



Étude sur l'évolution de la philanthropie au Québec

PORTRAIT GLOBAL





Impact 4.0



« C'est avec une grande fierté que nous vous dévoilons le fruit de plusieurs mois de travail, notre étude sur l'évolution de la philanthropie au Québec. Ce projet a pu être concrétisé par la mobilisation de plus de 75 organismes au Québec et le rapprochement de 4 entreprises, BNP Performance, Logilys-Prodon, Unicause et Absolu. Nous avons rassemblé nos forces pour offrir une étude issue de données réelles qui n'avait pas encore vu le jour dans notre province. Nous avons été impressionnés par la mobilisation des organismes participants et le bon accueil de ce projet auprès de nos partenaires.

Ensemble, nous avons concrétisé une étude unique qui se renouvellera pour que le secteur puisse se fier à des données représentatives et indispensables pour leurs prises de décisions. Nous avons aussi fait le choix de nous regrouper pour vous partager nos multiples expertises. En effet, nous voulions accompagner les résultats de recommandations pertinentes pour que vous puissiez pousser votre réflexion au-delà des données présentées. Notre volonté est de vous préparer aux évolutions générationnelles et technologiques ainsi qu'aux changements en matière de sollicitation. Vous trouverez donc un rapport complet qui s'appuie sur des données réelles pour vous émettre les meilleures recommandations en fonction de nos champs d'expertise. Nous espérons que notre complémentarité vous donnera les informations nécessaires pour mettre en place vos futures stratégies organisationnelles et philanthropiques. Nous avons constaté votre persévérance et votre force d'adaptation depuis le début de la pandémie. Nous sommes convaincus que vous saurez faire preuve de créativité, de sensibilité et de proactivité dans les années à venir pour que votre mission supporte et rejoigne aussi bien vos bénéficiaires, leurs proches que les donateurs et donatrices.

Aux organismes participants, à l'AFP Québec et l'AFESAQ-Sencio ainsi qu'à BMO, nous tenons à leur adresser un grand merci pour leur soutien et leur mobilisation à nos côtés. Notre alliance, c'est notre force pour le secteur philanthropique ! ».

Commanditaire principal



« En commanditant l'étude sur l'évolution de la philanthropie au Québec, BMO veut montrer son soutien aux organismes et fondations qui œuvrent quotidiennement pour aider un maximum de bénéficiaires à travers la province. Depuis plus de 200 ans maintenant, la Banque accorde son soutien aux projets communautaires, car ils contribuent au bien-être et à la prospérité des collectivités. Cette étude, menée par des acteurs importants du secteur philanthropique au Québec, nous montre à quel point la générosité des individus ne fait que progresser depuis 2017. Malgré les enjeux sociaux, économiques et environnementaux qui se présentent à eux, je suis heureux de constater la bienveillance et la volonté de contribuer qu'ont nos jeunes. Ils et elles n'hésitent pas à élever leur voix pour l'avenir de notre planète. Cette force de mobilisation pour que les choses changent est inspirante et nous annonce une nouvelle forme d'implication philanthropique dans les années à venir de la part des nouvelles générations.

Entre temps, continuons à étudier et à comprendre les comportements des personnes qui donnent, aussi bien de leur temps que de leur argent, pour s'adapter et faire en sorte que les organismes se développent avec sérénité et continuent de donner le sourire aux bénéficiaires en demande de soutien ».

Claude Gagnon

Président, Opérations, BMO Groupe financier, Québec

Partenaires



« L'AFESAQ – Réseau Sancio trouvait important de soutenir le projet d'étude sur l'évolution de la philanthropie au Québec. En effet, les fondations du secteur de la santé et des services sociaux ont besoin de suivre les changements et de comprendre les habitudes de dons, aussi bien par genre que par tranche d'âge, de leurs donateurs et donatrices pour adapter leurs stratégies philanthropiques. Notre secteur doit assurément faire preuve d'adaptabilité et de créativité pour maintenir et développer ses revenus philanthropiques qui permettront de contribuer à la fois à dispenser des soins et des services de qualité, la recherche et la mise en place de projets majeurs dans tout le réseau de la santé et des services sociaux. Cette étude nous permet de comprendre les habitudes générationnelles et de trouver des pistes de solution pour rejoindre plus efficacement les personnes qui donnent ou qui sont susceptibles de donner. La culture philanthropique doit se transmettre de génération en génération pour qu'elle perdure et rassemble. La participation de 75 organismes à ce projet nous montre également la force de notre alliance pour faire avancer et évoluer le secteur philanthropique tous ensemble. Le partage de leurs données a permis de tracer un vaste portrait des donateurs et donatrices au Québec. Ces informations importantes contribueront aux stratégies permettant la réalisation de la mission de chaque organisme».

Alain Demers

Directeur général de l'AFESAQ – Réseau Sancio

Partenaires



« Toute l'équipe de l'AFP Québec souhaite remercier les entreprises BNP Performance philanthropique, Unicause, Logilys-Prodon et Absolu pour leur engagement envers notre secteur d'activité ainsi que la concrétisation de l'étude sur l'évolution de la philanthropie au Québec. Bien que notre secteur existe depuis des siècles, il est en constante évolution. C'est pourquoi, il est plus que nécessaire pour les organismes d'identifier les nouvelles forces, faiblesses, opportunités et menaces du milieu pour leur permettre de croître, de continuer à grandir et à se développer. Participer à la création de cette étude était donc très important pour nous, puisqu'elle nous consent d'aider toutes les parties prenantes qui sont touchées de près ou de loin par la philanthropie. Elle va leur permettre de mieux comprendre et de s'adapter à ce secteur qui n'est pas toujours simple à saisir et qui subit souvent les répercussions de ses préjugés. Nous espérons que les résultats de cette étude enrichissent les réflexions de nos membres et les incitent à penser à leurs futures stratégies portées par un vent de changement et d'innovation. En somme, que tous les individus, organismes, entreprises, fondations soient en mesure de mieux comprendre ce secteur d'activité singulier qui est tant nécessaire à la survie et à l'évolution d'un monde meilleur ».

Daniel H. Lanteigne
Président AFP Québec



Objectifs de l'étude

Réaliser une analyse des bases de données de différents organismes répartis à travers le Québec pour dresser le portrait des dons et de leurs évolutions entre 2017 et 2021. Cette étude nous permettra de mieux comprendre les tendances du marché et les comportements des donateurs.











« 35 % des donateurs actuels sont fidèles à vos organismes »





Méthodologie

Rapport méthodologie

-  L'analyse a été effectuée à partir des données de 75 organismes du Québec et se concentre sur les transactions effectuées entre le 1^{er} janvier 2017 et le 31 décembre 2021.
-  Dû à leurs différences significatives, les dons individuels et les dons corporatifs ont été analysés séparément.
-  Les transactions regroupées additionnent tous les dons faits par la même personne lors d'occasions similaires ou identiques la même année. Ainsi, ceux en plusieurs versements sont comptabilisés comme unique, pour ainsi rendre l'évolution des montants plus pertinente dans le temps.
-  Les dons revenant plus de 4 fois dans la même année sont indiqués comme mensuels.
-  Les âges comptabilisés sont compris entre 15 et 110 ans.
-  Les régions administratives sont déterminées par les codes postaux du lieu de résidence rattaché à la dernière transaction des individus.
-  L'identification du don en ligne a été réalisée à partir des occasions spécifiques au Web ou lorsque le mode de paiement d'un don a été identifié comme un don en ligne.
-  Afin de faciliter la compréhension du lecteur et d'éviter la confusion possible entre organismes et organisations, nous avons séparé les individus du reste, que nous retrouvons sous l'appellation Corporatif. Ce choix a été effectué puisque les entreprises représentent la majorité des donateurs de cette catégorie.

A large, stylized teal number '2' is positioned on the left side of the slide, partially overlapping the text.

Portrait des bases de données

Individus vs corporatif



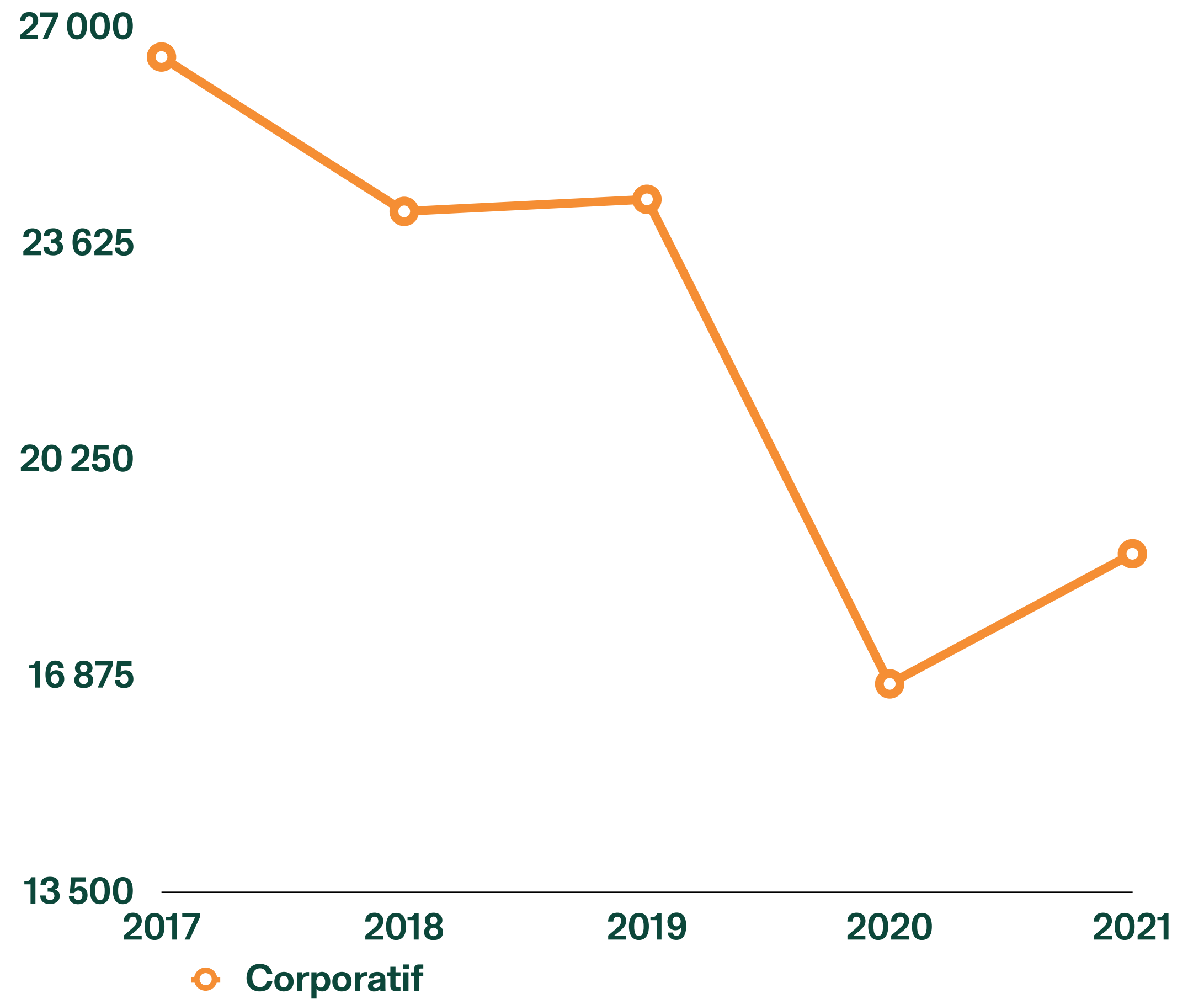
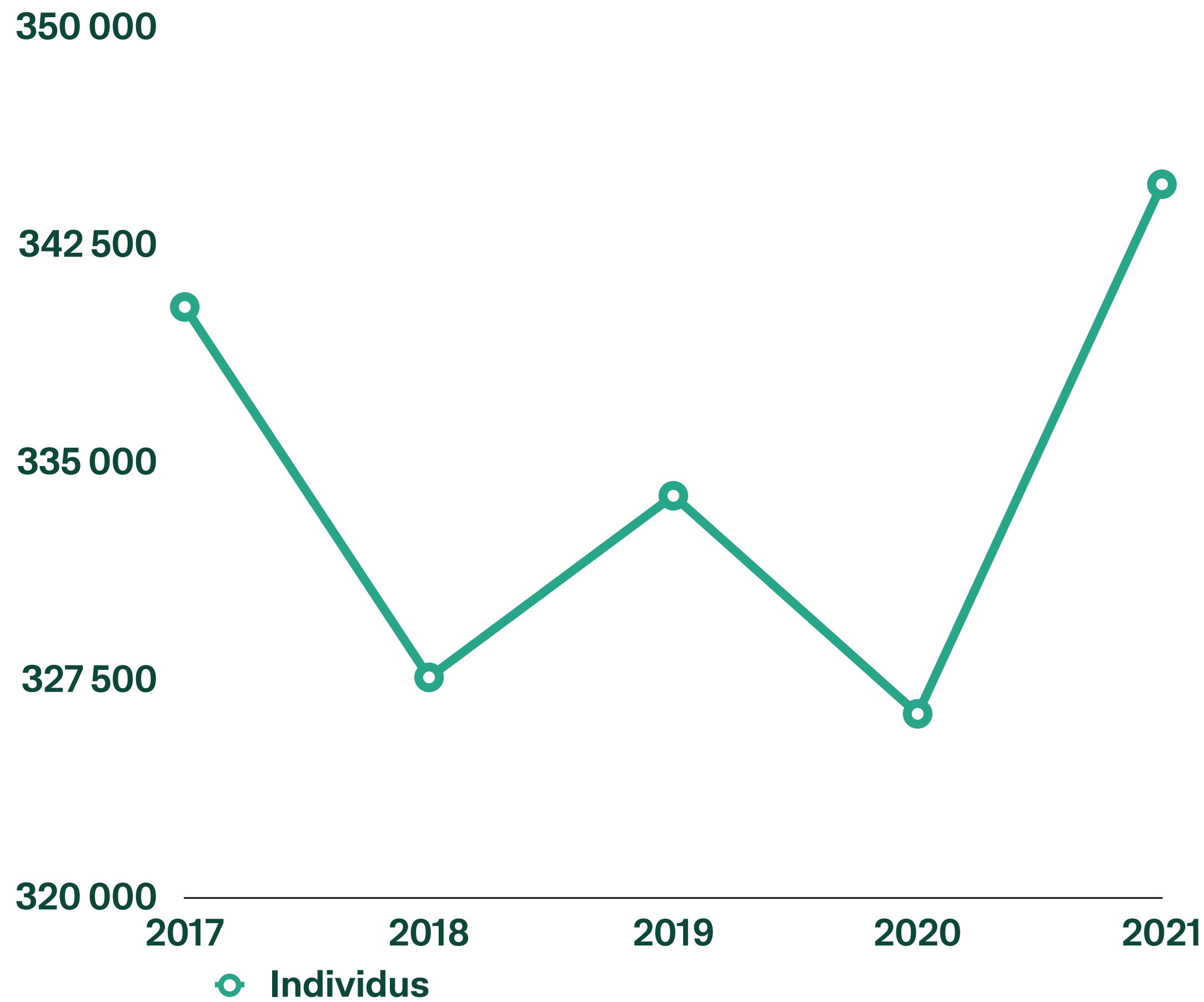
Types de donateurs	Nombre de transactions (regroupée)
Individus	1 893 544
Corporatif	131 913

