

Mémoire

Vue d'ensemble du secteur des dons de bienfaisance au Canada portant une attention particulière aux effets possibles des incitatifs fiscaux

présenté par
Paul B. Reed, professeur de droit et de sociologie, Carleton University,
au Comité permanent des finances de la Chambre des communes
Gouvernement du Canada

2 février 2012

Contexte et introduction

Nombreux sont les Canadiens qui applaudissent l'examen entrepris par le comité sur les moyens d'encourager les dons de bienfaisance, plus particulièrement l'étude des crédits d'impôt. Les dons de bienfaisance et les cadeaux constituent des gestes presque invisibles mais ont une grande importance dans notre pays; il s'agit d'un ciment essentiel qui contribue au maintien de notre tissu social et ils constituent aussi un aspect important de notre économie. À l'époque actuelle et dans la culture d'aujourd'hui, l'achat, la vente, l'acquisition et la consommation sont au cœur de nos vies et de notre façon de voir le monde. Malgré leur importance sociale et économique, il est surprenant de constater le peu de recherches empiriques suivies ou systématiques effectuées par des spécialistes en sciences sociales au sujet des comportements en matière de dons. Au Canada, une initiative qui est en cours depuis maintenant 15 ans tente de combler cette lacune. L'un des résultats du Projet de base de connaissances sur le secteur des organismes sans but lucratif est une base croissante de connaissances sur la nature des diverses formes de dons, particulièrement celle des dons de bienfaisance.

Plus de 50 études et rapports ont été produits dans le cadre de ce projet, sans compter ceux qui sont en cours. Parmi ceux qui sont disponibles, huit se rapportent à la tâche entreprise par le comité et deux autres sont en cours de préparation. Ils sont énumérés dans une annexe jointe à ce mémoire. Les observations que je présente au comité sont fondées sur les résultats de ces recherches.

Je tiens à souligner que, au-delà de certaines observations sommaires au sujet des dons de bienfaisance au Canada, bon nombre de mes arguments ne sont pas encore largement connus, que ce soit par les spécialistes des sciences sociales ou par les Canadiens en général. Bien que l'incidence et l'ampleur des dons de bienfaisance aient été décrites dans des enquêtes nationales depuis plus de 40 ans, cela fait à peine dix ans qu'une étude analytique systématique du phénomène est effectuée. (Entre parenthèses, je tiens à signaler que, grâce au travail effectué par Statistique Canada, le Canada dispose de renseignements statistiques sur le temps donné (bénévolat) et les ressources matérielles et financières (dons et cadeaux offerts aux organismes de bienfaisance) plus nombreux et de meilleure qualité que dans tout autre pays.)

Il y a plusieurs points généraux que je souhaite aborder avant de présenter un certain nombre d'observations.

Premièrement, à l'opposé de ce que pensent plusieurs d'entre nous, le phénomène des dons de bienfaisance n'est pas uniforme et homogène; il se présente sous des formes variées dont certaines sont peu ou pas influencées par les incitatifs fiscaux, alors que d'autres le sont.

Deuxièmement, les incitatifs fiscaux sont peut-être le moyen le plus facile d'encourager les dons de bienfaisance, mais ce n'est pas le seul. Après une analyse statistique approfondie, nous avons créé un modèle des éléments préalables aux dons de bienfaisance, qui est joint au présent mémoire. Ce modèle présente la structure causale sous-jacente des dons de bienfaisance et chacune des six cases représente un point sur lequel il est possible d'exercer une influence pour favoriser les dons.

Troisièmement, il est important de décider si l'objectif visant à augmenter les dons de bienfaisance consiste seulement à augmenter la quantité d'argent donnée, le nombre de Canadiens qui font des dons, ou les deux, pour favoriser une « société généreuse ». La considération de mesures fiscales pour encourager les dons de bienfaisance est sans doute autant une question d'analyse sociale que d'analyse économique.

Passons maintenant à des points importants qui touchent la question principale qui intéresse le comité. Quelles sont les caractéristiques des dons de bienfaisance et des donateurs qui seraient influencées par un régime de crédits d'impôt amélioré?

Tendances et types de dons de bienfaisance au Canada et traits distinctifs des donateurs

1. Tout d'abord, j'aimerais signaler que même si 80 % des Canadiens disent faire des dons à des organismes de bienfaisance chaque année, nombre d'entre eux ne sont pas très généreux. Le montant annuel moyen par personne dépasse à peine 100 \$. Nombreux sont les Canadiens qui dépensent davantage en articles de tous les jours, comme la nourriture pour animaux, les beignes ou le café, qu'en dons de bienfaisance.

