



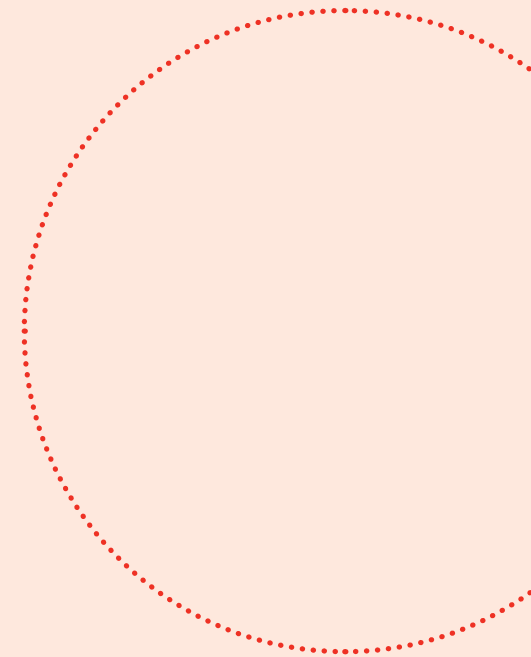
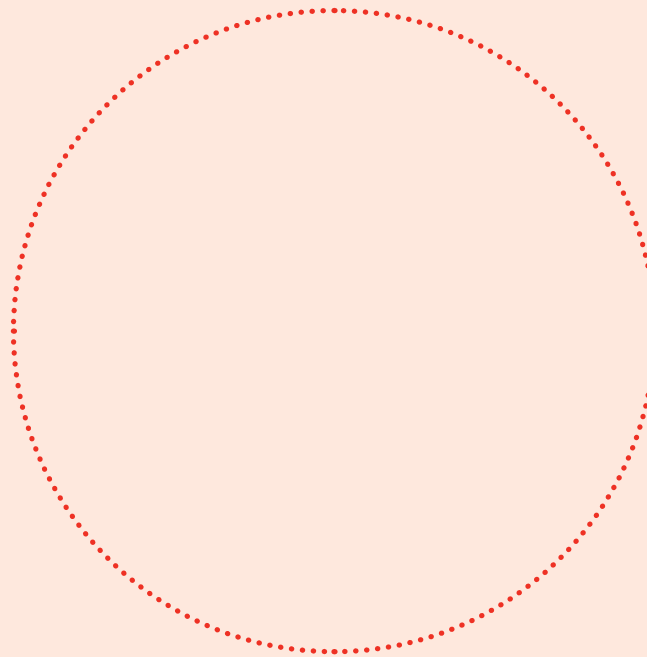
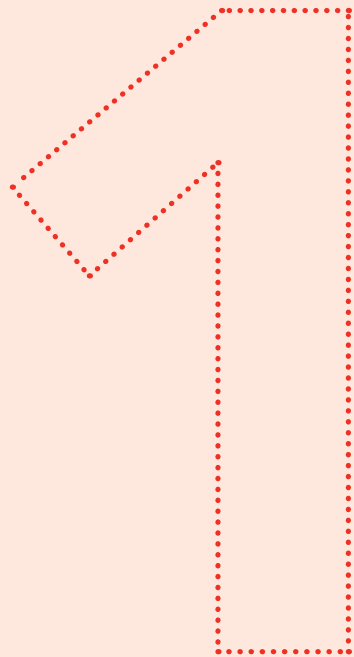
100



Centraide
United Way
Canada

Rapport annuel 2019

ICI, AVEC CŒUR, DEPUIS 100 ANS



● TABLE DES MATIÈRES

01 REVUE DE
L'ANNÉE 2019

06 SINCÈRES
REMERCIEMENTS

07 NOTRE ENGAGEMENT

10 RAPPORT FINANCIER

17 NOS CHEFS DE FILE

21 NOTRE ÉQUIPE

24 UN MILLION DE MERCIS

26 CENTRAIDE UNITED
WAY À L'ÉCHELLE
DU CANADA

• **NOTRE MISSION :**

Améliorer la qualité de vie des gens, notamment les plus vulnérables, et bâtir la collectivité en incitant les citoyens à l'action et en suscitant l'action concertée.

• **NOTRE VISION :**

Chacun et chacune, dans chaque communauté, a la possibilité de réaliser son plein potentiel.

• **NOS VALEURS :**

Faire preuve de confiance, d'intégrité, de respect, d'inclusion et de transparence

Inciter les gens à faire du bénévolat et promouvoir le leadership exercé par les bénévoles

Appuyer l'innovation, les partenariats et l'action collective

Jouer un rôle de premier plan non partisan

Accueillir la diversité

• Revue de l'année 2019

Au nom du conseil d'administration et du personnel de Centraide United Way Canada (CUWC), nous sommes heureux de vous présenter notre Rapport annuel 2019, qui marque un siècle de présence, ici, avec cœur pour nos collectivités.

Depuis 100 ans, CUWC dirige et appuie des initiatives visant à résoudre les problèmes sociaux les plus difficiles du Canada. Aujourd'hui, notre façon de travailler a changé par rapport à celle de 1919; toutefois, la générosité, l'ouverture, la tolérance, la diversité, la compassion et la responsabilité collective demeurent au cœur de notre mission.

En 2019, nous avons célébré 100 ans de mobilisation des Canadiens pour bâtir des collectivités plus fortes partout au Canada. C'était aussi une année de renouvellement, car nous avons mobilisé les principaux cadres supérieurs et dirigeants bénévoles de Centraide United Way (CUW) pour renouveler notre vision, notre mission et nos valeurs communes dans le cadre de notre projet État futur.

Nous avons concrétisé cette vision grâce à nos efforts soutenus pour sensibiliser nos collectivités et trouver des solutions aux problèmes auxquels il faut n'être #JamaisIndifférents : pauvreté, itinérance, droit au logement, réussite des jeunes, violence familiale, santé mentale. Nous y sommes parvenus grâce à notre défense des intérêts et à notre participation active à la politique publique fédérale, à notre campagne de sensibilisation #JamaisIndifférents et à nos efforts de mobilisation et d'investissement stratégique de plus de 540 millions de dollars à travers le Canada.

Ce travail important a permis de jeter des bases solides pour permettre à CUWC et à son réseau de membres CUW partout au Canada de mobiliser des particuliers, des partenaires des milieux de l'entreprise, des syndicats et des fondations pour réagir à la crise de la COVID-19 à laquelle nous faisons face en 2020.