Portrait global sur 5 ans

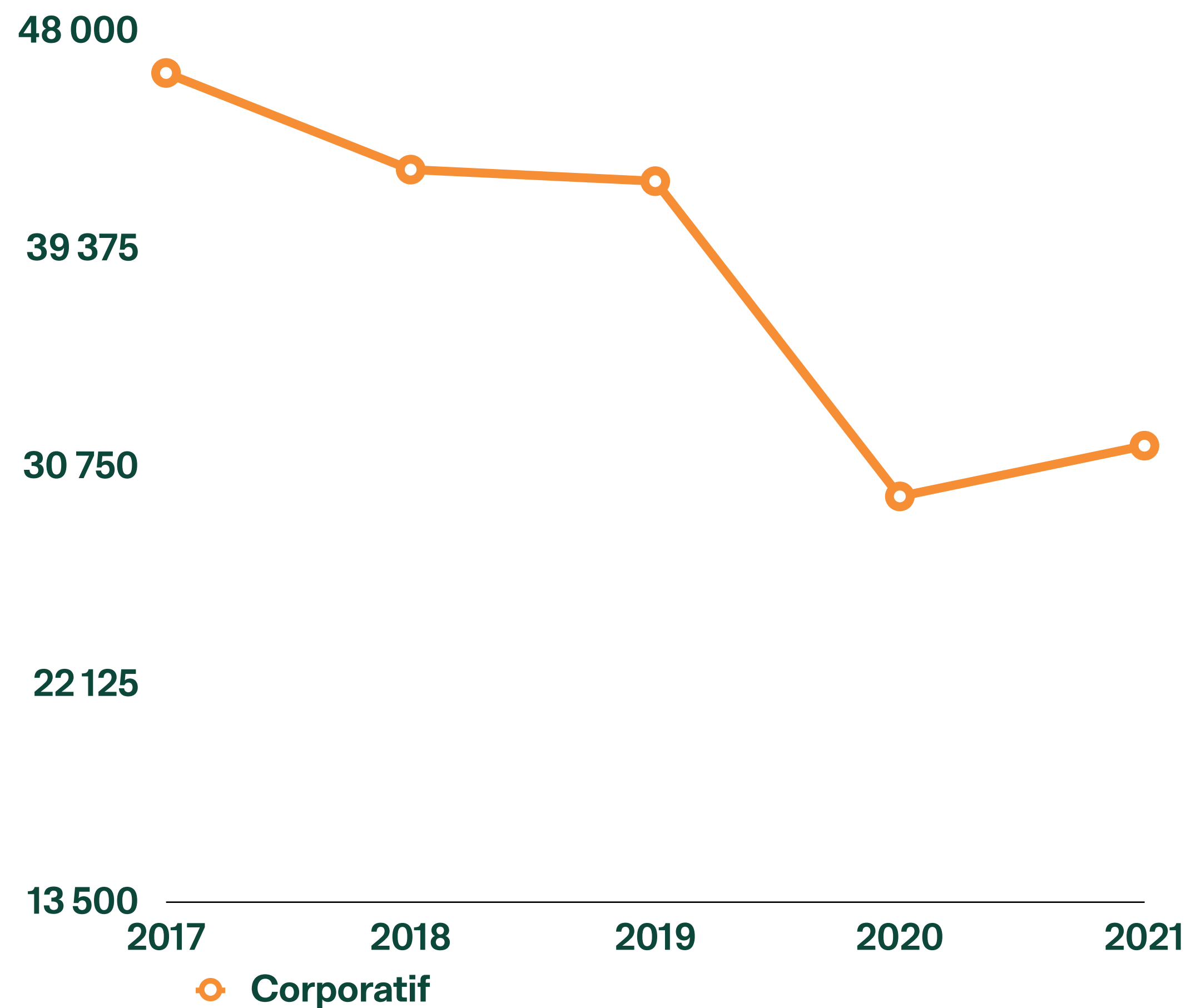
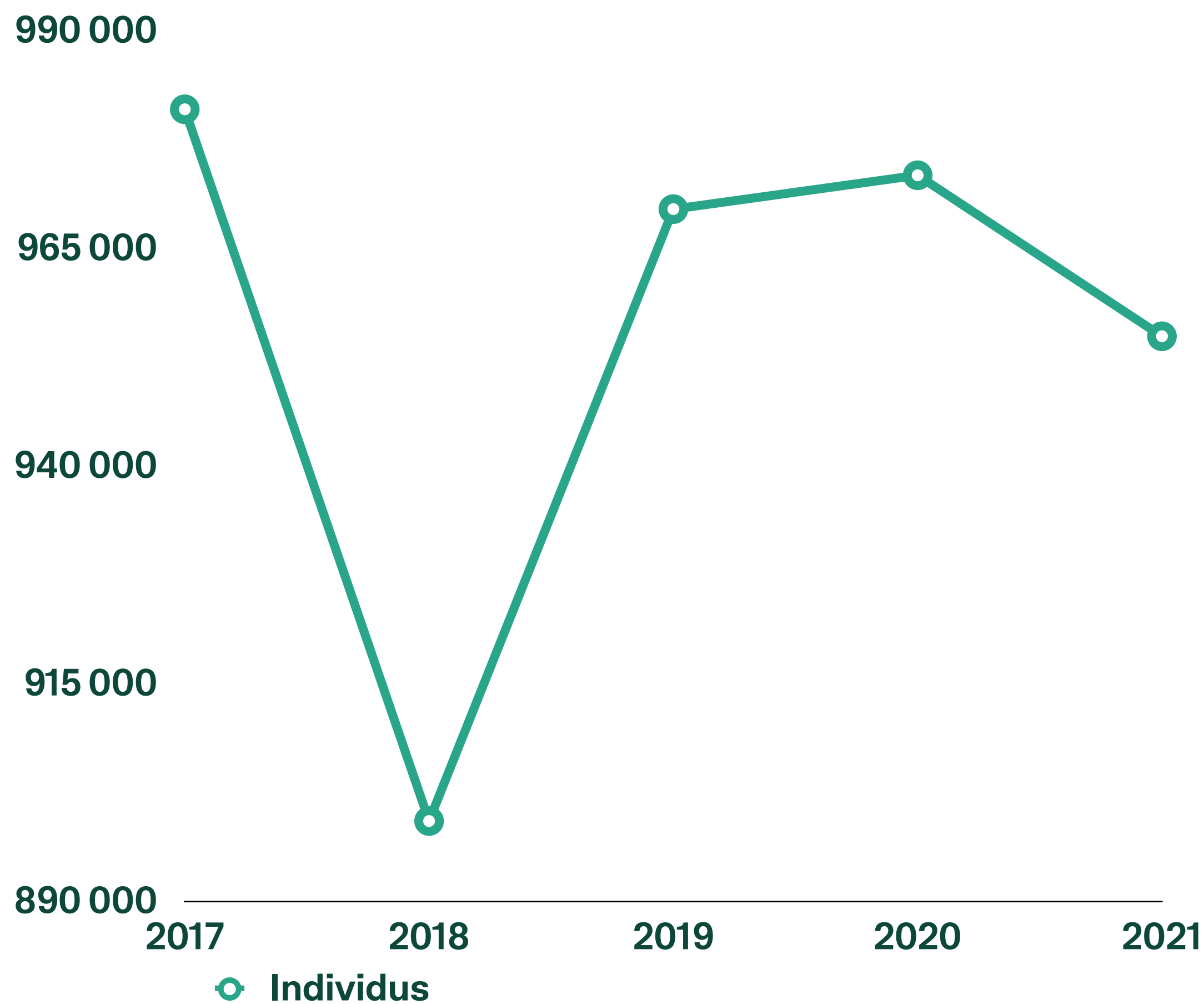
Donateur type Individus	2017	2018	2017-18	2019	2018-19	2020	2019-20	2021	2020-21	2017-21
Nbre de donateurs	340 375	327 607	-3,8 %	333 867	1,9 %	325 349	-2,6 %	344 605	5,9 %	1,2 %
Nbre de dons	981 019	899 260	-8,3 %	969 549	7,8 %	973 440	0,4 %	954 946	-1,9 %	-2,7 %
Montant total	47 452 288 \$	42 943 913 \$	-9,5 %	51 102 754 \$	19,0 %	50 561 415 \$	-1,1 %	60 621 723 \$	19,9 %	27,8 %
Montant moyen	48,40 \$	47,80 \$	-1,3 %	52,70 \$	10,4 %	51,90 \$	-1,5 %	63,50 \$	22,2 %	31,2 %

Donateur type Corporatif	2017	2018	2017-18	2019	2018-19	2020	2019-20	2021	2020-21	2017-21
Nbre de donateurs	26 541	24 131	-9,1 %	24 319	0,8 %	16 755	-31,1 %	18 786	12,1 %	-29,2 %
Nbre de dons	46 343	42 516	-8,3 %	42 058	-1,1 %	29 573	-29,7 %	31 582	6,8 %	-31,9 %
Montant total	124 674 730 \$	114 810 395 \$	-7,9 %	131 632 802 \$	14,7 %	147 652 065 \$	12,2 %	170 207 704 \$	15,3 %	36,5 %
Montant moyen	2 690,30 \$	2 700,40 \$	0,4 %	3 129,80 \$	15,9 %	4 992,80 \$	59,5 %	5 389,40 \$	7,9 %	100,3 %

Évolution du nombre de donateurs au cours des 5 dernières années

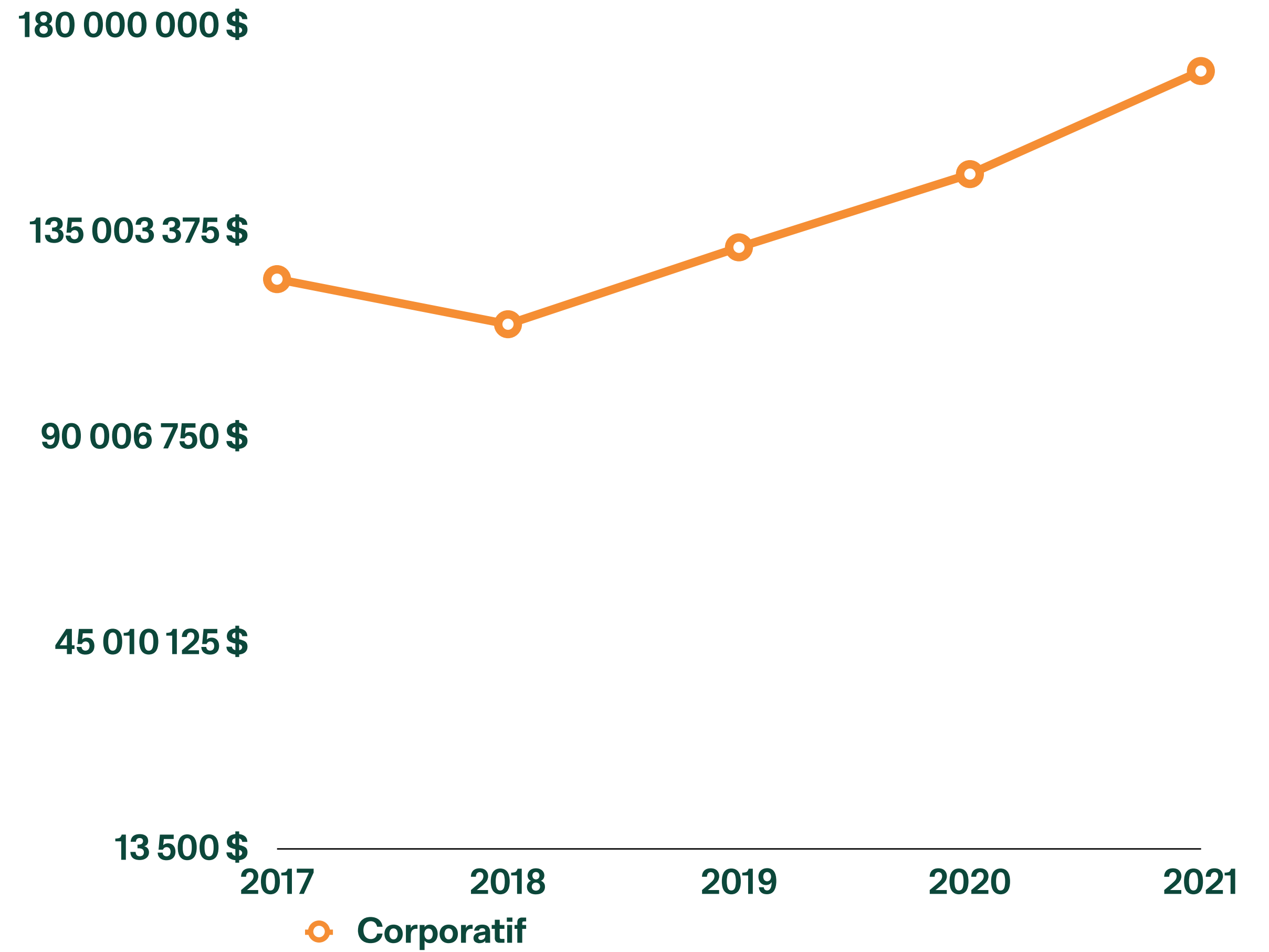
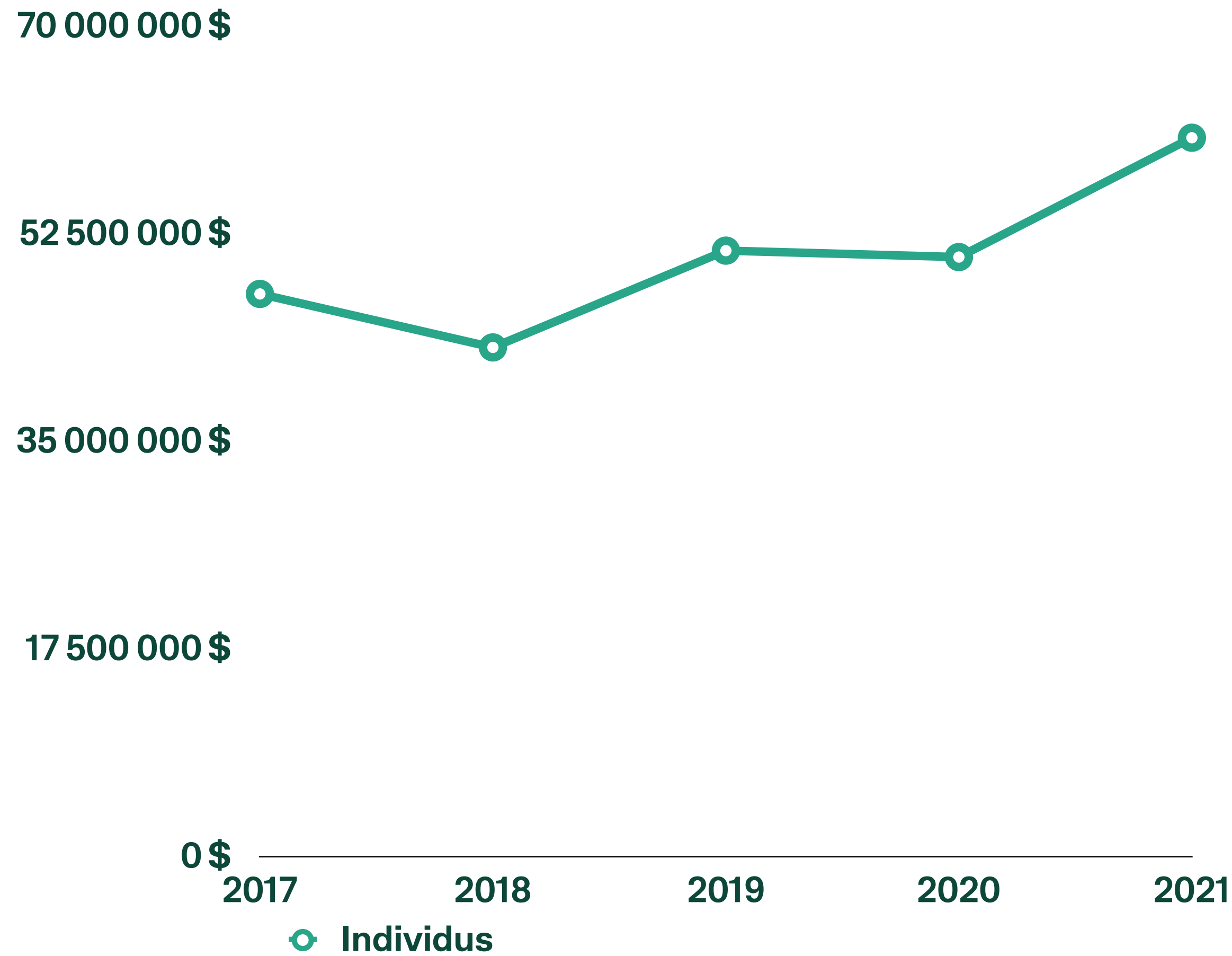


