
Le Projet en philanthropie individuelle : La recherche aide à faire avancer les choses relativement aux attitudes et aux comportements en matière de dons de bienfaisance (1re partie)

Illustration par Paul Dotey

The Philanthropist *publiera en deux numéros consécutifs cet article qui est le deuxième d'une [série](#) de trois consacrée au Projet en philanthropie individuelle. La première partie de cet article explore les résultats du sondage en ligne du Projet, tandis que la deuxième partie présentera les données de la recherche recueillies lors de groupes de discussion en différentes régions canadiennes.*

Le 15 juin, Jeff Bezos, deuxième plus grosse fortune au monde, a demandé à ses quelque 220 000 abonnés sur Twitter de lui suggérer des façons de distribuer une partie de sa richesse. Fondateur et PDG d'Amazon, dont l'avoir net s'élèverait à plus de 80 milliards de dollars, il désire contribuer à changer les choses, et cela, sans attendre. « Je veux qu'une grande partie de mes activités philanthropiques soit consacrée à aider les gens dès maintenant (à court terme) en comblant des besoins urgents, mais de façon à produire un impact durable », a-t-il déclaré dans son message. Il ajoutait : « Je réfléchis à une stratégie philanthropique qui soit à l'opposé de ce que je fais habituellement, c'est-à-dire travailler en fonction du long terme. En matière de philanthropie, je suis poussé à rechercher au contraire des résultats immédiats. »

Comme on peut l'imaginer, le fil Twitter de Jeff Bezos a été inondé de suggestions de causes et de domaines d'action louables. Un journaliste du *New York Times* (Frank, 2017) a écrit que cette approche défiait la sagesse conventionnelle en prenant le pas sur la « sagesse du marché ». Que l'appel public de Jeff Bezos « ne constituait pas une réponse à la question susceptible de lui être posée plus souvent s'il devenait l'homme le plus riche [du monde] : Quels sont ses projets pour distribuer une partie ou la totalité de sa richesse? »

Réaction légitime. Mais est-ce la seule question que nous voulons vraiment poser?

[Une étude récente](#) d'Imagine Canada (Benoit, 2017) a démontré que la majorité des Canadiens ayant des revenus plus élevés que la moyenne n'ont pas de plan pour leurs dons de bienfaisance. Beaucoup d'entre eux ne songent pas à un niveau de dons annuel. Ce comportement à l'aveuglette peut-il céder le pas à une approche mûrement réfléchie, moins spontanée, afin que les dons soient basés sur un processus intentionnel, personnel et cohérent?

C'est possible, selon la recherche actuelle.

Ces deux dernières années, en complément à une recherche interne pour laquelle on a interrogé des Canadiens bien nantis en plus d'évaluer des données sur des Canadiens ayant produit leur déclaration de revenus (notamment des Canadiens gagnant plus de 4 millions de dollars annuellement), Imagine Canada a effectué une recherche quantitative et qualitative. En

cherchant à évaluer des moyens de faire avancer les choses relativement aux attitudes et aux comportements en matière de dons, nous avons lancé un sondage en ligne et mené des groupes de discussion en différentes régions canadiennes.

Sondage en ligne

En s'appuyant sur un concept expérimental, les chercheurs ont préparé un sondage quantitatif en ligne pour les personnes dont le revenu et les actifs investissables sont supérieurs à la moyenne. Ce sondage utilisait une « approche standardisée » afin de permettre aux participants de déterminer ce qui constituerait un montant « approprié » pour leurs dons annuels, compte tenu de leur situation personnelle et financière. Par divers moyens ou types d'intervention, on cherchait à modifier leurs habitudes en matière de dons afin d'augmenter leurs dons de bienfaisance. En substance, les chercheurs ayant conçu l'étude poursuivaient trois objectifs : s'appuyer sur les habitudes individuelles en matière de dons annuels; inspirer un nouveau paradigme en ce qui a trait au niveau de dons; et enclencher un processus de planification qui, en théorie, influencerait positivement les niveaux de dons. Cette approche comportait quatre moyens ou types d'intervention :

- **Une calculatrice de dons** qui suggère un montant « approprié » pour les dons en se basant sur des variables personnelles clés, par exemple le revenu, la valeur nette, l'étape de vie, l'âge, l'endettement, etc. Cet outil peut être utilisé de façon autonome; il peut aussi être utile aux professionnels qui conseillent les donateurs et les clients.
- Un **pourcentage du revenu** est recommandé pour les dons; le donateur fait ensuite le calcul et prend une décision éclairée. Ce type d'intervention pourrait être à la base d'une normalisation sociale.
- **Des niveaux prédéterminés** permettent au donateur d'évaluer où il se situe comparativement à d'autres donateurs. Par exemple, on lui présente des catégories de donateurs platine, or et argent (ce peut être dans le cadre d'un article ou d'une infolettre), ce qui lui permettra de savoir dans quelle catégorie il se situe selon les normes acceptées.
- **Le modèle « influence des pairs »** permet au donateur de connaître directement ou indirectement le montant des dons annuels offerts par un de ses pairs sur le plan financier. Comme on sait que les gens veulent se conformer à ce que font leurs pairs, le donateur peut être influencé en apprenant « ce que font des gens comme lui ». Ce moyen peut être efficace en milieu de travail, dans des groupes sociaux ou pour des campagnes destinées au public.

