



3 milliards de
dollars de dons,
ça se célèbre!

Reconnaissance des terres

Notre équipe à CanaDon est reconnaissante d'avoir l'occasion de rencontrer et de travailler sur de nombreux territoires autochtones sur cette terre que nous partageons, le Canada.

En tant que colons sur ces terres, il est important de reconnaître que notre bureau de Vancouver se situe sur le territoire non cédé du peuple Salish de la côte et que le territoire sur lequel nos activités se déroulent à Toronto est le territoire traditionnel des Wendat, des Anishinaabeg, des Haudenosaunee et de la Première Nation des Mississaugas de Credit.

Nous souhaitons exprimer notre respect à l'égard des territoires sur lesquels nous résidons et honorer les divers peuples autochtones qui y ont vécu et travaillé, dans le passé et actuellement. Nous, le personnel et la direction de CanaDon, sommes déterminés à participer activement à la réconciliation. Nous sommes également déterminés à continuer d'amplifier les voix autochtones et à comprendre comment notre travail affecte les peuples autochtones.

Notre mission

Informer, inspirer et mettre en relation les donateurs et les organismes de bienfaisance, tout en démocratisant l'accès à une technologie efficace et à de bonnes ressources éducatives dans le secteur caritatif.

Notre vision

Une société où tous les Canadiens s'engagent à faire des dons et à contribuer au secteur caritatif, et où tous les organismes de bienfaisance, quelle que soit leur taille, sont en mesure d'avoir une incidence plus importante.

CanaDon est une fondation qui met la technologie au service de la promotion de la générosité. Nous sommes la plus grande et meilleure plateforme permettant de recueillir et verser des dons en ligne au Canada et, depuis plus de 24 ans, nous avons facilité le versement de plus de 3 G\$ de dons. En tant qu'organisme de bienfaisance de confiance, CanaDon est fier de soutenir les Canadiens alors qu'ils découvrent, apprennent et donnent facilement aux organismes de bienfaisance et aux causes qui leur tiennent à cœur. Pour les organismes de bienfaisance, CanaDon met au point une technologie abordable, innovante et facile à utiliser pour recueillir des dons qui est utilisée par plus de 30 000 d'entre eux. Nous nous assurons que tous les organismes de bienfaisance, quelle que soit leur taille, disposent des outils nécessaires pour réussir à l'ère numérique.

Table des matières

	9	Notre impact
	5	Message de notre direction
	27	Aperçu financier
	23	Faciliter la générosité
	32	Équipe et structure
	12	Développement des capacités
	29	Nos sympathisants et partenaires

Message de notre direction



Message de notre direction

En 2000, lorsque nos trois jeunes fondateurs ont eu l'idée de créer CanaDon, une façon simple d'utiliser la puissance de l'Internet pour stimuler les dons de bienfaisance, je ne peux pas imaginer qu'ils avaient à l'esprit 3 milliards de dollars. La première année, nous avons traité environ 150 000 \$. Après 13 ans, nous avons traité un total de 400 millions de dollars. Aujourd'hui, en 24 ans, nous avons atteint 3 milliards de dollars. Nous n'en serions pas là aujourd'hui sans la générosité des Canadiens, la confiance de nos 30 000 partenaires caritatifs et le travail de nos équipes dévouées d'hier et d'aujourd'hui.

Message de notre direction



Duke Chang

Duke Chang
Président et chef de la direction de CanaDon



Anita Ferrari

Anita Ferrari
Administratrice

En 2000, lorsque nos trois jeunes fondateurs ont eu l'idée de créer CanaDon, une façon simple d'utiliser la puissance de l'Internet pour stimuler les dons de bienfaisance, je ne peux pas imaginer qu'ils avaient à l'esprit 3 milliards de dollars. La première année, nous avons traité environ 150 000 \$. Après 13 ans, nous avons traité un total de 400 millions de dollars. Aujourd'hui, en 24 ans, nous avons atteint 3 milliards de dollars. Nous n'en serions pas là aujourd'hui sans la générosité des Canadiens, la confiance de nos 30 000 partenaires caritatifs et le travail de nos équipes dévouées d'hier et d'aujourd'hui.

L'importance de cette étape réside dans l'impact considérable de 3 milliards de dollars sur les communautés et les causes soutenues par CanaDon. En réfléchissant aux causes qui nous tiennent personnellement à cœur et en imaginant comment même une fraction de ces 3 milliards de dollars pourrait autonomiser les organismes qui se consacrent à ces causes, nous réalisons le rôle essentiel de notre travail en coulisses qui permet de concrétiser les efforts de première ligne. Trois milliards de dollars : cette somme signifie que nous pouvons servir des repas aux personnes dans le besoin, héberger nos voisins les plus vulnérables, créer de

nouvelles œuvres d'art inspirantes, aider les nouveaux arrivants à s'établir au Canada, éduquer nos jeunes et autonomiser les citoyens, guérir nos concitoyens, soutenir nos communautés et bien plus encore.

