

**Leger**

RAPPORT

# Les dons caritatifs

Février 2024



# Méthodologie

---



## Méthode

Sondage en ligne  
pancanadien  
n= 2 694 répondants de  
18 ans ou plus  
Les répondants avaient l'option de répondre à l'enquête en anglais ou en français et ont été recrutés aléatoirement à l'aide du panel en ligne LEO.



## Quand

Vague 1 :  
du 16 au 19 février 2024



## Marge d'erreur

Aux fins de comparaison,  
un échantillon probabiliste  
de cette taille présente une  
marge d'erreur ne  
dépassant pas  $\pm 1,9\%$ ,  
19 fois sur 20.



## Pondération

Les résultats ont été  
pondérés en fonction de  
l'âge, du sexe, de la langue  
maternelle, de la région, du  
niveau de scolarité et de la  
présence d'enfants dans le  
ménage, afin de garantir un  
échantillon représentatif de  
la population canadienne.

# Méthodologie (suite)



## Différences significatives

Les différences statistiquement significatives entre les sous-groupes sont signalées comme suit :

↑↓ Significativement supérieur/inférieur au(x) groupe(s) de comparaison



## Résultats arrondis

Les chiffres présentés ont été arrondis au nombre entier le plus proche; les nombres avant arrondi ont été utilisés pour les calculs et les totaux présentés peuvent donc ne pas correspondre à la somme totale de ces nombres lorsqu'additionnés manuellement.



## Questions

Des questions sur les données présentées dans ce rapport? Veuillez contacter Steve Mossop, Vice-president exécutif, Ouest du Canada : [smossop@leger360.com](mailto:smossop@leger360.com)

*Des détails supplémentaires sur la méthodologie peuvent être consultés dans l'annexe.*

# Principaux constats

## DONS EN 2023



- ▶ **430 \$**  
Moyenne des dons pour l'ensemble des Canadiens
- ▶ **790 \$**  
Moyenne des dons parmi ceux qui ont fait des dons

- BC les plus généreux; QC les moins
- Les dons augmentent avec l'âge et le revenu
- Les nouveaux arrivants au Canada sont aussi généreux que les personnes nées au Canada et les immigrants de longue date

## PRÉDICTIONS POUR 2024

D'après les déclarations des Canadiens, peu de changements sont à prévoir pour 2024. Les organismes de bienfaisance peuvent s'attendre à recevoir à peu près le même montant de dons de la part d'une proportion similaire de Canadiens par le biais des mêmes méthodes/activités.

- MB un peu plus susceptibles d'augmenter leurs dons que les autres provinces
- Les Canadiens plus jeunes prévoient plus souvent d'augmenter leurs dons que les Canadiens plus âgés
- Les plus récents nouveaux arrivants prévoient plus souvent d'augmenter leurs dons que les personnes nées au Canada et les immigrants de longue date

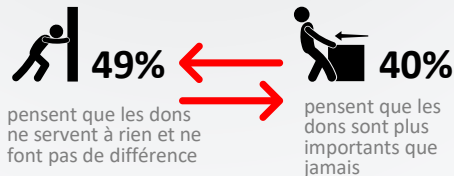
→ Dans le même temps, de nombreuses attitudes actuelles appellent à la prudence de la part des organismes caritatifs canadiens en 2024.

**69%**  
réduisent leur budget en raison de la crise d'abordabilité de la vie

En fonction de l'évolution des facteurs économiques (tels que l'inflation, les taux d'intérêt, l'accessibilité au logement, etc.) en 2024, une pression à la baisse en matière de dons caritatifs pourrait s'exercer plus fortement que ne le prévoient actuellement les Canadiens.

<p><b>76%</b> peu d'avantages fiscaux perçus en lien avec les dons</p> <p><b>52%</b> ne comprennent pas les avantages fiscaux</p> <p><b>TAX</b> Les règles fiscales actuelles - ainsi que le manque de connaissances des Canadiens dans ce domaine - n'aident pas les organisations caritatives.</p>	<p><b>66%</b> Préfèrent donner là où un lien personnel existe</p> <p>Sans surprise, l'existence d'un lien personnel motiverait les dons, une corde sensible que les organismes de bienfaisance gagneraient à continuer d'actionner. Notons que cette attitude est particulièrement répandue parmi les nouveaux arrivants au Canada.</p>	<p><b>48%</b> Donneraient quoi qu'il arrive</p> <p>Un noyau de Canadiens affirme être des donateurs dévoués, « quoi qu'il arrive ». Contrairement aux dons déclarés en 2023, ce sentiment ne varie pas beaucoup d'une région à l'autre, c'est donc à prendre avec un petit grain de sel.</p> <p>Les Canadiens plus âgés, les plus gros donateurs en 2023 et les nouveaux arrivants sont les plus indéfectibles.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Impact d'évènements négatifs mondiaux/locaux sur les dons



Il semble que les événements actuels soient une arme à double tranchant pour les organismes de bienfaisance, car ils poussent les Canadiens à s'adonner davantage à des actions de bienfaisance tout en créant des désillusions ou des doutes quant à l'efficacité de ces actions, ce qui les dissuade de faire des dons. Ces deux attitudes ne s'excluent nullement l'une l'autre (ceux qui sont d'accord avec un côté de l'équation sont tout aussi susceptibles d'être d'accord avec l'autre), ce qui démontre la dualité des attitudes des Canadiens.