Évolution du nombre de dons au cours des 5 dernières années



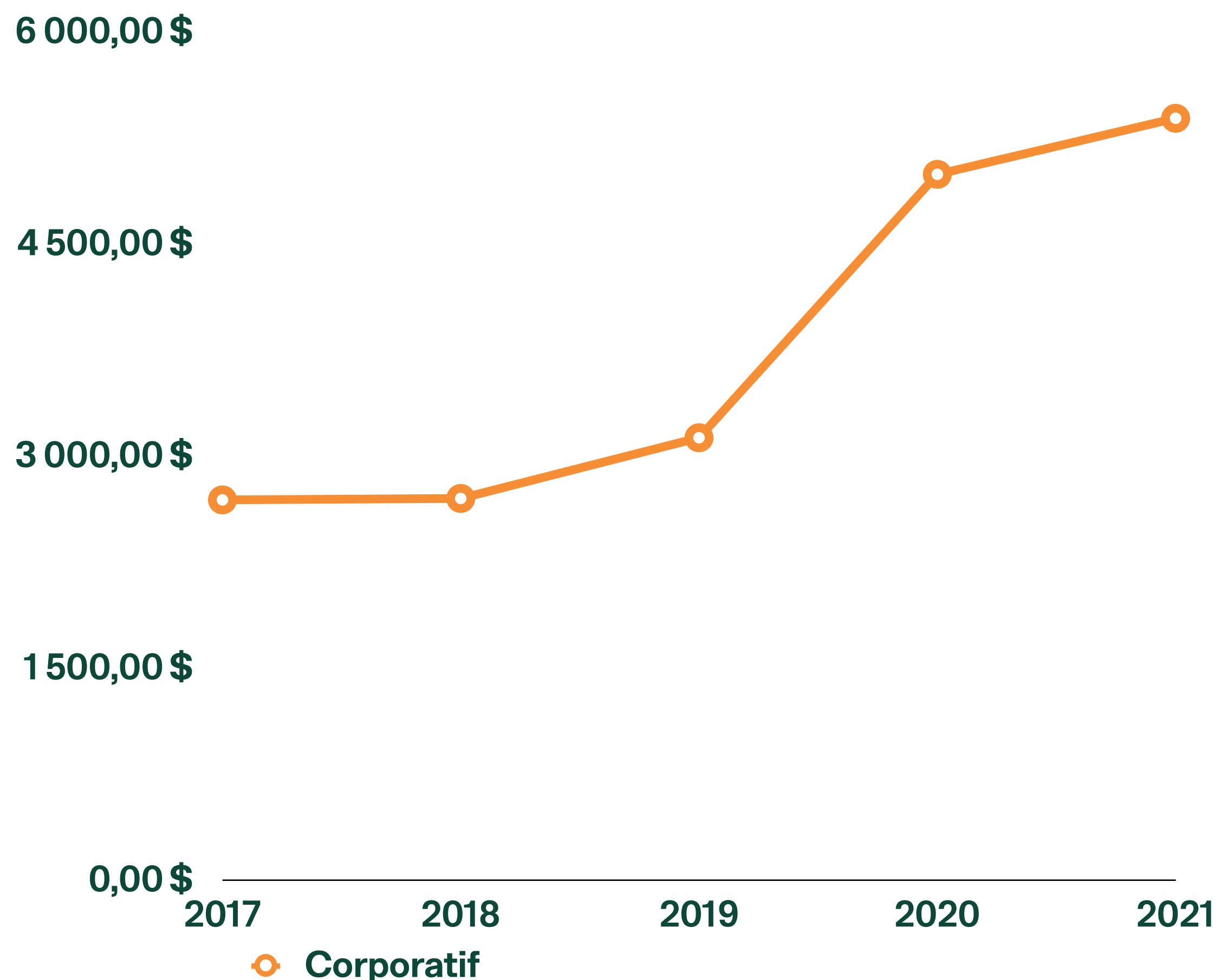
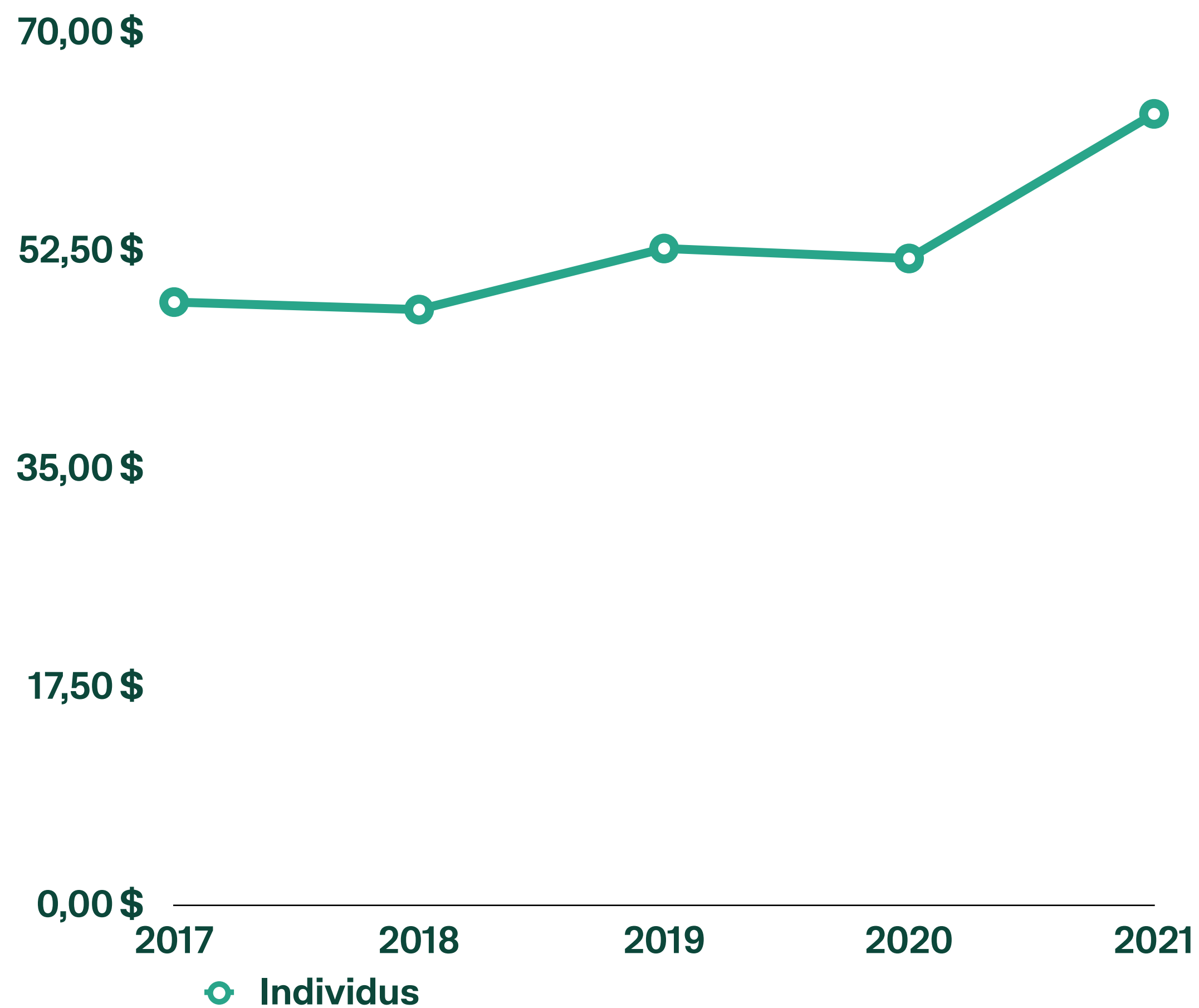


Évolution du montant total au cours des 5 dernières années





Évolution du montant moyen au cours des 5 dernières



Tendances du marché sur 5 ans

- ❁ Pour les individus, le nombre de donateurs a augmenté de 1,2 % pendant que le nombre de dons a diminué de 2,7 %.
- ❁ Le montant total a augmenté de 27,8 % grâce à une augmentation du don moyen de 31,2 %.
- ❁ Pour le corporatif, le nombre de donateurs et de dons a chuté de 29,2 % et de 31,9 %.
- ❁ Le montant total a toutefois augmenté 36,5 % grâce à une croissance très importante du don moyen de 100,3 %.

Croissance sur 5 ans par secteur







Croissance des montants totaux pour ces secteurs :

- 🌀 Fondations d'établissement de santé 42,5 % / Lutte à la pauvreté 116,7 % / Environnement 53,5 %.
- 🌀 Ces hausses sont le résultat d'une augmentation de leur nombre de donateurs et de leurs montants moyens.

Baisse des montants totaux pour ces secteurs :