Bien qu'il soit important de saluer ces jalons, nous savons qu'il reste encore beaucoup à faire et que CanaDon a encore d'autres moyens de soutenir le secteur de la bienfaisance canadien au moyen de la technologie et de l'éducation. Nous continuons de publier des recherches essentielles sur le secteur caritatif avec, cette année, un *Rapport sur les compétences numériques* actualisé en septembre et la 7e édition du *Rapport sur les dons* en avril. Les conclusions de ces deux rapports ont révélé des données décevantes, mais sans surprise. L'*Enquête sur les compétences numériques* de 2023 a montré que les compétences en matière de technologie numérique continuent de décliner malgré les avancées technologiques perçues pendant la pandémie. Le *Rapport sur les dons* a quant à lui démontré que le nombre de donateurs caritatifs a diminué pour la onzième année consécutive et que 57 % des organismes de bienfaisance ne sont pas en mesure de répondre aux niveaux actuels de la demande.



Malheureusement, ces problèmes ne sont pas nouveaux et plus nous attendons, notamment pour combler le manque de compétences en matière de numérique, plus la situation risque de s'aggraver, car la technologie évolue plus rapidement que la capacité des gens à s'y adapter. Avec le lancement de notre plateforme de transformation numérique, l'Académie de croissance numérique, nos programmes d'éducation dans le domaine de la bienfaisance et notre engagement continu envers la mise au point des meilleurs outils de leur catégorie pour les organismes de bienfaisance, nous pouvons accélérer l'adoption du numérique — et par extension ses avantages tangibles — dans le secteur caritatif pour nous rapprocher de l'équité numérique.

Message de notre direction (suite)



Le *Rapport sur les dons* a également montré que les personnes ayant de nombreux amis proches font plus de dons que celles qui en ont très peu, ce qui souligne l'importance d'un sentiment de communauté dans le don. Nous continuons d'investir dans la croissance et le renforcement de la générosité et de l'impact des organismes de bienfaisance grâce à Mardi je donne. Cette année, nous avons développé des mouvements communautaires et lancé une campagne axée sur les jeunes, *It's Cool to be Kind* (« C'est cool d'être gentil »)

Nous avons également continué avec des campagnes pour soutenir les dons tout au long de l'année, notamment avec la campagne Faites-le au mois et celle du Grand défi caritatif canadien.

Grâce aux personnes qui travaillent en coulisses pour la mission de CanaDon, nous avons réussi à traiter près d'un demi-milliard de dollars par an et avons atteint ce cap incroyable de 3 G\$. Ces étapes s'accéléreront dans les années à venir, ce qui signifie que notre incidence sera de plus en plus importante.

Lorsque l'on envisage l'année à venir et notre prochaine direction, nous continuons de nous concentrer sur notre mission et sur la manière de créer un changement durable et systémique afin de stimuler la générosité.

Notre impact



Notre impact

Depuis plus de 24 ans, CanaDon tire parti de la technologie et de l'éducation pour autonomiser le secteur caritatif canadien. Nous avons aidé les Canadiens à soutenir leurs causes préférées, comme l'insécurité alimentaire, le changement climatique, l'avancement de la recherche et des traitements en santé, des initiatives liées à la santé mentale et bien d'autres.

445 134 432\$

recueillis pour les organismes de bienfaisance canadiens cette année.

