

05 / 2023



RAPPORT MENSUEL

Charity Insights Canada Project -
Projet Canada Perspectives des Organismes de Bienfaisance
[CICP-PCPOB]

#5 / 10

ANNÉE 1 DU PROJET1



Please cite as, citez comme: CICP-PCPOB. (2023). CICP-PCPOB Monthly Report- Rapport Mensuel (No. 1.5). Philanthropy and Nonprofit Leadership, Carleton University. <https://carleton.ca/cicp-pcprob/homepage/research-data/>



UN MOT DE NOTRE DIRECTRICE ET CHERCHEURE PRINCIPALE

En mai, nous avons abordé une série de sujets intéressants et pertinents concernant le secteur. Les organismes de bienfaisance interrogés ont fait part d'un certain nombre de remarques dignes d'intérêt, notamment le fait que la mise en place de modalités de travail flexibles est actuellement l'initiative la plus courante en matière d'équité au sein des organismes de bienfaisance. Il est peut-être temps de réfléchir aux avantages comparatifs (ou aux inconvénients) que cela présente pour les organisations caritatives dans le contexte d'un marché de l'emploi très compétitif. De plus, bien que la pandémie ait exacerbé la crise de l'épuisement professionnel qui se dessinait dans le secteur, elle semble avoir renforcé l'attention portée par de nombreux organismes à l'innovation et à l'adaptation dans la prestation des services. Interrogé.e.s sur le leadership, les panélistes ont estimé que la persévérance en conditions difficiles était une aptitude essentielle à posséder dans le secteur. Chaque semaine, nous en découvrons davantage sur le secteur et les principaux défis auxquels ses organisations sont confrontées.

Ce mois-ci, nous avons demandé à nos panélistes de nous faire part de leur implication au sein de notre projet. Nous souhaitions comprendre les principales motivations qui les ont poussés à participer et à rester engagé.e.s au cours des 25 dernières semaines. Nos conclusions ont révélé que la plupart des participants étaient avides de connaître les réponses de leurs confrères, de rester au courant des informations relatives au secteur et ainsi, pour beaucoup, la participation est devenue une habitude ancrée dans leurs habitudes hebdomadaires.

Nous avons également demandé aux panélistes si elles envisageaient de prolonger leur participation pour une année supplémentaire. Il est intéressant de noter qu'environ 62 % des panélistes ayant répondu ont indiqué qu'elles étaient prêtes à prolonger leur participation au projet pour une année supplémentaire et qu'environ 26 % ont indiqué qu'elles étaient indécises quant à leur participation future. Nous nous engageons à rendre notre recherche aussi convaincante et bénéfique que possible pour nos panélistes et pour le plus grand nombre possible d'organisations, petites ou grandes, à travers le pays.

Nous apprécions grandement la curiosité et le dévouement dont ont fait preuve nos panélistes de la première année. En réponse à leur intérêt et à leur implication, nous travaillons avec assiduité pour affiner nos questions, en veillant à ce qu'un éventail diversifié de sujets soit couvert. Nous nous efforçons également de mieux comprendre les types de questions qui rendent les enquêtes attrayantes pour les répondant.e.s.

Nous prévoyons de publier prochainement un document détaillant nos stratégies de recrutement et d'engagement. Restez à l'écoute pour de nouvelles mises à jour, car nous continuons à améliorer notre approche sur la base de votre précieux retour d'information.

Enfin, nous avons officiellement lancé la première initiative du Centre d'éducation communautaire sur la maîtrise des données. Le module 1, « Introduction à la maîtrise des données », est ouvert et disponible sur notre site web. Le module 2 sera bientôt disponible !

N'hésitez pas à partager nos rapports avec vos collègues et vos réseaux.



UN APERÇU DU PROJET CANADA PERSPECTIVES DES ORGANISMES DE BIENFAISANCE

Le secteur caritatif canadien emploie 10 % de la main-d'œuvre à temps plein du pays et représente 8,3 % du PIB de notre pays.[1] Cependant, il y a un manque d'informations précises et à jour sur le secteur. Ce manque de connaissances est devenu plus apparent lors de la pandémie du COVID19, lorsque des décisions politiques rapides étaient nécessaires. Le CICP-PCPOB vise à soutenir les efforts de collecte de données en cours dans tout le pays, à amplifier la voix des professionnels et à servir de ressource précieuse pour les chercheurs, les éducateurs, les défenseurs du secteur sans but lucratif, les décideurs et les autres parties prenantes. Grâce à une gamme d'outils, dont de courtes enquêtes hebdomadaires, des rapports, un centre en ligne sur la maîtrise des données et un forum annuel sur les données (9 novembre 2023), nous visons à fournir un aperçu complet des tendances, des défis et des opportunités auxquels le secteur est confronté.

Le CICP-PCPOB a trois objectifs principaux:

- **Informer** les parties prenantes et les chercheurs du secteur en sondant régulièrement un échantillon représentatif d'organismes de bienfaisance enregistrés dans le but de recueillir des données longitudinales sur des aspects essentiels du secteur caritatif.
- **Bâtir** une infrastructure durable et souple pour favoriser l'accès et la compréhension des données recueillies sur le secteur.
- **Renforcer** la relation entre le secteur et les décideurs pour concevoir des stratégies fondées sur des données probantes qui ont une incidence sur le secteur caritatif.

Nous nous sommes engagés à adopter une approche systémique et ciblée pour combler le manque d'information sur les organismes de bienfaisance enregistrés au Canada. Nous espérons amplifier les voix du secteur, en particulier celles des communautés mal desservies du pays. Nous voulons écouter, apprendre et améliorer les pratiques en matière de données, y compris les nôtres, tout en reconnaissant nos préjugés et nos limites.

1 CanadaHelps. (2022). The Giving Report 2022: Giving at a Crossroads.



Chaque semaine, nous envoyons une enquête d'environ 3 minutes à un panel de plus de mille organismes de bienfaisance enregistrés dans tout le pays. Les participants ont été sélectionnés au hasard dans le registre de l'ARC et recrutés par téléphone, courriel et courrier. Les panélistes, issus d'organismes de taille et de portée différentes, de secteurs d'activité variés et de lieux géographiques divers, ont gracieusement accepté de rester anonymement dans le panel pendant un an. Les résultats de l'enquête sont publiés 48 heures après la distribution initiale. Nous publions des rapports hebdomadaires sur notre site web (<https://carleton.ca/cicp-pcpob>) et envoyons une infolettre hebdomadaire avec le dernier rapport. Nous approfondissons nos résultats lors de la préparation de nos rapports mensuels et trimestriels.

En outre, nous élaborons actuellement un cours en ligne sur la maîtrise des données, que nous espérons mettre en place dans le courant de l'année. L'investissement transformationnel de la Muttart Foundation en Alberta, de la Lawson Foundation et de la Metcalf Foundations en Ontario, de la Vancouver Foundation en Colombie-Britannique, d'un donateur anonyme et de l'Université Carleton a rendu possible le projet CICP-PCPOB.

MEMBRES DE L'ÉQUIPE

Paloma Raggo
Chercheure principale

Thi Kim Quy Nguyen
Chercheure postdoctorale

Uzma Gilani
Assistante de recherche

Susan D. Phillips
Responsable politique publique

Jonathan Leblanc
Chercheur invité

Clara Graham
Assistante de recherche

Nathan Grasse
Responsable données

**Sai Gouthami Priyanka
Raparathi**
Chercheure donnée & science
informatique

Nicholas Smit-Keding
Assistant de recherche

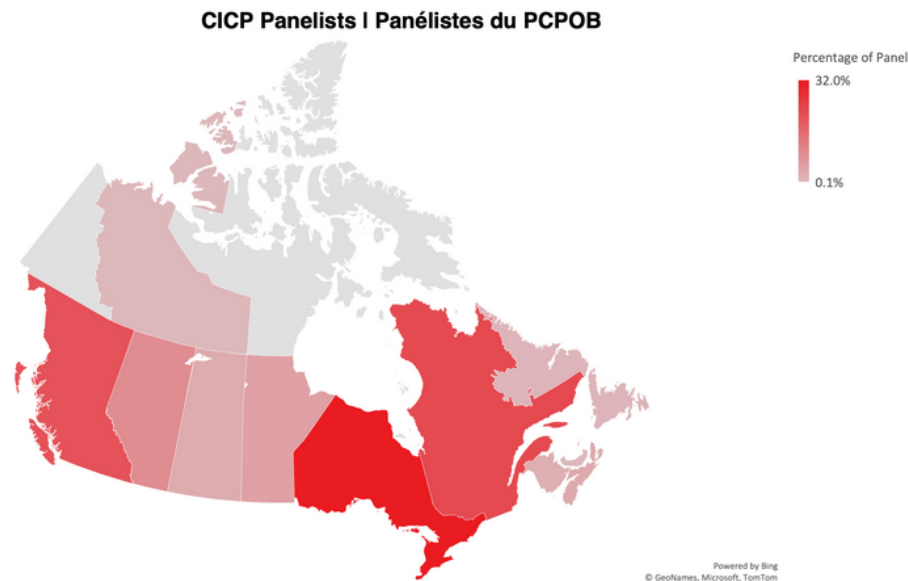
Callie Mathieson
Gestionnaire du projet

Carter Tongs
Assistant de recherche



THÈMES MENSUELS

Les thèmes hebdomadaires abordés dans les enquêtes de mai comprenaient la pandémie de COVID-19, la santé financière, le genre dans le secteur, les exigences en matière de leadership et le changement climatique.



FAITS MARQUANTS DU MOIS

50%

des personnes interrogées indiquent que la pandémie a incité leur organisation à mettre davantage l'accent sur l'innovation et l'adaptation en matière de prestation de services.

78%

des personnes interrogées déclarent que leur organisation n'a pas mis en place de stratégie ou de politique en matière de changement climatique.

53%

des personnes interrogées déclarent disposer de « politiques de travail flexibles » dans le cadre des initiatives de leur organisation visant à promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes.

61%

des personnes interrogées déclarent que leur situation financière restera probablement « à peu près inchangée » dans les mois à venir.

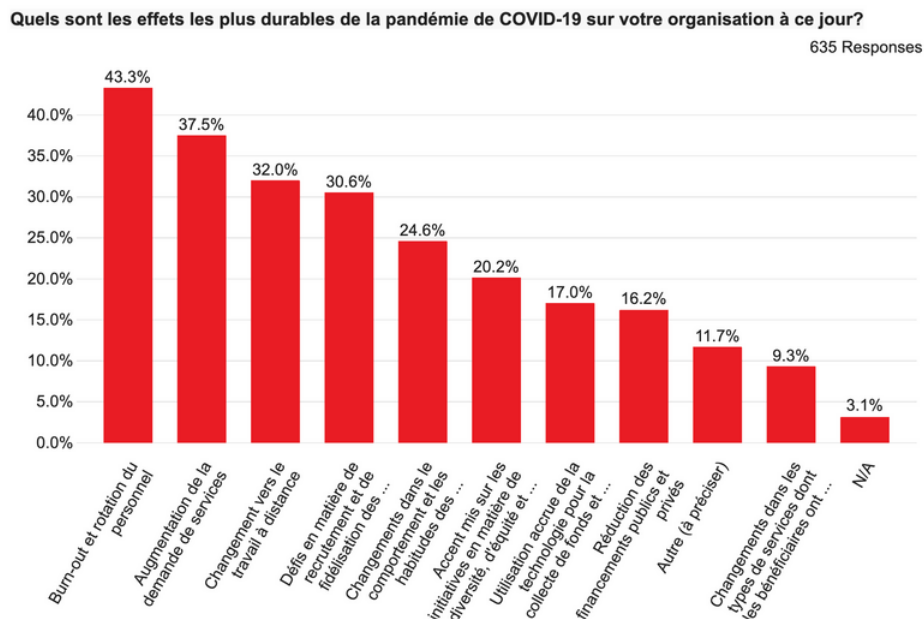
56%

des personnes interrogées considèrent que la « persévérance dans des conditions défavorables » est une compétence/aptitude essentielle pour la/le PDG ou la/le directrice exécutive d'une organisation.



LA PANDÉMIE DE COVID-19

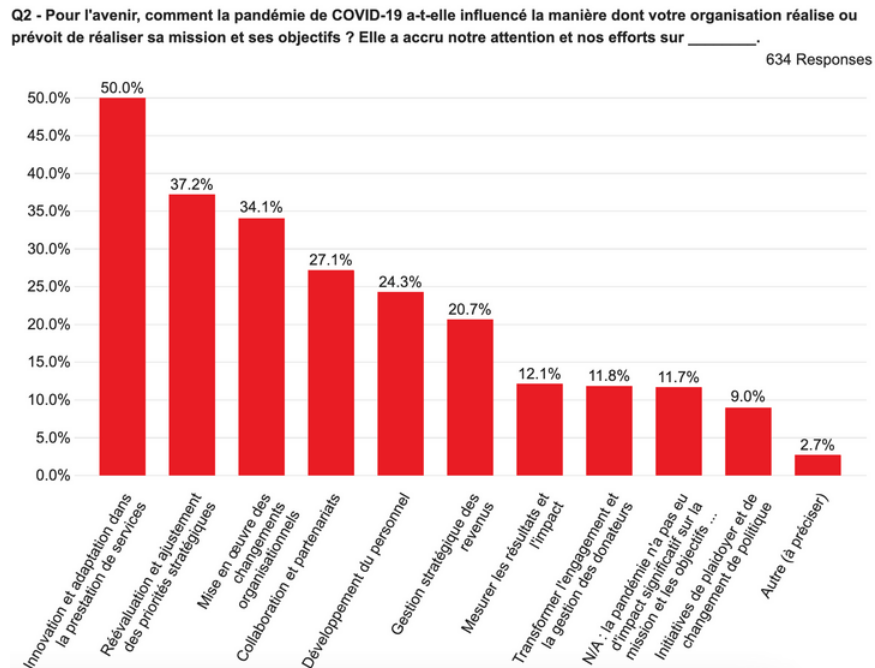
La semaine 20 du PCPOB s'est intéressée aux impacts durables de la pandémie de COVID-19 sur le secteur caritatif (Question 1), aux façons dont les organisations se sont adaptées et continuent de le faire (Question 2), aux influences potentielles futures de la pandémie sur le secteur (Question 3), et aux perspectives organisationnelles découlant de la pandémie (Question 4).



La première question de cette semaine demandait aux panélistes quels étaient les effets durables les plus importants de la pandémie de COVID-19 sur leur organisation. Sur les 635 réponses reçues, 43,3 % des membres du panel ont indiqué que les burn-outs et le roulement du personnel constituaient l'impact durable le plus notable de la pandémie sur leur organisation. Parmi les autres effets notables figurent l'augmentation de la demande de services (37,5 %), le changement vers le travail à distance et les opérations numériques (32 %), ainsi que les difficultés de recrutement et de fidélisation des bénévoles (30,6 %). Les options moins choisies soulignent les préoccupations concernant les changements dans le comportement et les habitudes des donateurs.trices, les initiatives en faveur de la diversité, les technologies de collecte de fonds et la réduction des financements. Les réponses écrites dans la catégorie « autres » donnent un aperçu supplémentaire de ces impac-



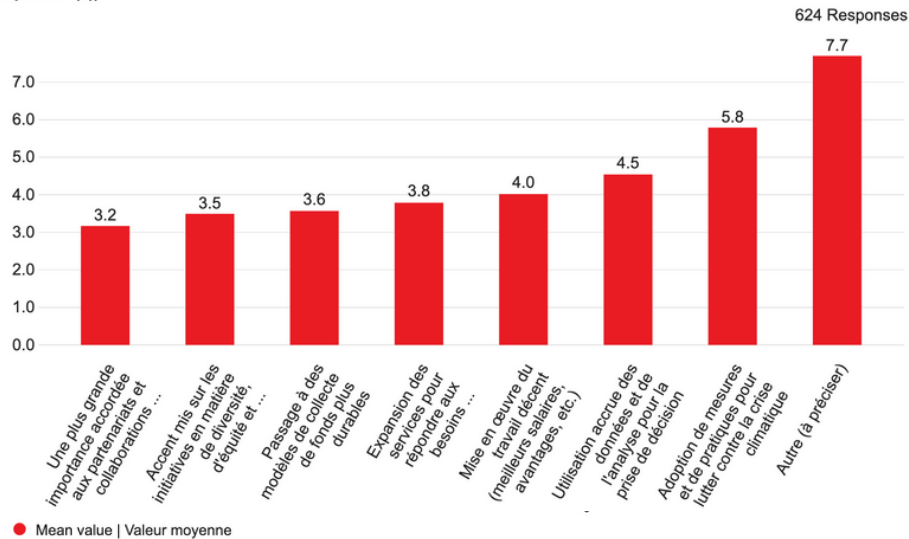
-ts, en mettant l'accent sur les défis liés à la main-d'œuvre, tels que les difficultés de recrutement, la baisse du moral au travail, la diminution des sources de financement et les fluctuations dans les demandes de services et les méthodes de prestation.



Lorsqu'on leur demande comment la pandémie de COVID-19 a influencé la façon dont les organisations atteignent ou prévoient d'atteindre leurs objectifs (Question 2, 634 réponses), 50 % des répondants indiquent que la pandémie a accru l'attention portée par leur organisation à l'innovation et à l'adaptation dans la prestation de services. 37,2 % et 34,1 % des panélistes interrogé.e.s, respectivement, indiquent que la réévaluation et l'ajustement des priorités stratégiques et la mise en œuvre de changements organisationnels sont des domaines sur lesquels l'attention ou les efforts se sont accrus. La gestion stratégique des revenus (20,7 %), la mesure des résultats et de l'impact (12,1 %), la transformation de l'engagement et de la gestion des donateurs (11,8 %) et les initiatives de plaidoyer et de changement de politique (9 %) sont des préoccupations moins courantes. Seule une petite proportion de répondants (11,7 %) déclare que la pandémie n'a pas affecté l'orientation stratégique de leur organisation. Les réponses écrites à cette question mettent principalement l'accent sur la diminution du renouvellement du personnel et la lutte contre les burn-outs.



Q3 - Selon vous, lequel des éléments suivants pourrait avoir le plus grand impact sur le secteur caritatif au Canada au cours des prochaines années ? (classer les éléments ci-dessous de l'impact le plus important (1) à l'impact le moins important (8))



La question 3 portait sur les impacts potentiels durables de la pandémie sur le secteur caritatif au cours des prochaines années. Les résultats suggèrent que l'impact le plus important attendu provient d'un plus grand nombre de partenariats et de collaborations intersectoriels, ainsi que d'initiatives accrues en matière de diversité, d'équité et d'inclusion - avec des scores moyens de 3,2 et 3,5 sur une échelle de 1 (impact le plus important) à 8 (impact le plus faible), respectivement. L'évolution vers des modèles de collecte de fonds plus durables et l'expansion des services pour répondre à l'évolution des besoins de la communauté sont également considérées comme influentes. Les résultats mettent également en évidence un classement intermédiaire pour la « mise en œuvre du travail décent », suivi de près par l'option « utilisation accrue des données et de l'analyse pour stimuler la prise de décision ». Avec le score moyen le plus élevé de 5,8, les mesures de lutte contre la crise climatique sont perçues comme les préoccupations les moins immédiates. Les réponses écrites dans la catégorie « autres » soulignent divers impacts, notamment le phénomène de vieillissement du personnel, l'utilisation accrue de l'intelligence artificielle et l'augmentation des dépenses.

“La pandémie nous a ralentis. Nous sommes encore à rattraper les retards dans nos planifications. Ensuite, notre organisme a connu plusieurs démissions dont les raisons évoquées demeurent vagues (malheureux au travail, fatigue, stress, conflits de personnalité)”

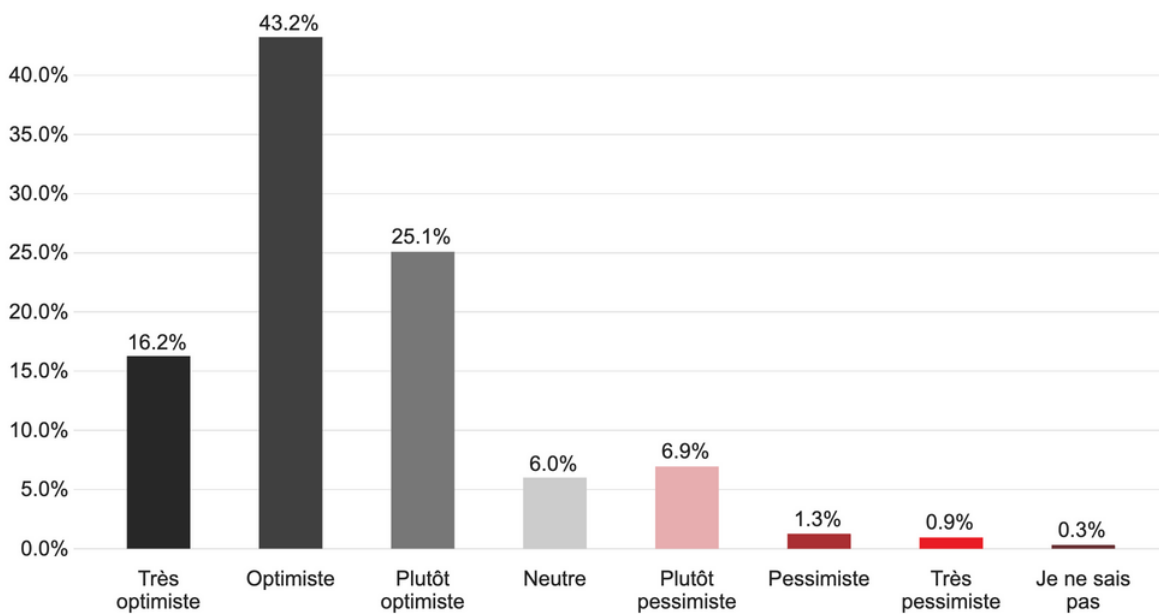


"Services have been scaled back and we are rebuilding but will not bring back everything. It has forced us to streamline our operations."

"Clients, staff, and volunteers are grateful we have survived COVID. Our atmosphere is positive."

Lorsque vous pensez aux 12 prochains mois, que pensez-vous des perspectives de votre organisation ?