PROJET ÉTAT FUTUR

En juillet 2019, à la suite d'un processus d'engagement concerté d'un an qui a rassemblé des hauts dirigeants et des bénévoles de partout au pays, nous avons publié le rapport final sur le projet État futur. Le rapport dévoilait notre objectif commun, notre énoncé de valeur et la description de notre stratégie et énonçait une vision, une mission et des valeurs communes dynamiques pour guider notre réseau national.

À l'automne, nous avons demandé à tous les conseils d'administration locaux de Centraide United Way (CUW) de participer aux travaux en interprétant les conclusions sur l'État futur d'un point de vue local. Nous avons ensuite demandé aux intervenants locaux d'approuver deux éléments clés qui composent notre programme relatif à l'état futur :

1. La description de notre stratégie, qui énonce notre objectif commun et qui est essentielle pour définir qui nous sommes, ce que nous faisons et notre vision commune pour les collectivités du Canada;
2. Les trois priorités fondamentales — expertise sociale, excellent service, systèmes et solutions partagés — devant guider le travail de notre réseau pancanadien.

Ce processus de mobilisation a donné lieu à un vote massif en faveur des deux éléments clés. Grâce à cette approbation, nous pouvons mettre en œuvre ces priorités fondamentales qui détermineront notre orientation stratégique au cours des trois prochaines années.

L'aspect le plus gratifiant et le plus affirmé du processus relatif à l'État futur a peut-être été le niveau sans précédent de mobilisation des bénévoles, des dirigeants des conseils et du personnel de CUW. Que vous ayez apporté votre contribution dans le cadre de la Rencontre des dirigeants, siégé au conseil pour l'avancement du mouvement, participé à des réunions régionales ou fait part de vos idées

1945

« Rien n'a contribué autant à sensibiliser le public aux possibilités et aux besoins liés aux services

sociaux que l'organisation des caisses de bienfaisance et des fédérations des œuvres de bienfaisance. Le nom de "Caisse de bienfaisance" est heureux, il décrit le plan de financement central ou combiné par lequel, par un seul effort, toutes ou presque toutes les ressources sociales nécessaires d'une ville sont mobilisées. Il s'agit en réalité d'une opération combinée, issue de l'esprit communautaire à la base, signe d'une véritable démocratie. L'objectif est simple : présenter chaque année un appel unique, unifié et personnel, à tous les donateurs potentiels, dans le but d'obtenir la totalité des contributions nécessaires aux organismes membres. Mais il y a beaucoup plus. La caisse de bienfaisance favorise le bien-être d'une communauté en coordonnant les organismes et les programmes existants, en évitant les doubles emplois, en menant des recherches, en améliorant les normes, en administrant les services communs et en assurant une meilleure compréhension de la part du public et des travailleurs sociaux [traduction]. » – Bulletin de la Banque Royale du Canada : « Social Welfare », mai 1945.

dans le cadre d'une des nombreuses discussions locales sur les prochaines étapes, vous avez répondu avec courage, précision et générosité.

LEADERSHIP EN MATIÈRE DE POLITIQUES PUBLIQUES ET D'ENJEUX

Au cours de la dernière année, comme tout au long du dernier siècle, CUWC a offert son expertise et son leadership pragmatique dans le cadre de l'élaboration de politiques fédérales visant certains des enjeux sociaux les plus urgents au Canada.

Au printemps dernier, CUWC a contribué à l'élaboration de l'historique *Loi sur la stratégie nationale sur le logement* et de la *Loi sur la réduction de la pauvreté* du gouvernement. Nous avons participé aux travaux du comité directeur du Réseau national du droit au logement et de la Table ronde sur la politique canadienne en matière de logement. Nous avons présenté un exposé au Comité permanent des finances de la Chambre des communes (FINA) pour présenter les points de vue de CUWC et pour renforcer chacune des lois avant leur adoption en juin.

Lors d'une audience spéciale du Comité sénatorial sur le secteur de la bienfaisance, CUWC a demandé avec instance aux sénateurs de soutenir l'investissement et l'accès au capital pour les organismes de services à la personne afin de renforcer leur utilisation de la technologie et des capacités numériques nécessaires pour soutenir un secteur des organismes de bienfaisance solide et résilient au Canada.

En octobre, juste avant les élections fédérales, nous avons mis à la disposition de notre réseau une trousse d'outils pour les élections et nous avons rédigé une lettre d'opinion qui a été publiée dans le *Toronto Star*. Dans cet article, nous exhortons le prochain gouvernement à s'engager à éliminer la pauvreté, qui empêche des millions de Canadiens d'atteindre la prospérité. « Nous avons tous du potentiel; nous n'avons pas tous la même possibilité de le réaliser. La lutte contre la pauvreté consiste à susciter de l'espoir — à croire dans le potentiel de tous les Canadiens. Notre incapacité à éliminer la pauvreté est socialement et économiquement inacceptable ». (Dan Clement, *Toronto Star*, 1^{er} octobre 2019)

RENFORCEMENT DES CAPACITÉS ET VEILLE STRATÉGIQUE (VS)

Pour bâtir un État futur moderne, réactif et efficace, il faut utiliser des données et des analyses solides, des systèmes et des solutions partagés et offrir des services exceptionnels aux donateurs.

En 2019, nous avons pris des mesures importantes pour positionner les CUW afin de leur donner l'occasion de former un réseau véritablement moderne de bâtisseurs communautaires. CUWC a établi un partenariat en matière de données avec 211 Ontario, commencé à recevoir des transferts de données et élaboré des prototypes initiaux pour alimenter les tableaux de bord de CUW.

Ces travaux éclaireront notre approche pour étendre l'acquisition et l'analyse de données de 211 à l'avenir.

Nous avons élaboré et lancé un outil de gestion des comptes clés afin de recueillir des données plus exactes sur les principaux comptes d'entreprise pour aider notre réseau CUW à gérer et à orienter les relations essentielles avec les donateurs.

Enfin, dans un rapport qui sera publié en 2020, l'équipe de VS de CUWC s'est penchée sur le rendement des organismes CUW qui ont récemment fait l'objet d'une fusion en analysant les indicateurs de rendement clés et les capacités acquises, au moyen d'entrevues avec leurs experts en la matière. Le rapport présente des données et des histoires concernant la manière dont les CUW fournissent des services à un plus large éventail de collectivités grâce à leur stratégie régionale de transformation et de renforcement des capacités.

MARKETING, COMMUNICATIONS ET MARQUE

Depuis 2018, la plateforme #UNIGNORABLE définit davantage l'image de marque de CUW dans une grande partie du pays en mettant en lumière des enjeux communautaires locaux comme la pauvreté, l'itinérance, la violence familiale, la santé mentale et l'exclusion sociale et en invitant les gens à s'impliquer. En 2019, nous avons réalisé la portée véritablement nationale de la campagne en l'élargissant à tous les CUW et en l'adaptant en français (#JamaisIndifférents).

