

Les Dons de charité au Canada

Mémoire présenté au Comité permanent des Finances
de la Chambre des communes

par la Fondation des dons sans fil du Canada

le 17 janvier 2012

La Fondation des dons sans fil du Canada (FDSF) est fière de soumettre le présent mémoire au Comité permanent des Finances de la Chambre des communes dans le cadre de l'étude des incitatifs fiscaux pour les dons de bienfaisance au Canada. La FDSF est une fondation publique sans but lucratif qui vise à améliorer l'efficacité et l'efficience d'organismes de bienfaisance enregistrés au Canada en fournissant une plateforme de technologie sans fil destinée aux dons de bienfaisance. La plateforme sans fil permet à un utilisateur de la téléphonie mobile d'effectuer facilement un don unique soit de 5 \$ soit de 10 \$ à un organisme de bienfaisance enregistré par l'entremise de son appareil sans fil, ce montant apparaissant ensuite sur sa facture mensuelle de services sans fil. La FDSF en est à sa deuxième année à offrir ce moyen excitant de faire des dons de charité et se situe à la fine pointe du marché émergent des mobipaiements et du mobicommerce. La figure 1, « Appel à l'action », présente un exemple de la manière dont les campagnes de dons sans fil sont publicisées.

La FDSF rend possible les campagnes de dons par messagerie texte pour les organismes de bienfaisance enregistrés au Canada en mettant à contribution les atouts et la générosité des fournisseurs de services sans fil (FSSF). Les FSSF offrent le service de dons par messagerie texte sans frais pour le donateur; aucuns frais de messagerie texte standard ne sont encourus en faisant un don par texto. La figure 2, « Réponse du consommateur », présente étape par étape les actions que doit entreprendre un donateur pour effectuer un don par messagerie texte. En outre, les FSSF ont également apporté des modifications de grande envergure à leurs systèmes de facturation afin que les dons soient facturés exempts de taxes. Les FSSF ne reçoivent aucune part du don par texto; 100 % du montant d'un don est versé à l'organisme récipiendaire par l'entremise de la FDSF.

Figure 1 : Appel à l'action

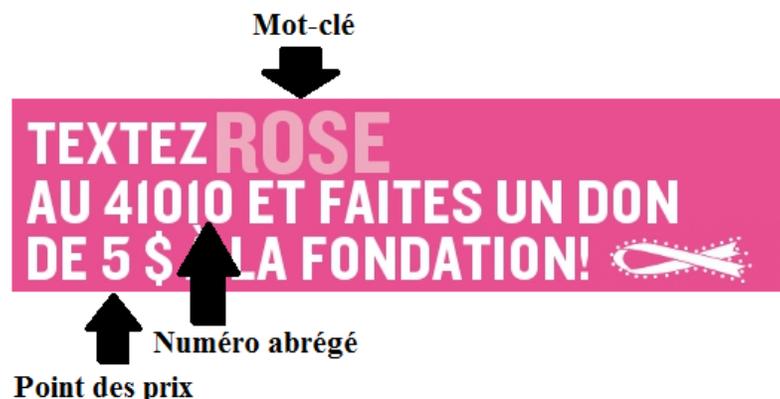


Figure 2 : Réponse du consommateur



Sur la scène internationale, on s'attend à ce que le nombre de transactions commerciales mobiles dépasse les 100 milliards \$ en revenus de détail au cours des prochaines années, ce qui représentera près de 10 % de l'ensemble des transactions du cybercommerce.¹ Conséquemment, on ne peut faire l'examen du cybercommerce ou commenter celui-ci sans faire référence au marché actuel du sans fil et du commerce mobile. Le rapport entre le cybercommerce et le mobicommerce se conçoit facilement lorsqu'on tient compte du fait que la couverture du sans-fil atteint presque 99 % de la population au Canada, et que l'utilisation des données sans fil augmente de jusqu'à 5 % d'une semaine à l'autre. De plus, les Canadiennes et Canadiens sont parmi les adopteurs les plus rapides de téléphones intelligents au monde. Cela signifie que de plus en plus de Canadiens et Canadiennes utilisent la technologie sans fil, et qu'ils comptent l'utiliser pour tous genres d'activités, y compris les dons de bienfaisance. La FDSF est un excellent exemple du succès du cybercommerce au Canada, ce qui pourrait servir à soutenir l'étude du comité FINA.