---

R A P P O R T

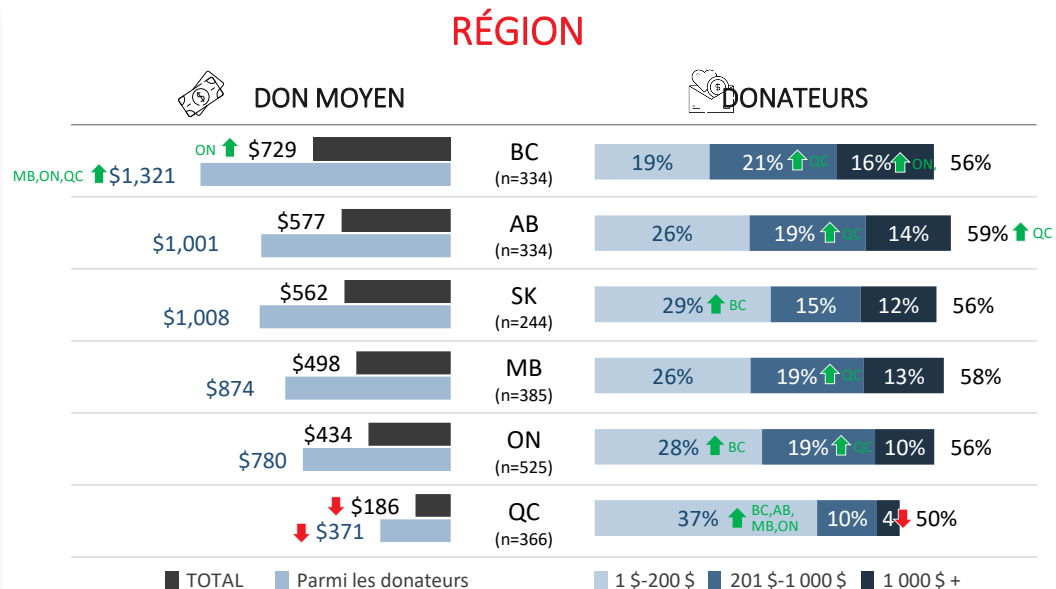
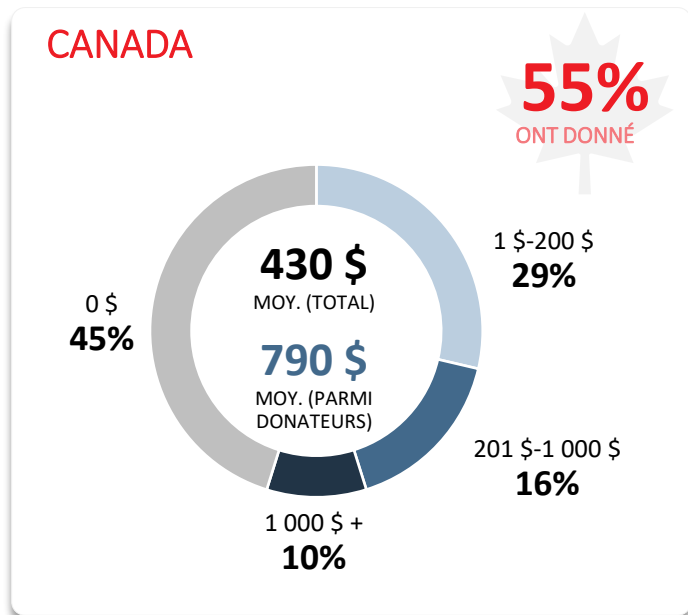
# Résultats détaillés



# Les dons caritatifs en 2023

Au cours de la dernière année civile, un peu plus de la moitié des Canadiens ont fait des dons à un organisme de bienfaisance, une fondation ou une organisation sans but lucratif, la plupart d'entre eux donnant un montant modeste chaque année (430 \$ en moyenne, soit 790 \$ par personne parmi ceux qui ont fait des dons).

Les comportements varient selon les régions, les résidents du Québec étant les moins enclins à faire des dons et donnant en moyenne un montant plus faible. Les donateurs de la Colombie-Britannique sont un peu plus généreux que ceux des autres provinces.