En 2019, la troisième phase du projet national de recherche sur la santé de la marque a également pris fin. Les données de l'étude ont été essentielles à la planification stratégique de CUW à l'échelle nationale et locale.

CONCLUSION

L'année 2019 a été une année charnière pour la collaboration et l'engagement de notre mouvement de bâtisseurs communautaires. Nous ne saurions surestimer notre gratitude pour l'énergie, la sagesse et le courage des nombreux et divers intervenants de CUW.

Grâce à vous, nous avons jeté des bases pour l'avenir, et nous nous sommes ainsi bien préparés avec un CUW plus fort, prêt à agir rapidement et à l'unisson pour soutenir les collectivités locales face à une crise sans précédent à l'aube de 2020.

Comme en 1919, notre mouvement se caractérise par le courage de s'adapter et de répondre à nos besoins nationaux les plus pressants. En effet, un siècle de présence, ici, avec cœur est ce qui alimente notre avenir.

Salutations sincères,

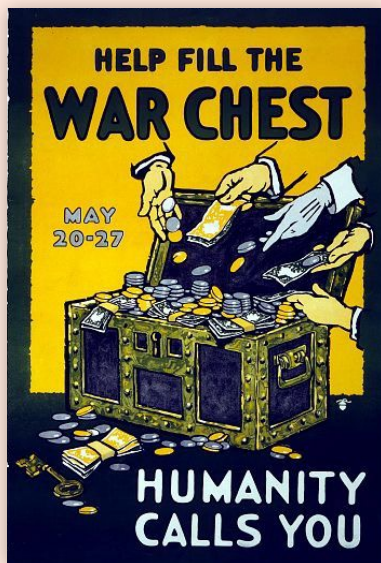
Yuri Fulmer
Président
du conseil
d'administration

Dan Clement
Président-directeur
général et secrétaire du
conseil d'administration



Années

1910



Pendant la Première Guerre mondiale, des centaines de communautés aux États-Unis ont formé les « Caisnes de guerre » ayant pour mission de recueillir des fonds afin de répondre aux besoins des troupes et à ceux des épouses et des enfants laissés derrière. Après la guerre, les « Caisnes de guerre » ont fait place aux « Caisnes de bienfaisance » vouées au financement d'organismes locaux.

Toronto!
A million and a half
dollars is needed

This is why:

This appeal is to the people of Toronto—a people who did not forget during the war, who surely have not forgotten now that the war is over.

It is an appeal to do for the returned man what we did for the man overseas. Give him the same joy in his return to civil life as we gave him in the trenches; in brief, to repay, to repatriate.

There is much to be repaid.

All these long hours, days, weeks, months of his when he stood between civilization and the Hun—does Toronto owe him nothing for these? His agonies of mind and body, his home-weariness, the years of love and comfort which he has missed—are these no debt? He has paid. Toronto must repay—repay and repatriate.

Toronto must see that he gets back into civilian life with the minimum of inconvenience. Where he has family troubles he must be helped to meet them. The transition period between active service abroad and active service in the army of industry in Canada must be bridged over with the help of the whole community.

His kiddies must not want. Whatever there is of distress and remorse in the life of the returned man must be met squarely by his fellow-citizens and conquered. It is in the interest of the State, of the city, of industry, of labor—indeed, it is nothing more than the commonest of gratitude—that the civilian who became a soldier should be repatriated into civilian life without loss, without suffering, with a better chance rather than a worse chance in life because of his service overseas.

And the family—the wife and kiddies—of the man who gave his life for the Great Cause, they must never want. His sons and his daughters must be given a real opportunity to be worthy of their soldier-sire. The spirit which was his lives anew in them. It must be developed, not crushed.

Some organizations undertaking this duty cover a field which is more than soldier-wide. They minister to people of all classes and all creeds who need help which only social service bodies can give. They will look after soldiers' families and the families of civilians.

In the case of the Y.M.C.A. the returning man has special privileges, although its service to the community does not begin nor end with him. He receives a free membership for six months. During his absence no boy of his was refused the privileges of the Association.

A host of other leagues, associations and societies which serve the public at large feel that the repatriation problem is one of the most vital which faces them. And they feel that they must unite their efforts, co-ordinate their work, in order to meet the present situation as it should be met.

That is why Toronto is being asked to contribute \$1,500,000 in the four days beginning with May 6. Originally there were to be four campaigns, all in a single month—four appeals to the pocket-book, four separate bodies carrying through the work incidental to each campaign, four organizations collecting the subscriptions—quadruple expenditure of time, money and effort. But the four organizations got together. They realized that a roped expenditure of time, money and effort to all concerned—a saving of time and trouble to subscribers as well as to canvassers. Better still, it meant co-operation in the expenditure of the money. Consider the case of the Repatriation League, which is one of the "Big Four" which will engage in the May drive. When it found that it could utilize the services and machinery of another of the organizations, the *Federation for Community Service*, it was able to strike \$225,000 off its budget. That was a practical saving, due to the elimination of overlapping in social service work.

Years, in the confident assurance that Toronto will once again respond in a full measure to its obligations to—
—repay.

THE BIG FOUR DRIVE
MAY 6, 7, 8, 9

Repay!

