

Title: "Injuste ou indésirable? La concurrence entre les organismes caritatifs et les entreprises au Canada"

Author: Brian Emmett

Published in: *The Philanthropist*, Journal

ISSN 2562-1491

Date: January 21, 2019

Original Link: <https://thephilanthropist.ca/2019/01/injuste-ou-indesirable-la-concurrence-entre-les-organismes-caritatifs-et-les-entreprises-au-canada/>

Date of PDF Download: February 17, 2019

# Injuste ou indésirable? La concurrence entre les organismes caritatifs et les entreprises au Canada

By Brian Emmett

Les organismes caritatifs canadiens font face à un défi persistant de viabilité financière. La réalisation de leur mission se complexifie au fur et à mesure que des changements démographiques et culturels continuent à s'opérer dans la société. De plus, l'écart entre les besoins auxquels ils doivent répondre pour satisfaire les attentes des Canadiens et les ressources dont ils disposent pour réaliser leur mission ne cessera de s'agrandir.[1]

Ces tendances fondamentales de nature sociale, culturelle et économique renforceront la concurrence entre les organisations à but lucratif et les organismes caritatifs, puisque ces derniers explorent de nouvelles avenues pour financer leurs activités caritatives moyennant des revenus provenant d'activités commerciales.

Par conséquent, une « écologie de marchés » est en train de se développer rapidement, dans laquelle les entreprises à but lucratif et les organismes caritatifs coexistent dans plusieurs marchés auxquels ils amènent différents attributs et valeurs. Les entreprises proposent plutôt une expertise en matière de données, d'analyse quantitative, de volume et d'efficacité. Pour leur part, les organismes caritatifs sont plutôt des spécialistes de la compassion, des liens avec la communauté, des principes d'inclusion et de la qualité. Inévitablement, le succès de chacun variera en fonction des conditions économiques, sociales et culturelles, ainsi que, bien sûr, des politiques et mesures mises en place par les gouvernements. Il en découle une préoccupation grandissante de la part des entreprises et des décideurs politiques quant à une concurrence « injuste » entre les entreprises à but lucratif et les organismes caritatifs subventionnés par les contribuables.

## Les exemptions fiscales accordées aux organismes caritatifs ne sont ni particulièrement importantes ni inhabituelles

Les organismes de bienfaisance canadiens bénéficient de deux principales mesures fiscales, soit

l'exemption de l'impôt des sociétés et le droit de remettre des reçus à des fins fiscales, qui permettent aux donateurs de demander un crédit d'impôt non remboursable dans leur déclaration de revenus personnels. En 2014, ces dépenses fiscales ont atteint 2,3 milliards de dollars.<sup>[2]</sup> En même temps, les quelque 86 000 organismes qui composent le secteur caritatif contribuent pour 8,1 pour cent au PIB et comptent 2 millions d'emplois, offrant à la société une valeur sociale qui dépasse le coût des mesures fiscales.

Par ailleurs, les entreprises bénéficient, elles aussi, de l'appui du gouvernement. Les fonds accordés aux secteurs des petites entreprises, soit environ 11 milliards de dollars en 2014<sup>[3]</sup>, représentent la part de lion des dépenses fédérales, au profit d'un secteur névralgique composé d'environ 1,16 million d'entreprises qui emploient plus de 8 millions de personnes et produisent à peu près 30 pour cent du PIB canadien.<sup>[4]</sup>

## **Les avantages fiscaux ont, au plus, un effet modeste sur la part de marché et les revenus des entreprises à but lucratif**

Certaines études avancent que les organismes de bienfaisance ne participeraient pas aux marchés s'ils ne bénéficiaient pas d'exemptions fiscales. Ces dernières peuvent faire « augmenter de façon significative la part des entreprises sans but lucratif par rapport aux compagnies à but lucratif. »<sup>[5]</sup>

Cependant, les économistes s'entendent plutôt pour dire que « les considérations fiscales sont probablement beaucoup moins importantes que l'on ne pense généralement. »<sup>[6]</sup>