634 Responses



La dernière question de l'enquête demandait l'avis des panélistes sur les perspectives de leur organisation au cours des 12 prochains mois, et a reçu un total de 630 réponses. Une grande majorité (84,4 % des panélistes) exprime un certain degré d'optimisme quant aux perspectives de leur organisation pour l'année à venir. Par ailleurs, un petit pourcentage (6 %) des membres du panel se déclarent neutres quant à la trajectoire future de leur organisation. À l'inverse, 9,3 % indiquent un certain degré de pessimisme quant à l'avenir de leur organisation, et seulement 1 % d'entre eux se disant «très pessimistes» quant aux perspectives de leur organisation pour l'année à venir.

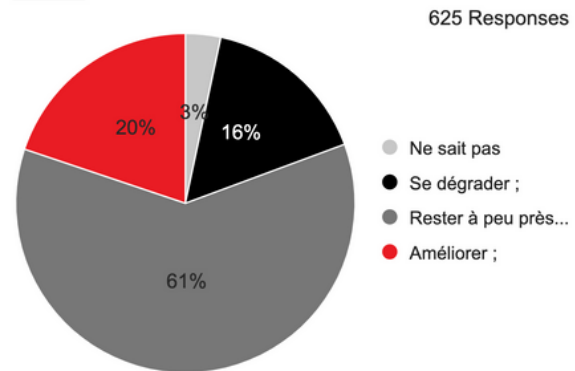


LA SANTÉ FINANCIÈRE

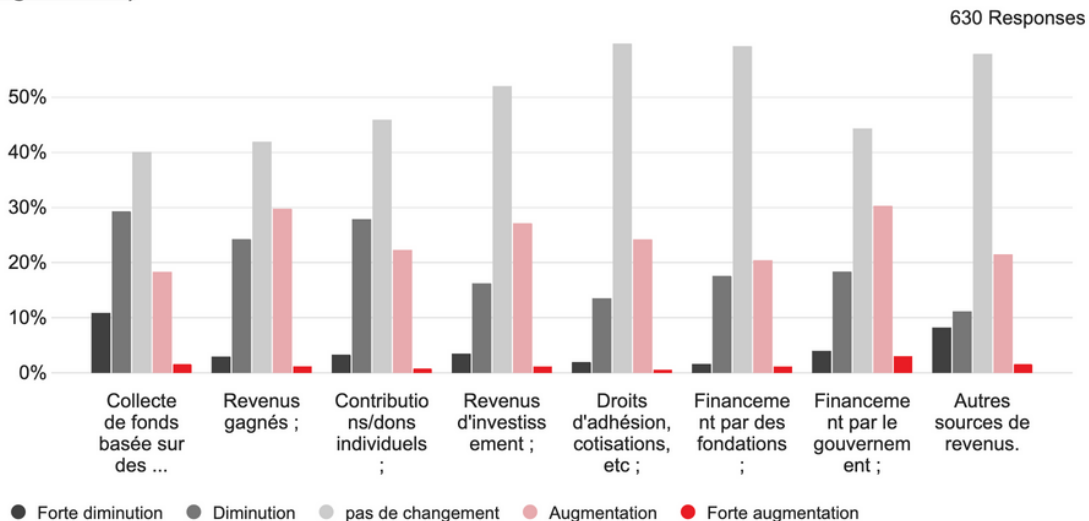
La semaine 21 du PCPOB a interrogé les répondants sur le thème de la santé financière, en particulier sur la question de savoir si les organisations s'attendent à ce que leur situation financière évolue au cours des 3 à 6 prochains mois (question 1), et si les organisations ont constaté une augmentation ou une diminution de leurs revenus au cours des 6 derniers mois (question 2).

La première question de l'enquête de cette semaine demandait comment les panélistes s'attendaient à ce que la santé financière de leur organisation évolue au cours des 3 à 6 prochains mois. La majorité des répondants (61%) s'attendent à ce que leur situation financière reste stable. Un répondant sur cinq est optimiste quant à l'amélioration de sa santé financière ; à l'inverse, 16 % prévoient une détérioration de leurs perspectives financières. Seuls 3 % des répondants sont indécis quant à leur situation financière à venir.

Pouvez-vous indiquer comment vous vous attendez à ce que la situation financière/santé de votre organisation évolue au cours des 3 à 6 prochains mois ?



Dites-nous si vous avez constaté une augmentation ou une diminution dans chacun des domaines de revenus suivants au cours des six derniers mois (sur une échelle allant d'une forte diminution à une forte augmentation)





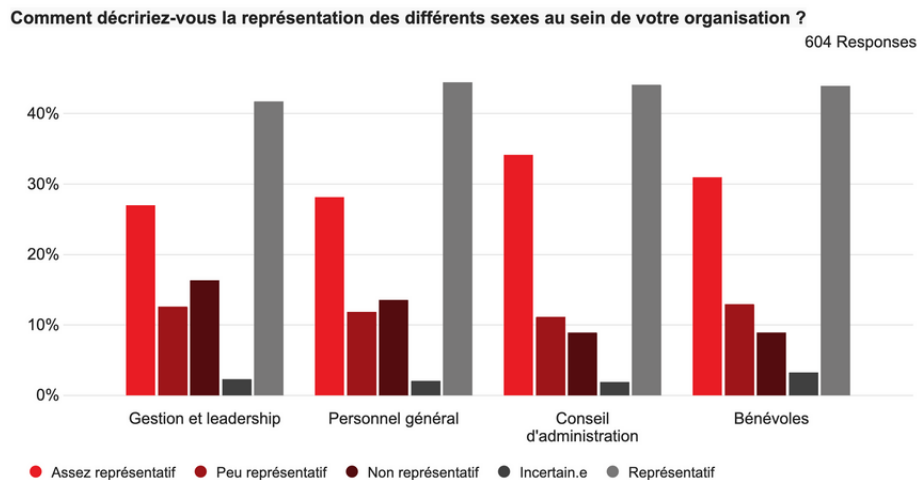
Les résultats de la question 2 mettent en évidence les principales tendances en matière d'évolution des revenus dans différents domaines, chacun ayant des taux de réponse uniques (par exemple, la collecte de fonds basée sur des événements a reçu 464 réponses, tandis que les contributions/dons individuels en ont reçu 574).

Malgré ces variations, la plupart des sondé.e.s font état d'une stabilité dans tous les domaines de revenus, les cotisations des membres présentant le niveau de cohérence le plus élevé, puisque 60 % des sondés indiquent qu'il n'y a pas eu de changement. Elles sont suivies de près par le « financement des fondations » (59 %), les « autres sources de revenus » (58 %) et les « revenus d'investissement » (52 %). Toutefois, la collecte de fonds par le biais d'événements a connu un déclin substantiel, puisque 40 % des personnes interrogées ont indiqué une diminution. Des baisses moins spectaculaires sont également observées dans les contributions/dons individuels et les revenus gagnés, avec respectivement 31 % et 27 % de baisse. Si la stabilité est une tendance dominante, on observe une hausse des financements publics, 33 % des répondants ayant fait état d'une augmentation. Les réponses de la catégorie « autres » révèlent de nouvelles sources de revenus, telles que le financement municipal, les revenus autogénérés, les loyers et les dons de société privées, entre autres.



LE GENRE DANS LE SECTEUR

La semaine 22 du PCPOB a porté sur la représentation des genres dans le secteur caritatif, en demandant des descriptions détaillées et des informations sur les initiatives d'équité entre les genres mises en œuvre au sein des organisations.



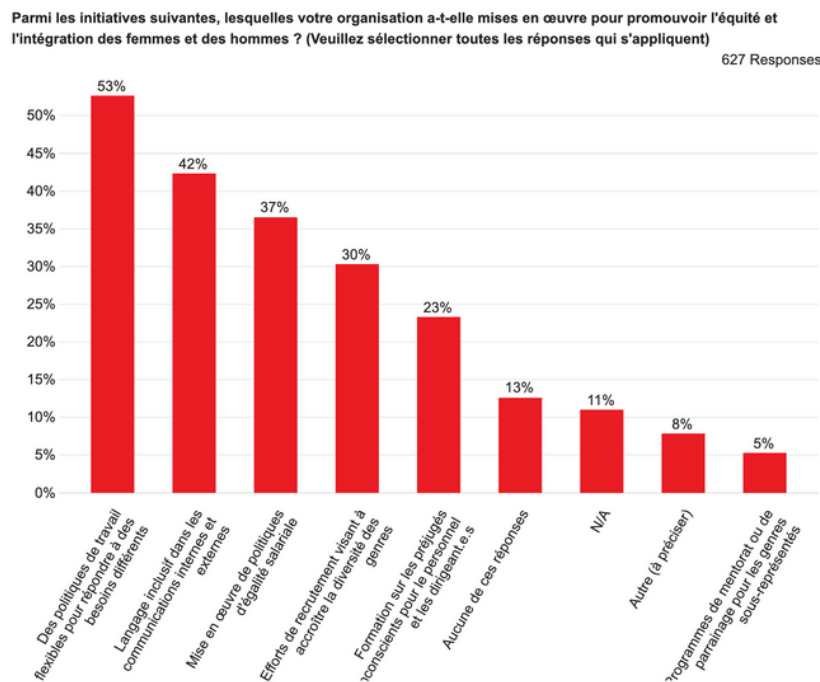
La question 1 visait à évaluer les niveaux de représentation des genres dans les différents rôles au sein des organisations. La plupart des répondants signalent qu'il y a une répartition représentative des genres (définitions non spécifiées) dans la gestion et la direction (42%), le personnel général (45%), les membres du conseil d'administration (44%) et les bénévoles (43%). Toutefois, une part non négligeable des répondants estiment que leur organisation n'est que « peu représentative » ou « non représentative », les chiffres allant de 31% pour les bénévoles à 38% pour le personnel général. Seule une petite partie des réponses exprime une incertitude. Les résultats reflètent une conscience aiguë de la représentation des sexes au sein de ces organisations.

“Obtaining male identifying volunteers has historically always been a challenge. The sector also is naturally under-represented by male identifying individuals”

“La diversité de genre n'est pas un critère d'exclusion dans notre organisme. Nous avons des membres, des employés, des administrateurs qui s'identifient à différents genres et nous faisons preuve d'ouverture.”



Les précisions apportées par les répondants à la question 2 mettent en lumière un secteur dominé par les femmes, en particulier dans des domaines tels que les services aux personnes âgées, la jeunesse et les domaines axés sur les femmes (par exemple, les centres d'hébergement d'urgence pour femmes). Malgré les efforts d'inclusion, des difficultés persistent pour engager des personnes de genres différents dans certains rôles, les personnes non conformes au genre et les personnes transgenres étant nettement sous-représentées. La nature et la taille du travail de l'organisation sont considérées comme des facteurs influençant l'équilibre entre les genres.



La question 3 visait à déterminer les stratégies des organismes de bienfaisance pour promouvoir l'équité et l'intégration entre les hommes et les femmes. Les résultats révèlent que la plupart des organisations mettent l'accent sur des politiques de travail flexibles (53%) et sur un langage inclusif (42%) en tant qu'initiatives principales pour favoriser la diversité des genres. Des mesures telles que les politiques d'égalité salariale (37 %) et le recrutement pour accroître la diversité des genres (30 %) sont également évidentes, mais moins couramment adoptées. Les formations sur les préjugés inconscients destinées au personnel et aux dirigeants (23 %) et les programmes de mentorat pour les genres sous-représentés (5 %) sont encore moins nombreux. Il est à noter que 24 % des répondant.e.s ont indiqué qu'elles n'avaient mis en œuvre aucune initiative de ce type.



EXIGENCES EN MATIÈRE DE LEADERSHIP

La semaine 23 du PCPOB s'est concentrée sur les exigences en matière de leadership. L'enquête demandait aux répondant.e.s d'évaluer une liste de compétences et d'expériences en fonction de leur pertinence pour le rôle d'un.e directeur.trice exécutif.ve dans leur organisation, ainsi qu'une liste de compétences souhaitées pour les personnes occupant ce poste. Les deux questions demandaient aux panélistes d'évaluer ces options sur une échelle allant de « pas nécessaire » à « critique ».

Veillez évaluer chacune des compétences ou expériences suivantes en fonction de leur pertinence pour le rôle d'un directeur exécutif/directeur général d'une organisation caritative.

Field	Pas nécessaire	Souhaitable	Important	Critique	N'est pas applicable	Pas sûr.e
Autre (veuillez préciser):	11%	3%	22%	33%	20%	11%
Bilinguisme (ang/fr)	42%	37%	7%	5%	5%	4%
Compétences en recherche	24%	44%	22%	4%	3%	2%
Expérience en analyse de données	18%	48%	26%	4%	3%	1%
Expérience dans le secteur privé/entreprise	33%	41%	19%	3%	2%	2%
Diplômes et qualifications	9%	39%	42%	10%	1%	0%
Expérience générale du secteur non lucratif	4%	33%	48%	13%	1%	0%
Expérience sur le terrain/sur le site	7%	35%	41%	13%	2%	2%
Expérience en tant que directeur/trice général.e	3%	27%	41%	28%	1%	1%
Expérience en ressources humaines	3%	20%	51%	24%	1%	1%
Compréhension et alignement sur la mission de l'organisation	1%	5%	24%	69%	1%	0%
Expérience dans la rédaction de demandes de subvention	6%	29%	41%	22%	1%	0%
Expérience en relations publiques	2%	26%	48%	22%	1%	0%
Gestion financière/budgétisation	1%	9%	40%	49%	1%	0%
Évaluation de programme	4%	31%	50%	12%	1%	2%
Expérience de travail avec des conseils d'administration	1%	17%	42%	38%	0%	1%
Expérience en matière de collecte de fonds	5%	31%	43%	19%	1%	1%
Expérience en gestion d'organisations à but non lucratif	2%	17%	48%	32%	0%	0%
Connaissance du domaine/secteur	1%	13%	36%	50%	0%	0%



Parmi les compétences énumérées, la plupart des répondant.e.s indiquent que la « compréhension et l'alignement sur la mission de l'organisation » (69 %), la « connaissance du secteur » (50 %) et la « gestion financière » (50 %) sont les compétences les plus importantes recherchées pour ces rôles. Les panélistes qui ont répondu indiquent qu'avoir de l'expérience dans le domaine des « ressources humaines » (51 %), de « l'évaluation des programmes » (50 %), le « secteur des organisations à but non lucratif » (48 %) sont des compétences « importantes ».

Cependant, contrairement aux autres catégories, la plupart des répondant.e.s identifient généralement le « bilinguisme » (42%) comme inutile pour ce type de leadership. Parmi les autres compétences importantes mentionnées par les répondants dans l'espace « autres », nous pouvons citer les compétences en matière de lutte contre le racisme, l'expérience en matière de leadership et les compétences dans le domaine de la médiation pour être capable de régler des conflits.

Q2 - Veuillez évaluer chacune des compétences/aptitudes suivantes en fonction de leur pertinence pour le rôle d'un directeur exécutif/directeur général d'une organisation caritative.

Field	Pas nécessaire	Souhaitable	Important	Critique	N'est pas applicable	Incertain.e
Autre (veuillez préciser):	12%	0%	22%	25%	27%	15%
Créer un environnement de travail diversifié et inclusif	2%	12%	43%	41%	1%	0%
Favoriser la gestion participative	1%	16%	51%	29%	1%	1%
Concilier vie personnelle et travail	2%	15%	47%	33%	1%	0%
Inciter le personnel et d'autres personnes à s'engager	0%	6%	42%	51%	1%	0%
Persévérer en dépit de conditions défavorables	1%	6%	36%	56%	0%	0%
Développer des relations/réseau	0%	7%	43%	49%	1%	0%
Planification stratégique	1%	8%	43%	47%	1%	0%
Gestion du changement	0%	6%	37%	56%	1%	0%
Travailler efficacement avec le conseil d'administration et le personnel	0%	3%	21%	75%	1%	0%

Les panélistes ayant répondu à la question 2 considèrent à une écrasante majorité que « Travailler efficacement avec le conseil d'administration et le personnel » est la compétence la plus importante pour les dirigeant.e.s (76%). La planification stratégique, la création d'un environnement de travail diversifié et inclusif et le dével-



-oppement de relations sont également considérés comme « importants » (43 %). Les réponses écrites indiquent en outre que la communication, l'empathie, la compassion et les compétences en gestion sont des compétences souhaitables en matière de leadership.

Other | Autre

64 Responses



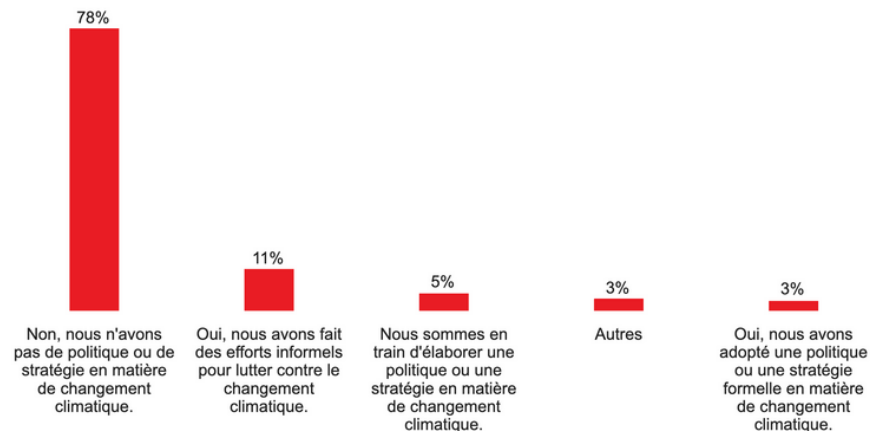


LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

La semaine 24 a examiné les politiques de lutte contre le changement climatique dans le secteur, en cherchant à savoir si les organisations ont développé de telles politiques, les raisons pour lesquelles elles les mettent en œuvre ou non, et les actions spécifiques associées à toute politique mise en œuvre par les organisations jusqu'à présent.

Q1 - En ce qui concerne le changement climatique, votre organisation a-t-elle mis en place une politique ou une stratégie interne ?

629 Responses



La question 1 portait spécifiquement sur l'existence de politiques de lutte contre le changement climatique au sein des organisations caritatives. Elle révèle qu'un nombre important d'organisations, soit 78 %, n'ont pas de telles stratégies. Seule une minorité (3 %) d'organisations déclarent avoir officiellement adopté des politiques en matière de changement climatique, tandis que 11 % supplémentaires déploient des efforts informels. Certains répondants de la catégorie « autres » (20 au total) soulignent les sensibilités politiques entourant le changement climatique comme raison de leur non-engagement.

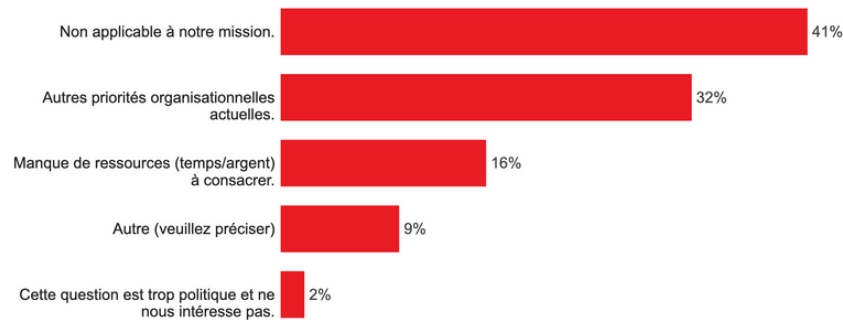
“Nous considérons qu'il s'agit d'un enjeu important sur lesquels toutes les organisations doivent se pencher pour identifier ce qu'elles peuvent faire individuellement pour contribuer au développement durable”

“Climate change effects every organization and should be taken seriously”



Q1.1. Si vous avez répondu non, pouvez-vous nous en dire plus sur les raisons pour lesquelles votre organisation n'a pas adopté une telle politique ou stratégie ?

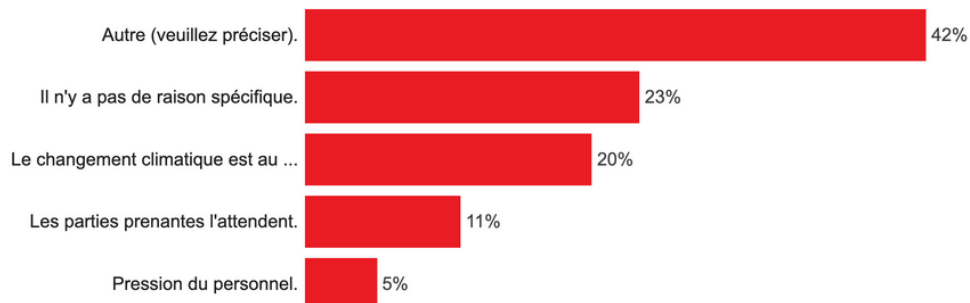
488 Responses



Interrogés sur les raisons pour lesquelles ils n'ont pas de politique en matière de changement climatique, les répondants citent le manque de pertinence par rapport à leur mission (41 %), la priorité accordée à d'autres questions actuellement (32 %) et les ressources limitées (16 %). Une petite proportion (2 %) considère le changement climatique comme une question éminemment politique.

Q1.3. Si vous avez répondu oui, pouvez-vous nous en dire plus sur les raisons pour lesquelles votre organisation a adopté une telle politique ou stratégie ?