Campaign Headquarters
Telephone Adelaide 5740

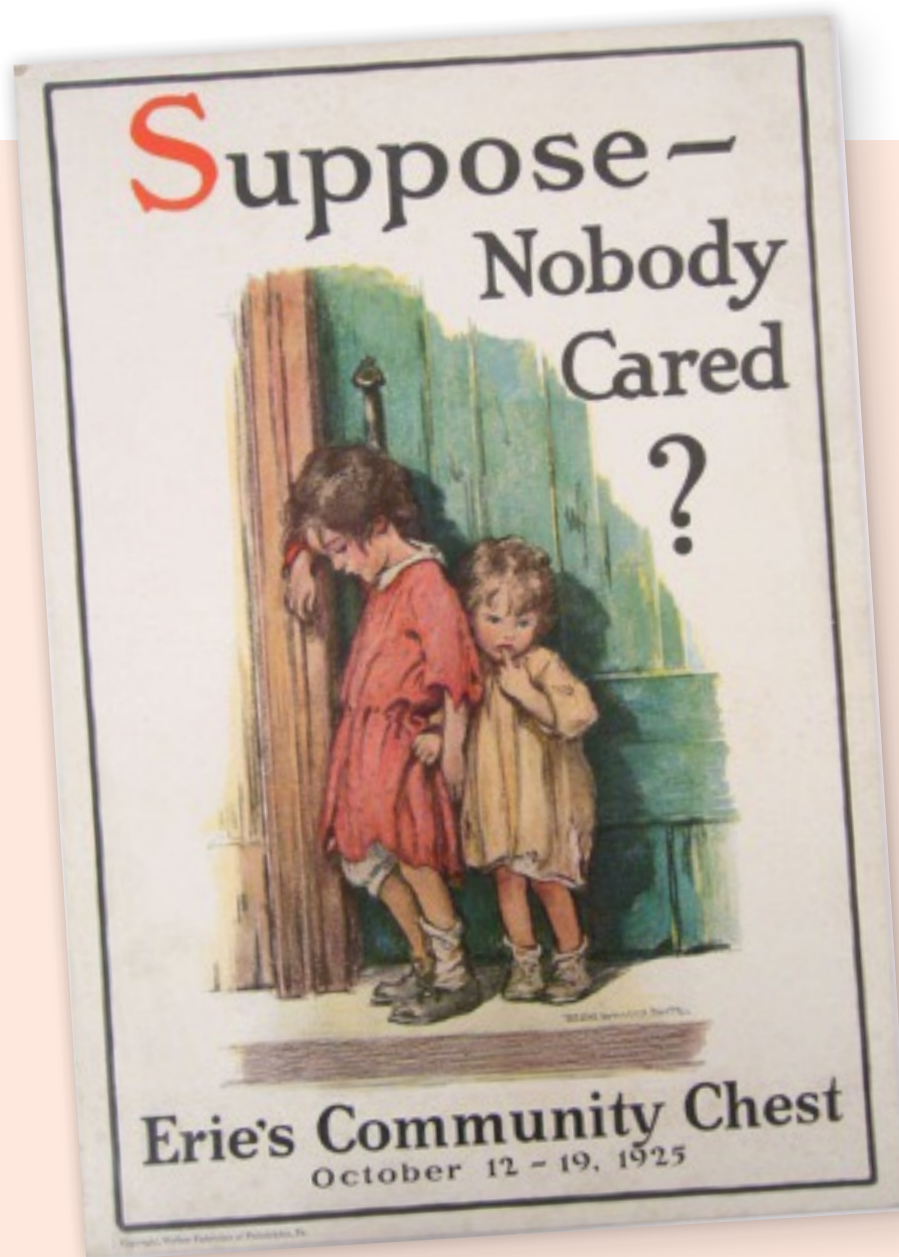
J. W. WOODS, Chairman,
E. R. WOOD, Hon. Treasurer,
Repatriation Campaign.

Publicité d'une page entière faisant la promotion du « Big Four Drive » de Toronto, du 6 au 9 mai 1919. Il s'agissait de la première campagne professionnelle de grande envergure au Canada. (Source : *Toronto Star*, 28 avril 1919)



Années

1920



Un des premiers exemples d'affiche publicitaire des caisses de bienfaisance datant de 1925. La marque « Community Chest » a été lancée à Rochester, New York, en 1919 et a été adoptée par des centaines de collecteurs de fonds fédérés à travers l'Amérique du Nord au début des années 1940.

• Sincères remerciements

Merci aux collaborateurs et
collaboratrices de Centraide
United Way Canada

Centraide United Way Canada remercie de leur soutien les personnes et les organisations exceptionnelles dont les contributions remarquables permettent d'appuyer la mission du mouvement. Grâce à l'appui de ses collaborateurs et collaboratrices, Centraide United Way Canada est en mesure d'agir à titre de porte-parole national sur les questions sociales, de fournir un leadership et un soutien aux Centraide United Way partout au pays et de créer pour chacun et chacune un cadre de vie meilleur dans les collectivités.

10000 \$ et plus

- Kate Bayne, Laura Bayne, Michael Bayne & Jessica Bayne Hogan
- Yuri Fulmer
- Canada — Vie
- Succession de Brenda Francelia Caesar
- Succession de Muriel Mabel Whiting
- Succession de Verner Norgaard
- Succession de Howard Somers

1 200 \$ à 9999 \$

- Louise Bellingham
- Jacques Bérubé
- David Blumenthal
- Kwan Leung Chan
- James Cherry
- Dan Clement
- Caroline Davis
- Serge Desrochers
- Nicole Fontaine
- Christine Hanlon
- Jason Hatcher
- Ellen Hodnett
- Poya Kherghehpoush
- Sharon Lupton
- Karen MacDonald
- Louise Powell-McCarthy
- Rob et Debbie McCulloch
- Geraldine McDonald (don In memoriam)
- Riley Mills
- Debra Pozega Osburn
- Paul Totten
- Evelyn Waters
- Bill Wolfe

Contributions d'entreprises et de fondations (1 200 \$ à 9999 \$)

- Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l.
- Eaton Industries Canada
- Ena and Bernard Tam Charitable Fund
- Ipsos
- Meubles Leon Itée
- Love & Light Mercy Fund at Calgary Foundation

- McFlint Foundation
- Payworks
- The Philip Smith Foundation
- Wahl Canada Inc.
- Williams-Leir Foundation

Soutien en nature

- Dan Normandeau (Conversart)
- Joe Media
- KPMG Management Services LP
- Northstar
- Postes Canada
- TAXI
- The Coaching Studio

Partenaires médiatiques nationaux

- Asian Television Network
- Atedra
- Autotrader
- Bell Média
- CBC
- Facebook
- Juice Mobile
- Kijiji
- Oath
- Post Media
- Rogers
- Shaw Media
- Snapchat
- Spotify
- Star Metroland Media
- Suite66
- The Globe and Mail
- The National Post
- The Weather Network

• Notre engagement à l'égard d'une gestion responsable

À Centraide United Way, nous sommes conscients de la grande confiance qui nous est accordée. Préserver la confiance de nos donateurs et de nos partenaires grâce à la transparence et suivre des normes éthiques rigoureuses figurent toujours parmi nos principales priorités.

Centraide United Way a une longue tradition de gestion responsable des ressources des collectivités. Nous continuons d'être reconnus pour nos pratiques favorisant l'ouverture et la responsabilisation et portons à la connaissance du grand public les coûts liés à l'administration et à la collecte de fonds.

En plus de suivre les lignes directrices établies par l'Agence du revenu du Canada, Centraide United Way Canada a élaboré sa propre Politique sur la transparence, la responsabilité et l'information financière, qui assure les garanties les plus fermes en matière de transparence et de responsabilité en ce qui a trait à la présentation de l'information financière par les Centraide United Way.

