

## **L'indice de générosité en hausse au Québec**

**Montréal, le 16 novembre 2016** – Ce matin a eu lieu le dévoilement des résultats de l'Étude sur les tendances en philanthropie au Québec en 2017, animé par Daniel Asselin (président d'Épisode - Firme d'experts-conseils en collecte de fonds) et Christian Bourque (VP exécutif et associé de Léger - Firme de sondage, de recherche et de stratégie marketing). La conférence s'est déroulée à la Tour Banque Nationale, et a mis en lumière plusieurs données sur l'état des dons au pays ainsi que sur les tendances actuelles en philanthropie au Québec et au Canada.

« Les résultats de cette année sont très positifs. L'indice de générosité dans la province a augmenté de 10 cents depuis les trois dernières années. Cela veut dire que pour chaque tranche de 100 \$ de revenu brut, un Québécois verse dorénavant 0,50 \$ sous forme de don. C'est positif et encourageant pour le milieu de la philanthropie », souligne Daniel Asselin, président d'Épisode.

### **Autres faits saillants :**

- 61 % des Québécois ont fait un don, ce qui est constant depuis les dernières années.
- Les Québécois ont donné en moyenne 252 \$. Cela représente une hausse de 30 \$ par rapport à 2013.
- 56 % des dons au Québec ont été effectués à des organismes du secteur de la santé.
- Depuis 2011, les Québécois démontrent de moins en moins d'intérêt envers les activités-bénéfice.
- Les défis sportifs sont les activités les plus prisées des générations Y et Z.
- Les baby-boomers sont perçus comme les plus généreux, mais en réalité, la génération des matures est celle qui donne le plus.
- P.K. Subban est la personnalité perçue comme la plus généreuse et celle qui incite le plus à donner.
- Tim Hortons est l'entreprise perçue comme la plus généreuse.
- Opération Enfant Soleil est l'organisme en santé perçu comme le plus crédible.
- La Croix-Rouge est l'organisme en services sociaux et communautaires perçu comme le plus crédible.

L'étude inclut également des témoignages de six philanthropes de différentes générations, soit M. Pierre Bruneau, M. Vincent Cliche, Mme Anne-Isabelle Cloutier, M. Jean-Pierre Léger, Mme Isabelle Marcoux et M. Lorne Trottier. Deux dirigeants d'organismes ont aussi accepté de commenter certaines données de l'étude, soit M. Pascal Mathieu de la Croix-Rouge et Mme Marie-Claude Paré de la Fondation du CHU de Québec. La conférence a quant à elle été précédée d'une allocution de M. Yann Jodoin,

Premier vice-président, stratégie client, mise en marché et image de marque à la Banque Nationale.

Il est possible de se procurer l'étude sur le site web d'Épisode au : [www.episode.ca/publications](http://www.episode.ca/publications).

Méthodologie :

L'Étude sur les tendances en philanthropie au Québec en 2017 repose sur la réalisation d'un sondage mené par Léger et effectué auprès d'individus de cinq générations distinctes. Il a été fait au moyen d'un questionnaire en ligne, du 25 juillet au 14 août 2016, auprès de 2 500 Canadiens âgés de 16 ans et plus, dont 1 500 Québécois. Les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue maternelle, la scolarité, la présence d'enfants dans le ménage et la région, afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.

En savoir plus :

Épisode est une firme d'experts-conseils en collecte de fonds, qui accompagne les fondations et organismes dans leurs activités de financement, de planification et de recrutement. Depuis plus de 20 ans, Épisode a conduit avec succès plus d'une centaine de campagnes de financement au Québec, et a permis à ses clients de redistribuer quelque 800 millions de dollars dans les secteurs de la santé, de l'éducation, des arts et de la culture, pour des fondations privées et divers organismes.

– 30 –

Renseignements et demandes d'entrevues :

Élisabeth Brisset  
Conseillère aux communications  
Épisode  
(514) 399-9975, poste 102  
[elisabeth.brisset@episode.ca](mailto:elisabeth.brisset@episode.ca)