123 Responses

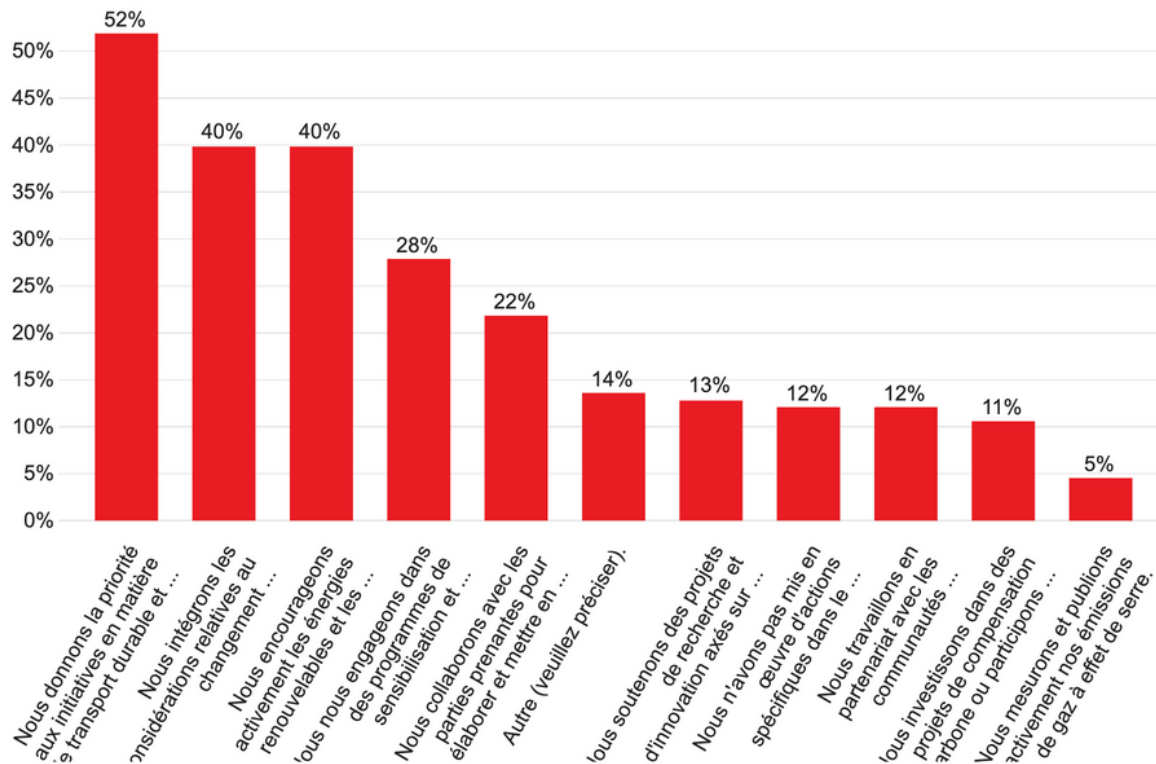


Les organisations dotées de politiques en matière de changement climatique fournissent diverses raisons pour l'adoption de telles politiques ou stratégies. La majorité d'entre elles (43 %) répondent « autre », exprimant des motivations allant de la responsabilité sociale et des engagements éthiques à l'impact direct du changement climatique sur leurs activités, en passant par l'alignement sur leur mission et leurs valeurs. Ils évoquent aussi le financement et les raisons financières, les pressions exercées par le personnel et les bénévoles, et le respect des normes juridiques et opérationnelles. Vingt-deux pour cent des répondants n'ont pas donné de raison particulière.



Q2 - Quelles actions spécifiques votre organisation a-t-elle entreprises dans le cadre de sa politique ou de sa stratégie en matière de changement climatique ?

133 Responses



La question 2, posée aux panélistes qui ont indiqué que leur organisme avait adopté une politique sur les changements climatiques (133 réponses), porte sur les mesures intégrées aux stratégies des organismes de bienfaisance en matière de climat. Plus de la moitié (52 %) soulignent que leur organisation a donné la priorité aux initiatives de transport durable et de réduction des déchets, tandis que 40 % ont intégré des considérations relatives au changement climatique dans leurs processus d'achat et d'approvisionnement. Il est intéressant de noter que 12 % des membres du panel déclarent avoir établi des partenariats avec des communautés autochtones dans le cadre d'initiatives de lutte contre le changement climatique.



LES PERSPECTIVES D'AVENIR

Dans les mois à venir, nous nous attacherons à explorer les thèmes/sujets suivants :

- ***Communication et Marketing***
 - ***Comportement et Préférences des Donateurs***
 - ***Engagement des Bénévoles***
 - ***Retour sur les résolutions du Nouvel An***
-

Au fur et à mesure que le projet se développe, nous mettrons fréquemment à jour notre site web afin d'y inclure des analyses plus détaillées des données que nous collectons, de finaliser les livres blancs relatifs à la méthodologie de l'étude, de télécharger les ébauches des documents de recherche sur lesquels notre équipe travaille, ainsi que les données de l'étude. Si vous souhaitez que nous posions des questions, veuillez nous les envoyer par courrier électronique.

Notez la date suivante - le sommet annuel des données CICP-PCPOB aura lieu le jeudi 9 novembre 2023. Cet événement sera l'occasion pour les parties prenantes du secteur de se réunir pour passer en revue les résultats de l'année, réfléchir à l'état du secteur et examiner le(s) rôle(s) du projet pour l'année ou les années à venir.

Courriel: cicp.pcpob@carleton.ca

Site Web: <https://carleton.ca/cicp-pcpob/>

Inscription à l'Infolettre: <https://confirmsubscription.com/h/t/3D0A2E268835E2F4>

Twitter: @CICP_PCPOB

Facebook: @CICP.PCPOB

EN COLLABORATION AVEC:



LAWSON
FOUNDATION

METCALF
FOUNDATION

van^ouver
foundation



ANNEXE - MÉTHODOLOGIE

Les participants à cette étude ont été recrutés à l'aide de listes aléatoires créées à partir des données T3010 disponibles publiquement (2019), administrées par l'Agence du revenu du Canada (ARC) <https://www.canada.ca/en/revenue-agency.html>. Les données T3010 ont été téléchargées et triées en listes d'échantillons. Aucune donnée n'a été modifiée par rapport à son état d'origine. Nos listes ont été produites en tant que copies d'un ouvrage officiel publié par le gouvernement du Canada et n'ont pas été approuvées par le gouvernement du Canada, ni produites en affiliation avec lui.

Cette année, nous nous sommes associés au *Canadian Hub for Applied and Social Research* (CHASR) de l'Université de la Saskatchewan pour créer nos listes d'échantillons initiales. En tant qu'équipe, nous avons estimé que c'était une bonne pratique de faire appel à un tiers pour tirer nos échantillons d'une manière aléatoire. À partir de la population initiale de 83 991 organismes de bienfaisance canadiens enregistrés en 2019, nous avons décidé d'exclure certains organismes de l'étude au cours de la première année. Comme nous continuons à étudier l'ensemble de la population des organismes de bienfaisance enregistrés, nous espérons que les années suivantes incluront davantage d'organismes.

Les principales exclusions que nous avons discutées en équipe à partir de l'ensemble de données T3010 comprenaient : les organismes religieux associés à une confession spécifique ou à un lieu de culte (avec quelques exceptions), les hôpitaux et les écoles. Bien que l'ensemble du panel comprenne 1003 organismes de bienfaisance enregistrés à travers le pays, nous avons également été attentifs à créer sept sous-échantillons pour nous aider à étudier des groupes spécifiques avec notre population finale d'organismes. Nous avons opté pour cette stratégie après que notre étude pilote de juin et juillet 2022 ait révélé les importantes difficultés à recruter certaines strates de la population des organismes de bienfaisance enregistrés après nos exclusions initiales. Les détails méthodologiques seront discutés dans le livre blanc de cette étude (actuellement en préparation). Outre l'exclusion des organisations religieuses, des hôpitaux et des écoles, nous avons décidé de constituer notre panel comme suit.

Le cadre d'échantillonnage final pour l'étude de cette année comprenait l'ensemble de la population des organismes de bienfaisance enregistrés qui –

- a. Ont été désignés comme des organismes de bienfaisance (type C dans le formulaire T3010, excluant ainsi les fondations publiques et privées (type A et B).



- b. Avaient au moins un employé à temps plein (ETP) selon les données du formulaire T3010.
- c. Avaient des dépenses supérieures à 1\$ sur leur formulaire T3010 de 2019 pour s'assurer que nous nous concentrons sur les organismes de bienfaisance actifs.

Sur la base de ces critères, la base de sondage était de 32 384. Nous avons tiré une liste aléatoire de toutes les organisations restantes et avons recruté un total de 1003 participants. Nous désignons ce premier échantillon comme étant "l'échantillon principal". Cependant, étant donné notre intérêt pour des sous-groupes spécifiques d'organismes de bienfaisance canadiens enregistrés et en consultation avec les experts en échantillonnage du CHASR, nous avons créé une série de sous-échantillons qui nous permettraient d'étudier certains groupes qui se sont avérés difficiles à recruter lors de notre phase pilote.

Les catégories de sous-échantillons suivantes ont été créées pour inclure certaines de ces populations difficiles à atteindre. Dans les années à venir du projet, nous étudierons plus en détail certains de ces sous-groupes et développerons des stratégies pour améliorer nos efforts de recrutement. Ces sous-échantillons (SE) sont les suivants :

- **Sous-échantillon 1 (SE1)** : Comprend uniquement les organismes de bienfaisance ayant la désignation A et B (fondations publiques et privées) qui ont eu des dépenses d'au moins 1\$ en 2019.
- **Sous-échantillon 2 (SE2)** : Comprend uniquement les organismes de bienfaisance ayant la désignation C (organismes de bienfaisance) qui n'ont pas d'employé à temps plein (ETP) ou qui ont laissé le champ vide et qui ont eu des dépenses d'au moins 1\$ en 2019. Ce sont ce que nous pensons être des organismes gérés par des bénévoles.
- **Sous-échantillon 3 (SE3)** : Comprend tous les organismes de bienfaisance désignés comme C (organismes de bienfaisance) qui ont au moins un employé à temps plein dans la province de la Colombie-Britannique et qui ont eu des dépenses d'au moins 1\$ en 2019.
- **Sous-échantillon 4 (SE4)** : Comprend les organismes de bienfaisance désignés C ayant au moins un employé à temps plein, 1 \$ de dépenses en 2019 et qui assurent une représentation de toutes les régions géographiques du pays
- **Sous-échantillon 5 (SE5)** : Comprend les organismes de bienfaisance d'appellation C ayant au moins 1 ETP, 1 \$ de dépenses en 2019 et qui assurent une représentation dans la province du Québec.



- **Sous-échantillon 6 (SE6)** : Comprend les organismes de bienfaisance d'appellation C ayant au moins 1 ETP, 1 \$ de dépenses en 2019 et qui ont dépensé au moins 1 \$ à l'international (information trouvée dans l'annexe 4).

Le tableau 1 présente une vue d'ensemble de nos échantillons d'étude :

	Population N (32,384)	Nombre de participants recrutés
Echantillon principal	14,267	704
SE1 Fondations	936	65
SE2 Organisations caritatives gérées par des bénévoles	16,575	124
SE3 Organismes de bienfaisance de la C.-B.	1,926	157
SE4 Régions géographiques	14,266	732
SE5 Québec	4,992	189
SE6 Organisations caritatives internationales	606	70

Tableau 1

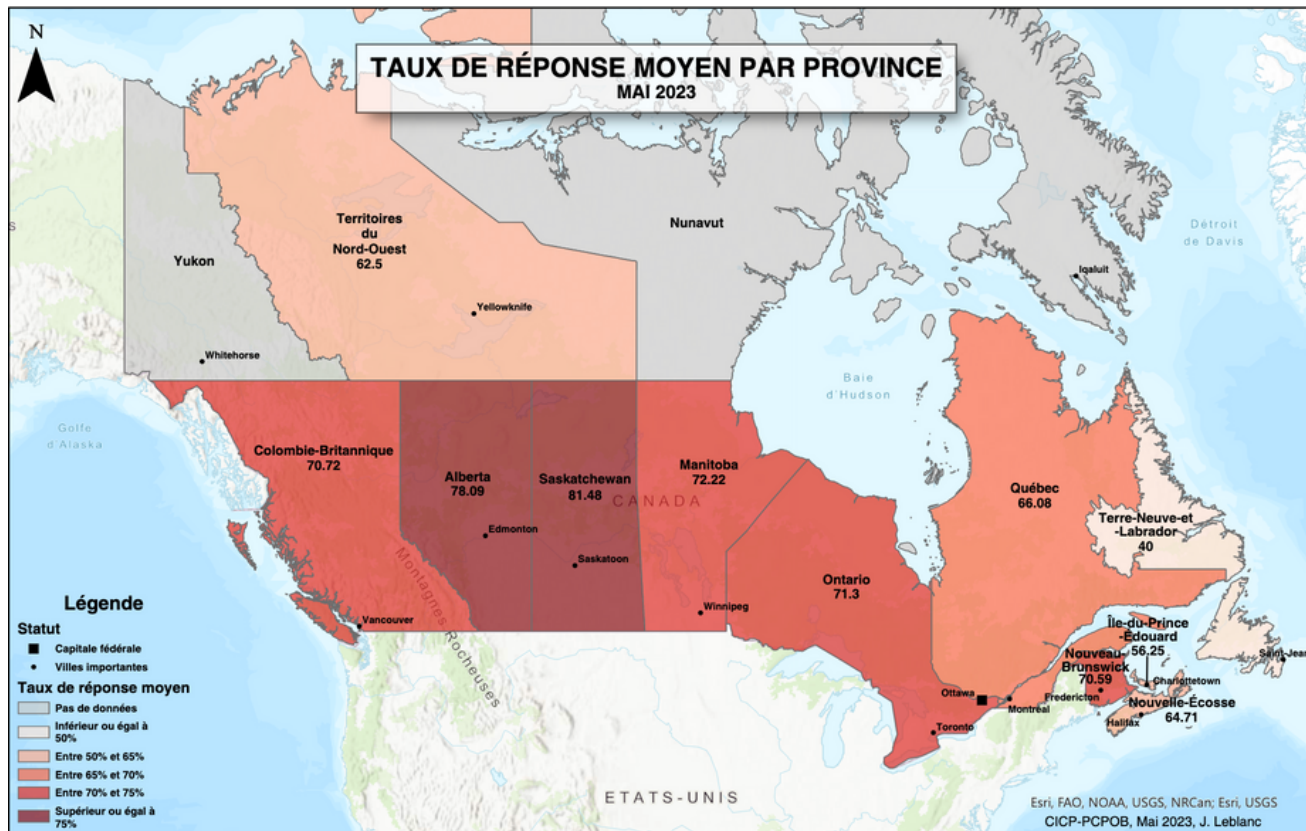


En date du 23 juin, nous avons un panel de 889 panélistes inscrits, avec de nouveaux panélistes recrutés chaque semaine. Le recrutement des participants s'est fait par courrier, par courriel et par téléphone. Tous les nouveaux panélistes ont rempli un formulaire d'information sur le panel. Les données recueillies par le biais de ces formulaires sont ensuite regroupées avec les données CRA T3010 existantes afin de fournir une image globale plus solide des informations sur les panélistes et les organisations. En plus de confirmer leurs coordonnées, nous leur demandons de nous donner plus de détails sur les ressources humaines de leur organisation.

Les questions sont actuellement élaborées par l'équipe centrale de CICP-PCPOB (Raggio, Phillips, Grasse et Mathieson). Nous sommes en train d'établir un conseil consultatif qui nous aidera à répondre aux besoins des communautés et à nous assurer que le projet puisse saisir les tendances émergentes. Les membres du conseil consultatif seront recrutés parmi diverses organisations représentant le secteur caritatif au Canada.

Les enquêtes du projet sont distribuées chaque semaine le mercredi matin (6 heures, heure de l'Est). Les panélistes disposent d'une période de 24 heures pour y répondre. Des courriels de rappel sont envoyés 24 heures après la distribution de l'enquête initiale (jeudi matin), offrant aux panélistes un délai supplémentaire de 24 heures pour répondre. Les rapports hebdomadaires sont publiés sur le site Internet CICP-PCPOB chaque vendredi matin, fournissant les premiers graphiques et les résultats descriptifs pour les questions de la semaine. Les rapports mensuels, les rapports trimestriels et les documents de recherche fourniront plus de détails sur les tendances observées et des analyses plus approfondies des données collectées.

Nous avons un excellent taux de réponse hebdomadaire, qui se situe entre 63 et 72 %, mais nous constatons que ce taux varie selon les régions géographiques.



De plus amples informations techniques seront bientôt disponibles sur notre site web. Nous partagerons les codes de programmation utilisés pour créer nos échantillons, les analyses (lorsqu'elles seront disponibles) et les documents de recherche au fur et à mesure que nous continuerons à développer le projet. Nous nous engageons à mener une recherche collaborative, transparente et accessible. Nous invitons les chercheurs intéressés à collaborer avec notre équipe.

ANNEX | ANNEXE :
Subsample Breakouts by Week
Découpage des sous-échantillons par semaine

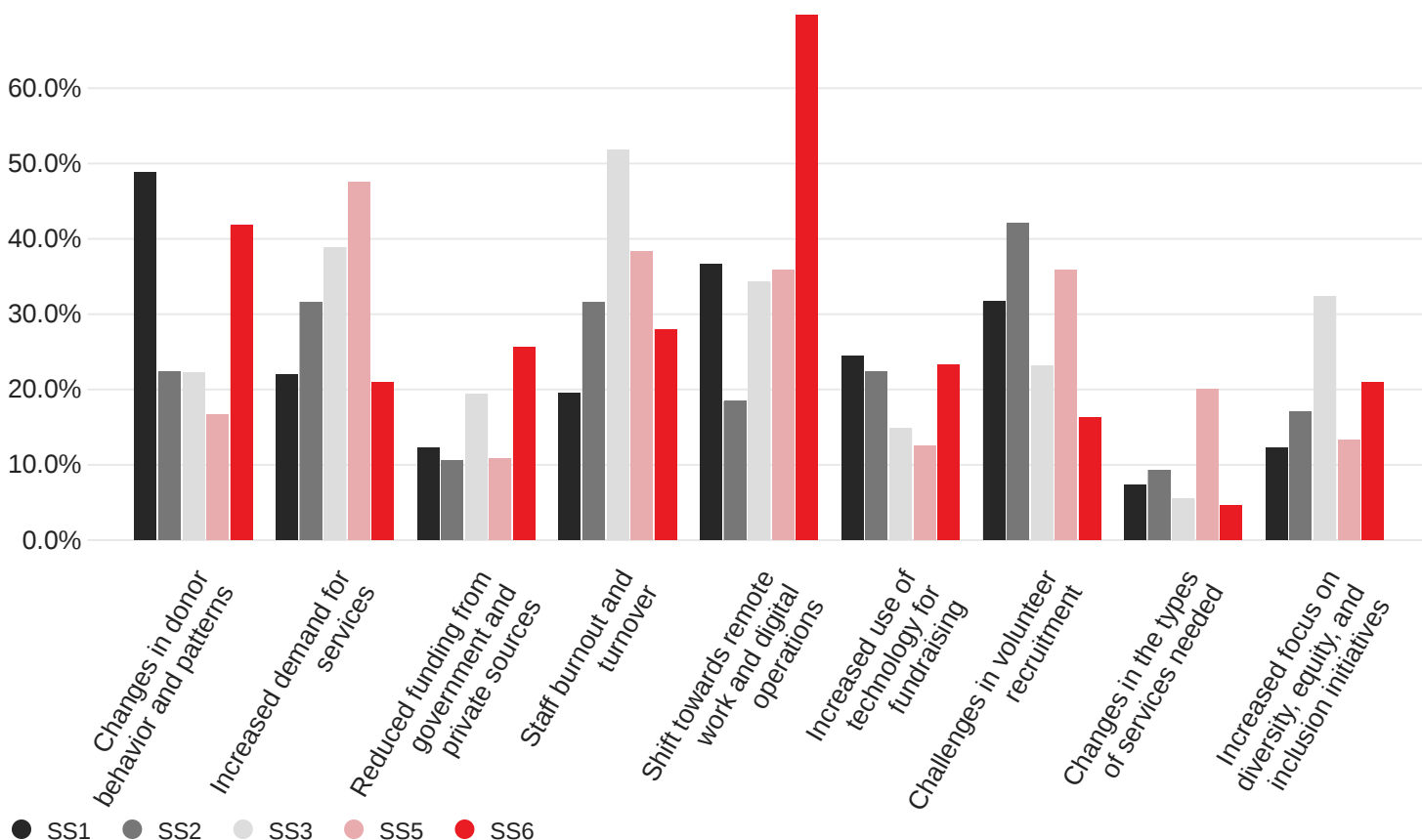
- SS1/SE1: Foundations (private and public) | Fondations (privées et publiques)
- SS2/SE2: Volunteer-run charities | Organisations caritatives gérées par des bénévoles
- SS3/SE3: Charities in BC | Organismes de bienfaisance de la C.-B
- SS5/SE5: Charities in QC | Organismes de bienfaisance du Québec
- SS6/SE6: International charities | Organisations caritatives internationales

Week 20: COVID-19 Pandemic | Semaine 20 : Pandémie COVID-19

Q1 - What have you found to be the greatest lasting effects of the COVID-19 pandemic on your organization to date? (please select up to 3) | Quels sont les effets les plus durables de la pandémie de COVID-19 sur votre organisation à ce jour (veuillez en sélectionner jusqu'à 3) ?