Les données qui suivent au sujet des dons par sans-fil au Canada donnent un aperçu de l'ampleur de nos succès. À l'heure actuelle, la FDSF regroupe plus de 120 organismes canadiens de bienfaisance enregistrés qui exécutent des programmes de dons mobiles. Plus de 290 mots clés sont activés sur l'un ou l'autre des cinq numéros abrégés dédiés à la FDSF qui facilitent les dons par texto. En 2010, la FDSF a aidé les organismes de bienfaisance à recueillir un total de 600 000 \$ en dons par texto, dont environ 400 000 \$ pour soutenir les opérations de secours d'urgence en Haïti. En 2011, la FDSF a aidé les organismes de bienfaisance à recueillir 600 000 \$ de plus; on s'attend à ce que le montant total des dons par sans-fil atteigne 1 million \$ d'ici la fin de l'année en raison de l'impulsion des campagnes de financement pendant la période des fêtes. Depuis ses débuts, la FDSF a aidé les organismes de bienfaisance à recueillir plus de 1,2 million \$ en microdons individuels de 5 \$ ou 10 \$.

¹ Chiu, (8 avril 2011), Are You Ready for the New Mobile Commerce. *How to take your multichannel strategy into the era of disruptive mobile technology*, (p.3). Elastic Path. <http://www.elasticpath.com/pdf/whitepapers/elastic-path-mobile-commerce.pdf> [en anglais seulement]

Le succès de la FDSF est attribuable à de nombreux facteurs : le nombre croissant de consommateurs de sans-fil (le Canada compte présentement 25 millions d'abonnés à la téléphonie sans fil); la montée des médias sociaux comme canal de communication grand public intégré au sans-fil; la facilité avec laquelle les Canadiennes et Canadiens viennent en aide aux autres, conjuguée avec la commodité d'apporter son soutien par texto; et la popularité de la messagerie texte. Pour donner une idée de la popularité de la messagerie texte parmi la population canadienne, on peut souligner que 19,5 milliards de textos de personne à personne ont été envoyés au 2^e trimestre de 2011, soit une augmentation de 8 %² par rapport aux 18 milliards envoyés au 1^{er} trimestre. Les textos s'avèrent également particulièrement populaires auprès des jeunes, 90 % des 18 à 34 ans affirmant que la messagerie texte est l'une des fonctions qu'ils utilisent le plus souvent sur leur téléphone sans fil, comparativement à 68 % pour l'ensemble des groupes d'âge (de 14 ans à 55 ans et plus) et 38 % pour les 55 ans et plus.³

La sécurité est la clé du succès dans le cybercommerce. Le canal de dons sans fil est de loin l'un des moyens les plus sécuritaires par lequel les consommateurs peuvent faire un don. Les renseignements personnels des donateurs mobiles ne sont jamais visibles par un tiers, ni transmis à un tiers, ni transmis par l'entremise d'un tiers, à aucune étape du processus. Il n'y a absolument aucun risque de vol d'identité sur le canal de dons sans fil, il n'y a aucun risque de fraude, et il n'y a aucun risque qu'un consommateur reçoive des communications indésirables. La FDSF a donné aux Canadiennes et Canadiens le pouvoir de faire des microdons spontanés aux organismes et programmes de bienfaisance qui leur sont chers. Ce moyen de faire des dons est intéressant pour les consommateurs parce que les transactions sont privées, sécuritaires, pratiques et instantanées.

Pour mieux comprendre le point de vue des consommateurs au sujet des dons sans fil, l'Association canadienne des télécommunications sans fil a retenu les services du Qorus Consulting Group afin de mener un sondage en avril 2011 sur les attitudes des consommateurs sur l'utilisation du téléphone cellulaire au Canada. Qorus a sondé 2 004 Canadiens et Canadiennes en leur posant des questions spécifiques sur les dons par sans-fil.⁴ Les résultats démontrent que 50 % des utilisateurs de sans-fil au Canada étaient au courant du canal de dons par texto, mais que seulement 6 % d'entre eux avaient effectivement fait un don par message texte. Le sondage a également démontré que ceux qui n'avaient jamais effectué de don par message texte seraient plus susceptibles de le faire à l'avenir s'ils recevaient des directives sur le moyen de le faire. En outre, 12 % des répondants se sont dit intéressés à souscrire à un forfait de dons mensuels. Pour ce qui est des seuils de dons, les répondants ont répondu en moyenne qu'ils seraient prêts à donner jusqu'à 23 \$ par l'entremise d'un texto. Cela démontre un intérêt marqué et un grand confort en regard des dons par sans-fil, un intérêt envers les programmes de dons par sans-fil sur abonnement, et le désir d'en apprendre davantage sur la manière de faire un don par message texte.