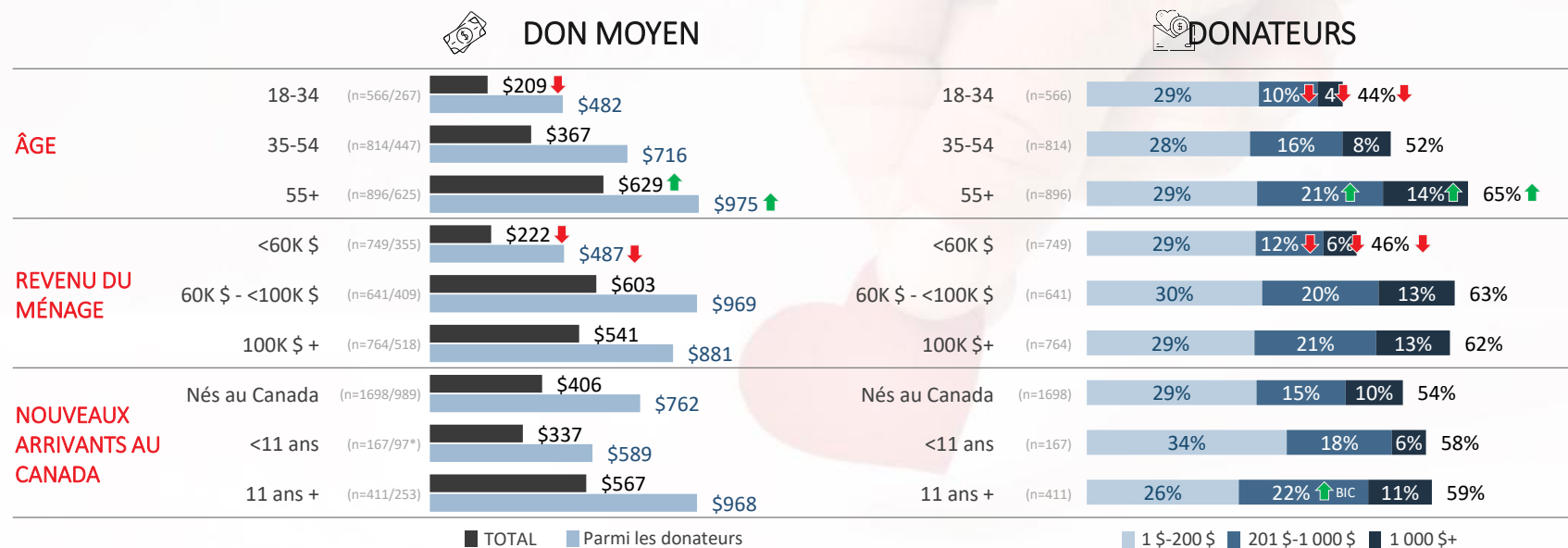


Base : Ensemble des répondants, excluant pas sûr(e)/je préfère ne pas répondre (n=2 276)  
 En pensant à tous les organismes de bienfaisance, ainsi que les fondations et organisations sans but lucratif caritatives auxquels vous avez donné de l'argent, quel est le montant total approximatif de vos dons en 2023?

Significativement supérieur/inférieur au(x) groupe(s) de comparaison

# Les dons caritatifs en 2023 x sous-groupe

Comme on pouvait s'y attendre, les dons de bienfaisance augmentent avec l'âge et le revenu du ménage. Ce qui est moins prévisible est que les nouveaux arrivants au Canada sont aussi enclins à faire des dons que les personnes nées au Canada et les immigrants de longue date.



\*Petite taille d'échantillon, à interpréter avec prudence

Base : Ensemble des répondants, excluant pas sûr(e)/je préfère ne pas répondre (n=2,276)

En pensant à tous les organismes de bienfaisance, ainsi que les fondations et organisations sans but lucratif caritatives auxquels vous avez donné de l'argent, quel est le montant total

approximatif de vos dons en 2023?