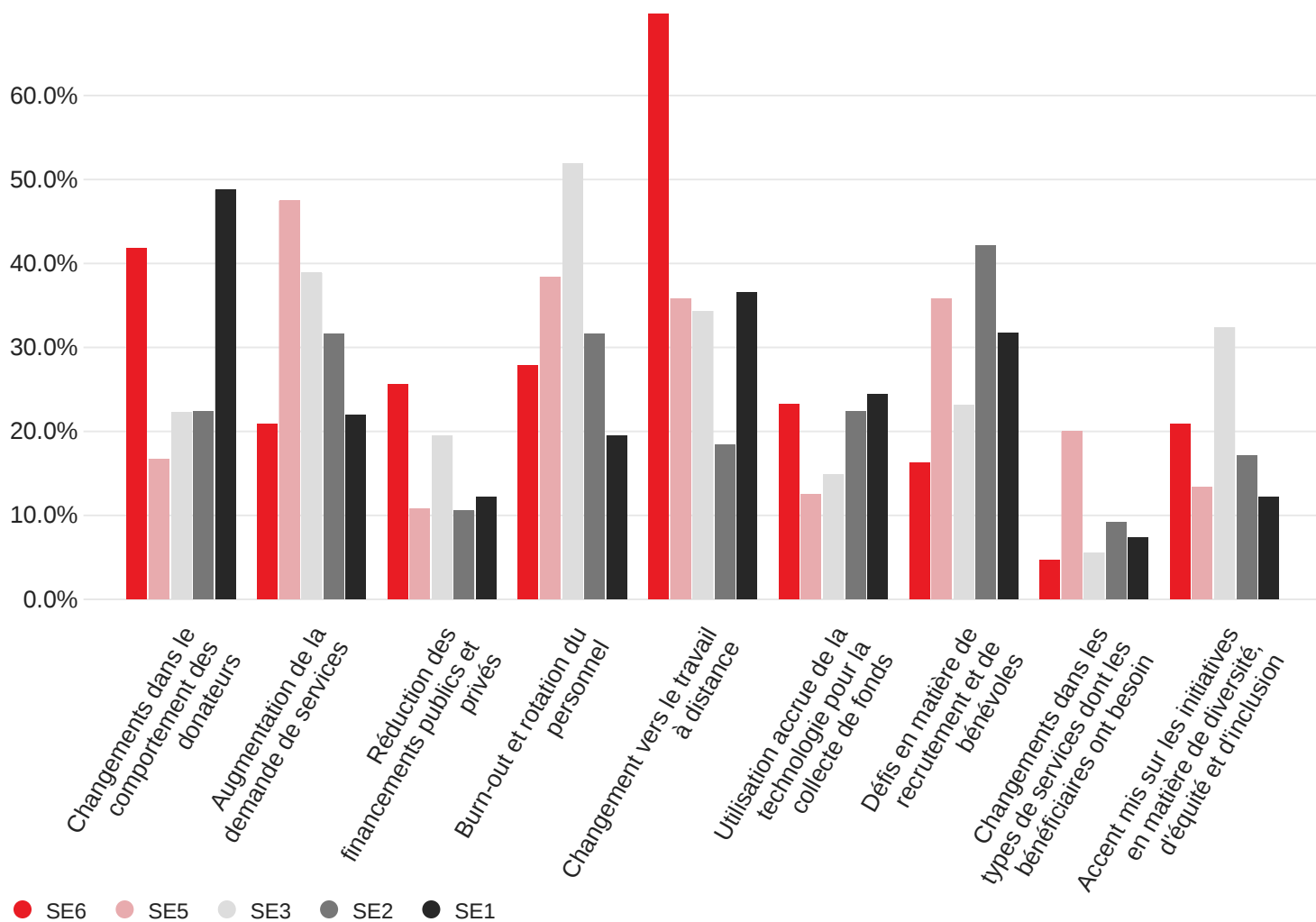
English

635 Responses



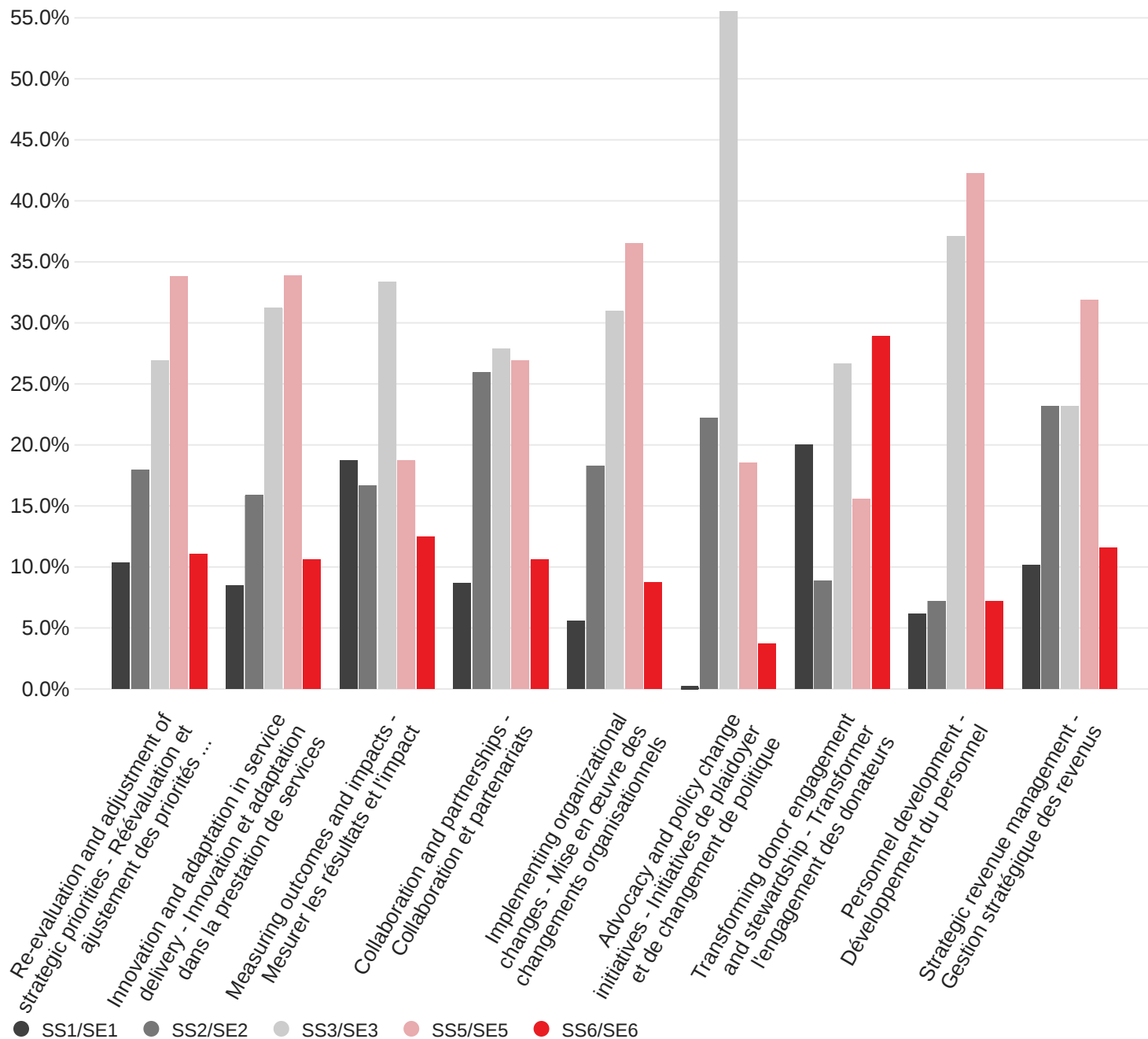
Français

635 Responses



Q2 - Moving forward, how has the COVID-19 pandemic impacted the way that your organization achieves or plans to achieve its mission and goals? It has increased our focus and efforts on _____. (please select up to 3) | *Pour l'avenir, comment la pandémie de COVID-19 a-t-elle influencé la manière dont votre organisation réalise ou prévoit de réaliser sa mission et ses objectifs ? Elle a accru notre attention et nos efforts sur _____.* (veuillez en sélectionner jusqu'à 3)

634 Responses

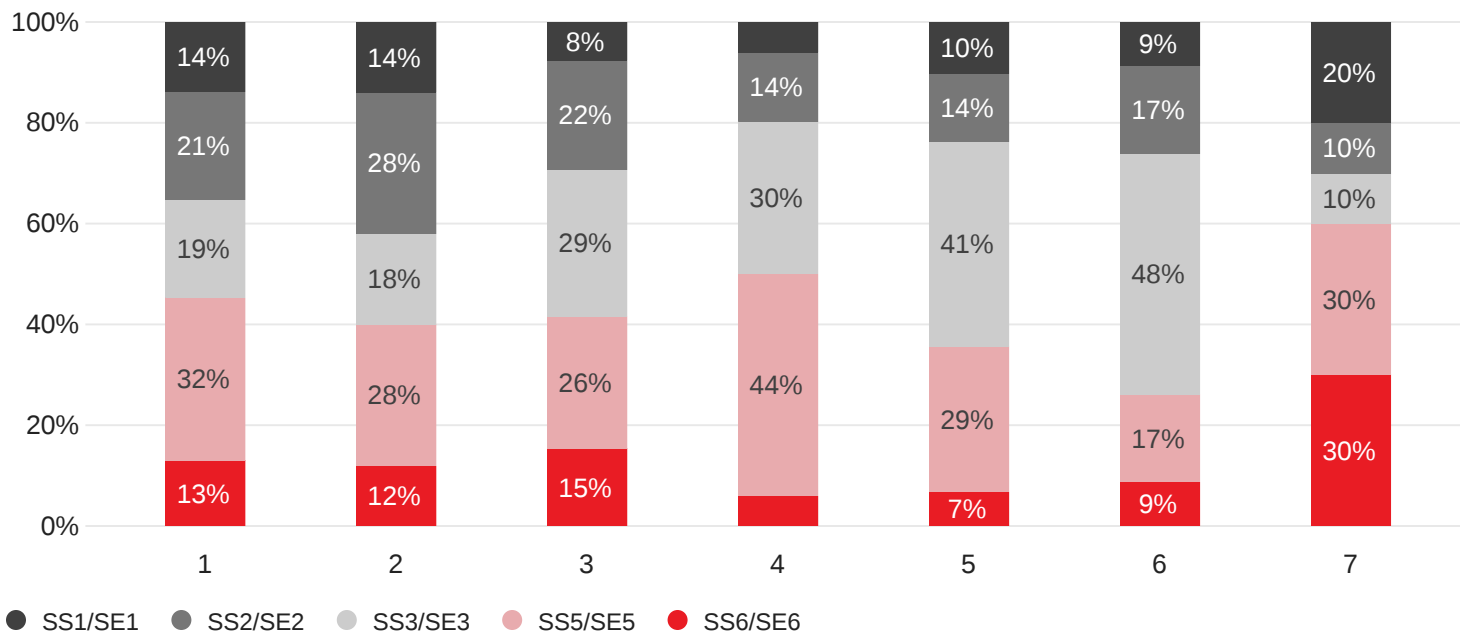


Q3 - Which of the following do you think could have the biggest impact on the charitable sector in Canada in the next few years? (please rank the below from greatest impact (1) to least impact (7)) |

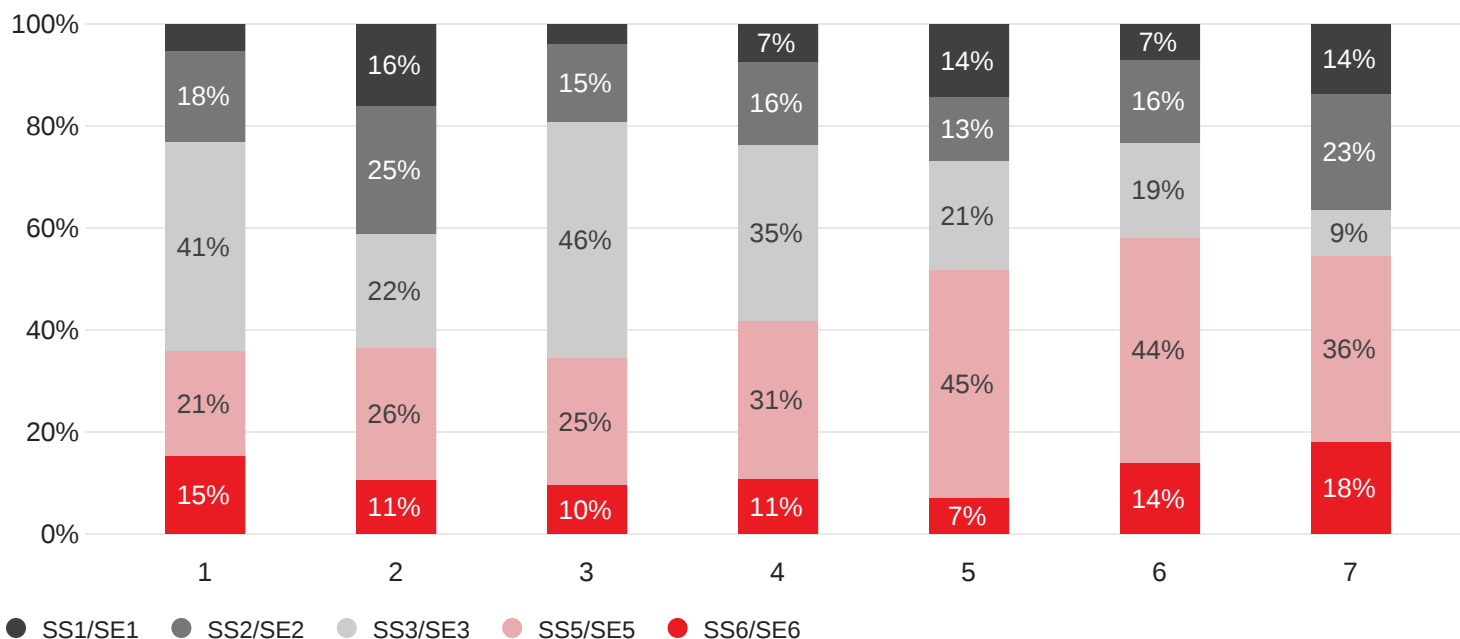
Selon vous, lequel des éléments suivants pourrait avoir le plus grand impact sur le secteur caritatif au Canada au cours des prochaines années ? (veuillez classer les éléments ci-dessous de l'impact le plus important (1) à l'impact le moins important (7))

Greater emphasis on cross-sector partnerships and collaborations | Une plus grande importance accordée aux partenariats et collaborations intersectoriels

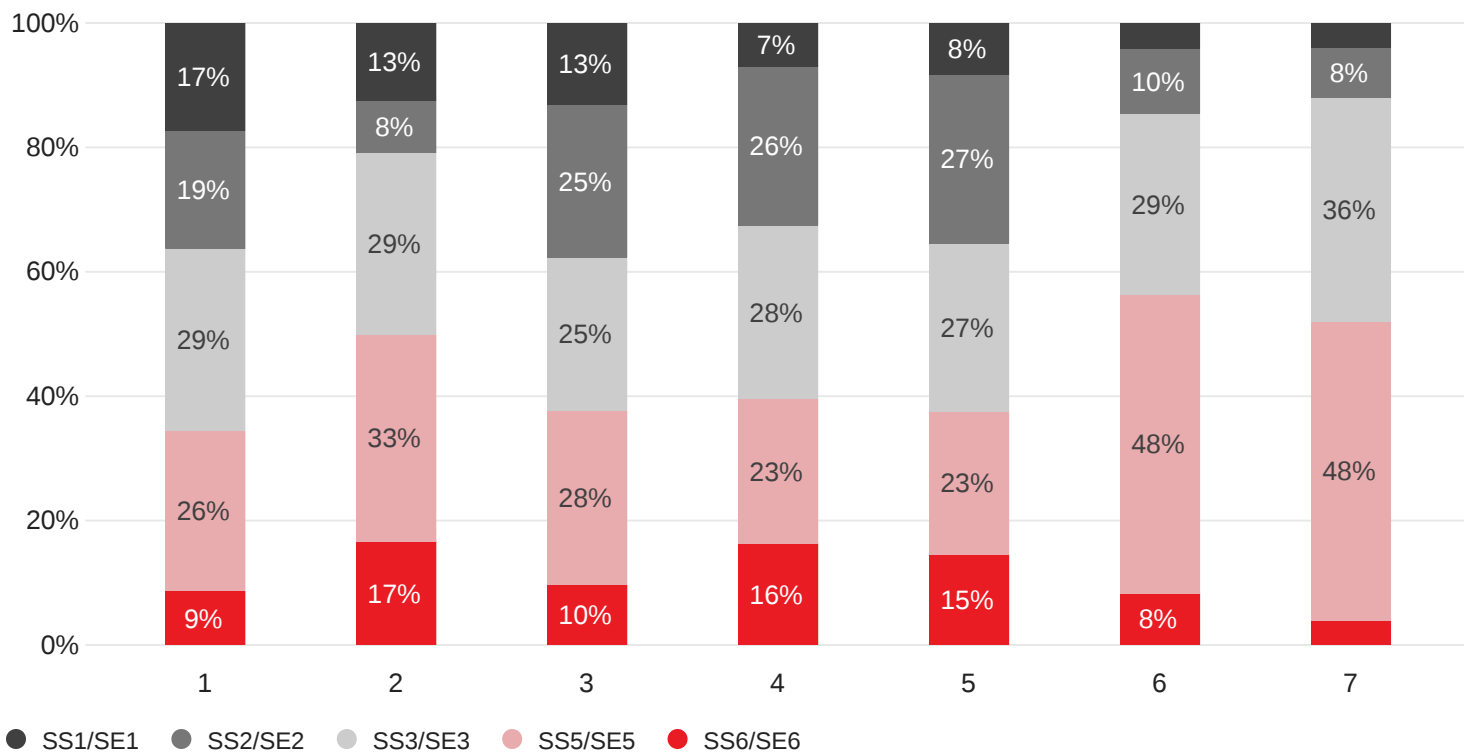
624 Responses



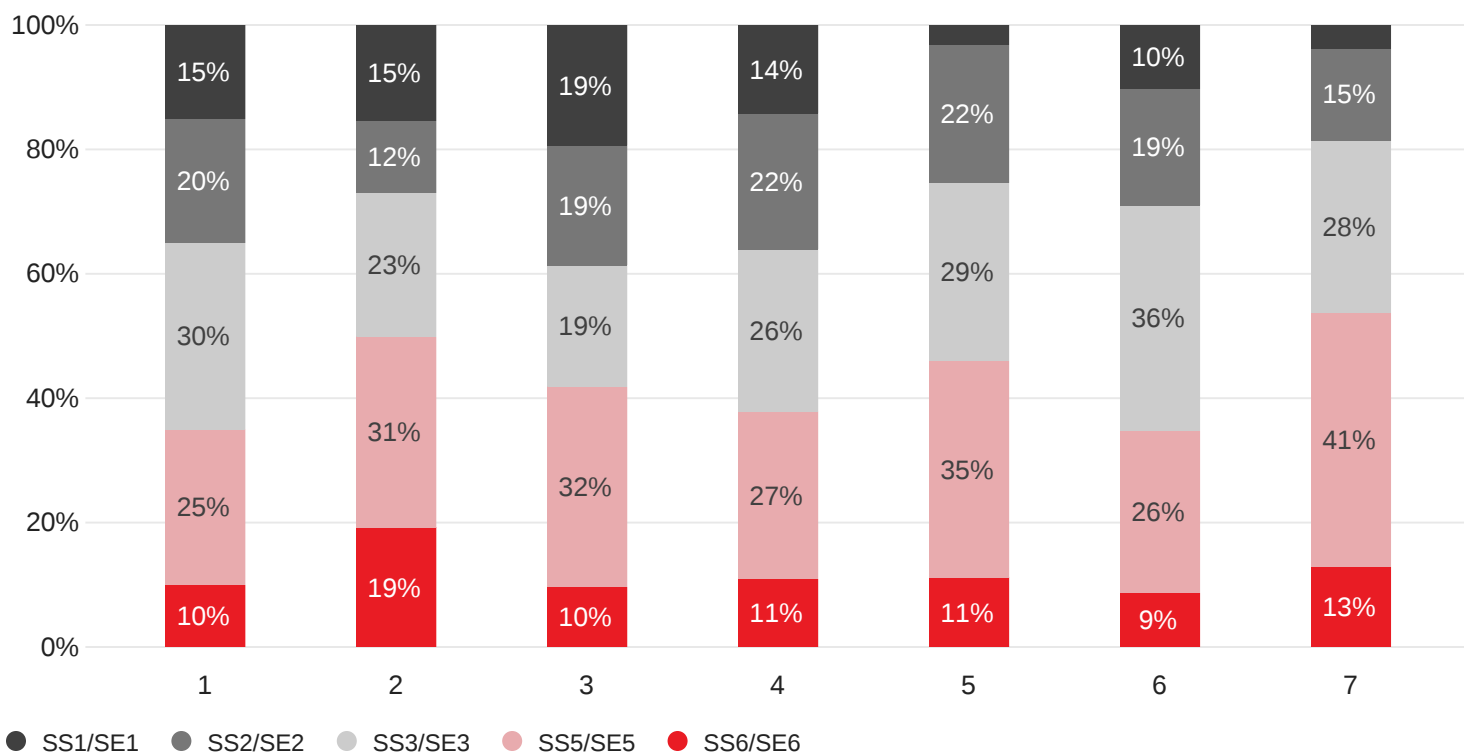
Increased focus on diversity, equity, and inclusion initiatives | L'accent est davantage mis sur les initiatives en matière de diversité, d'équité et d'inclusion.



