

L'évolution du don : de la charité à la philanthropie

L'Institut Info-Patrimoine BMO offre de l'information et propose des stratégies relatives à la planification du patrimoine et aux décisions financières afin de mieux vous préparer à un avenir financier en toute confiance.

Communiquez avec l'Institut Info-Patrimoine à
wealth.planning@bmo.com.

BMO  **Groupe financier**
Ça a du sens. Profitez.^{MD}

bmo.com/institutinfopatrimoine

Sommaire

Les boomers, qui ont grandi en pleine révolution sociale, sont souvent définis par leur désir de prendre fait et cause pour les déshérités et de changer le monde.

Forts de leurs convictions, de leur expérience et de leur expertise, ils pourraient bien définir le philanthrope de demain.

Même si le sondage réalisé par le Centre Info-retraite BMO sur la philanthropie en août 2009 confirme la générosité des boomers :

- 44 % préfèrent donner de façon spontanée, sans avoir prévu de plan ou de budget.
- Le don de charité est très prisé comme mode de transmission des valeurs familiales, mais seulement 15 % de ceux qui ont des enfants les font participer à la prise de décision.
- Seulement 1 % incorporent leurs dons de charité dans un plan ou un budget avec l'aide d'un conseiller financier¹.

S'ils adoptaient une approche plus stratégique, les boomers pourraient faire passer le Canada d'une nation de donateurs à un pays de philanthropes.

Introduction

Le don de charité a toujours été une préoccupation sociale; l'esprit qui l'anime est universel. Les avantages des dons de charité sont multiples. Ils permettent notamment d'aider les gens dans le besoin et procurent la satisfaction de soutenir les causes qui tiennent à coeur.

Ce que veulent les boomers² :

- Une plus grande participation
- Plus de transparence pour comprendre à quoi servent leurs dons
- L'assurance que les organismes de charité sont bien gérés
- La possibilité de voir les retombées de leurs dons

Quel énoncé décrit le mieux comment vous prévoyez faire vos dons de charité par rapport à d'autres aspects de la planification financière?



Source : Sondage du Centre Info-retraite BMO sur la philanthropie, Ipsos Reid, août 2009.

Souvent, cet élan de générosité répond à un besoin immédiat, comme le révèle un sondage sur la philanthropie réalisé en août 2009 par le Centre Info-retraite BMO (le Centre). Selon ce sondage, 44 % des répondants qui font un don de charité n'ont pas de plan ou de budget prévu, et seulement 1 % des donateurs qui possèdent un plan ou un budget l'établissent avec un conseiller financier.

Mais les boomers, la génération qui a toujours manifesté une conscience sociale et un esprit de mobilisation en plus de toujours rejeter ou de redéfinir les valeurs traditionnelles, s'intéressent maintenant de plus près à leur action caritative. Ils analysent les raisons, la nature, les bénéficiaires, le moment et les modalités de leur générosité, qu'elle s'exprime par des dons en argent ou par du bénévolat. Comme cette réflexion risque de modifier leurs habitudes actuelles et futures, après leur départ à la retraite, une question s'impose :

La conception traditionnelle du don est-elle encore pertinente?

D'une part, la philanthropie a toujours été associée aux dons importants consacrés à une cause particulière à long terme. En d'autres mots, le don

stratégique planifié, ou legs, estimé hors de portée de la majorité des gens, était plutôt considéré l'apanage des grandes fortunes.

D'autre part, les élans de générosité, longtemps associés à l'action caritative accessible à la moyenne des Canadiens, sont parfois le fruit de la sollicitation directe d'organismes sans but lucratif qui soutiennent un certain nombre de causes. Tantôt, il s'agit de commémorer le décès d'un être cher, tantôt d'appuyer des collègues de travail, des amis ou des membres de la famille qui font don de leur temps, de leur énergie et de leur talent pour une cause.

Mais ces gestes ont un point en commun : la spontanéité. Il n'y a rien de mal à faire profiter différents organismes de sa générosité, mais l'adoption d'un plan stratégique plus ciblé refléterait mieux les valeurs qui sont chères aux boomers. La planification permet d'accomplir davantage à long terme et d'être moins vulnérable aux pressions financières en cas de récession.