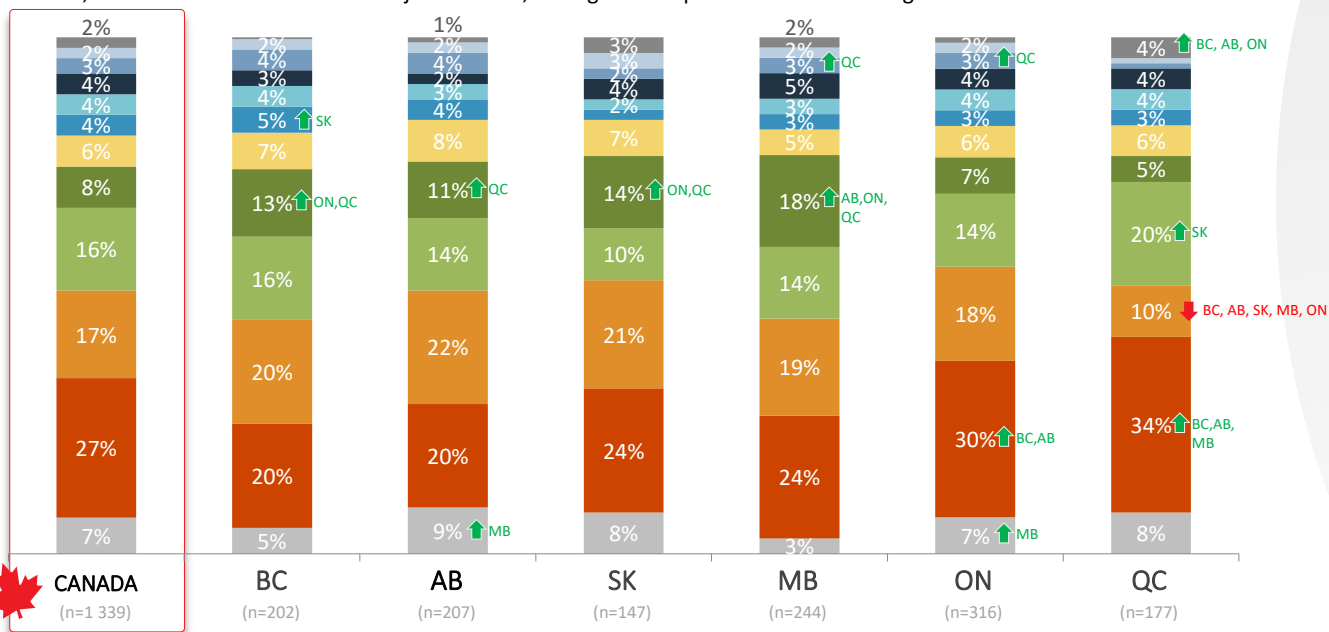
↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur au(x) groupe(s) de comparaison

# Proportion des dons par secteur en 2023



(Parmi les donateurs)

Les organismes caritatifs œuvrant dans le domaine de la santé, suivis par les organisations religieuses recueillent la plus grande part des dons au Canada et, bien qu'il y ait des différences régionales marquées, ils restent en tête de liste dans toutes les provinces, sauf au Québec (où les services sociaux et les enjeux de société supplantent les organisations religieuses). Au deuxième niveau, l'on trouve les services et les enjeux sociaux, les organismes pour animaux et les organisations internationales.



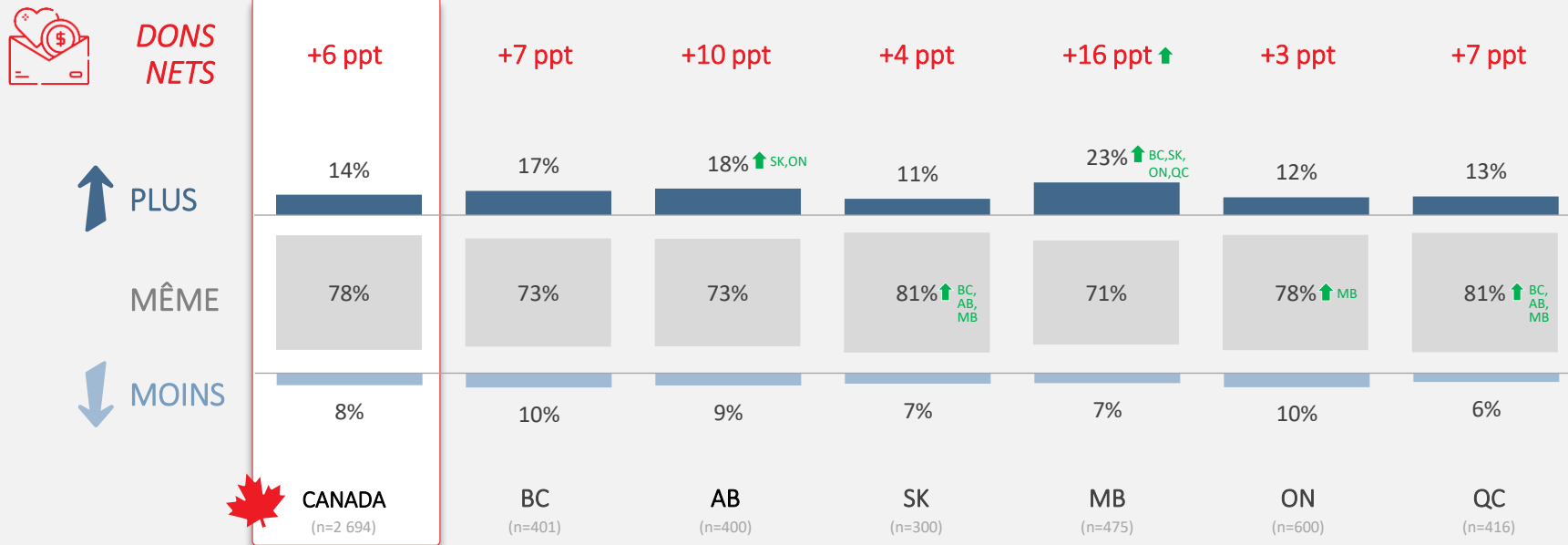
- Recherche non médicale et politiques publiques
- Arts, culture et sciences de l'esprit
- Droits de la personne et civils
- Éducation
- Environnement
- Aide catastrophes au Canada
- International
- Animaux
- Services/enjeux sociaux
- Organisations religieuses
- Santé
- Autre

↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur au(x) groupe(s) de comparaison



# Dons prévus en 2024 par rapport à 2023 – global

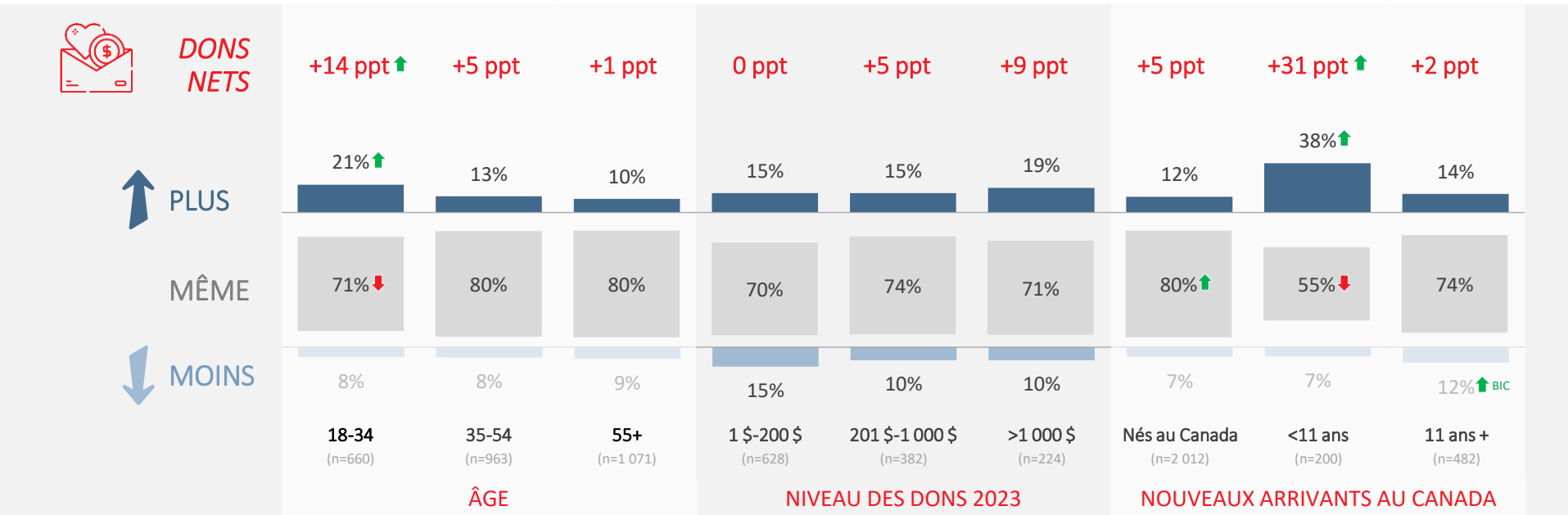
En majeure partie, les Canadiens prévoient que leurs dons en 2024 ressembleront beaucoup à ceux de 2023, bien que le nombre de ceux qui prévoient de donner plus dépasse légèrement le nombre de ceux qui prévoient de donner moins dans toutes les provinces. Les résidents du Manitoba, suivis de ceux de l'Alberta, sont ceux qui penchent le plus souvent du côté plus généreux de la balance par rapport aux autres provinces.



# Dons prévus en 2024 par rapport à 2023

## – global x sous-groupe

Les groupes qui sont relativement plus susceptibles d'augmenter leurs dons au cours de la prochaine année sont les jeunes Canadiens et les nouveaux arrivants.