Notre impact

3,4 M\$

de dons

881 k

donateurs uniques

520 k\$

versés aux fonds pour une cause

115 k

généreux Canadiens ont fait des dons mensuels

83,4 M\$

versés mensuellement

15 %

augmentation du nombre d'événements caritatifs par rapport à l'année dernière

31 k

partenaires caritatifs

Développement des capacités

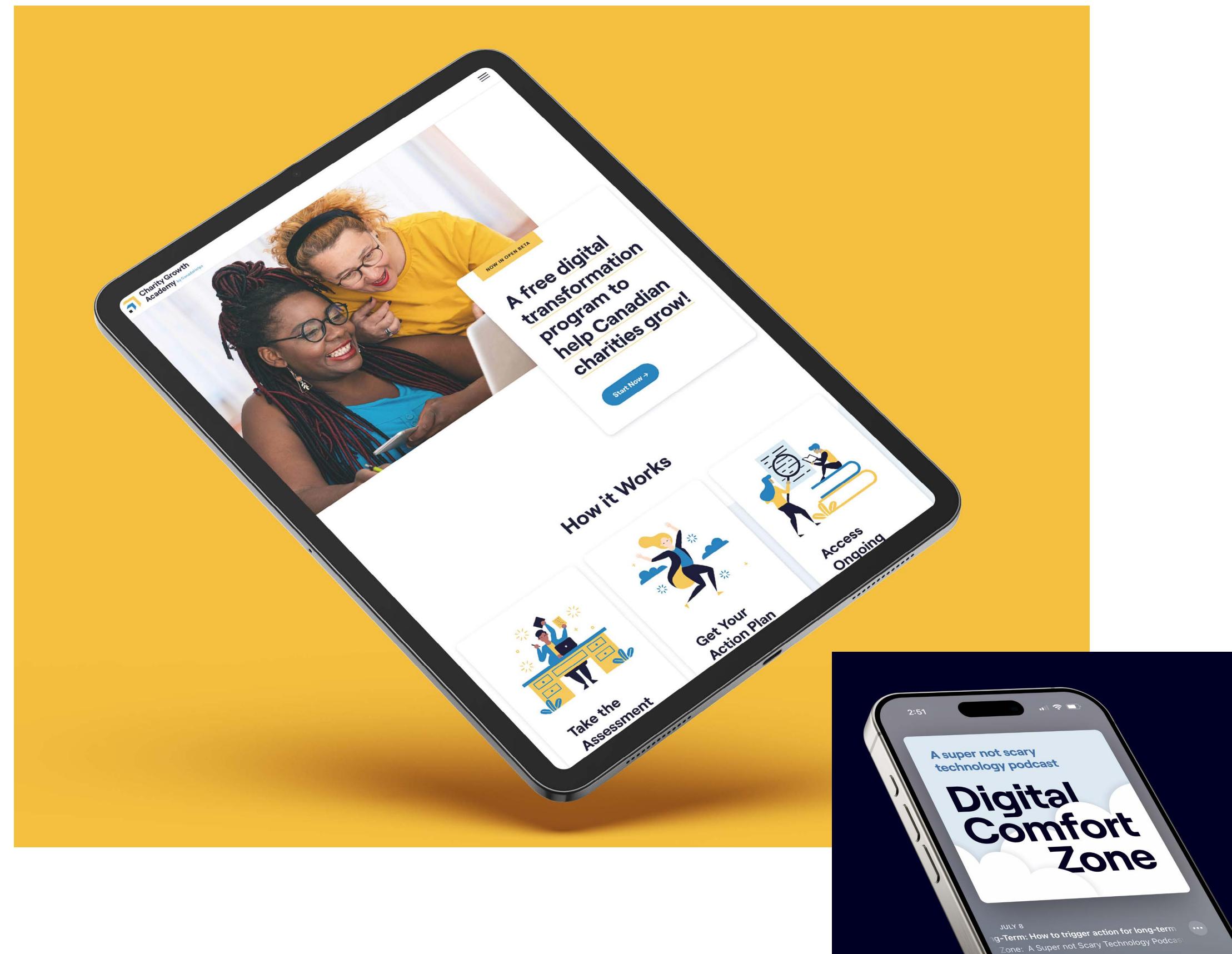


Développement des capacités

CanaDon s'engage à soutenir les organismes de bienfaisance en leur fournissant une technologie de collecte de fonds en ligne accessible et en leur offrant des occasions d'apprentissage pour faire progresser le secteur de la bienfaisance au Canada. Pour cela, CanaDon multiplie les occasions de se former et mène des campagnes de sensibilisation et de promotion pour inciter davantage de Canadiens à faire des dons par des moyens numériques.

Envol de la transformation numérique avec l'Académie de croissance caritative

En septembre 2023, CanaDon a lancé son tout nouveau programme visant à renforcer les capacités des organismes de bienfaisance, l'[Académie de croissance numérique](#). Ce programme a été rendu possible grâce au généreux soutien de Mastercard Changeworks^{MC} et du Mastercard Impact Fund. Cette plateforme libre-service gratuite aide les organismes de bienfaisance à lancer leur transformation numérique grâce à un plan d'action clair et à des ressources pédagogiques.



Plus de 200 organismes de bienfaisance ont bénéficié du programme au cours de sa première année, et nous continuons de le faire évoluer pour accélérer l'adoption du numérique — et par extension ses avantages — dans le secteur caritatif.

De plus, nous avons lancé la [Digital Comfort Zone](#) (zone de confort numérique), un balado axé sur la technologie qui s'adresse aux personnes qui alimentent les organismes de bienfaisance. Dans cette série limitée, nos animateurs ont des discussions importantes avec des artistes, des universitaires, des gens d'affaires, des pairs d'organismes de bienfaisance et bien d'autres pour aider à changer la mentalité de notre secteur sur ce qu'est un organisme doté d'outils numériques. La première saison est dès à présent disponible sur toutes les plateformes hébergeant des balados.

Recherche et éducation sur le secteur caritatif canadien

Sondage sur les compétences numériques de 2023

CanaDon a mené sa première recherche sur les compétences numériques en 2021, car il n'existait pas de données canadiennes complètes sur le sujet dans le secteur caritatif. Ce que nous avons découvert était profondément inquiétant.

Deux ans plus tard, malgré les avancées technologiques perçues pendant la pandémie, notre recherche de 2023 n'a montré aucune amélioration substantielle au sein des organismes de bienfaisance, tous secteurs confondus. En fait, un nombre plus élevé (60 % contre 54 %) déclarent qu'il leur sera bientôt plus difficile de faire leur travail sans une amélioration de leurs capacités en matière de numérique; cependant, 48 % des répondants déclarent ne pas avoir les compétences, l'expertise et les connaissances, et 62 % déclarent ne pas avoir le financement nécessaire pour effectuer ce changement.

Tout au long de ce rapport, nous avons fourni les données, mais également fait part de nos observations qui se basent sur l'expertise des équipes de l'Académie de croissance numérique et de CanaDon travaillant dans le secteur caritatif.

