



IM△GINE
CANADA

Le futur de l'aide social

Juin 2019

IM△GINE
CANADA

**Suivez-
nous...**





30 ans de don Fondation Rideau Hall

Sources

- Données administratives rapportées par les organismes de bienfaisance et les contribuables entre 1985 et 2014 (Déclaration de renseignements des organismes de bienfaisance T3010 et statistiques tirées du formulaire T1).
- Enquêtes à grande échelle des particuliers canadiens entre 1997 et 2013 (Enquête sociale générale – Dons, bénévolat et participation).

La générosité des Canadiens

Nous estimons qu'en 2014, les contribuables canadiens ont fait des dons, avec ou sans reçu, d'environ

14,3 G\$

aux organismes de bienfaisance enregistrés.



La valeur réelle des dons a augmenté de

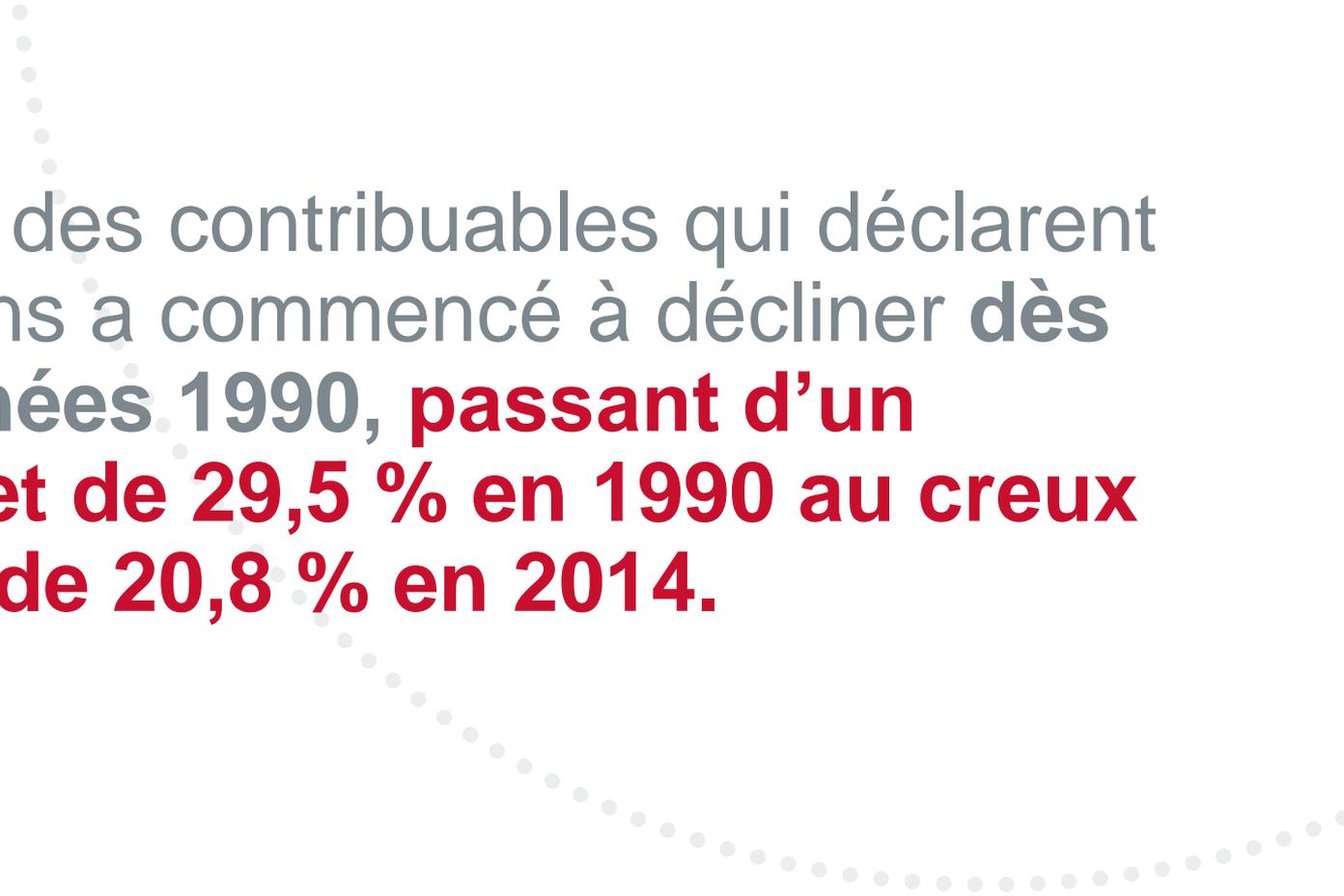
150 %

depuis 1985, toutefois, les organismes de bienfaisance dépendent d'une partie de plus en plus petite de la population pour obtenir des dons.



