



## Votre histoire, votre avenir

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

INVESTOR ECONOMICS





# Contenu

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introduction.....                                                                    | 3  |
| Remerciements.....                                                                   | 7  |
| Sommaire exécutif .....                                                              | 9  |
| Les femmes dans l'économie canadienne .....                                          | 15 |
| Les Femmes et le patrimoine .....                                                    | 15 |
| Les femmes et le revenu .....                                                        | 16 |
| Les femmes au travail.....                                                           | 18 |
| Les femmes canadiennes et les dons de bienfaisance.....                              | 23 |
| Une influence financière grandissante.....                                           | 23 |
| Ce qui motive les femmes canadiennes à donner aux<br>organismes de bienfaisance..... | 24 |
| Les causes appuyées.....                                                             | 25 |
| Les médias sociaux et les dons collectifs .....                                      | 27 |
| Les femmes canadiennes et la philanthropie.....                                      | 29 |
| Les principales conclusions des recherches.....                                      | 29 |
| Qu'est-ce qui motivent les femmes philanthropes au Canada? ....                      | 30 |
| Les causes et les organismes de bienfaisance .....                                   | 33 |
| Les relations avec les organismes de bienfaisance<br>canadiennes .....               | 35 |
| Faire grandir la communauté de donatrices.....                                       | 41 |
| Conclusions.....                                                                     | 45 |
| Le programme de placement pour les femmes TD.....                                    | 47 |
| À propos d'Investor Economics .....                                                  | 48 |



## Introduction

**« De nombreuses personnes se font une fausse idée du bonheur.**

**On ne l'atteint pas en satisfaisant ses désirs, mais en se vouant à un but. »**

**–Helen Keller**

### UNE LONGUE HISTOIRE

La charité n'a rien de nouveau. Depuis bien des siècles, on incite les gens du monde entier à donner aux moins fortunés et aux nécessiteux. Le concept contemporain de charité et d'œuvres de bienfaisance dans bien des pays, au Canada et aux États-Unis inclusivement, date d'il y a plus de 400 ans du Charitable Uses Act adopté par le Parlement anglais durant le règne de la reine Élisabeth 1<sup>re</sup> en 1601.<sup>1</sup>

Dans cette loi, quatre catégories d'œuvres de bienfaisance ont été identifiées : le soulagement de la pauvreté, l'avancement de l'éducation, l'avancement de la religion et une catégorie pratique passe-partout : « diverses fins qui profitent à la communauté. » Ces catégories sont toujours utilisées aujourd'hui et sont référencées dans le plus récent dossier de presse émis par la Direction des organismes de bienfaisance de l'Agence du revenu du Canada (ARC).<sup>2</sup>

Bien que plusieurs des concepts et des cadres législatifs pour les œuvres de bienfaisance existent depuis des siècles, des changements importants ont eu lieu concernant d'autres aspects, notamment à l'égard de ceux qui donnent à des causes caritatives.

Durant le 17<sup>e</sup> siècle, en Europe, les dons de bienfaisance étaient axés sur les problèmes locaux. Au milieu du 19<sup>e</sup> siècle, la charité avait atteint une envergure nationale et aujourd'hui, une moyenne grandissante de dons se fait pour des causes et des œuvres de bienfaisance qui s'étendent bien au-delà des frontières canadiennes.

---

<sup>1</sup> D'après [http://en.wikipedia.org/wiki/Charitable\\_Uses\\_Act\\_1601](http://en.wikipedia.org/wiki/Charitable_Uses_Act_1601)

<sup>2</sup> D'après <http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/menu-fra.html>

## LA CROISSANCE RÉCENTE AU CANADA

Le nombre d'organismes de bienfaisance canadiens enregistrés a augmenté de 58 000 en 1992 à près de 86 000<sup>3</sup> à la fin de 2013. Le montant total de dons de la part des Canadiens a également augmenté; en 2012, le montant total enregistré par l'ARC avait atteint 8,3 milliards de dollars, une augmentation de 69 % sur la décennie précédente.<sup>4</sup>

## LE RÔLE DES FEMMES

Un des facteurs les plus influents ayant apporté un changement aux œuvres de bienfaisance et aux dons caritatifs a été la participation des femmes canadiennes. Celles-ci s'impliquent comme bénévoles, comme cadres, comme directrices, mais surtout comme donatrices. Différentes méthodes de soutien aux œuvres de bienfaisance sont souvent appelées collectivement « temps, talent et générosité ».

Les femmes canadiennes sont plus portées à donner aux organismes caritatifs que les hommes et, tels ses homologues britanniques et étasuniens, elles donnent une proportion plus généreuse de ses actifs de placement que l'homme. Les femmes donatrices entretiennent également une vue plus positive que les hommes de la valeur des œuvres de bienfaisance pour le développement de la société civile.<sup>5</sup>

Il est aussi probable que les femmes canadiennes aisées partagent l'attitude des femmes étasuniennes, qui sont près de deux fois plus susceptibles que les hommes à dire que de pouvoir donner constitue l'un des aspects les plus satisfaisants d'être à l'aise financièrement.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Liste des organismes de bienfaisance. L'Agence du revenu du Canada. Prélevé en juin 2014.

<sup>4</sup> Statistique Canada. Table 111-0002. Les donateurs, par groupe d'âge et de sexe, annuellement.

<sup>5</sup> U.S. Trust. Aperçu de la fortune et de la valeur : La femme et la richesse. 2013.

<sup>6</sup> Ibid.

## L'OBJET DU PRÉSENT DOCUMENT

Bien que cet article jette un regard sur l'histoire récente des femmes comme donatrices aux œuvres de bienfaisance, son objectif principal vise l'analyse des rôles, des attitudes et des attentes des femmes canadiennes impliquées bien au-delà de celles qui donnent leur petite monnaie à la caisse, qui répondent à un solliciteur<sup>7</sup> de rue ou qui assistent à un gala.

Les femmes canadiennes étudiées dans cet article sont des philanthropes; elles s'impliquent dans une cause, ou plusieurs causes, et sont dotées de la capacité, soit par des ressources financières ou par la force de leur personnalité, à établir une différence mesurable et durable aux œuvres caritatives dédiées à appuyer ces causes.

Les différences en attitudes, en attentes et en actions entre les hommes donateurs et les femmes donatrices représentent un défi pour les conseillers financiers, aussi bien en cherchant à mettre davantage l'accent sur la fortune plutôt que sur les investissements et sur une relation avec la famille plutôt que sur la personne individuelle. Depuis un certain temps, des conseils sur les sujets des dons de bienfaisance et des « investissements d'impact » sont attendus des conseillers financiers, ces deux thèmes étant importants pour les institutions financières désireuses d'établir des rapports à long terme avec les femmes.<sup>8</sup>

Ce document n'est ni exhaustif ni épuisant, mais il fournit une introduction à cette question qui peut être valable pour une variété de parties prenantes à même la communauté caritative, que ce soit les donateurs, les conseillers, les dirigeants des organismes de bienfaisance, les décideurs ou les universitaires.

---

<sup>7</sup> Le terme « solliciteur de rue » est utilisé communément dans le secteur caritatif pour décrire les gens employés par les organismes de bienfaisance pour intercepter les personnes dans la rue afin de discuter de causes variées et des façons de les appuyer.

<sup>8</sup> D'après MaRS, l'investissement d'impact signifie « investir dans des entreprises qui créent un impact social et environnemental positif et qui sont durables financièrement. » D'après <http://www.marsdd.com/mars-library/impact-investing/>



## Remerciements

Cette étude sur les femmes canadiennes et la philanthropie est issue de la Banque TD dans le cadre d'une initiative visant à mieux comprendre les besoins financiers généraux, les habitudes et les aspirations des femmes canadiennes. Ce rapport constitue la première revue en profondeur de la présence et de l'influence des femmes philanthropes au Canada.

Depuis un certain nombre d'années, la Banque TD est considérée comme une chef de file en matière de philanthropie d'entreprise. Pour l'exercice 2013, la Banque TD a financé une gamme de projets communautaires au Canada, aux États-Unis et en Grande-Bretagne, à raison de 74,7 millions de dollars, au moyen de dons et de parrainage. La Banque TD a développé une capacité de prêter son assistance à ses clients afin de prendre et de mener à bien des décisions de dons de bienfaisance personnels à l'aide de moyens tels que la Fondation de dons particuliers, établie en 2004. La combinaison de ces initiatives entrepreneuriales et de ces domaines d'intérêt principaux naît d'un désir de mieux comprendre les activités caritatives et philanthropes des femmes canadiennes.

Ce rapport de recherche est le résultat des efforts de la Banque TD et d'Investor Economics, la branche canadienne d'Asset International, une entreprise importante de consultance et de services financiers. Investor Economics a entrepris un nombre de projets de cette nature par le passé et publié des articles sur le secteur caritatif au Canada dans des rapports de recherche récents.<sup>9</sup>

L'équipe du projet à la Banque TD était menée par Sandy Cimoroni, directrice de l'exploitation, Gestion de patrimoine TD, cadre responsable de la Stratégie de placement des femmes, et était appuyée par Jo-Anne Ryan, vice-présidente, philanthropie, chef de la direction des Services-conseils en gestion de patrimoine, Fondation de dons particuliers et de Vanessa Larocci, directrice de programme, Stratégie de placement pour les femmes. Chez Investor Economics, l'équipe était menée par Keith Sjögren, expert-conseil principal et administrateur délégué et composée de Maria Cadena, analyste principale et de Michael Ceroici, analyste.

La recherche n'aurait été possible sans le soutien de bien d'autres, comme le personnel de plusieurs bureaux de la Banque TD dans l'ensemble du Canada et surtout le grand nombre de femmes qui ont partagé leur passion, et leurs opinions, pour les dons de bienfaisance et la philanthropie.

Le dévouement de ces femmes à tendre la main aux moins fortunés, aux causes qui rendent notre monde plus sûr et plus sain et aux organismes qui protègent les plus vulnérables parmi nous, est remarquable et nous sert d'exemple à tous.

Le nombre de femmes canadiennes qui donnent « leur temps, leur talent et leur générosité »<sup>10</sup> sont celles auxquelles Mère Teresa pensait en écrivant :

**« Afin qu'une lampe continue de brûler, il faut ajouter de l'huile. »**

<sup>9</sup> Investor Economics. « Les fonds de bienfaisance peuvent-ils mener à un recouvrement des habitudes caritatives des Canadiens. » *The Fee-Based Report*, Hiver 2013.

<sup>10</sup> Les origines du terme « le temps, la générosité et le talent » sont inconnues, bien qu'il apparaisse continuellement depuis le début des années 1850 dans plusieurs livres et articles aussi bien que dans des sermons et écrits associés à l'intendance chrétienne. Le terme est apparu à la page 373 du *New England Farmer* : « Time, talent and treasure have been devoted with liberal generosity to develop new resources in the earth and air. »



## Sommaire exécutif

L'objectif de ce document est d'entreprendre une revue initiale du rôle que les femmes canadiennes jouent dans le soutien aux organismes de bienfaisance dans l'ensemble du pays. Bien que cet article donne de l'information sur la participation des femmes en général, le but de l'élément de recherche qualitatif du projet est l'implication des femmes actives, dévouées et donatrices importantes.

### INFLUENCE ÉCONOMIQUE ACCRUE

L'influence accrue des femmes dans l'économie canadienne est bien documentée, que cette influence soit mesurée en matière de fortune, de revenu ou de participation en général. Non seulement Les femmes canadiennes accumulent-t-elles une fortune par leurs efforts personnels, mais elles héritent également de leurs parents, de leur mari ou de leur partenaire.

Peu importe le sexe, il est établi que la fortune se concentre de plus en plus en termes du nombre de ménages. À la fin de 2012, 77 % de la fortune canadienne appartenait aux ménages qui géraient plus de 500 000 \$ d'actifs financiers personnels. À l'intérieur de ce segment se trouvaient approximativement 600 000 ménages<sup>11</sup> au Canada qui géraient chacun au moins 1 000 000 \$.<sup>12</sup>

De 300 000 à 350 000 femmes canadiennes possèdent les ressources financières en même temps que le désir nécessaires pour faire des dons importants aux organismes de bienfaisance.