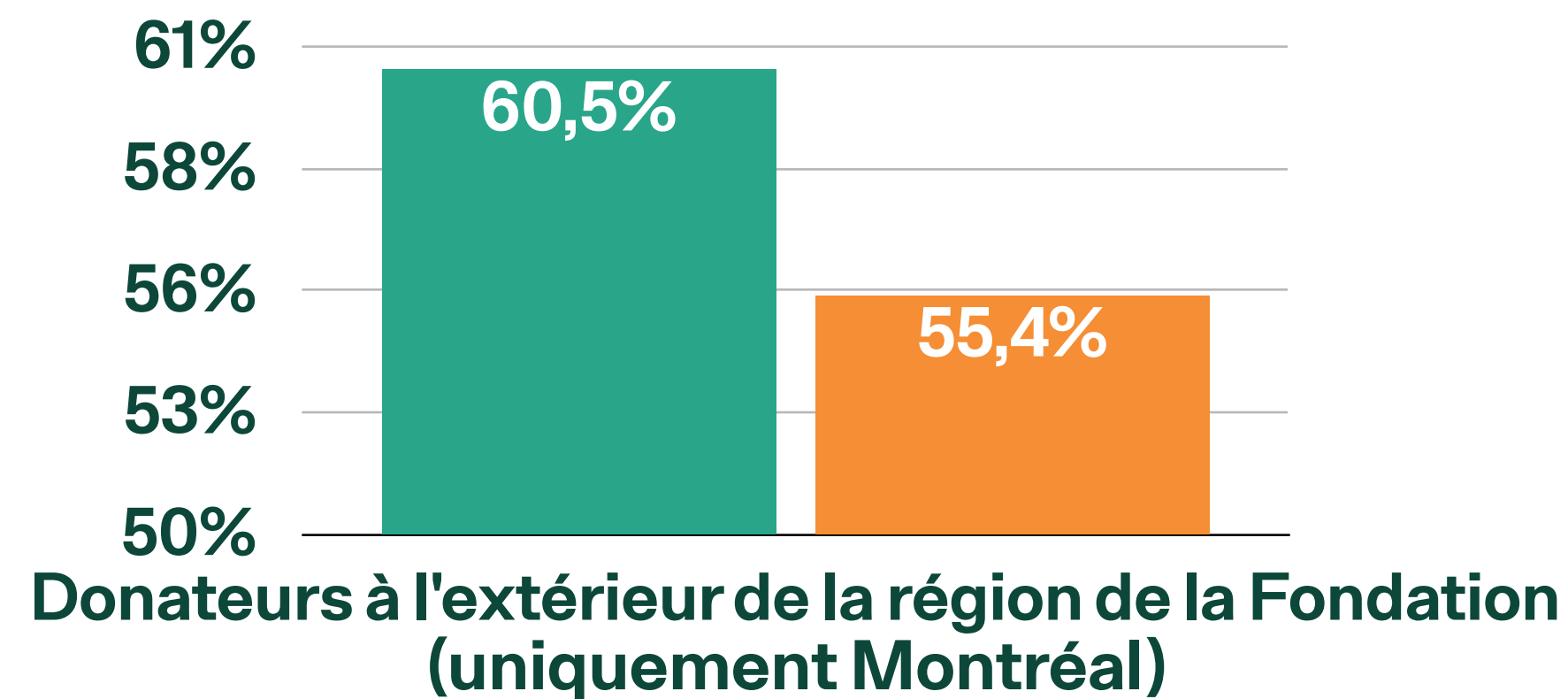
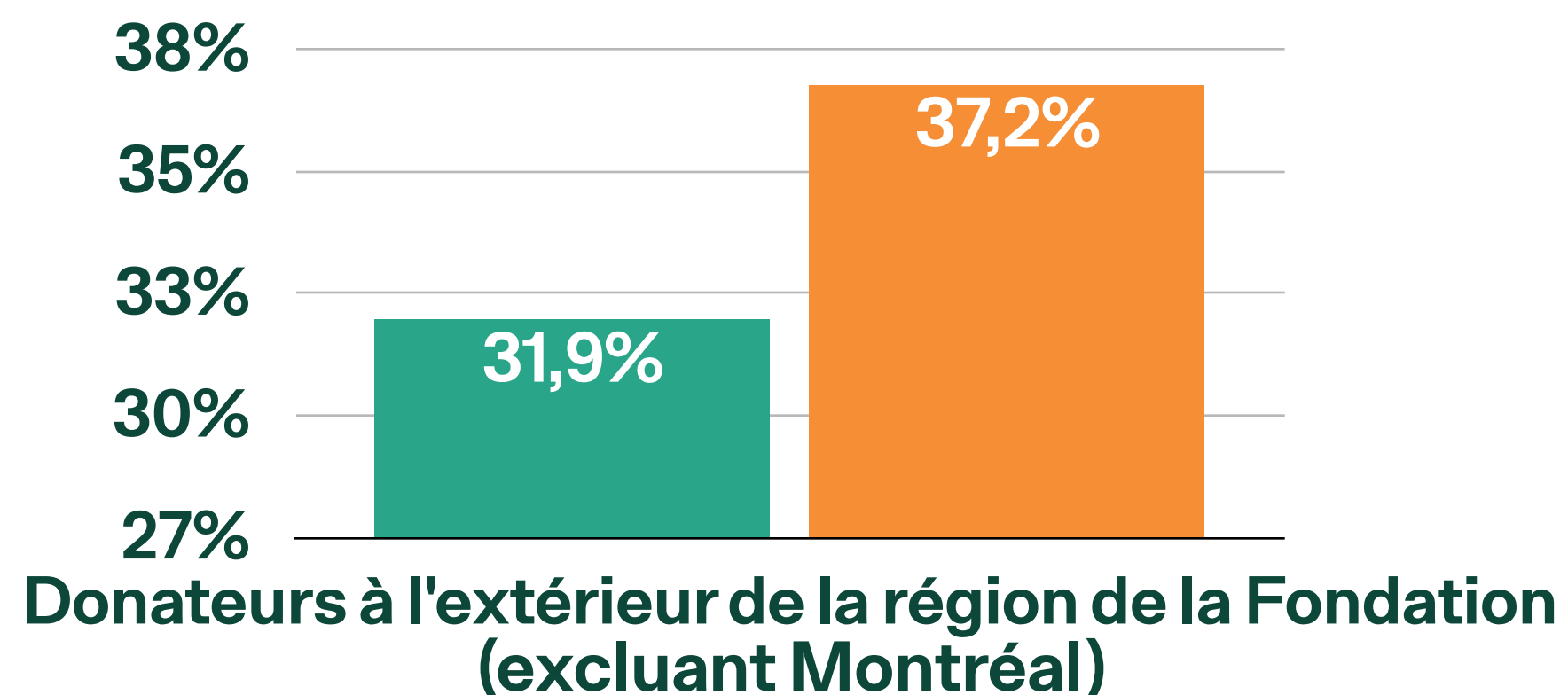
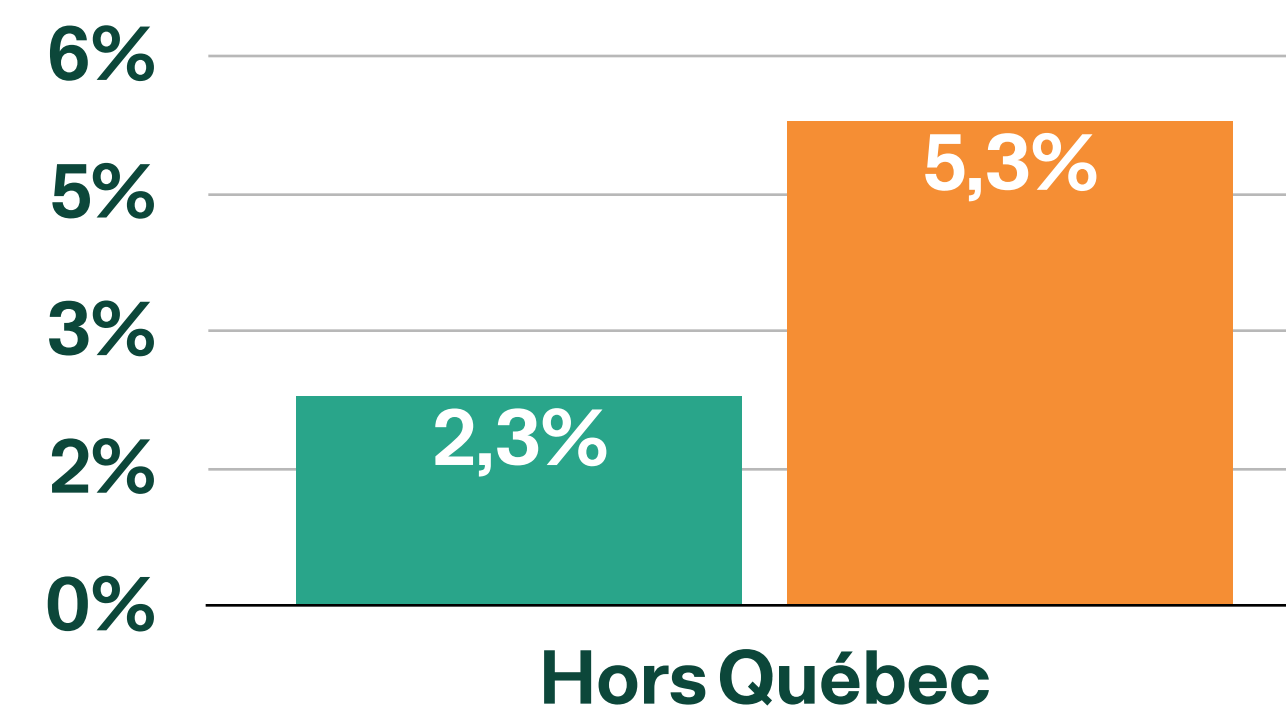
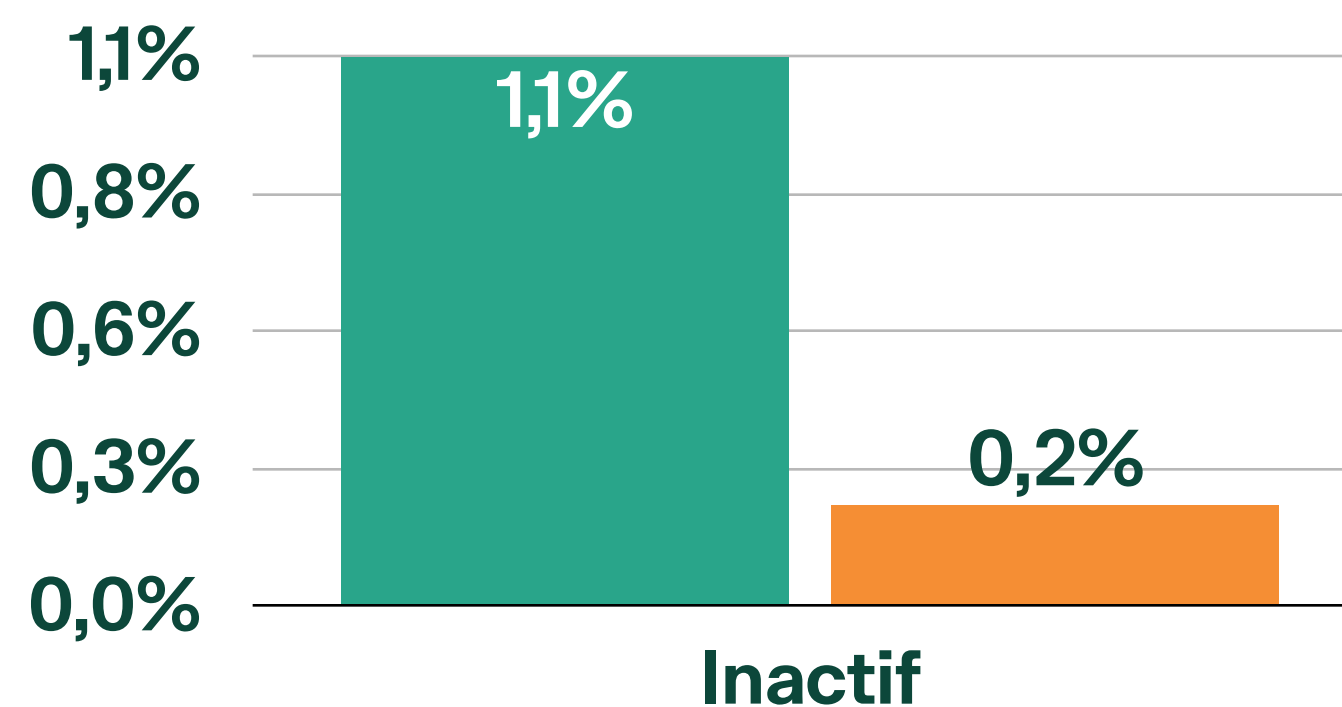
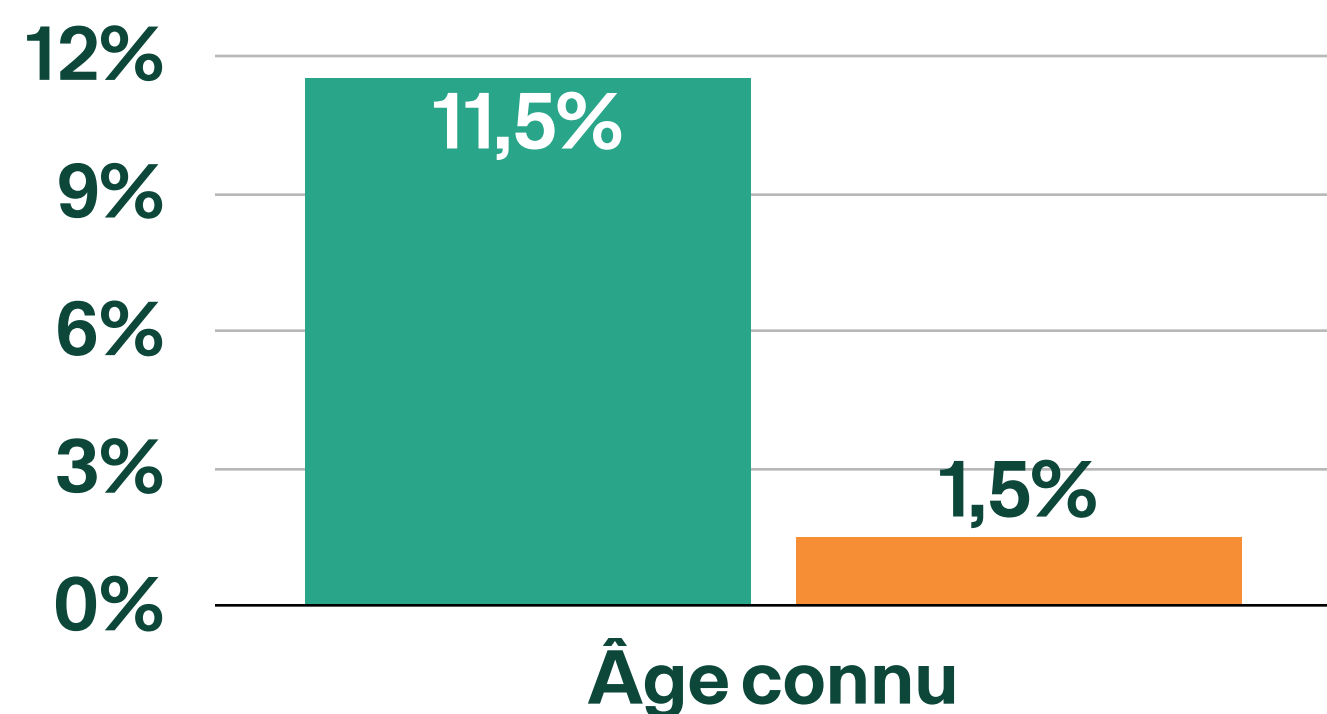
- 🌀 Établissements d'enseignement - 25,8 % / Diffuseurs culturels - 41,0 % / Accès à la culture - 62,8 % / Institutions muséales - 23,1 %.
- 🌀 Pour les établissements d'enseignement, on peut constater que le nombre de donateurs a augmenté de 86,6 % en cinq ans. Par contre, leurs dons moyens ont diminué de 64,0 % faisant décroître le montant total.

Impacts directs de la pandémie (2019 vs 2020)

-  Pour les Individus : nous constatons une légère baisse pour 3 des 4 catégories (Portrait global sur 5 ans) qui varient respectivement de **-1,1 %** à **- 2,6 %** et qui sont plus stables que ce à quoi nous nous attendions.
-  Pour le Corporatif : nous constatons une chute importante pour le nombre de donateurs et de dons, mais une croissance du montant total grâce à des engagements plus importants.
-  Montant moyen : nous visualisons un plus grand engagement de la part des donateurs corporatifs avec un don moyen en croissance de **59,5 %**.
-  Événements et In Memoriam : leur nombre de donateurs a drastiquement chuté entre 2019 et 2020 avec des baisses représentants respectivement **44,7%** et **24,4%**.
-  Campagne annuelle : croissance constante du nombre de donateurs entre 2017 et 2020 pour les Individus. Cependant, la forte hausse entre 2019 et 2020 de **9,3 %** a été contrebalancée par une baisse en 2021 de **7,6 %**.
-  Don en ligne : croissance accélérée du don en ligne dans les organisations (Individus: **+16,3 %** / Corporatif: **+54,8%**). Il représente maintenant **11,8 %** de toutes les transactions.

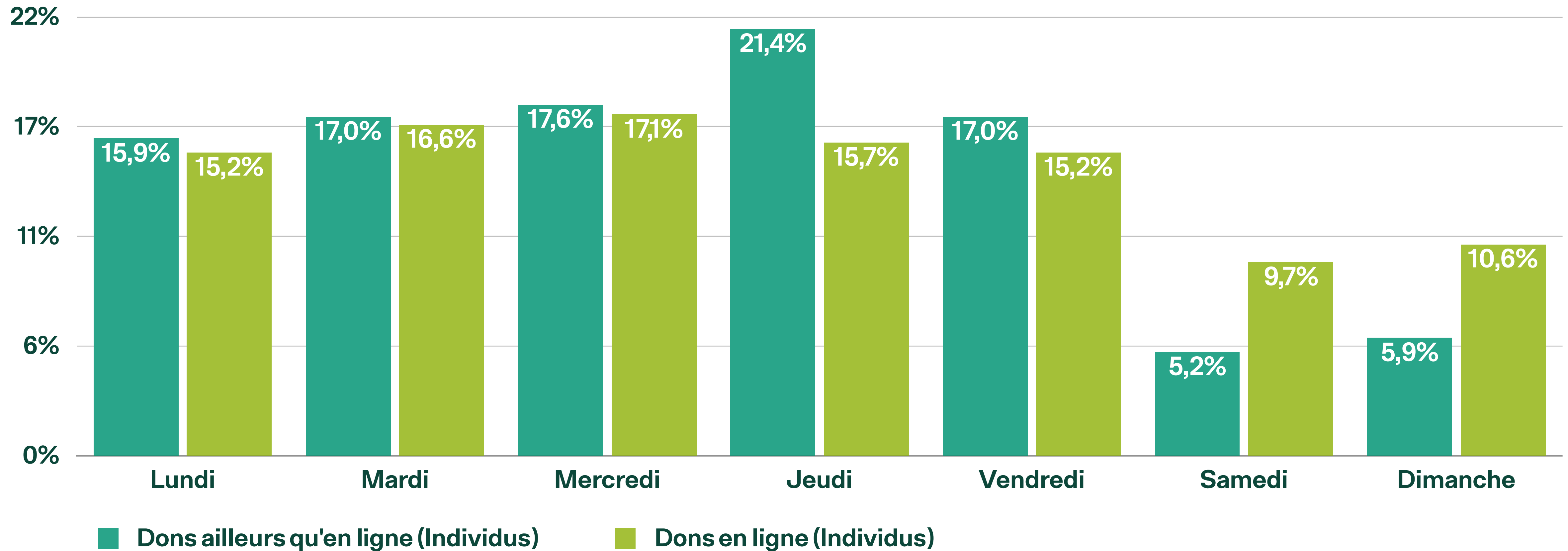
Portrait moyen des bases de données

Les données suivantes montrent les ratios moyens observés chez les organismes et les fondations.