En février 2017, Imagine Canada a diffusé le sondage auquel ont répondu 2027 Canadiens. Les chercheurs avaient ciblé des personnes ayant un revenu annuel d'au moins 150 000 \$ et disposant chaque année d'au moins 200 000 \$ en actifs investissables — un groupe représentant environ 2 % de la population canadienne. Le but premier était de déterminer comment chacun des moyens préconisés dans l'approche standardisée pourrait changer les comportements et augmenter les niveaux individuels de dons. Imagine Canada estimait important de développer un scénario dans lequel les répondants pourraient prendre des décisions reflétant le plus fidèlement possible celles qu'ils prendraient dans la vraie vie — nous ne voulions pas nous borner à produire un autre sondage d'opinion. Nous avons donc développé un concept presque expérimental et, afin de minimiser l'aspect caritatif, le sondage s'est penché sur la planification et les dépenses des participants quant à leur revenu discrétionnaire, en posant au sujet des repas à l'extérieur et des vacances les mêmes

questions que pour les dons de bienfaisance. Les renseignements personnels de base (tels que l'âge, le sexe, le revenu, les actifs, le niveau actuel de dons caritatifs, les attitudes envers les organismes de bienfaisance et les responsabilités individuelles en ce qui a trait aux dons) ont permis de sélectionner les participants au sondage et de choisir pour eux un type d'intervention.

Selon les réponses au sondage, le revenu familial annuel des participants s'établissait en moyenne à 270 400 \$ et la moyenne des actifs investissables de chaque ménage était de 729 700 \$. L'échantillon total comptait des gens de toutes les provinces; il y avait à peu près le même nombre d'hommes que de femmes, et ils étaient âgés de 35 à 64 ans. Les chercheurs ont aligné divers facteurs démographiques en totaux nationaux afin que l'échantillon de participants soit divisé également en cinq cellules distinctes et correspondantes, représentatives de la population.

Voici ce que nous avons appris.

Potentiel inexploité

La plupart des Canadiens bien nantis disent qu'ils offrent une certaine contribution caritative annuelle, et que le montant de leurs dons varie d'une année à l'autre. Selon les données de référence sur les dons, 43 % des membres de cette cohorte affirment donner moins de 500 \$ par année, et un nombre à peu près égal affirment donner 1000 \$ ou plus. Ce qui se traduit par un montant approximatif de 2060 \$ par ménage annuellement — un montant qui représente moins de 0,9 % du niveau de revenu déclaré par ce groupe. De tels chiffres signifient que les Canadiens de la classe moyenne, ou ceux qui gagnent un revenu plus élevé, n'en font pas assez lorsqu'il s'agit des dons, surtout si l'on considère les [résultats d'une étude récente](#) révélant que les donateurs canadiens dont le revenu annuel est de 50 000 \$ ou moins offrent aux organismes de bienfaisance un plus fort pourcentage de leur revenu que les individus dont le revenu annuel fluctue entre 100 000 \$ et 900 000 \$ (Benoit, 2017).

C'est dans ce contexte que les chercheurs ont mené les types d'intervention de l'étude. Des leaders du secteur siégeant au comité directeur du Projet en philanthropie individuelle (PPP) ainsi que des leaders du milieu des affaires font état d'une cible potentielle de 1 % du revenu familial annuel pour les dons faits chaque année au Canada. Cette dernière étude s'attachait à cette cible.

Intentionnalité

Selon la recherche effectuée pour le PPP, beaucoup de Canadiens bien nantis n'établissent pas de montant précis pour leurs dons annuels et ne planifient pas à cet égard. Près de la moitié des participants à l'étude (47 %) disent ne pas avoir de processus pour déterminer le montant à offrir chaque année en dons de bienfaisance, ce qui démontre une absence d'intentionnalité. Toutefois, plus le montant de leurs dons est important, plus les participants sont susceptibles d'avoir un processus pour déterminer le montant à offrir. Les données montrent bien que ces Canadiens ont la capacité d'être plus généreux, et pourtant la majorité d'entre eux ne se considèrent pas comme des personnes bien nanties. Pour le moment, 25 % disent qu'ils ont un chiffre à l'esprit et qu'ils évaluent mentalement le total de leurs dons, mais ils ne peuvent pas préciser comment ils en arrivent à ce montant. Des entrevues approfondies réalisées individuellement avec cette cohorte de Canadiens ont produit des

résultats similaires (Benoit, 2017). Toutefois, la majorité des participants reconnaissent l'avantage d'une approche formelle et structurée relativement aux dons, et bon nombre réalisent qu'il est important de savoir où ils se situent par rapport aux autres Canadiens de la même fourchette de revenus — ce qui conforte l'idée que cette information pourrait inciter ces individus à donner davantage.

