorme de la demande pour les soins à domicile (Salamon, 2015). Un journaliste de *The Economist* écrit alors (2017) que « le système de bons, dans lequel le gouvernement utilise des coupons à échanger contre des services,... a fait de la clientèle des organismes caritatifs des consommateurs qui ont désormais le choix des services à recevoir » (paragraphe 5).

Le Canada semble emprunter une trajectoire similaire. Les programmes sociaux administrés par le biais du régime fiscal, p. ex. la nouvelle allocation pour enfant, confèrent le pouvoir d'achat directement aux contribuables/clients (Gouvernement du Canada, 2018). La stratégie de logement annoncée récemment par le gouvernement fédéral mise, entre autres, sur un programme conçu pour aider les familles à payer leur loyer à des propriétaires à but lucratif, que l'on pourrait qualifier de système de bons pour le paiement de loyer (Zimonjic, 2017). Le ministère des Anciens Combattants a, pour sa part, accordé un accord jusqu'à là exécuté par un organisme caritatif à une entreprise à but lucratif qui offrent différents services pour faciliter la transition des militaires vers une carrière au civil après le temps passé au sein des Forces armées (Brewster, 2018).

Les décisions politiques contribuent à la croissance d'un marché dans lequel les entreprises à but lucratif et les organismes caritatifs fournissent des services aux clients en échange de paiements.

## 06

### **LES ORGANISMES CARITATIFS BÉNÉFICIENT D'AVANTAGES FISCAUX, MAIS LES ENTREPRISES À BUT LUCRATIF PROFITENT D'AVANTAGES STRUCTURELS COMPENSATOIRES**

Les organismes de bienfaisance bénéficient d'avantages fiscaux, mais en même temps, leurs possibilités de financement sont considérablement limitées. « Une des différences les plus importantes entre les organismes caritatifs et les entreprises, c'est

l'accès au capital. Contrairement à une entreprise, un organisme caritatif ne peut vendre des parts... [et] très peu d'entre eux ont des revenus stables ou des actifs assez intéressants pour leur servir de garantie pour emprunter des fonds » (*The Economist*, 2017, paragraphe 16). À l'opposé, les entreprises privées ont accès à des capitaux propres tolérants aux risques pour répondre à des besoins qui ne cessent d'évoluer.

Les règles du jeu sont inégales et avantagent les entreprises à but lucratif (Salamon, 2015, p. 42). Si ces entreprises décident de créer de nouvelles installations et activités en réponse à de nouvelles occasions, une augmentation de la demande ou des changements technologiques, elles peuvent recourir à du « capital essentiellement "gratuit"... [qu'ils] peuvent générer simplement en émettant et en vendant des actions » (Salamon, 2015, p. 42). Pour leur part, les organismes caritatifs peuvent seulement se tourner vers des prêts bancaires dispendieux, au mieux (Salamon, 2015).

C'est ce qui explique en partie le succès des entreprises à but lucratif dans les marchés de produits sociaux. La possibilité d'avoir accès à du capital confère aux entreprises un avantage par rapport aux organismes caritatifs, soit une capacité d'adaptation et un degré de flexibilité pour répondre rapidement aux changements dans le marché de produits sociaux et pour travailler sur des solutions novatrices et souvent coûteuses à des enjeux émergents.

Vu sous cet angle, les exemptions de l'impôt des sociétés et les mesures incitatives aux dons de bienfaisance prennent la forme de tentatives pour compenser les possibilités très limitées des organismes caritatifs d'avoir accès à du financement.