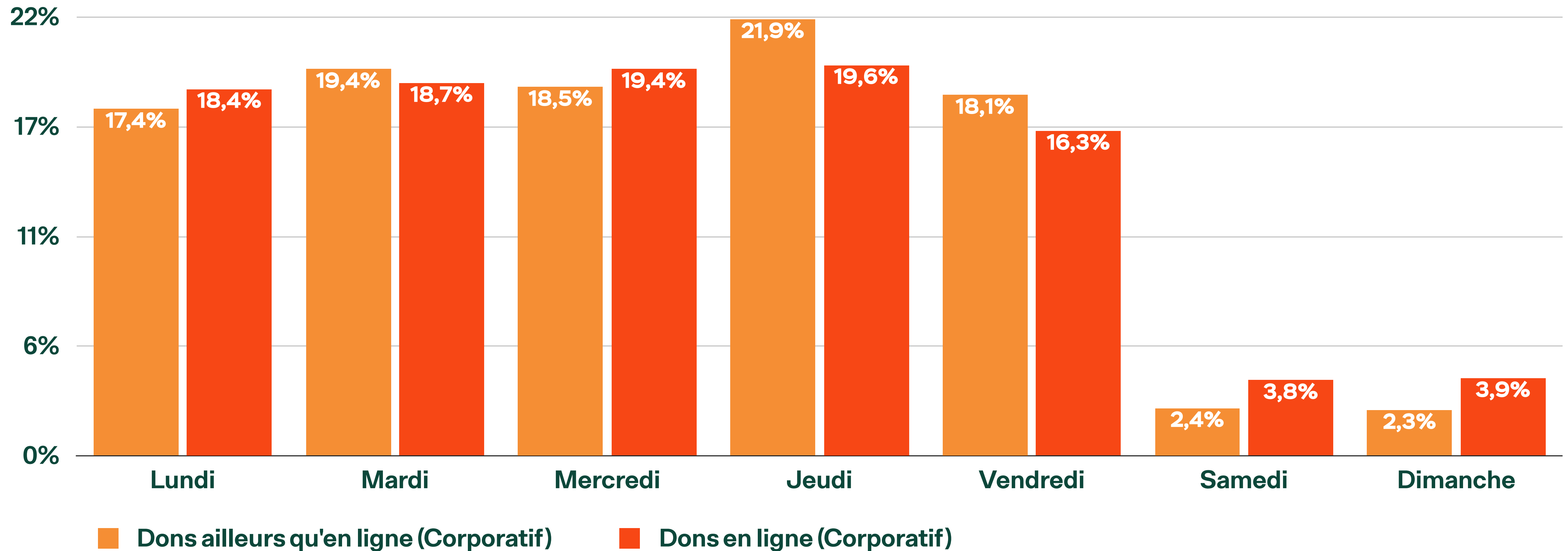
■ Individus ■ Corporatif

Répartition des dons dans la semaine



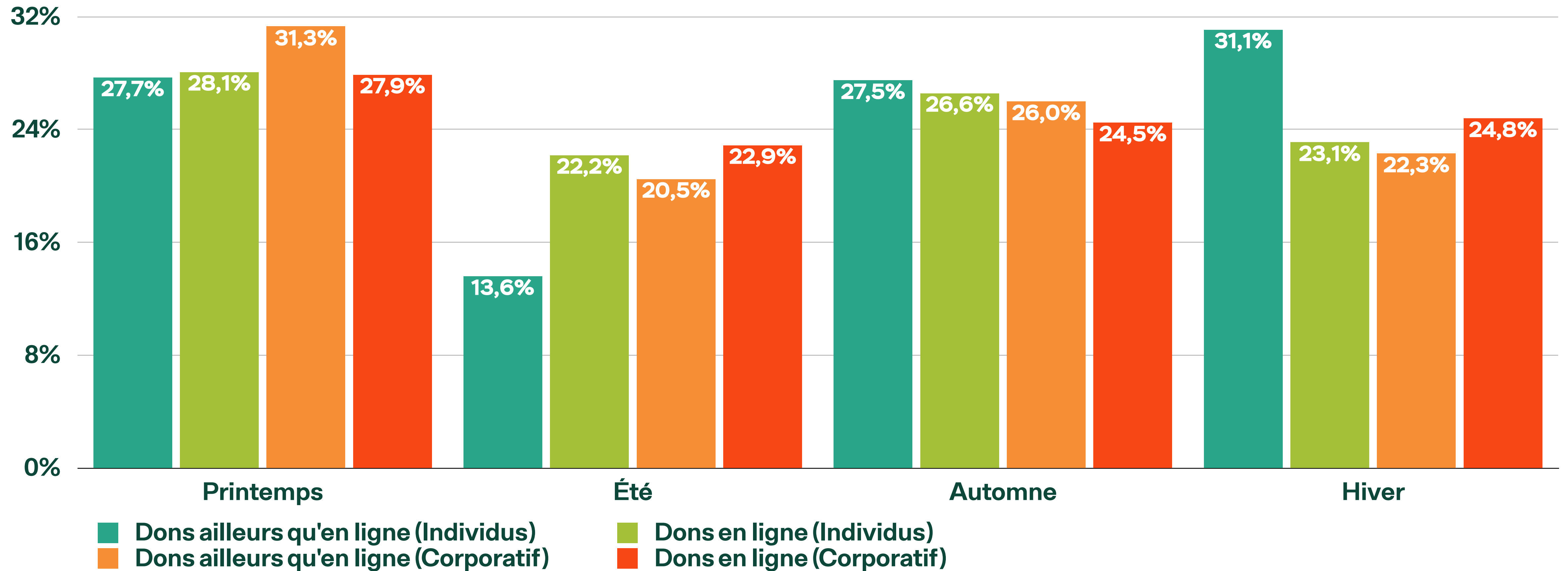
Note : Les dons par jour de la semaine peuvent posséder un biais en raison des méthodes ou habitudes de saisie des fondations.

Répartition des dons dans la semaine



Note : Les dons par jour de la semaine peuvent posséder un biais en raison des méthodes ou habitudes de saisie des fondations.

Répartition des dons par saison



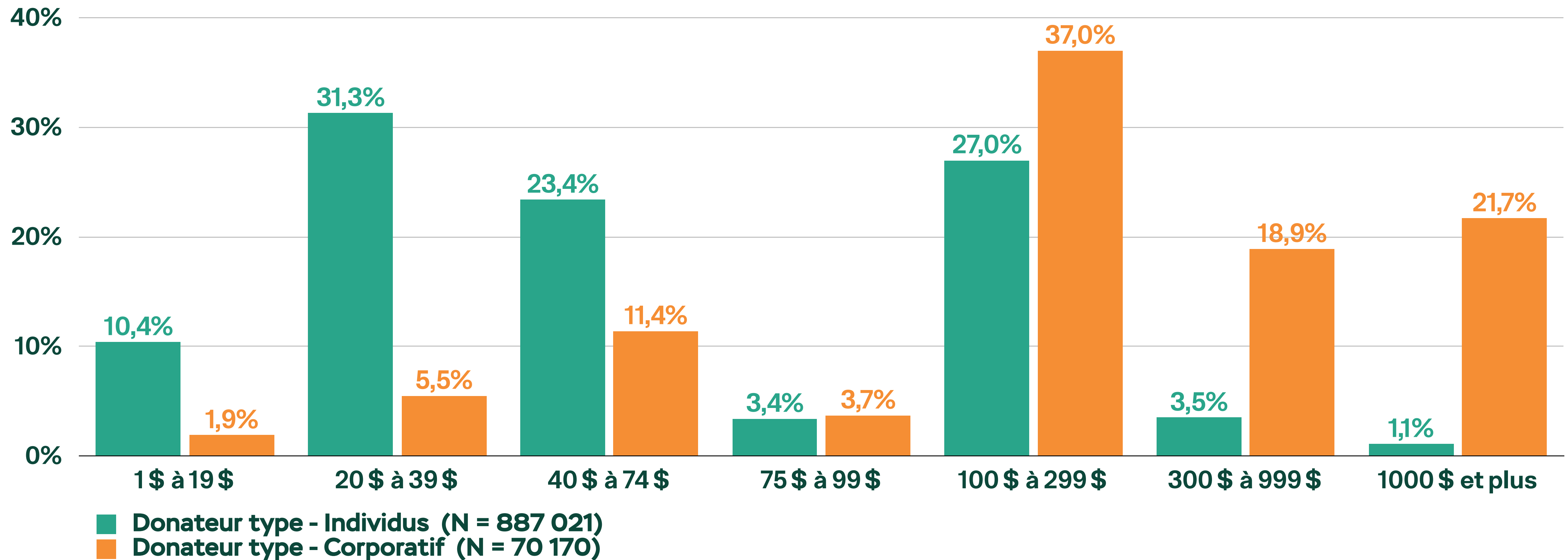
A large, stylized teal number '3' is positioned on the left side of the image, partially overlapping the text.

Le don au Québec

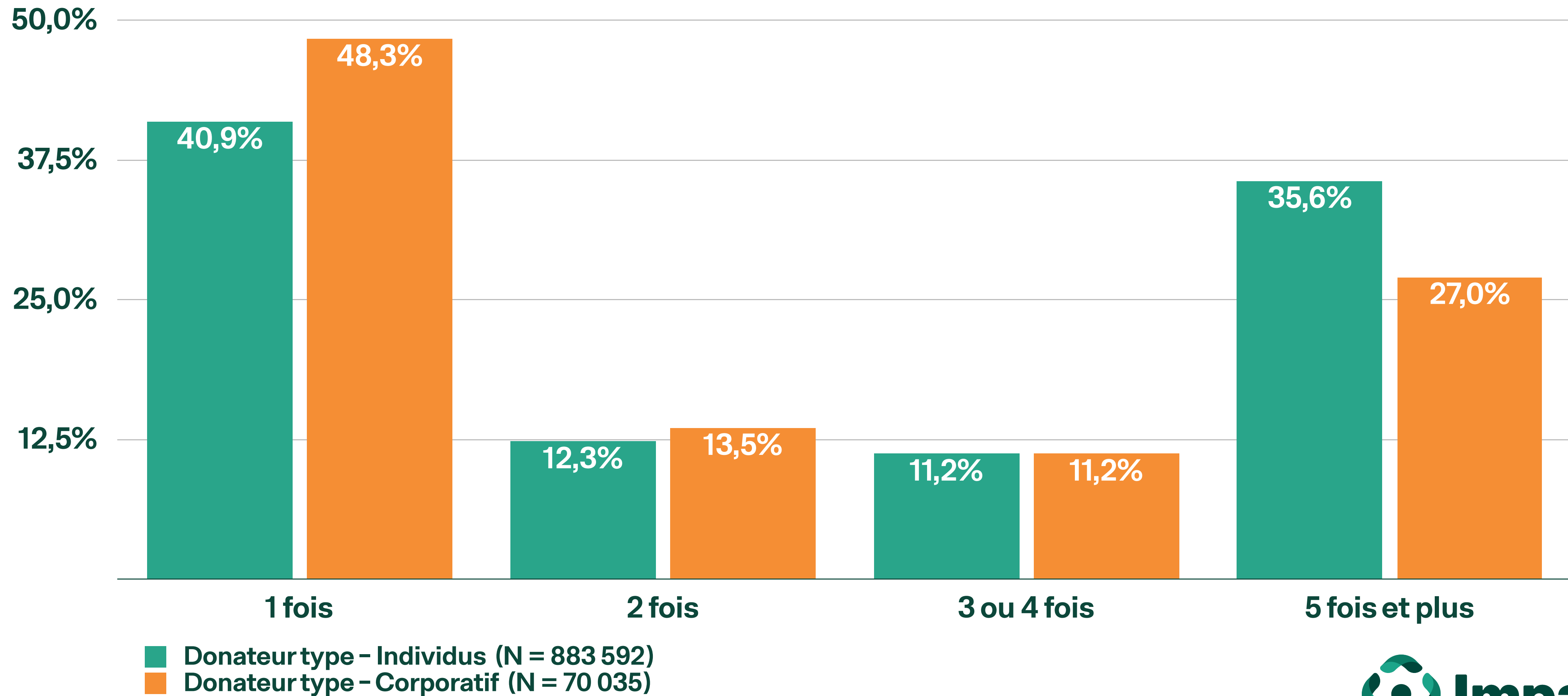
Le don moyen au Québec

	Donateur type – Individus N = 887 021	Donateur type – Corporatif N = 70 170
Moyenne	131,19 \$	3 823,86 \$
Moyenne sans les dons de 500 \$ et plus	67,07 \$	95,02 \$
Moyenne sans les dons de 1000 \$ et plus	75,69 \$	163,71 \$
Médiane	50,00 \$	270,00 \$

Répartition des montants donnés



Fréquence des transactions (sur la période analysée)



