



Votre histoire, votre avenir

Du temps, de la générosité, du talent : Les femmes canadiennes et la philanthropie

ADDENDA • MAI 2016

INVESTOR ECONOMICS





Table des matières

Introduction	2
Sommaire	5
Les femmes dans l'économie canadienne	7
Les femmes et les dons	12
Conclusions	28



Introduction

Coutts, une banque privée de Londres, publie un rapport annuel des dons philanthropiques supérieurs à un million de dollars américains. Dans son rapport 2015 couvrant les États-Unis¹, Coutts a indiqué qu'en 2014, il y a eu au total 1 164 dons de 1 million de dollars américains ou plus, pour une valeur de 14,1 milliards de dollars versés à 724 organismes de bienfaisance différents. De ce montant, seulement 680 millions de dollars américains (5 %) ont été donnés par des entreprises, alors que le solde est réparti inégalement entre des fondations (28 %) et des particuliers (67 %).

Bien que Coutts n'ait pas effectué de recherche distincte au Canada, en se basant sur les résultats d'autres recherches, il est raisonnable de penser qu'une tendance similaire existe au pays et qu'environ une centaine de dons de 1 million de dollars ou plus ont été faits par des Canadiens en 2014. Et nombre de ces dons seraient dus à l'extraordinaire générosité des Canadiennes.

En 2014, Gestion de patrimoine TD, en collaboration avec Investors Economics, a publié un rapport intitulé *Du temps, de la générosité, du talent : Les femmes canadiennes et la philanthropie*. Le rapport s'est penché sur une vaste gamme de questions touchant les activités philanthropiques des Canadiennes bien nanties.

Le rapport a reçu une large reconnaissance en tant que première étude importante sur le sujet au Canada. Il a fait ressortir un certain nombre de tendances en matière de dons de bienfaisance faits par des femmes et a souligné les approches uniques adoptées par les femmes sur le plan du comportement et des choix, avant, durant et après le don de bienfaisance.

Le présent addenda au rapport fournit une importante mise à jour des données issues du rapport original. Il passe en revue des recherches indépendantes qui ont vu le jour depuis la publication initiale et qui traitent de questions discutées dans cette dernière. Cet addenda ne vise pas à fournir une étude en profondeur sur les différents aspects abordés et, idéalement, devrait servir de complément au rapport complet.

¹ Coutts Million Dollar Report. US Philanthropy Findings. 2015



Sommaire

Les femmes dans l'économie canadienne

- Les Canadiennes seront probablement les bénéficiaires principales du transfert de patrimoine au cours de la prochaine décennie.
- Selon les estimations, d'ici la fin de 2024, les Canadiennes contrôleront un patrimoine d'environ 3 000 milliards de dollars.
- Le nombre de postes de direction occupés par des femmes au Canada a atteint un nouveau sommet en 2015.
- Les Canadiennes ont considérablement accru leur influence au sein des politiques canadiennes et sont en position de tête pour influencer les politiques publiques dans les principaux domaines d'intérêt de la société.

Les femmes et les dons

- Dans la majorité des pays développés, les femmes continuent d'être plus actives en matière de causes caritatives que les hommes.
- Les femmes célibataires constituent un segment particulièrement engagé à soutenir les organismes de bienfaisance, par l'intermédiaire du bénévolat et des dons financiers.
- Les organismes de bienfaisance américains mettent plus d'efforts à solliciter des dons auprès des hommes que des femmes.
- Les données montrent que les membres de certains groupes professionnels sont des donateurs plus généreux et plus fréquents que les autres. Les femmes sont bien représentées dans ces groupes professionnels.

- Les croyants qui pratiquent activement leur religion donnent plus généreusement à des organismes de bienfaisance que les pratiquants occasionnels et les non pratiquants.
- Les femmes canadiennes sont plus susceptibles de suivre une pratique religieuse régulière que les hommes.
- Les Canadiennes appuient l'engagement des entreprises canadiennes dans les causes caritatives, en particulier celles qui luttent contre la pauvreté et la maltraitance, et qui œuvrent en faveur de la santé mentale.
- Les femmes bien nanties sont deux fois plus susceptibles que les hommes de s'intéresser à des investissements qui ont des retombées sociales.
- Il semble que les femmes de la génération Y ont des priorités caritatives différentes des femmes plus âgées, comme un intérêt marqué pour les questions environnementales.
- Les femmes âgées de plus de 65 ans au Canada sont plus susceptibles d'exercer une influence accrue sur la direction et sur le montant des dons de charité par ménage au cours de la prochaine décennie.

Autres questions

- Les femmes sont plus enclines que les hommes à demander l'avis d'un spécialiste en dons de bienfaisance avant de faire un don important.
- Il existe un intérêt croissant des femmes qui investissent et font des dons pour les initiatives de financement participatif menées par des femmes.



Les femmes dans l'économie canadienne

La concentration du patrimoine

Sans égard au sexe, le patrimoine financier des particuliers au Canada continue d'être concentré dans un petit segment de ménages². À la fin de 2014, Investor Economics a évalué que 80 % du patrimoine financier canadien était contrôlé par environ 1,4 million de ménages dont le patrimoine financier personnel dépassait 500 000 \$. Cette concentration de patrimoine est plus élevée que le montant inscrit dans le rapport *Du temps, de la générosité, du talent* (77 %).

Malgré les inquiétudes exprimées publiquement sur la répartition inéquitable du patrimoine, cette augmentation illustre la tendance que l'on retrouve dans de nombreux pays développés. La distribution des dons de bienfaisance observée au Canada au cours des dernières années suggère que la majorité des dons provient de particuliers dans ce segment de patrimoine.

Le facteur héritage

Au moment de publier le rapport *2015 Household Balance Sheet Report*, Investor Economics prévoyait qu'entre 2014 et 2024, 794 milliards de dollars d'actif (immobilier et financier) seraient transférés entre les générations sous forme d'héritage au Canada. On estime que jusqu'à 70 % de tous les transferts de patrimoine financier, à la fois ceux entre conjoints et entre les générations, seront effectués au profit de femmes. Au Canada, cela pourrait représenter environ 390 milliards de dollars, uniquement en transferts intergénérationnels. En supposant que le même pourcentage de biens immobiliers sera transféré au profit de femmes, les actifs combinés immobiliers et financiers devant être transférés pourraient atteindre 550 milliards de dollars au cours de la prochaine décennie.

Dans le rapport *Du temps, de la générosité, du talent*³, le montant total d'actifs qui devait être transféré au cours de la décennie se terminant en 2022 était d'environ 100 milliards de dollars de plus que le montant prévu maintenant. La baisse s'explique par l'analyse plus approfondie de Investor Economics, ainsi que par les attentes modérées à l'égard de l'expansion du patrimoine fondées sur l'activité économique au Canada. L'incidence de cette activité économique réduite sur le niveau des legs testamentaires versés par les successions aux organismes de bienfaisance canadiens est évaluée à environ 3,5 milliards de dollars au cours de la décennie.

Le patrimoine contrôlé par les femmes

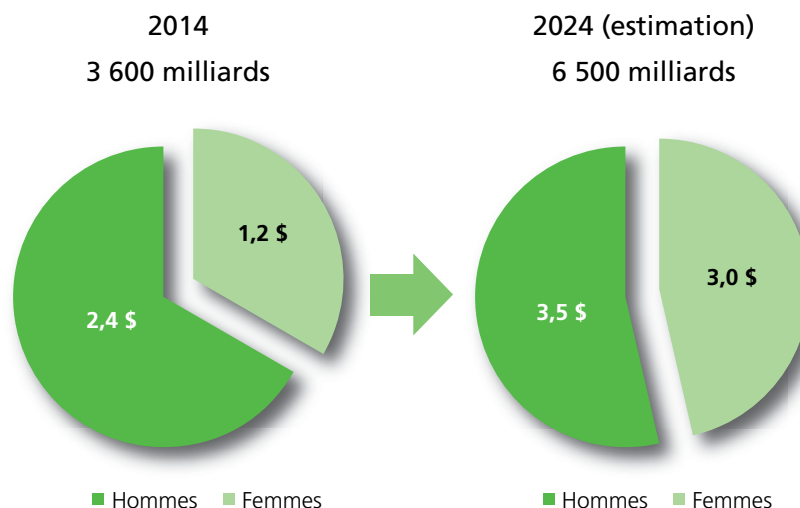
Dans le rapport *2013 Household Balance Sheet Report* (qui a servi de fondement à certaines observations faites dans le rapport original *Du temps, de la générosité, du talent*), Investor Economics a suggéré qu'à la fin de 2012, des femmes contrôlaient environ le tiers du patrimoine des ménages au Canada. Sur le plan de l'actif total, cela représente environ 3 300 milliards de dollars et, sur le seul plan de l'actif financier, environ 1 100 milliards de dollars (**Graphique 1**).