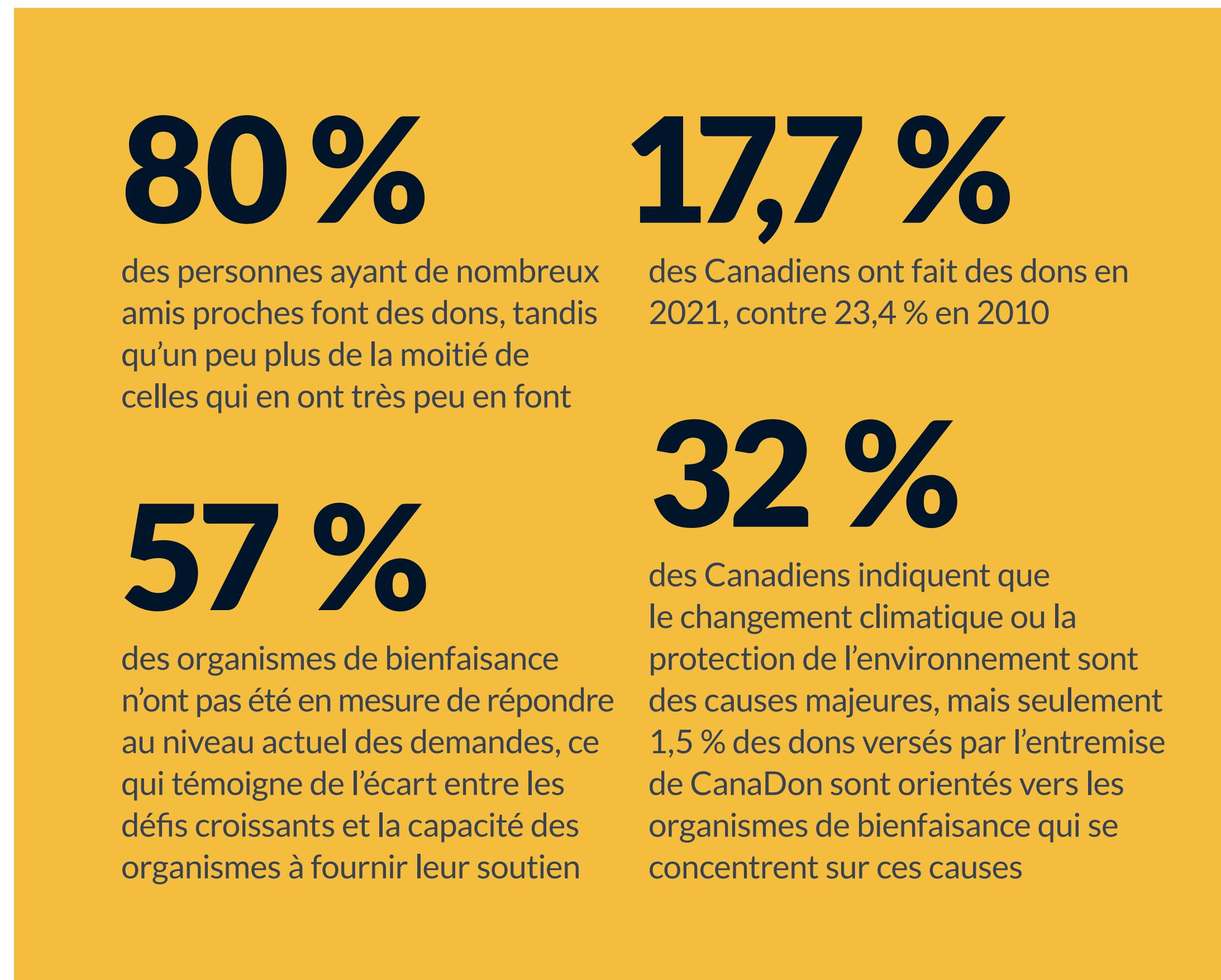
Lisez le rapport sur notre [site Web!](#)



Recherche supplémentaire

La 7e édition du Rapport sur les dons

Les organismes de bienfaisance canadiens sont submergés par la demande croissante de services. Malgré le désir des Canadiens de participer à des causes caritatives, le nombre de donateurs a diminué pour la onzième année consécutive.



Cependant, les tendances et les observations contenues dans la [7e édition du Rapport sur les dons](#) suggèrent une voie en avant remplie d'espérance. C'est en comprenant les profondes relations entre nos rapports sociaux et notre désir de donner que nous pouvons inspirer le passage à l'acte même chez des personnes qui se sentent paralysées par l'énormité des défis auxquels nous sommes confrontés.

Nous avons une fois de plus été en mesure de fournir ces renseignements aux acteurs du secteur caritatif et au public grâce au soutien du commanditaire principal et fournisseur de données, Environics Analytics, et d'Imagine Canada.

Lisez le rapport sur notre [site Web](#)!

Célébration des petits organismes de bienfaisance en septembre

Lancée en 2022, la **Semaine des petits organismes de bienfaisance** est une initiative créée par CanaDon pour mettre en valeur les petits organismes de bienfaisance partout au Canada. Bon nombre d'entre eux ont été confrontés à d'importants déficits de financement et à une demande accrue de services au cours des dernières années. Cet événement d'une semaine souligne à quel point ils sont essentiels pour les communautés au pays; l'événement offre une formation utile pour faire avancer leur travail.



En 2023, notre généreux commanditaire, The Charity Hub, a fait don de 35 000 \$ pour payer les conférenciers, la promotion et les prix quotidiens des participants.

La semaine a été l'occasion de présenter une variété de webinaires en ligne conçus sur mesure pour les professionnels confrontés aux défis et aux opportunités uniques des petits organismes de bienfaisance. Plus de 5200 professionnels ont participé à des séances portant sur des idées innovantes en matière de collecte de fonds, d'engagement de la prochaine génération de donateurs et de sympathisants. Ces séances portaient également sur le renforcement de la résilience, la maximisation de l'impact des campagnes dans les réseaux sociaux avec peu de moyens, et bien plus encore.