Néanmoins, il existe un noyau civique, composé de moins du quart de la population adulte, qui est constitué de Canadiens pouvant être qualifiés de « généreux » lorsqu'ils font des dons. Ce noyau est composé, d'une part, de particuliers et de ménages qui sont des donateurs fréquents, dévoués et constants et, d'autre part, d'un autre groupe de donateurs qui donnent de façon sporadique et occasionnelle, plutôt que constante, mais qui font des dons importants. Ce noyau général se distingue par le fait que la tranche supérieure de 25 % des donateurs a donné 82 % de la valeur totale des dons de bienfaisance en 2007, dernière année pour laquelle nous avons publié des statistiques.

2. Les données annuelles sur les dons de bienfaisance ont indiqué une lente augmentation des dons pendant de nombreuses années, puis un bond abrupt pendant les premières années de la décennie, pour atteindre environ 10 milliards de dollars en 2007, et enfin une diminution annuelle au cours des dernières années, très certainement en raison de la crise financière mondiale. En revanche, le revenu disponible des ménages est demeuré stable pendant plusieurs décennies, en dépit de l'augmentation du revenu avant impôt (en dollars constants). À l'heure actuelle, l'horizon est incertain pour les dons de bienfaisance.

3. Les dons de bienfaisance déclarés par les entreprises et les sociétés est de loin inférieur à celui déclaré par les particuliers et les ménages. En effet, leur valeur annuelle est d'environ 2 milliards de dollars, soit moins du quart de celle des dons personnels privés.
4. Le nombre de déclarations de revenus qui indiquent des dons de bienfaisance à des fins fiscales est en déclin depuis 1982 et se chiffrait à 24 % en 2010.
5. Les dons de bienfaisance et les cadeaux que les Canadiens ont offerts à des personnes non apparentées s'élèvent en moyenne à 5 % de leur revenu disponible. Quelle que soit la tranche de revenu, les dons de bienfaisance représentent entre 0,5 % et 1,4 % du revenu avant impôt, mais la différence entre les ménages à revenu faible et ceux à revenu élevé est négligeable lorsqu'on utilise le revenu disponible après impôt comme dénominateur.
6. Les organisations religieuses reçoivent la moitié du montant total des dons de bienfaisance, mais cette proportion subit un lent déclin à long terme.
7. De façon générale, les traits qui caractérisent principalement les donateurs généreux sont : le revenu élevé du ménage, l'activité sur le plan civique, l'âge plus avancé, l'assiduité religieuse, la fréquence de l'aide offerte à autrui de façon informelle et directe et le fait de vivre dans la région des Prairies.
8. Bien que nous ayons été incapables de l'inclure dans certaines de nos analyses parce qu'il ressort d'une autre enquête, l'un des facteurs ayant le plus d'influence sur les dons et le bénévolat est une philosophie particulière ou un ensemble d'idéaux et de valeurs qui caractérise les bénévoles et les donateurs. Le soutien du bien commun grâce à l'action individuelle et la sensation d'être lié aux autres comptent parmi les éléments qui constituent cette philosophie.
9. Voici des éléments fondamentaux concernant les types de dons de bienfaisance et de donateurs :
 - Parmi les quelque 80 % de Canadiens qui font au moins un don à des organismes de bienfaisance chaque année, au moins la moitié le fait sans réflexion ni

planification. On peut les appeler des donateurs fortuits ou en réaction parce qu'ils posent la plupart du temps leur geste en réponse à une sollicitation. Le nombre de donateurs fortuits est passé de 62 % en 1997 à 51 % en 2007; inversement, le nombre de donateurs ayant planifié leur action est passé de 38 % à 49 % au cours de la décennie.

- La capacité des ménages à faire des dons à partir d'actifs donne lieu à un comportement en matière de dons très différent au fait de donner à partir d'un revenu gagné. Toutefois, aucune donnée ne nous permet d'établir cette distinction importante dans nos analyses.
- Les dons remis à des organisations religieuses sont différents de ceux remis à des organisations laïques car ils sont plus constants, réguliers et les montants des dons sont plus élevés. Les organisations religieuses reçoivent la moitié de tous les dons et les donateurs qui donnent à ces organisations font aussi des dons d'une générosité au-delà de la moyenne à des organisations non religieuses.

10. Les dons de bienfaisance des 49 % de donateurs qui ont planifié leur action a compté pour les trois quarts du montant total des dons de bienfaisance en 2007.