La plupart des ménages qui jouissent de fortunes supérieures à 500 000 \$ incluraient au moins une femme. Des résultats récents de sondages utilisés comme guides des habitudes caritatives des Canadiens dont le ménage correspond à la plus haute tranche de revenus, et des données de l'ARC, suggèrent que de 300 000 à 500 000 Canadiennes, soit 4 % des déclarantes, ont les ressources financières et le désir de contribuer largement aux organismes de bienfaisance.<sup>13</sup>

<sup>11</sup>Investor Economics. *État de bilan des ménages*, édition 2013.

<sup>12</sup> Les organismes de bienfaisance qualifient de « dons importants » les dons immédiats ou les engagements de 10 000 \$ ou plus.

<sup>13</sup> Ibid.

## ÉLÉMENTS DE MOTIVATION

Les femmes qui ont participé à cette étude représentent cette cohorte affluente et leurs opinions sont probablement partagées par bien des donatrices ayant accès à des ressources financières similaires. La recherche entreprise en conjonction avec cette étude a montré que, peu importe le niveau de ressources financières, les femmes ont davantage tendance à faire du bénévolat pour des organismes et à faire des dons de charité que les hommes.

L'étude révèle que les femmes donatrices sont souvent motivées par leur éducation, leurs croyances religieuses ou un événement ayant marqué leur vie. Plusieurs participantes ont également mentionné avoir été motivées à faire des dons, une fois que leurs circonstances ont atteint un niveau de sécurité financière leur permettant de donner ou d'investir sans préoccupation immédiate des résultats.

La femme a davantage tendance à faire du bénévolat pour les œuvres de bienfaisance.

## DILIGENCE RAISONNABLE

Bien que certaines femmes semblent disposées à se fier aux avis des membres de leur famille ou des organismes de bienfaisance eux-mêmes et qu'un certain nombre d'entre elles admette avoir donné en réponse à des appels émotionnels, une majorité des femmes philanthropes agissent de façon autonome et effectuent des recherches approfondies avant de s'engager à verser des dons caritatifs. Les techniques de recherche de ces femmes varient entre des séjours comme bénévoles, des réunions prolongées avec des membres du conseil de direction et peuvent inclure l'examen minutieux des états financiers publiés et déposés auprès de l'ARC. De plus, dans le contexte de l'établissement de relations à long terme, bien des femmes valorisent l'importance de visiter des sites, même dans d'autres pays, de façon à mieux suivre le progrès de l'œuvre caritative.

L'évaluation de la mission et de la capacité des organismes de bienfaisance par la discussion semble bien faire partie de la stratégie de toutes les femmes qui ont participé à cette recherche. Ce qui n'est pas le cas des analyses financières. Nombre de femmes ont indiqué avoir besoin de conseils supplémentaires afin de mieux comprendre les rapports financiers des organismes de bienfaisance et d'identifier les paramètres les plus appropriés avec lesquels juger de leurs progrès de façon continue. Les organismes de bienfaisance devraient donc s'efforcer à veiller à ce que leurs stratégies de communication reflètent les besoins des donatrices et non pas seulement les exigences minimales des organismes de réglementation.

## LES RELATIONS

Les femmes soulignent l'importance d'établir des relations à long terme et ouvertes avec chaque organisme de bienfaisance qui bénéficie d'un soutien considérable. Dans certains cas, elles expriment que les organismes pourraient améliorer leurs voies de communication avec les donateurs, bien qu'en même temps elles reconnaissent que des coûts administratifs et de communication supplémentaires pourraient nuire à l'allocation des fonds pour les projets auxquels ces derniers sont destinés. En matière de communication et sans regard à l'âge moyen des femmes dans la communauté active de donateurs, il y a une reconnaissance que les organismes de bienfaisance devraient adopter de nouvelles méthodes de communication, en particulier l'utilisation active des médias sociaux.

Les femmes reconnaissent l'importance d'établir des relations à long terme et ouvertes avec chaque organisme de bienfaisance.

## FAIRE CROÎTRE LA COMMUNAUTÉ

Le besoin de faire croître la communauté des femmes philanthropes était un sujet récurrent dans les discussions et plusieurs idées ont été mises de l'avant. Ces dernières vont de la nécessité d'exposer

L'évolution de la femme philanthrope est motivée par les donatrices existantes qui donnent l'exemple à leurs enfants, à leurs amies et à leurs collègues.

davantage les étudiants, garçons et filles, dans les écoles et dans les collèges aux besoins des activités axées sur la charité et la communauté, jusqu'au développement de cercles de charité féminins. Un nombre de femmes ont aussi suggéré la création de forums mieux structurés afin de leur permettre d'échanger leurs expériences de bienfaisance, leurs succès et leurs préoccupations.

Cependant, la majorité des femmes affirment que la croissance du nombre de femmes philanthropes bénéficierait de l'exemple fourni par les donatrices existantes à leurs enfants, à leurs amis et à leurs collègues. Une opinion a été exprimée disant que les femmes ont tendance à écouter les autres femmes

et que cette tendance naturelle à socialiser avec d'autres femmes aux valeurs semblables offrait une occasion de bâtir une communauté de donatrices, une étape et une réunion à la fois. Plusieurs participantes à cette recherche ont souligné le besoin chez les organismes de bienfaisance de démontrer ouvertement comment les donatrices peuvent faire une différence pour ne pas tomber dans le piège d'avoir à solliciter constamment des dons.

## CONCLUSIONS

La perspective de croissance de la générosité des donatrices est positive. Le fait que les femmes jouent un rôle de plus en plus important dans l'économie et qu'elles exercent une influence accrue dans l'utilisation des revenus et du patrimoine financiers des ménages canadiens appuie cette opinion.

Si les occasions de croissance se réalisent, la participation d'une communauté plus importante de femmes qu'aujourd'hui sera nécessaire, ainsi qu'un niveau d'engagement supérieur de la part des organismes de bienfaisance à aborder les femmes dans le pays entier. Les organismes de bienfaisance doivent augmenter leur visibilité avec les femmes dans leur communauté et concevoir du matériel visant à encourager l'épanouissement de leurs relations plutôt que de ne s'en tenir qu'à solliciter des dons.

Les conseils d'administration des organismes de bienfaisance ont tendance à être patriarcales, quoique des femmes font souvent partie des cadres dans ces organismes et qu'elles représentent la majorité des donateurs et des bénévoles. Des initiatives pour corriger ce déséquilibre iraient dans la bonne direction. Les femmes s'attendent également à ce que les organismes de bienfaisance prennent des mesures vers la coopération et la consolidation. La rationalisation du secteur caritatif serait grandement appuyée par les femmes impliquées dans ce projet.

La femme a la capacité de changer notre société de façon significative par ses actes de générosité altruiste.

Bien que les femmes philanthropes démontrent un haut niveau d'indépendance, elles demeurent ouvertes aux sources de conseils qualifiés et objectifs qui pourraient les aider à former une stratégie caritative, ainsi qu'à des structures mieux appropriées, des calendriers et le choix des bénéficiaires de dons. Il était admis que ces services-conseils pourraient être pourvus par des organismes communautaires, des institutions financières, des fondations indépendantes et des cabinets d'experts-conseils axés sur le secteur caritatif.

Le leadership des gouvernements en matière de formulation et de mise en œuvre de politiques appuyant le travail de ces organismes de bienfaisance ainsi que la volonté du gouvernement à écouter les opinions de ces organismes au moment de considérer une réponse politique aux problèmes publics sont considérés comme importants.

En général, l'étude a montré que les femmes ont la capacité de changer notre société de façon significative par leurs actes de générosité altruiste. Les femmes qui donnent si facilement leur temps, leur talent et leur générosité personnifient les mots de Margaret Mead :

**« Ne doutez jamais qu'un petit groupe d'individus conscients et engagés puisse changer le monde. En fait, le monde n'a jamais été changé autrement. »<sup>14</sup>**

<sup>14</sup> D'après [https://www.academia.edu/6722912/EXPOSE\\_MARGARET\\_MEAD\\_FINAL](https://www.academia.edu/6722912/EXPOSE_MARGARET_MEAD_FINAL) : Une anthropologue anticipe l'avenir. Margaret Mead.





## Les femmes dans l'économie canadienne

### Les femmes et le patrimoine

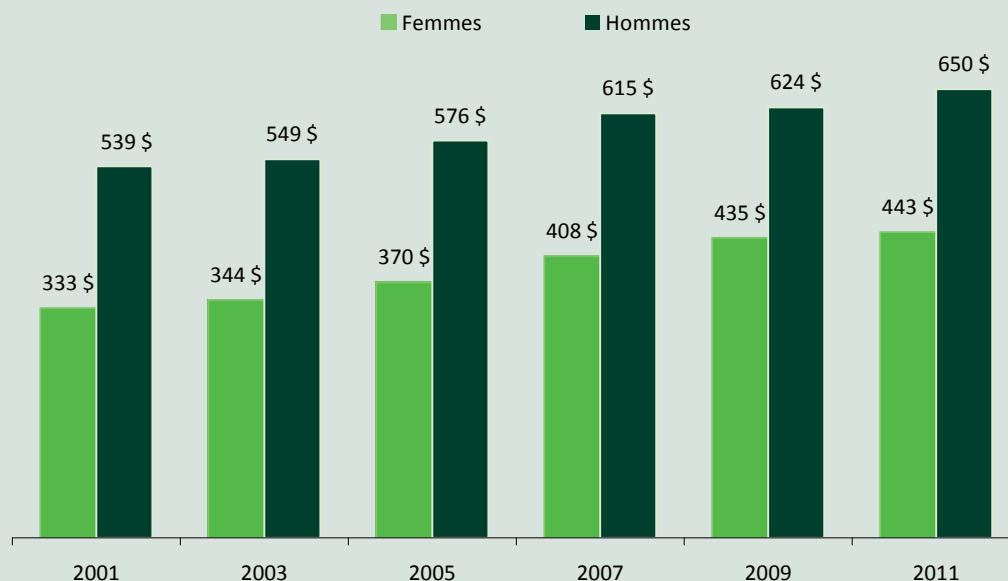
Dans l'état du bilan des ménages de 2013, Investor Economics a suggéré que les Canadiennes contrôlaient approximativement un tiers du patrimoine des ménages au Canada. En matière du total des actifs, cela représenterait environ 3,2 milliards de dollars et en termes d'actifs financiers à eux seuls, environ 1,1 milliard de dollars. D'ici 2020, le niveau de patrimoine financier contrôlé par les femmes devrait atteindre les 3 milliards de dollars.

Une partie de cette fortune sera attribuée aux Canadiennes à la suite de transferts de fortune intraménages et intergénérationnels. Par conséquent, l'explosion démographique causée par le boum des naissances après la Seconde Guerre mondiale, couplé à la tendance sociétale des femmes à épouser des hommes de quelques années leur aîné et ensuite à vivre plus longtemps qu'eux de quatre ans ou plus, les femmes seront placées dans des postes d'influence concernant les dons importants autant que la planification de legs.

Pour les questions d'héritages qui découleront entre parents et enfants (ou petits enfants), Investor Economics estime qu'entre 2012 et 2022, 895 milliards de dollars circuleront entre les générations au Canada, une grande part au sein de ménages dirigés par des femmes.

## Les femmes et le revenu

**Tableau 1 : Revenu global au Canada selon le sexe**



Source : Statistique Canada Tableau 202-0407 - Revenu des particuliers, selon le sexe, le groupe d'âge et la source des revenus, dollars constants en 2011, annuel.

