

***Un nouveau rapport démontre que 759 000 donateurs ont donné un total de 101 millions de dollars à des organismes artistiques et culturels en 2007***

Le 25 février 2010, © Hill Stratégies Recherche Inc.

Les organismes artistiques et culturels canadiens tirent leur financement d'un grand nombre de sources. Les 14 000 organismes artistiques et culturels au Canada ont des revenus globaux qui s'élèvent à 3,4 milliards de dollars, soit 3,1 % des revenus enregistrés par l'ensemble du secteur à but non lucratif. Comparés à d'autres organismes à but non lucratif, les organismes artistiques et culturels bénéficient d'un financement public largement inférieur (28 % c. 49 %), ont des revenus gagnés plus élevés (50 % c. 35 %), reçoivent un montant légèrement plus élevé en dons (17 % c. 13 %) et ont des revenus d'autres sources à peu près comparables (5 % c. 3 %).

Les donateurs particuliers constituent une importante source de financement pour les organismes artistiques et culturels. *Donateurs particuliers aux organismes artistiques et culturels au Canada en 2007*, le 30<sup>e</sup> rapport de la série *Regards statistiques sur les arts* de Hill Stratégies, trace le portrait des levées de fonds dans les milieux culturels en 2007 basés sur un sondage représentatif de la population canadienne.

Le rapport indique que 759 000 donateurs ont donné un total de 101 millions de dollars à des organismes artistiques et culturels en 2007. Ce montant représente 1,0 % des dons financiers à tous les types d'organismes sans but lucratif au Canada.

Ce rapport examine les données de totalisations spéciales, préparées à la demande de Hill Stratégies, de données recueillies par l'Enquête canadienne de 2007 sur le don, le bénévolat et la participation. Entre septembre et décembre 2007, Statistique Canada a sondé un échantillon statistiquement représentatif de Canadiens de 15 ans et plus (20 510 personnes) au sujet de leurs dons financiers à tous les types d'organismes sans but lucratif au cours des 12 mois précédents.

Dans l'Enquête, les organismes artistiques et culturels comprennent ceux dans les arts visuels, en architecture, en arts céramiques et en arts de la scène, les musées, les jardins zoologiques, les aquariums, les médias et les communications ainsi que les sociétés historiques, littéraires et humanistes.

Cette information a été recueillie avant la récente récession, qui a vraisemblablement entraîné une réduction des dons. Des recherches préliminaires sur les effets de la récession sur le secteur

culturel indiquent que les recettes provenant des levées de fonds, notamment les dotations, les fondations et les sources de financement du secteur privé, seront peut-être celles qui seront le plus touchées.

### *Des dons moyens d'un niveau relativement élevé*

Les 101 millions de dollars donnés aux organismes artistiques et culturels représentent, en moyenne, 132 \$ par donateur. Ce don annuel moyen classe les organismes artistiques et culturels quatrièmes parmi les 11 différents types d'organismes sans but lucratif. Les organismes religieux se classent loin devant tous les autres organismes sans but lucratif, avec un don annuel moyen de 469 \$ par donateur.

### *Une forte concurrence pour les donateurs*

Il y a certainement une très forte concurrence pour les donateurs de la part des autres secteurs sans but lucratif. Avec 101 millions de dollars en dons – 1,0 % du total des dons à tous les types d'organismes sans but lucratif –, les organismes artistiques et culturels se classent neuvièmes parmi les 11 types d'organismes sans but lucratif au plan de la valeur des dons. Les organismes religieux ont reçu la moitié de tous les dons (4,6 milliards, ou 47 %), suivis des organismes de santé (1,5 milliard ou 15 %) et des organismes de services sociaux (915 millions, ou 9 %). Les organismes artistiques et culturels ont reçu moins que les organismes de droit, de défense des intérêts et de politique (130 millions) mais plus que ceux de développement et de logement (82 millions de dollars).

