

**Comment se porte la collecte de fonds au Québec?**  
Dévoilement du sondage Épisode – Léger Marketing  
sur les habitudes de dons

**Montréal – 8 octobre, 2009.** Pour connaître les habitudes de dons et l'impact de la **crise économique** sur la **générosité des Québécois**, Épisode, firme-conseil en collecte de fonds, a mandaté Léger Marketing pour réaliser un **sondage** auprès des individus et des entreprises de la province. En tout, près de 1500 individus, hommes et femmes de 18 ans et plus, et quelque 223 entreprises, ont répondu à ce sondage qui permet aujourd'hui à la firme Épisode de dresser un portrait réel et actuel des habitudes de dons au Québec. Pour présenter les résultats de ce sondage et répondre aux questions d'un auditoire composé de professionnels en collecte de fonds, **Daniel Asselin**, président d'Épisode, et **Christian Bourque**, vice-président de Léger Marketing, présentaient ce matin au Monument-National les faits saillants d'un marché en transformation.

Sondage auprès des individus, au Québec :

**Les Québécois sont-ils moins généreux ?**

Selon le sondage réalisé en septembre, 68 % des Québécois ont effectué un don en 2009. On remarque également que, de ce groupe, 34 % d'entre eux donnent moins qu'auparavant, phénomène lié principalement à la crise économique actuelle. Toutefois, la fidélité des Québécois et les causes qui leur tiennent à cœur sont nombreuses. C'est pourquoi 73 % des donateurs soutiennent les mêmes organismes depuis plus de deux ans et, en moyenne, donnent à plus de 3 causes par année. Le sondage permet donc de mettre en lumière l'importance pour une fondation ou un organisme caritatif de fidéliser un donateur à travers des stratégies de collecte de fonds efficaces.

**Qu'est-ce qui touche la corde sensible des Québécois?**

Les résultats du sondage confirment que les individus les plus généreux se retrouvent dans trois groupes, soit les personnes de 55 ans et plus, les détenteurs de diplômes universitaires et les individus issus de ménages dont le revenu annuel excède 60 000 \$; rien de bien surprenant dans ce résultat. Par contre, on remarque que 56 % des donateurs n'ont pas été affectés par la crise économique dans leurs habitudes de dons. D'ailleurs, ce sont les causes liées au domaine de la santé qui suscitent le plus de générosité pour la plupart des Québécois. Il existe ainsi une corrélation nette entre le groupe des plus grands donateurs se situant dans la tranche des 55 ans et plus et leur intérêt à soutenir les organismes qui œuvrent en santé, des organismes tels que les fondations hospitalières, les maisons de soins palliatifs, les causes liées au cancer, etc.

## Sondage auprès des entreprises, au Québec :

### **Les entreprises sont très touchées par la crise économique**

68 % des entreprises mentionnent qu'elles ont réduit leurs dons durant l'année 2009 en raison de la situation économique actuelle. Les réductions se manifestent tant dans la baisse des montants attribués que dans le nombre d'organismes soutenus, ou encore, dans leur degré de participation aux événements-bénéfice. Les entreprises diminuent ainsi leurs standards de dons, mais conservent leurs habitudes philanthropiques.

### **Au Québec, la proportion de la contribution des entreprises dans les événements-bénéfice est très élevée, les tournois de golf se situant en pôle position.**

46 % du budget total de dons des entreprises est investi dans les événements-bénéfice organisés par différents organismes caritatifs, s'ensuit la campagne annuelle avec 25 % des contributions, et la campagne pluriannuelle avec 13 %. Toutefois, pour la grande entreprise, il semble que l'on privilégie davantage les dons échelonnés sur plusieurs années. De ces événements, ce sont les tournois de golf organisés au profit d'une cause qui suscitent le plus d'intérêt, suivis de près par le souper-bénéfice à 24 % et le spectacle-bénéfice à 16 %.

### **La philanthropie : un marché en mouvement**

Ce sondage réalisé pour la première fois par la firme Épisode, en partenariat avec Léger Marketing, met en relief les effets de la crise économique sur les habitudes de dons des Québécois. Il confirme que les individus et les entreprises participent activement aux événements-bénéfice et que la plupart des dons en 2009 sont dirigés vers le domaine de la santé. Comme 68 % des Québécois ont déjà acquis des habitudes de dons, Épisode croit que cette proportion de donateurs aura tendance à augmenter graduellement d'année en année.

-30 -

### **Mission d'Épisode, firme-conseil en collecte de fonds**

Par son soutien aux organisations et son engagement à développer l'action philanthropique, Épisode favorise la création de synergies entre les acteurs sociaux et économiques, contribuant ainsi au développement du sens de la solidarité et à l'amélioration de la qualité de vie des individus et des collectivités.

Depuis 15 ans, Épisode a conduit avec succès au Québec plus de 75 campagnes de financement et a permis à ses clients de redistribuer quelque 375 millions de dollars dans les secteurs de la santé, de l'éducation, de l'environnement ou du socio-communautaire.

Pour plus d'information :

Amélie Saint-Pierre

Directrice des communications

Épisode

514 399-9975, poste 104 Cellulaire : 514 464-9975

Amelie.saintpierre@episode.ca