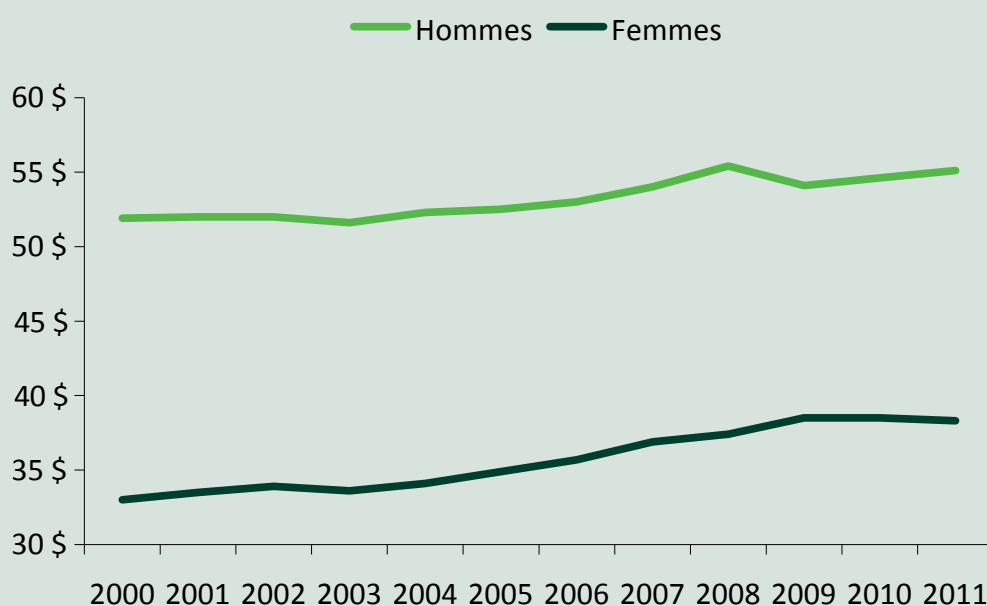
Comme l'illustre le [Tableau 1](#), en 2011 le revenu global des Canadiennes était de 443 milliards de dollars, soit 41 % du total.<sup>15</sup> En 2000, ce pourcentage était de 38 %. En 2011, l'impôt sur le revenu payé par les femmes représentait 34 % du total, comparé à 33 % en 2007.<sup>16</sup> Bien que cette augmentation soit relativement modeste, en termes absolus, les femmes ont contribué à raison de 54,7 milliards de dollars en impôts sur le revenu, une augmentation de près de 6 milliards de dollars par rapport à 2007.

<sup>15</sup> Statistique Canada. Tableau 202-0407 - Revenu des particuliers, selon le sexe, le groupe d'âge et la source des revenus, dollars constants en 2011, annuel.

<sup>16</sup> Agence du revenu du Canada. *Les statistiques sur le revenu et les statistiques sur la TPS et la TVH*.

Entre 2004 et 2011, le revenu total moyen des Canadiennes a augmenté de 16 %, comparé à une augmentation de 6 % chez les hommes (Tableau 2).<sup>17</sup> Cette tendance est restée fidèle pour presque toutes les catégories occupationnelles et toutes les provinces et territoires. En outre, le pourcentage des ménages dans lesquels le revenu de l'épouse est supérieur à celui de son mari a continué à augmenter. En 2011, ce chiffre était de 19,4 % comparé à 17,9 % en 2004.<sup>18</sup> En comparaison, l'équivalent en 2011 aux États-Unis était de 23 %, également à la hausse si l'on compare aux années précédentes.<sup>19</sup>

**Tableau 2 : Revenu total moyen au Canada selon le sexe  
(en milliers de dollars)**



Source : Statistique Canada. Tableau 202-0101 - Distribution des revenus, selon le sexe, dollars constants en 2011, annuel.

La part de revenu total des femmes issues du 1 % des plus riches contribuables a également augmenté visiblement durant la même période, ce qui révèle que les femmes évoluent vers l'égalité des revenus sur le plan médian autant que sur celui à revenu élevé.<sup>20</sup> De plus, lorsque l'on regarde les niveaux de revenus de 2008 entre les hommes et les femmes selon un taux horaire, le rapport s'améliore sensiblement à plus de 0,80, démontrant que parce que les femmes travaillent moins d'heures en moyenne, il y a probablement une amélioration plus importante que ce qui est souvent indiqué.<sup>21</sup>

<sup>17</sup> Statistique Canada. Tableau 202-0101 - Distribution des revenus, selon le sexe, dollars constants en 2011, annuel.

<sup>18</sup> Statistique Canada. Tableau 202-0105 - Distribution du revenu total, pour les familles époux-épouse, dollars constants en 2011, annuel.

<sup>19</sup> Pew Research Center *Mère - gagne-pain du foyer*. Mai 2013.

<sup>20</sup> Statistique Canada. Tableau 204-0001 - Les tendances du revenu élevé chez les déclarants au Canada, dans les provinces, les territoires et les régions de recensement métropolitain (CMA), seuils nationaux, annuel. 2013.

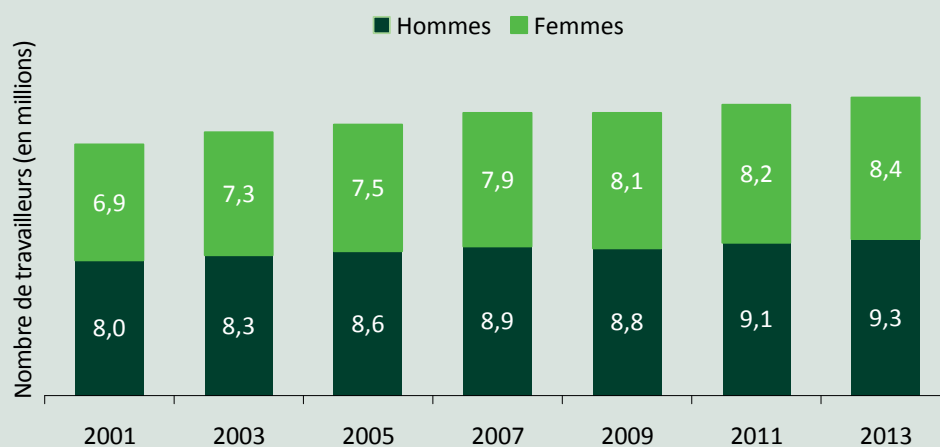
<sup>21</sup> Williams, Cara. *Economic well-being*. Statistique Canada. Décembre 2010.

## Les femmes au travail

Les femmes jouent un rôle de plus en plus important et visible dans l'économie canadienne. Elles forment maintenant une plus grande proportion de la main-d'œuvre canadienne que jamais auparavant et, en conséquence, y contribuent davantage sur le plan économique.

Entre 2000 et 2013, la proportion de femmes dans la main-d'œuvre canadienne a augmenté de 46 % à 48 % (Tableau 3).<sup>22</sup>

**Tableau 3 : Nombre de travailleurs canadiens selon le sexe**



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

Non seulement les nombres absolus et relatifs de femmes actives dans l'économie canadienne augmentent, mais on trouve de plus en plus de Canadiennes au niveau de gestionnaires et de personnel de direction dans la plupart des secteurs économiques, notamment dans le secteur caritatif où les femmes ont toujours joué un rôle de premier plan.

Tel qu'illustré dans le Tableau 4, depuis janvier 2014, les femmes occupent 37 % des postes de gestion et 30 % des postes de haute direction au Canada.<sup>23</sup> Par ailleurs, le nombre de Canadiennes qui siègent aux conseils d'administration a augmenté sensiblement : entre 2005 et 2011, le nombre d'entreprises canadiennes avec une femme ou plus siégeant au conseil d'administration a augmenté d'environ 20 % pour grimper à 76 %, et le nombre de sociétés comportant plus de trois femmes membres de ces conseils ont augmenté de 18 % à 31 % entre 2003 et 2013.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Statistique Canada. Tableau 282-0002 - Enquête sur la population active (EPA), selon le sexe et le groupe d'âge détaillé, annuel.

<sup>23</sup> Statistique Canada. Tableau 282-0009 - Estimations d'une enquête sur la population active (EPA), par Classification nationale des professions pour statistiques (CNP-S), selon le sexe, non désaisonnalisées, mensuel.

<sup>24</sup> Crédit Suisse. Institut de recherche : *Diversité des genres et rendement de l'entreprise*. Août 2012; Spencer Stuart *L'indice canadien de* Spencer Stuart 2013. 18<sup>th</sup> édition.

**Tableau 4 : Postes de haute direction occupés par les Canadiennes**



Source : Statistique Canada. Tableau 282-0009 Estimations d'une enquête sur la population active (EPA).

Comme l'ont remarqué plusieurs observateurs, ceci est un signe encourageant concernant autant l'amélioration des opportunités pour les femmes ambitieuses que le rendement des entreprises canadiennes. Des études récentes ont souligné les bénéfices - organisationnels comme financiers - qu'offrent les rapports mieux équilibrés d'hommes et de femmes au niveau des cadres supérieurs.<sup>25</sup>

Cependant, le Canada accuse un retard comparé à certains autres pays. Aux États-Unis, les femmes occupent une portion similaire de la main-d'œuvre (47 %), mais 52 % des postes reliés à la gestion.<sup>26</sup> Bien que certaines études ont fait remarquer qu'une économie canadienne centrée sur les ressources naturelles constituait un obstacle, il est encore possible de rattraper ce retard, comme c'est le cas pour les États-Unis à cet égard, trainant derrière certains pays occidentaux, en particulier ceux du nord de l'Europe. Bien que le rythme du changement soit plus modeste au Canada que dans certains autres pays, le progrès est évident.

De pair avec la participation féminine au travail, le nombre de femmes propriétaires d'entreprises et d'entrepreneures au Canada est également à la hausse. La proportion d'entreprises canadiennes appartenant majoritairement à des femmes a augmenté de 14,9 % en 2007 à 15,6 % en 2011, la majorité de cette augmentation correspondant aux secteurs de la vente au détail, de la santé et des services hôteliers et de restauration. On estime que cette augmentation s'est traduite par un gain de 130 milliards de dollars en activité économique en 2012, équivalant à 7 % du PIB.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Voir : Crédit Suisse. *Diversité des genres et rendement de l'entreprise*. Août 2012, Catalyst. Essentiellement : *Le rendement des entreprises et la représentation des femmes dans les conseils d'administration*. New York. Le 15 octobre 2007; Levi, Maurice, Kai Li et Feng Zhang. 2008. *Fusions et acquisitions : Le rôle de la diversité des genres dans les conseils d'administration*. École d'administration Sauder.

<sup>26</sup> Catalyst. *Aperçu : Survol statistique des femmes au travail*. New York. Le 3 mars 2014.

<sup>27</sup> Cooper, Laura. *Les Canadiennes prennent le flambeau*. Recherche économique RBC : Recherche, octobre 2013.

En dehors du monde des affaires, les femmes représentent maintenant 60 % de tous les diplômés universitaires, se spécialisant surtout dans les programmes des sciences humaines, de l'éducation et de la santé.<sup>28</sup> Cependant, les femmes sont encore sous-représentées dans les domaines techniques tels les mathématiques, l'ingénierie et l'informatique. Des efforts sont en cours pour attirer les femmes vers ces domaines, souvent mieux rémunérés et aux amples opportunités d'avancement. Ceci dit, les femmes constituaient 39 % de tous les titulaires de MBA au Canada durant l'année académique 2011-12, une augmentation de près de 5 % sur l'année précédente.<sup>29</sup> À cet effet, comme le Canada et une grande partie du monde développé migrent vers des économies axées sur le savoir, les femmes sont bien positionnées pour les carrières de gestion et de service professionnel de l'avenir.

Les progrès accomplis par les femmes dans tous les domaines de l'économie leur assurent une base solide pour l'expansion future de leur participation à l'activité économique du secteur caritatif. Il convient de signaler que dans une enquête récente portant sur les couples étasuniens, il est généralement admis qu'en matière de responsabilités financières domestiques, les femmes sont responsables de la gestion des dépenses quotidiennes et des dons de bienfaisance, en plus de participer également avec leur partenaire à la planification de leur succession.<sup>30</sup> Il semble ainsi que les femmes sont non seulement en meilleure position financièrement pour jouer un rôle d'importance de soutien au secteur caritatif, mais qu'elles ont saisi leur opportunité d'exercer une meilleure autonomie à cette fin.

---

<sup>28</sup> Statistique Canada. Tableau 477-0014 – Grades universitaires, diplômes et certificats accordés, par programme. Classification des programmes d'enseignement, regroupement primaire et sexe, annuel.

<sup>29</sup> Catalyst. *Aperçu de Catalyst : Women MBAs*. New York. Catalyst, 2012.

<sup>30</sup> UBS. *Les couples et l'argent : Qui décide?* UBS Investor Watch, 2e trimestre 2014.





## Les femmes canadiennes et les dons de bienfaisance

Avant de présenter les commentaires sur nos conversations avec un échantillon de femmes chefs de file philanthropes, il serait utile de peindre un tableau des habitudes générales caritatives des Canadiennes provenant de tous les niveaux de revenus et de patrimoine.