Relation entre le premier et le dernier don

Donateur type - Individus

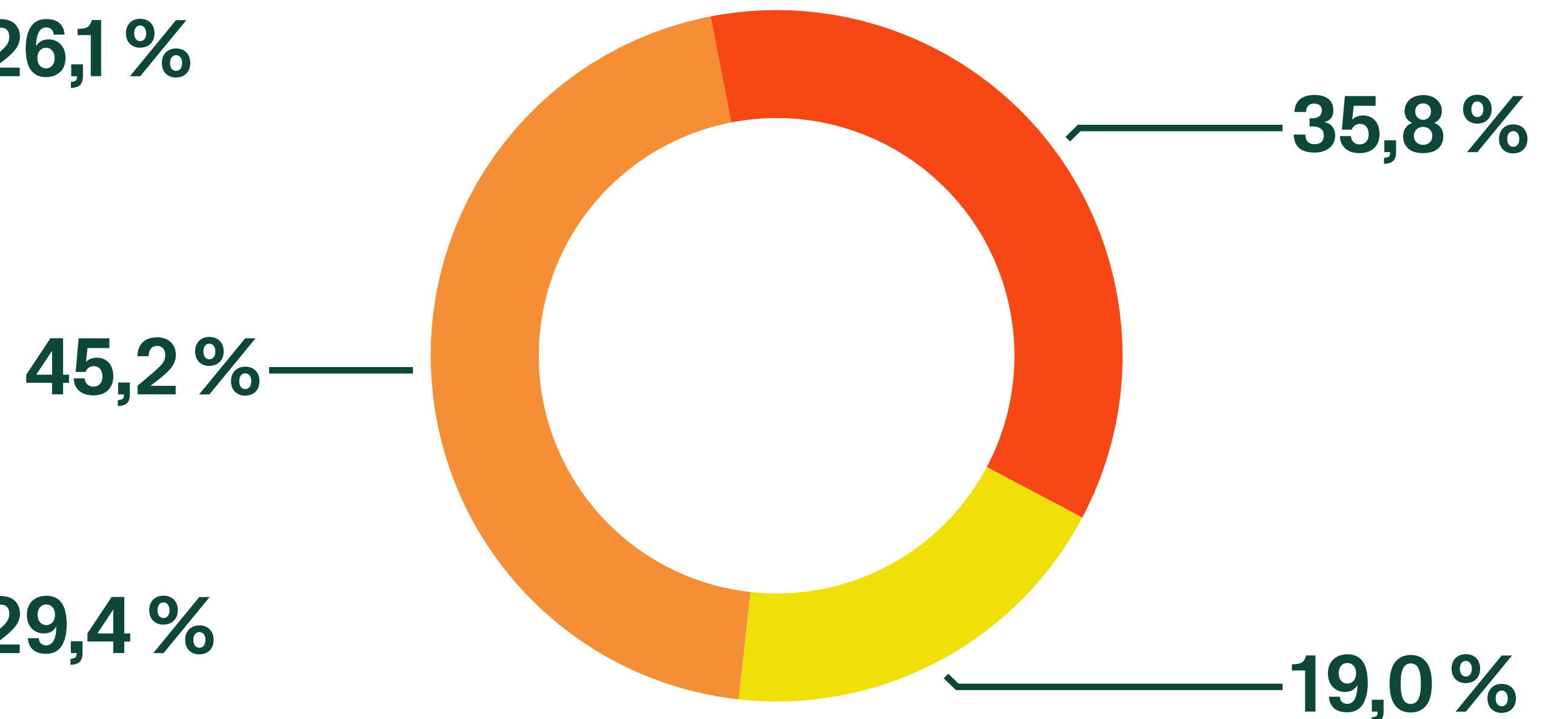
N = 525 583



- Moins au premier don
- Exactement le même montant
- Plus au dernier don

Donateur type - Corporatif

N = 36 330



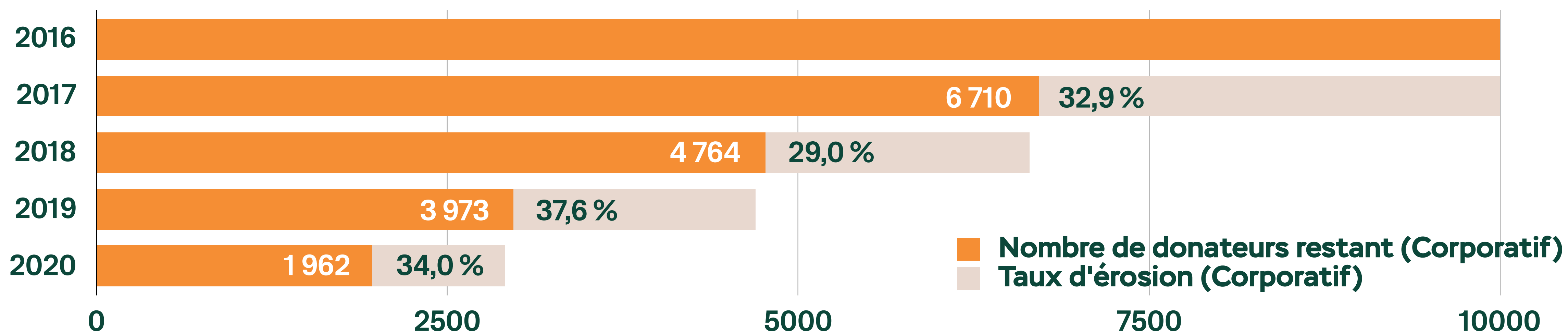
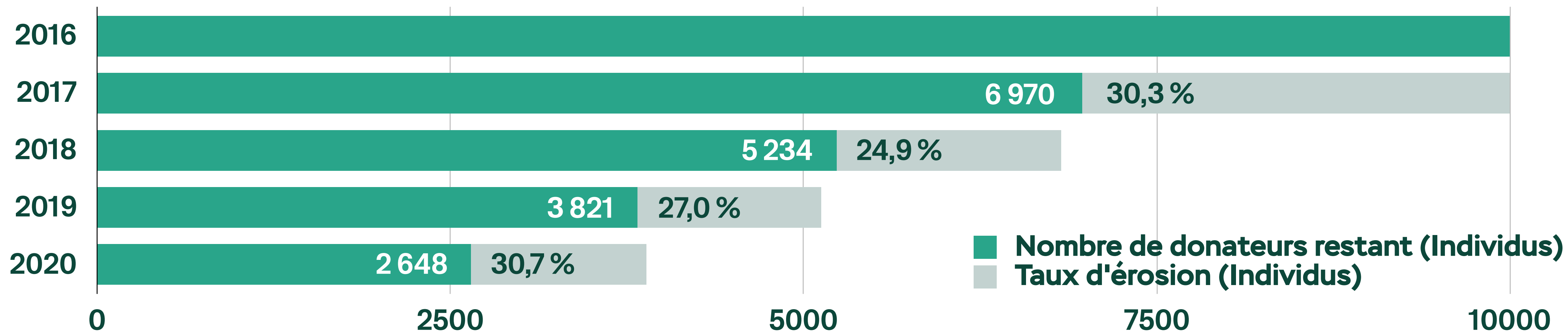
- Moins au premier don
- Exactement le même montant
- Plus au dernier don

Évolution du don dans le temps

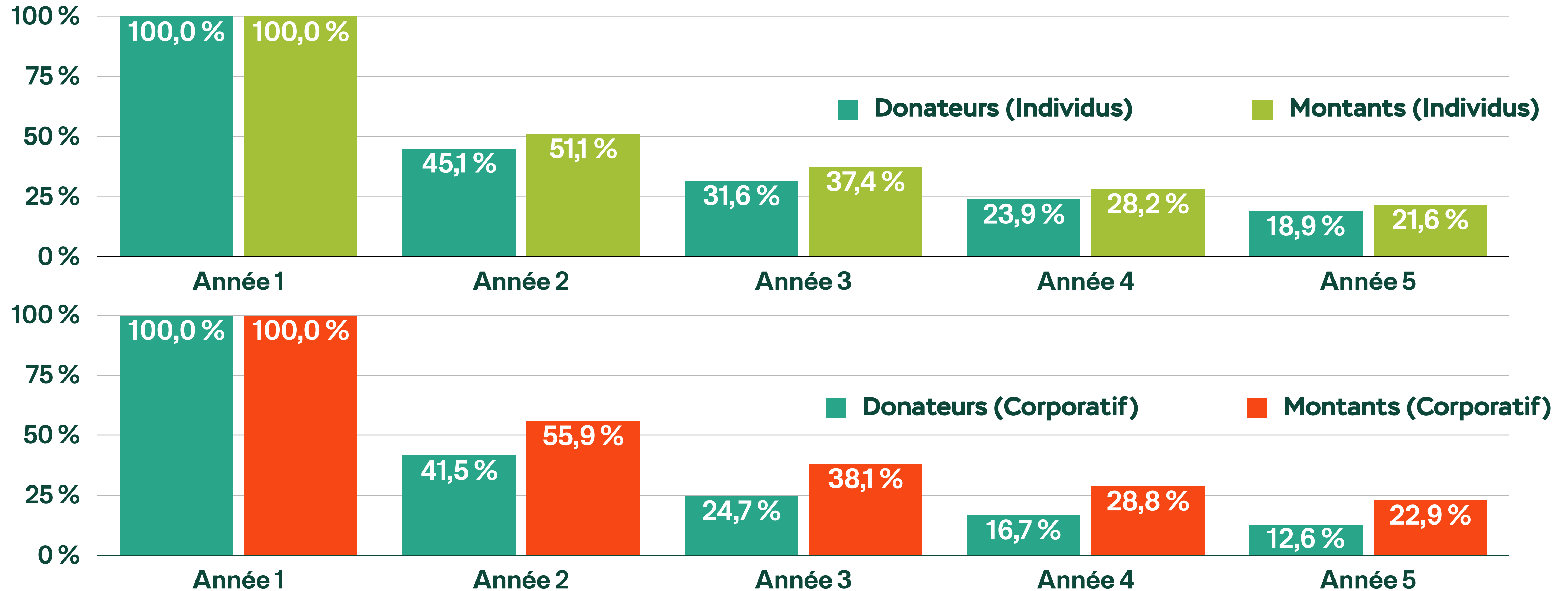
Individus	Premier don	Deuxième don	Troisième don	Quatrième don	Cinquième don
Jours écoulés depuis le premier don	0	411	770	1097	1399
Jours écoulés avant le don	0	411	359	327	301
Montant donné	127,20 \$	137,11 \$	140,00 \$	147,69 \$	159,60 \$
Évolution du don	--	8 %	2 %	5 %	8 %

Corporatif	Premier don	Deuxième don	Troisième don	Quatrième don	Cinquième don
Jours écoulés depuis le premier don	0	361	704	1020	1299
Jours écoulés avant le don	0	361	343	316	278
Montant donné	284,45 \$	344,49 \$	443,36 \$	515,87 \$	547,64 \$
Évolution du don	--	21 %	29 %	16 %	6 %

Érosion moyenne

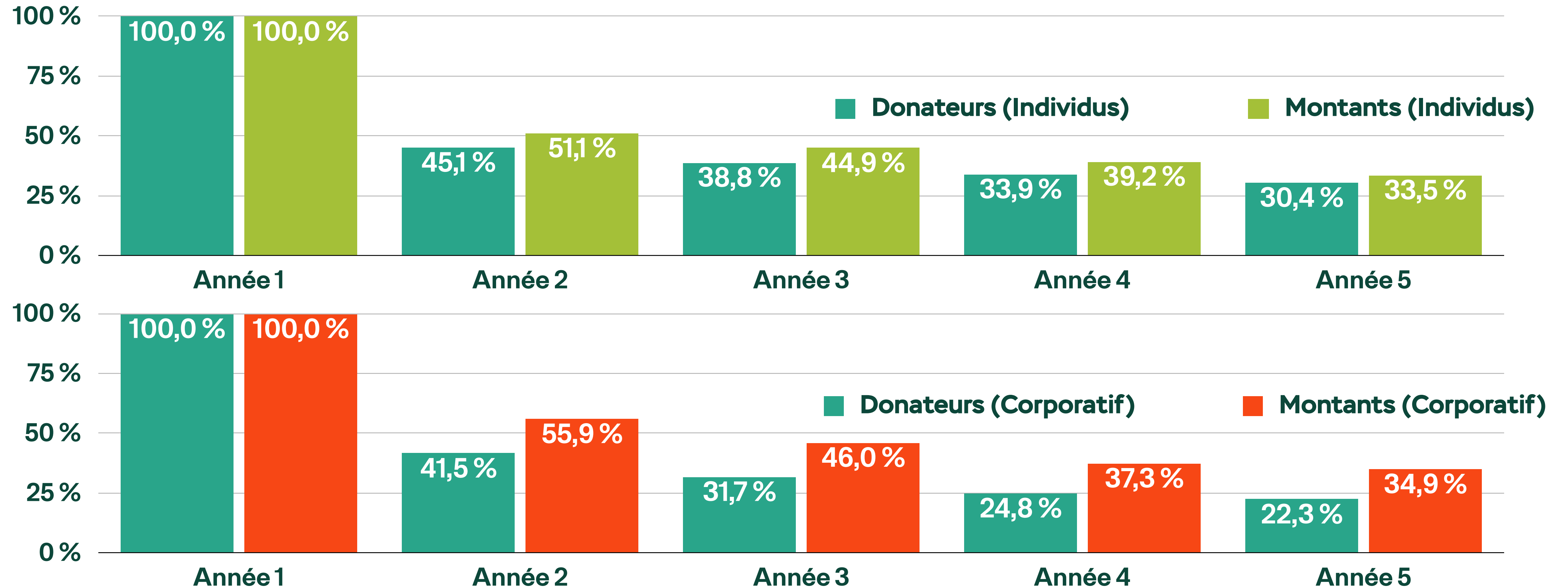


Attrition avec élimination directe



Avec élimination directe: Un individu qui ne donne pas à une année est automatiquement disqualifié pour le calcul de l'attrition.

Attrition sans élimination directe



Sans élimination directe: Un individu qui ne donne pas au cours d'une année peut revenir donner plus tard sans être disqualifié. Les seuls individus qualifiés sont ceux ayant donné à l'année 1. Un individu est considéré actif pour toutes les années entre deux dons connus sachant qu'il a donné à l'année de référence.