Ceux-ci veillent à ce que l'argent des donateurs soit investi de manière à maximiser l'apport des changements sociaux. Verser

un don aux Centraide United Way est l'une des meilleures façons de créer des changements durables et positifs dans les collectivités à l'échelle du pays. Investir en se fondant sur des données probantes, maximiser les contributions des donateurs grâce aux investissements d'organismes partenaires, recruter des centaines de milliers de bénévoles pour appuyer l'action communautaire et solliciter des services bénévoles, des commandites et des dons en nature sont autant de moyens qui nous permettent d'assurer que le soutien de nos donateurs est mis à contribution le plus efficacement possible.

Centraide United Way Canada est fier d'être un membre d'Imagine Canada et d'être reconnu pour le rôle de premier plan qu'il exerce dans le secteur sans but lucratif.



Années

1930



Publicité du milieu des années 1930 pour la Federation for Community Service de Toronto. Remarquez le message explicite que le travail de la fédération ne fait pas double emploi avec l'aide gouvernementale.



En 1934, le comité de publicité des Caisses de bienfaisance canadiennes a mis au point une affiche de campagne nationale proposée pour la première fois aux caisses de bienfaisance partout au Canada. Bien que toutes ne l'ont pas utilisée, elle représente néanmoins une première tentative importante dans l'histoire de notre mouvement vers l'adoption d'une identité visuelle commune.



L'affiche nationale de 1937 pour les Caisses de bienfaisance canadiennes.

**Be A
GOOD NEIGHBOUR**



...they depend on YOU!

Give generously to the

**WINNIPEG
COMMUNITY CHEST**

**Sixteenth Annual Campaign
NOV. 1—NOV. 6**

Publicité de la Caisse de bienfaisance de
Winnipeg datant de 1937 et comportant
le slogan américain : « Be A Good
Neighbour » (Soyez un bon voisin).

**French
Canadian
Federated
Charities**

FIFTH ANNUAL APPEAL
April 17 - April 27 1937

We Appeal to YOU

Because help must be given to a host of indigent families;
Because women, mothers who have lost their all, need skilled attention;
Because old people and cripples are abandoned, penniless;
Because little children are suffering and pining away, from lack of food;
Because the money which our Federation receives during its campaign enables its agencies to interpret practical charity in the terms set forth by the following figures:

267,220 hospital days
8,035 women helped
12,317 children cared for
778,968 meals served
10,203 gifts of clothes and useful articles
587 blind persons registered, helped, employed and placed
210 crippled children sent to the country
182 discharged prisoners assisted
72,209 babies examined
103,110 medical consultations
116,353 nurses' visits
9 burials
540 persons found employment
52,307 persons aided in their home

"Charity is beautiful in whatsoever practices it is. It is beautiful in him who takes an hour from his own business to devote it to the business of suffering; it is beautiful in the woman who donates herself for a moment the happiness of being kind; it is beautiful in the man who gives to the poor man who asks for a penny; it is beautiful in the poor man who yet finds a penny for the poor." (Lancelotti)



Publicité pour la Fédération des œuvres canadiennes-
françaises de Montréal en 1937.

HEADLINERS OF THE AIR

**Air Drama Carries
Message of Appeal
To Support Chests**

Coincident with the inauguration of Regina's **community chest** appeal, the radio commission is tonight making a Dominion-wide appeal for all **Canadian chests** via radio.

A drama entitled, "The Scales Don't Balance" will be presented from Ottawa under the auspices of the Canadian **welfare council** and Welfare federation. The play was chosen from amongst other plays submitted as the most representative of modern conditions.

**STORY OF FAMILY'S
DISPOSSESSION OF HOME** | duce him to styness when called

En 1936, le Conseil canadien du
bien-être social a parrainé un drame
radiophonique diffusé d'un océan à
l'autre pour promouvoir le travail des
Caisses de bienfaisance du Canada à
travers l'histoire fictive d'une famille
sans le sou expulsée de sa maison
bien-aimée.

Rapport des auditeurs indépendants sur les états financiers résumés

Aux membres de Centraide United Way Canada

OPINION

Les états financiers résumés ci-joints de la Fondation pour l'étude des processus de gouvernement au Canada (« l'entité »), qui comprennent :

- l'état résumé de la situation financière au 31 décembre 2019;
- l'état résumé des résultats et de l'évolution des actifs net pour l'exercice clos à cette date;
- ainsi que les notes annexes;

sont tirés des états financiers consolidés audités de l'entité pour l'exercice clos le 31 décembre 2019 (les « états financiers audités »).

À notre avis, les états financiers résumés ci-joints sont cohérents, dans tous leurs aspects significatifs, avec les états financiers audités, conformément aux critères énoncés à la note 1 des états financiers résumés.

ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS

Les états financiers résumés ne contiennent pas toutes les informations requises par les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif. La lecture des états financiers résumés et du rapport des auditeurs sur ceux-ci ne saurait par conséquent se substituer à la lecture des états financiers audités de l'entité et du rapport des auditeurs sur ces derniers.

Ni les états financiers résumés ni les états financiers audités ne reflètent les incidences d'événements postérieurs à la date de notre rapport sur les états financiers audités

RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION À L'ÉGARD DES ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS

La direction est responsable de la préparation des états financiers résumés conformément aux critères énoncés à la note 1 des états financiers résumés.

RESPONSABILITÉ DES AUDITEURS

Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion indiquant si les états financiers résumés sont cohérents, dans tous leurs aspects significatifs, avec les états financiers audités, sur la base des procédures que nous avons mises en oeuvre conformément à la Norme canadienne d'audit (NCA) 810, Missions visant la délivrance d'un rapport sur des états financiers résumés.



Comptables professionnels agréés,
experts-comptables autorisés
Ottawa, Canada
Le 2 avril 2020

ÉTAT RÉSUMÉ DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 décembre 2019, avec informations comparatives de 2018

Centraide United Way Canada

	2019	2018
Actif		
Actif à court terme		
Trésorerie	860,432 \$	969,656 \$
Trésorerie soumise à restrictions et placements	169,903	154,106
Placements à court terme	1,750,000	1,000,000
Débiteurs	55,862	85,951
Charges payées d'avance	78,641	87,027
Sommes à recevoir des apparentés	62,656	182,670
	2,977,494	2,479,410
Immobilisations corporelles et actifs incorporels	91,457	173,274
Placements à long terme	798,616	–
Placement dans une police d'assurance-vie	14,092	23,088
	3,881,659 \$	2,675,772 \$
Passif et actifs nets		
Passif à court terme		
Créditeurs et charges à payer	329,043 \$	306,348 \$
Apports reportés	258,446	5,105
Apports et dons affectés	68,898	21,323
Fonds détenus en fiducie	97,960	97,960
Dons payables aux apparentés	3,045	34,823
	757,392	465,559
Apports en capital reportés	18,896	39,509
Produits reportés - assurance-vie	14,092	23,088
	790,380	528,156
Actifs nets		
Non affectés	1,707,941	1,493,206
Investis en immobilisations corporelles et actifs incorporels	72,561	133,765
Affectés à l'interne – Initiatives stratégiques	1,261,000	400,000
Affectés à l'interne – Engagements permanents	49,777	120,645
	3,091,279	2,147,616
	3,881,659 \$	2,675,772 \$

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers résumés.