Afin de produire ce tableau, plusieurs sources ont été étudiées. Comme dans tout exercice de cette nature, toutes les sources ne sont pas nécessairement du même avis, bien que dans la majorité des cas, la direction de la tendance et la nature des enjeux en question concordent.

### Une influence financière grandissante

En 2012, les Canadiennes ont donné approximativement 3 milliards de dollars aux organismes de bienfaisance au Canada, presque 1,1 milliard de plus que ce qu'elles avaient contribué en 2002.<sup>31</sup> Non seulement ont-elles contribué davantage comme communauté - le don annuel moyen par donatrice a augmenté de 803 \$ en 2002 à 1 156 \$ en 2012 -, mais un plus grand nombre d'entre elles ont contribué. En 2002, environ 2 375 000 femmes ont déclaré des dons de bienfaisance. Ceci peut se comparer à environ 2 590 000 ayant contribué un support financier en 2012. Cette augmentation de 9,1 % sur une période 10 ans - période soulignée par la crise financière de 2008-09 - se compare favorablement à un déclin de 3,3 %, ou 105 000, déclaré par des hommes durant la même période.

Ces comparaisons soulignent l'influence grandissante des donatrices. Elles peuvent néanmoins masquer partiellement la générosité des femmes grâce à la disposition de la Loi de l'impôt sur le revenu, qui permet que tout don de charité effectué par un contribuable, dans un mariage ou une union libre, puisse être enregistré sur le rapport d'impôt du déclarant au revenu le plus élevé. Étant donné que les femmes, en moyenne, déclarent des revenus inférieurs à celui des hommes, il est probable que les dons faits par maintes femmes se retrouvent enregistrés par l'ARC comme des dons effectués par leur mari ou partenaire.

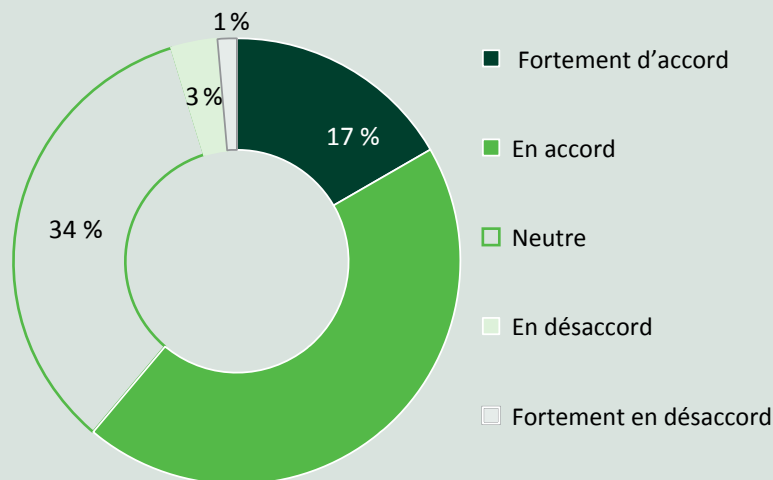
---

<sup>31</sup> D'après les données de Statistique Canada et de l'ARC.

## Ce qui motive les Canadiennes à donner aux organismes de bienfaisance

Un des principaux éléments de motivation derrière la générosité des Canadiennes serait une attitude positive envers la capacité des organismes de bienfaisance à agir comme agents de changement au sein de la société. Une vaste enquête conduite vers la fin de 2011 a indiqué que 17 % des répondantes étaient fortement d'accord avec l'énoncé que les organismes de bienfaisance agissent comme agents de changement, comparé à seulement 11 % des répondants (voir le [Tableau 5](#)).<sup>32</sup> Lorsqu'on leur a demandé si les organismes de bienfaisance améliorent le sort de la société, 65 % des femmes ont répondu positivement et se sont montrées d'un plus grand appui que les hommes (57 %).

**Tableau 5 : Les organismes de bienfaisance jouent un rôle important comme agents de changement – Les femmes**



Source : Ipsos Reid. *Rapport du marché de donateurs canadiens*. Association des professionnels de la collecte de fonds. Novembre 2011.

L'enquête a aussi révélé que les éléments de motivation les plus importants pour les Canadiennes étaient le désir d'aider ceux dans le besoin et la confiance accordée au travail d'organismes de bienfaisance spécifiques. D'après les données de l'enquête, il était clair que les femmes sont beaucoup plus susceptibles que les hommes à encourager des membres de leur famille et des amis qui participent à des levées de fonds pour des organismes de bienfaisance.

L'existence d'avantages fiscaux pour les donateurs, bien qu'ils soient considérés comme étant importants, n'est pas considérée comme la raison principale pour faire des dons caritatifs. Dans un article publié en 2012, Statistique Canada a déclaré que, en dépit des initiatives du gouvernement à encourager les dons de bienfaisance à l'aide d'incitatifs fiscaux, moins d'un quart des Canadiens interrogés ont identifié ces mesures comme une raison pour donner et ce pourcentage était inchangé en 2007 et en 2010.

Bien que la reconnaissance fiscale des dons caritatifs ne soit pas la motivation première pour donner aux œuvres de bienfaisance, il n'y a aucun doute que tous les donateurs prêtent

<sup>32</sup> Ipsos Reid. *Rapport du marché de donateurs canadiens*. Association des professionnels de la collecte de fonds, novembre 2011.

une attention considérable au traitement fiscal de leurs activités philanthropiques et aux structures par lesquelles ces dons sont faits. La croissance récente des fondations privées et des fonds orientés par le donateur prouve qu'il existe une prise de conscience croissante quant à l'importance de prendre des décisions financières éclairées ainsi que des décisions caritatives bien fondées.<sup>33</sup>

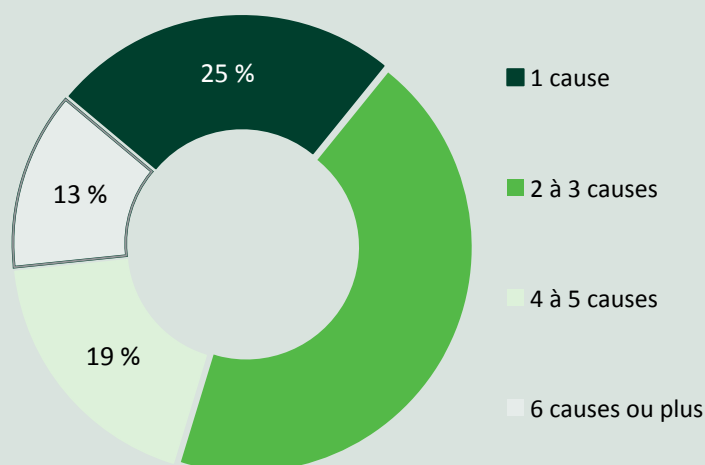
## Les causes appuyées

Les études de recherche considérées pour ce rapport soutiennent l'opinion fort répandue que mis à part les dons pour les organisations religieuses, les dons de bienfaisance effectués par les femmes au Canada sont principalement axés sur les causes reliées à la santé (autres que les hôpitaux) et les services sociaux.<sup>34</sup> L'importance accordée à ces domaines n'est pas exclusive au Canada; des études entreprises au Royaume-Uni et dans d'autres économies développées peignent le même tableau. Au Royaume-Uni, par exemple, les causes les plus susceptibles d'attirer des dons de la part des femmes sont la recherche médicale (à laquelle elles donnent 23,7 %), les enfants (16,1 %) et les hôpitaux et hospices (15,7 %).<sup>35</sup>

Sans intention de stéréotyper les donateurs masculins, dans la plupart des pays inclus dans ce rapport, les seuls secteurs où les hommes ont plus tendance à donner que les femmes sont les sports et les organismes de bienfaisance axés sur la récréation.

En ce qui concerne le nombre de causes soutenues par les Canadiennes, les résultats de l'enquête montrent que 68 % d'entre elles n'appuient que trois causes par année (voir le [Tableau 6](#)). Ce modèle de distribution des dons suggère que les Canadiennes ont possiblement une meilleure portée que leurs contreparties dans d'autres pays. Au Royaume-Uni, par exemple, 87 % des femmes montrent un niveau semblable de concentration. Il est intéressant de souligner, que dans les deux pays, les modèles de concentration sont semblables pour les hommes comme pour les femmes.

**Tableau 6 : Nombre de causes caritatives auxquelles les femmes ont donné en 2011**



Source : Ipsos Reid. Rapport du marché de donateurs canadiens. Association des professionnels de la collecte de fonds. Novembre 2011.

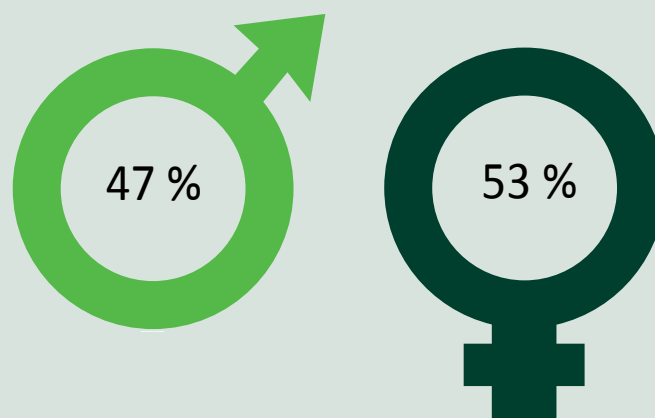
<sup>33</sup> Investor Economics. *Hiver 2013 Le Fee-based Report* indique qu'en décembre 2011 les actifs en fonds orientés par le donateur avaient atteint un niveau de 585 millions de dollars, ce qui représentait cinq ans de croissance à un taux de croissance annuel composé de 28,8 %.

<sup>34</sup> Statistique Canada, 'Les dons de bienfaisance des Canadiens', p.27, le 16 avril 2012.

<sup>35</sup> Piper, Greg et Sylke V. Schneof. *La différence entre les genres et les dons de bienfaisance*, 2007.

Avant de changer de sujet, il convient de signaler qu'on considère que l'état matrimonial des femmes aurait une influence sur leurs habitudes caritatives.<sup>36</sup> Ceci dit, il existe des observations empiriques au Canada qui suggèrent que l'absence d'enfants, que ce soit en relation ou en situation de célibataire, encouragerait les femmes à appuyer les organisations de bienfaisance. En général, les causes soutenues par les femmes, célibataires ou en couple, sont similaires. Cependant, les femmes mariées ont plus tendance à appuyer les causes associées aux enfants et aux personnes âgées que les femmes célibataires. Les femmes célibataires, de façon très marginale, ont davantage tendance à donner à des causes telles que le bien-être animal et les arts.<sup>37</sup>

**Tableau 7 : Pourcentage d'heures de bénévolat selon le sexe au Canada**



Source : Statistique Canada. *Canadiens dévoués, Canadiens engagés : rapport de tableaux*, 2010.

L'état matrimonial est un facteur d'influence sur les habitudes caritatives. Le niveau de participation à une œuvre de charité, particulièrement comme bénévole, est un deuxième facteur qui influence les dons caritatifs. Tout porte à croire que les femmes qui font du bénévolat auprès d'organismes de bienfaisance particuliers ont davantage tendance à être des donatrices généreuses. D'après Statistique Canada, les Canadiens ont donné environ 2,1 milliards d'heures de bénévolat en 2010, ce qui, en calculant une semaine de travail aux heures régulières, représente l'équivalent d'un peu plus d'un million d'emplois à temps plein. Les femmes ont davantage tendance à faire du bénévolat que les hommes au Canada et les heures de bénévolat contribuées par les femmes représentaient 53 % du total d'heures enregistrées en 2010 (voir le [Tableau 7](#)).<sup>38</sup>

Il est intéressant de noter qu'en utilisant les données du Bureau des statistiques du travail des États-Unis, il apparaît que les Canadiennes (et les Canadiens) ont près de deux fois plus tendance à s'engager dans le bénévolat que les Étatsuniennes. La volonté et la capacité de le faire seraient influencées par l'âge, l'éducation et le niveau de vie avec les femmes plus à l'aise financièrement s'engageant à des taux bien supérieurs à la moyenne nationale dans les deux pays.

<sup>36</sup> Nomura Jarboe. OBE. *Women Count: Charity Leaders 2012*. WomenCount.

<sup>37</sup> Piper, Greg et Schnepf, Sylke. *Gender Differences in Charitable Giving*, Décembre 2007.

<sup>38</sup> Statistiques Canada. *Canadiens dévoués, Canadiens engagés : Rapport de tableaux*, 2010. p. 27.