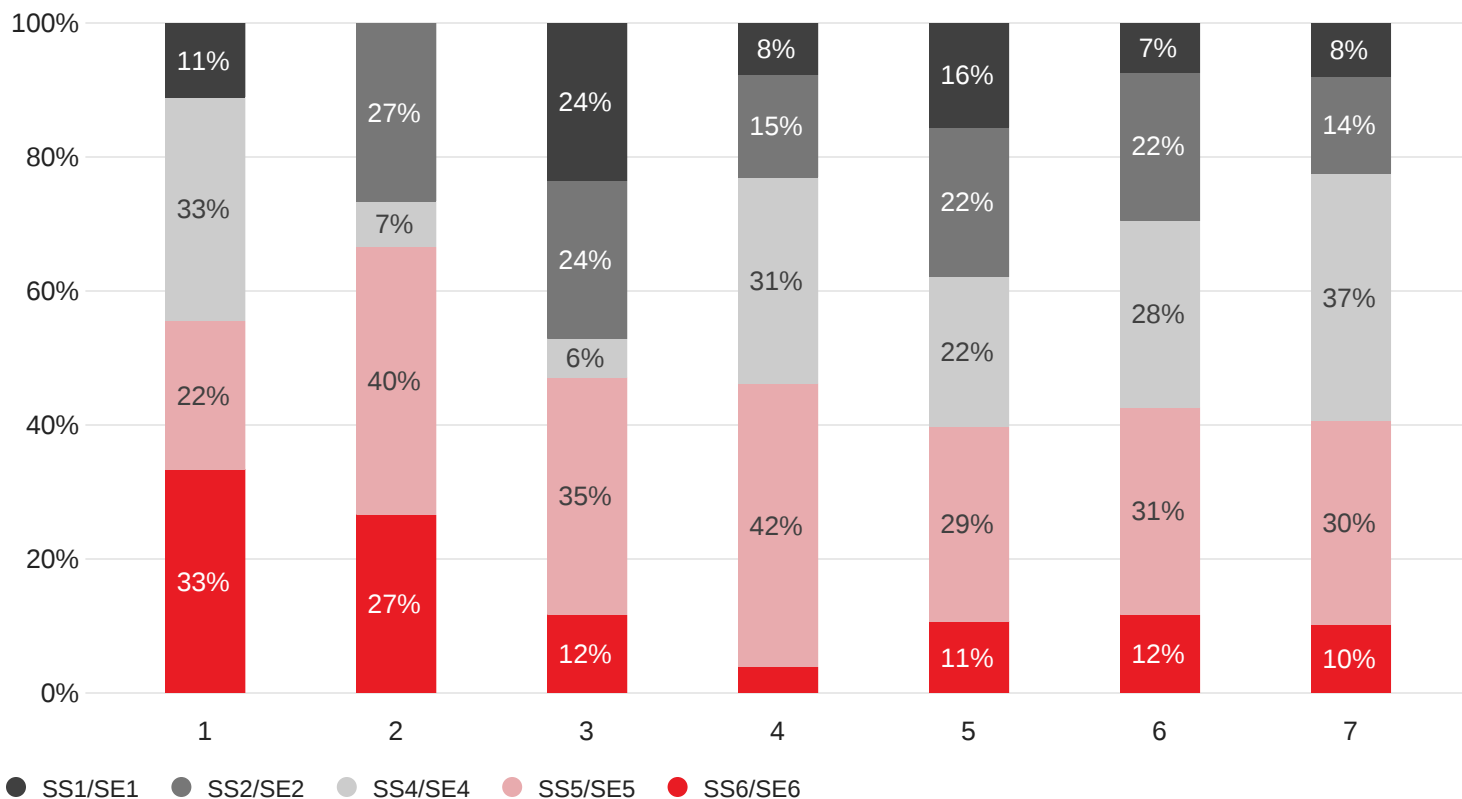
Shift towards more sustainable fundraising models | *Passage à des modèles de collecte de fonds plus durables*



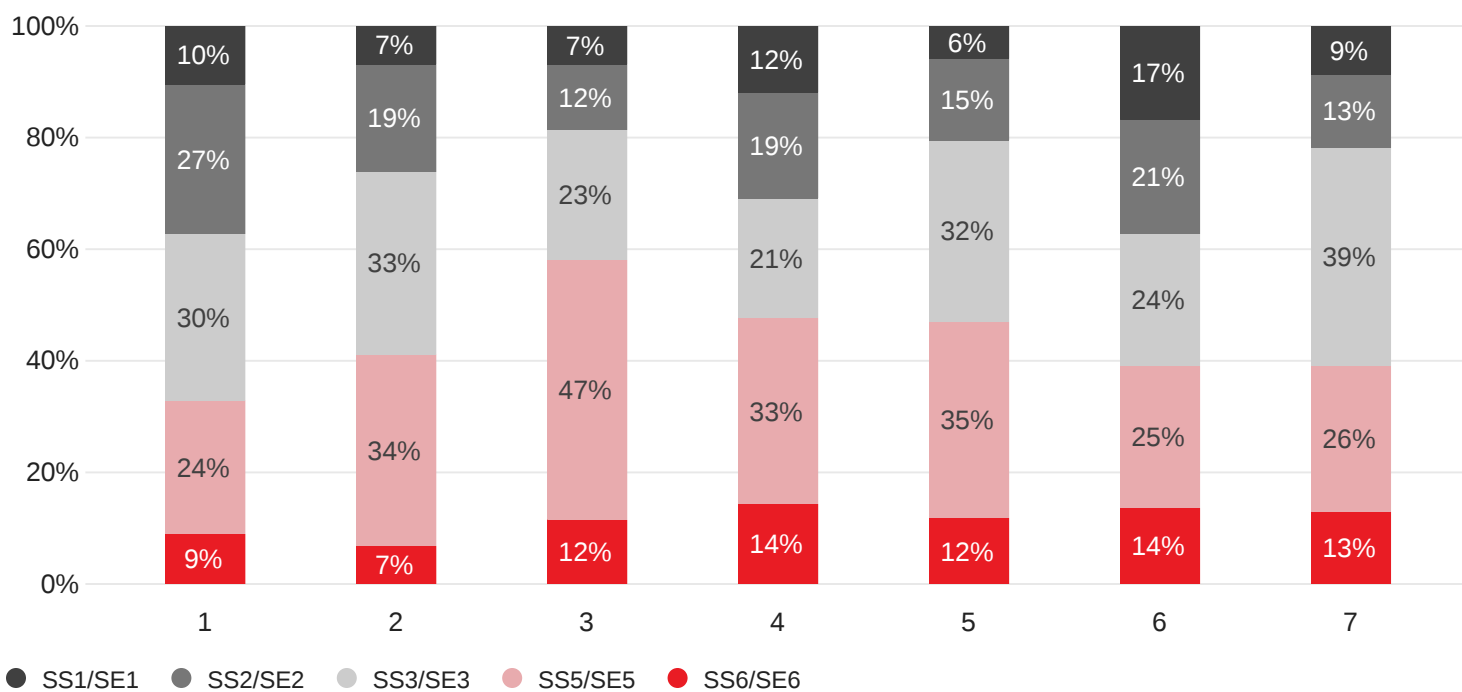
Greater use of data and analytics to drive decision-making | *Utilisation accrue des données et de l'analyse pour la prise de décision*



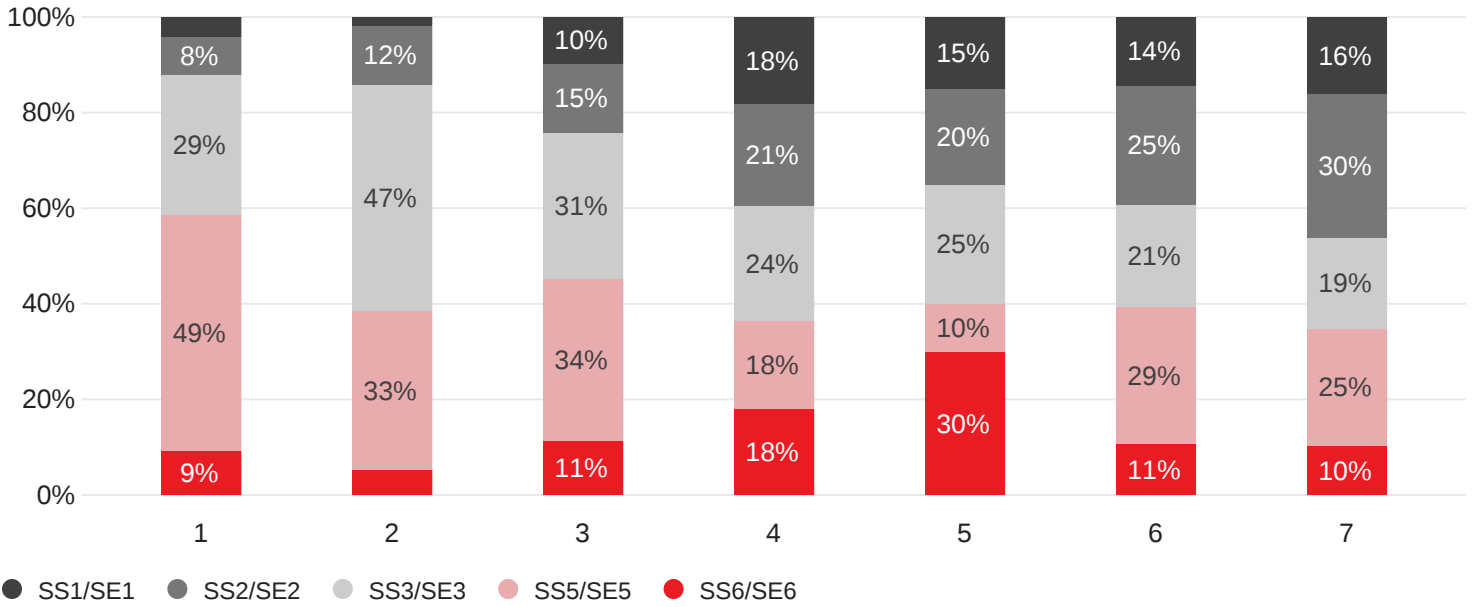
Adoption of measures and practices to combat the climate crisis | *Adoption de mesures et de pratiques pour lutter contre la crise climatique*



Expansion of services to meet the evolving needs of communities | *Expansion des services pour répondre aux besoins évolutifs des communautés*

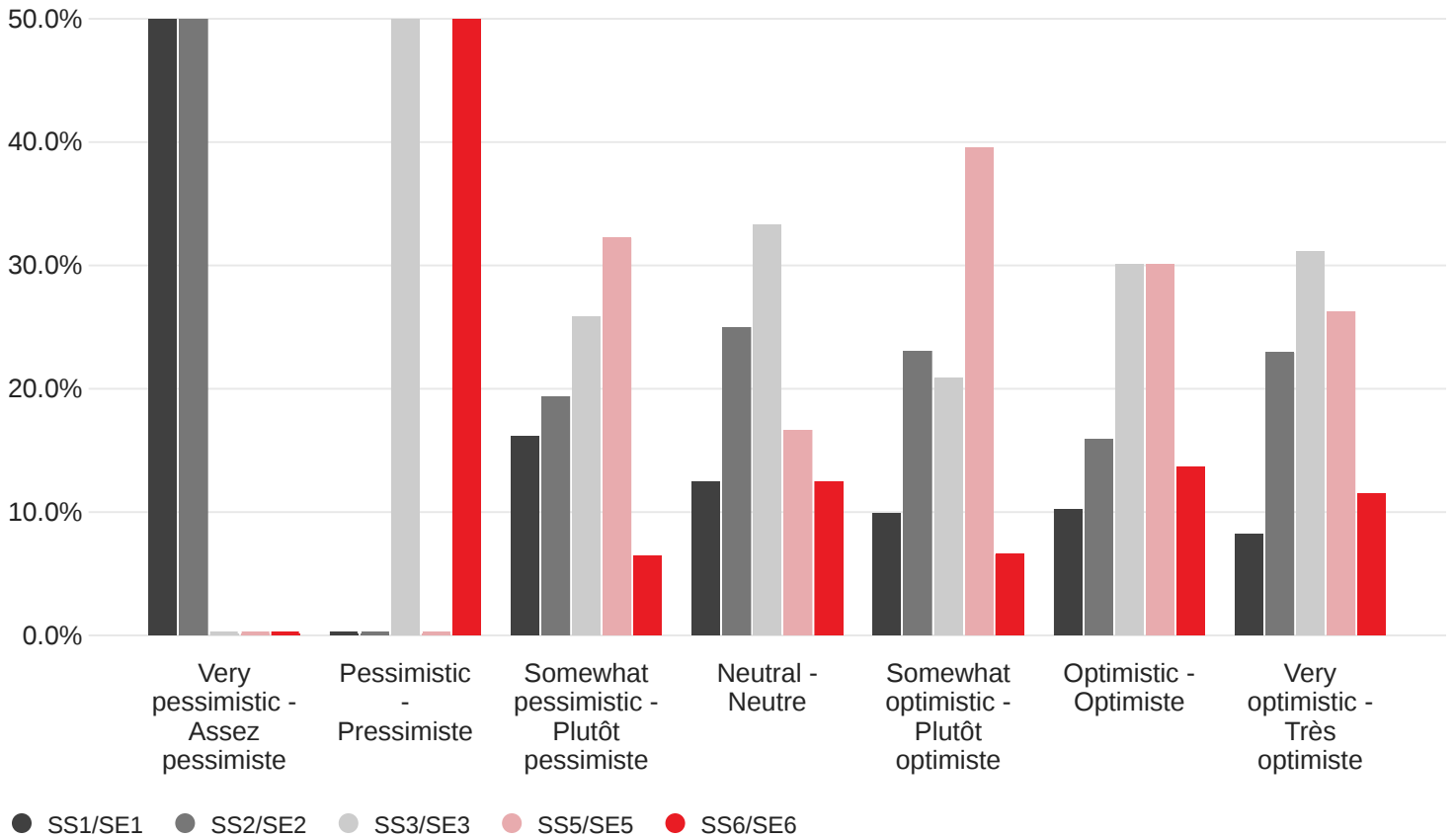


Implementation of decent work (better salaries, benefits, etc.) | Mise en œuvre du travail décent (meilleurs salaires, avantages, etc.)



Q4 - When you think about the next 12 months, how do you feel about your organization's prospects? | Lorsque vous pensez aux 12 prochains mois, que pensez-vous des perspectives de votre organisation ?

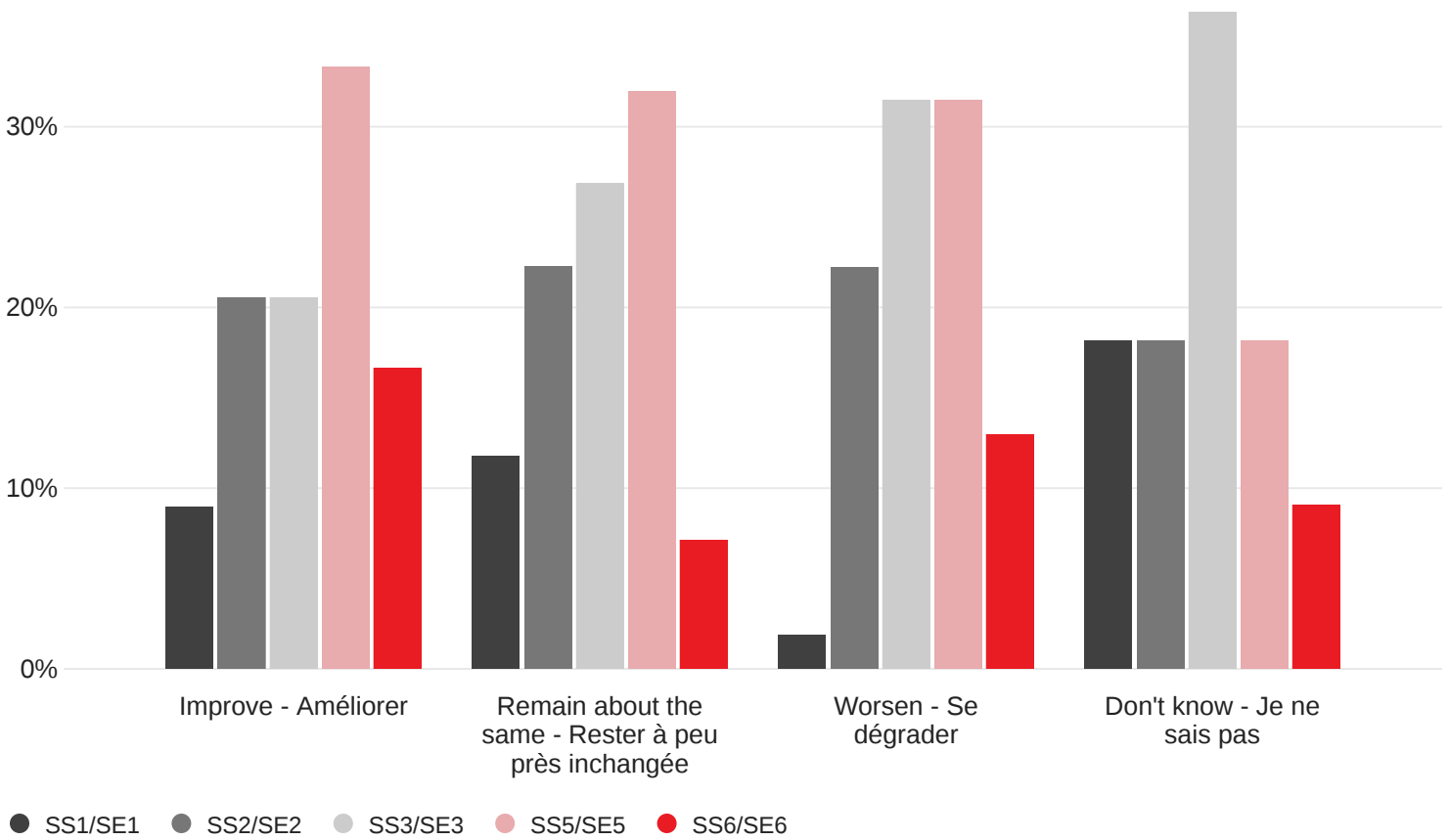
634 Responses



Week 21: Financial Health | Semaine 21 : Santé financière

Q1 - Can you select how you expect your organization's financial condition/health to change over the next 3 to 6 months? | Pouvez-vous indiquer comment vous vous attendez à ce que la situation financière/santé de votre organisation évolue au cours des 3 à 6 prochains mois ?

625 Responses

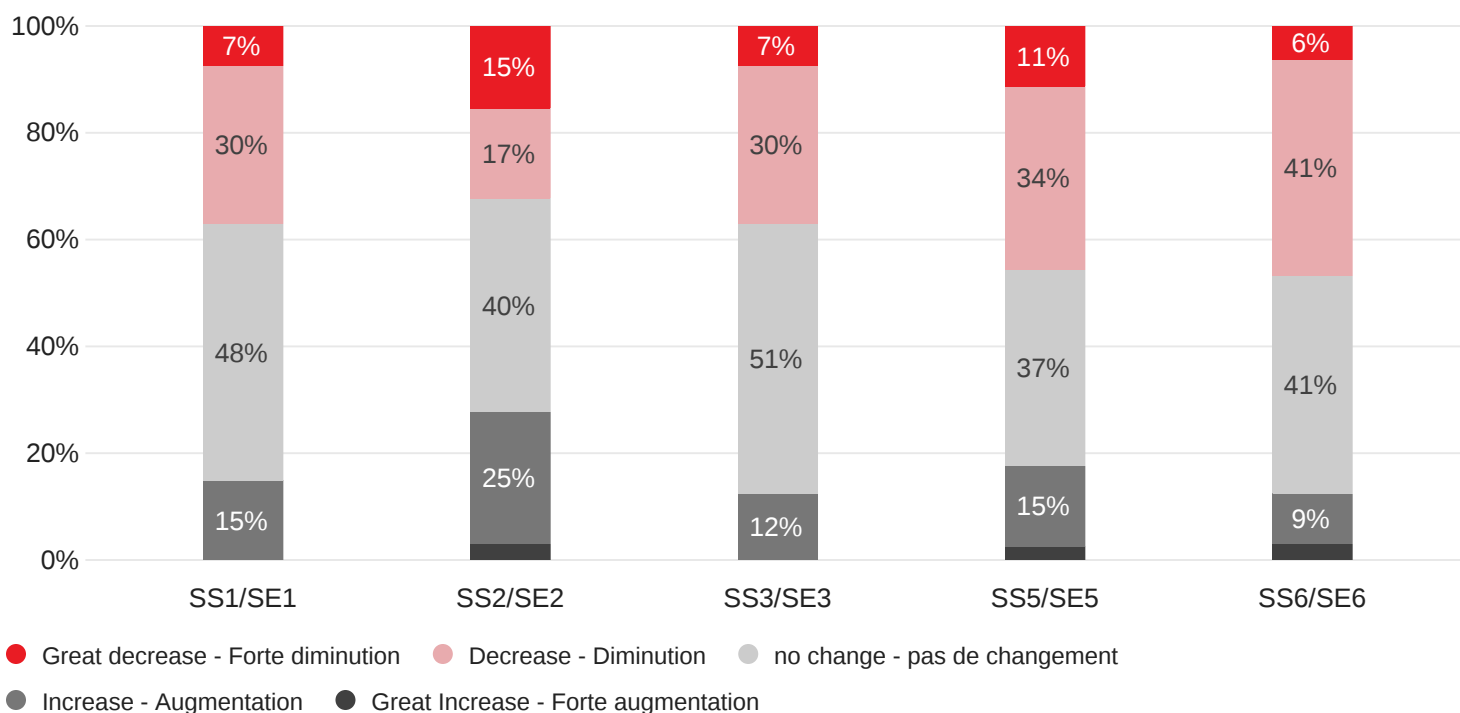


Q2 - Tell us whether you have seen an increase or a decrease in each of the following revenue areas in the last 6 months (scale from great decrease to great increase) |

Dites-nous si vous avez constaté une augmentation ou une diminution dans chacun des domaines de revenus suivants au cours des six derniers mois (sur une échelle allant d'une forte diminution à une forte augmentation)

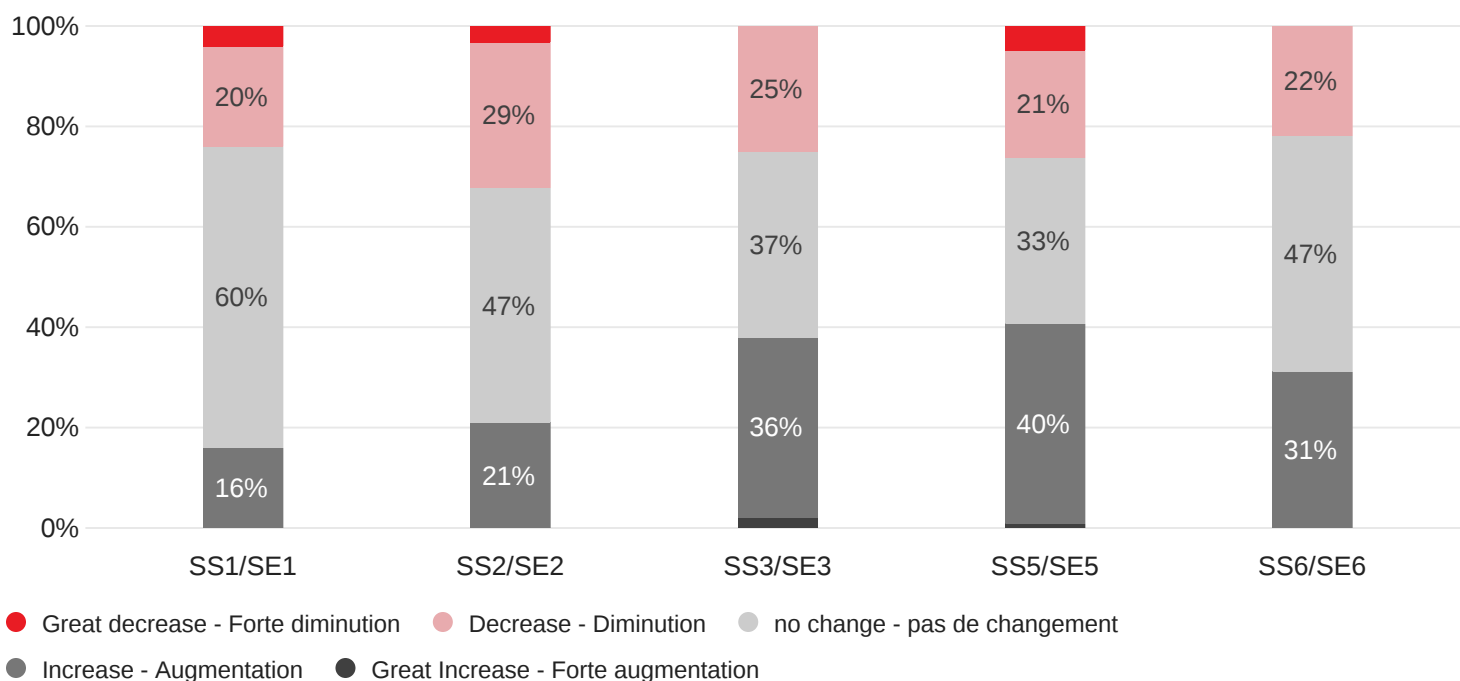
Event-based fundraising | Collecte de fonds basée sur des événements