² Tel qu'il est indiqué au graphique 3 de la page 145, section 6 du rapport 2015 Household Balance Sheet Report. Investor Economics 2015

³ Votre histoire, votre avenir. Du temps, de la générosité, du talent : Les femmes canadiennes et la philanthropie. Investor Economics et Gestion de patrimoine TD. Juin 2014.

En 2014, l'actif total sous contrôle de femmes était évalué à environ 4 000 milliards de dollars, soit une hausse à 1 200 milliards de dollars du niveau de patrimoine financier contrôlé par des femmes à la fin de 2014. À la fin de 2024, il est prévu que l'actif total contrôlé par des femmes atteindra 6 500 milliards de dollars et que le patrimoine financier augmentera de 1 800 milliards de dollars pour passer à 3 000 milliards de dollars, ce qui représente une part plus élevée de l'ensemble du patrimoine au Canada.

**Graphique 1 : Part des femmes dans le patrimoine financier au Canada
(en milliers de milliards de dollars)**



Une étude réalisée aux États-Unis et publiée au printemps 2015⁴ suggère que 51 % du patrimoine aux États-Unis est maintenant contrôlé par des femmes. Une autre source suggère qu'au cours des dernières années, le taux d'augmentation du nombre de femmes bien nanties est deux fois plus grand que celui des hommes bien nantis⁵.

Les estimations pour le Canada indiquent que malgré des tendances similaires, le degré de réalisation est plus modéré.

Les femmes et le revenu

Les plus récentes données de l'Agence du revenu du Canada (ARC)⁶ sur le revenu global estimé des Canadiennes indiquent qu'en 2013 (l'année la plus récente pour laquelle des données complètes sont disponibles), le revenu des femmes représentait 41 % du revenu total estimé, une portion identique à celle enregistrée en 2012. En chiffres absolus, le revenu total estimé des femmes a atteint 445,3 milliards de dollars en 2013, une baisse d'environ 31 milliards par rapport à l'année précédente. Il convient toutefois de noter que le revenu d'emploi total déclaré par les femmes à l'ARC a augmenté de 11,2 milliards de dollars sur 12 mois, passant à 302,9 milliards de dollars, et que l'impôt total des femmes au Canada a augmenté de 59,5 milliards de dollars en 2012 pour passer à 62,9 milliards de dollars, soit 34 % de l'impôt total à payer.

⁴ Financial Concerns of Women. US Edition. Bank of Montreal Wealth Institute. Mars 2015.

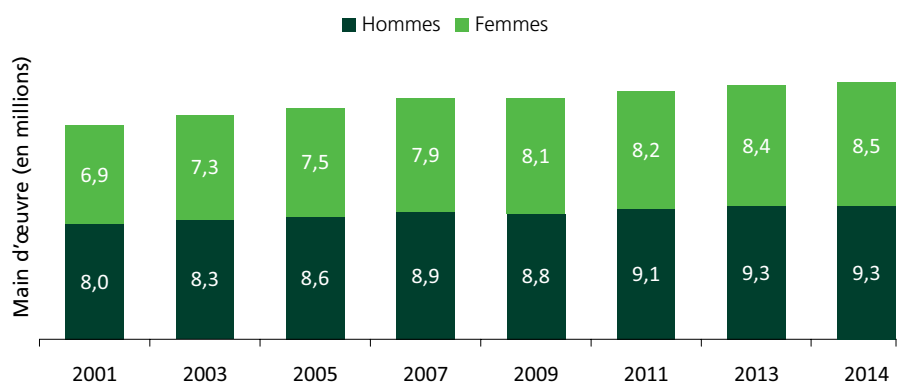
⁵ Site Web Women in Leadership and Philanthropy. Virginia Polytechnic and State University. Décembre 2015.

⁶ Statistiques sur le revenu et statistiques sur la TPS/TVH. Statistiques T1 finales. Édition de 2015 (année d'imposition 2013). Tableau final 4. Agence du revenu du Canada.

L'influence sur l'économie

Les Canadiennes continuent d'augmenter leur degré d'influence dans l'économie. Depuis la publication du rapport *Du temps, de la générosité, du talent* en 2014, le nombre de Canadiennes au travail a augmenté de 100 000 pour passer à 8,5 millions (**Graphique 2**). Ce nombre représente 48 % de la main-d'œuvre canadienne.

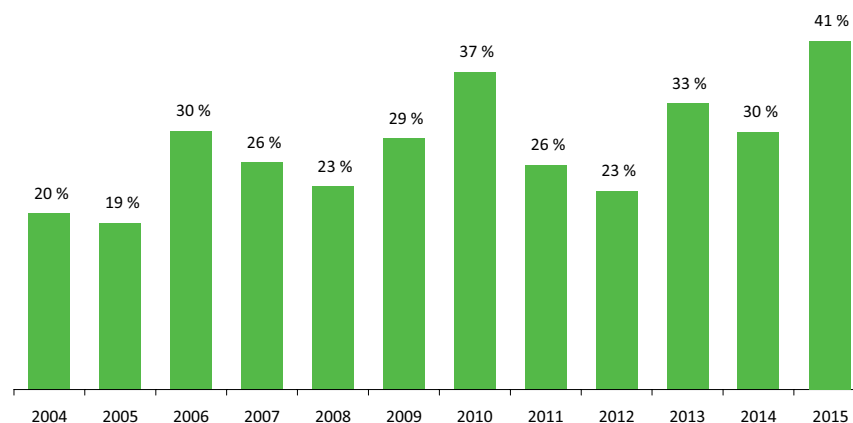
Graphique 2 : Nombre de Canadiens composant la main-d'œuvre, selon le sexe



Source : Statistique Canada. Tableau 282-0002 Enquête sur la population active (EPA), estimations selon le sexe et le groupe d'âge détaillé, annuel.

Les plus récentes données de Statistique Canada indiquent que le nombre de Canadiennes occupant des postes de gestion de niveau supérieur a poursuivi sa progression (Graphique 3). Au cours des dix dernières années, le nombre de postes de gestion de niveau supérieur occupés par des femmes a augmenté de manière significative pour atteindre un nouveau sommet, d'après les résultats du sondage publié en 2015.

**Graphique 3 :
Postes de gestion de niveau supérieur occupés par des femmes au Canada**



Source : Statistique Canada. Tableau 282-0009 Enquête sur la population active (EPA).

La représentation des femmes au sein des conseils d'administration de sociétés canadiennes n'a pas suivi les avancées réalisées dans d'autres secteurs. Selon les statistiques publiées sur le site Web de Catalyst Canada⁷, seulement 30 % des postes dans les conseils d'administration de sociétés d'État sont occupés par des femmes et ce nombre est encore plus faible dans le secteur privé, à savoir 12 %.

⁷ Women in the Workforce: Canada. Catalyst Canada. Mai 2015. www.catalyst.org/regions/canada



Les femmes et l'éducation

L'Enquête nationale auprès des ménages de 2011, la plus récente réalisée par Statistique Canada, révèle des données intéressantes sur la participation des femmes et sur leurs réalisations⁸. Au total, les femmes représentent 60 % des diplômés. Plus précisément, les femmes comptent pour 54 % de tous les titulaires de diplômes dans l'ensemble des universités dans la catégorie des 25 à 64 ans. Il est important de noter qu'au sein de ce large segment, les femmes représentent 47 % des diplômés titulaires d'un doctorat. De plus, il est évident que les femmes entrent dans des secteurs professionnels dominés par les hommes, comme le génie et la médecine. Par exemple, dans le segment d'âge 25 à 34 ans, l'enquête rapporte que 62 % des titulaires d'un diplôme de médecine sont des femmes.

L'influence politique

Les nominations de femmes à des postes de hauts fonctionnaires à la suite des élections de 2015 est un signal que les Canadiennes sont appelées à diriger les destinées publiques dans des secteurs comme les affaires autochtones, la santé et l'environnement, qui tous tiennent à cœur au secteur caritatif.

Bien que ce rapport ne soit pas destiné à traiter de l'influence politique des femmes, il convient de noter que dans un rapport publié en 2015 par Pew Research Centre, les résultats de différentes enquêtes ont fait l'objet de discussions. Par exemple, les résultats du sondage auprès d'un vaste échantillon d'environ 1 800 Américains ont révélé que 34 % des répondants considéraient que les femmes en politique étaient plus honnêtes et éthiques que les hommes (3 % ont suggéré que les hommes pourraient être plus honnêtes) et que 26 % pensaient que les femmes dans les charges publiques travailleraient davantage que les hommes à améliorer la qualité de vie⁹.