Des partenariats qui inspirent le changement

À l'automne 2023, nous nous sommes associés à la marque Always de P&G pour soutenir le Fonds pour l'équité menstruelle. Un fonds pour une cause permet aux Canadiens d'identifier facilement une cause qui leur tient à cœur et de faire un don à de nombreux organismes de ce fonds en ne faisant qu'une seule transaction. Chaque année, une étudiante canadienne sur sept manque l'école parce qu'elle n'a pas accès aux produits nécessaires pendant son cycle mensuel. C'est ce qu'on appelle la « précarité menstruelle » : un problème dont la plupart des gens ne parlent pas ouvertement.



Pour chaque dollar versé au Fonds pour l'équité menstruelle pendant la campagne, Always a fait don d'un produit menstruel à une personne dans le besoin. Si les sympathisants testaient leurs connaissances et répondaient à un questionnaire sur la précarité menstruelle, Always faisait alors don de cinq produits menstruels pour chaque questionnaire complété. Ce partenariat était non seulement important en raison des plus de 4 936 produits et des fonds recueillis pour soutenir les personnes n'ayant pas ou peu accès aux produits menstruels, mais aussi pour sensibiliser à ce problème rarement évoqué.

Nous nous sommes également associés à neuf Canadiens influents pour amplifier les causes qui leur tiennent à cœur et nous avons offert des dons jumelés tout au long de l'année pour soutenir Mardi je donne, la santé mentale, le Fonds de solidarité pour la communauté noire et les initiatives climatiques.

Mardi je donne... c'est cool d'être gentil!

Mardi je donne a commencé avec une idée simple : encourager les gens à faire le bien autour d'eux pendant une journée. Nous avons cofondé Mardi je donne Canada en 2013 et, 11 ans plus tard, nous gérons encore ce programme comme un programme central, car nous connaissons l'importance de la générosité pour la santé des communautés.

Cette année, CanaDon a offert des prix et des dons jumelés pour inspirer les Canadiens à donner et pour offrir aux organismes de bienfaisance des moyens de mobiliser leur base de sympathisants. En seulement 24 heures, les Canadiens ont donné plus de 14 millions de dollars par l'intermédiaire de CanaDon pour soutenir plus de 9599 organismes de bienfaisance, soit le montant le plus élevé de fonds recueillis pour Mardi je donne à ce jour. Les donateurs ont également été inspirés à donner plus tôt en raison de notre programme, comme en témoigne l'augmentation des dons au cours des deux semaines précédant Mardi je donne.

CanaDon a également lancé une invitation ouverte aux parents, aux enseignants et aux jeunes leaders pour inciter les enfants à devenir des acteurs du changement grâce à la campagne *Cool to be Kind* (« C'est cool d'être gentil »). Nous avons fait la promotion de la campagne auprès des écoles et des organismes de jeunesse, et nous avons

proposé aux enfants des idées pour aider leurs communautés locales, des sujets de discussion sur la générosité, ainsi que des insignes de participation pour qu'ils puissent partager et inspirer les autres.

13,6

millions de dollars recueillis lors de Mardi je donne grâce à CanaDon (+12,3 % sur un an)

40 %

des organismes de bienfaisance enregistrés auprès de CanaDon ont participé activement à Mardi je donne

5 K+

Plus de 5000 jeunes s'engagent dans le défi *Cool to be Kind*

195

histoires dans les médias locaux et nationaux qui ont touché 102,5 millions de donateurs potentiels qui les ont inspirés à donner

Susciter l'inspiration à donner mensuellement

Les dons mensuels sont un excellent moyen qu'ont les donateurs de budgétiser leurs dons de bienfaisance tout au long de l'année. Ce type de don est également utile pour les organismes de bienfaisance, car ils leur permettent de mieux budgétiser et planifier leurs programmes en sachant qu'ils disposent d'un financement durable sur lequel ils peuvent compter mois après mois.

La troisième campagne « Faites-le au mois » a eu lieu en mars pour encourager davantage de Canadiens à programmer un don mensuel pour soutenir leurs organismes de bienfaisance préférés. Nous avons offert un incitatif sous forme d'un complément unique de 20 \$ pour les nouveaux dons mensuels effectués par l'intermédiaire de CanaDon, ainsi qu'un complément unique de 10 \$ lorsque le don mensuel courant était augmenté d'au moins 10 \$.

Grâce à la campagne de cette année, plus de 1200 nouveaux dons mensuels ont été programmés par l'intermédiaire de CanaDon. Grâce à des initiatives comme Faites-le au mois, CanaDon offre un système de soutien essentiel aux organismes de bienfaisance en leur permettant d'augmenter leurs revenus de collecte de fonds.

À droite : événement Mardi je donne à Fred Victor, avec la mairesse de Toronto, Mme Olivia Chow.



10e anniversaire du Grand défi caritatif canadien!

Le 10e Grand défi caritatif canadien a eu lieu en juin. À l'échelle nationale, 360000 personnes se sont réunies et ont recueilli plus de 25 millions de dollars pour les organismes de bienfaisance canadiens qui se consacrent à diverses causes cruciales, des soins de santé et de l'éducation, en passant par la protection de l'environnement et la justice sociale. Le Grand défi caritatif canadien a été lancé pour encourager les dons philanthropiques pendant les mois d'été, généralement plus calmes.



Du 1er au 30 juin, chaque don d'au moins 10 \$ versé par l'intermédiaire de CanaDon permettait à un donneur de courir la chance de gagner l'un des 40 prix offerts; les organismes de bienfaisance bénéficiaires, quant à eux, couraient la chance de gagner l'un des deux prix de 10 000 \$ offerts par CanaDon. Les gagnants de cette année ont été la banque alimentaire Partners in Mission (Kingston) et la Cosmopolitan Music Society. Le Grand défi caritatif canadien est un autre exemple de la façon dont les généreux Canadiens peuvent s'unir pour faire une grande différence!

