



OBSERVATOIRE

PhiLab



## L'importance de la transformation numérique pour le secteur social

Lili-Anna Pereša  
Présidente et Directrice Générale  
Centraide du Grand Montréal  
Juin 2019

### Introduction

#### La solidarité en crise

« La solidarité en crise: Centraide et la nouvelle philanthropie », c'est ainsi que Taïeb Hafsi, professeur titulaire de la Chaire de management - stratégie et société à HEC Montréal, a intitulé son livre publié à l'automne 2018. « Centraide fait aujourd'hui face à des tensions très fortes. Il y a d'un côté les problèmes durables de faible intensité, peu visibles mais qui sont au cœur de l'action communautaire (...). De l'autre, il y a les tendances des entreprises à considérer la philanthropie comme une dimension cruciale, stratégique, ce qui les mène à privilégier les causes visibles et séduisantes pour le grand public. »<sup>1</sup>

En effet, les donateurs-trices sont plus enclins-es à donner à une cause qui les touche personnellement, comme la recherche sur une maladie qui affecte un proche, plutôt que de donner à une cause plus éloignée de leur réalité comme la pauvreté. Nous notons aussi un déclin de la confiance dans les institutions, particulièrement chez les plus jeunes, ainsi que la fragmentation de l'environnement philanthropique. Cela présente un défi pour toutes les organisations qui tentent d'attirer la sympathie du public à leur cause. Le défi est majeur pour le modèle philanthropique fédérateur des Centraide, fondé sur le principe de la solidarité, où le don est dirigé vers plusieurs initiatives communautaires qui visent à contrer la pauvreté et l'exclusion sociale.

<sup>1</sup> Hafsi, Taïeb et Saouré Kouamé, (2018). *La solidarité en crise : Centraide et la nouvelle philanthropie*, Montréal, Éditions JFD Inc., 204 p., quatrième de couverture.

La collecte de fonds, essentielle à la survie du secteur, se complexifie elle aussi : le paysage philanthropique change rapidement, les demandes des donateurs-trices en termes de participation et de rendre-compte évoluent et se tournent vers des initiatives technologiques. Bref, le fossé se creuse, les organismes investissant dans les services pour combler les besoins pressants et les donateurs-trices exigeant un retour de plus en plus perfectionné sur leurs dons et investissements.

## **Changements philanthropiques**

Plusieurs facteurs affectent actuellement la philanthropie au Québec. Le comportement des donateurs change et le modèle philanthropique doit s'adapter rapidement à cette nouvelle réalité :

1. Le nombre de donateurs-trices en Amérique du Nord, incluant le Québec, a diminué de 30 % depuis 10 ans;
2. L'augmentation importante des activités de sollicitation signifie qu'un plus grand nombre d'organismes de collecte de fonds s'adresse à un bassin plus restreint de donateurs-trices;
3. Les comportements des donateurs-trices évoluent rapidement : par exemple les exigences de reddition de compte sont plus grandes et on demande des preuves tangibles de la bonne utilisation des dons;
4. Les donateurs-trices veulent une plus grande proximité avec les bénéficiaires;
5. Les autres formes de contribution sont plus valorisées (bénévolat d'expertise par exemple) que le simple don monétaire;
6. De plus, l'engagement de la jeune génération est spontané et dynamique, mais il est souvent momentané. Leur fidélité à une cause n'est pas aussi constante que chez leurs aînés-ées.

Il n'y a pas que les donateurs-trices qui changent. Les entreprises aussi modifient leur approche et leur stratégie face à la philanthropie. Elles souhaitent mobiliser leurs employés-es à donner et/ou à faire du bénévolat. L'engagement des employés-es pour la cause de l'entreprise ou pour une cause de leur choix contribue à la stratégie de responsabilité sociale des entreprises (RSE) tout en étant un élément de motivation et de rétention des employés-es.

Les attentes légitimes des donateurs-trices et des entreprises envers le secteur caritatif requièrent des investissements importants en termes de technologie, de production de contenus et de création de liens entre les secteurs privé et communautaire.

**La transformation numérique est une réponse urgente à implanter pour répondre aux besoins et servir de levier à l'innovation sociale.**

Les organismes de bienfaisance ont toujours fait preuve d'inventivité : avec peu de moyens, ils arrivent à répondre à de multiples enjeux de société. Ainsi, les Centraide estiment essentiel qu'un éventail d'outils audacieux, visionnaires et complémentaires soient développés pour répondre aux besoins émergents et trouver des solutions innovantes aux enjeux sociaux, tout se prêtant aux exigences des donateurs-trices et des entreprises.