*Une des raisons pouvant expliquer l'exemption de l'impôt des sociétés accordée aux organismes caritatifs qui mènent des activités commerciales... est que cette exemption permet de compenser une partie des barrières rencontrées par les organismes lorsqu'ils tentent de mobiliser des capitaux. Ces barrières pourraient en effet représenter des contraintes inefficaces à l'expansion du secteur caritatif (Hansmann, 1987, p. 80).*

# 07 TANT LES ORGANISMES CARITATIFS QUE LES ENTREPRISES À BUT LUCRATIF ENREGISTRENT UNE CROISSANCE DANS D'IMPORTANTES MARCHÉS. OR, LA BALANCE DES AVANTAGES PENCHE EN FAVEUR DES ENTREPRISES LEUR PERMETTANT DE S'ADAPTER PLUS RAPIDEMENT AUX CHANGEMENTS

Les données confirment que la part de marché des organismes caritatifs aux États-Unis diminue dans plusieurs sous-secteurs des services sociaux et de la santé.<sup>3</sup>

*Dans les services sociaux, de grandes sociétés à but lucratif offrent désormais de la formation à l'emploi, des services de garde et des services de réadaptation, et ce à une échelle qui ne cesse de croître. Dans le domaine de la santé, les hôpitaux à but lucratif et les organisations de maintien de la santé rachètent des établissements sans but lucratif et font leur entrée dans de nouveaux marchés. En éducation, des sociétés cotées en bourse se forment activement une place sur une partie considérable du marché des écoles à charte, un marché en pleine expansion... Dans les services de transition à l'emploi, plusieurs grands joueurs de l'industrie de la défense ont commencé à soumissionner pour obtenir, et à remporter, des contrats (Frumkin, 2002, p. 1).*

<sup>3</sup> En l'absence de données sur la situation au Canada, des données sur le marché américain sont utilisées dans cette partie de l'analyse.

**TABLEAU 4 : CROISSANCE DANS LA PRESTATION DE SERVICES SOCIAUX, ORGANISATIONS CARITATIFS ET À BUT LUCRATIF, 1977-1997\***

	<b>Caritatif</b>	<b>À but lucratif</b>
<b>N<sup>bre</sup> d'organisations</b>		
1977	40 983	23 104
1997	92 156	69 713
<b>Différence</b>	<b>+125 %</b>	<b>+202 %</b>
<b>N<sup>bre</sup> d'employés</b>		
1977	676 473	177 449
1997	1 586 186	662 201
<b>Différence</b>	<b>+134,5 %</b>	<b>+273,2 %</b>
<b>Recettes (millions \$)</b>		
1977	9 415	2 038
1997	75 683	18 894
<b>Différence</b>	<b>+704 %</b>	<b>+827 %</b>

**Source :** Peter Frumkin, *On Being Nonprofit: A Conceptual and Policy Primer*, 2005, p. 79.

Des chiffres réunis par Lester Salamon (2015) montrent une tendance similaire pour une période différente.

**TABLEAU 5 : CHANGEMENT DE LA PART D'EMPLOIS DES ORGANISMES CARITATIFS, 1997-2012**

<b>Type d'établissement</b>	<b>Différence</b>
Centre de dialyse	-41 %
Soins à domicile	-33 %
Service à la personne et aux familles	-30 %
Établissements communautaires de soins aux aînés	-23 %
Hôpitaux spécialisés	-20 %
Centres de soins externes	-13 %
Centres de soins	-11 %
Centres de soins en résidence	-6 %

**Source :** Lester Salamon, *The Resilient Sector Revisited*, 2015, p. 40.

\* Inclut les services à la personne et aux familles, la formation à l'emploi et la réinsertion professionnelle, la garde d'enfants et les soins à domicile.

# 08 CONCLUSIONS

De plus en plus de marchés s'ouvrent aux organismes caritatifs et aux entreprises à but lucratif. Cette évolution a amené certains à isoler les dépenses fiscales attribuables aux organismes caritatifs et à leurs reprocher de faire pencher la balance du jeu économique au détriment du secteur privé. Il existe toutefois une différence fondamentale

*entre une concurrence « indésirable » et une concurrence « injuste ». Chaque fois qu'un organisme entre sur le marché en concurrence à un fournisseur à but lucratif, cette concurrence peut être « indésirable ». L'enjeu n'est cependant pas la concurrence comme telle, mais une concurrence « injuste » présument que l'organisme exempté utilise de façon inéquitable l'avantage de l'exemption afin de subventionner ses activités commerciales (Columbo, 2002, p. 529-530).*