Portrait
sociodémographique
Section individus

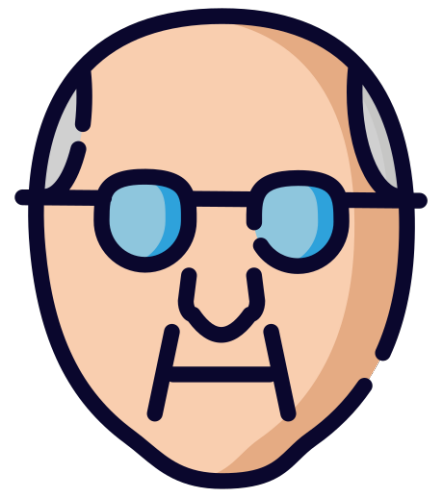
Genre des donateurs

N = 887 021





Génération



Matures

(Né en 1945 ou avant)



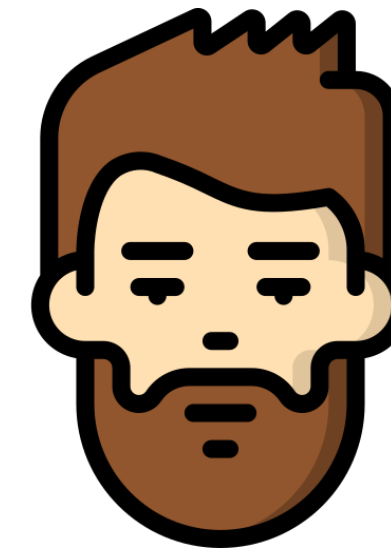
Boomers

(Né entre 1946 et 1965)



X

(Né entre 1966 et 1980)



Y

(Né entre 1981 et 1995)



Z

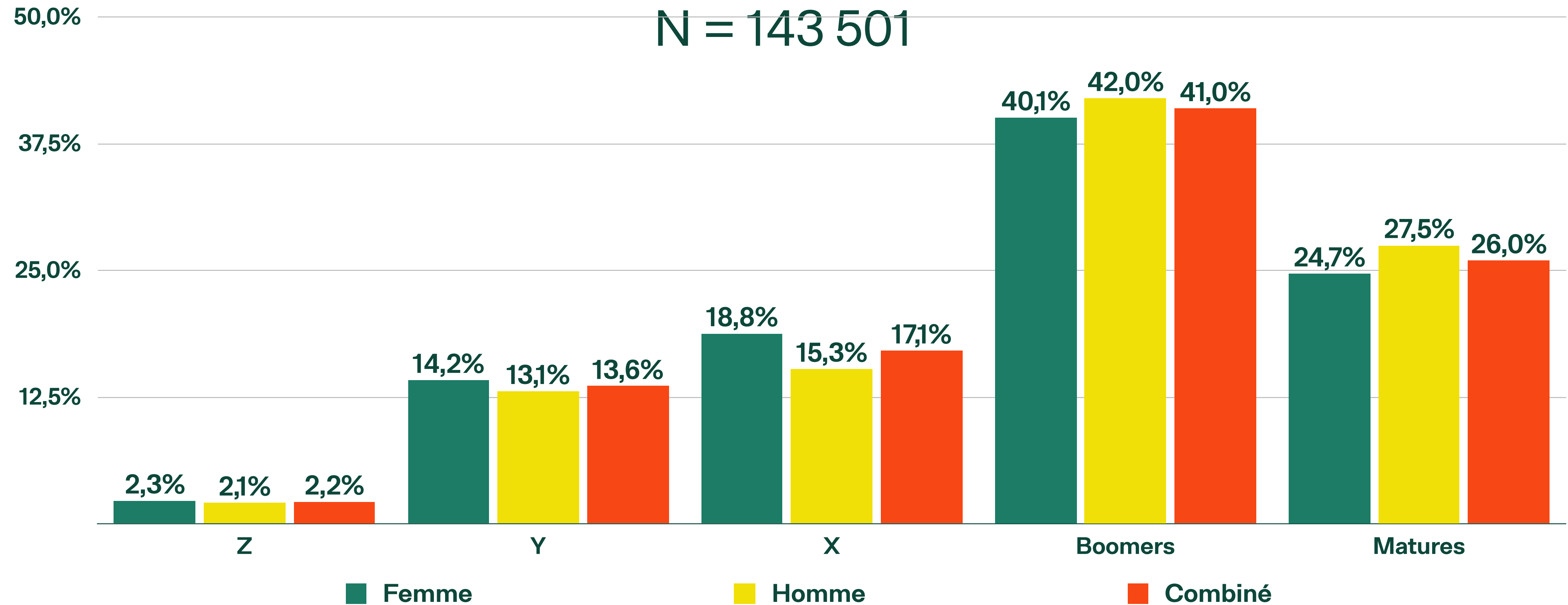
(Né en 1996 ou après)

- 🌀 Dans l'ensemble des bases de données, l'âge est connu pour 16,2 % des donateurs.
- 🌀 L'âge moyen des donateurs est de 62,2 ans.
- 🌀 L'âge moyen des femmes est de 61,4 ans et de 63 ans pour les hommes.
- 🌀 L'âge médian est de 65,0 ans.



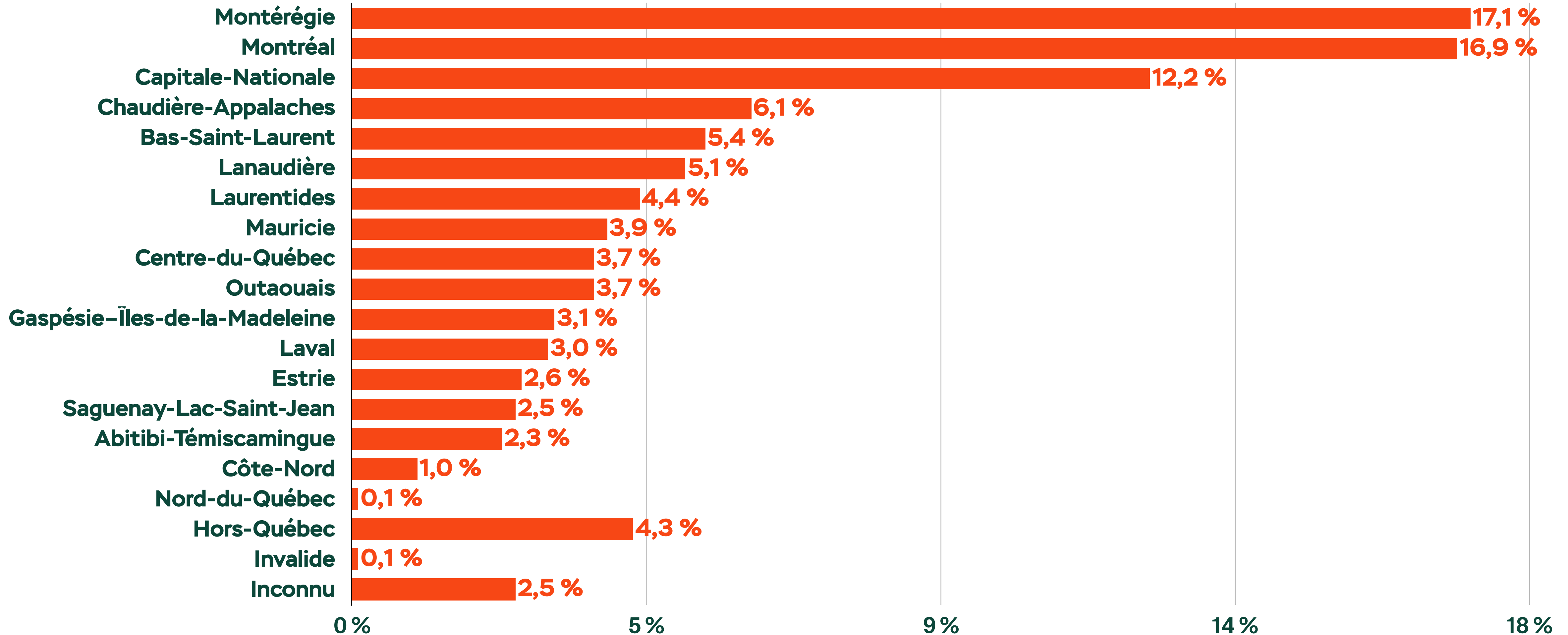
Répartition des générations

N = 143 501





Répartition des régions administratives



Dons en milieu rural vs urbain



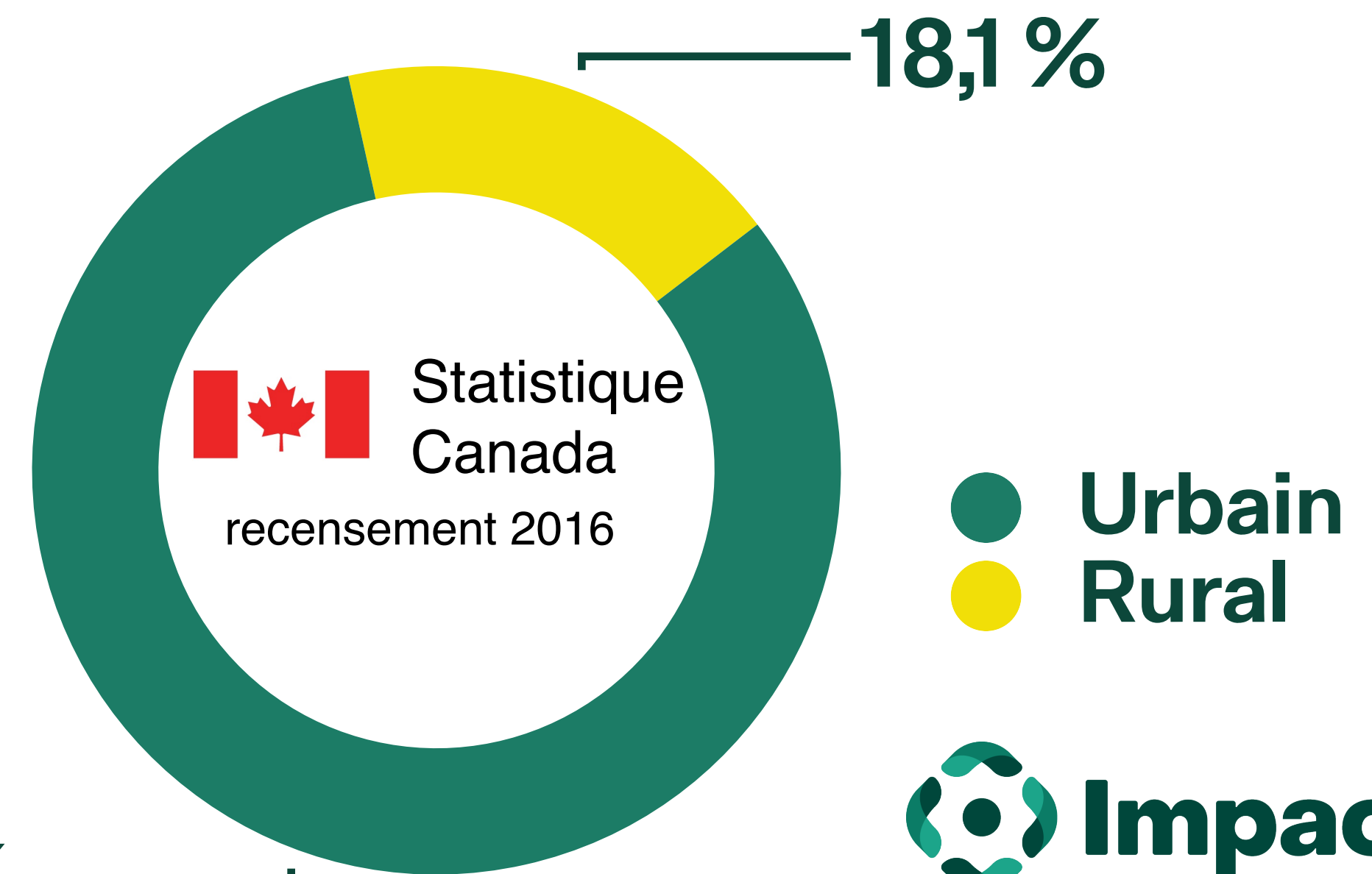
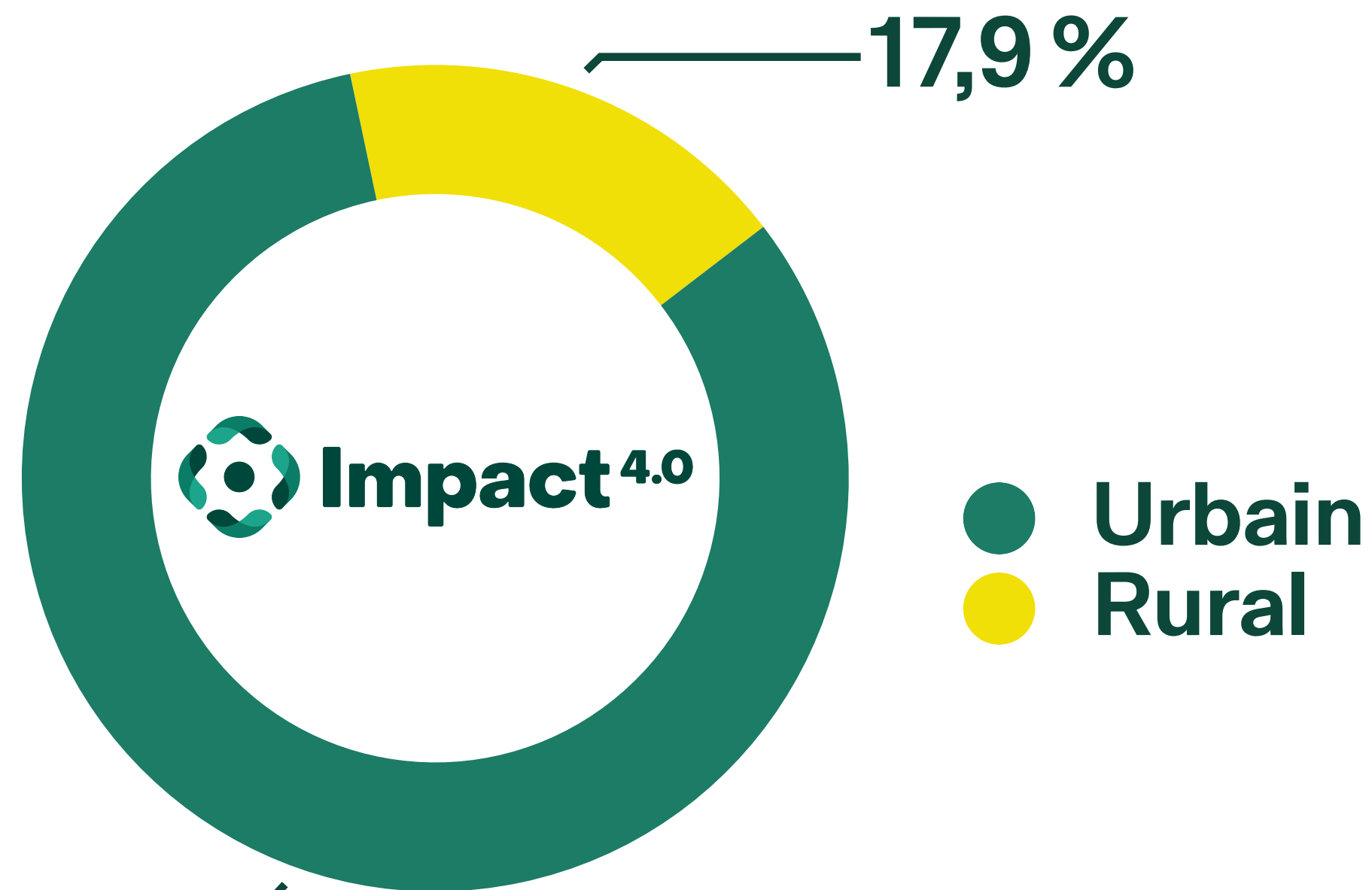
89,75 \$