## 1. Centraide au cœur des collectivités

L'action du milieu communautaire se révèle complémentaire à celle de l'État et est essentielle pour réduire les impacts de la pauvreté (insécurité alimentaire, décrochage scolaire, isolement social, etc.). Le réseau des Centraide du Québec vient appuyer et renforcer cette action.

En effet, les Centraide du Québec représentent un espace communautaire et démocratique où la société civile participe, à la mesure de ses moyens et selon son niveau de responsabilité, à bâtir une communauté plus solidaire, plus altruiste et plus cohésive. Implantés dans chacune des régions du Québec, les Centraide interviennent localement et déploient des actions adaptées à la réalité de leur milieu et en particulier, aux besoins des personnes et des familles appauvries et vulnérables.

En 2012, les revenus enregistrés par les Centraide à travers le Québec étaient de 93 287 525 \$. Le contexte économique du Québec, les changements de comportement des donateurs-trices et l'approche moins adaptée de l'organisation ont affecté les résultats de collecte de fonds. Une décroissance a été notée pendant quelques années et un plan d'ajustement a été déployé dans plusieurs régions. Cela s'est avéré porteur puisque les revenus de 2018 se sont élevés à 93 056 921 \$, c'est-à-dire le même niveau qu'en 2012.

|           | 2012      | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      | 2018           |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| Revenus   | 93,3 M \$ | 90,6 M \$ | 87,8 M \$ | 85,6 M \$ | 94,2 M \$ | 91,1 M \$ | 93,1 M \$      |
| Donateurs | 295 000   | 331 000   | 259 000   | 283 000   | 221 000   | 211 000   | Non disponible |

Sous la surface d'un résultat global relativement stable, la tendance qu'on retrouve au sein de l'ensemble du secteur se confirme. Dans les milieux de travail, qui génèrent environ 75 % des revenus des Centraide, c'est maintenant seulement un-e employé-e sollicité-e sur cinq qui répond par un don annuel. Ceci est le reflet du nombre de déclarants-es qui font un don de charité au Québec, tout organismes confondus.

**La transformation du milieu philanthropique affecte donc les Centraide, qui doivent s'adapter à cette nouvelle réalité afin de continuer à offrir aux plus vulnérables les services nécessaires.**

## 2- L'état des lieux de la philanthropie au Québec

Au Québec, 900,6 M \$ ont été recueillis en 2017. Cela est une augmentation par rapport aux années précédentes, mais le don médian lui, ne croît plus depuis plusieurs années alors qu'il est en progression dans

d'autres provinces. Le nombre de donateurs-trices, quant à lui, a tendance à diminuer au Québec comme au Canada<sup>2</sup>.

On note aussi une tendance importante: les dons se font de plus en plus en ligne. De 2006 à 2015, le nombre de donateurs-trices qui font leurs dons en ligne a très fortement augmenté (+20 % en moyenne par an pour la plateforme CanaDon). Cette évolution est significative dans un contexte où le nombre de donateurs-trices diminue. De plus, les dons moyens ont connu une croissance plus forte en ligne qu'au total (+2,8 % par an vs +1,2 %, de 2006 à 2015).<sup>3</sup>

**Les organismes de bienfaisance sont confrontés à la nécessité d'améliorer leurs stratégies de fidélisation des donateurs-trices avec des moyens technologiques et financiers très limités.**

### 3- Le bénévolat : un véhicule non financier essentiel à la philanthropie

Le bénévolat n'est pas un véhicule financier mais il devient de plus en plus un passage obligé et incontournable vers la philanthropie.

L'intérêt envers le bénévolat est très présent, bien que les statistiques établissent que le nombre d'heures qui y est consacré est en diminution depuis 2007<sup>4</sup>. Les demandes pour ce type d'activités sont en nette croissance dans le réseau des organismes que nous soutenons. La population souhaite contribuer à sa communauté et mettre à profit ses expériences et compétences pour une cause estimée touchante<sup>5</sup>. On note des différences significatives de l'implication bénévole selon plusieurs facteurs, dont l'âge. Les plus jeunes générations y voient par exemple une alternative au don monétaire et s'y consacrent sous forme de défis, sportifs ou autres<sup>6</sup>.

L'évolution des intérêts des donateurs-trices, individus comme entreprises, a aussi des répercussions sur les organismes communautaires. L'engagement des travailleurs-ses dans leur communauté étant valorisé par plusieurs employeurs, un bassin de bénévoles se trouve ainsi potentiellement accessible aux organismes communautaires. Toutefois, comme il s'agit souvent d'une offre spontanée de bénévolat, ils doivent avoir la capacité d'y répondre rapidement et ponctuellement. Ce sont souvent les organismes disposant de plus de ressources et ceux qui sont les mieux outillés qui arrivent à tirer profit des réseaux sociaux pour attirer des ressources bénévoles, des donateurs-trices et qui parviennent à créer des liens avec des entreprises. Dans ce contexte, plusieurs organismes, souvent de plus petite taille, sont laissés pour compte.