# Dons prévus en 2024 par rapport à 2023

## – Activités

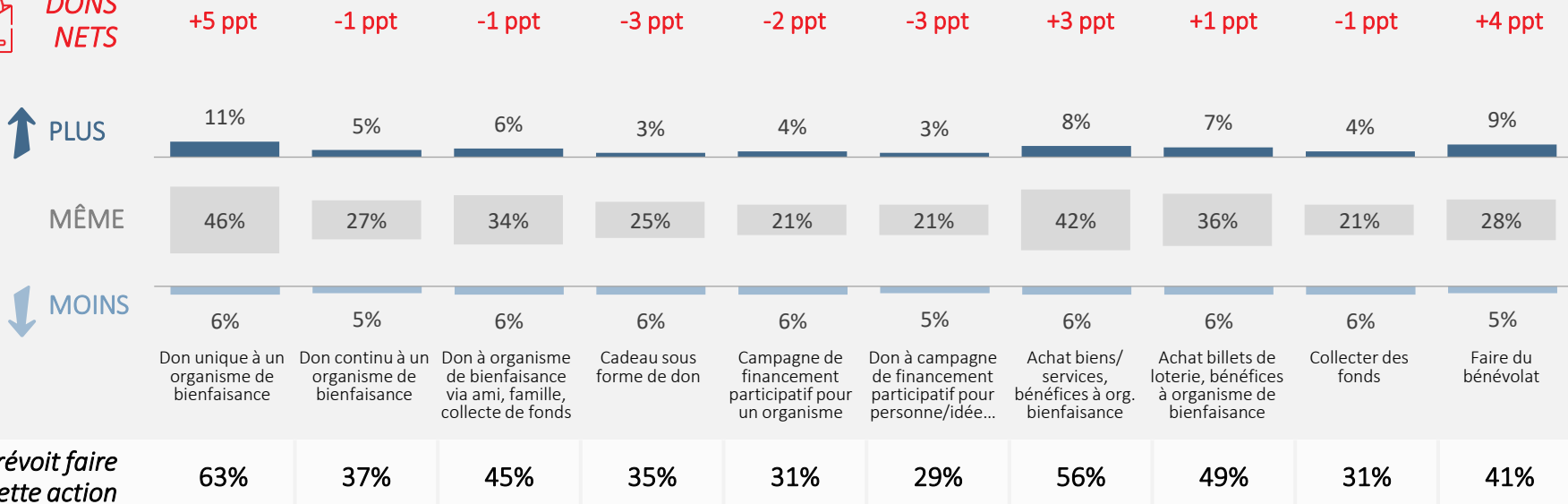
Les dons uniques sont l'activité caritative la plus répandue en 2024, davantage de personnes prévoyant de faire un don en 2024 que le nombre total de personnes ayant effectué un don financier en 2023 (8 points de pourcentage de plus que les 55 % signalés précédemment). Les campagnes de financement participatif au profit d'une personne/idée/entreprise (29 %) et la collecte de fonds (31 %) ont tendance à être les activités les moins répandues en matière de dons.

Peu de tendances se démarquent, avec un chiffre de dons net proche de zéro pour toutes les activités mesurées.

Pour plus de détails sur les résultats par région et par sous-groupe, veuillez consulter l'annexe.



### DONS NETS



# Attitudes à l'égard des dons caritatifs

Les différents points de vue des Canadiens sur les dons caritatifs ont été mesurés au moyen d'énoncés attitudinaux et les résultats révèlent à la fois du scepticisme et de l'optimisme, un désir d'aider et des préoccupations quant à l'efficacité de cette aide, ainsi qu'un manque notable de connaissances sur les avantages fiscaux au Canada. Si les résultats sont relativement constants d'une région à l'autre, ils varient davantage selon les autres groupes démographiques (voir l'annexe), ce qui peut entraîner des implications importantes pour les organisations caritatives.

Pour plus de détails sur les résultats par région et par sous-groupe, veuillez consulter l'annexe.

			TOTAL D'ACCORD						
	BC (n=401)	AB (n=400)	SK (n=300)	MB (n=475)	ON (n=600)	QC (n=416)			
Je pense que de nombreux organismes de bienfaisance gaspillent leurs fonds en frais administratifs, etc. au lieu de soutenir réellement les causes qu'ils prétendent défendre	33%	45%	77%	77%	75%	79%	76%	80%	74%
Je ne bénéficie que de très peu d'économies d'impôts pour les dons caritatifs que je fais	32%	45%	76%	73%	74%	77%	74%	77%	80% <sup>↑</sup> BC
J'ai arrêté / réduit mes dons caritatifs parce que le coût de la vie est si élevé et que tout est inabordable ces derniers temps	31%	38%	69%	68%	71%	73%	69%	69%	66%
Je veux vraiment concentrer mes dons caritatifs sur des causes ou des événements avec lesquels j'ai un lien personnel, et pas nécessairement sur ceux qui sont le plus dans le besoin	20%	46%	66%	68%	69%	67%	69%	67%	62%
Je ne comprends pas vraiment comment fonctionnent les avantages fiscaux liés aux dons caritatifs au Canada	15%	37%	52%	51%	51%	49%	54%	52%	54%
Avec tous les événements terribles qui se produisent dans le monde et localement, j'ai l'impression que mes dons d'argent ne servent à rien, qu'ils ne font juste pas assez de différence pour que je prenne la peine de donner	12%	37%	49%	42%	47%	48%	45%	48%	55% <sup>↑</sup>
Donner aux organismes de bienfaisance est quelque chose que j'ai toujours fait, compte non tenu de ce qui se passe dans ma vie personnelle ou dans le monde / la société	12%	35%	48%	52%	48%	49%	50%	47%	49%
Avec tous les événements terribles qui se produisent dans le monde et localement, je me sens plus que jamais le devoir de faire des dons	7%	33%	40%	38%	38%	38%	48% <sup>↑</sup> BC, AB, SK	42%	41%

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord

Base: Ensemble des répondants (n=2 694)  
 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacune des affirmations suivantes concernant les dons caritatifs?

↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur au(x) groupe(s) de comparaison 1 2

---




















R A P P O R T

# Annexe



# Dons prévus en 2024 par rapport à 2023 :

## Actions prises x région

	CANADA	BC	AB	SK	MB	ON	QC
	(n=2 694)	(n=401)	(n=400)	(n=300)	(n=475)	(n=600)	(n=416)
Don unique à un organisme de bienfaisance	63%	69%  ON, QC	68%  ON, QC	68%  QC	70%  ON, QC	61%	58%
Don continu à un organisme de bienfaisance	37%	46%	40%	42%	41%	39%	24% 
Don à un organisme via un ami/membre de la famille/collecte de fonds	45%	46%	50%	54%	51%	47%	36% 
Cadeau sous forme de don	35%	37%  ON, QC	35%	40%	39%	37%	27% 
Campagne de financement participatif au profit d'un organisme de bienfaisance	31%	37%  ON, QC	33%	39%  ON, QC	33%	29%	27%
Don lors d'une campagne de financement participatif au profit d'une personne/idée/entreprise	29%	36%	31%  QC	34%  ON, QC	34%  ON, QC	26%	22%
Achat de biens/services, bénéfices remis à organisme	56%	61%	63%	58%	63%	57%	44% 
Achat de billets de loterie, bénéfices remis à organisme	49%	50%	50%	55%	50%	53%	37% 
Collecter des fonds	31%	36%	31%	40%  AB, ON	35%	31%	24% 
Faire du bénévolat	41%	50%  ON	45%	48%	45%	41%	33% 

# Dons prévus en 2024 par rapport à 2023

## « Net » actions en matière de dons (Plus (-) moins)

	CANADA	BC	AB	SK	MB	ON	QC
	(n=2 694)	(n=401)	(n=400)	(n=300)	(n=475)	(n=600)	(n=416)
Don unique à un organisme de bienfaisance	+5	+6	+10	+5	+10	+5	+2
Don continu à un organisme de bienfaisance	-1	-2	+2	-1	+5	-3	0
Don à un organisme via un ami/membre de la famille/collecte de fonds	-1	-3	+3	+2	+6	-2	0
Cadeau sous forme de don	-3	-2	-1	-1	0	-3	-3
Campagne de financement participatif au profit d'un organisme de bienfaisance	-2	-3	+2	-1	+2	-3	2
Don lors d'une campagne de financement participatif au profit d'une personne/idée/entreprise	-3	-5	0	-1	0	-3	-2
Achat de biens/services, bénéfiques remis à organisme	+3	+5	+5	+4	+5	+1	+4
Achat de billets de loterie, bénéfiques remis à organisme	+1	+2	+1	0	+6	0	0
Collecter des fonds	-1	-3	+2	-2	+3	-1	-2
Faire du bénévolat	+4	+3	+8	+4	+5	+4	+3

# Attitudes concernant les dons caritatifs x sous-groupe

	TOTAL	GROUPE D'ÂGE			NIVEAU DES DONN EN 2023			NOUVEAUX ARRIVANTS AU CANADA		
		18-34	35-54	55+	1 \$-200 \$	201 \$-1 000 \$	>1000 \$	Nés au Canada	<11 ans	11 ans+
	(n=2,694)	(n=660)	(n=963)	(n=1,071)	(n=628)	(n=437)	(n=274)	(n=2,012)	(n=200)	(n=482)
Je pense que de nombreux organismes de bienfaisance gaspillent leurs fonds en frais administratifs, etc. au lieu de soutenir réellement les causes qu'ils prétendent défendre	77%	72%	77%	↑ <sup>18-34</sup> 80%	76%	74%	72%	78%	75%	76%
Je ne bénéficie que de très peu d'économies d'impôts pour les dons caritatifs que je fais	76%	↓ 73%	78%	77%	↑ 80%	72%	↓ 56%	77%	76%	72%
J'ai arrêté / réduit mes dons caritatifs parce que le coût de la vie est si élevé et que tout est inabordable ces derniers temps	69%	77%	72%	↓ 62%	↑ 69%	53%	↓ 38%	70%	↑ 84%	↓ 61%
Je veux vraiment concentrer mes dons caritatifs sur des causes ou des événements avec lesquels j'ai un lien personnel, et pas nécessairement sur ceux qui sont le plus dans le besoin	66%	64%	69%	66%	72%	75%	77%	66%	↑ <sup>11+</sup> 74%	63%
Je ne comprends pas vraiment comment fonctionnent les avantages fiscaux liés aux dons caritatifs au Canada	52%	↑ 68%	54%	↓ 40%	↑ 53%	43%	↓ 30%	50%	↑ 77%	53%
Avec tous les événements terribles qui se produisent dans le monde et localement, j'ai l'impression que mes dons d'argent ne servent à rien, qu'ils ne font juste pas assez de différence pour que je prenne la peine de donner	49%	56%	53%	↓ 41%	50%	↑ 67%	↓ 40%	↑ 50%	37%	↓ 23%
Donner aux organismes de bienfaisance est quelque chose que j'ai toujours fait, compte non tenu de ce qui se passe dans ma vie personnelle ou dans le monde / la société	48%	41%	47%	↑ 53%	↓ 57%	79%	↑ 86%	46%	↑ <sup>BC</sup> 55%	53%
Avec tous les événements terribles qui se produisent dans le monde et localement, je me sens plus que jamais le devoir de faire des dons	40%	↑ 52%	39%	34%	↓ 45%	53%	60%	37%	↑ 71%	42%

Base : Ensemble des répondants  
 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacune des affirmations suivantes concernant les dons caritatifs?