La générosité des boomers

Perpétuant l'image de richesse et de générosité du pays, les Canadiens ont donné en 2007 plus de 10 milliards de dollars à des oeuvres de charité (une hausse de 12 %, ou 1,1 milliard de dollars, par rapport à 2004) et affichaient un taux de donateurs de 84 %. Ils ont aussi consacré bénévolement près de 2,1 milliards d'heures à des oeuvres caritatives, soit l'équivalent de 1,1 million d'emplois à temps plein³.

Comme leurs parents, les boomers sont généreux. Dans l'ensemble, puisque les boomers sont plus scolarisés, leur niveau d'engagement a tendance à être beaucoup plus élevé. De plus, la pression qu'ils peuvent exercer sur le secteur caritatif est considérable pour plusieurs raisons. Il y a leur nombre, mais aussi leur volonté de changer le monde. Ils sont aussi plus soucieux de leur santé et plus actifs. Par conséquent, ils vivront plus longtemps. De plus, ils veulent savoir à quoi servent leurs dons et quelles en sont les retombées.

Parmi les boomers sondés, près du tiers de ceux qui ont fait un don en argent à un organisme de charité dans les 12 derniers mois ont aussi recueilli des fonds ou travaillé bénévolement pour une oeuvre caritative. En plus de faire preuve de générosité de leur vivant, près du quart (21 %) des répondants de plus de 45 ans entendent léguer de l'argent à un organisme de charité⁴.

Winston Churchill a déjà dit : « Celui qui reçoit dans la vie s'enrichit, celui qui donne s'épanouit. »⁵

Le désir de donner : une partie de l'héritage des boomers

Le don de charité est une valeur familiale importante dont la transmission façonnera les générations suivantes. La participation bienveillante de toute la famille à l'action philanthropique favorise l'estime de soi, la stabilité, l'imagination et une vie familiale gratifiante⁶. Le Centre Info-retraite BMO constate que ce sentiment se vérifie pour la majorité des répondants au sondage : ainsi, 89 % estiment que pratiquer la charité enseigne les valeurs familiales et 86 %, que cette activité rapproche la famille. Cependant, malgré ces taux élevés et les bienfaits évidents pour la famille, peu de répondants ayant des enfants (seulement 15 %) les font participer à la prise de décisions⁷.

Dans une société qui encourage généralement la responsabilité sociale, les enfants sont de plus en plus exposés aux activités caritatives. Marvi Ricker, vice-présidente et directrice générale, Services conseils en philanthropie, BMO Banque privée Harris, aide les clients fortunés à créer des fondations privées et considère que les enfants s'enthousiasment de pouvoir prendre part à l'action caritative familiale. Ils savent qu'ils pourraient hériter de cet argent, mais « ces jeunes sont réellement contents d'aider leurs parents à utiliser ces fonds pour contribuer un tant soit peu à améliorer le monde ». Voilà qui rappelle Andrew Carnegie, le célèbre millionnaire philanthrope du XIX^e siècle, et son adage voulant que la responsabilité augmente avec la richesse. Il estimait que les plus riches avaient le devoir de mettre leur fortune « au service de la collectivité » et qu'ils portaient la responsabilité de redonner aux moins nantis⁸.

La participation aux activités communautaires ou les exemples de bénévolat et d'entraide observés durant la jeunesse stimulent la générosité à l'âge adulte. Ceux qui ont vécu ces expériences dans l'enfance ont tendance à accorder plus de place à la charité dans leur vie d'adulte⁹ – une raison de plus pour initier tôt les jeunes. Il faut leur enseigner comment transposer leur désir de générosité dans la réalité, comment faire en sorte que l'action caritative se transmette aux générations futures et comment étendre la philanthropie individuelle à la famille.

Le célèbre industriel américain John D. Rockefeller obligeait ses enfants à répartir leur argent dans trois tirelires : une pour l'épargne, une pour les dépenses et une pour l'entraide. Il espérait ainsi leur faire comprendre l'importance de la générosité dans la vie.
– *Marvi Ricker*

Les soubresauts de l'économie risquent-ils de nuire aux bonnes intentions?

La soudaineté et l'ampleur de la récente récession ont pris tout le monde par surprise. Devant ce bouleversement, chacun a dû revoir ses dépenses et ses dons de charité.