11. Les donateurs qui planifient leur action se distinguent des façons suivantes :

- Leurs dons sont considérablement plus élevés – environ quatre fois plus élevés – que ceux offerts par les donateurs qui n'ont pas planifié leur action. Par exemple, en 2007, les dons annuels planifiés par les donateurs ont atteint en moyenne 971 \$, par rapport à 227 \$ pour les donateurs spontanés.
- Ceux qui ont planifié le montant annuel de leurs dons et les organismes qui allaient en bénéficiaire comptaient pour 15 % des donateurs en 2007. Ces dons ont atteint 3 milliards de dollars, soit près du tiers de la valeur totale de tous les dons de bienfaisance.
- En 2007, 8 % des donateurs ayant planifié leur action ont déclaré avoir préparé un legs, pourcentage qui est à la hausse par rapport aux années précédentes et considérablement plus élevé que pour les autres types de donateurs.

- Les dons planifiés prédominent en Colombie-Britannique et dans les provinces des Prairies, mais sont à leur plus bas au Québec et dans les provinces de l'Atlantique.
- Le nombre de dons planifiés est le plus élevé parmi les protestants conservateurs et il est nettement plus faible (mais généralement semblable) dans toutes les autres catégories religieuses. Les gens n'ayant aucune appartenance religieuse étaient moins susceptibles de planifier des dons et le montant de ceux-ci était moins élevé que les donateurs ayant une appartenance religieuse.
- Au-delà du facteur religieux, les autres caractéristiques qui distinguent les donateurs planifiant leur action des autres Canadiens sont (en ordre décroissant) leur âge plus avancé et un niveau de scolarisation plus élevé, le nombre d'années depuis lesquelles ils vivent dans leur domicile actuel, leur niveau de participation civique (p. ex. taux de participation élevé aux élections) et l'offre d'aide directe à autrui. Il est étonnant de constater que les gestionnaires et les administrateurs sont ceux qui planifient le plus leurs dons, tandis que les professionnels et les cols blancs sont ceux qui les planifient le moins.

Évaluation des répercussions des incitatifs fiscaux : points de vue et comportements des donateurs

12. Si l'on veut faire augmenter les dons de bienfaisance, cela suppose qu'il faut faire face à une vague de méfiance envers les organismes de bienfaisance de la part des Canadiens.
13. Bien que la somme des dons ait augmenté, le nombre de donateurs a chuté, de même que le nombre de dons par année et le nombre d'organismes recevant des dons. Il s'effectue une polarisation dans le secteur des organismes de bienfaisance : la partie de la population qui donne se réduit mais, en moyenne, une partie des donateurs est plus généreuse.

14. L'une des principales raisons que les Canadiens donnent aux organismes de bienfaisance pour justifier le fait qu'ils ne donnent pas, ou qu'ils ne sont pas plus généreux, est qu'ils soutiennent déjà la prestation de services sociaux et communautaires au moyen des impôts considérables qu'ils paient et qui augmentent.
15. Bien que le nombre de personnes interrogées au cours de l'enquête menée aux fins du projet de base de connaissances ayant déclaré avoir l'intention de réclamer un crédit d'impôt soit proportionnel au montant qu'elles donnent, proportion qui passe de 25 % pour ceux qui donnent 120 \$ ou moins par année à 83 % pour ceux qui donnent plus de 1 000 \$, le nombre de personnes ayant indiqué qu'elles donneraient davantage si elles bénéficiaient d'un crédit d'impôt plus important n'est pas différent, la proportion varie de 51 % à 57 %.
16. Une analyse détaillée des données recueillies en 2000 par Statistique Canada lors de l'Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation a révélé que :
 - 13 % des personnes ayant répondu à l'enquête ont déclaré leur générosité est motivée par un crédit d'impôt;
 - 46 % des personnes ont affirmé avoir l'intention de demander un crédit d'impôt;
 - 41 % des personnes ayant déclaré faire des dons à cause d'un crédit d'impôt ont indiqué qu'elles ne demanderaient pas de déduction.

Il est intéressant de constater que 90 % des adultes canadiens n'ont pas fait des dons motivés par des crédits d'impôt et ne prévoient pas en demander la déduction. Bien que la moitié d'entre eux ait indiqué qu'ils donneraient davantage si les crédits d'impôt étaient bonifiés, seulement 21 % de ceux dont les dons étaient motivés par un crédit d'impôt existant ont affirmé qu'ils donneraient davantage si les avantages fiscaux étaient majorés.

Il existe donc une disjonction manifeste entre les points de vue et les comportements des donateurs en matière de crédits d'impôt, et seule une petite minorité de la population réagirait à une augmentation des crédits d'impôt. Une analyse plus poussée est en cours pour déterminer à combien se chiffre en dollars le montant donné par les personnes qui

manifestent une indifférence aux crédits d'impôt, par leurs propos ou par leur comportement.