↑↓ Significativement supérieur/inférieur au(x) groupe(s) de comparaison 16



# MÉTHODOLOGIE

---

- Le panel LEO (Léger Opinion) est le plus grand panel au Canada avec plus de 400 000 panélistes représentatifs de toutes les régions du pays. LEO a été créé par Léger sur la base d'un échantillon national représentatif des citoyens canadiens ayant accès à Internet.
- Un grand nombre des panélistes de LEO ont été recrutés aléatoirement par le biais du centre d'appels téléphoniques de Léger (RDD). Des répondants issus de groupes cibles plus difficiles à atteindre ont également été ajoutés au panel par le biais de campagnes de recrutement ciblées. Le processus de sélection à double authentification, un modèle de détection des fraudes et le renouvellement de 25 % du panel chaque année garantissent un panel de répondants de grande qualité. Afin d'assurer un taux de réponse plus élevé et atteindre les gens sur leurs appareils mobiles, Léger a développé une application Apple et Android très performante.
- Les résultats présentés dans cette étude sont conformes aux normes de recherche sur l'opinion publique et aux exigences de divulgation du CRIC (le Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien) et du réseau mondial ESOMAR. Léger est un membre fondateur du CRIC et participe activement à l'amélioration des normes de qualité dans l'industrie des sondages. Le président Jean-Marc Léger est membre du conseil d'administration du CRIC et représentant canadien d'ESOMAR.

# ÉCHANTILLON AVANT ET APRÈS PONDÉRATION

- Les tableaux ci-dessous présentent la répartition des répondants de la vague la plus récente sur les variables clés avant et après pondération pour la vague actuelle.

RÉGION	Non pondéré	Pondéré
BC	401	375
AB	400	300
SK	300	79
MB	475	94
ON	600	1 043
QC	416	622
Atlantique	102	181

GENRE	Non pondéré	Pondéré
Homme	1 287	1 314
Femme	1 407	1 380

GROUPE D'ÂGE	Non pondéré	Pondéré
18-34	660	719
35-54	963	867
55+	1 071	1 109

# Nos services

---

- **Léger**  
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**  
Services-conseils stratégiques et opérationnels en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**  
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**  
Gestion de panel
- **Léger Communauté**  
Gestion de communautés en ligne
- **Léger DGTL**  
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**  
Worldwide Independent Network (WIN)

**600**

**EMPLOYÉ·E·S**



**185**

**CONSULTANT·E·S**



**8**

**BUREAUX**

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG  
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | NEW YORK

# Fiabilité

Léger est la firme de sondage qui a présenté, en moyenne, les résultats de sondage électoral les plus précis au cours des dix dernières années au Canada. Lors des dernières élections fédérales de 2021, Léger a encore une fois été la **firme la plus précise au pays**. Cette précision est attribuée à la qualité du panel LEO et à l'application rigoureuse des règles méthodologiques par les 600 employé·e·s de Léger, dont 200 professionnel·le·s réparti·e·s dans les huit bureaux de Léger au Canada (Montréal, Toronto, Québec, Winnipeg, Calgary, Edmonton et Vancouver) et aux États-Unis (New York).

L'agrégateur de sondages 338Canada.com a accordé à Léger la note la plus élevée parmi toutes les firmes de sondage au Canada pour l'exactitude de ses études. Voir <https://338canada.com/pollster-ratings.htm>

## ÉLECTIONS FÉDÉRALES 2021 AU CANADA



### SONDAGE LÉGER

Publié dans *Le Journal de Montréal*  
et *The National Post/Postmedia*  
18 septembre 2021

33%

32%

19%

7%

6%

2%

### RÉSULTATS OFFICIELS

Élections fédérales **canadiennes** de 2021\*

33,7%

32,6%

17,8%

7,7%

5,0%

2,3%

# Notre engagement qualité

---



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.

Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.



Léger est un commanditaire de [PAIM Canada](#), l'organisme canadien des professionnels agréés en analytique et intelligence marketing qui respectent les normes du CRIC en matière de recherche marketing et de recherche sur l'opinion publique. PAIM Canada est appuyé à l'échelle mondiale par ESOMAR et MRII/Université de Géorgie.



# Leger

**Steve Mossop**

Vice-president exécutif

[smossop@leger360.com](mailto:smossop@leger360.com)

604-424-1017