² ACTS, données de TXT : <http://www.txt.ca/english/business/statspress.php>

³ Qorus Consulting Group (29 avril 2011), Étude sur les attitudes des consommateurs de téléphonie cellulaire 2011, (p. 26-29). ACTS. <http://cwta.ca/wordpress/wp-content/uploads/2011/08/Consumer2011.pdf> [rapport complet disponible en anglais seulement]

⁴ Qorus Consulting Group (29 avril 2011), Étude sur les attitudes des consommateurs de téléphonie cellulaire 2011, (p. 69-83). ACTS. <http://cwta.ca/wordpress/wp-content/uploads/2011/08/Consumer2011.pdf> [rapport complet disponible en anglais seulement]

À l'instar du cybercommerce, les dons par sans-fil continuent d'évoluer. Avec les résultats de l'étude sur les attitudes des consommateurs, la FDSF a pu faire avancer des projets en se servant de données justificatives pour se concentrer sur des aspects précis du programme. La FDSF travaille présentement au développement des exigences de plateforme nécessaires pour donner aux Canadiennes et Canadiens l'option de s'abonner à un forfait mensuel de dons. Les utilisateurs canadiens du sans-fil et les organismes de bienfaisance enregistrés bénéficieront de ce type de programme. Il donnera aux organismes de bienfaisance un plus grand rendement et il permettra aux donateurs mobiles de contribuer de manière automatique.

De plus, à partir des résultats du sondage, la FDSF émet prudemment l'hypothèse que les consommateurs sont relativement à l'aise avec l'idée de faire un don unique de 20 \$ par message texte. Avec cette hypothèse en tête, la FDSF travaille également de concert avec les FSSF pour offrir l'option de faire un don de bienfaisance de 20 \$. Pour ce faire, la FDSF doit obtenir l'approbation et la participation de tous les FSSF afin que les programmes de dons mobiles offrant l'option d'un don de 20 \$ puissent l'offrir à tous les abonnés du sans-fil. Une fois que la FDSF aura obtenu l'approbation uniforme de tous les FSSF, l'option du don de 20 \$ sera disponible à tous les organismes de bienfaisance menant des campagnes de dons mobiles.

En ce qui concerne le niveau de sensibilisation relativement faible des dons par sans-fil (50 %), la FDSF continue de mettre l'accent sur la sensibilisation des consommateurs en mettant à profit les partenariats avec les membres de l'industrie du sans-fil, afin de faire connaître les dons sans-fil à une plus grande étendue de Canadiennes et Canadiens. La FDSF cherche à mettre en valeur les nombreux avantages et la facilité de faire un don par sans-fil. La FDSF cherche activement des occasions et de nouvelles avenues qui pourraient servir à augmenter la visibilité des dons sans fil, à établir un lien de confiance avec les consommateurs, et à agrandir l'applicabilité du canal de dons sans fil.

Le succès des dons par sans-fil au Canada démontre que les Canadiens et Canadiennes répondent très favorablement à l'avancement des technologies mobiles qui leur permettent désormais d'utiliser leurs appareils sans fil pour effectuer des dons. Il est évident que le cybercommerce et le mobicommerce ont une valeur pour les consommateurs et les entreprises canadiens, mais aussi qu'ils représentent des outils puissants pour les organismes de bienfaisance enregistrés. Tout comme les entreprises, les organismes de bienfaisance déploient de grands efforts pour répondre aux désirs changeants de leurs publics cibles. La FDSF aide les organismes de bienfaisance à s'adapter en mettant en contact les donateurs canadiens et les bonnes causes par l'entremise des appareils sans fil, et représente ainsi un modèle exemplaire de la manière dont le cybercommerce au Canada peut servir les intérêts des consommateurs et des organismes de bienfaisance enregistrés.

La FDSF encourage les membres du Comité à informer leurs commettants de cette méthode gratuite, pratique et efficace de faire des dons à des organismes de bienfaisance enregistrés au Canada. L'usage de la technologie sans fil pour faciliter les dons de bienfaisance donne lieu à une plateforme innovatrice pour améliorer le tissu social, culturel et économique du Canada.

La FDSF est heureuse d'avoir l'occasion de faire valoir son point de vue sur cet enjeu important au Comité permanent des Finances de la Chambre des communes.