## Les médias sociaux et les dons collectifs

Les médias sociaux ont gagné en importance comme outil pour inciter et informer les donateurs. Les enquêtes en ligne révèlent que les femmes forment la majorité des utilisateurs sur Twitter et Facebook, bien que davantage d'hommes utilisent LinkedIn.<sup>39</sup> La Burk Donor Survey (sondage Burk sur les donateurs) a aussi démontré que différents médias sociaux attirent différents types de donateurs. D'après le sondage, les utilisateurs de Facebook qui suivent une œuvre caritative ou plus tendent à être des femmes de moins de 35 ans qui donnent modestement. Les résultats du sondage suggèrent que l'activité la plus commune, parmi les femmes qui suivent une œuvre de charité, consiste à la recommander auprès de leurs propres abonnés. Cinquante-six pour cent des femmes ont déclaré qu'elles participent à cette activité comparativement à 36 % des hommes.

L'impact de la participation des médias sociaux sur les dons caritatifs, sans égard au sexe, est influencé par l'âge. Un bon 30 % des répondants de moins de 35 ans ont indiqué que le fait de suivre une œuvre de bienfaisance a changé leurs habitudes de dons. D'autre part, seulement 18 % des répondants de plus de 65 ans ont mentionné que leurs activités sur les médias sociaux ont changé soit le montant qu'ils donnent soit la fréquence de leurs dons.

Depuis quelques années, l'utilisation de certains modèles de dons collectifs tels les cercles caritatifs, le financement collectif<sup>40</sup> ou autres formes de dons, a connu une croissance. La plupart de ces modèles présentent des bénéfices sociaux et financiers et, tel qu'une étude le suggère, ils offrent une expérience philanthrope plus enrichissante et gratifiante que la méthode passive consistant à simplement écrire un chèque.<sup>41</sup>

Dans une publication récente, les Services économiques TD ont indiqué que le secteur caritatif était un pionnier dans le développement et l'utilisation de campagnes de financement collectif en ligne. Les campagnes initiales mettaient l'accent sur les levées de fonds afin de fournir des secours d'urgence pour les catastrophes naturelles. Les causes aux aspects sociaux continuent de dominer le modèle de financement collectif.<sup>42</sup> Bien que le potentiel pour une meilleure utilisation du financement collectif par les organismes de bienfaisance canadiens soit manifeste, la grandeur absolue du marché de financement collectif mondial, estimé être de 3 à 5 milliards de dollars américains, suggère qu'il est complémentaire aux techniques de collecte de fonds utilisées par les organismes de bienfaisance, plutôt qu'un substitut.

---

<sup>39</sup> Graham, Mark et Stefano De Sabbata. *Les sexes et les réseaux sociaux*. Institut Oxford Internet, Université d'Oxford. Octobre 2013

<sup>40</sup> D'après le National Crowdfunding Association of Canada, le financement collectif désigne « une campagne de financement par la collecte de petites contributions du public (le collectif) à l'aide de l'Internet et des médias sociaux. » D'après <http://ncfacanada.org/crowdfunding/>

<sup>41</sup> Swank, Katherine. « Fem-anthropie » : *Modèles philanthropes caritatifs et objectifs des femmes*. Mars/Avril 2010. AFP.

<sup>42</sup> TD Economics. *Financement collectif : Une prime d'encouragement pour les entreprises émergentes*. Le 29 janvier 2014.



## Les femmes canadiennes et la philanthropie

### Les principales conclusions des recherches

Tel qu'indiqué dans la section précédente, il existe une différence matérielle entre les donatrices actives et occasionnelles en ce qui concerne le montant annuel de soutien financier donné aux organismes de bienfaisance.

Cette section présente les principales conclusions des recherches primaires entreprises pour la Banque TD. Elles sont axées sur les opinions et les activités des donatrices qui sont à la fois actives et généreuses et dont les contributions aux organismes qu'elles appuient sont à la fois de longue durée et conçues pour être d'un impact mesurable sur leurs causes. En bref, les femmes décrites dans cette section sont des philanthropes.

Cette section est divisée en sous-sections correspondant aux thèmes principaux discutés avec les femmes qui ont participé aux discussions de groupes tenues dans les bureaux de Gestion de patrimoine TD dans les centres majeurs du Canada en avril 2014. Chaque groupe de discussion comprenait de six à dix femmes. Les sessions, sauf une exception, étaient enregistrées et les lignes directrices utilisées par les modérateurs étaient identiques pour chaque groupe.

## Qu'est-ce qui motive les femmes philanthropes canadiennes?

Il n'y avait aucun élément de motivation dominant qui a encouragé ce groupe de Canadiennes à passer du statut d'observatrices passives du monde autour d'elles à celui de personnes centrées sur la façon de changer et d'améliorer ce monde. En dépit du fait que toutes les femmes qui ont participé à cette recherche étaient définies comme étant à l'aise, il était aussi apparent que leur philanthropie ne fût pas nécessairement définie en termes financiers, mais plutôt en termes d'effort, d'engagement et d'un désir fondamental d'aider les autres en sacrifiant, en autant que possible, leurs ressources personnelles et leur temps. Une participante à la recherche issue de l'Ontario a déclaré :

**« La philanthropie vient du cœur. Ce n'est pas qu'une question d'argent. »**

Bien qu'il n'y avait pas d'élément de motivation dominant, les discussions ont révélé un nombre de thèmes inspirants communs. Plusieurs femmes ont mentionné que l'action de donner était ancrée dans leurs valeurs familiales et qu'il leur revenait de continuer à bâtir cette tradition altruiste. Quant à la question sur l'origine de cette tradition familiale, une variété de réponses ont été données. Ces facteurs en particulier avaient exercé une forte influence : l'appartenance à un groupe religieux depuis l'enfance, le fait d'avoir grandi dans une petite communauté, souvent rurale, et l'expérience vécue d'émigration d'un pays en conflit ou dans lequel les faibles circonstances économiques persistaient. Une participante élevée dans une famille où 10 % du revenu était alloué à des œuvres de bienfaisance a même suggéré qu'un retour à la dîme serait approprié.

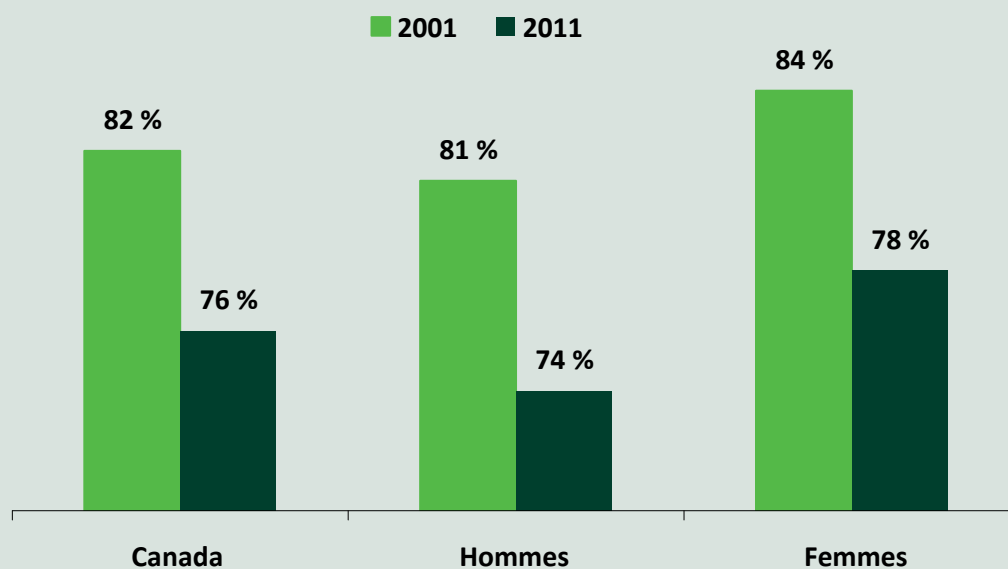
Leur rôle était de continuer une tradition familiale de prendre soin des moins fortunés.

Il était également évident que ces valeurs ont peu de chance d'être abandonnées par les femmes et que, en fait, la plupart s'efforcent à élever leurs propres enfants avec ces mêmes valeurs caritatives et partagent leurs expériences avec d'autres au sein de leurs communautés.

En citant ces influences qui avaient créé un ensemble de valeurs personnelles, des commentaires ont été soulevés exprimant une inquiétude concernant le déclin de la participation des Canadiens dans la religion organisée (voir le [Tableau 8](#)) et la possibilité que cet abandon de la fréquentation des églises, des temples ou des synagogues puisse nuire au développement du sentiment altruiste chez les jeunes Canadiens.

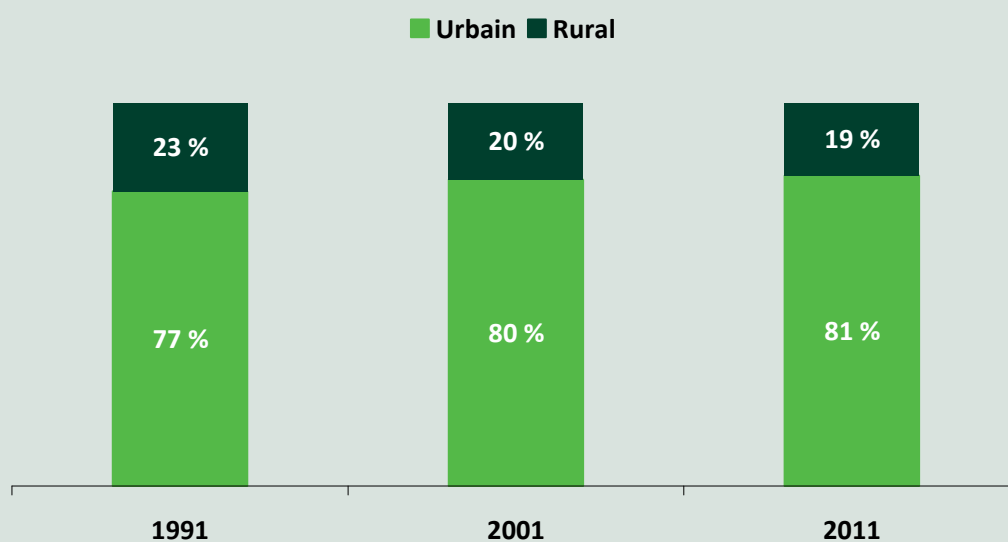
Il y a aussi eu une discussion à l'égard de la migration actuelle des communautés rurales vers les milieux urbains (voir le [Tableau 9](#)) et l'impact que cela peut exercer sur le développement d'un sens de responsabilité communautaire. De plus, la visibilité du besoin dans les petites communautés et la facilité relative à collaborer avec d'autres pour résoudre les problèmes locaux ont été mentionnées. Une participante d'Ottawa a décrit avoir grandi dans une petite communauté des Prairies et comment le potager de sa mère avait nourri la moitié du village durant des périodes de misère.

**Tableau 8 : Affiliations religieuses au Canada selon le sexe**



Source : Statistique Canada. Recensement 2011. D'après <http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/index-fra.cfm>

**Tableau 9 : Les populations urbaines et rurales au Canada**



Source : Statistique Canada. Recensement 2011 D'après <http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/index-fra.cfm>

## L'ACCUMULATION DU PATRIMOINE

Pour d'autres, l'élément de motivation principal était la réalisation que soit elles ou leur famille eussent atteint un niveau de bien-être financier leur permettant ainsi de contribuer suffisamment pour pouvoir générer un impact sur une cause particulière ou une œuvre de bienfaisance spécifique. Une grande partie de la richesse venait de l'opération ou de la vente de l'entreprise familiale, malgré plusieurs exemples de cadres haut placés et de leur famille arrivant à des conclusions semblables. Certaines femmes ayant participé aux discussions ont mentionné avoir plus d'argent qu'elles n'auraient jamais besoin dans leur vie, tandis que d'autres ont indiqué que leur fortune personnelle et parfois leur débuts modestes, les rendaient inconfortablement conscientes de la nécessité d'aider les gens dans le besoin.