Pour cette raison, 51 % des répondants ont été moins généreux.

Mais cette situation est provisoire, puisque 82 % ont l'intention de donner davantage ou autant au cours des cinq prochaines années, peu importe la conjoncture économique, estime la majorité¹⁰.

Cette donnée tend à confirmer les conclusions du rapport de mai 2009 de Barclays Wealth réalisé au Royaume-Uni et aux États-Unis avec la collaboration de clients fortunés ou très fortunés dans le contexte du repli mondial de l'économie : « La récession n'a pas réussi à démoraliser les philanthropes. Ceux qui donnent déjà entendent maintenir leur engagement, et certains, plus fortunés, comptent faire davantage afin d'atteindre leurs objectifs caritatifs. » Et, selon Giving USA 2009, les dons de charité aux États-Unis ont dépassé les 300 milliards de dollars pour la deuxième année consécutive en 2008¹¹.

Fait à noter, selon des études, ceux qui intègrent les dons de charité à leur budget ou à leur plan financier sont bien moins susceptibles de réduire leur effort pécuniaire en période de ralentissement économique¹². De même, les Canadiens qui ont planifié leurs dons et réitéré leur soutien aux mêmes organismes se montrent beaucoup plus généreux¹³.

Les boomers veulent apporter leur contribution

Si leurs parents préféreraient faire des dons en argent à des organismes de charité, les boomers veulent, eux, appuyer plus directement les causes qui leur tiennent à cœur. Un peu plus de la moitié (53 %) des sondés se disent seulement « plutôt satisfaits » de leur effort financier, tandis que 34 % font reposer leur satisfaction sur la possibilité de donner plus. Ce phénomène s'explique peut-être par le fait que les donateurs, soucieux d'efficacité, cherchent activement des moyens de mesurer l'impact de leurs contributions. Seuls artisans de leurs remarquables succès en affaires, les boomers veulent faire bénéficier le secteur caritatif de leur expérience.

Contrairement à leurs parents, qui ont tendance à laisser un héritage, les boomers donnent de leur vivant afin de pouvoir apprécier les retombées de leur générosité.

Ce choix s'inscrit tout à fait dans l'évolution que Marvi Ricker observe dans son secteur d'activité : « Depuis le début de ma carrière, j'ai pu constater que la générosité s'est nettement transformée. Les donateurs veulent s'engager de façon plus personnelle et attendent des résultats. Le don emprunte maintenant à la stratégie. » Ce choix d'un engagement plus actif se confirme également par l'explosion du nombre de fondations privées créées ces dernières années. Aux États-Unis, par exemple, leur nombre s'est accru de 75 % depuis 1990¹⁴. Au Canada, on comptait 2 500 fondations privées actives en 2007, soit 85 % de toutes les fondations au pays dans l'année¹⁵.

Les fondations privées ne sont cependant plus la seule option. Les fondations communautaires et les fonds de dotation nommés (FDN)¹⁶ gagnent en popularité au Canada, étant donné que pour 94 % des 45 ans ou plus, il importe de donner à des organismes qui répondent aux besoins locaux.

Faire appel à un conseiller financier pour optimiser les dons

Pour que leurs dons produisent l'impact recherché, les boomers doivent autant planifier qu'épargner – sans nécessairement augmenter le montant.

Pourtant, en dépit du gain de popularité dont jouit le don stratégique et de la place importante qu'occupe clairement la générosité dans le cœur des boomers, très peu consultent des professionnels pour donner le plus efficacement possible et laisser ainsi un héritage durable. Selon le sondage du Centre Info-retraite BMO, l'une des principales raisons serait que les conseillers financiers sont nécessaires seulement aux donateurs très fortunés ou lorsque le don est particulièrement généreux.

Les boomers ont bien une idée de ce que signifie la philanthropie, mais ils sont relativement peu nombreux à faire directement le lien entre la philanthropie et le don axé vers un objectif à long terme. Autre fait digne d'intérêt, peu de répondants (18 %) considèrent que la philanthropie est réservée aux grandes fortunes. De ce point de vue, la définition de la philanthropie évolue. De plus en plus, la notion déborde le cadre financier

et n'évoque plus seulement le don d'importantes sommes d'argent. Une nouvelle définition décrit le philanthrope type comme un être qui, par altruisme, fait profiter les autres de son temps, de son argent et de sa bonté, et s'engage à long terme pour une cause¹⁷.