Impact

Dans le sondage, on a demandé aux répondants de préciser les dons qu'ils avaient faits au cours des 12 mois précédant l'étude, ainsi que les dépenses discrétionnaires qu'ils prévoyaient faire au cours des 12 mois suivant l'étude (c.-à-d. pour les dons de bienfaisance, les vacances personnelles et les repas à l'extérieur). On a ensuite présenté aux participants l'un des quatre moyens ou types d'intervention applicables dans la « vraie vie » : une calculatrice de dons; 1 % ou 1,5 % du revenu; des niveaux prédéterminés avec des catégories de donateurs platine, or et argent; ou le modèle « influence des pairs » (« ce que font les gens comme moi »). Après quoi, on a demandé aux participants d'évaluer dans quelle mesure ce moyen les rejoignait. Enfin, pour modifier le comportement, on leur a demandé de reconsidérer le montant des dons qu'ils avaient initialement prévu de faire dans les 12 mois suivant l'étude, et d'indiquer un montant final (et possiblement ajusté). La bonne nouvelle, c'est que chacun de ces types d'intervention a permis d'accroître les niveaux potentiels de don, contrairement à ce qui se passait lorsqu'on ne proposait aucun moyen, et qu'ultimement il en a résulté un impact positif net.

Après exposition à l'un des types d'intervention, un participant sur quatre décidait d'offrir davantage. En d'autres termes, 504 des 2027 participants avaient haussé le montant initialement prévu pour leurs dons. Dans cet échantillon, le montant global des dons exprimé en pourcentage du revenu total est passé d'une moyenne de 0,87 % à une moyenne de 0,93 % — cette échelle est inférieure à la cible de 1 % du revenu familial annuel, mais il faut souligner que ces personnes partaient d'un seuil en général plus bas : une moyenne de 0,77 % est passée à plus de 1,13 %, ce qui constitue une hausse significative. L'exposition à l'un des types d'intervention a incité ces personnes à dépasser la cible de 1 %, et 22 % des participants dont l'engagement à offrir des dons était nul en étaient arrivés à une cible moyenne de 569 \$ en dons. L'exposition au type d'intervention « 1 % du revenu » a produit la hausse la plus importante pour les dons de bienfaisance, le changement touchant 25 % des participants pour une augmentation moyenne de 609 \$. Par ailleurs, les participants exposés à ce type d'intervention et qui offraient déjà au moins 1 % de leur revenu familial ont augmenté leur contribution caritative de 1400 \$ en moyenne.

Cette recherche laisse croire qu'un paradigme plus rigoureux en matière de dons semble approprié. Au minimum, il faut instaurer un vaste processus pour mobiliser les Canadiens bien nantis en ce qui a trait aux dons, en proposant comme guide une « norme » : un pourcentage de don basé sur le revenu. Mais il convient de se rappeler que l'important, ce n'est pas l'approche choisie — il faut plutôt s'assurer que ces moyens visant à augmenter les dons rejoignent les donateurs bien nantis, et que ceux-ci perçoivent ces moyens comme des outils utiles et pertinents qui les aideront à résoudre un problème.

Nous savons que beaucoup de Canadiens bien nantis n'établissent pas de plan ni de budget pour leurs dons, et que la plupart d'entre eux ne savent pas ce qui constitue un montant approprié pour leurs dons. C'est pourquoi les résultats de cette recherche peuvent grandement

nous aider à établir une ligne directrice ou un cadre informationnel qui soit ancré dans une nouvelle norme sociale pour les dons de bienfaisance, qui s'appliquera du moins à cette cohorte de Canadiens gagnant un revenu supérieur.

Le 19 septembre sera publiée la deuxième partie de cet article. Au cours des prochains mois, un autre article précisera les prochaines étapes du Projet : ce sera le dernier article de cette série publiée dans The Philanthropist. Nous mettrons à jour [notre site Web](#) en ajoutant au fur et à mesure la recherche, l'information et les données relatives au Projet.

Références

Benoit, M. (2017), *Le Projet en philanthropie individuelle : Inspirer une plus grande générosité chez les mieux nantis*, Imagine Canada, Toronto : <https://thephilanthropist.ca/2017/03/le-projet-en-philanthropie-individuelle-inspirer-une-plus-grande-generosite-chez-les-mieux-nantis/pdf/>

Frank, R. (2017), « At Last, Jeff Bezos Offers a Hint of His Philanthropic Plans », *The New York Times*, 15 juin.

Wingfield, N. (2017), « Jeff Bezos Wants Ideas for Philanthropy, So He Asked Twitter », *The New York Times*, 15 juin.