Moyenne des dons en milieu rural



140,55 \$

Moyenne des dons en milieu urbain



82,1 %

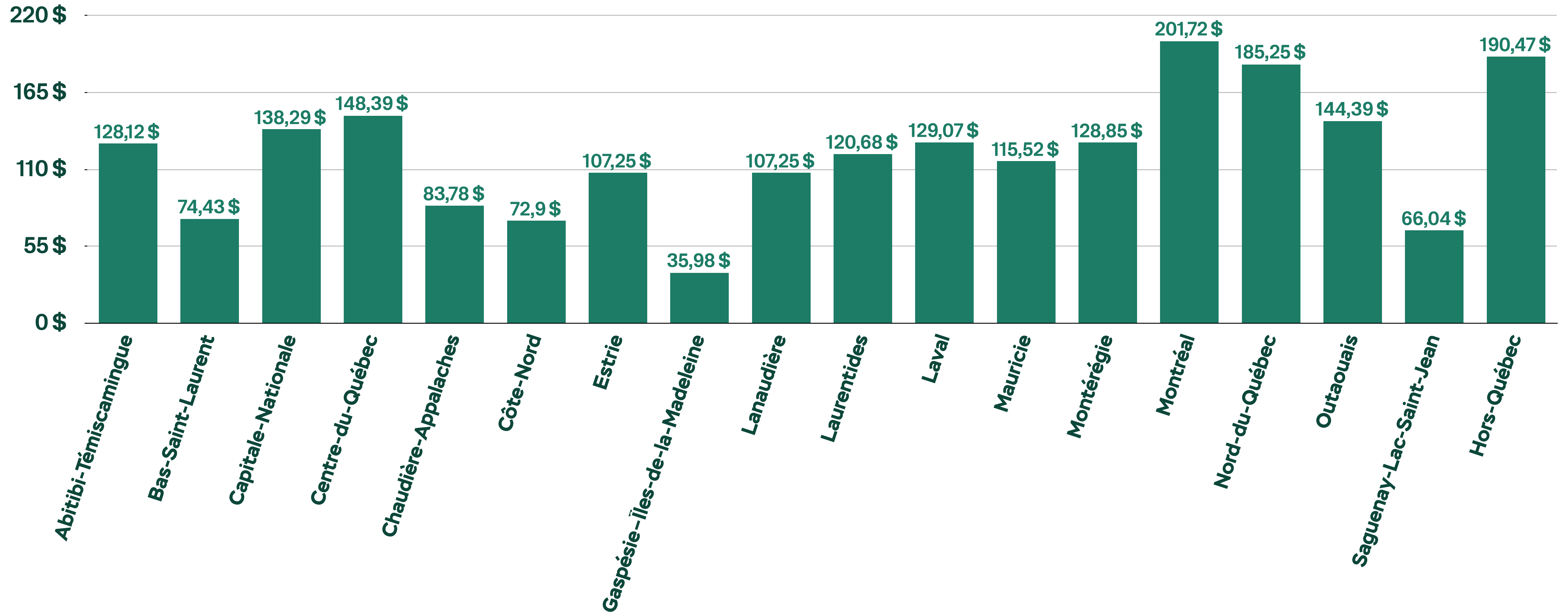
81,9 %







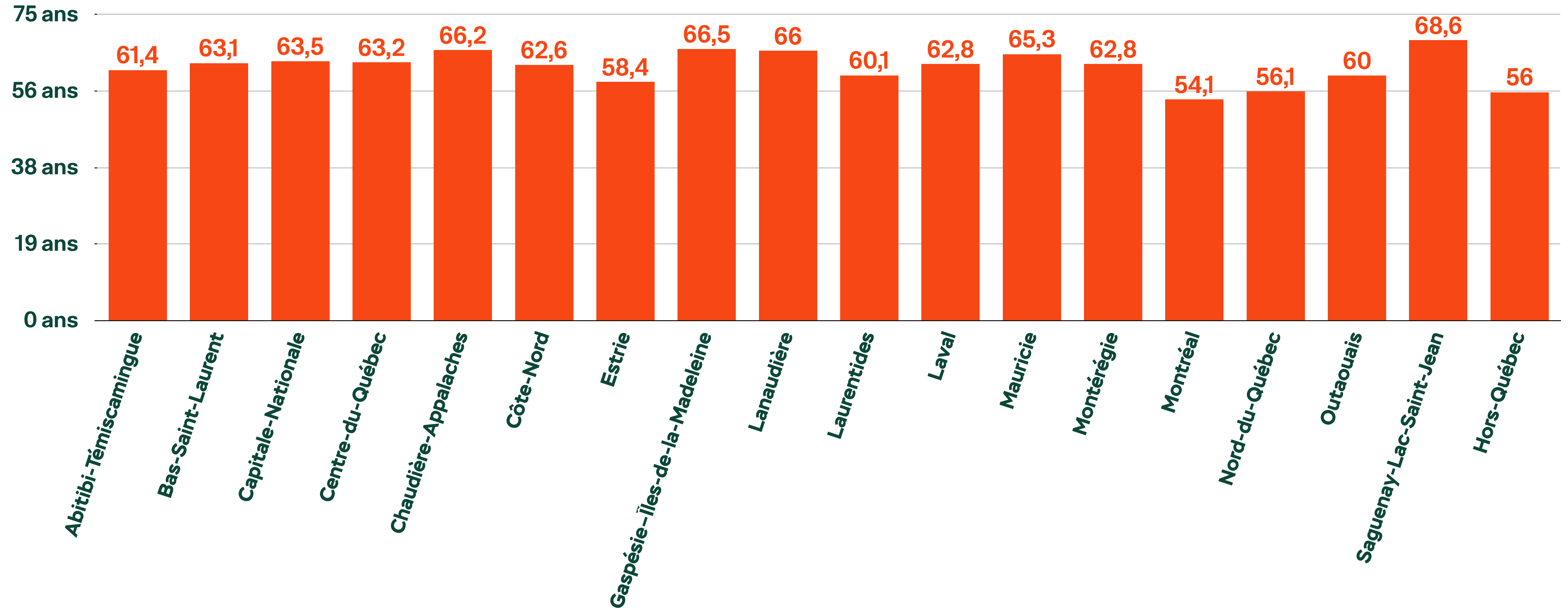
Don moyen par région du donateur



Note : L'absence d'un organisme situé sur le territoire de la Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine influence directement son don moyen. L'ensemble des dons de cette région a été fait à des organismes provinciaux ou régionaux comme ceux de Montréal, de Québec ou du Bas-Saint-Laurent.

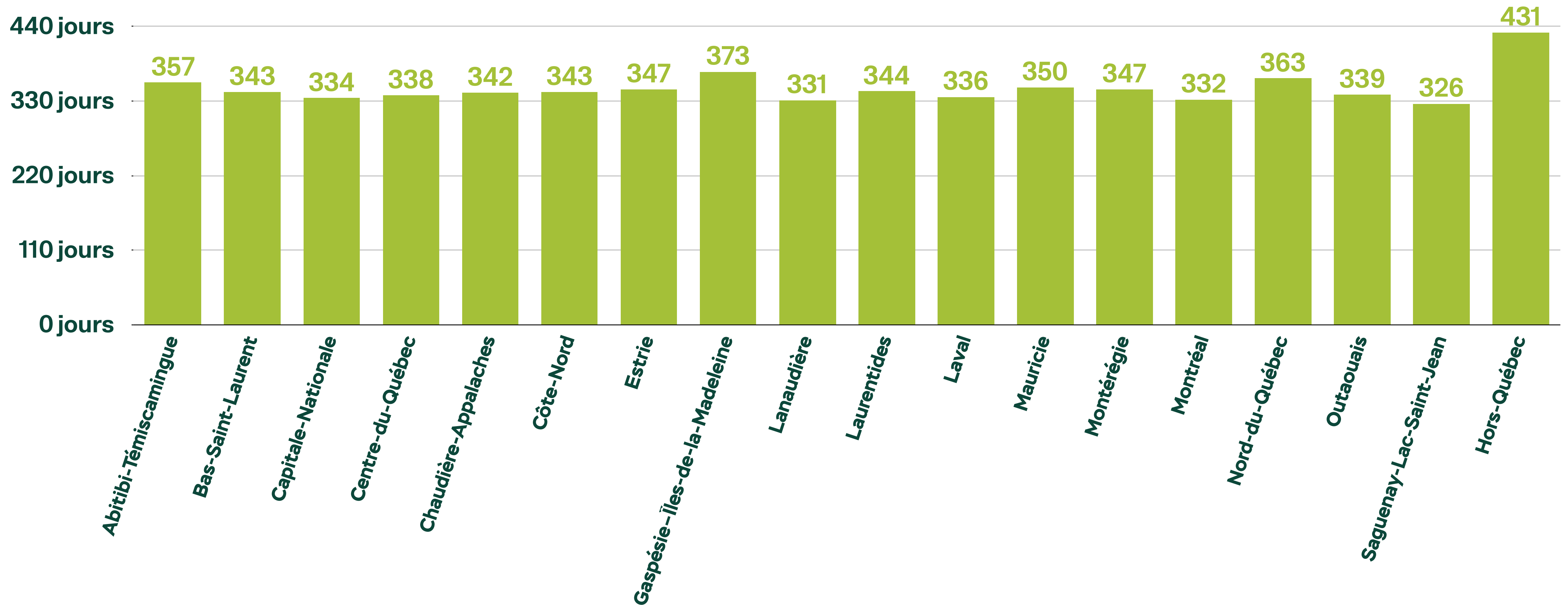


Âge moyen par région du donateur





Délai moyen par région du donateur





Constats et recommandations



5 grands constats tirés de l'analyse





Tendances du marché

Entre 2017 et 2021, les données confirment une augmentation des revenus des organismes (+27.8%), une légère augmentation du nombre de donateurs (1.2%) mais une diminution du nombre de dons (-2.7%). Les organismes des secteurs de l'éducation, des arts et de la culture ont connu une décroissance des dons.

02

Érosion importante des donateurs

Nous constatons une perte de 24 à 30 % des donateurs annuellement. Considérant la part importante versée par les matures et les boomers, un don moyen moins important chez les générations qui suivent et les tendances sociodémographiques où les prochaines générations sont aussi moins nombreuses, il nous faudra améliorer la performance du secteur pour fidéliser les donateurs, acquérir de nouveaux donateurs et rehausser le don moyen.

3

Fidélisation des individus

Nous constatons que chaque donateur verse en moyenne un seul don par année. Nous réitérons notre recommandation que les organismes effectuent au moins 2 sollicitations par année. L'analyse démontre que le don moyen augmente chez les donateurs demeurant fidèles, cette démarche permettrait d'augmenter sensiblement les dons et revenus des organismes.

4

Fidélisation du secteur corporatif

L'analyse démontre également qu'après 5 ans, 35% des donateurs corporatifs continuent de contribuer aux mêmes organismes. Cela démontre l'importance de disposer d'un plan pour la fidélisation (stewardship) des donateurs, notamment du secteur corporatif afin, d'augmenter la durée de contribution de ce secteur. L'engagement des représentants de ce secteur dans la gouvernance, les comités et les programmes de financement pourrait être une stratégie à développer.

5






Documentation de vos bases de données

Pour mieux personnaliser les démarches de sollicitation et les résultats obtenus, nous réitérons notre recommandation de bien documenter les informations sur les donateurs et maximiser les données obtenues. Cela permettrait d'augmenter la fidélisation des donateurs et d'augmenter le don moyen.



5 bonnes pratiques pour une saine gestion de votre base de données



-  **1 Favoriser une codification alignée et structurée**
-  **2 Rédiger une documentation interne d'utilisation**
-  **3 Utiliser et comprendre les codes de provenance**
-  **4 Créer et documenter les bonnes caractéristiques (zones de champs personnalisés)**
-  **5 Procéder au dédoublonnage régulièrement**



5 stratégies essentielles à votre marketing relationnel



- 1** Approfondir le degré de connaissance de vos donateurs pour mieux segmenter et adapter vos sollicitations
- 2** Fidéliser les donateurs : tout commence par une communication personnalisée
- 3** Augmenter la fréquence de dons des donateurs fidèles en maximisant, entre autres, le nombre de donateurs mensuels
- 4** Réactiver plus rapidement vos donateurs afin de diminuer le temps entre deux dons
- 5** Convertir les participants de vos activités populaires en donateurs annuels

Nous tenons à remercier l'ensemble des organismes et fondations qui ont généreusement accepté de nous partager leurs données

Association du cancer de l'Est du Québec
Centraide Abitibi Témiscamingue et Nord-du-Québec
Centraide Centre-du-Québec
Centraide Duplessis
Centraide Gatineau-Labelle-Hautes-Laurentides
Centraide Lanaudière
Centraide Mauricie
Centraide Sud-Ouest du Québec
Développement et paix
École de technologie supérieure, Diplômés et Philanthropie
Équiterre
Fondation À Notre Santé
Fondation Aline-Letendre
Fondation Anna-Laberge
Fondation Centre Normand Léveillé
Fondation CERVO
Fondation Charles-Bruneau
Fondation Collège de Lévis
Fondation de Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Fondation de la faune du Québec
Fondation de la santé de Rivière-du-Loup
Fondation de la santé et des services sociaux de Manicouagan
Fondation de l'École supérieure de ballet du Québec
Fondation de l'Hôpital de Memphrémagog
Fondation de l'Hôpital du Sacré-Coeur de Montréal
Fondation de l'Hôpital Sainte-Anne-de-Beaupré
Fondation de l'Université du Québec à Trois-Rivières
Fondation de l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue
Fondation de ma vie
Fondation des Patro
Fondation des pompiers du Québec pour les grands brûlés
Fondation DMV
Fondation du Cégep de La Pocatière
Fondation du Centre hospitalier régional de Rimouski
Fondation du CHUM
Fondation du Grand Montréal
Fondation du Musée de la civilisation
Fondation du Musée national des beaux-arts du Québec

Nous tenons à remercier l'ensemble des organismes et fondations qui ont généreusement accepté de nous partager leurs données

Fondation Hôpital Charles-LeMoine
Fondation Hôpital de La Malbaie
Fondation Hôpital Pierre-Boucher
Fondation Hospitalière d'Amos
Fondation Hôtel-Dieu de Lévis
Fondation IUCPQ
Fondation La Clé
Fondation Maison Marie-Élisabeth
Fondation médicale des Laurentides et des Pays-d'en-haut
Fondation pour la Santé du Nord de Lanaudière
Fondation pour les aînés et l'innovation sociale
Fondation québécoise du cancer
Fondation RÉA
Fondation régionale pour la santé de Trois-Rivières
Fondation René-Verrier
Fondation Santé Gatineau
Fondation Santé Rouyn-Noranda
Fondation Santé Sud de Lanaudière
Fondation Santé Urbaine
Fondation Source Bleue
Fondation St-Hubert
Fraser-Hickson Institute
L'Arche-Montréal
Le Parados Inc.
Maison de soins palliatifs Sault-Saint-Louis
Moisson Montréal
Moisson Rive-Sud
Opéra de Montréal
Orchestre symphonique de Québec
Orchestre Symphonique de Trois-Rivières
Oxfam-Québec
Préma-Québec
Programme d'aide aux médecins du Québec
Société Alzheimer de Québec
Société de la SLA du Québec
Société St-Vincent de Paul St-Jean
TNM - Théâtre du Nouveau Monde

The logo icon for Impact 4.0 is a circular emblem composed of several overlapping, curved segments in shades of light blue and white, arranged in a pattern that suggests a globe or a network.

Impact 4.0

The logo icon for BNP Performance Philanthropic is a stylized white cross with rounded ends.

BNP PERFORMANCE
PHILANTHROPIQUE

The logo icon for Unicause is a white circle containing a black line graph with three data points.

UNICAUSE

The logo icon for Prodon is a white stylized figure of a person with arms raised, resembling a hand or a gesture of giving.

PRODON
DONS.DONATEURS

absolu