---

<sup>2</sup> Statistique Canada. [Tableau 11-10-0130-01 Dons de charité sommaire](#)

<sup>3</sup> Canadon, (2018). *Le rapport sur les dons 2018*, p.13.

<sup>4</sup> Institut de la statistique du Québec. Tableau du nombre d'heures consacrées annuellement au bénévolat selon le sexe et le groupe d'âge. [http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/conditions-vie-societe/benevolat/tab2\\_1.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/conditions-vie-societe/benevolat/tab2_1.htm)

<sup>5</sup> Institut de la statistique Québec. Tableau statistique : Motivation à faire du bénévolat dans le principal organisme, selon l'âge et le sexe, Québec, 2004-2013. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/conditions-vie-societe/benevolat/tab5.htm>

<sup>6</sup> Épisode, (2018). *Étude sur les tendances en philanthropie au Québec en 2020*. [http://medias.centraide.org/Tableau\\_de\\_donnees/Contenu-reportages/2018\\_Episode\\_Etude2020\\_FR.pdf](http://medias.centraide.org/Tableau_de_donnees/Contenu-reportages/2018_Episode_Etude2020_FR.pdf)

Le bénévolat d'entreprise, qui consiste à libérer un groupe d'employés-es pour réaliser une corvée dans un organisme communautaire, est une pratique en forte croissance, qui favorise la cohésion d'un groupe, comme le ferait une activité de consolidation d'équipe (*team building*).

**Des outils technologiques modernes encourageraient le bénévolat en rassemblant les demandes des organismes et les offres des entreprises et de leurs employés-es, comblant ainsi les besoins des deux parties.**

#### 4- Les technologies numériques au service de la philanthropie

Le potentiel extraordinaire des nouvelles technologies, des métadonnées (*big data*), de l'apprentissage profond (*deep learning*) et de l'intelligence artificielle doit être exploité pour le bien commun de notre société. Il est donc prioritaire que les organismes sociaux prennent le virage numérique. La portée de l'impact social de ces nouvelles connaissances, ressources et façons de faire n'est pas négligeable.

Les changements de comportements de consommation des nouvelles générations, l'utilisation des réseaux sociaux combinés à l'évolution rapide de la technologie menacent la survie des organismes qui sont plutôt tournés vers l'accomplissement de leur mission et qui parviennent difficilement à suivre cette évolution, faute de pouvoir y consacrer leurs ressources. Un autre défi se confirme : au-delà de la littératie, incluant la littératie financière, la littératie numérique risque d'accroître l'exclusion de certaines populations vulnérables.

De plus, les donateurs-trices veulent une meilleure lisibilité et visibilité des résultats de leur contribution. Ils et elles veulent connaître l'histoire derrière le don, l'impact sur la vie des personnes, être rassurés-es sur l'utilisation de leur don et sur l'efficacité de l'organisation à qui les sommes sont confiées. Ce rendre-compte peut s'avérer complexe pour les organismes.

##### 4.1 Le financement participatif

Des entreprises du secteur privé investissent depuis plusieurs années pour développer des outils de collecte de fonds à partir de la technologie. La très grande majorité des plateformes de financement participatif (sociofinancement) sont des entreprises privées très lucratives. Une des plus importantes, GoFundMe, a été vendue par ses fondateurs en 2015 pour environ 600 M \$ US<sup>7</sup>. On prédisait d'ailleurs, en 2015, qu'il y aurait plus de 2 000 plateformes parmi lesquelles choisir en 2016<sup>8 9</sup>.