Le marché à caractère social est composé de personnes avec divers revenus, niveaux de scolarité, besoins et autres caractéristiques démographiques et culturels. L'élimination d'une exemption fiscale peut entraîner le retrait d'un organisme caritatif du marché, mais le secteur privé pourrait décider de ne pas servir la clientèle orpheline, la jugeant non profitable ou difficile. Ces segments de marché risqueraient donc de se retrouver sans service.<sup>[7]</sup>

## **Les organismes de bienfaisance bénéficient d'avantages fiscaux, mais les entreprises à but lucratif profitent d'avantages structurels compensatoires**

Les organismes de bienfaisance bénéficient d'exemptions fiscales; or, leurs possibilités de financement sont considérablement limitées.

« Les entreprises ont accès à du capital. [...] Les organismes caritatifs ne peuvent pas vendre des parts [...] [et] peu d'entre eux ont des revenus stables et des actifs assez intéressants pour leur servir de garantie pour faire des emprunts [...].

Les entreprises à but lucratif ont une certaine agilité et flexibilité pour répondre aux fluctuations sur le marché à caractère social et elles peuvent développer des solutions novatrices et souvent dispendieuses pour saisir des occasions émergentes qui leur permettent de croître plus rapidement dans plusieurs marchés en expansion. [...] Les règles du jeu sont inégales et avantagent les entreprises à but lucratif. [...] Si les entreprises décident de créer de nouvelles installations et activités en réponse à de nouvelles

occasions, une augmentation de la demande ou des changements technologiques, elles peuvent accéder à du capital [...] génér[é] simplement en vendant des actions. De leur côté, les organismes caritatifs peuvent seulement se tourner vers des prêts bancaires dispendieux, au mieux. »<sup>[8]</sup>

Toutefois, cet avantage dont bénéficient les entreprises privées s'accompagne d'un coût social, soit celui de segments marginalisés ou difficiles de la population qui ne recevront pas de services.

## **Un nombre grandissant de marchés s'ouvrent aux entreprises à but lucratif**

Le succès, ou l'échec, d'une organisation dans les marchés à caractère social se décide, entre autres, en fonction du traitement fiscal, de l'accès au capital, de la nature changeante des gouvernements, de la nature et de la qualité des services offerts, ainsi que de l'importance accordée à l'efficacité et à la gestion de rendement. Aux États-Unis, des données font état d'un recul de la part de marché des organismes caritatifs dans plusieurs secteurs de services sociaux et de la santé.

« Des compagnies cotées en bourse se sont activement emparées d'une part importante du marché des écoles à charte, un marché en expansion. Dans le domaine des services aux travailleurs, plusieurs grandes sociétés de l'industrie de la défense ont commencé à soumissionner et à remporter des contrats. »<sup>[9]</sup>

Ainsi, en ce qui concerne la prestation de services sociaux, bien que les organismes sans but lucratif continuent à dominer ce marché, le nombre d'emplois dans les entreprises privées a augmenté de 273 pour cent entre 1977 et 1997 contre 134 pour cent chez les organismes sans but lucratif.<sup>[10]</sup> D'autres données démontrent une tendance similaire dans une panoplie de domaines sociaux et de la santé, et ce, jusqu'en 2013, au moins. »<sup>[11]</sup>

## **Injuste ou indésirable?**

Il existe une différence fondamentale...

« ... entre une concurrence "indésirable" et une concurrence "injuste". Chaque fois qu'un organisme entre sur le marché en concurrence à un fournisseur à but lucratif, cette concurrence peut être "indésirable". L'enjeu n'est cependant pas la concurrence comme telle, mais une concurrence "injuste" présumant que l'organisme exempté utilise de façon non équitable l'avantage de l'exemption afin de subventionner ses activités commerciales. »<sup>[12]</sup>

La concurrence fait partie de la réalité de marché. Le soutien fiscal accordé aux organismes caritatifs se compare généralement aux subventions offertes aux entreprises privées; la politique fiscale n'a que très peu, sinon aucun, effet sur la part de marché et les revenus des entreprises à but lucratif; et la position relative des organismes caritatifs et des entreprises dans les marchés à caractère social est déterminé par la nature du marché, les personnes qui y circulent et la nature des services offerts. L'équilibre, ou l'absence d'équilibre, dans les règles de jeu n'est pas un élément important, voire majeur.