Les analystes sont presque unanimes :

*Après avoir étudié la question, des juristes et économistes sont arrivés à un consensus quasi remarquable selon lequel la concurrence injuste sous la forme de prix abusifs ou d'une expansion de marché agressive ne représente tout simplement pas un enjeu politique valable (Columbo, 2002, p. 530).*

Dans les faits, les organismes caritatifs peinent à composer avec un déficit social en constante augmentation et qui draine leurs ressources, tandis que leurs structures les empêchent de rivaliser véritablement avec les entreprises à but lucratif. Toute discussion sur une soi-disant concurrence « injuste » est fautive, contreproductive et nuit au débat, puisqu'elle fournit un argument trompeur pour s'opposer aux réformes tant réclamées et essentielles à la viabilité des organismes caritatifs.

Les informations et l'analyse présentées dans ce document démontrent que les entreprises à but lucratif connaissent une croissance supérieure à celles des organismes caritatifs dans certains marchés clés. La question n'est donc pas celle d'une concurrence injuste, mais celle de la place des organismes caritatifs et de leur contribution unique à notre qualité de vie au moment où ils désertent certains marchés et pourraient même disparaître de plusieurs sous-secteurs importants.

*Il n'y a aucun doute que l'ampleur et la nature des services à la population perdront au change si les organismes caritatifs continuent d'être désavantagés pendant que la tendance vers des activités commerciales dans des domaines traditionnellement caritatifs s'accroît. ... Leur engagement unique et leur mission fondée sur des valeurs confèrent aux fournisseurs de services caritatifs la capacité à continuer d'offrir des solutions novatrices aux enjeux publics en fonction des besoins et paramètres de la collectivité. ... [Le] gouvernement doit prendre... des mesures qui favoriseront le maintien d'une écologie mixte dans laquelle les fournisseurs caritatifs et à but lucratif ont chacun un rôle à jouer dans l'évolution de la prestation des services à la population (Frumkin, 2002, p. 23).*

La vraie question politique est donc : quelle est la bonne combinaison d'incitatifs fiscaux, de revenus gagnés, d'investissement social, de conception de programmes et de données pour maintenir une « écologie » mixte hautement bénéfique à l'époque du déficit social?

# 09 BIBLIOGRAPHIE

Aptowitz, A. et Dachis, B. (2012), « At the Crossroads: New Ideas for Charity Finance in Canada », *CD Howe Commentary*, 343, p. 1-12. <https://drache.ca/wp-content/uploads/2014/05/Business.Income.CDHOWE.pdf>

Brewster, M. (12 février 2018), « Federal Government Turns to Private Firm to Find Jobs for Veterans », *CBC News*. <https://www.cbc.ca/news/politics/veterans-transition-services-1.4532117>

Columbo, J. D. (2002), « Commercial Activity and Charitable Tax Exemption », *William & Mary Law Review*, volume 44 (2), p. 487-567. <https://core.ac.uk/download/pdf/73967210.pdf>

Emmett, B. (2016), *Organismes de bienfaisance, financement durable et croissance intelligente*, Imagine Canada, Toronto. [http://www.imaginecanada.ca/sites/default/files/imaginecanada\\_charities\\_sustainability\\_smart\\_growth\\_2016\\_10\\_18.pdf](http://www.imaginecanada.ca/sites/default/files/imaginecanada_charities_sustainability_smart_growth_2016_10_18.pdf)

Emmett, B. et Emmett, G. (2015), *Portrait du secteur économique formé par les organismes de bienfaisance du Canada*, Imagine Canada, Toronto. [http://www.imaginecanada.ca/sites/default/files/imaginecanada\\_charities\\_in\\_canada\\_as\\_an\\_economic\\_sector\\_2015-06-22.pdf](http://www.imaginecanada.ca/sites/default/files/imaginecanada_charities_in_canada_as_an_economic_sector_2015-06-22.pdf)