⁸ Publié dans le magazine Macleans. Women in Canada embrace higher education: Statcan. Lauren de Rose. La Presse canadienne. 26 juin 2013.

⁹ Women and Leadership. Pew Research Center. Social & Demographic Trends. Janvier 2015.

Les femmes et les dons

Les habitudes caritatives

Tel qu'il était indiqué dans le rapport original, en 2013 les Canadiennes ont revendiqué un total de 3,3 milliards de dollars en dons de bienfaisance et en dons au gouvernement, un montant similaire à l'année précédente. Les dons moyens effectués par les femmes ont légèrement augmenté sur 12 mois en raison d'un déclin de 10 760 du nombre de femmes qui ont réclamé un crédit d'impôt.

Comme le rapport original le souligne, la possibilité pour les couples de regrouper leurs dons de bienfaisance à des fins fiscales souligne la générosité des Canadiennes. En 2013, les femmes ont versé en moyenne 0,75 % du revenu total estimé à une cause caritative par rapport à 0,92 % des hommes.

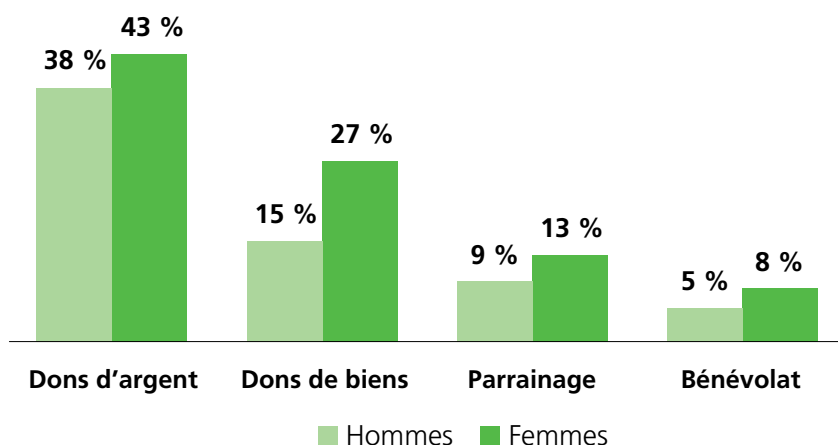
La participation à des activités caritatives

Une recherche récente réalisée à l'échelle internationale a confirmé les résultats du rapport *Du temps, de la générosité, du talent* voulant que les femmes bien nanties des pays développés continuent en général à participer davantage à des activités caritatives que les hommes **(Graphique 4)**¹⁰, ont tendance à donner plus souvent et tendent à le faire sans restriction¹¹.

Plus de femmes sur le marché du travail et dans des postes de niveau élevé des secteurs publics et privés signifie qu'elles disposent de revenus disponibles et de patrimoine accumulé plus importants, deux atouts pour contribuer à la réalisation des objectifs philanthropiques.

Les femmes dans de nombreux pays, y compris au Canada et au Royaume-Uni, continuent à donner davantage en pourcentage de leur revenu, bien que les donateurs masculins donnent plus globalement, parce qu'ils ont des salaires plus élevés et qu'ils constituent une part plus importante de la main d'œuvre.

Graphique 4 : L'engagement caritatif



Source : UK Giving 2014. Charities Aid Foundation. Avril 2015.

¹⁰ UK Giving 2014. Charities Aid Foundation. Avril 2015.

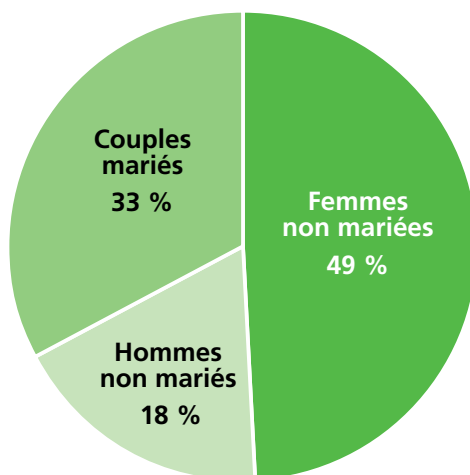
¹¹ An Examination of Tax Deductible Donations Made By Individual Australian Taxpayers in 2011-12. Myles McGregor-Lowndes et Marie Crittall. Août 2015.

Dans le rapport original *Du temps, de la générosité, du talent*, des observations ont été formulées à l'égard de la différence de comportement entre les femmes célibataires et les femmes qui étaient soit mariées, soit dans une relation stable. Des recherches publiées récemment confirment les résultats voulant que les femmes célibataires sont généralement plus généreuses que les hommes célibataires, tant sur le plan du nombre de donateurs actifs que de l'ampleur des dons. Les femmes célibataires sont aussi reconnues pour donner à plus de causes que les hommes célibataires. Toutefois, à mesure que les revenus augmentent, la différence entre les sexes diminue¹².

Comme l'indique le **graphique 5**, l'approche inégale de la philanthropie entre les hommes et les femmes s'étend jusqu'aux legs testamentaires, au point où les femmes non mariées, y compris celles qui sont veuves, divorcées ou qui n'ont jamais été mariées, font presque la moitié des legs testamentaires aux États-Unis¹³.

À la lumière de ces conclusions et de celles qui ont été discutées dans le rapport original, les résultats d'une enquête de The Chronicle of Philanthropy et de la New York University sont susceptibles de soulever des inquiétudes. L'enquête a révélé que 40 % des femmes dans de grands organismes de bienfaisance indiquent qu'on met moins l'accent sur la sollicitation de dons auprès des femmes et que seulement le tiers des femmes sondées croient qu'on accorde aux donatrices bien nanties « le même respect que celui accordé aux hommes »¹⁴.

Graphique 5 : Legs testamentaires à des organismes de bienfaisance



Source : Giving in Retirement. America's Longevity Bonus. Merrill Lynch Bank of America Corporation 2015.

¹² Where Do Men and Women Give? Do Women Give More? Women's Philanthropy Institute. Septembre 2015.

¹³ Giving in Retirement: America's Longevity Bonus. Merrill Lynch Bank of America Corporation 2015.

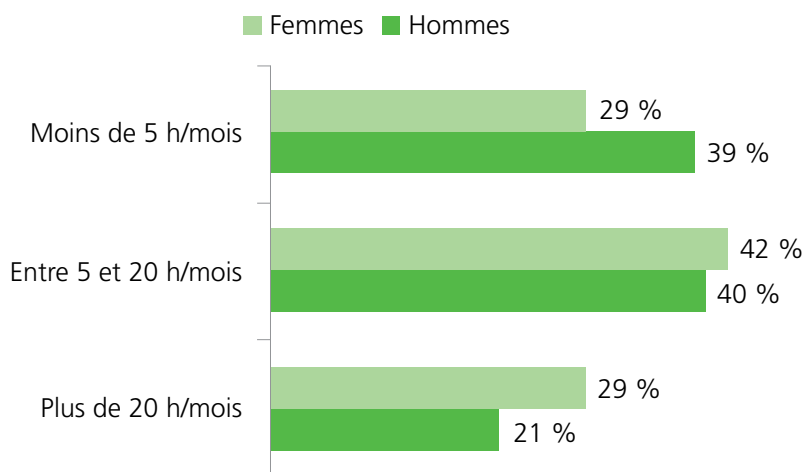
¹⁴ 11 Trends for Nonprofit Leaders. Stacy Palmer. The Chronicle of Philanthropy. Mai 2015.



Le temps alloué aux activités caritatives

Une enquête sur les donateurs effectuée par Fidelity Charitable en 2015¹⁵ a examiné les différences entre les hommes et les femmes pour ce qui est du temps consacré aux activités caritatives, ainsi que l'approche retenue pour la gestion de ces activités. L'enquête a révélé que 71 % des femmes qui ont participé à l'étude consacraient plus de cinq heures par mois à des activités caritatives par rapport à 61 % des hommes (**Graphique 6**). Que les personnes travaillent à plein temps ou soient à la retraite n'a aucune incidence sur l'écart entre les sexes.

Graphique 6 : Temps moyen consacré aux activités philanthropiques, par sexe



Source : Giving and Planning. Research Insights. Fidelity Charitable. 2015.