Il est clairement possible de planifier ses dons comme on le ferait pour l'épargne – en dressant un plan. Un plan qui, sans être basé nécessairement sur le montant du don, s'appuie cependant sur un examen rigoureux, systématique et stratégique des buts, des objectifs, des intérêts et des options. Certains se préparent déjà avec l'aide d'un conseiller financier; par exemple, parce qu'ils doivent planifier la retraite.

Les donateurs ont plus de choix que jamais

Comme pour toute planification financière, en matière de philanthropie, le conseiller financier a pour rôle de déterminer toutes les options du client et de les lui expliquer afin qu'il puisse prendre des décisions éclairées et réaliser ses rêves – de son vivant comme dans son testament. Cette démarche prend d'autant plus d'importance pour ceux qui font don de sommes importantes. Différents aspects – émotifs, pratiques et rationnels – entrent en jeu. Il faut déterminer la meilleure façon d'harmoniser l'action caritative avec les valeurs de la famille, de respecter la capacité financière du donateur et d'optimiser les dons.

Par exemple, les fonds de dotation nommés offrent aux donateurs une participation concrète à l'action caritative. Une fois le fonds établi, les donateurs peuvent recommander l'octroi de subventions aux organismes de charité de leur choix, tout en bénéficiant d'importants avantages fiscaux sur les dons versés dans le fonds de dotation nommé. Les donateurs peuvent faire participer la famille à l'octroi des subventions et en nommer un membre ou toute autre personne pour leur succéder comme conseiller à l'octroi des subventions à leur décès. En plus de distribuer des avoirs de leur vivant, les donateurs peuvent aussi céder une police d'assurance vie à un organisme de charité ou le désigner comme bénéficiaire dans leur testament au décès.

Cherchant à stimuler les dons de charité, les récents budgets fédéraux ont complètement éliminé l'impôt sur les gains en capital pour les dons de titres cotés en bourse à un organisme de bienfaisance enregistré¹⁸. Les titres admissibles comprennent les actions, les obligations et les fonds

d'investissement inscrits à une bourse de valeurs visée par règlement. Par suite de cette modification, il est plus avantageux de donner des titres que de les vendre pour ensuite en distribuer le produit, parce que le gain en capital sur les titres donnés est libre d'impôt.

Il est agréable de constater les bienfaits des dons de charité. Mais leurs avantages fiscaux ne sont pas à dédaigner et constituent l'une des principales raisons de consulter un conseiller financier. Donner de son vivant ou par testament, par exemple, n'a pas la même incidence du point de vue de la fiscalité et des avantages. Ainsi, un legs important dans un testament peut devenir inutilisable s'il excède le seuil permis par le fisc.

Élaborer avec un conseiller financier un plan qui prévoit un budget pour les dons représente une étape importante afin de déterminer non seulement l'ampleur de cette générosité, mais aussi ses modalités en décidant de la fréquence des paiements – par exemple, mensuelle, annuelle, etc. Une autre question délicate doit aussi être réglée : l'héritage; il faut décider comment la succession sera répartie entre les enfants et les oeuvres de bienfaisance.

L'avenir de la philanthropie

Malgré les difficultés économiques actuelles, les organismes de charité ont de quoi se réjouir. Si le coussin des boomers pour la retraite a diminué en raison de la crise financière récente, leur désir de venir en aide aux moins fortunés n'a pas fléchi, lui. Leur esprit de générosité se double du besoin de participer tant sur le plan physique que stratégique à l'action caritative. Et, même si l'idée de faire du bénévolat à la retraite n'a rien de révolutionnaire, cette ressource, précieuse pour l'expérience et l'expertise qu'elle propose, n'a jamais été aussi abondante. Considérant le don de charité important pour la famille, les boomers initient leurs enfants et leurs petits-enfants. Les organismes caritatifs peuvent donc compter aujourd'hui comme demain sur la générosité des jeunes générations.