---

<sup>7</sup> MacMillan, Douglas et Gillian Tan, (2015). *GoFundMe Founders to Reap a Fortune in Buyout*. The Wall Street Journal. <https://blogs.wsj.com/digits/2015/06/24/gofundme-founders-to-reap-a-fortune-in-buyout/>

<sup>8</sup> Drake, David, (2015). *2,000 Global Crowdfunding Sites to Choose From by 2016 : Top 5 Growth Indicators*. Huffpost. [https://www.huffpost.com/entry/2000-global-crowdfunding\\_b\\_8365266](https://www.huffpost.com/entry/2000-global-crowdfunding_b_8365266)

<sup>9</sup> Traduction de Wikipedia : <https://en.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding>

Une des campagnes de financement participatif en cours sur GoFundMe et qui a récolté un montant phénoménal est celle pour la construction d'un mur entre le Mexique et les États-Unis<sup>10 11</sup>:

|                                   |                                                                     |                                                                                                                            |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| We The People Will Build The Wall | <b>\$22,217,900</b> sur 1 milliard de \$ US (en date du 3 Mai 2019) | Campagne de citoyens créée pour construire un mur contre les entrées illégales à la frontière des États-Unis et du Mexique |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

En 2019, l'attention médiatique s'est aussi tournée vers une campagne malhonnête. En effet, 3 personnes ont créé de toute pièce une histoire touchante dans le but d'arnaquer des donateurs-trices. Selon leur histoire fictive, un ancien combattant sans-abri aurait dépensé ses derniers 20 \$ pour aider une conductrice lorsque sa voiture aurait été à court d'essence. L'histoire a largement circulé aux États-Unis et à l'international et l'objectif fixé a été dépassé de 4 000 %, permettant de recueillir 402 826 \$ US. Les protagonistes se sont toutefois querellés quant au partage des fonds et la dispute, devenue publique, a mené vers une enquête, des arrestations et des accusations de vol et d'arnaque<sup>12</sup>.

Ce risque de fraude et de malveillance est constant sur les plateformes de financement participatif puisqu'aucun mécanisme de contrôle ou de réglementation n'existe pour valider la véracité ou la pertinence de l'objet de la collecte de fonds. Et c'est encore moins le cas pour l'utilisation judicieuse des fonds recueillis. Au-delà des individus qui peuvent être malintentionnés, des organismes non reconnus auprès de l'Agence du Revenu du Canada se tournent aussi vers ces plateformes pour solliciter des dons auprès du grand public sans avoir à se conformer aux exigences des organismes de charité enregistrés.

#### 4.2 Les plateformes électroniques de dons et de bénévolat en ligne

Des entreprises privées, surtout des entreprises émergentes (*start-ups*), ont développé des plateformes de don en milieu de travail (*workplace giving platforms*) dont Benevity, Your Cause, etc. Le modèle d'affaires de ces entreprises à but lucratif est d'offrir à des employeurs qui mènent des activités de collecte de fonds des outils facilitant les retenues sur la paye, les événements (défis sportifs, soirées culturelles, etc.), les arrimages de bénévolat, etc. Il existe plusieurs façons de rentabiliser ces services offerts dont un coût d'adhésion pour les organismes de charité qui souhaitent recevoir les dons faits à leur intention.

Certaines grandes entreprises se lancent aussi dans ce secteur d'activités pour bonifier un service qu'elles offrent déjà, répondre à un besoin de leurs clients ou encore pour raffiner les données qu'elles récoltent sur

---

<sup>10</sup> Wikipedia : <https://en.wikipedia.org/wiki/GoFundMe>

<sup>11</sup> La Presse (2019, 27 mai). *Des partisans de Trump construisent un mur privé à la frontière mexicaine* : <https://www.lapresse.ca/international/etats-unis/201905/27/01-5227746-des-partisans-de-trump-construisent-un-mur-prive-a-la-frontiere-mexicaine.php>

<sup>12</sup> Traduction de Wikipedia : <https://en.wikipedia.org/wiki/GoFundMe>

les individus. Fidelity Investments et Facebook ont récemment annoncé qu'ils se lançaient dans ce genre de services<sup>13</sup>.

Cette « compétition » du secteur privé interpelle grandement le milieu philanthropique qui ne détient évidemment ni les mêmes connaissances ni les mêmes ressources. Les investissements requis en technologie sont faramineux, la préoccupation constante des donateurs-trices quant aux frais d'administration des organismes de charité et les capacités limitées du secteur philanthropique expliquent en partie le décalage. Le fait que le privé ait accès à du financement des paliers du gouvernement pour l'appuyer dans son virage numérique accentue l'écart car les organismes de charité se tournent principalement vers les subventions étatiques pour mener à bien les services et programmes sociaux qu'ils offrent aux populations qu'ils desservent.

Cet espace occupé par le secteur privé en philanthropie ne peut nous laisser indifférents et inactifs. C'est pourquoi les Centraide United Way proposent, par le biais d'un partenariat inédit avec Salesforce, une plateforme moderne géolocalisée de dons et de bénévolat, accessible aux employés-es dans les milieux de travail qui font une campagne pour Centraide United Way ou tout autre organisme de charité.