« Les juristes et économistes sont arrivés à un consensus quasi remarquable selon lequel la concurrence injuste sous la forme de prix abusifs ou d'une expansion de marché agressive ne représente tout

simplement pas un enjeu politique valable. »<sup>[13]</sup>

La question au cœur du débat n'est pas celle d'une concurrence injuste, mais à savoir ce que notre société perdra lorsque les organismes caritatifs cèdent du terrain par rapport aux entreprises à but lucratif nous privant de leurs « engagement unique et missions fondées sur des valeurs, approches novatrices pour résoudre des problèmes d'ordre public liés aux besoins et standards de nos communautés. »<sup>[14]</sup>

La vraie question politique est donc : quelle est la bonne combinaison de mesures à prendre relatives aux incitatifs fiscaux, revenu gagné, investissement social, conception de programmes et données pour maintenir une « écologie » mixte hautement bénéfique à l'époque du déficit social?

Pour lire le document de discussion de Brian Emmett au complet, visitez  
<http://www.imaginecanada.ca/fr/économiste-en-chef>

---

[1] Emmett, B. (2016), *Organismes de bienfaisance, financement durable et croissance intelligente*.

Disponible à :

[http://www.imaginecanada.ca/sites/default/files/imaginecanada\\_organismes\\_bienfaisance\\_financement\\_durable\\_cro](http://www.imaginecanada.ca/sites/default/files/imaginecanada_organismes_bienfaisance_financement_durable_cro)

[2] Ministère des Finances (2014), Dépenses fiscales et évaluations. Disponible à :

<https://www.fin.gc.ca/taxexp-depfisc/2014/taxexp1401-fra.asp>

[3] Lester, J. (janvier 2018), *Business Subsidies in Canada: Comprehensive estimates for the Government of Canada and the four largest provinces*. Disponibles à :

<https://www.policyschool.ca/wp-content/uploads/2018/01/Business-Subsidies-in-Canada-Lester.pdf> et

Gouvernement du Canada (2016), *Principales statistiques relatives aux petites entreprises*.

[4] Innovation, Sciences et Développement économique Canada (2016), *Principales statistiques sur les petites entreprises*. Disponible à : [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/KSBS-PSRPE\\_June-Juin\\_2016\\_eng-V2.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/KSBS-PSRPE_June-Juin_2016_eng-V2.pdf/$file/KSBS-PSRPE_June-Juin_2016_eng-V2.pdf)

[5] Hansmann, H. (1980), « The Role of Nonprofit Enterprise » *Yale Law Journal*. Disponible à :

<https://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=6>

[6] Hansmann, *ibid.*

[7] Harrison, T. et Seim, K. (2014). *Nonprofit tax exemptions and market structure: The case of Fitness Centers*, University of Pennsylvania. Disponible à :

<https://www.k-state.edu/economics/seminars/papers/Harrison%20Paper.pdf>

[8] Salamon, L. (2015), *The Resilient Sector Revisited: The new challenge to nonprofit America*, Brookings Institution Press.

[9] Frumkin, P. (2002), *Service Contracting with Nonprofit and For-Profit Providers: On preserving a mixed organizational ecology*, Harvard University. Disponible à :

[https://ash.harvard.edu/files/service\\_contracting.pdf](https://ash.harvard.edu/files/service_contracting.pdf)

[10] Frumkin, *ibid*

[11] Salmon, *op. cit.*

[12] Columbo, J. (2002), «*Commercial Activity and Charitable Tax Exemption* », *William & Mary Law Review*. Disponible à : <https://core.ac.uk/download/pdf/73967210.pdf>

[13] Columbo, *op. cit.*

[14] Frumkin, *op. cit.*