Témoignages

CanaDon était la plateforme idéale pour notre collecte de fonds événementielle. Notre promotion des « biscuits de Pâques » est l'un de nos événements phares du printemps. L'équipe de soutien était attentive et rapide lorsque nous avions besoin d'aide pour résoudre certains problèmes logistiques et configurer notre formulaire en ligne. Notre tournoi de golf en a également bénéficié, grâce à un processus d'inscription fluide et efficace. Notre expérience utilisateur a été améliorée, pour les deux événements, et cette amélioration s'est reflétée dans nos résultats.



Community Care
Northumberland

CanaDon m'a fourni les outils et le soutien nécessaires pour une collecte de fonds efficace; ils m'ont permis de gérer ce domaine en toute confiance sans être un expert en collecte de fonds. Ils ont été un vrai guide, en transformant ce qui semblait autrefois un défi insurmontable en une opportunité de croissance significative. Les frais minimes sont largement compensés par la valeur ajoutée exceptionnelle, et je suis extrêmement fier d'utiliser CanaDon.



Resilient Kids
Canada

Faciliter la générosité



Faciliter la générosité

L'attention continue que nous portons à l'optimisation, la facilité d'utilisation et l'amélioration de la sécurité et de l'accessibilité sur CanadaHelps.org et à nos outils de collecte de fonds nous aide à encourager la générosité et l'impact caritatif, mais aussi à faire progresser notre mission de bienfaisance.

Donner par l'intermédiaire de CanaDon est plus facile que jamais

Création du compte de donateur plus facile que jamais

Nous avons facilité l'ouverture d'un compte CanaDon pour les généreux Canadiens qui viennent de faire un don. Ce faisant, nous avons contribué à faire en sorte que les donateurs soient informés de nos outils et y aient facilement accès, ce qui permet de verser rapidement et en toute sécurité des dons à un organisme de bienfaisance.

Envoi postal des reçus fiscaux de fin d'année

Cette année, nous avons amélioré le processus, tant du point de vue de l'utilisateur que du point de vue technique, en automatisant la distribution électronique des reçus fiscaux. Cette amélioration permet aux donateurs d'obtenir leurs reçus plus facilement et d'accroître l'efficacité de notre équipe.

Refonte du Centre de secours en cas de crise

Notre Centre de secours en cas de crise a fait peau neuve dans le but de permettre aux donateurs de soutenir plus facilement et plus rapidement les efforts d'aide humanitaire d'urgence. Lorsque les Canadiens ont la possibilité de faire des dons plus rapidement quand ils sont informés de l'émergence de crises, les organismes de bienfaisance peuvent répondre plus rapidement aux besoins essentiels.

Recueillir des fonds par l'intermédiaire de CanaDon est plus facile que jamais

Un processus d'inscription simplifié pour les organismes de bienfaisance

Nous avons mis en place des moyens automatisés et en libre-service permettant aux organismes de s'inscrire à nos services, améliorant ainsi la sécurité et en réduisant le temps et les erreurs. En optimisant nos processus, nous pouvons réorienter les ressources pour avoir une incidence encore plus grande.

Améliorations des performances du profil d'organisme de bienfaisance pour l'optimisation des moteurs de recherche (OMR)

Le référencement assure l'affichage compétitif des pages Web dans les résultats de recherche Google. En mettant l'accent sur l'amélioration des performances de notre profil d'organisme de bienfaisance, les Canadiens peuvent trouver plus facilement les organismes sur CanaDon lorsqu'ils mènent une recherche en ligne. Cela contribue non seulement à générer du trafic vers le site Web, mais également à accroître la présence en ligne des organismes de bienfaisance plus petits qui ne disposent peut-être pas d'un site Web hautement coté.

Amélioration de l'expérience utilisateur du formulaire de don personnalisé (FDP)

Nous avons amélioré le processus de configuration du FDP, en améliorant la manière de prévisualiser les modifications du formulaire en temps réel pendant le processus de création. Cette initiative permet aux organismes de bienfaisance de personnaliser davantage le formulaire pour refléter leur marque et leurs besoins.