Selon l'enquête, non seulement les femmes sont disposées à donner plus de temps personnel aux activités caritatives, mais elles sont aussi plus susceptibles d'adopter une approche plus structurée à l'égard de ces activités, en particulier en faisant des dons. Par exemple, environ deux tiers des femmes de l'enquête Fidelity Charitable Study avaient un plan de leg à des organismes de bienfaisance par rapport à un peu plus du tiers des hommes, et plus de femmes que d'hommes ont indiqué avoir créé un énoncé de mission ou un ensemble d'objectifs caritatifs.

¹⁵ Giving and Planning. Research Insights. Fidelity Charitable. 2015. Page 10.

Les variances régionales

À l'intérieur du Canada, il existe des variances régionales sur le plan des habitudes de dons des femmes. L'Agence du revenu du Canada (pour l'année d'imposition 2013)¹⁶ suggère qu'un pourcentage plus élevé de femmes vivant au Manitoba ou en Saskatchewan font des dons par rapport aux autres provinces. Non seulement les femmes de ces provinces sont plus susceptibles de faire des dons, mais elles donnent en moyenne davantage que les montants moyens. Cela peut être une coïncidence, mais les résidentes de ces deux provinces ont également le degré le plus élevé d'attachement à une religion¹⁷, un élément moteur des dons de bienfaisance.

Les tendances professionnelles

La recherche australienne sur les habitudes en matière de dons de bienfaisance dont il était question à la page précédente¹⁸ suggère que parmi les deux sexes, certains groupes professionnels versent des montants disproportionnellement élevés en dons de bienfaisance, notamment les chefs de la direction, les avocats, les comptables et les professionnels de la santé.

En Australie, les professionnels du domaine juridique versent en moyenne les montants les plus élevés parmi les groupes de professionnels (6 123 \$ en 2013) et arrivent au second rang après les ministres du culte, sur le plan du pourcentage du revenu en dons (1,95 %). Bien qu'il n'existe pas de données propres au sexe dans cette étude, le fait qu'un pourcentage plus élevé d'Australiennes que d'Australiens font des dons indique que les données sont le reflet probable des habitudes de dons des femmes.

Ces résultats devraient alerter les organismes de bienfaisance canadiens sur la possibilité et l'importance de cibler leurs activités de sollicitation caritative sur des sous-segments à haut potentiel, au lieu d'adopter une stratégie universelle.

Les entrepreneurs et les dons de bienfaisance

La montée de l'entrepreneuriat dans le monde a une incidence importante sur la philanthropie. Une étude à l'échelle mondiale réalisée par Ledbury Research et commanditée par Barclays Bank PLC, une banque britannique¹⁹, a examiné la différence de comportement entre ceux qui sont devenus riches par héritage ou en épargnant prudemment par rapport à ceux qui ont créé du patrimoine grâce aux bénéfices ou à la vente d'une entreprise familiale. Le questionnaire présenté à un échantillon de particuliers à valeur nette élevée comprenait des questions sur la portion de leur patrimoine qui serait versée en dons de bienfaisance, que ce soit durant leur vie ou au moment du transfert de leur patrimoine, et le calendrier de leurs dons à des organismes de bienfaisance.

Sans égard à la manière dont le patrimoine a été créé, il y avait peu de différence entre le montant de patrimoine qui serait donné aux organismes de bienfaisance durant la vie du particulier ou à son décès. En moyenne, ce montant représentait 13 % du patrimoine, les entrepreneurs semblant légèrement plus généreux que les héritiers. La plus grosse différence entre les trois groupes résidait dans le calendrier des dons de bienfaisance. La recherche a indiqué que les entrepreneurs étaient beaucoup plus susceptibles de faire des dons de bienfaisance durant leur vie que les héritiers ou les épargnants (**Graphique 7**).

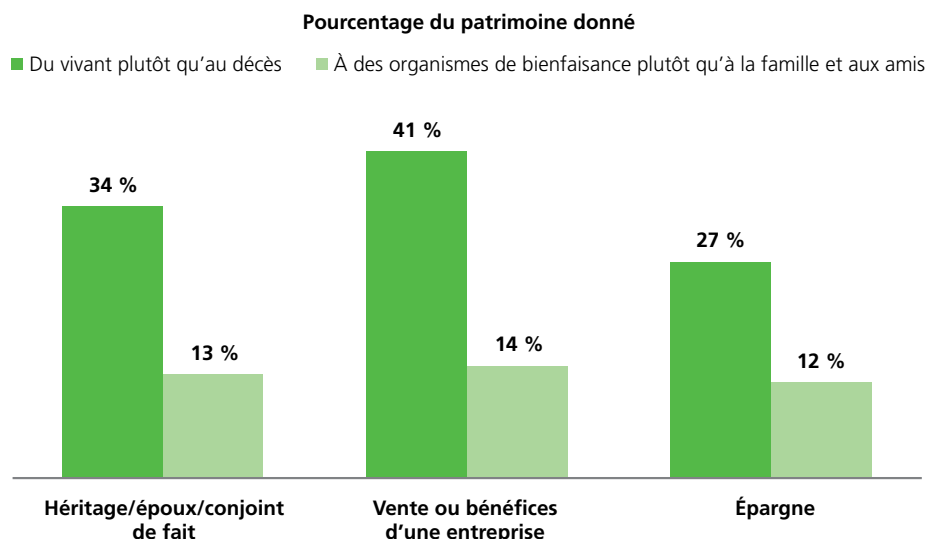
¹⁶ Statistiques sur le revenu et statistiques sur la TPS/TVH. Statistiques T1 finales. Édition de 2015 (année d'imposition 2013). Tableau final 4. Agence du revenu du Canada.

¹⁷ Religion in Canada. Association d'études canadiennes. Février 2013.

¹⁸ An Examination of Tax Deductible Donations Made By Individual Australian Taxpayers in 2011-12. Myles McGregor-Lowndes et Marie Crittall. Août 2015.

¹⁹ Philanthropy. Wealth Insights. Volume 17 : Barclays Wealth and Investment Management. 2016.

Graphique 7 : Utilisation prévue du patrimoine, par source de patrimoine



Source : Barclays Wealth and Investment Management. Wealth Insights Volume 17. Philanthropy 2016.

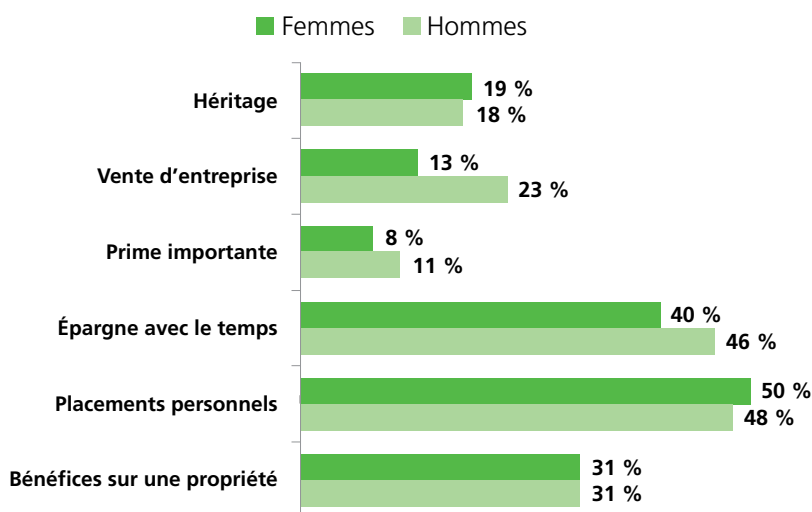
Une recherche précédente de Fidelity Charitable Gift Fund en 2010²⁰ a étudié d'autres comportements des entrepreneurs aux États-Unis. L'étude a indiqué qu'un très fort pourcentage d'entrepreneurs (90 %) versaient des dons à la fois personnellement et par l'entremise de leur entreprise, et que presque les deux tiers siégeaient au conseil d'administration d'au moins un organisme sans but lucratif. Il est intéressant de noter que bien que l'étude ne portait pas sur le degré de générosité personnelle démontrée par les entrepreneurs, elle a indiqué que le niveau de dons par l'entremise d'entreprises familiales, mesuré en pourcentage des bénéfices, était plus de deux fois celui des plus grandes sociétés américaines.

Une autre étude de Barclays publiée en 2013²¹ et intitulée *Unlocking the Female Economy* a étudié l'état de l'entrepreneuriat au féminin à travers le monde. La recherche indique que parmi un échantillon de femmes à valeur nette élevée, le pourcentage qui se disait entrepreneures était très légèrement inférieur à celui des entrepreneurs masculins dans l'échantillon d'hommes. Toutefois, sur le plan de la provenance du patrimoine, l'étude a révélé que les femmes étaient beaucoup plus susceptibles de créer du patrimoine grâce à la vente de leur entreprise que grâce à l'épargne, aux placements prudents, à la plus-value immobilière ou même à un héritage (**Graphique 8**). Jusqu'à un certain point, ce résultat reflète possiblement que beaucoup moins d'entreprises dirigées par une femme ont été vendues (à cause de l'augmentation récente du nombre d'entrepreneures) plutôt que l'incapacité des entrepreneures à capitaliser sur leur réussite entrepreneuriale.