464 Responses



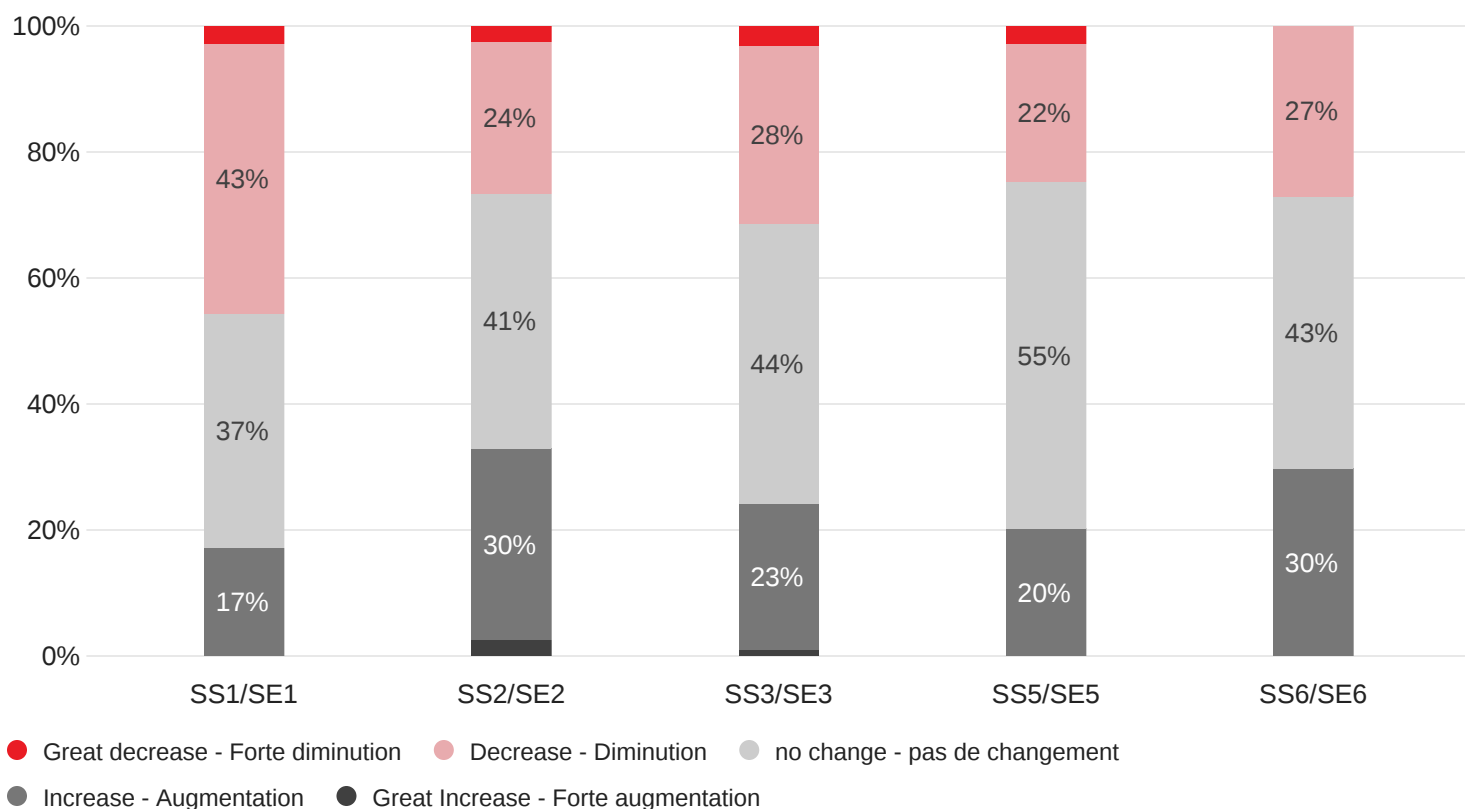
Earned income | Revenu gagné

507 Responses



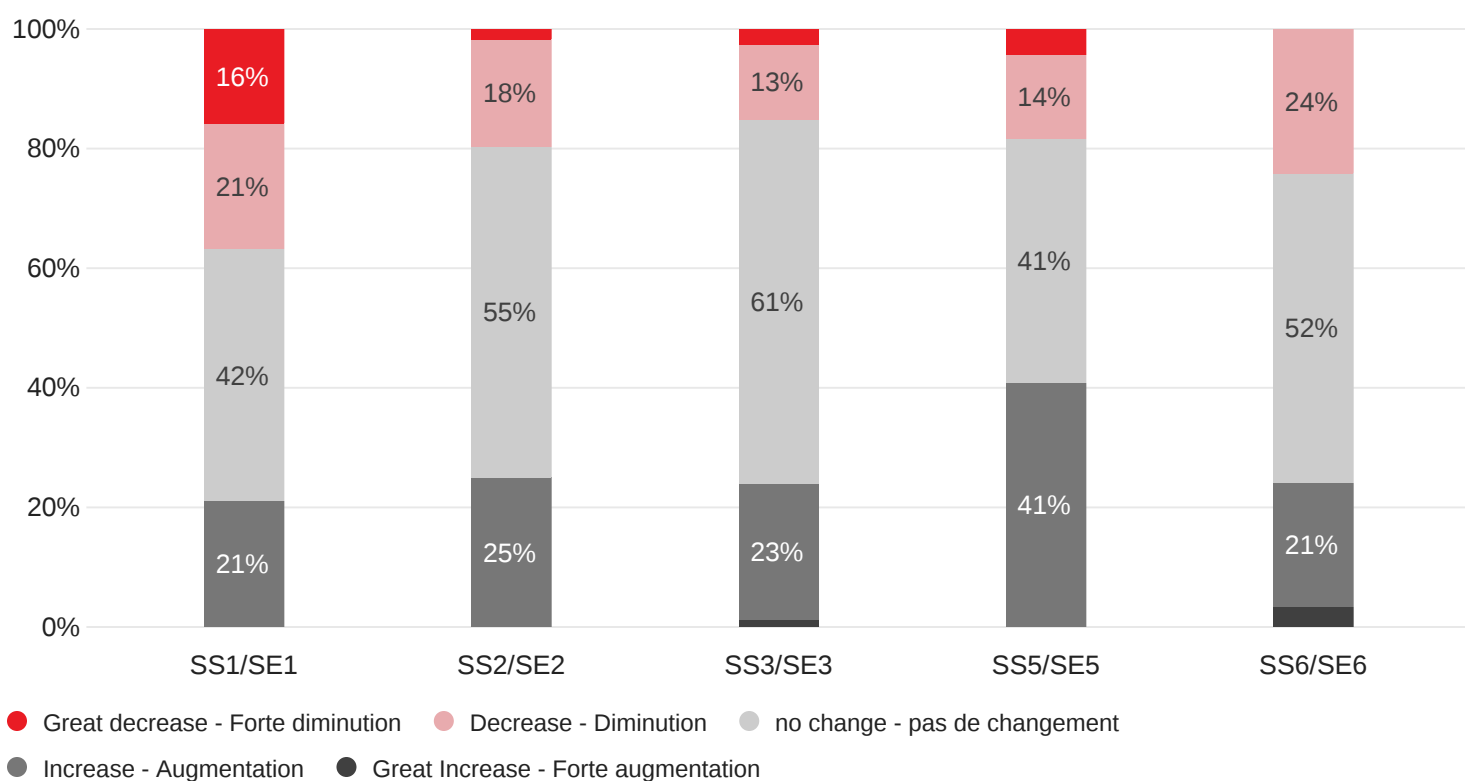
Individual contributions/donations | Contributions/dons individuels

574 Responses



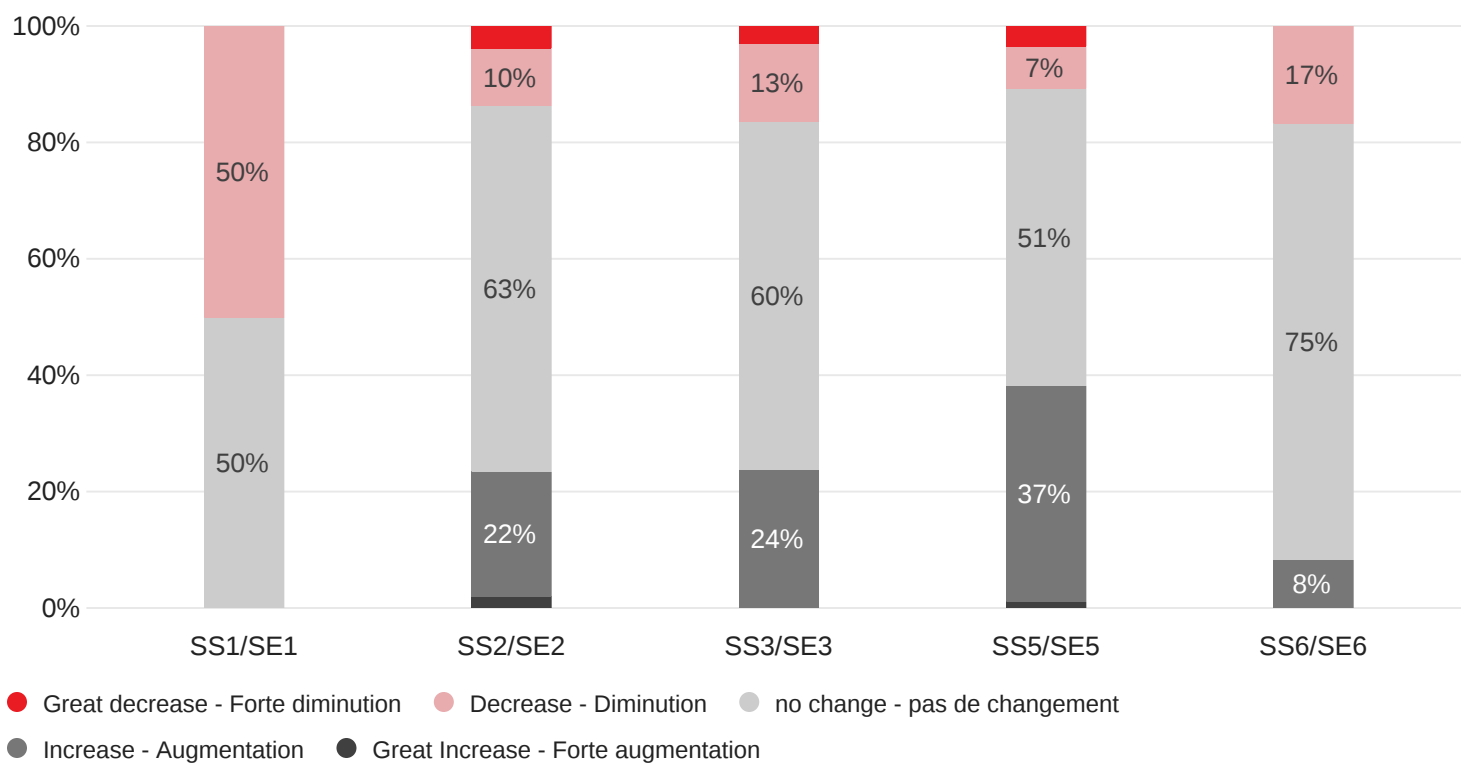
Investment income | Revenus des investissements

431 Responses



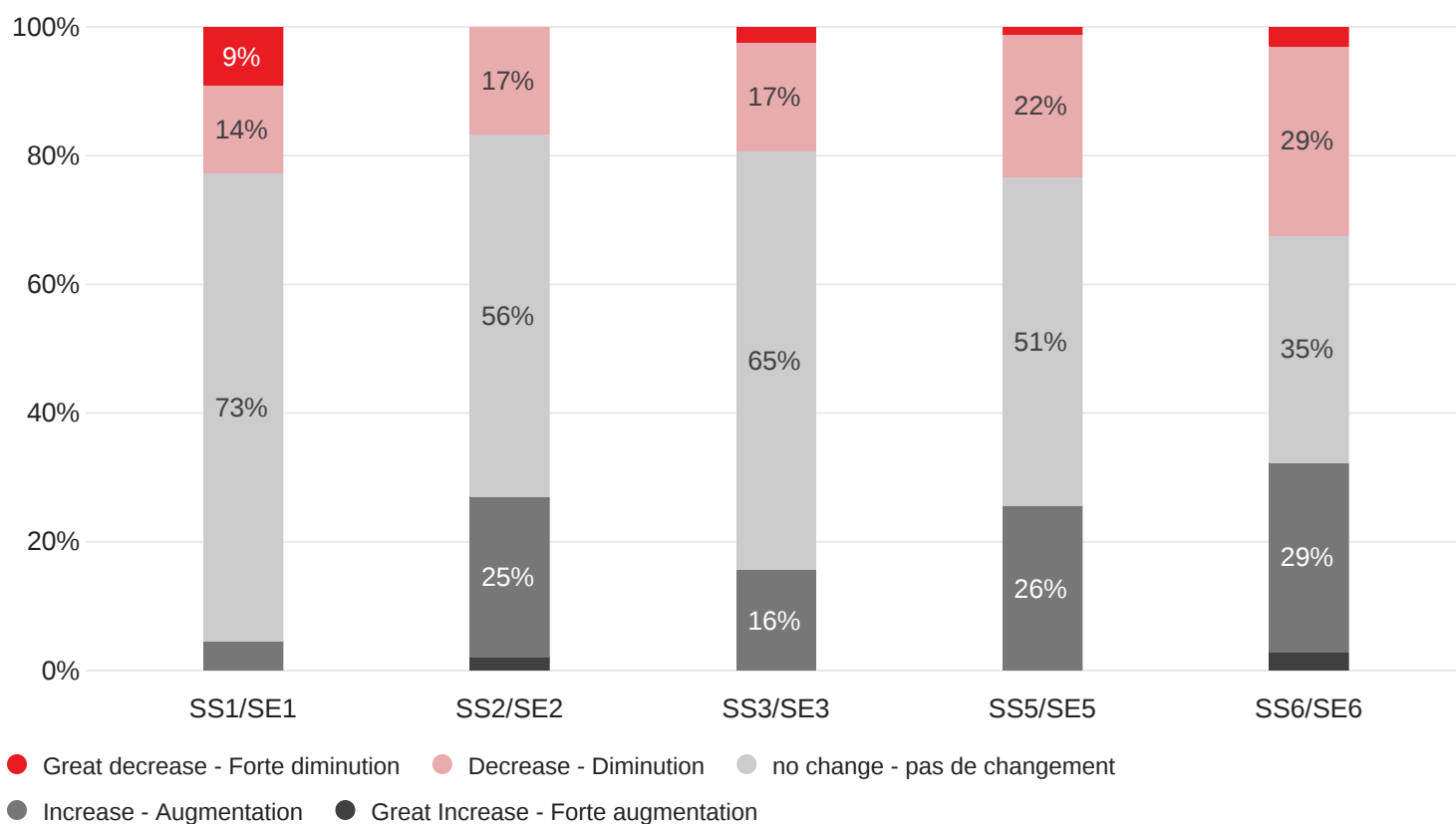
Membership fees, dues, etc. | *Droits d'adhésion, cotisations, etc.*

355 Responses



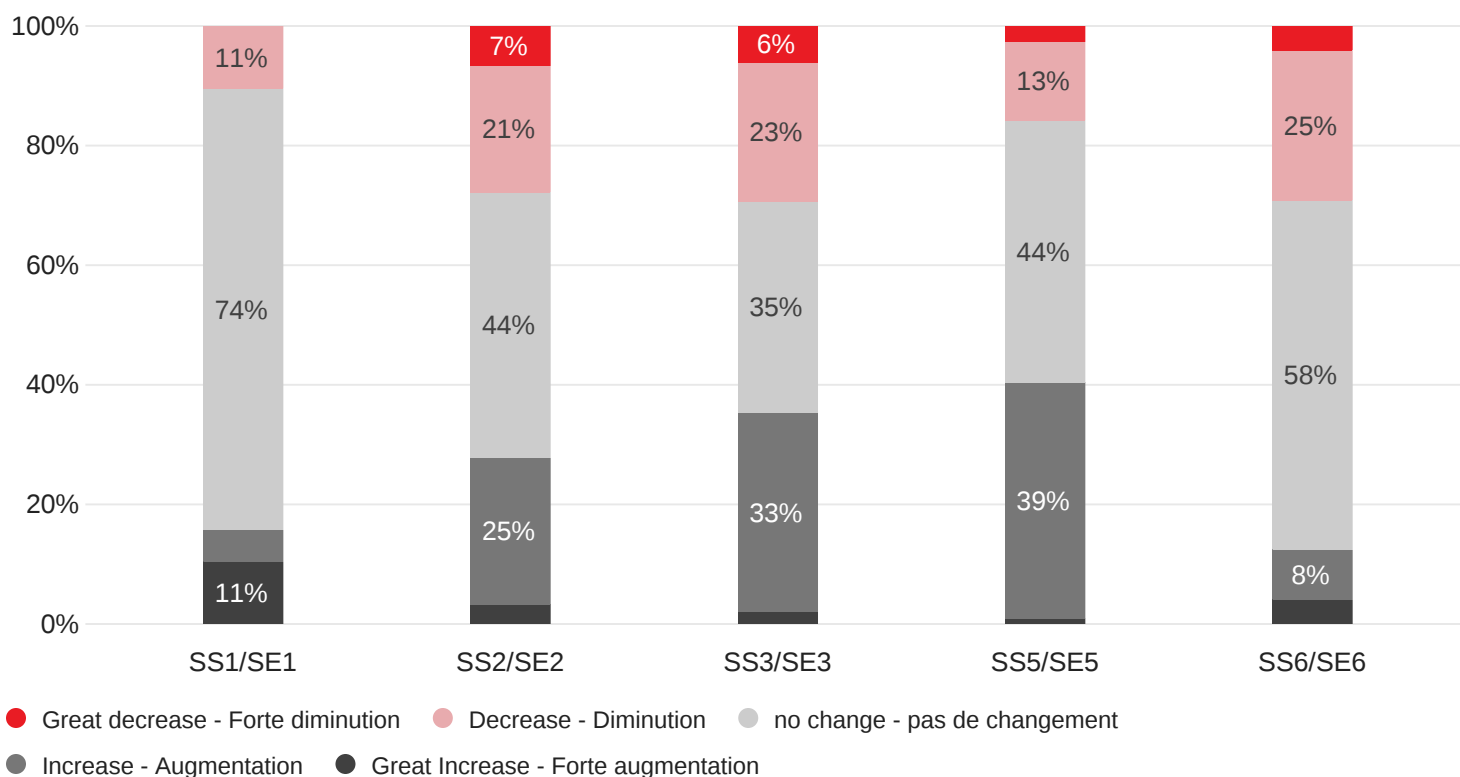
Foundation funding | *Financement de la fondation*

432 Responses



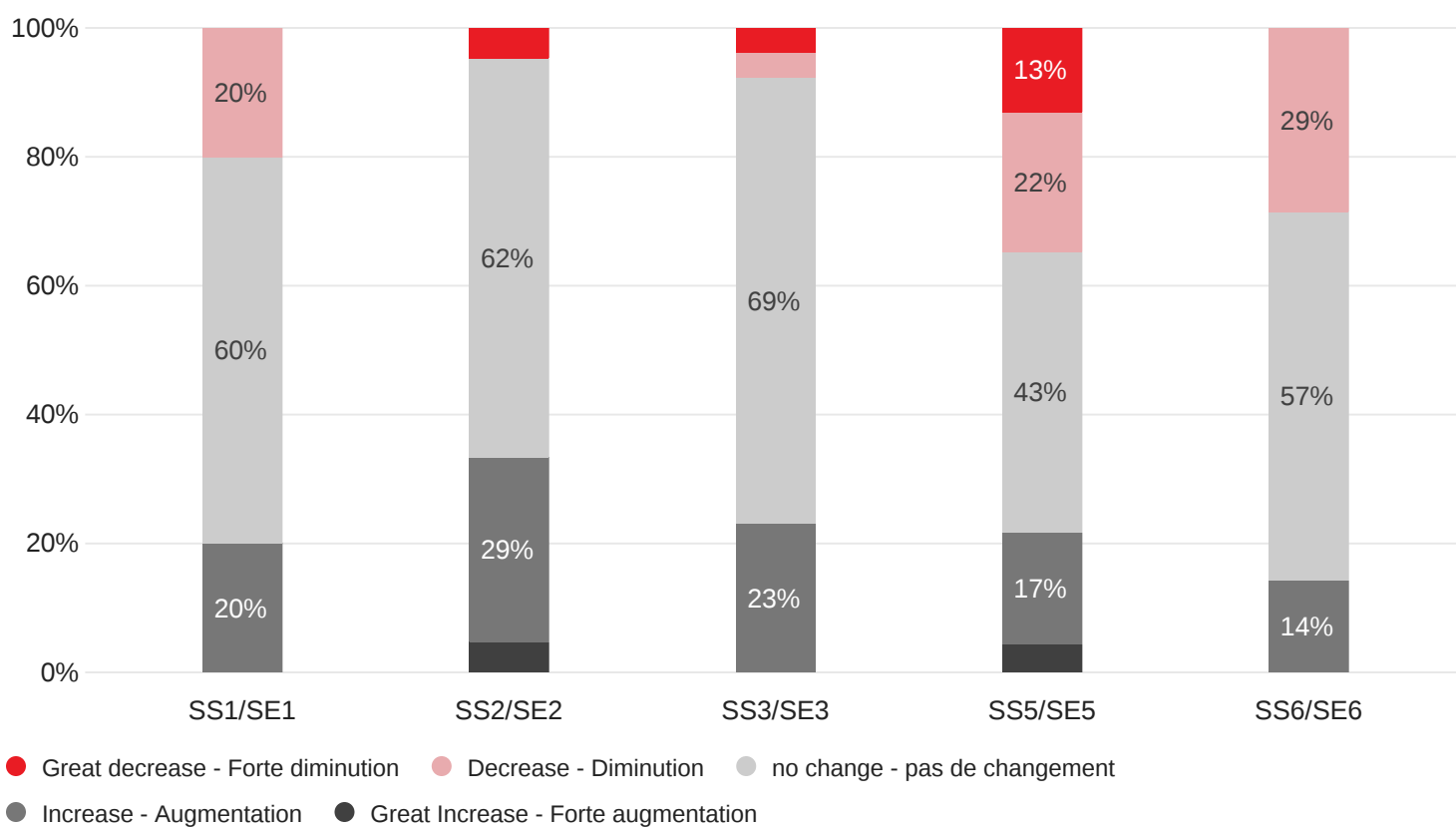
Government funding | *Financement public*