Elles ont peu parlé des avantages fiscaux liés aux dons, que ce soit à travers la création de fondations privées ou par dons directs et il y a peu de preuves, du moins chez les répondantes, qu'un allègement fiscal soit un élément de motivation pour faire des dons caritatifs. Dans le contexte de la gestion de leur fortune, nombre de femmes ont indiqué que transmettre à leurs enfants la tradition de continuer leurs œuvres de charité entrerait dans leurs plans financiers et philanthropes, elles voulaient voir l'impact de leurs dons de leur vivant.

[Les participantes]  
voulaient voir l'impact  
de leurs dons de leur  
vivant.

## LA CHARITÉ CAUSÉE PAR UN ÉVÉNEMENT

Au-delà de la reconnaissance de leur fortune disponible, les femmes de partout ont mentionné des événements spécifiques ayant eu un impact profond sur leur vie ou sur la vie de leurs parents. Les femmes ont parlé de la mort de leur mari ou de membres de leur famille comme élément déclencheur de leur passion pour faciliter la recherche de traitements et de cures pour toutes sortes de maladies. D'autres ont mentionné des membres de leur famille ou des amis handicapés.

L'influence de la Seconde Guerre mondiale a été mentionnée plus d'une fois en matière de souffrance intense subie par les victimes en Europe et la réalisation du besoin de tendre la main aux autres. Cet événement était également vu comme un moment décisif dans le contexte des femmes collaborant pour appuyer les efforts des troupes ou des organismes tels que la Croix-Rouge.

Des valeurs personnelles chères auraient aussi joué un rôle encourageant les femmes à passer d'observatrices à participantes. Une femme a signalé le besoin d'ajouter une raison d'être à sa vie et une autre, venant de Toronto, a révélé qu'elle trouvait son travail pour une grande entreprise « vide de sens » et avait pris des mesures pour changer le centre d'intérêt de sa vie quotidienne. Dans plusieurs discussions, le besoin des femmes d'interagir avec d'autres femmes, l'importance des amitiés (et la volonté de se laisser influencer par des amis), les éléments naturels de compassion et d'attention de la nature féminine et le désir d'occuper son temps ont également été cités comme raisons pour devenir de ferventes défenseuses de causes charitables.

## FACE-À-FACE AVEC UN BESOIN

Il était clair dans bon nombre de cas qu'une des raisons les plus fortes pour s'impliquer était l'occasion de côtoyer de près un besoin spécifique et la reconnaissance que ce besoin puisse être comblé, ou tout au moins partiellement comblé, par le simple acte du don de bienfaisance. Une participante de Toronto a raconté une visite à un ami proche dans un foyer pour aînés, où elle a pris conscience que les spectacles musicaux jouaient un rôle important dans le bien-être des résidents et, potentiellement, pour les patients d'institutions semblables. Elle a ensuite contacté l'institution ainsi qu'un hôpital important et a fondé un programme qui tient encore la route après 18 ans.

Une autre participante a parlé qu'en arrivant dans une grande ville, elle a remarqué l'absence d'associations de grandes sœurs avec lesquelles s'impliquer. Plutôt que de s'en plaindre, elle a contacté l'association nationale des grandes sœurs et a établi une division locale. Finalement, l'établissement d'un Manoir Ronald McDonald à Calgary a été accompli par une philanthrope qui avait remarqué que, pour être près de leurs enfants, certains parents d'enfants gravement malades étaient contraints à dormir dans leur voiture parce qu'ils ne pouvaient pas se permettre d'autres formes de logement.

Conséquemment, certaines femmes en sont venues à la conclusion que pour arriver à effectuer des changements dans la société et dans la vie des moins fortunés, il n'était pas nécessaire d'attendre qu'on leur demande d'intervenir ou d'attendre que les politiciens et le gouvernement agissent.

## Les causes et les œuvres de bienfaisance

Il est apparent que, malgré bien des similarités, les Canadiennes ne forment pas un groupe homogène dans leur rapport avec les causes qu'elles soutiennent et la façon dont elles décident d'y contribuer.

## SOURCES D'INSPIRATION

Il paraît évident par les discussions que les expériences personnelles, les opinions de leur famille et la scène de leur vie jouent un rôle important au moment de guider les décisions des donatrices. Par exemple, les femmes ayant voyagé considérablement avaient plus tendance à être conscientes des opportunités internationales de bienfaisance et à réagir devant ces besoins. De même, celles qui avaient grandi et vécu la plus grande part de leur vie dans une même communauté ou région spécifique étaient davantage portées à donner aux causes locales.

Bon nombre de femmes ayant participé à cette recherche ont mentionné l'existence d'une stratégie globale pour donner, qui identifie les causes clés, sinon les organismes spécifiques de bienfaisance, pouvant recevoir la majorité de leur soutien financier. Certaines de ces stratégies étaient de nature personnelle, bien que la majorité englobait des buts et objectifs pour soit le ménage ou une unité familiale élargie qui pourrait s'étendre jusqu'aux frères, sœurs, neveux et nièces.

## DES CHOIX JUDICIEUX

Il régnait un consensus parmi les participantes à savoir qu'au début de leurs entreprises philanthropes, elles s'enthousiasmaient pour une grande variété de causes et d'organismes de bienfaisance. Toutefois, avec le bénéfice d'une plus grande fortune, expérience et maturité, le nombre de causes défendues décroissait. Une des causes de cette réduction n'était pas un manque de ressources ou une lassitude des donatrices mais plutôt un désir d'engendrer un impact et la constatation qu'un impact significatif serait plus facilement atteint par des dons concertés.

Interrogées sur la nature des causes et des organismes de bienfaisance qu'elles avaient choisi de soutenir, bien qu'il y avait des thèmes communs, elles ne s'entendaient pas sur tout. Un de ces points de divergence était le secteur de la santé. Pour certaines, ce domaine, dans son sens le plus large, était sous la responsabilité directe du gouvernement et d'y injecter des fonds supplémentaires ne ferait que dupliquer, d'une certaine façon, les efforts du secteur public. En contraste, les autres participantes ont spécifié que le financement de la recherche sur les maladies telles que le cancer et le HIV/sida était critique au progrès et que le financement continu de cette recherche était une priorité pour elles.

Un de ces facteurs [de réduction du nombre de causes] n'était pas un manque de ressources ou une lassitude des donatrices, mais plutôt un désir d'effectuer un impact.

Un autre point de désaccord était l'importance des causes locales et nationales par rapport aux causes internationales. Certaines se tournaient décidément vers les causes locales, où l'évidence de l'impact de leurs dons était immédiate et visible. D'autres visaient principalement l'éducation et l'allègement de la pauvreté dans les nations faibles et instables du monde en développement. Certaines s'inquiétaient des grands organismes de bienfaisance qui utilisent leurs ressources pour une publicité excessive et la production de matériel de marketing en papiers brillants, ce qui tend à couper l'herbe sous les pieds des organismes locaux qui ont grandement besoin d'aide.

## POINTS COMMUNS

Peu d'arguments ont été manifestés sur l'importance de l'éducation, particulièrement pour les femmes et les jeunes filles, que ce soit au plan national ou international. La justice sociale, les jeunes vulnérables, les arts et les artistes sont d'autres thèmes qui attirent l'appui général des femmes philanthropes. Dans plusieurs villes, des problèmes locaux (l'environnement et la situation critique du saumon sont deux exemples de préoccupations pour les philanthropes de la Colombie-Britannique, par exemple, qui ne se retrouvent pas dans d'autres régions).

Les problèmes locaux ressortent souvent comme étant de la plus haute importance.

D'une manière générale, beaucoup sont d'avis que les femmes ont plus tendance que les hommes à fournir des ressources financières aux

organismes de bienfaisance qui viennent en aide aux plus nécessiteux, et à ceux qui pourraient bénéficier d'une voix plus forte pour acheminer leurs messages aux oreilles des décideurs afin d'obtenir d'autres formes de financement. Par exemple, peu de femmes du groupe de recherche se dédiaient à financer des programmes universitaires (d'après bien des femmes, le domaine des hommes philanthropes).

## LA CRÉATION D'UN PLAN

Plus d'une participante a exprimé l'opinion que la façon dont les décisions caritatives sont maintenant prises diffère du procédé plutôt patriarcal qui existait il y a 20 à 30 ans. On a également fait valoir que les hommes, en dépit de leur dominance au sein des conseils d'administration des organismes de bienfaisance (une situation qui n'est pas propre au Canada), sont moins impliqués dans les dons de charité et activités caritatives en général et tendent à déléguer ces responsabilités à leur épouse ou partenaire.

Bien des femmes sont de l'avis que les fonds disponibles pour les œuvres caritatives font partie du patrimoine familial et non personnel et que par conséquent, la famille doit jouer un rôle direct dans ces décisions. Une membre du groupe de discussion a mentionné que sa famille avait un plan de cinq ans pour leurs activités philanthropes et que chaque année, les membres de cette famille se réunissent pour voter quant aux œuvres à appuyer.

Pour ces femmes qui avaient une stratégie de dons de charité plus ou moins définie, il était communément admis qu'il est difficile d'appuyer plus de quatre causes à la fois (une opinion appuyée par la recherche sur les habitudes caritatives des femmes dans l'ensemble). Une

Il est difficile de donner à plus de quatre causes à la fois.

des raisons pour limiter le nombre de causes et d'organismes de bienfaisance était le besoin de plusieurs femmes d'établir une étroite relation avec les organismes sélectionnés, un besoin que plusieurs identifient comme unique aux femmes.

Quelques-unes d'entre elles, de par leurs circonstances personnelles, étaient les seules à prendre ces décisions. D'autres étaient encouragées à agir seules par les membres de leur famille qui eux-mêmes désiraient poursuivre une stratégie indépendante. Un petit groupe de participantes ont reconnu ouvertement qu'elles répondaient trop rapidement à quiconque frappait à leur porte et aux requêtes de soutien de leurs amis et de leurs voisins. Ainsi, la majeure partie de leurs dons étaient effectués de manière spontanée et ne correspondaient à aucune stratégie identifiable.

## Les relations avec les œuvres de bienfaisance

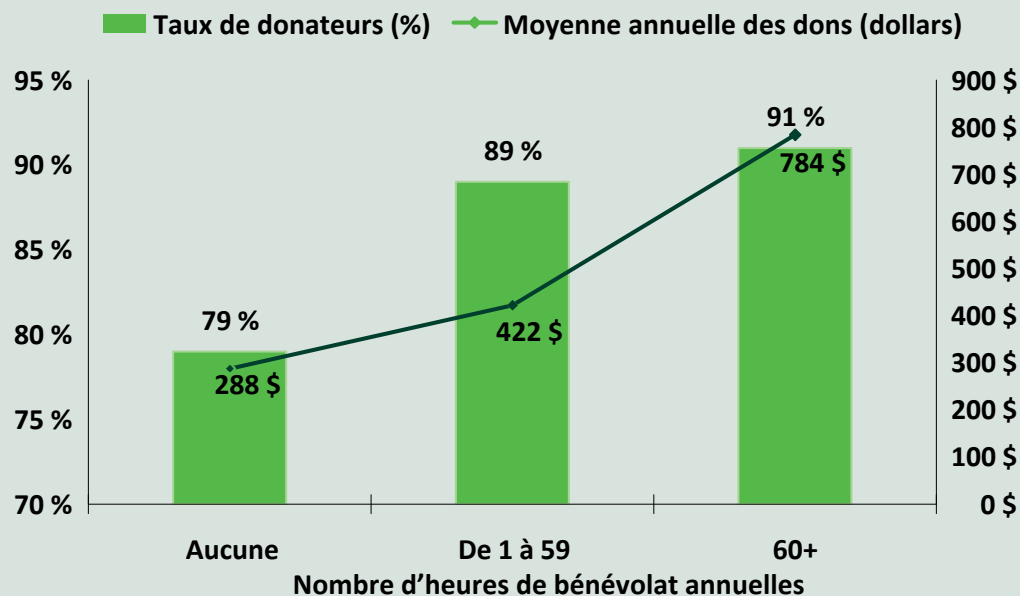
Tel que précisé par une participante, les donatrices n'aiment pas gaspiller leur argent et il était clair que plusieurs redoublaient d'efforts pour estimer la nature, le détail et la validité financière des organismes de bienfaisance avant de faire un don ou de s'engager. Cette sous-section résume les approches entreprises à cet effet.