²⁰ Fidelity Charitable Gift Fund. *Entrepreneurs & Philanthropy: Investing in the Future: Executive Summary*. 2010.

²¹ *Unlocking the Female Economy. The Path to Entrepreneurial Success*. Barclays Wealth and Investment Management Janvier 2013.

Graphique 8 : Provenance du patrimoine*



*Les pourcentages ne totalisent pas 100 % parce que les répondants pouvaient choisir plus d'une source « principale » de patrimoine.
Source : Unlocking the Female Economy. The Path to Entrepreneurial Success. Barclays Wealth and Investment Management. Janvier 2013.

Les autres activités

Finalement, dans la recherche Charities Aid²² dont il était question à la page précédente, les faits laissent entendre que les femmes sont plus susceptibles que les hommes de donner des biens à des organismes de bienfaisance (27 % contre 15 %), d'acheter des biens à un organisme de bienfaisance (25 % contre 17 %) et de commanditer quelqu'un à un événement lié à un organisme de bienfaisance (13 % contre 9 %).

Les sources de motivation

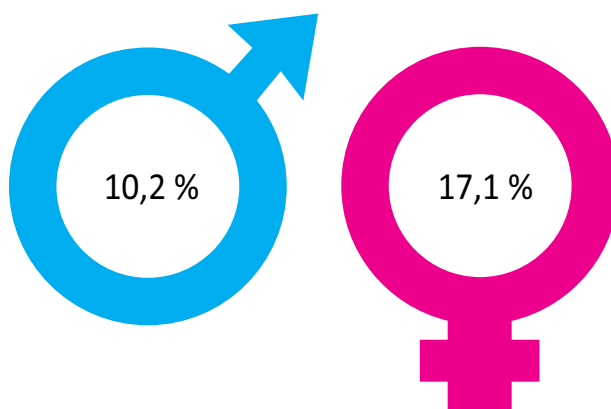
La recherche effectuée en 2014 dans le cadre du rapport *Du temps, de la générosité, du talent* a fait ressortir un certain nombre de moyens adoptés par les femmes pour appuyer les organismes de bienfaisance, le type de causes qu'elles sont le plus susceptibles de soutenir et les facteurs qui les ont le plus influencées dans leur prise de décision. Les panels de discussion ont révélé un vaste éventail de motivations, notamment un patrimoine nouvellement acquis, une longue tradition familiale de générosité, l'engagement religieux et le fait d'avoir grandi dans une collectivité rurale.

Les résultats d'une étude plus récente indiquent que les trois inhibiteurs de don les plus fréquemment mentionnés étaient l'inquiétude que le don ne soit pas utilisé judicieusement, la peur qu'un seul don provoque une sollicitation continue et la conviction que le niveau de patrimoine familial soit insuffisant pour rendre possible un don²³.

²² UK Giving 2014. Charities Aid Foundation. Avril 2015.

²³ The Philanthropic Conversation. Association canadienne des professionnels en dons planifiés. 2015

Graphique 9 : Intérêt d'intégrer les valeurs aux objectifs caritatifs



Source : U.S. Trust Study of High Net Worth Philanthropy. U.S. Trust. 2014.

Une étude américaine récente sur la philanthropie note qu'un pourcentage plus élevé de femmes bien nanties que d'hommes souhaitent associer leurs valeurs personnelles à leurs objectifs caritatifs (**Graphique 9**)²⁴.

Dans le rapport original *Du temps, de la générosité, du talent*, on souligne l'incidence de la religion comme source de motivation des femmes qui font des dons et s'engagent dans des activités caritatives. Cette constatation est basée sur des recherches qualitatives menées précisément pour appuyer l'étude.

Depuis la publication du rapport, des recherches ont été publiées aux États-Unis qui font le lien entre la participation à une religion organisée et la générosité. L'étude indique que les femmes assistent plus fréquemment à des événements religieux et que 70 % des femmes par rapport à 51 % des hommes affirment que la religion est importante pour elles²⁵. Elle confirme aussi l'idée acceptée que ceux qui pratiquent activement une religion donnent plus généreusement que les pratiquants occasionnels ou les non pratiquants.

Malgré la relativement haute incidence de participation aux religions organisées aux États-Unis, il est aussi évident que les donateurs bien nantis de ce pays sont moins susceptibles de donner à des causes religieuses qu'avant et que le montant versé par les pratiquants, par rapport à l'ensemble de leurs dons, a tendance à être plus faible²⁶.

Il est peu probable que la religion soit une source de motivation aussi forte au Canada qu'aux États-Unis. Une étude récente indique que seulement le tiers des Canadiens pratiquent une religion au sein de leur collectivité²⁷. Toutefois, le taux de pratique religieuse des hommes et des femmes est différent, avec 29 % des hommes ayant répondu au sondage qui affirment être pratiquants contre 37 % des femmes. La même tendance se retrouve dans le taux de participation aux activités de bénévolat communautaire, une tendance qui était évidente dans le rapport original *Du temps, de la générosité, du talent*.

²⁴ U.S. Trust. Bank of America Private Wealth Management.

²⁵ New Research on Women, Religion and Giving. Women's Philanthropy Institute. 2014

²⁶ L'étude The 2014 U.S. Trust Study of High Net Worth Philanthropy. U.S. Trust. d'octobre 2014 indique qu'en 2005, la part moyenne des dons de personnes à valeur nette élevée à des organismes religieux était de 22,5 % en 2005 et de 18,7 % en 2013.

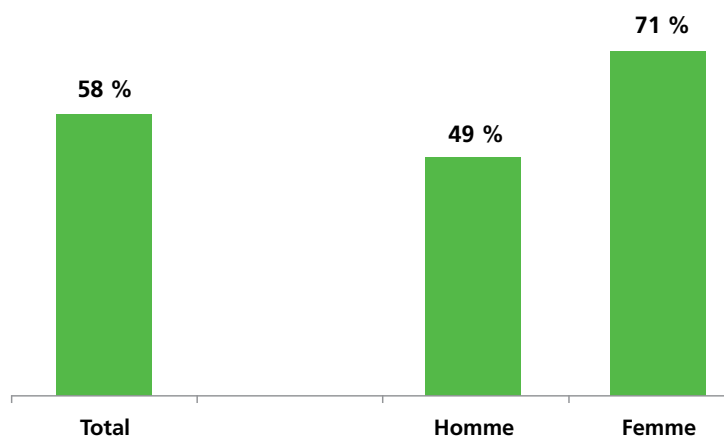
²⁷ Canadians and Their Communities. Angus Reid Institute. Octobre 2015.



Les causes

Tel qu'il est suggéré dans le rapport 2014, les femmes ont tendance à appuyer des causes différentes de celles des hommes. Dans *Du temps, de la générosité, du talent*, la recherche sous-jacente indique que les femmes donnent fréquemment à des causes liées à la pauvreté, à la santé, aux enfants, aux droits des femmes et à l'éducation. Cette constatation a été confirmée par des recherches plus récentes²⁸, qui appuient l'idée que les femmes ont davantage tendance à mentionner que l'effet visible des dons est un facteur décisif lorsque vient le temps de décider de faire un investissement (**Graphique 10**).

Graphique 10 :
Pourcentage qui convient que l'incidence sociale ou environnementale est un facteur important lors de la prise de décisions d'investissement



Source : U.S. Trust Insights on Wealth and Worth. U.S. Trust. 2015.

Une étude récente du Women's Philanthropy Institute a établi que les femmes célibataires à valeur nette élevée ont plus tendance à donner à des causes précises, alors que les hommes célibataires à valeur nette élevée sont plus susceptibles d'appuyer des grandes organisations comme Centraide²⁹. L'étude a aussi révélé qu'à mesure que leur revenu augmente, les femmes sont plus susceptibles que les hommes de donner à des causes caritatives.

La recherche publiée en avril 2015 au Royaume-Uni a étudié les activités caritatives des hommes et des femmes. Tel qu'il est indiqué dans le rapport initial, les femmes du Royaume-Uni partagent plusieurs priorités caritatives avec les Canadiennes. Il est toutefois intéressant de noter que dans la plus récente publication de la Charities Aid Foundation³⁰, en plus de la liste habituelle de priorités caritatives des hommes et des femmes – pour lesquelles les hommes dépassent seulement les femmes dans le domaine des sports – il s'avère que les causes à l'étranger (internationales) ont plus tendance à recevoir le soutien des hommes que celui des femmes.