528 Responses



Other revenue source | *Autre source de revenus*

135 Responses

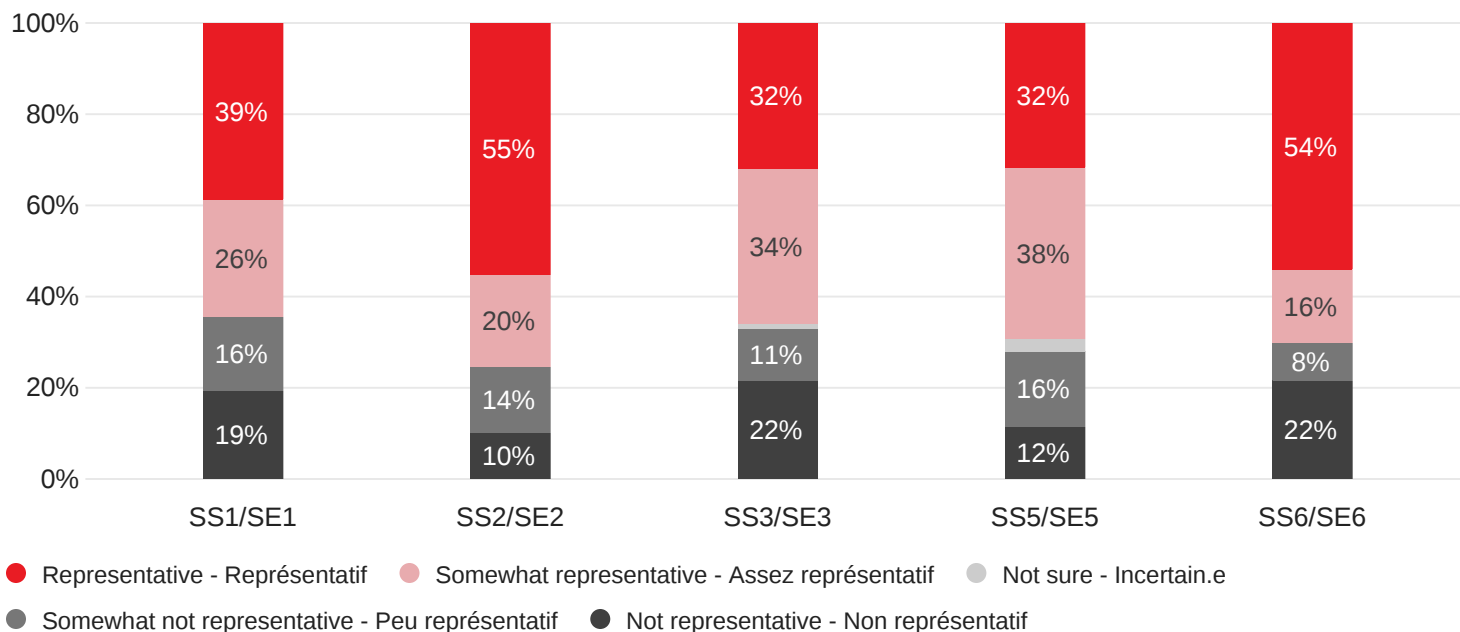


Week 22: Gender in the sector | Semaine 22 : Le genre dans le secteur

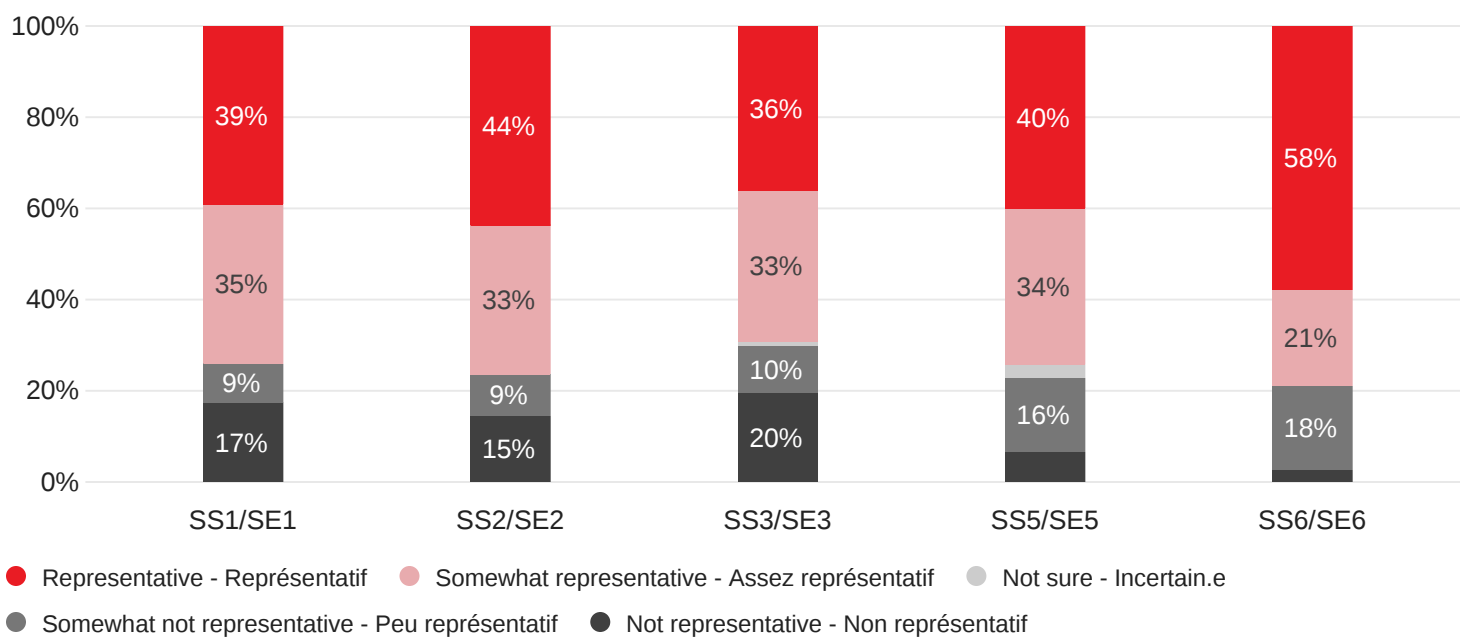
Q1 - How would you describe the representation of different genders within your organization? |

Comment décririez-vous la représentation des différents sexes au sein de votre organisation ?

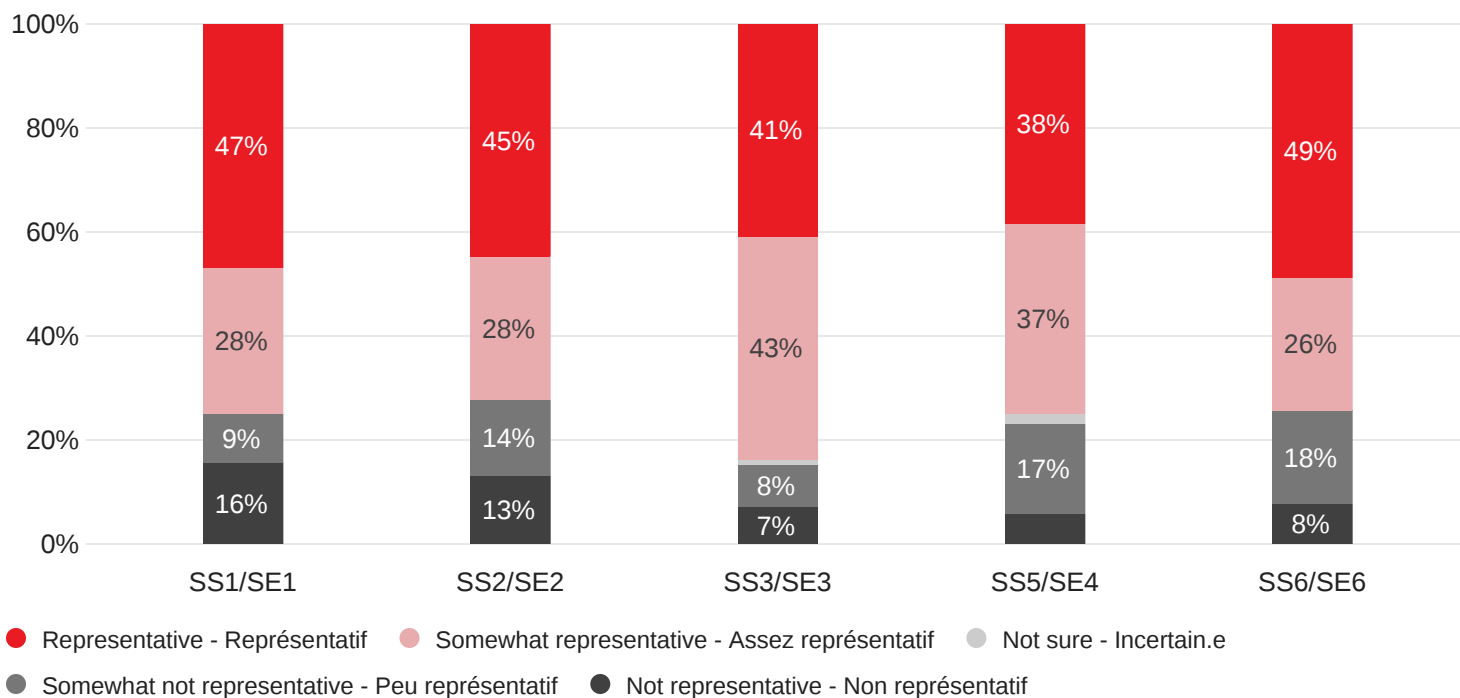
Management & Leadership - Gestion et leadership



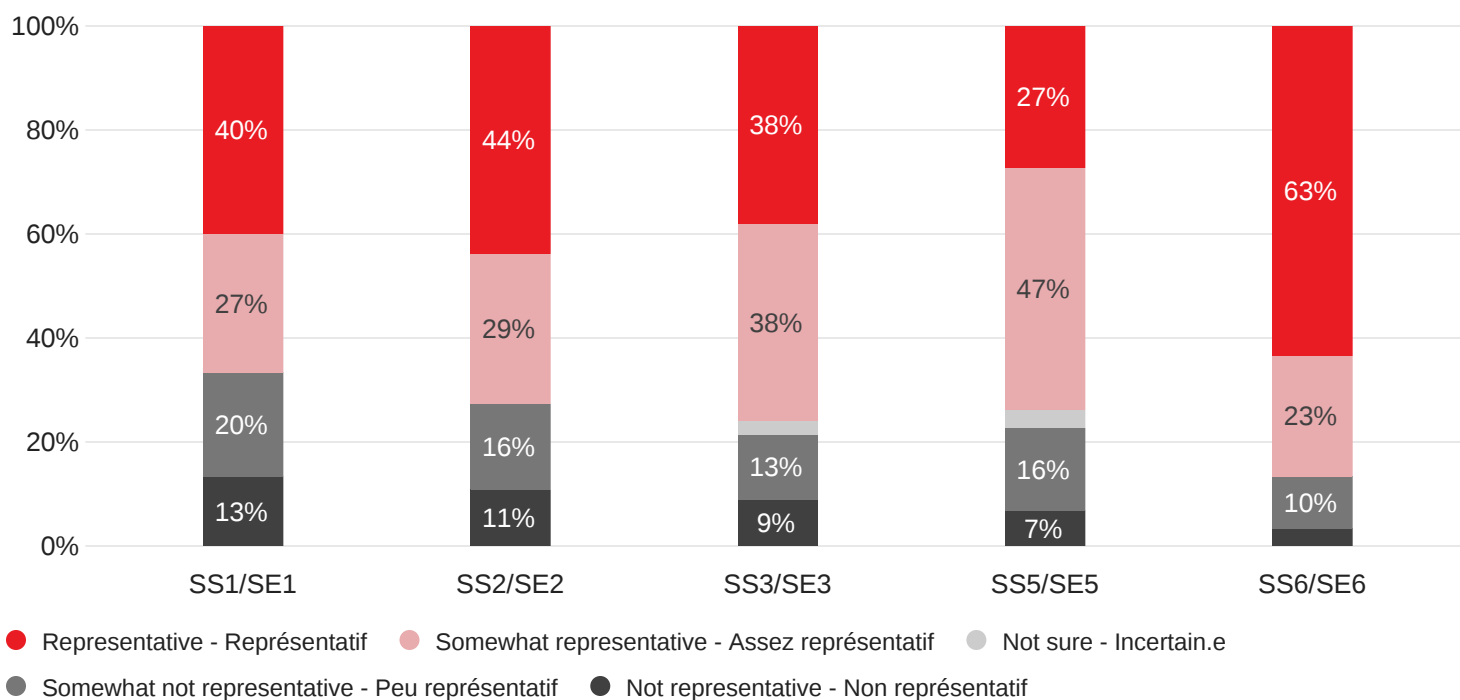
General staff - Personnel général



Board - Conseil d'administration



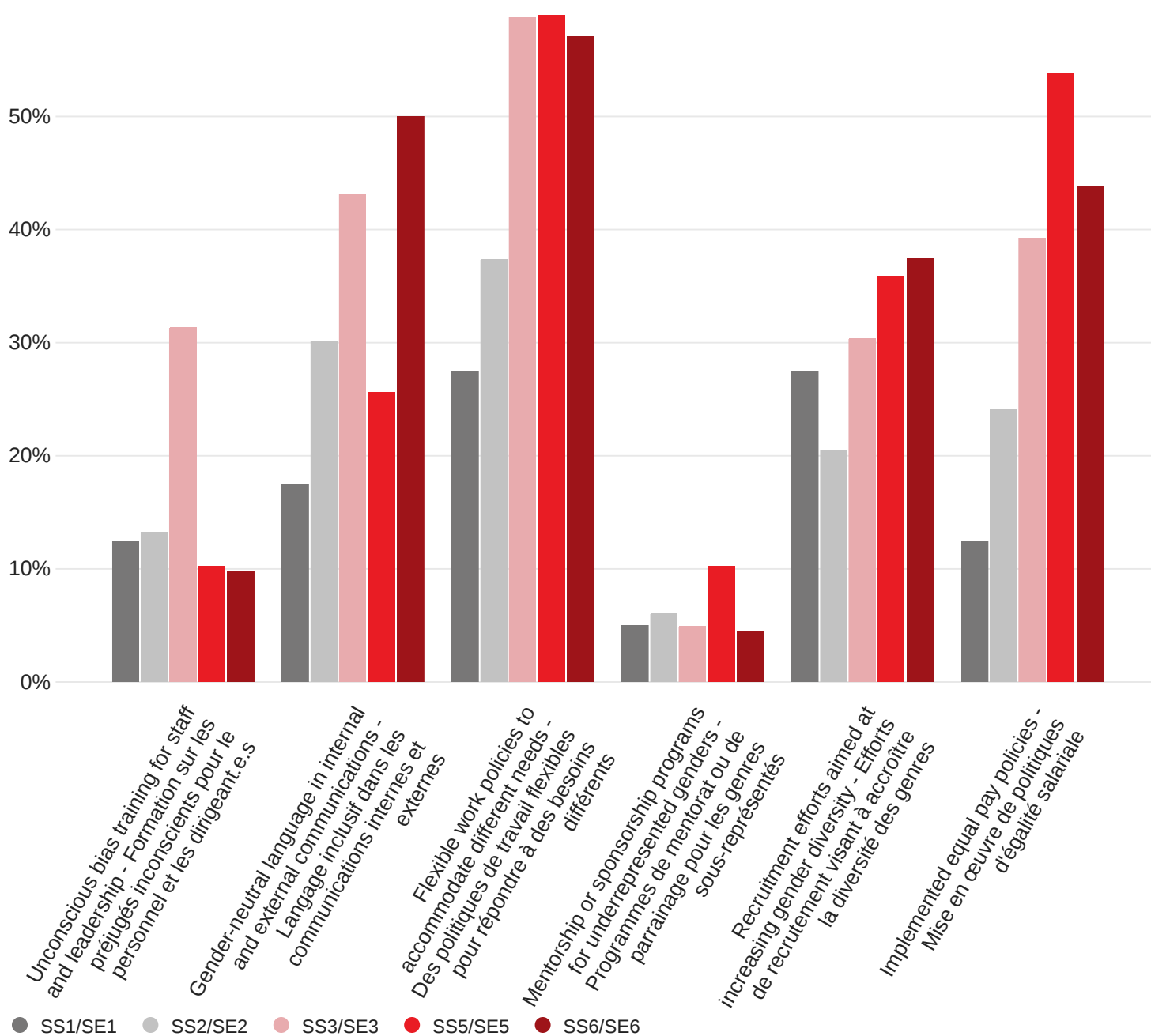
Volunteers - Bénévoles



Q3 - Which of the following initiatives has your organization implemented to promote gender equity and inclusion? (Please select all that apply) |

Parmi les initiatives suivantes, lesquelles votre organisation a-t-elle mises en œuvre pour promouvoir l'équité et l'intégration des femmes et des hommes ? (Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent)

627 Responses



Week 23: Leadership Requirements | Semaine 23 : Exigences en matière de leadership

Q1 - Please assess each of the following skills or experiences for their relevance to the role of an Executive Director/CEO in a charitable organization. Please classify each as:

- 'Not necessary': This skill is not crucial for the role.
- 'Desirable': This skill would be beneficial but is not essential.
- 'Important': This skill is significant and should ideally be present.
- 'Critical': This skill is essential for the role.
- 'Not applicable': This skill doesn't apply to the role.
- 'Uncertain': Not sure about the importance of this skill

Veillez évaluer chacune des compétences ou expériences suivantes en fonction de leur pertinence pour le rôle d'un directeur exécutif/directeur général d'une organisation caritative. Veillez les classer comme suit

- "Pas nécessaire" : Cette compétence n'est pas cruciale pour le poste.
- "Souhaitable" : Cette compétence serait bénéfique mais n'est pas essentielle.
- "Important" : Cette compétence est importante et devrait idéalement être présente.
- "Critique" : Cette compétence est essentielle pour le poste.
- "Non applicable" : Cette compétence ne s'applique pas à la fonction.
- "Incertain" : Pas sûr de l'importance de cette compétence

SS1/SE1: Foundations (private and public) | Foundations (privées et publiques)

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Bilingualism (Eng/Fr) - Bilinguisme (ang/fr)	36%	39%	17%	3%
Research Skills - Compétences en recherche	28%	42%	28%	3%
Private sector/business experience - Expérience dans le secteur privé/entreprise	28%	42%	25%	0%
Data analysis experience - Expérience en analyse de données	19%	47%	31%	3%
Human resources experience - Expérience en ressources humaines	11%	22%	44%	19%
Educational qualifications - Diplômes et qualifications	9%	33%	52%	6%
Field/On site experience - Expérience sur le terrain/sur le site	9%	49%	34%	6%
Program evaluation - Évaluation de programme	8%	19%	50%	19%
Experience working with boards - Expérience de travail avec des conseils d'administration	6%	11%	46%	34%
General senior management experience - Expérience en tant que directeur/rice général.e	6%	33%	42%	17%
Grant writing experience - Expérience dans la rédaction de demandes de subvention	3%	37%	43%	17%
Financial management/budgeting - Gestion financière/budgétisation	3%	11%	49%	37%
Nonprofit management experience - Expérience en gestion d'organisations à but non lucratif	3%	11%	47%	39%
Subject area/sector knowledge - Connaissance du domaine/secteur	3%	17%	44%	33%
General nonprofit experience - Expérience générale du secteur non lucratif	0%	37%	54%	9%
Understanding and alignment with organizational mission - Compréhension et alignement sur la mission de l'organisation	0%	12%	38%	50%
Public relations experience - Expérience en relations publiques	0%	29%	47%	24%
Fundraising experience - Expérience en matière de collecte de fonds	0%	23%	51%	26%

SS2/SE2: Volunteer-run charities | Organisations caritatives gérées par des bénévoles

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Understanding and alignment with organizational mission - Compréhension et alignement sur la mission de l'organisation	3%	5%	25%	65%
Subject area/sector knowledge - Connaissance du domaine/secteur	1%	13%	38%	47%
Financial management/budgeting - Gestion financière/budgétisation	0%	19%	36%	43%
Grant writing experience - Expérience dans la rédaction de demandes de subvention	6%	19%	38%	32%
Experience working with boards - Expérience de travail avec des conseils d'administration	1%	20%	46%	32%
Public relations experience - Expérience en relations publiques	5%	16%	47%	28%
General senior management experience - Expérience en tant que directeur/riche général.e	1%	30%	37%	27%
Human resources experience - Expérience en ressources humaines	5%	25%	39%	24%
Nonprofit management experience - Expérience en gestion d'organisations à but non lucratif	1%	15%	60%	23%
Field/On site experience - Expérience sur le terrain/sur le site	9%	21%	44%	19%
General nonprofit experience - Expérience générale du secteur non lucratif	3%	26%	51%	18%
Fundraising experience - Expérience en matière de collecte de fonds	3%	28%	51%	16%
Program evaluation - Évaluation de programme	1%	28%	54%	11%
Educational qualifications - Diplômes et qualifications	12%	45%	32%	10%
Data analysis experience - Expérience en analyse de données	22%	34%	33%	6%
Private sector/business experience - Expérience dans le secteur privé/entreprise	23%	34%	29%	5%
Bilingualism (Eng/Fr) - Bilinguisme (ang/fr)	35%	40%	5%	4%
Research Skills - Compétences en recherche	18%	35%	33%	3%

SS3/SE3: Charities in BC | Organismes de bienfaisance de la C.-B.

