



Ce que veulent les donateurs canadiens 2018 : Confiance des donateurs et gestion des organismes de bienfaisance

La confiance des Canadiens envers le secteur de la bienfaisance atteint un sommet inégalé, près de huit personnes sur dix (78 %) affirmant faire confiance aux organismes de bienfaisance et aux organismes sans but lucratif qui composent le secteur de la bienfaisance (12 % très confiance et 66 % plutôt confiance). Cela représente une augmentation de cinq points de pourcentage par rapport à 2015.

Les Canadiens continuent d'avoir plus confiance envers le secteur de la bienfaisance qu'envers le secteur privé (67 %, hausse de quatre points) ou le secteur public (60 %).

Si le taux de confiance est en hausse, en revanche les points de vue sous-jacents à l'égard des organismes de bienfaisance ne changent pas. Trois Canadiens sur quatre (75 %) pensent toujours que les organismes de bienfaisance jouent un rôle important et qu'ils répondent à des besoins auxquels ne répondent ni le gouvernement ni les secteurs public ou privé (valeurs de 6 à 10 sur une échelle d'accord/désaccord de 1 à 10).

Dans le même temps, six Canadiens sur dix (61 %) sont d'accord pour dire que les organismes de bienfaisance au Canada sont dignes de confiance. De même, six personnes sur dix (63 %) croient que la plupart des organismes de bienfaisance au Canada gèrent de manière responsable les dons qu'ils reçoivent.

Le sondage demandait aux Canadiens de déterminer l'importance de quatre facteurs dans l'évaluation du succès et de l'efficacité d'un organisme de bienfaisance. Une écrasante majorité estime que tous les facteurs présentés dans le sondage sont importants. Cependant, les Canadiens accordent plus d'importance à la capacité de l'organisme de réaliser sa mission et ses objectifs (97 %, soit 69 % très important et 28 % plutôt important) et à l'ampleur de son incidence (96 %, soit 63 % très important et 33 % plutôt important) qu'au montant que l'organisme dépense pour gérer ses activités (93 %, soit 57 % très important et 36 % plutôt important) ou mener ses collectes de fonds (91 %, soit 46 % très important et 45 % plutôt important).

En ce qui concerne les propos des organismes de bienfaisance à l'égard des coûts indirects qu'ils paient (p. ex., collectes de fonds, fournitures, administration) par rapport au montant qu'ils consacrent à la cause ou aux programmes qu'ils appuient, les Canadiens sont plus divisés. Une majorité croissante (58 %, en hausse de 6 points) fait confiance aux organismes de bienfaisance, en majeure partie (52 %) ou entièrement (6 %). Cependant, environ un tiers des Canadiens (34 %, en baisse de 4 points) leur font moins confiance, indiquant que les organismes de bienfaisance surévaluent le montant qu'ils consacrent à la cause ou aux programmes (24 %) ou qu'ils les induisent intentionnellement en erreur (10 %).

Méthodologie

Les résultats du sondage auprès des Canadiens de la population générale sont basés sur un sondage mené par la firme Ipsos entre le 10 et le 17 octobre 2017 pour le compte de la l'Association des professionnels en philanthropie (AFP). Dans le cadre de ce sondage, un échantillon de 1 500 Canadiens âgés de 18 ans ou plus ont été interrogés. Une pondération a ensuite été appliquée pour équilibrer les données démographiques de telle sorte que la composition de l'échantillon reflète celle de la population adulte du Canada selon les données de recensement et que les résultats correspondent approximativement à ceux que l'on obtiendrait en sondant tout l'univers de l'échantillon. La précision des sondages en ligne d'Ipsos est mesurée au moyen d'un intervalle de crédibilité. Dans le cas présent, le sondage est exact à +/- 2,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20, par rapport aux résultats qui auraient été obtenus si tous les adultes du Canada avaient été sondés. L'intervalle de crédibilité est toujours plus important chez les sous-groupes d'une population. Les sondages et enquêtes par échantillonnage peuvent tous être exposés à d'autres sources d'erreur, y compris, entre autres, les erreurs de couverture et les erreurs de mesure.