Ces différences en fonction du sexe s'étendent aussi aux opinions sur les causes que les citoyens estiment devoir être soutenues par le secteur privé. Dans un sondage Ipsos au Canada en 2015³¹, le niveau de conviction était systématiquement plus élevé chez les femmes, bien que le classement des causes soit équivalent entre les hommes et les femmes. Par exemple, les femmes ont affiché un appui sensiblement plus fort envers l'engagement des entreprises pour des causes associées à la pauvreté (65 % des femmes contre 57 % des hommes), aux questions de santé mentale (57 % contre 51 %) et de maltraitance (49 % contre 43 %). Il est aussi important de noter que 7 % des

²⁸ The 2014 U.S. Trust Study of High Net Worth Philanthropy. U.S. Trust. Octobre 2014.

²⁹ Where Do Men and Women Give? Women's Philanthropy Institute. Septembre 2015.

³⁰ UK Giving 2014. Charitable Aid Foundation. Avril 2015.

³¹ Causes We're Loyal To. Knowledge & Ideas. Ipsos. 2015.

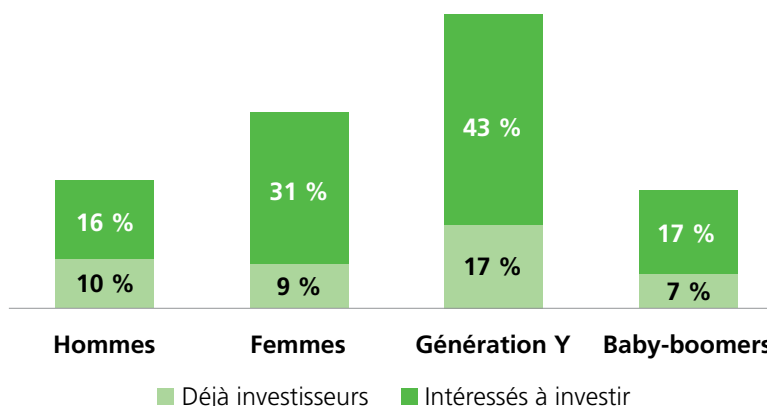
hommes sondés ne croyaient pas qu'il était approprié que les entreprises canadiennes soutiennent quelque cause que ce soit.

La même recherche souligne aussi les différences entre les sexes en réponse à la question qui demandait aux participants d'indiquer s'ils se sentaient socialement responsables. 76 % des femmes ont fourni une réponse positive contre 69 % des hommes. Finalement, en dépit des preuves du contraire, les résultats du sondage indiquent que 46 % des Canadiens croient que les Canadiens sont plus généreux que les donateurs des autres pays. Un nombre moins élevé de femmes partageait cette opinion, ce qui suggère que les femmes ont un meilleur sens de notre générosité nationale que les hommes.

Génération Y

Des sondages supplémentaires basés sur la recherche appuyaient ces conclusions en révélant que les femmes aisées sont beaucoup plus susceptibles que les hommes aisés (71 % contre 49 %) de sentir que les décisions d'investissement sont un moyen d'exprimer les valeurs sociales ou environnementales³². Curieusement, l'attachement à cet énoncé est le plus fort parmi les membres de la génération Y et décline avec l'âge.

Graphique 11 : Intérêt envers l'investissement à incidence sociale



Source : UK Giving 2014. Charities Aid Foundation. Avril 2015.

La même étude a aussi révélé que les femmes bien nanties sont deux fois plus susceptibles de s'intéresser aux investissements à incidence sociale, et que des citoyennes de la cohorte des bien nanties de la génération Y démontrent un intérêt et un engagement plus élevés que ceux des générations plus âgées (**Graphique 11**).

Une présentation à la Otterbein University en mars 2015 a fourni des explications sur les habitudes de dons des 76 millions de membres de la génération Y aux États-Unis³³. La présentation, qui se fondait sur la recherche d'un tiers, suggérait qu'en 2013, les dons de la génération Y avaient atteint 33 milliards de dollars américains, un montant équivalent à 11 % de l'ensemble des dons individuels. La présentation a aussi cité un article de Nonprofit Quarterly qui affirme que les femmes de la génération Y favorisent les « organismes de bienfaisance qui ont une conscience sociale et sont ouverts sur le monde, et qui défendent les droits civiques, les bonnes pratiques commerciales et la protection de l'environnement »³⁴.

³² U.S. Trust. Bank of America Private Banking.

³³ Women in Philanthropy: The Millennial Perspective. Erin Scott, MPA. 4 mars 2015.

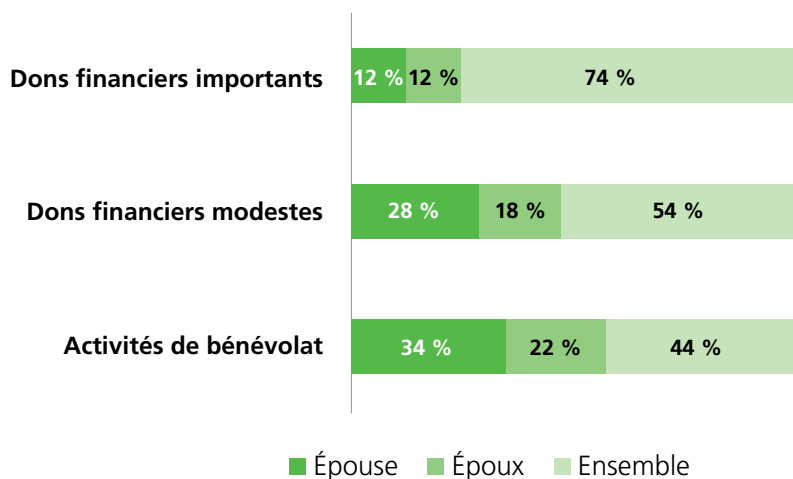
³⁴ Millennial Givers and a "Movement" Approach to Giving – Nonprofit Quarterly. Septembre 2014.

Les retraités

Tel qu'il est mentionné plus haut, les tendances en matière de don sont différentes non seulement selon le sexe, mais aussi selon l'âge. Un rapport de recherche menée en 2015 par une importante société de placement américaine révèle un certain nombre de tendances de dons chez les femmes retraitées. Par exemple, les femmes sont plus enclines à affirmer qu'une retraite réussie se définit par le don plutôt que par l'accumulation d'un patrimoine important, un résultat qui se reflète dans le taux de donation et de bénévolat des femmes³⁵.

La même étude a aussi révélé que les dons financiers importants font l'objet de décisions conjointes des époux après la retraite, bien que les femmes jouent un rôle plus important lorsqu'il s'agit de décisions liées au bénévolat et aux dons financiers plus modestes (**Graphique 12**).

Graphique 12 : Prise de décision en matière de philanthropie



Source : Giving in Retirement. America's Longevity Bonus. Merrill Lynch Bank of America Corporation 2015.

Cette responsabilité à l'égard de la prise de décision est significative puisque les femmes sont trois fois plus susceptibles d'être veuves que les hommes, ce qui laisse souvent les femmes seules à prendre les décisions sur la destination et le montant des dons.

Au moment du recensement de 2011, les femmes âgées de plus de 65 ans représentaient 16,1 % de toutes les Canadiennes, une augmentation de 14,5 % par rapport à 2001. Statistique Canada rapportait qu'en 2014, le pourcentage de femmes âgées de plus de 65 ans a atteint 17 % et évaluait à environ 3,1 millions la population totale des femmes âgées de plus de 65 ans.

En se servant des données d'Investor Economics comme base, il a été estimé qu'environ 470 000 de ces femmes représenteraient des ménages avec un patrimoine accumulé de plus de 500 000 \$, le segment le plus susceptible de donner à des organismes de bienfaisance. Étant donnée la perspective de concentration du patrimoine parmi les ménages âgés de plus de 65 ans, il est évident que les Canadiennes de ce segment exerceront une influence grandissante sur l'orientation des dons de bienfaisance.