ÉTAT RÉSUMÉ DES RÉSULTATS ET DE L'ÉVOLUTION DES ACTIFS NETS

Exercice clos le 31 décembre 2019, avec informations comparatives de 2018

Centraide United Way Canada

	2019	2018
Produits		
Dons	652,152 \$	555,537 \$
Honoraires et apports	525,015	519,435
Revenus de placements et d'intérêts	64,563	42,295
Cotisations des membres	4,489,136	4,522,443
Autres produits	164,745	71,649
	5,895,611	5,711,359
Charges		
Amortissement des immobilisations corporelles et des actifs incorporels	96,795	101,043
Frais bancaires et intérêts	7,666	14,941
Conférences, réunions et déplacements	498,618	379,940
Assurance	4,911	4,749
Frais d'adhésion et publications	583,725	531,427
Bureau	29,737	22,539
Autres services	143,867	108,566
Photocopies et impression	13,130	16,620
Affranchissement et messagerie	1,539	1,658
Honoraires professionnels et de consultation	605,542	808,744
Loyer et occupation	242,570	214,691
Salaires et charges sociales	2,557,942	2,702,890
Subventions	74,150	124,806
Télécommunications	91,756	88,645
	4,951,948	5,121,259
Excédent des produits sur les charges	943,663	590,100
Actifs nets non affectés au début de l'exercice	2,147,616	1,557,516
Actifs nets non affectés à la fin de l'exercice	3,091,279 \$	2,147,616 \$

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers résumés.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS

Exercice clos le 31 décembre 2019

Centraide United Way Canada a été constitué en personne morale le 1er avril 1972 sous le régime de la Loi sur les corporations canadiennes. Depuis le 8 juillet 2013, les statuts de Centraide United Way Canada ne sont plus dressés en vertu de la Loi sur les corporations canadiennes, mais conformément à la Loi canadienne sur les organisations à but non lucratif. Centraide United Way Canada est un organisme de bienfaisance enregistré en vertu de la Loi de l'impôt sur le revenu (Canada) et, par conséquent, n'est pas assujéti aux impôts sur le bénéfice et peut émettre des reçus pour les dons de charité aux fins de l'impôt.

Centraide United Way Canada se fait le porte-parole du mouvement Centraide United Way au Canada et à l'échelle internationale. Il exerce un leadership auprès de ses membres et leur offre le soutien nécessaire pour qu'ils s'acquittent de la mission commune du mouvement, qui consiste à améliorer la qualité de vie des gens, notamment les plus vulnérables, et à bâtir la collectivité en incitant les citoyens à l'action et en suscitant l'action concertée.

1. ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS

Les états financiers résumés sont tirés des états financiers audités complets, préparés selon les normes comptables canadiennes visant les organismes sans but lucratif au 31 décembre 2019 et pour l'exercice clos à cette date.

La préparation de ces états financiers résumés exige de la direction qu'elle détermine les renseignements qui doivent figurer dans les états financiers résumés pour faire en sorte qu'ils concordent, dans tous leurs aspects significatifs, avec les états financiers audités ou qu'ils constituent un résumé fidèle des états financiers audités.

Ces états financiers résumés ont été préparés par la direction d'après les critères suivants :

- (a) les renseignements contenus dans les états financiers résumés concordent avec les renseignements correspondants contenus dans les états financiers audités complets;
- (b) dans tous leurs aspects significatifs, les états financiers résumés contiennent les renseignements qu'il est nécessaire de communiquer pour éviter de fausser ou de dissimuler des points communiqués dans les états financiers audités complets correspondants, y compris les notes y afférentes.

La direction a déterminé que l'état de l'évolution des actifs nets et l'état des flux de trésorerie ne fournissent pas de renseignements supplémentaires utiles et, par conséquent, ne les a pas inclus dans les états financiers résumés.

On peut obtenir les états financiers audités complets de Centraide United Way Canada en leur en faisant la demande.



Années

1940



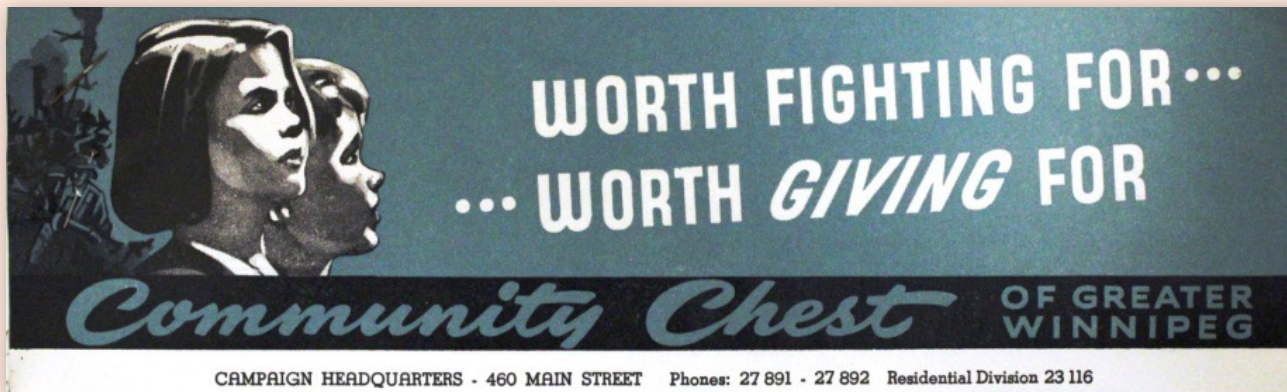
Cette étonnante affiche de campagne nationale datant de 1942 a marqué la première fois que toutes les Caisses de bienfaisance canadiennes ont utilisé une image de campagne et un slogan communs : « Preserve the Homes They Fight For » (Préservez les foyers pour lesquels ils se battent).