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Understanding and alignment with organizational mission - Compréhension et alignement sur la mission de l'organisation	2%	1%	23%	74%
Financial management/budgeting - Gestion financière/budgétisation	0%	6%	38%	56%
Subject area/sector knowledge - Connaissance du domaine/secteur	0%	17%	33%	49%
Experience working with boards - Expérience de travail avec des conseils d'administration	0%	12%	43%	44%
Nonprofit management experience - Expérience en gestion d'organisations à but non lucratif	1%	15%	43%	40%
General senior management experience - Expérience en tant que directeur/rice général.e	0%	18%	48%	34%
Human resources experience - Expérience en ressources humaines	2%	14%	53%	31%
Public relations experience - Expérience en relations publiques	1%	19%	54%	26%
Grant writing experience - Expérience dans la rédaction de demandes de subvention	7%	31%	39%	23%
General nonprofit experience - Expérience générale du secteur non lucratif	3%	38%	39%	20%
Fundraising experience - Expérience en matière de collecte de fonds	4%	33%	45%	17%
Field/On site experience - Expérience sur le terrain/sur le site	9%	42%	34%	12%
Program evaluation - Évaluation de programme	2%	34%	51%	12%
Educational qualifications - Diplômes et qualifications	4%	41%	42%	11%
Data analysis experience - Expérience en analyse de données	21%	52%	19%	6%
Private sector/business experience - Expérience dans le secteur privé/entreprise	37%	43%	13%	6%
Research Skills - Compétences en recherche	23%	51%	21%	5%
Bilingualism (Eng/Fr) - Bilinguisme (ang/fr)	58%	28%	4%	2%

SS5/SE5: Charities in QC | Organismes de bienfaisances du Québec

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Understanding and alignment with organizational mission - Compréhension et alignement sur la mission de l'organisation	0%	8%	30%	62%
Financial management/budgeting - Gestion financière/budgétisation	0%	8%	50%	42%
Subject area/sector knowledge - Connaissance du domaine/secteur	0%	17%	42%	41%
Human resources experience - Expérience en ressources humaines	0%	17%	57%	25%
Experience working with boards - Expérience de travail avec des conseils d'administration	1%	25%	49%	25%
Nonprofit management experience - Expérience en gestion d'organisations à but non lucratif	0%	23%	52%	25%
Grant writing experience - Expérience dans la rédaction de demandes de subvention	2%	20%	56%	22%
Bilingualism (Eng/Fr) - Bilinguisme (ang/fr)	27%	44%	11%	14%
Field/On site experience - Expérience sur le terrain/sur le site	5%	39%	43%	12%
General senior management experience - Expérience en tant que directeur/rice général.e	5%	49%	34%	10%
Public relations experience - Expérience en relations publiques	3%	39%	46%	10%
Fundraising experience - Expérience en matière de collecte de fonds	6%	41%	43%	8%
Educational qualifications - Diplômes et qualifications	9%	38%	45%	8%
Program evaluation - Évaluation de programme	6%	38%	45%	6%
General nonprofit experience - Expérience générale du secteur non lucratif	9%	35%	50%	4%
Research Skills - Compétences en recherche	34%	44%	9%	1%
Data analysis experience - Expérience en analyse de données	20%	45%	25%	1%
Private sector/business experience - Expérience dans le secteur privé/entreprise	44%	34%	15%	1%

SS6/SE6: International charities | Organisations caritatives internationales

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Understanding and alignment with organizational mission - Compréhension et alignement sur la mission de l'organisation	0%	5%	15%	80%
Subject area/sector knowledge - Connaissance du domaine/secteur	0%	15%	22%	63%
Experience working with boards - Expérience de travail avec des conseils d'administration	0%	29%	27%	44%
Financial management/budgeting - Gestion financière/budgétisation	0%	13%	48%	40%
Fundraising experience - Expérience en matière de collecte de fonds	3%	23%	35%	40%
Nonprofit management experience - Expérience en gestion d'organisations à but non lucratif	2%	20%	41%	37%
General senior management experience - Expérience en tant que directeur/riche général.e	0%	35%	33%	33%
Grant writing experience - Expérience dans la rédaction de demandes de subvention	5%	58%	18%	20%
Public relations experience - Expérience en relations publiques	3%	38%	40%	20%
Field/On site experience - Expérience sur le terrain/sur le site	8%	41%	33%	18%
Human resources experience - Expérience en ressources humaines	10%	45%	28%	18%
General nonprofit experience - Expérience générale du secteur non lucratif	0%	54%	29%	17%
Bilingualism (Eng/Fr) - Bilinguisme (ang/fr)	37%	39%	7%	12%
Program evaluation - Évaluation de programme	2%	37%	46%	12%
Educational qualifications - Diplômes et qualifications	8%	53%	30%	10%
Data analysis experience - Expérience en analyse de données	15%	58%	15%	5%
Private sector/business experience - Expérience dans le secteur privé/entreprise	15%	50%	20%	3%
Research Skills - Compétences en recherche	24%	59%	10%	2%

Q2 - Please assess each of the following competencies/aptitudes for their relevance to the role of an Executive Director/CEO in a charitable organization. Please classify each as:

- 'Not necessary': This competency/aptitude is not crucial for the role.
- 'Desirable': This competency/aptitude would be beneficial but is not essential.
- 'Important': This competency/aptitude is significant and should ideally be present.
- 'Critical': This competency/aptitude is essential for the role.
- 'Not applicable': This competency/aptitude doesn't apply to the role.
- 'Uncertain': Not sure about the importance of this skill. |

Veillez évaluer chacune des compétences/aptitudes suivantes en fonction de leur pertinence pour le rôle d'un directeur exécutif/directeur général d'une organisation caritative. Veillez classer chaque compétence/aptitude comme suit

- "Pas nécessaire" : Cette compétence/aptitude n'est pas cruciale pour le poste.
- "Souhaitable" : Cette compétence/aptitude serait bénéfique mais n'est pas essentielle.
- "Important" : Cette compétence/aptitude est importante et devrait idéalement être présente.
- "Critique" : Cette compétence/aptitude est essentielle : Cette compétence/aptitude est essentielle pour le poste.
- "Non applicable" : Cette compétence/aptitude ne s'applique pas à la fonction.
- "Incertain" : Pas sûr de l'importance de cette compétence.

SS1/SE1: Foundations (private and public) | Foundations (privées et publiques)

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Working effectively with board and staff - Travailler efficacement avec le conseil d'administration et le personnel	0%	6%	31%	63%
Strategic planning - Planification stratégique	0%	9%	40%	51%
Developing relationships/ Networking - Développer des relations/réseau	0%	6%	56%	39%
Inspiring commitment from staff and others - Inciter le personnel et d'autres personnes à s'engager	3%	6%	58%	33%
Fostering participative management - Favoriser la gestion participative	3%	15%	50%	29%
Managing/Leading change - Gestion du changement	3%	8%	61%	28%
Balancing personal life and work - Concilier vie personnelle et travail	6%	20%	49%	26%
Persevering under adverse conditions - Persévérer en dépit de conditions défavorables	6%	6%	61%	25%
Creating a diverse and inclusive work environment - Créer un environnement de travail diversifié et inclusif	6%	22%	47%	22%

SS2/SE2: Volunteer-run charities | Organisations caritatives gérées par des bénévoles

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Working effectively with board and staff - Travailler efficacement avec le conseil d'administration et le personnel	0%	5%	18%	76%
Persevering under adverse conditions - Persévérer en dépit de conditions défavorables	0%	10%	24%	65%
Inspiring commitment from staff and others - Inciter le personnel et d'autres personnes à s'engager	0%	8%	37%	54%
Strategic planning - Planification stratégique	0%	10%	34%	53%
Managing/Leading change - Gestion du changement	0%	8%	41%	51%
Developing relationships/ Networking - Développer des relations/réseau	0%	10%	41%	48%
Balancing personal life and work - Concilier vie personnelle et travail	3%	15%	43%	39%
Creating a diverse and inclusive work environment - Créer un environnement de travail diversifié et inclusif	5%	15%	43%	34%
Fostering participative management - Favoriser la gestion participative	1%	14%	53%	27%

SS3/SE3: Charities in BC | Organismes de bienfaisance de la C.-B.

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Working effectively with board and staff - Travailler efficacement avec le conseil d'administration et le personnel	0%	0%	18%	82%
Managing/Leading change - Gestion du changement	0%	1%	30%	69%
Persevering under adverse conditions - Persévérer en dépit de conditions défavorables	0%	4%	34%	61%
Developing relationships/ Networking - Développer des relations/réseau	0%	3%	37%	60%
Strategic planning - Planification stratégique	0%	2%	44%	54%
Inspiring commitment from staff and others - Inciter le personnel et d'autres personnes à s'engager	0%	1%	47%	52%
Creating a diverse and inclusive work environment - Créer un environnement de travail diversifié et inclusif	1%	8%	41%	50%
Balancing personal life and work - Concilier vie personnelle et travail	1%	15%	46%	37%
Fostering participative management - Favoriser la gestion participative	1%	16%	45%	35%

SS5/SE5: Charities in QC | Organismes de bienfaisances du Québec

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Working effectively with board and staff - Travailler efficacement avec le conseil d'administration et le personnel	0%	4%	35%	61%
Persevering under adverse conditions - Persévérer en dépit de conditions défavorables	1%	6%	47%	47%
Inspiring commitment from staff and others - Inciter le personnel et d'autres personnes à s'engager	1%	10%	53%	34%
Developing relationships/ Networking - Développer des relations/réseau	0%	17%	52%	31%
Balancing personal life and work - Concilier vie personnelle et travail	2%	18%	50%	30%
Managing/Leading change - Gestion du changement	1%	9%	60%	29%
Creating a diverse and inclusive work environment - Créer un environnement de travail diversifié et inclusif	1%	8%	62%	28%
Strategic planning - Planification stratégique	3%	15%	57%	24%
Fostering participative management - Favoriser la gestion participative	1%	14%	64%	20%

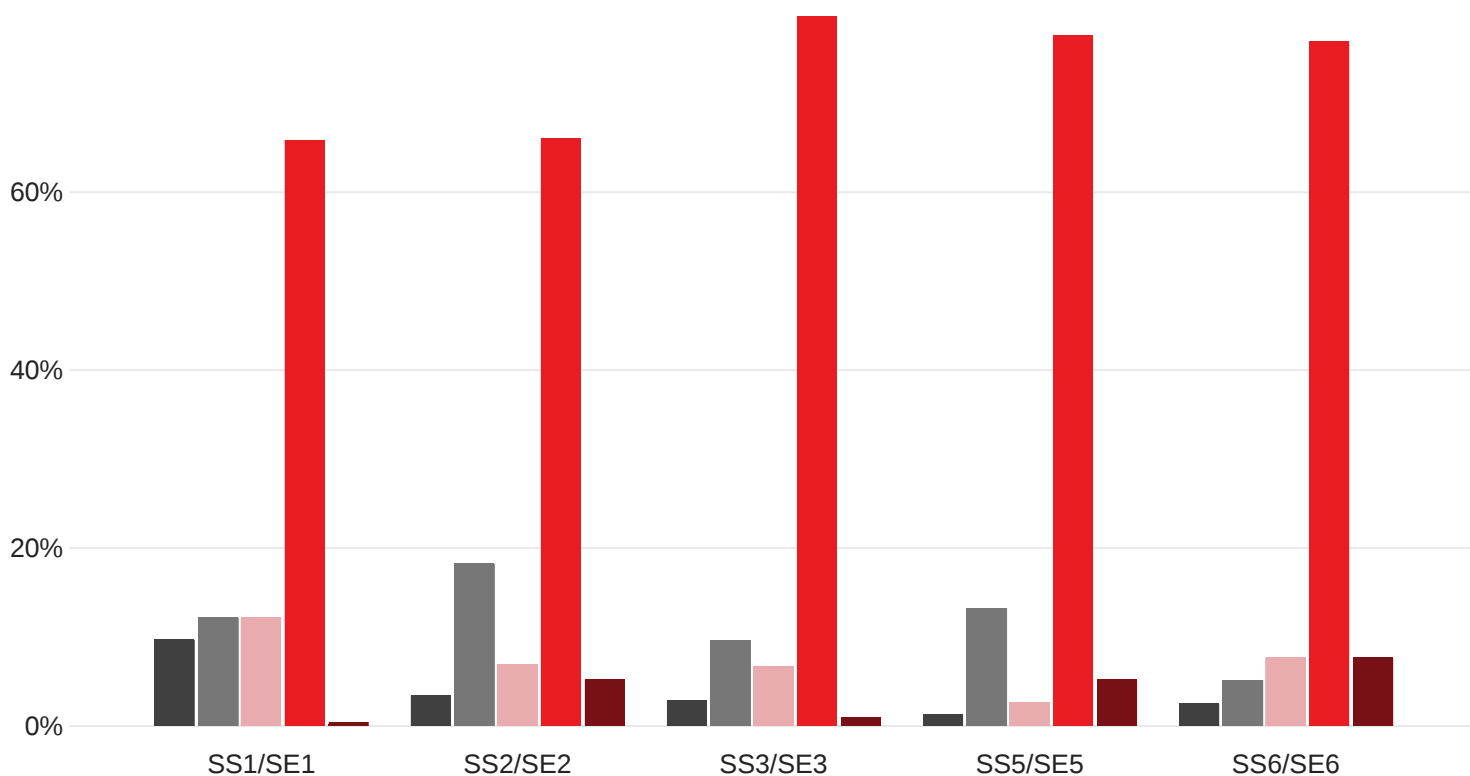
SS6/SE6: International charities | Organisations caritatives internationales

Responses - Réponses	Not necessary - Pas nécessaire	Desirable - Souhaitable	Important	Critical - Critique
Working effectively with board and staff - Travailler efficacement avec le conseil d'administration et le personnel	0%	5%	20%	76%
Persevering under adverse conditions - Persévérer en dépit de conditions défavorables	0%	5%	35%	60%
Strategic planning - Planification stratégique	0%	10%	30%	60%
Developing relationships/ Networking - Développer des relations/réseau	0%	10%	34%	56%
Managing/Leading change - Gestion du changement	2%	7%	34%	56%
Inspiring commitment from staff and others - Inciter le personnel et d'autres personnes à s'engager	0%	8%	40%	53%
Creating a diverse and inclusive work environment - Créer un environnement de travail diversifié et inclusif	0%	22%	37%	41%
Fostering participative management - Favoriser la gestion participative	2%	24%	46%	27%
Balancing personal life and work - Concilier vie personnelle et travail	0%	18%	58%	23%

Week 24: Climate Change | Semaine 24 : Changement climatique

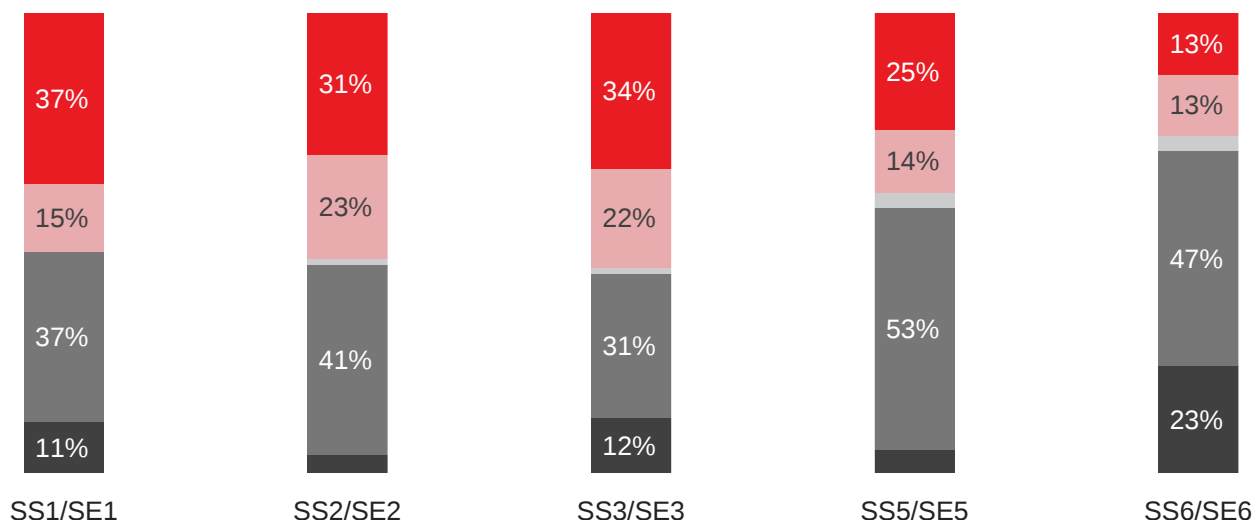
Q1 - In relation to climate change, does your organization have an internal policy or strategy in place? | En ce qui concerne le changement climatique, votre organisation a-t-elle mis en place une politique ou une stratégie interne ?

629 Responses



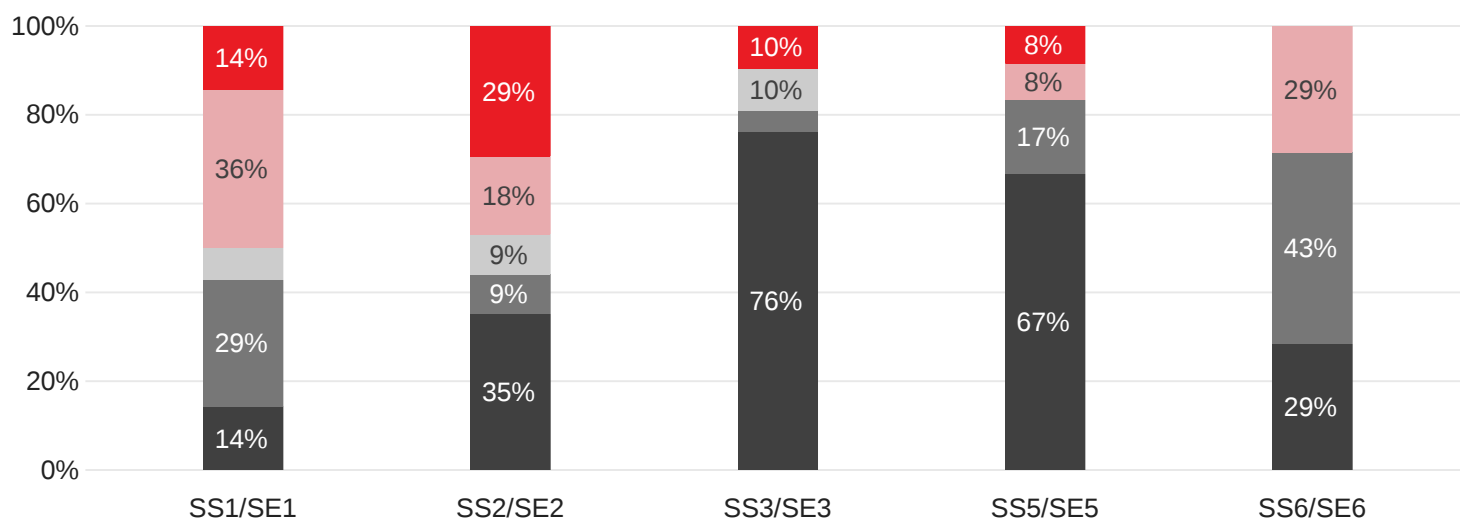
- Yes, we have adopted a formal climate change policy or strategy
- Yes, we have made informal efforts to address climate change
- We are currently developing a climate change policy or strategy
- No, we do not have a climate change policy or strategy
- Other

Q1.1. If you answered no, can you tell us more about why your organization has not adopted such a policy or strategy? | Si vous avez répondu non, pouvez-vous nous en dire plus sur les raisons pour lesquelles votre organisation n'a pas adopté une telle politique ou stratégie ?



- Other organizational priorities - Autres priorités organisationnelles.
- Lack of resources (time/money) - Manque de ressources (temps/argent).
- This issue is too political - Cette question est trop politique.
- Not applicable to our mission - Non applicable à notre mission.
- Other (please specify) - Autre (veuillez préciser)

Q1.3. If you answered yes, can you tell us more about why your organization adopted such a policy or strategy? | Si vous avez répondu oui, pouvez-vous nous en dire plus sur les raisons pour lesquelles votre organisation a adopté une telle politique ou stratégie ?



- There is no specific reason - Il n'y a pas de raison spécifique
- Stakeholders expect it - Les parties prenantes l'attendent
- Pressure from staff - Pression du personnel
- Climate change is core to our mission - Le changement climatique est au cœur de notre mis...
- Other (please specify) - Autre (veuillez préciser)

Q2 - What specific actions has your organization taken as part of its climate change policy or strategy? |
Quelles actions spécifiques votre organisation a-t-elle entreprises dans le cadre de sa politique ou de sa stratégie en matière de changement climatique ?

Responses - Réponses	SS1/SE1	SS2/SE2	SS3/SE3	SS5/SE5	SS6/SE6
We prioritize sustainable transportation and waste reduction initiatives - Nous donnons la priorité aux initiatives en matière de transport durable et de réduction des déchets	69%	61%	57%	53%	71%
We integrate climate change considerations into our procurement and supply chain practices - Nous intégrons les considérations relatives au changement climatique dans nos pratiques d'achat et de chaîne d'approvisionnement	54%	50%	38%	47%	57%
We engage in advocacy and education programs related to climate change - Nous nous engageons dans des programmes de sensibilisation et d'éducation liés au changement climatique.	38%	21%	24%	33%	57%
We partner with indigenous communities on climate change initiatives - Nous travaillons en partenariat avec les communautés autochtones sur des initiatives de lutte contre le changement climatique.	38%	3%	10%	13%	29%
We actively promote renewable energy and energy efficiency practices - Nous encourageons activement les énergies renouvelables et les pratiques d'efficacité énergétique.	23%	34%	29%	47%	57%
We actively measure and disclose our greenhouse gas emissions - Nous mesurons et publions activement nos émissions de gaz à effet de serre	23%	0%	10%	0%	0%
We support research and innovation projects focused on addressing climate change - Nous soutenons des projets de recherche et d'innovation axés sur la lutte contre le changement climatique.	23%	11%	14%	13%	14%
We collaborate with stakeholders to develop and implement climate change solutions - Nous collaborons avec les parties prenantes pour élaborer et mettre en œuvre des solutions en matière de changement climatique	23%	26%	14%	33%	29%
We invest in carbon offset projects or participate in voluntary carbon reduction programs - Nous investissons dans des projets de compensation carbone ou participons à des programmes volontaires de réduction des émissions de carbone	15%	11%	5%	0%	0%
We have not implemented any specific actions in our climate change policy or strategy - Nous n'avons pas mis en œuvre d'actions spécifiques dans le cadre de notre politique ou de notre stratégie en matière de changement climatique	0%	11%	14%	0%	0%
Other (please specify)	0%	13%	10%	20%	14%