Entre 2004 et 2007, les hôpitaux ont connu la plus forte augmentation de dons (37 %), suivis des autres organismes de la santé (une augmentation de 22 %). Le changement dans la valeur des dons culturels ne peut pas être mesuré de façon fiable, compte tenu de la marge d'erreur de l'estimation de 2004.

Les efforts de recrutement des donateurs dans le secteur culturel peuvent se buter à de nombreux obstacles. Bien que de nombreux Canadiens et Canadiennes reconnaissent la valeur des arts et de la culture dans leurs collectivités, la population est manifestement moins sensibilisée aux besoins des organismes artistiques et culturels et accorde moins de soutien à leurs campagnes de financement qu'à celles des autres types d'organismes, notamment ceux axés sur les soins de santé ou les services sociaux. De plus, certains participants à des activités culturelles ne réalisent peut-être pas qu'une forte portion des recettes des organismes artistiques et culturels ne provient pas des droits d'entrée, des autres recettes gagnées ou du financement public. C'est ce qui pourrait expliquer pourquoi les 759 000 donateurs aux organismes artistiques et culturels constituent seulement 3,3 % de tous les donateurs canadiens.

Parmi les 11 types d'organismes sans but lucratif examinés par l'Enquête, les organismes artistiques et culturels se classent neuvièmes quant au nombre global de donateurs. Les organismes de la santé ont le plus grand nombre de donateurs (15,2 millions), suivis de ceux dans les services sociaux (10,5 millions) et des organismes religieux (9,8 millions). Avec 583 000

donateurs, les organismes de développement et de logement sont ceux qui se rapprochent le plus des organismes artistiques et culturels au plan du nombre de donateurs.

### ***Les études supérieures et l'âge sont les facteurs démographiques les plus importants***

Notre analyse démographique indique que les études supérieures et l'âge sont les deux facteurs les plus importants pour les dons culturels. Les donateurs avec un diplôme universitaire ont beaucoup plus tendance à faire un don aux organismes artistiques et culturels que la moyenne canadienne (5,8 % des diplômés universitaires contre 2,8 % de tous les Canadiens de 15 ans et plus). Le taux de dons culturels est également relativement élevé chez les Canadiens âgés, puisque 3,5 % des gens entre 45 et 64 ans et 4,3 % des Canadiens de 65 ans et plus ont fait un don aux organismes artistiques et culturels en 2007.

Les Canadiens qui ont le moins tendance à faire un don aux organismes artistiques et culturels sont ceux dont le ménage a le revenu inférieur à 30 000 \$, ceux qui n'ont pas complété leurs études secondaires, les jeunes (c'est-à-dire, ceux de 15 à 34 ans) et les célibataires (qui n'ont jamais été mariés).

Les autres facteurs qui ont une influence sur l'appréciation des arts et de la culture par des particuliers ne peuvent pas être analysés à l'aide des données de l'Enquête. Par exemple, il n'est pas possible d'examiner les expériences artistiques antérieures des individus, notamment leurs expériences d'éducation artistique.

### ***Les donateurs de la Colombie-Britannique ont le plus tendance à faire des dons à des organismes artistiques et culturels***

La réussite des levées de fonds des organismes artistiques et culturels, par rapport aux autres organismes sans but lucratif, varie dans les diverses régions du Canada. Comparativement à la part de 3,3 % du secteur culturel de tous les donateurs canadiens, les gens de la Colombie-Britannique ont le plus tendance à faire des dons à des causes culturelles, 4,4 % de tous les donateurs de la province le faisant. En Ontario, les donateurs aux organismes artistiques et culturels représentent 3,5 % de tous les donateurs, suivis de ceux des Prairies (3,0 %), du Québec (2,9 %) et des provinces de l'Atlantique (2,7 %). Le rapport complet propose également un résumé des données fiables sur le nombre de donateurs ainsi que la valeur des dons aux organismes artistiques et culturels par région.

### ***Contact pour les médias***

Pour des entrevues avec les médias, veuillez communiquer avec Kelly Hill, président de Hill Stratégies au 1-877-445-5494 (poste 1) ou par courriel à [kelly@hillstrategies.com](mailto:kelly@hillstrategies.com).