Conclusion

En raison du caractère complexe de la tâche, il faut utiliser des données obtenues au moyen d'une analyse empirique rigoureuse pour favoriser les dons de bienfaisance. Si les crédits d'impôt sont la principale initiative utilisée comme incitatif, les données disponibles semblent indiquer que, outre les ménages et les particuliers ayant un revenu élevé et de nombreux actifs, les gens qui donnent régulièrement et de façon constante peuvent aussi réagir à des crédits d'impôt bonifiés. Toutefois, les données indiquent que la majorité des donateurs risquent peu d'augmenter leurs dons en réaction à une bonification des crédits d'impôt.

Pour accroître le nombre de dons de bienfaisance au lieu du montant total donné en dollars, il faut renforcer les processus d'apprentissage sociaux qui sous-tendent l'intérêt à l'égard du bien-être de la collectivité et l'acquisition de la philosophie spécifique faisant partie du « syndrome de générosité » documenté qui caractérise un modeste noyau d'adultes canadiens. Bien qu'il s'agisse d'un objectif souhaitable en principe, il exigerait une politique judicieuse et un délai considérable avant que les résultats ne se fassent sentir. Cette option pourrait être prise en considération dans le cadre de l'élaboration d'une politique à long terme.

Il peut valoir la peine de considérer des incitatifs financiers pour les dons de bienfaisance sous forme de legs. À mesure que les baby boomers prennent leur retraite et avancent en âge, le Canada est sur le point d'entrer dans une période de son histoire où un nombre sans précédent de successions de grande valeur feront leur apparition. Les baby boomers ont été appelés « la génération du billion »; ils sont non seulement relativement riches, mais ils ont aussi été nettement idéalistes. Cela pourrait fort bien représenter une occasion de créer un régime de crédits d'impôt progressif qui favoriserait les legs et entraînerait des gains en capital pour les organismes de bienfaisance. Il est difficile d'évaluer la valeur totale potentielle des fonds de cette génération pouvant devenir des legs, mais les dons de bienfaisance pourraient connaître une poussée formidable si ce très vaste bassin d'actifs financiers dans l'ensemble de la société était

exploité. Une approche de type « contribution de contrepartie » est une autre possibilité qui donnerait des résultats semblables à un système de crédits d'impôt et ne coûterait pas plus au Trésor public que l'approche des crédits d'impôt. Par exemple, le gouvernement du Canada pourrait contribuer à hauteur d'un léger pourcentage (10 % ou 15 % par exemple) des fonds d'un legs destiné à un organisme de bienfaisance

J'espère que cet échantillon de données et ces suggestions feront avancer les travaux du comité.

Je souhaite bonne chance au comité pour la suite de ses délibérations.

Renseignements additionnels : Paul B. Reed, professeur
de sociologie et de droit, Carleton University

Sincères remerciements à Marie Saumure pour sa précieuse collaboration à la préparation de ce mémoire.

**Rapports* pertinents tirés du
Projet de base de connaissances sur le secteur des organismes sans but lucratif**

La générosité des Canadiens : tendances à l'égard des dons personnels et des dons de charité, sur trois décennies, 1969 à 1997, par Paul Reed. Rapport de recherche de Statistique Canada, 1999. Version abrégée publiée sous le titre *La générosité : les Canadiens donnent depuis 30 ans*, dans la série Tendances sociales canadiennes, n° 62, pp. 11-13, automne 2001.

Bénévolat et dons encadrés et informels : modèles régionaux et communautaires au Canada, par Paul Reed et Kevin Selbee. Ottawa : rapport de recherche de Statistique Canada, 2000. Aussi publié en version abrégée dans la série Tendances sociales canadiennes, n° 63, pp. 16-18, hiver 2001, sous le titre *Le don et le bénévolat : une perspective régionale*.

The Civic Core in Canada: On the Disproportionality of Charitable Giving, Volunteering, and Civic Participation, par Paul Reed et Kevin Selbee. Ottawa : rapport de recherche de Statistique Canada, 2001. Aussi publié dans *Isuma*, 2, 2, pp.28-33, 2001, et en version revue et mise à jour, *The Civic Core in Canada: Disproportionality in Charitable Giving, Volunteering, and Civic Participation*, dans *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 30, 4, pp. 761-80, 2001.

Is There a Distinctive Pattern of Values Associated with Giving and Volunteering?: The Canadian Case, par Paul Reed et Kevin Selbee. Ottawa : rapport de recherche de Statistique Canada, 2002.