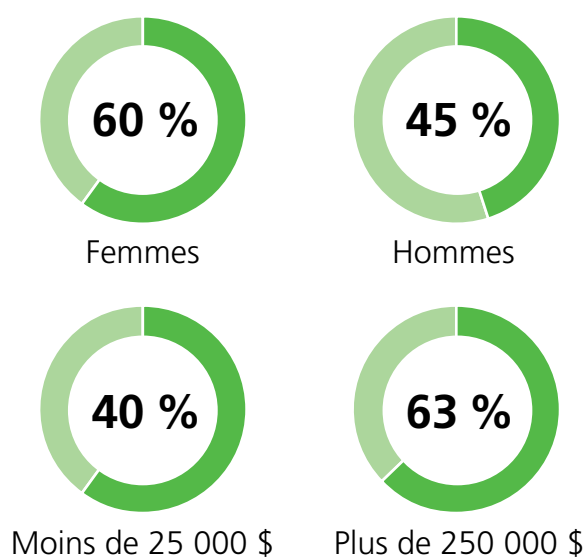
³⁵ Giving in Retirement: America's Longevity Bonus. Merrill Lynch 2015.

Travailler avec des conseillers financiers

Dans la section « Conclusions » du rapport original, il y avait une mention sur la pénurie de sources de conseils objectifs à l'intention des donatrices. Depuis la publication du rapport *Du temps, de la générosité, du talent*, deux groupes, l'un canadien et l'autre basé aux États-Unis, ont étudié la prestation de conseils sur les dons de bienfaisance par les conseillers financiers (qui peuvent être ou non des experts dans le domaine).

La recherche menée par Fidelity Charitable³⁶ indiquait que les femmes sont plus susceptibles que les hommes de rencontrer leur conseiller financier pour discuter de différentes questions touchant la planification des dons de bienfaisance et de leur mise en œuvre (**Graphique 13**). La recherche a aussi souligné que l'ampleur du patrimoine financier avait une incidence sur le fait de rechercher des conseils d'experts.

Graphique 13 : Probabilité d'avoir eu une conversation avec un conseiller sur la planification caritative



Note : Solde du compte de donateur.

Source : 2015 Giving Report. A deeper Look at Fidelity Charitable Donors and the Many Ways They Give. Fidelity Charitable. 2015.

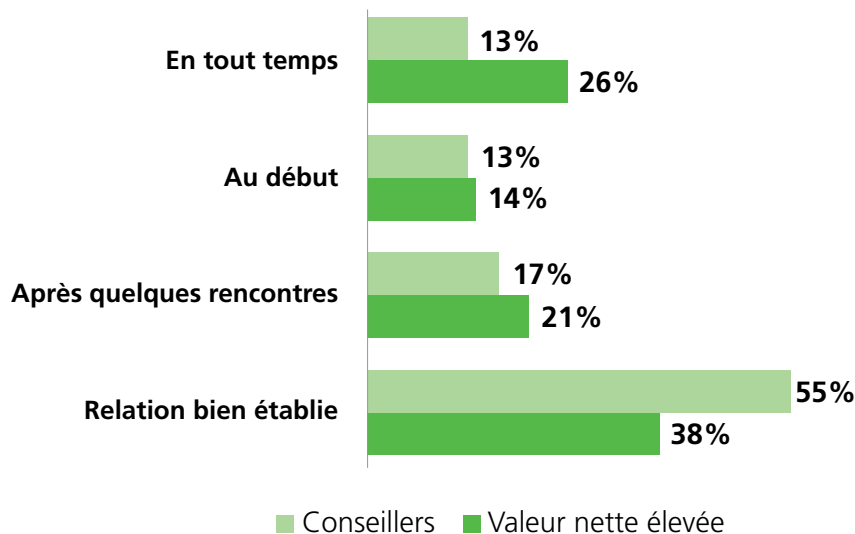
Le rapport public sur la recherche commanditée en partie par l'Association canadienne des professionnels en dons planifiés, le GIV3 et Fondations philanthropiques Canada n'a pas différencié les réponses des hommes de celles des femmes. Toutefois, il est clair d'après les résultats que, sans égard au sexe et malgré les affirmations des conseillers lors de l'étude, le nombre des donateurs à la recherche de conseils de conseillers financiers est plus faible au Canada qu'aux États-Unis.

Parmi les répondants qui ont fait appel à un conseiller financier (le même type de répondants que pour l'étude de Fidelity Charitable), seulement 15 % des donateurs ont amorcé des discussions sur les dons avec leur conseiller financier. Il continue d'y avoir un déséquilibre entre la demande et l'offre en matière de conseils, ce qui laisse penser que les institutions financières qui offrent à la fois des conseils et des services de mise en œuvre ont la possibilité d'attirer de nouveaux flux d'activités de la part des donateurs actifs.

³⁶ 2015 Giving Report. A deeper Look at Fidelity Charitable Donors and the Many Ways They Give. Fidelity Charitable. 2015.

Il vaut la peine de souligner que les donateurs aisés qui reçoivent déjà des conseils ou qui pourraient en recevoir dans le futur souhaitent commencer les discussions sur la philanthropie plus tôt au cours du processus que les conseillers le pensaient (**Graphique 14**).

Graphique 14 : Choix du moment des discussions sur la philanthropie



Source : The Philanthropic Conversation. Gestion de patrimoine, BMO Banque privée Harris.ACPDP.GIV3 et FPC. 2014.

Les constatations d'un panel de discussions sur les femmes et la philanthropie³⁷ ont été rapportées dans un billet publié en juillet 2015 par le Cannon Financial Institute³⁸.

« Le consensus qui se dégagait du panel était que les femmes sont grandement influencées par une possibilité de faire du bénévolat dans l'organisme de bienfaisance, par l'état des finances de celui-ci – la clarté, la traçabilité et la transparence sont les mots clés – et par la reconnaissance de leurs dons précédents. »

Le panel a aussi conclu :

« De manière générale, les femmes mettent plus de temps que les hommes à faire un don substantiel et sont plus susceptibles de donner un montant important si elles ont consacré des heures de bénévolat à l'organisme de bienfaisance auquel il est destiné. »

³⁷ Women in philanthropy: Their motivations, the numbers and its impact on advisors. Cannon Financial Institute. Juillet 2015.

³⁸ Panel modéré par Gena Rotstein, chef de la direction, Dexterity Ventures Inc. conformément à Women in philanthropy: Their motivations, the numbers and its impact on advisors. Cannon Financial Institute. Juillet 2015.

Le financement participatif

Le recours au financement participatif par les organismes de bienfaisance a connu une croissance rapide au point où en 2014, 1 722 campagnes de financement participatif sur un total de 12 663 à l'échelle mondiale étaient menées par des organismes de bienfaisance et des organismes sans but lucratif canadiens³⁹.

Le financement participatif repose sur deux éléments importants. En premier lieu, le financement doit être effectué par Internet (y compris à l'aide des sites de médias sociaux), puis la campagne doit être axée sur un projet précis contrairement à une collecte de fonds plus générale. Les campagnes de financement participatif ont été adoptées par les organismes de bienfaisance et d'autres organismes pour permettre aux donateurs de verser leurs dons directement et commodément en appui à des particuliers, des familles ou des causes sociales.

Le Crowdfunding Guide publié en 2015 par HiveWire et le Centre for Social Innovation⁴⁰ fournit des renseignements sur les campagnes de financement participatif menées par les organisations sans but lucratif canadiennes. Entre 2008 et 2015, les campagnes ont permis d'amasser un total de 91 millions de dollars en promesses de dons couvrant environ 1 700 campagnes. La majorité des campagnes ont permis d'amasser des sommes relativement faibles, alors que seulement 11,8 % des campagnes ont obtenu des résultats supérieurs à 20 000 \$. Giveffect a indiqué que le don moyen se situe dans une fourchette de 25 \$ à 30 \$, ou environ 10 % du don médian par personne au Canada⁴¹.

Le financement participatif au Canada pour des causes sociales non liées à des organismes de bienfaisance enregistrés

Le degré général de soutien, bien que modeste, est perçu positivement. Il est légèrement préoccupant de voir qu'en 2013, seulement 25 % à 30 % des fonds amassés ont été versés à des organismes de bienfaisance canadiens enregistrés alors que la plus grosse part du financement a été versée à des particuliers ou à des projets non liés à des organismes de bienfaisance enregistrés⁴².

³⁹ Crowdfunding Guide For Nonprofits, Charities and Social Impact Projects. HiveWire et Centre for Social Innovation. Page 8. 2015.

⁴⁰ Crowdfunding Guide For Nonprofits, Charities and Social Impact Projects. HiveWire et Centre for Social Innovation. 2015.