La mise en œuvre et le déploiement d'une telle plateforme permettra aux 16 000 organismes québécois dûment enregistrés d'avoir une porte d'entrée vers les milieux de travail et d'offrir aux employés-es des opportunités de bénévolat.

Ce type de guichet pour la philanthropie pourrait avoir un impact positif sur les organismes en soi. L'accès à ce bassin de donateurs-trices potentiels les permettra en effet des réductions de coûts liés à la collecte de fonds et par conséquent une augmentation des dollars retournés dans la communauté. En racontant mieux l'impact des dons sur le terrain et les histoires de vies changées, on espère accroître le nombre de personnes qui contribueront généreusement.

Cependant l'effort sera colossal car créer, documenter, archiver, transmettre et diffuser des histoires requièrent un savoir-faire, des talents et des investissements non négligeables.

## Conclusion

### **Centraide : l'agent de changement pertinent et essentiel**

---

<sup>13</sup> Ebeling, Ashlea, (2019). *Fidelity's Latest Move in Workplace Benefits : a New Way to Donate to Charity*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/ashleaebeling/2019/03/26/fidelitys-latest-move-into-workplace-benefits-a-new-way-to-donate-to-charity/#ef959818d321>

Au fil des ans, Centraide est devenu un centre d'expertise des enjeux sociaux et des solutions communautaires, un catalyseur du développement de la philanthropie individuelle et collective et un des rares lieux de convergence des leaders de tous les secteurs de notre communauté.

Le réseau des Centraide est présent dans toutes les régions du Québec. Il incarne un vaste mouvement de solidarité et d'entraide, soutenu par la générosité et l'engagement de centaines de milliers de donateurs-trices et de bénévoles pour appuyer un réseau de plus de 1 500 organismes communautaires (ce qui représente 30 % des organismes de bienfaisance dans le secteur social). Si l'environnement philanthropique pose des défis, les Centraide font preuve d'innovation et d'audace pour s'y adapter.

Il est essentiel d'assurer la cohérence et la cohésion des investissements sociaux et l'exploitation des technologies et du numérique. Cela doit se faire au bénéfice des collectivités du Québec. Centraide déploie une énergie phénoménale pour ne pas manquer ce rendez-vous important. Car cela aura un impact non seulement sur l'organisation elle-même mais surtout, sur tout l'écosystème social avec qui elle est en interaction.



## Références

Canadon, (2018). *Le rapport sur les dons 2018*, Toronto, 46 p. <https://www.canadahelps.org/fr/le-rapport-sur-les-dons/telechargez-le-rapport/>

Drake, David, (2015). *2,000 Global Crowdfunding Sites to Choose From by 2016 : Top 5 Growth Indicators*. Huffpost. [https://www.huffpost.com/entry/2000-global-crowdfunding\\_b\\_8365266](https://www.huffpost.com/entry/2000-global-crowdfunding_b_8365266)

Ebeling, Ashlea, (2019). *Fidelity's Latest Move in Workplace Benefits : a New Way to Donate to Charity*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/ashleabeling/2019/03/26/fidelitys-latest-move-into-workplace-benefits-a-new-way-to-donate-to-charity/#ef959818d321>

Épisode, (2018). *Étude sur les tendances philanthropiques au Québec en 2020*. Montréal, 104 p. <https://www.episode.ca/publications>

Hafsi, Taïeb et Saouré Kouamé, (2018). *La solidarité en crise : Centraide et la nouvelle philanthropie*, Montréal, Éditions JFD Inc., 204 p.

Institut Mallet, (2016). *Écosystème philanthropique : perspectives, perceptions et échanges. Actes du Sommet 2015 sur la culture philanthropique*. Montréal, 206 p.

La Presse (2019, 27 mai). *Des partisans de Trump construisent un mur privé à la frontière mexicaine*. <https://www.lapresse.ca/international/etats-unis/201905/27/01-5227746-des-partisans-de-trump-construisent-un-mur-prive-a-la-frontiere-mexicaine.php>

MacMillan, Douglas et Gillian Tan, (2015). *GoFundMe Founders to Reap a Fortune in Buyout*. The Wall Street Journal. <https://blogs.wsj.com/digits/2015/06/24/gofundme-founders-to-reap-a-fortune-in-buyout/>

Nanhou, Virgine, Hélène Desrosiers et Amélie Ducharme, (2017). *Portrait des bénévoles de 16 à 65 ans au Québec*. Institut de la statistique du Québec, numéro 22, 28 p. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/sante/bulletins/portrait-201712.pdf>

The Startups Team, (2018). *A Brief History of Crowdfunding : Infographic*. <https://www.startups.com/library/expert-advice/history-of-crowdfunding>