Dans plusieurs cas, il était clair que les donatrices potentielles approchaient les occasions de soutenir une œuvre de charité avec une certaine prudence et qu’une bonne dose de diligence raisonnable était exercée. À travers les discussions, trois approches principales ont fait surface : le bénévolat, l’étude de l’information et des états de compte et les discussions avec les membres des conseils d’administration et de la gestion.

## MEILLEURE COMPRÉHENSION À TRAVERS LE BÉNÉVOLAT

Bien des femmes croient que l’implication dans le bénévolat est une façon efficace pour apprendre ce que sont les activités et la culture d’un organisme de bienfaisance et, comme suggéré par une participante, de découvrir s’il y a du « linge sale ». Une étude menée par Statistique Canada a confirmé une corrélation positive entre les heures passées comme bénévole et le montant d’argent donné. Le [Tableau 10](#) montre, par exemple, que 91 % des femmes qui font plus de 60 heures de bénévolat par année donnent aussi aux organismes de bienfaisance d’une façon ou d’une autre et que les dons moyens annuels qu’elles versent sont de 784 \$.

**Tableau 10 : Heures de bénévolat, taux de donateurs et valeurs des dons au Canada**



Source : Statistique Canada. Les dons de bienfaisance des Canadiens 2012.

La période de bénévolat considérée raisonnable variait considérablement, avec une participante indiquant avoir fait du bénévolat pendant deux ans avant de s’impliquer financièrement. Le bénévolat permettait également aux donatrices potentielles d’effectuer ce qu’elles appelaient des « visites de sites ». Ces visites offraient non seulement la chance de voir les œuvres en action mais aussi de rencontrer les bénéficiaires du service fourni par l’organisme.

Quelques-unes des femmes des groupes de discussion préféraient offrir leurs services à l'aide de participation au conseil d'administration, ce qui avait comme avantage de leur donner un accès relativement aisé au personnel de gestion des organismes caritatifs de façon continue. Les femmes qui ont choisi de ne pas devenir bénévoles, mais de quand même maintenir leur statut de donatrice, se tournaient également vers les conseils de direction des organismes de bienfaisance pour toute information susceptible de compléter leur analyse.

## APPRENDRE À CONNAÎTRE LE CONSEIL D'ADMINISTRATION ET LES DIRIGEANTS

Ces donatrices peuvent également avoir cherché à développer des relations avec la direction et les préposés principaux aux dons, ainsi qu'avec les donateurs actuels importants, et ce afin d'obtenir de l'information non disponible par les sources publiques conventionnelles, telles que l'ARC ou le site Web d'un organisme et leurs rapports annuels. L'information recueillie peut comprendre : les tactiques de levées de fonds d'un organisme, leur dépendance au financement gouvernemental, le plan stratégique du moment et leurs réussites antérieures vis-à-vis l'atteinte de leurs objectifs.

On a fait remarquer qu'une des pénalités à n'exprimer qu'un faible intérêt envers une œuvre de charité était le risque d'être soumises à des demandes de financement fréquentes, une habitude qu'un nombre de participantes a dénoncée comme plutôt probable d'endommager la capacité d'un organisme à mener à bien des campagnes de financement.

Plusieurs participantes étaient préoccupées par le taux relativement élevé de roulement des cadres et de personnel affecté au développement, ce qui peut nuire à la croissance de relations à long terme. Une autre préoccupation signalée était le potentiel de créer des déséquilibres entre une campagne pour trouver de nouveaux donateurs et l'engagement simultané de donateurs existants à long terme. On a également fait remarquer qu'il est plus difficile de créer des liens personnels avec les grands organismes caritatifs nationaux et que cela peut contribuer à l'intérêt prononcé des femmes philanthropes dans le travail d'organismes locaux de plus petite taille.

Plusieurs participantes étaient préoccupées par le taux relativement élevé de roulement des cadres et de personnel affecté au développement.

## ANALYSE

Les objectifs principaux du procédé de recherche précédant un don, d'après les répondantes, ont clairement pour but d'établir le degré d'efficacité avec lequel un organisme est géré et administré et jusqu'à quel point les dons financent la mission de l'organisme, comparé à leurs frais d'exploitation. Les donatrices montrent beaucoup d'intérêt à comprendre et à suivre l'impact des dons, que ce soit par des programmes d'action directe ou des rapports annuels ou de projets spéciaux. La plupart des donatrices actives semblent conscientes que leurs demandes d'information pèsent sur le défi de garder les coûts administratifs à un niveau raisonnable et admettent qu'il existe un conflit inhérent entre ces demandes.

En discutant du procédé de diligence raisonnable, il est apparu évident que les femmes ayant une formation commerciale se sentaient plus à l'aise pour étudier des états financiers que celles qui n'étaient pas dotées de ce type d'expérience. Ces dernières, pour la plupart, s'en remettaient à leur mari ou partenaire pour les aider dans leurs analyses.

La plupart des participantes de cette recherche ressentaient aussi clairement le besoin que toute évaluation soit objective et que la pression exercée par leurs pairs et les avis de leurs relations personnelles, bien qu'utiles, ne devraient pas peser lourd dans leurs décisions finales. Certaines femmes ont identifié d'autres sources de conseils objectifs et valables, tels que ceux provenant d'un avocat, d'un comptable ou de conseillers spécialisés de grandes institutions financières.

Ceci dit, la notion que les conseillers financiers traditionnels possèdent les connaissances ou l'intérêt de s'impliquer dans le conseil des activités philanthropes était peu répandue. Toutefois, nombre d'entre elles ont convenu que déboursier les richesses accumulées ou une portion du revenu annuel d'un ménage représente une décision financière importante qui pourrait avoir un impact sur leurs bilans ainsi que sur l'état des résultats et la situation fiscale d'un ménage.

## RAPPORTS ANNUELS

Les sources d'information les plus citées étaient les rapports annuels publiés par les organismes de bienfaisance, comme les déclarations déposées à l'ARC. Fondations philanthropiques Canada et de nombreuses autres fondations communautaires ont également été nommées. Bien des femmes considèrent le fait de verser des dons substantiels comme une décision d'affaires ou d'investissement et de ce fait, s'attendent à un retour qui peut être décrit comme un impact sur l'investissement, plutôt qu'un retour.

Une participante a fait remarquer qu'elle avait besoin de connaître le cas de l'entreprise autant que le cas de la personne. Une autre a signalé qu'elle voyait un don important comme un investissement sur l'avenir et a rappelé aux organismes de charité que la richesse qui était donnée ne s'était pas gagnée facilement et qu'elle avait un sens de responsabilité envers les autres membres de la famille de s'assurer que ces dons ne seraient pas gaspillés.

Bien des femmes considèrent l'acte de donner comme une décision d'affaires ou d'investissement.

Le point de mire durant toute analyse financière semble être le rapport entre le coût des levées de fonds et le revenu ou ce qu'il en coûte pour recueillir un dollar et, pour certaines donatrices participantes, semble être le seul rapport à avoir de l'importance.

Durant la phase d'examen, peu d'attention ne semblait être prêtée aux mesures financières telles que :

- La croissance annuelle nette du nombre de donateurs
- La taille moyenne d'un don
- Le rendement du capital investi
- La présence de donateurs dominants pouvant compromettre l'œuvre de charité si leur support était retiré
- Le taux de renouvellement du don (ou le taux de conversion du second don)

Des conseils [étaient nécessaires] sur les questions à demander et l'information correcte à obtenir.

Quelques participantes ont signalé avoir besoin de conseils sur les questions à demander et l'information correcte à obtenir. De légères critiques ont été exprimées sur le fait que certains bilans annuels ne contenaient pas assez d'information sur les projets individuels afin que les donateurs puissent évaluer l'influence de leurs dons. En même temps, on reconnaissait que la concurrence entre les organismes de bienfaisance, aussi bien que leurs réglementations renforcées, avait mené à un meilleur établissement de rapports.

## AUTRES POINTS IMPORTANTS

Outre les mesures financières quelque peu générales, plusieurs autres points d'intérêt ont été identifiés par les femmes ayant assisté aux discussions de recherche. Par exemple :

- La bonne volonté des comités de gestion des organismes de bienfaisance d'écouter leurs donateurs et de reconnaître qu'ils ont des obligations envers eux
- L'intérêt des organismes à voir leurs donateurs comme plus qu'une simple source de financement
- Le rôle des organismes comme défenseurs du changement des politiques publiques
- La présence d'un conseil consultatif autant que d'un conseil de surveillance
- La capacité et la bonne volonté des organismes à s'adapter aux habitudes changeantes de la communauté de donateurs

Par ailleurs, en rapport à la duplication des activités caritatives déjà mentionnées, les participantes ont souvent attiré l'attention sur la nécessité pour les organismes de même nature à coopérer et à se consolider afin de mieux servir les intérêts des causes fondamentales, de réduire les coûts administratifs et de tempérer la confusion chez les donateurs potentiels.

Enfin, dans presque tous les groupes de discussion, les femmes ont souligné l'importance de remercier les donateurs personnellement, peu importe le montant de leur don. Les organismes qui font parvenir un simple reçu fiscal étaient critiqués, tout comme ceux qui envoient une demande immédiate de fonds supplémentaires et ce, avant même que le don initial ait été mis à bon usage. Le message était clair : les organismes doivent éviter de ne pas remercier suffisamment et de trop demander.



## Faire grandir la communauté de donatrices

Bien qu'il a été démontré qu'un pourcentage supérieur de femmes que d'hommes contribue, il y a un sentiment général que d'énormes possibilités inexplorées existent parmi les donatrices potentielles et que la philanthropie chez les femmes, bien qu'elle n'en est plus à ses premiers pas d'aucune manière, n'est pas encore établie fermement dans tous les coins du pays.

Des signes que la communauté de femmes philanthropes a cessé de croître existent dans quelques villes canadiennes en dépit de la richesse évidente dans la communauté et du fait que les organismes de bienfaisance doivent compter sur un groupe relativement restreint de donatrices de haut niveau.

D'énormes possibilités inexplorées existent parmi les donatrices potentielles.

### OBSTACLES SUR LE CHEMIN DE LA GÉNÉROSITÉ

Certains des problèmes identifiés par les participantes (qui pourraient entraver la bonne volonté et la capacité à d'autres femmes de s'engager pleinement dans les œuvres de charité) comprennent :

- Le nombre grandissant de femmes qui détiennent des postes à temps plein de haut niveau
- La réduction du nombre de jeunes femmes qui font du bénévolat (souvent cité comme un tremplin pour devenir donatrice)
- Le peu de temps disponible des femmes qui élèvent une famille
- Un sentiment général que, dans certaines régions, la cohorte de femmes âgées de 30 à 40 ans est plus concentrée sur la consommation et le confort personnel et s'implique peu dans les affaires financières de la famille
- Un manque de communauté dans les villes à expansion rapide telles que Calgary, où une grande partie du succès financier a été atteint par des gens de l'extérieur

### PLUSIEURS POSSIBILITÉS

Lorsque mises au défi d'identifier des façons d'augmenter le niveau de participation des femmes en matière de temps, de talent ou de générosité, nombre de suggestions ont été proposées dans le but de reconnaître quelques-uns des obstacles qui doivent être surmontés.

Plusieurs participantes ont encouragé les organismes à communiquer avec les femmes directement plutôt que d'attendre d'être abordés par elles. Ces organismes ciblés sont ceux qui s'alignent principalement sur les causes qui attirent les femmes, telles que les problèmes sociaux, de santé et d'éducation associés aux jeunes femmes. Bien que les causes

internationales étaient considérées importantes et, dans le cas du secours aux sinistrés, appelantes émotionnellement, les œuvres locales, représentant les causes communautaires clairement visibles, semblaient être un premier pas logique sur le chemin de l'engagement avec les plus grands organismes.

Certains organismes étaient perçus comme trop pressés de se constituer une base de donateurs plutôt que de se développer une vaste base de partisans n'étant pas nécessairement des contributeurs dès le début. Les activités où les donatrices existantes étaient invitées à amener leur famille et leurs amis à écouter les expériences d'un organisme et de leur travail, sans appel à contribuer, étaient considérées comme des approches positives. Ce type d'activité était considéré comme correspondant aux intérêts des femmes, tels que les abris pour les femmes et les jeunes filles à risque et, en même temps, comme solution à un manque apparent d'enthousiasme face aux campagnes visant la communauté élargie ou au niveau national.