La bande annonce Disney de 1946 «A Feather in Your Collar» était disponible, moyennant une petite redevance, auprès des Community Chests and Councils of America pour être utilisée par les caisses de bienfaisance locales aux États-Unis et au Canada.



Le public vérifie le déroulement de la campagne dans le centre-ville de Vancouver, en septembre 1945.



Cette publicité de guerre de la Caisse de bienfaisance de Winnipeg mettait en vedette le slogan national : «Worth Fighting For, Worth Giving For» (Une cause pour laquelle il vaut la peine de se battre et de donner) et était typique de la façon dont les Caisses de bienfaisance canadiennes établissaient un lien direct entre la guerre et la nécessité de soutenir les services sociaux nationaux au pays. Une grande partie de la publicité parlait de la guerre sur le front intérieur comme d'une «guerre de tous les temps» contre la pauvreté et d'autres maux sociaux.

• Membres du conseil

Dirigeants



Yuri Fulmer
président



Ayn Wilcox
vice-présidente



Serge Desrochers
trésorier



Dan Clement
secrétaire du conseil
d'administration, président-
directeur général

Administrateurs



James Cherry



Mojdeh Cox



Caroline Davis



Ann Divine



Christine Hanlon



Jason Hatcher



Donald Lafleur
(Novembre 2019)



Karen Macdonald



Debra Pozega Osburn



John Rogers



Craig Rowe



Carmen Vierula

• Nos chefs de file

COMITÉS PERMANENTS

Comité exécutif

Yuri Fulmer
président du comité

Serge Desrochers

Donald Lafleur

Debra Pozega Osburn

Ayn Wilcox

Dan Clement

Comité de gouvernance

Donald Lafleur
président du comité
(septembre 2019)

Debra Pozega Osburn
présidente du comité

Christine Hanlon

Karen Macdonald

Ann Divine

Jason Hatcher

Ayn Wilcox

Yuri Fulmer

Dan Clement

Comité sur la responsabilité et le rendement des membres (CRRM)

Kingsley Bowles
président du comité

Brenda Aynsley
United Way Lower Mainland

Dale Biddell
United Way Simcoe Muskoka

Isabelle Dionne
Centraide des régions du centre-ouest du Québec

Lorraine Goddard
United Way Windsor Essex County

Malcolm Gowie
United Way Calgary & Area

Debbie McInnis
Centraide United Way Région du Grand Moncton et du sud-est du Nouveau-Brunswick

Marilyn McLaren
United Way Winnipeg

Craig Rowe
Centraide United Way Canada

Comité des finances et d'audit

Serge Desrochers
président du comité

Carmen Vierula

Ayn Wilcox

John Rogers

James Cherry

Yuri Fulmer

Dan Clement

Comité de mise en candidature

Debra Pozega Osburn
présidente du comité

Caroline Davis

Jason Hatcher

Yuri Fulmer

Dan Clement

COMITÉS SPÉCIAUX

Comité sur les relations et la réconciliation avec les communautés autochtones

Mojdeh Cox
présidente du comité

Caroline Davis (CUWC)

Ayn Wilcox (CUWC)

Angie Hutchinson

Darren McKee

Joanne Pinnow



Années

1950



Participantes au concours «Miss Red Feather» (Miss Plume Rouge) de Toronto, 1947



La création de la première Fédération des œuvres du Canada à Toronto en 1956 a marqué le début d'une transformation importante de notre mouvement vers un modèle plus inclusif centré sur les donateurs.



En 1958, la Caisse de bienfaisance d'Ottawa lançait sa campagne annuelle en lâchant 25 pigeons voyageurs portant des messages de bonne volonté aux citoyens de Toronto et de London.



The Montreal Gazette (La Gazette de Montréal) annonce le lancement de l'objectif de la campagne Plume Rouge de la ville avec une célébration de lancement passionnante — «By Land, By Sea, By Air» (Par terre, par mer, par air), le 14 septembre 1959.



Vingt ans avant l'adoption du nom United Way désignant notre organisation, il a été utilisé comme slogan pour la campagne de la nouvelle Fédération des œuvres dans les années 1950.



Années

1960



Un char du défilé de la Fédération des œuvres de Toronto vers 1966.



L'événement de clôture de la campagne de 1968 des Fédérations des œuvres de Montréal a permis de récolter 10 millions de dollars.

• Notre équipe

Équipe des cadres supérieurs



Dan Clement
Président-directeur général
et secrétaire du conseil
d'administration



Louise Bellingham
Vice-présidente, Communication,
Marketing et Affaires publiques



Rob McCulloch
Vice-président, Stratégie en
matière de collecte de fonds
(avril 2019)



Louise Powell-McCarthy
Vice-présidente, Mobilisation
du réseau et Gouvernance



Paul Totten
Chef des
opérations



Dan Nielsen
Vice-président, Intégration et
transformation organisationnelles
(décembre 2019)

Équipe de soutien au fonctionnement



Andréa Landriault
Agente d'administration



Dave Haanpaa
Adjoint de direction et agent,
Ressources humaines



Mehdy Majoub
Agent, Marketing et
Communications



Tiffany Narducci
Agente, Accroissement
des ressources



Marie-Josée Rosset
Traductrice



Kirthana Selvakumar
Administratrice de bureau et
de la comptabilité



Bill Wright
Administrateur, Réseau
et systèmes

• Notre équipe

Équipe de gestion



Mohammad Aryaie
Responsable, Solutions de
veille stratégique



Evan Clark
Responsable, Marketing
et Communications



Anita Khanna
Directrice nationale, Politique
publique et Relations avec les
gouvernements



Sharon Lupton
Directrice nationale, Programmes
et services liés aux syndicats



Jacques Bérubé
Directeur national, Normes
d'adhésion et Mobilisation
des membres



Nicole Fontaine
Responsable, Gouvernance



Brenda Kelly
Directrice nationale,
Finances et RH



Daniel Manseau
Vice-président, Québec (juin 2019)



Heather Chew
Directrice nationale,
Communications



Lynda Giffen
Directrice nationale,
Mobilisation du réseau



Poya Kherghehpoush
Directeur national, Stratégie de
transformation et Innovation



Kayt Render
Directrice nationale,
Produits et partenariats de
développement social