L'attitude a nettement changé. La portée et l'intérêt du mouvement s'expliquent par le nombre des boomers, qui représentent près d'un Canadien sur trois¹⁹. Reprenant un rôle qu'elle a souvent joué, cette génération pourrait bien être porteuse d'un changement social important et durable en faisant passer cette fois le Canada d'une nation de donateurs à un pays de philanthropes.

- ¹ Sondage du Centre Info-retraite BMO sur la philanthropie, Ipsos Reid, août 2009. Sauf indication contraire, tous les résultats de sondage sont tirés de ce sondage réalisé par Ipsos Reid en août 2009 auprès de Canadiens âgés de plus de 45 ans dont les biens ménagers ont une valeur d'au moins 50 000 \$ et qui ont donné à des organismes de charité au cours des 12 derniers mois.
- ² Sondage du Centre Info-retraite BMO sur la philanthropie, Ipsos Reid, août 2009.
- ³ Canadiens dévoués, Canadiens engagés : points saillants de l'Enquête canadienne 2007 sur le don, le bénévolat et la participation, Statistique Canada, juin 2009 (participants âgés de 15 ans ou plus). Le taux de donateurs correspond au pourcentage d'une population qui a fait au moins un don en argent à une oeuvre caritative ou à un organisme sans but lucratif dans les 12 mois de référence précédant le sondage.
- ⁴ Sondage du Centre Info-retraite BMO sur l'héritage, Ekos Research Associates, juin 2009.
- ⁵ Quotationbook.com.
- ⁶ Philanthropy, Heirs & Values, Roy Williams and Vic Preisser, 2005.
- ⁷ Chez les participants ayant des enfants de moins de 21 ans.
- ⁸ Andrew Carnegie, « Wealth », North American Review, CCCXI, juin 1889.
- ⁹ « Tomorrow's Philanthropist », Barclays Wealth en collaboration avec Ledbury Research, 2009.
- ¹⁰ Sondage du Centre Info-retraite BMO, Ipsos Reid, août 2009.
- ¹¹ The Annual Report on Philanthropy for the Year 2008, Giving USA 2009.
- ¹² Good Causes, Advisor's Edge, 2009, vol. 1, no1.
- ¹³ Canadiens dévoués, Canadiens engagés : points saillants de l'Enquête canadienne 2007 sur le don, le bénévolat et la participation, Statistique Canada, juin 2009 (participants âgés de 15 ans ou plus). Le taux de donateurs correspond au pourcentage d'une population qui a fait au moins un don en argent à une oeuvre caritative ou à un organisme sans but lucratif dans les 12 mois de référence précédant le sondage.
- ¹⁴ Institute for Philanthropy, 2009.
- ¹⁵ Fondations philanthropiques Canada.
- ¹⁶ Compte détenu auprès d'un organisme de charité public.
- ¹⁷ Philanthropic Success Stories in Canada, Imagine Canada et BMO Banque privée Harris, 2007.
- ¹⁸ Ou à d'autres donataires reconnus. Le budget fédéral 2006 a éliminé complètement l'impôt sur les gains en capital pour les dons admissibles à des fondations ou à des organismes publics de bienfaisance après le 1er mai 2006. Le budget fédéral 2007 a étendu ce stimulant aux fondations privées après le 18 mars 2007.
- ¹⁹ Recensement de 2006 : Portrait de la population canadienne en 2006

Rédigé à titre informatif, ce rapport n'est pas conçu, et ne doit pas être considéré, comme une source de conseils professionnels. Adressez-vous à votre représentant de BMO Groupe financier pour obtenir des conseils professionnels concernant votre situation personnelle ou votre position financière. Le contenu de ce rapport provient de sources que nous croyons fiables, mais BMO Groupe financier ne peut toutefois pas garantir son exactitude ni son exhaustivité. BMO Groupe financier ne s'engage pas à vous prévenir des changements apportés à l'information fournie. Tous droits réservés. La reproduction de ce rapport sous quelque forme que ce soit ou son utilisation à titre de référence dans une autre publication est interdite sans l'autorisation écrite expresse de BMO Groupe financier. ^{MC/MD} Marque de commerce/marque de commerce déposée de la Banque de Montréal, utilisée sous licence.