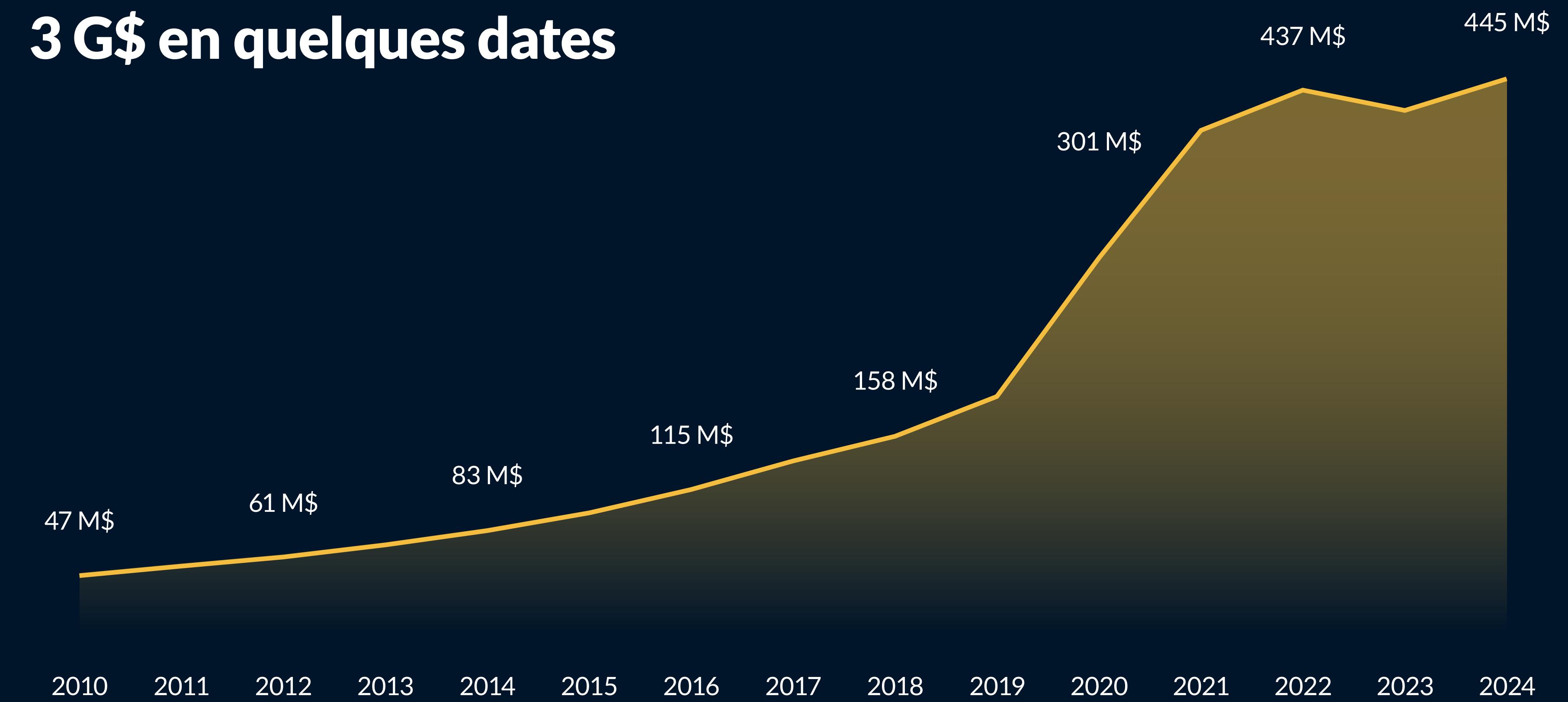
Aperçu financier



Aperçu financier

À CanaDon, nous accordons la priorité à la transparence de nos finances. Notre site Web présente nos états financiers vérifiés complets qui sont accessibles au public. [Lire plus >](#)

3 G\$ en quelques dates



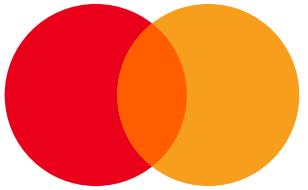
A photograph of three women of different ethnicities and ages laughing together outdoors. A woman with short grey hair and glasses in an orange jacket is on the left, a woman with braided hair in a pink shirt is in the center, and a woman with short grey hair in a yellow shirt is on the right. They are all smiling and laughing. The background is a blurred outdoor setting with greenery and a body of water.

Nos sympathisants et partenaires

Nos sympathisants et partenaires

CanaDon remercie les innombrables Canadiens, fondations, partenaires ainsi que toutes celles et tous ceux qui choisissent CanaDon pour faire avancer leurs initiatives de bienfaisance. Nos partenariats de longue date et les services *pro bono* que nous recevons nous ont permis de soutenir encore plus d'organismes de bienfaisance. Nous sommes aussi extrêmement reconnaissants envers les plus de 30 000 organismes de bienfaisance canadiens qui s'associent à CanaDon en utilisant nos outils et ressources de collecte de fonds.

Nos partenaires



OSLER



ENVIRONICS
ANALYTICS

CONTROL > GAP

IMAGINE
CANADA



Environics Analytics (EA) est le fier partenaire de CanaDon pour la préparation du *Rapport sur les dons* depuis 2020. En tant que précieuse ressource au sein des communautés caritatives et philanthropiques, nous avons pu directement constater l'impact incroyable qu'exerce le Rapport sur les dons de CanaDon sur les organismes de bienfaisance et les donateurs d'un océan à l'autre. Depuis que nous nous impliquons, nous apprécions cette occasion de mettre à contribution notre expertise et d'aider à comprendre les données plus en détail pour une bonne histoire.



Mitchell Hillier
Directeur, développement commercial – responsable des OBNL et de l'éducation

La modernisation numérique de l'économie canadienne ouvre un monde d'opportunités, et il est essentiel que les organismes sans but lucratif en profitent pleinement pour développer leurs réseaux et faire une différence pour les personnes et les communautés qu'ils servent. L'Académie de croissance numérique s'inscrit parfaitement dans la mission de Mastercard Changeworks^{MC}, qui consiste à soutenir les organismes sans but lucratif canadiens en les aidant à améliorer leurs capacités technologiques et en matière de données. Elle leur permet d'adopter stratégiquement des outils numériques tout en leur fournissant un soutien et des ressources qualifiées.