The Other Side of the Coin: Who Are The People Who Neither Volunteer Nor Make Charitable Donations?, par Paul Reed et Kevin Selbee. Ottawa : rapport de recherche de Statistique Canada, 2003.

The Impact of Tax Incentives on Charitable Giving: A Social Analysis, par Paul Reed. Exposé présenté dans le cadre du Fourth Annual National Forum of the Public Policy and Third Sector Initiative, School of Policy Studies, Queen's University, octobre 2003.

Distinguishing Characteristics of Above-the-Median Charitable Donors in Canada, par Kevin Selbee et Paul Reed. Ottawa : rapport de recherche de Statistique Canada, 2004.

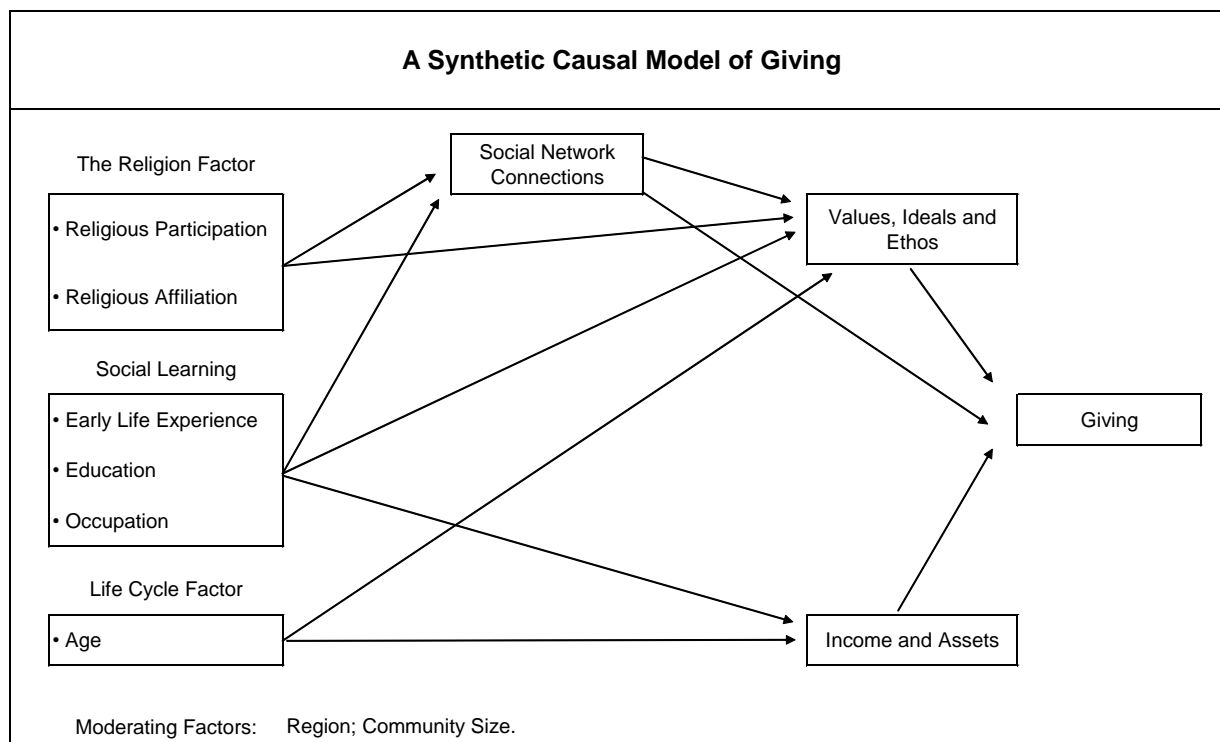
Do Tax Incentives Really Make a Difference in Charitable Giving? Why Not?, par Paul Reed et Kevin Selbee. Ottawa : rapport de recherche de Statistique Canada, 2004.

Rapports en cours de préparation :

Planned Giving Among Canadians: A National Study, par Paul Reed et Kevin Selbee. Préparé pour l'Association canadienne des professionnels en dons planifiés et Cardus.

A Further Analysis of the Potential Impact of Tax Incentives on Charitable Giving, par Paul Reed et Kevin Selbee.

* Disponibles sur le site : www.carleton.ca/casr/publications.html.



Prepared by: Nonprofit Sector Knowledge Base Project

Carleton University and Statistics Canada

Ottawa

Modèle causal : synthèse du processus menant au don

Relations dans un réseau social

Facteur religieux

- Participation religieuse
- Appartenance religieuse

Valeurs, idéaux, philosophie

Apprentissage social

- Expérience de vie précoce
- Éducation
- Profession

Don

Facteur lié au cycle de vie

Âge

Revenu et actifs