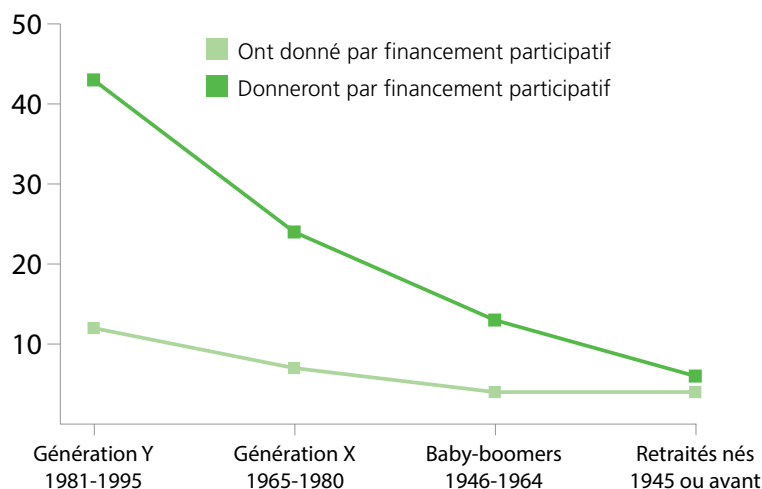
⁴¹ Les données indiquent que moins de jeunes canadiens font des dons. Seres Lu, Business Reporter, The Globe and Mail. 23 juin 2015.

⁴² Is Crowdfunding Charities' Friend Or Foe? Marina Glogovac. Huffington Post. Octobre 2015.

Qui donne?

Comme l'indique le **graphique 15**, l'enthousiasme pour le financement participatif décline avec l'âge.

Graphique 15 : Le paysage en évolution des dons de bienfaisance au Canada



Le financement participatif des organismes de bienfaisance et des organismes sans but lucratif au Canada couvre une vaste gamme de causes, même si 45 % des fonds amassés sont dirigés vers des causes liées aux collectivités (29 %) et à l'éducation (16,5 %).

Les femmes et le financement participatif

Des études récentes indiquent que les projets de femmes à la recherche de financement participatif surpassent sur le plan du rendement ceux des hommes. Cela contraste avec le financement conventionnel où les entrepreneurs masculins dominent. L'expérience des entrepreneures et l'action des investisseuses pourraient démontrer le potentiel du financement participatif dans le secteur caritatif.

Au lieu de demander des sommes importantes d'argent à un petit nombre de donateurs, les campagnes de financement participatif comptent sur de petits montants provenant d'un large bassin de donateurs qui partagent les préoccupations et les priorités de l'organisation. Si l'expérience du financement participatif commercial peut servir de guide, le financement participatif dans le secteur caritatif pourrait être un moyen d'attirer les donatrices, en particulier pour appuyer des causes qui touchent les priorités des femmes, comme les enfants, la pauvreté et les droits des femmes.

Conclusions

Un an après la parution du rapport *Du temps, de la générosité, du talent : Les femmes canadiennes et la philanthropie*, il est clair que les femmes continuent d'exercer une influence croissante sur l'économie canadienne. L'augmentation du revenu total produit par des femmes, ainsi que de la probabilité qu'elles héritent de montants substantiels au cours de la prochaine décennie, suggèrent que les femmes peuvent jouer et joueront un rôle de plus en plus important sur le plan de la philanthropie canadienne.

Avec le déplacement des baby-boomers sur la courbe démographique canadienne, les besoins que leurs revenus doivent couvrir changeront et dans plusieurs cas diminueront au point où les dons aux organismes de bienfaisance deviendront abordables pour plusieurs ménages. Étant donné la générosité des femmes d'âge mûr dont il a été question plus tôt dans ce rapport, cet événement démographique offre l'espoir que le niveau quelque peu stagnant de dons de bienfaisance au Canada évoluera positivement.

Cela dit, il ne faut pas perdre de vue que les Canadiennes, comme en font foi les plus récentes statistiques de l'Agence du revenu du Canada⁴³, ont augmenté le montant de leurs dons annuels de 400 millions de dollars entre 2009 et 2012⁴⁴. À l'aide du taux de croissance annuel moyen pour la période (4,4 %), il est raisonnable de suggérer que d'ici 2020, les Canadiennes verseront annuellement des dons totalisant 5 milliards de dollars. Les nouvelles initiatives du gouvernement fédéral et l'augmentation projetée de la capacité financière des femmes pourraient hausser le niveau des dons au-delà de ce montant.

⁴³ Statistiques sur le revenu et statistiques sur la TPS/TVH. T1 Statistiques finales. Édition de 2015 (année d'imposition 2013). Tableau final 4. Agence du revenu du Canada.

⁴⁴ L'utilisation des statistiques de l'ARC comme référence principale de la générosité des femmes sous-estime probablement le montant donné par les femmes au Canada. La *Loi de l'impôt sur le revenu* permet aux couples de regrouper leurs dons pour le calcul des crédits d'impôt, ce qui permet à une conjointe ou conjointe de fait de regrouper ses dons avec ceux de son conjoint ou conjoint de fait pour maximiser l'incidence fiscale.

Programme à l'intention des investisseuses de la TD

Le programme « Votre histoire, votre avenir » de la TD est le premier programme expérientiel à l'intention des investisseuses au Canada.

Il a été conçu pour les femmes qui exercent une influence sur une part importante et croissante du patrimoine au Canada et qui cherchent une expérience d'investissement différente de celle des hommes. Une des différences fondamentales entre les investisseurs et les investisseuses est le désir d'une relation de conseils financiers globale, axée sur l'établissement et la réalisation d'objectifs personnels plutôt que simplement sur l'atteinte d'une cible financière. Le Programme à l'intention des investisseuses est présidé par Sandy Cimatori, chef de l'exploitation, Gestion de patrimoine TD et dirigeante responsable du programme, dirigé par Vanessa Iarocci, vice-présidente associée, Gestion de patrimoine TD, et géré par Sonia Guglielmi, directrice, Stratégies de segment, Gestion de patrimoine TD.

Pour en savoir plus sur ce rapport ou sur les programmes de votre région qui s'adressent aux femmes, veuillez écrire à **TDWealthWomenInvestorStrategy@td.com**



Sandy Cimatori
Chef de l'exploitation,
Gestion de patrimoine TD
Dirigeante responsable, Programme à
l'intention des investisseuses



Vanessa S. Iarocci
Vice-présidente associée,
Gestion de patrimoine TD
Directrice du programme, Programme
à l'intention des investisseuses



Sonia Guglielmi
Directrice,
Stratégies de segment,
Gestion de patrimoine TD



Jo-Anne Ryan
Vice-présidente, Philanthropie,
Services-conseils de Gestion de patrimoine
Directrice générale, Fondation de dons particuliers

Jo-Anne Ryan s'est jointe à Gestion de patrimoine TD en 2003. Elle dirige l'équipe Philanthropie, Services-conseils de Gestion de patrimoine. Elle est la directrice générale et l'architecte de la Fondation de dons particuliers (FDP), le premier fonds à vocation arrêtée lancé par une institution financière au Canada et qui fournit une structure simple et efficace pour léguer un patrimoine durable. M^{me} Ryan élabore des stratégies pour aider les clients à intégrer les aspects philanthropiques dans l'ensemble de leur planification financière et successorale.

Pour en savoir plus sur ce rapport ou pour discuter de la manière dont Gestion de patrimoine TD peut vous aider à atteindre vos objectifs philanthropiques, veuillez communiquer avec :

Jo-Anne Ryan
416-308-6735
joanne.ryan@td.com



Poursuivons cette conversation :
#votrehistoirevotreavenir



Les renseignements aux présentes ont été fournis par Gestion de patrimoine TD à des fins d'information seulement. Ces renseignements proviennent de sources jugées fiables. Lorsque de tels énoncés sont fondés en partie ou en totalité sur des renseignements provenant de tiers, leur exactitude et leur exhaustivité ne sont pas garanties. Les graphiques et les tableaux sont utilisés à des fins d'illustration et ne reflètent pas des valeurs ou des rendements futurs. Le présent document n'a pas pour but de fournir des conseils personnels financiers, juridiques, fiscaux ou de placement. Les stratégies de placement, de négociation ou de fiscalité devraient être étudiées en fonction des objectifs et de la tolérance au risque de chacun. Gestion de patrimoine TD, La Banque Toronto-Dominion et les membres de son groupe et ses entités liées ne sont pas responsables des erreurs ou omissions relativement aux renseignements ni des pertes ou dommages subis.

Gestion de patrimoine TD représente les produits et services offerts par TD Waterhouse Canada Inc. (membre du Fonds canadien de protection des épargnants), Gestion privée TD Waterhouse Inc., Services bancaires privés, Gestion de patrimoine TD (offerts par La Banque Toronto-Dominion) et Services fiduciaires, Gestion de patrimoine TD (offerts par La Société Canada Trust).

Toutes les marques de commerce appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

¹⁰⁰ Le logo TD et les autres marques de commerce sont la propriété de La Banque Toronto-Dominion.