Jennifer M. Sloan
Vice-présidente principale, Politique publique et engagement des parties prenantes, Mastercard, Canada

Équipe et structure



Équipe et structure

CanaDon se compose d'une équipe de 100 employés, dirigée par une équipe de chef de file expérimentés et passionnés qui se consacrent à tirer parti de la puissance de la technologie pour catalyser des changements importants.

Équipe de direction

en date du 30 juin 2024

Duke Chang

Président et chef de la direction

Jane Ricciardelli

Cheffe de l'exploitation

Shakti Sinha

Agent en chef des technologies

Aju Joseph John

Gestionnaire général, B2B

Julie Fiorini

Gestionnaire générale,
Services aux donateurs et
marketing de la marque

Alisha Patel

Vice-président,
Capital humain et culture

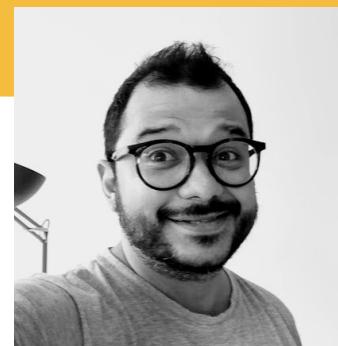
Lizz Bryce

Vice-présidente principale,
Initiatives communautaires
et stratégiques

Encourager une culture de soutien

Chez CanaDon, nous cherchons à embaucher et à conserver du personnel qualifié tout en gérant soigneusement les dépenses. Cette approche nous permet de continuer à offrir aux organismes de bienfaisance les ressources technologiques et éducatives abordables et efficaces qu'ils méritent. Nous reconnaissons que nos employés sont notre plus grand atout et que l'assurance de salaires justes et compétitifs est une priorité absolue. Nous comparons nos régimes de rémunération à ceux d'organismes similaires pour préserver cet engagement. En favorisant un environnement de travail favorable, nous permettons à notre personnel de s'épanouir, améliorant ainsi notre capacité à servir le secteur caritatif avec excellence.

Travailler comme concepteur de produits chez CanaDon a été une expérience incroyablement enrichissante. C'est une occasion unique de combiner ma passion pour le design et la technologie avec la mission visant à avoir un impact positif sur la société. Chaque jour, j'ai l'occasion de collaborer avec une équipe talentueuse et ambitieuse pour créer des solutions innovantes qui donnent du pouvoir aux organismes de bienfaisance et relient les Canadiens aux causes qui leur tiennent à cœur.



Carlos Barrientos
Concepteur de produits

Travailler chez CanaDon signifie que je participe à la rationalisation et à la simplification de la technologie pour le secteur caritatif au Canada. Cela permet aux organismes de bienfaisance de consacrer leur énergie à ce qui compte vraiment : leur mission et l'impact positif qu'ils s'efforcent d'exercer.



Lisa Tirkalas
Directrice principale des opérations commerciales

Structure de CanaDon

CanaDon fonctionne sous l'égide d'un conseil d'administration qui suit les meilleures pratiques en matière de gouvernance et de surveillance stratégique afin d'assurer que toutes les ressources soient utilisées en corrélation avec la mission et la vision de l'organisme.

Membres du conseil et comité

en date du 30 juin 2024

Anita Ferrari — Présidente

Directrice corporative

Malcolm Burrows — Vice-président et secrétaire

Responsable, Services consultatifs philanthropiques, Gestion de patrimoine Scotia

Sonya von Heyking — Trésorière

Directrice de programme, Dhillon School of Business, Université de Lethbridge

Matthew Choi, Cofondateur de CanaDon

Professeur adjoint, Université McMaster
Chirurgien pédiatrique, Hôpital pour enfants McMaster

Ashu Avasthi

Vice-président principal et responsable global de l'exploitation et réussite de la clientèle, Certa

Leen Li

Présidente du conseil, Fondation Wealthsimple

Lawrence Mandel

Vice-président, Ingénierie, Shopify

Karim Harji

Directeur général, Evalysis
Directeur de programme, Saïd Business School, Université d'Oxford

Shawn Gandhi

Conseillère/Fractional CTO

Kathryn Hume

Vice-président, Technologie des canaux numériques, RBC

Gert du Preez

Partenaire, Deloitte Inc.

Il se compose de leaders dans leurs domaines respectifs. Ils viennent d'horizons divers et ont des expériences variées qui couvrent à la fois les secteurs public et privé. Nos administrateurs ne reçoivent aucune compensation financière pour leurs efforts. Chaque administrateur siège soit au comité de gouvernance, soit au comité des finances et de la vérification.

Le conseil d'administration est profondément engagé à garantir que les principes de diversité, d'équité et d'inclusion soient intégrés dans tous ses processus et politiques.

A group of diverse young people are smiling and laughing together in a library setting. In the foreground, a young man with red hair and a beard is smiling broadly. Next to him, a young man with dark hair and glasses is smiling and looking towards the camera. In the background, a young man with a mustache and a yellow jacket is smiling. The background shows bookshelves filled with books.

CanaDon

30 Adelaide St. East, 12e étage
Toronto, ON M5C 3G8
1 877 755 1595
info@canadahelps.org

Réseaux sociaux

facebook.com/canadahelps
x.com/canadahelps
x.com/charitylifeca
youtube.com/canadahelps
instagram.com/canadahelps

**Numéro d'enregistrement
d'organisme de bienfaisance :**
896568417RR0001

CanadaHelps.org/fr