## ENCOURAGER DES BÉNÉVOLES

Elles ont discuté des mérites des femmes bénévoles dans les écoles que leurs enfants fréquentaient et des écoles qui doivent également jouer un plus grand rôle dans le développement de l'engagement communautaire et l'encouragement aux habitudes caritatives chez les enfants. Une participante a mentionné avoir donné à ses enfants une allocation à n'être utilisée que pour des causes charitables et les a encouragés à rechercher et à identifier les œuvres qu'ils aimeraient appuyer.

La Jeune Ligue, une organisation composée de jeunes femmes et fondée à New York en 1901 dans le but d'améliorer les conditions de vie des immigrants, a été citée comme un type d'organisation efficace qui servait la communauté en rassemblant les femmes aux valeurs personnelles et objectifs communs.

On nous a fait remarquer que, contrairement à la plupart des organismes de bienfaisance, il y a un coût et une discipline associés à l'affiliation à la Jeune Ligue, ce qui a le potentiel de limiter la participation aux femmes d'un certain niveau d'aisance financière et qui ont le loisir d'allouer leur temps aux activités de la ligue. Les cercles de charité féminins étaient identifiés comme des solutions plutôt modestes, moins structurées et possiblement plus attirantes pour les femmes cherchant à s'engager dans des œuvres caritatives. Women Moving Millions a été citée comme exemple, bien que, encore une fois, le coût d'adhésion à un tel cercle aurait tendance à limiter le nombre de celles qui voudraient s'y joindre.

## NOUVEAUX MODÈLES DE CHARITÉ

Les galas et les tournois de golf, ainsi que les activités de campagnes de fonds hivernales et estivales de bien des organismes de bienfaisance n'étaient pas considérés comme de bonnes méthodes de recrutement. Ces activités étaient davantage vues comme attrayantes pour les entreprises plutôt que pour les femmes individuellement. Ce genre d'activités utilise aussi une bonne portion des ressources, ce que bien des organismes ne sauraient se permettre. Peu appuyaient le point de vue selon lequel de telles activités sensibilisent les gens en plus d'amasser des fonds, comme le démontre le faible taux de conversion de personnes présentes en donateurs fiables.

D'autre part, les femmes reconnaissaient que des activités telles que les marches pour certaines causes, les courses à vélo, les marathons, valaient autant que les collectes de fonds avec le bénéfice de ne pas coûter cher pour les participantes et, dans plusieurs cas, miser sur une activité saine pour toute la famille.

Un autre point de discussion pointait vers le besoin pour les organismes de bienfaisance d'adapter leurs techniques et leurs modèles de collecte de fonds pour tenir compte de l'utilisation répandue des médias sociaux et d'Internet. Le modèle entrepreneurial des organismes de bienfaisance devait être flexible pour pouvoir captiver de manière efficace l'attention des jeunes femmes. Il était vu comme essentiel de développer des sites Web informatifs et interactifs, ainsi que d'utiliser des sites sociaux comme Facebook et Twitter afin de sensibiliser et de garder contact avec leurs donateurs et sympathisants potentiels.



## Conclusions

D'après la revue de la littérature et la recherche qualitative, il est évident qu'en dépit de l'expansion modeste du volume de donatrices ces dernières années, l'horizon de la croissance de la générosité des donatrices actives canadiennes est ensoleillé.

Tel qu'il a été établi, les femmes jouent un rôle de plus en plus important dans l'économie canadienne. Leur influence croissante sur l'utilisation des revenus et de leur patrimoine accumulé au sein des ménages canadiens, ainsi que le fait qu'elles seront vraisemblablement les bénéficiaires initiales d'un transfert de fortune substantiel d'ici dix ans, appuient cette idée.

Les perspectives pour la philanthropie féminine restent positives.

### CONCRÉTISER L'OPPORTUNITÉ

Pour que les occasions de croissance se réalisent, la participation d'une communauté plus importante de femmes sera nécessaire de même qu'un niveau d'engagement supérieur de la part des organismes de bienfaisance canadiens à aborder les femmes dans le pays entier. Le développement d'une communauté de femmes philanthropes peut être partiellement atteint par le biais d'efforts des membres existantes afin d'en démontrer la valeur personnelle et sociétale de la charité aux femmes de tous les âges et antécédents.

La participation d'un plus grand nombre de femmes peut également être encouragée par l'établissement de nouveaux forums innovateurs par lesquels l'information, les idées et les opinions puissent être confortablement et confidentiellement échangées. L'enthousiasme et l'appréciation démontrés par les femmes qui ont participé aux groupes de discussion de recherche de la Banque TD représentent en soi une fondation sur laquelle bâtir.

### REHAUSSER LE PROFIL

De leur côté, les organismes de bienfaisance, particulièrement les organismes locaux, ont besoin de rehausser leur profil avec les femmes éminentes au sein de leur communauté et de créer du matériel désigné à encourager une participation générale ainsi que le développement de relations plutôt que de solliciter des dons immédiatement. Le matériel doit aller au-delà des bilans annuels et se concentrer sur la démonstration de l'impact des dons reçus. Les organismes de bienfaisance doivent également se montrer compréhensifs du fait que les dons importants provenant des femmes peuvent ne pas être versés rapidement ni être faits par elles seules.

## ACTION REQUISE

Tel que déjà mentionné, il a été remarqué que les conseils d'administration des organismes de bienfaisance ont tendance à être dominés par des hommes en dépit du fait que les femmes y sont souvent employées comme cadres et bien souvent représentent la majorité des donateurs et des bénévoles. Des initiatives pour rétablir ce déséquilibre s'inscriraient dans la bonne direction et seraient bien accueillies par les femmes philanthropes canadiennes.

Les femmes cherchent également à ce que les organismes de bienfaisance prennent davantage de mesures vers la coopération et la consolidation. Ces dernières années, le taux de croissance des organismes de bienfaisance enregistré a surpassé le rythme de croissance des entreprises commerciales. La rationalisation du secteur caritatif par des fusions et des alliances, par exemple, serait largement appuyée par les donatrices actives qui préféreraient soutenir des œuvres de charité individuelles plutôt que collectives.

## LE BESOIN DE CONSEILS

Bien que les avocats et les comptables fournissent un conseil technique pertinent aux philanthropes et que les fondations communautaires soient une source cruciale d'information locale, bon nombre de femmes philanthropes ont indiqué qu'il existe une carence de conseils objectifs qualifiés pour les guider, elles et leur famille, à déterminer une stratégie caritative, créer les structures caritatives les mieux appropriées et aider à juger au mieux le calendrier de leurs dons.

Il existe une carence de conseils objectifs qualifiés.

## LE RÔLE DU GOUVERNEMENT

Le leadership de différents niveaux de gouvernement en matière de la formulation et de l'implémentation de politiques publiques en soutien au travail des organismes de bienfaisance était considéré comme étant important. De plus, la bonne volonté des gouvernements à écouter les voix et les opinions des organismes de bienfaisance au moment de considérer les réponses politiques aux problèmes publics était considérée un point important. Les donatrices actives appuyaient également les actions du gouvernement pour réguler les organismes de bienfaisance afin d'améliorer la stabilité du secteur. Vue avec un degré moindre d'importance était la disposition d'incitations fiscales supplémentaires et plus favorables, à condition toutefois qu'elles ne constituent pas les motifs primaires de l'activité philanthrope.

L'influence des femmes sur les organismes de bienfaisance canadiens est déjà significative. La recherche entreprise en préparation pour ce rapport suggère que, dotées de l'opportunité et des incitatifs adéquats, les femmes deviendront de formidables agents de changement au sein de la société canadienne.

## Le programme de placement pour les femmes TD

Le programme « Votre histoire, votre futur » est le premier programme de placement expérientiel pour les femmes au Canada.

Développé pour servir aux femmes qui influencent une part large et croissante de la richesse du Canada et qui cherchent une expérience d'investissement distincte de celle des hommes. Une des grandes différences entre les hommes et les femmes qui investissent est le désir de vivre une relation financière et consultative plus holistique, basée sur la conception et la réalisation de grands objectifs de vie plutôt que de simplement arriver à une meilleure valeur de référence financière. Le programme est présidé par Sandy Cimatori, directrice de l'exploitation, Gestion de patrimoine TD, cadre responsable du Programme de placement pour les femmes, et dirigé par Janice Farrell-Jones, vice-présidente, Produits d'épargne de détail et de placement, cadre responsable du Programme de placement pour les femmes et Vanessa Iarocci, directrice de programme, Programme de placement pour les femmes.



**Sandy Cimatori**  
Directrice de  
l'exploitation, Gestion  
de patrimoine TD,  
cadre responsable de la  
Stratégie de placement  
pour les femmes



**Janice Farrell Jones**  
Vice-présidente, Produits  
d'épargne de détail et  
de placements; cadre  
responsable,  
Programme de placement  
pour les femmes



**Vanessa S. Iarocci**  
Directrice de  
programme,  
Programme de  
placement pour les  
femmes



**Jo-Anne Ryan**  
vice-présidente,  
Philanthropie, Services-  
conseils de Gestion de  
patrimoine  
et directrice générale,  
Fondation de dons  
particuliers

Jo-Anne Ryan s'est jointe à Gestion de patrimoine TD en 2003. Elle mène l'équipe de services-conseils philanthropiques à l'intérieur des services-conseils Gestion de patrimoine. Elle est la directrice générale et l'architecte de la Fondation de dons particuliers, le tout premier programme de fonds orienté par le donateur lancé par une institution financière canadienne qui fournit une structure permettant de léguer un héritage durable de manière simple et efficace. Jo-Anne développe des stratégies afin d'aider les clients à incorporer la philanthropie dans leur planification générale financière et successorale.

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, ou pour discuter de la manière dont TD Gestion de patrimoine peut vous aider à accomplir vos objectifs philanthropes, veuillez contacter :

Jo-Anne Ryan  
416-308-6735  
[joanne.ryan@td.com](mailto:joanne.ryan@td.com)

## À propos d'Investor Economics

Investor Economics est une société canadienne d'experts-conseils et de recherche spécialisée dans l'évaluation et l'analyse de données factuelles sur les sociétés canadiennes offrant des services au détail en matière de finances et de gestion de patrimoine. Établie en 1992, Investor Economics est devenue un leader d'opinion en services financiers en identifiant les tendances et en créant des points de référence pour encourager l'industrie à la suivre. Investor Economics fournit des commentaires fréquents sur tous les aspects des services financiers de l'industrie et des services pour les donateurs et les institutions actives dans le secteur sans but lucratif.

Keith Sjögren est le consultant principal et le directeur général, services-conseils chez Investor Economics. Il est associé avec l'École d'administration et de politique publique à l'Université de Carleton et il est le président du Comité consultatif du programme de maîtrise en philanthropie et en leadership dans le secteur sans but lucratif.

### AVERTISSEMENT

Cette publication n'est publiée qu'à titre d'information et ne peut être utilisée à d'autres fins. Investor Economics a dérivé l'information de la documentation des travaux de recherche effectués par des tierces parties et de données provenant de groupes de discussion menés par Investor Economics. De telles sources sont réputées fiables et les procédures utilisées pour résumer, analyser et consolider cette information sont basées sur des pratiques approuvées et des principes du secteur des fonds de placement. Toutefois, comme conséquence de cette méthodologie, Investor Economics n'offre aucune garantie quant à l'exactitude, à l'exhaustivité des données ou à l'actualité des renseignements, des analyses ou des opinions contenues dans cette publication ou leur utilité ou leur pertinence dans quelque circonstance que ce soit et décline toute responsabilité de quelque nature que ce soit à l'égard de tout préjudice ou de perte subie qui résulterait de la confiance portée à cette information ou à son utilisation.

# INVESTOR ECONOMICS





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

Des commissions, des commissions de suivi, des honoraires liés au rendement et à la gestion et autres dépenses peuvent tous être associés à des investissements dans les fonds communs de placement. Veuillez lire le prospectus avant d'investir, qui contient de l'information détaillée sur l'investissement. Les fonds communs de placement ne sont pas garantis ni assurés, leur valeur change fréquemment et les rendements passés peuvent ne pas se répéter.

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

Toutes les marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

®/TM ©2013 Morningstar est une marque déposée de Morningstar Research Inc. Tous droits réservés.

\*/ Le logo TD et les autres marques de commerce sont la propriété de La Banque Toronto-Dominion ou d'une filiale en propriété exclusive au Canada et (ou) dans d'autres pays.