Tendances

Niveaux et montants de don en mutation

A decorative dotted line in light grey starts at the top center, curves down and to the right, and then curves back up and to the right towards the bottom right corner of the slide.

La part des contribuables qui déclarent des dons a commencé à décliner **dès les années 1990, passant d'un sommet de 29,5 % en 1990 au creux actuel de 20,8 % en 2014.**

La tendance générale est claire : le bassin de donateurs continue à rétrécir et le total des dons varie principalement en fonction des **montants donnés** par les particuliers.



Depuis le sommet atteint en 1990, le pourcentage de contribuables qui déclarent des dons a diminué d'environ un tiers tandis que le **montant moyen déclaré a presque doublé.**



Le grand écart



Les organismes de
bienfaisance canadiens
dépendent plus que
jamais des **Canadiens**
les mieux nantis.

En 1985, le « **1 %** » des contribuables les mieux nantis (revenus de 80 000 \$ et plus) représentait seulement **16 % des dons**.

En 2014, le « **1 %** » des mieux nantis (revenus de 250 000 \$ et plus) représentait **31 % des dons**.

L'âge d'or

Les donateurs
de 50 ans et +
représentent 74 %
de tous les dons,
**comparé à 54 %
en 1985.**



**Le groupe des
70 ans et +**
représente à lui seul
30 % des dons,
**comparé à 16 %
en 1985.**



La force des femmes

L'écart au chapitre de la proportion des donateurs entre hommes et femmes est passé de **13 points de pourcentage en 1985 à seulement 3,7 points de % en 2014.**



En même temps, l'écart entre les montants de don a augmenté, passant de **321 \$** en 1985 (1 026 \$ pour les hommes et 704 \$ pour les femmes) à **740 \$** en 2014 (2 032 \$ vs 1 291 \$).

Entre 1985 et 2014, la valeur absolue des dons déclarés par les femmes a pratiquement **triplé** (de 1,1 à 3,5 milliards \$), tandis que celle des dons déclarés par les hommes a à peu près **doublé** (2,9 à 6,2 milliards \$).

Depuis 1985, la part des donateurs représentée par les femmes ne cesse d'augmenter.



Les jeunes sont-ils à la rescousse?

La part des
jeunes donateurs
(40 ans et moins)
est passé de
41,6 % des dons
à 22,1 % en 2014.