Frumkin, P. (2002), *Service Contracting with Nonprofit and For-profit Providers*, Ash Center for Democratic Governance and Innovation, Harvard Kennedy School. [https://ash.harvard.edu/files/service\\_contracting.pdf](https://ash.harvard.edu/files/service_contracting.pdf)

Frumkin, P. (2005), *On Being Nonprofit: A Conceptual and Policy Primer*, Harvard University Press, Cambridge, MA.

Gouvernement du Canada (2016a), *Principales statistiques relatives aux petites entreprises*. [http://www.ic.gc.ca/eic/site/o61.nsf/fra/h\\_03018.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/o61.nsf/fra/h_03018.html)

Gouvernement du Canada (2016b), *Rapport sur les dépenses fiscales fédérales*. <https://www.fin.gc.ca/taxexp-depfisc/2016/taxexp-depfisc16-fra.pdf>

Gouvernement du Canada (2018), *Allocation canadienne pour enfants – Aperçu*. <https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/prestations-enfants-familles/allocation-canadienne-enfants-aperçu.html>

Hansmann, H. (1980), « The Role of Nonprofit Enterprise », *Yale Law Journal*, 89 (5), p. 835-902. [https://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=6045&context=fss\\_papers](https://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=6045&context=fss_papers)

Hansmann, H. (1987), « The Effect of Tax Exemption and Other Factors on the Market Share of Nonprofit versus For-profit Firms », *National Tax Journal*, 40 (1), p. 71-82.

Harrison, T. et Seim, K. (2012), « Nonprofit Tax Exemptions and Market Structure: The Case of Fitness Centers », *The Wharton School Research Paper*, 1. <https://www.k-state.edu/economics/seminars/papers/Harrison%20Paper.pdf>

Lester, J. (2018), « Business Subsidies in Canada: Comprehensive Estimates for the Government of Canada and the Four Largest Provinces », *University of Calgary SPP Research Paper*, 11(1), p. 1-32. <https://www.policyschool.ca/wp-content/uploads/2018/01/Business-Subsidies-in-Canada-Lester.pdf>

Mendelsohn, M., Mulholland, E. et Shamshiri, N. (2011), *Strengthening the Third Pillar of the Canadian Union*, Mowat Centre, Toronto. <https://mowatcentre.ca/strengthening-the-third-pillar-of-the-canadian-union/>

Ryan, W. P. (jan.-fév. 1999), « The New Landscape for Nonprofits », *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/1999/01/the-new-landscape-for-nonprofits>

Salamon, L. (2015), *The Resilient Sector Revisited*, Brookings Institution Press, Washington, D.C.

The Economist (12 mars 2017), *Charities are Becoming More Professional*. <https://www.economist.com/international/2017/09/30/charities-are-becoming-more-professional>

Zimonjic, P. (22 novembre 2017), « Liberals detail \$40B for 10-year national housing strategy, introduce Canada Housing Benefit », *CBC News*. <https://www.cbc.ca/news/politics/housing-national-benefit-1.4413615>

# 10 À PROPOS DE L'AUTEUR



## **BRIAN EMMETT**

**Économiste en chef du secteur des OSBL**

Brian Emmett s'est joint à Imagine Canada en 2013 et joue un rôle unique à titre d'économiste en chef pour le secteur des OSBL. Il est chargé de mesurer l'impact du secteur et d'attirer l'attention des décideurs politiques sur les enjeux auxquels les organismes de bienfaisance et les organismes sans but lucratif sont confrontés.

[imaginecanada.ca/fr/économiste-en-chef](http://imaginecanada.ca/fr/économiste-en-chef)

Le bureau d'économiste en chef du secteur des OSBL doit son existence au financement versé par The Counselling Foundation of Canada, la Muttart Foundation et un donateur anonyme.