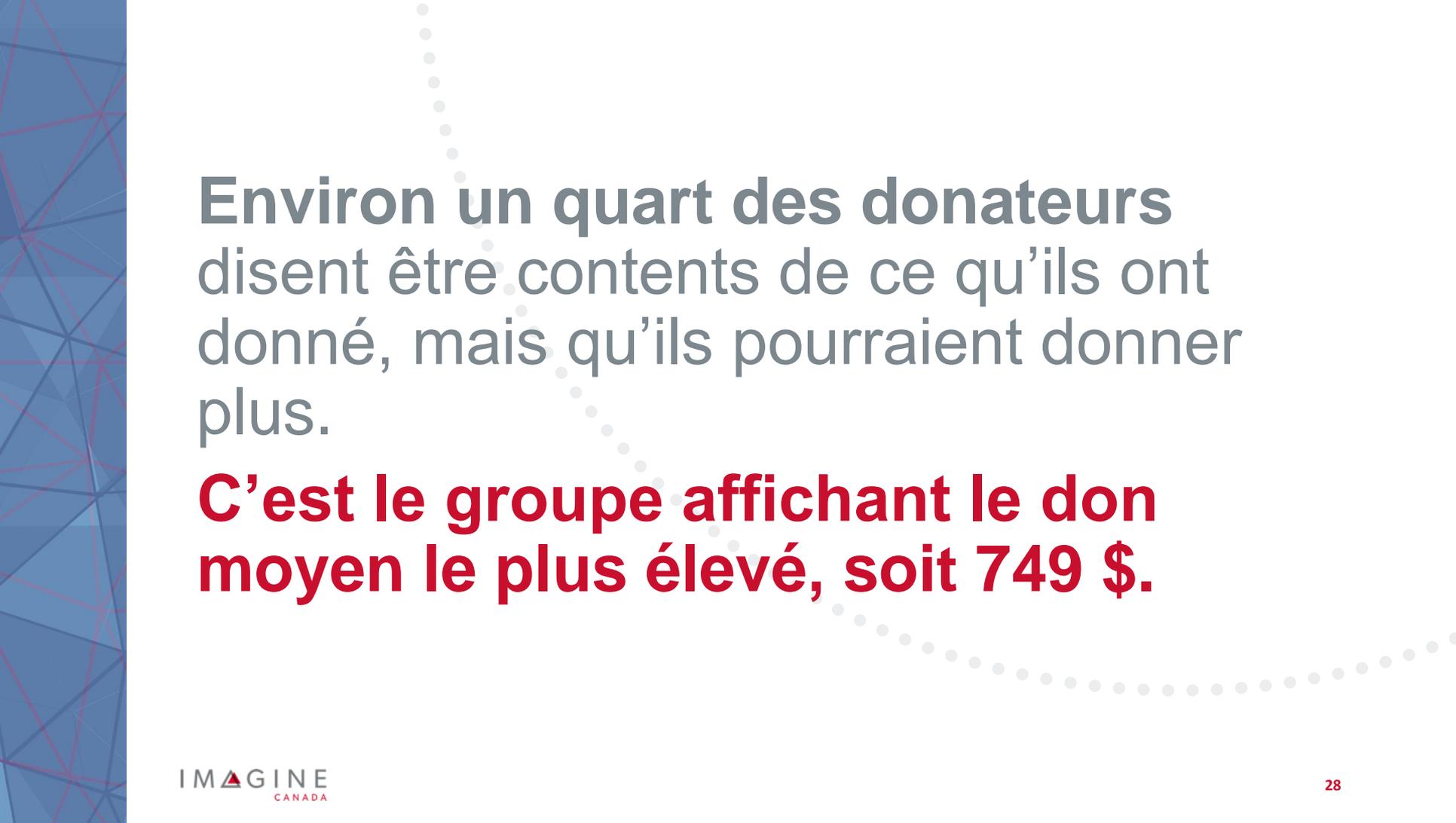


La valeur absolue des dons de tous les groupes d'âge a augmenté, à une exception près.

La valeur des dons consentis par les personnes de 30 ans et moins a diminué de 16 %.



Résultats en un coup d'œil!



Environ un quart des donateurs disent être contents de ce qu'ils ont donné, mais qu'ils pourraient donner plus.

C'est le groupe affichant le don moyen le plus élevé, soit 749 \$.



Les donateurs insatisfaits des montants qu'ils ont donnés et qui pourraient donner plus **sont moins engagés auprès des organismes caritatifs et leur font moins confiance.**

On estime que les organismes caritatifs ont recueilli 35 millions \$ sur les plateformes de sociofinancement en 2015.

Nous ne savons pas combien d'argent va aux « **causes ou enjeux sociaux** » qui ne sont pas des organismes de bienfaisance enregistrés



Sur le plan des obstacles au don cités par les immigrants, les organismes caritatifs rencontrent deux principaux défis. D'abord, le scepticisme à l'égard des organismes et de leur utilisation des dons. Puis, la difficulté de **mobiliser les immigrants.**

Quelles sont les leçons à tirer?

Comment les **organismes**
peuvent-ils **planifier** pour un
avenir financièrement viable
considérant que leurs revenus
dépendent de **donateurs**
vieillissants et **motivés** par
leur mission?

Comment les organismes peuvent-ils créer des liens avec les jeunes lorsque c'est la 'cause' qui prime (plutôt que l'organisation) et que la réalité économique nuit aux dons?

**Comment les organismes
peuvent-ils réussir à inviter
les nouveaux Canadiens
à s'engager pour leur cause
considérant qu'actuellement,
ils ne font pas partie de
leurs réseaux.**

IMAGINE CANADA

Pour la cause. Pour la communauté.



CONNEXION
SUBVENTION