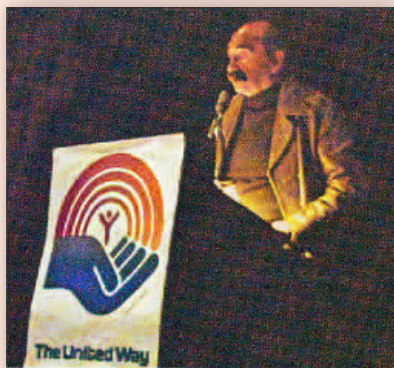
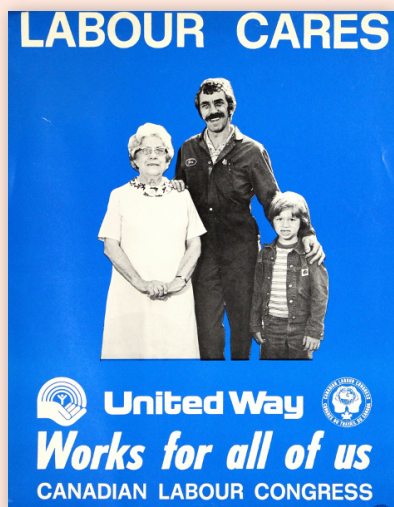


Andrew Strutt
Directeur national, Mobilisation
du réseau



Années

1970



Au début des années 1970, les Centraide United Way ont commencé à recruter du personnel pour renforcer l'alliance déjà vitale avec les syndicats. En 1988, le Congrès du travail du Canada et Centraide United Way Canada ont signé une entente de partenariat officielle.

« L'arc-en-ciel en forme de soleil qui pousse dans la main... est un symbole positif. Il contribue à signaler un nouveau Centraide... vibrant, passionnant, coloré, positif et changeant. » - Saul Bass, créateur du logo de Centraide United Way, United Way Leaders Conference, 1972.



La légende de la musique Johnny Cash a été à une certaine époque un porte-parole de Centraide United Way et des personnes marginalisées que l'organisation a aidées. Cette image fixe est tirée d'une performance vidéo d'une chanson originale écrite pour Centraide United Way appelée « God's Children are Friends of Mine » (Les enfants de Dieu sont mes amis).

• Un million de mercis

Centraide United Way Canada tient à remercier les entreprises et leurs employés, les syndicats et leurs membres, ainsi que les groupes du secteur public suivants pour leur partenariat de longue date et leur soutien exemplaire.

Chaque organisation nommée ici a contribué à hauteur de 1 000 000 \$ ou plus aux campagnes de Centraide United Way en 2019. Ensemble, nous contribuons pour que nos communautés demeurent florissantes.

10 millions \$ et plus

- BMO Groupe Financier
- Congrès du travail du Canada (CTC)
- CIBC
- Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada
- RBC Banque Royale
- Banque Scotia
- Le Groupe Banque TD

1 million \$ et plus

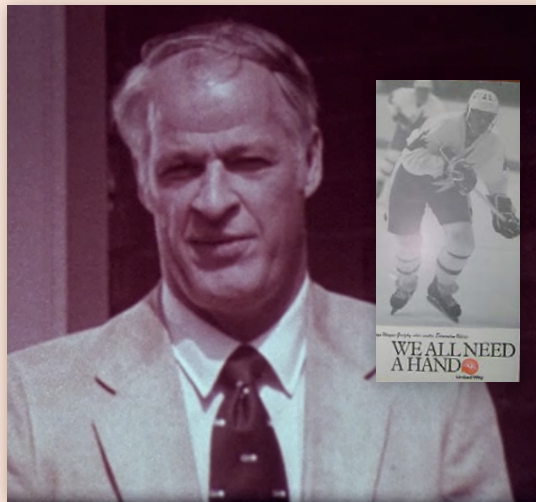
- Alberta Union of Provincial Employees (AUPE)
- Syndicat uni du transport (SUI)
- Association of Management, Administrative and Professional Crown Employees
- Bell
- Blakes
- Bombardier Inc.
- Brookfield
- CAE
- Canada Vie
- Agence du revenu du Canada
- La Fédération canadienne des syndicats d'infirmières et d'infirmiers et ses organisations membres (FCSII)
- Canadian Natural Resources Limited
- Syndicat canadien des employées et employés professionnels et de bureau (SEPB)
- Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP)
- Ville de Montréal
- City of Toronto
- City of Toronto Administrative, Professional and Supervisory Association Inc.
- Costco Wholesale Canada Ltd.
- Deloitte
- Ministère de la Défense nationale
- Desjardins
- Emploi et Développement social Canada
- Enbridge
- Enbridge Gas Inc.
- EY
- FCA Canada Inc.
- Retraités fédéraux
- Affaires mondiales Canada
- Gouvernement de l'Alberta
- Gouvernement du Québec
- Hydro-Québec
- iA Groupe financier
- L'Impériale
- Intact Corporation financière
- Association internationale des pompiers (AIP)
- Association internationale des machinistes et des travailleuses et travailleuses de l'aérospatiale (AIM&TA)
- Fraternité internationale des ouvriers en électricité (FIOE)
- James Richardson & Sons, Limited and Affiliated Companies
- KPMG LLP
- LCBO
- Magna International Inc.
- Manuvie
- McCarthy Tétrault S.E.N.C.R.L., s.r.l.
- METRO
- Banque Nationale Marchés Financiers
- Banque Nationale du Canada
- Syndicat national des employées et employés généraux et du secteur public et ses éléments (SNEGSP)
- NOVA Chemicals
- Nutrien Ltd.
- ONEX

- Fonction publique de l'Ontario
- Syndicat des employés de la fonction publique de l'Ontario (SEFPO)
- Osler, Hoskin & Harcourt LLP S.E.N.C.R.L./ s.r.l.
- PCL Construction
- Pembina Pipeline Corporation
- Power Corporation du Canada
- Pratt & Whitney Canada
- Procter & Gamble
- Alliance de la Fonction publique du Canada (AFPC)
- Services publics et Approvisionnement Canada
- PwC
- Saputo
- Union internationale des employés des services (UIES)
- Shell Canada Limitée
- Sun Life
- Suncor Energy
- Syncrude Canada Ltd.
- Teamsters Canada (TC)
- L'Institut professionnel de la fonction publique du Canada
- TransAlta Corporation
- Unifor Canada
- UNITE HERE
- Syndicat international des travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation et du commerce (TUAC)
- Syndicat des Métallos (Métallos)
- Centraide United Way
- UPS Canada et UPS SCS Inc.
- La compagnie d'assurance Wawanesa



Années

1980



À la fin des années 1970 et au début des années 1980, Centraide United Way Canada s'est associé à des stars de la LNH comme Wayne Gretzky, Gordie Howe, Jean Béliveau, Henri Richard et bien d'autres pour produire une série de messages d'intérêt public promotionnels.



M. T. à la tête d'un marcheton de United Way Toronto en 1988. Au cours de ses 100 ans d'existence au Canada, Centraide United Way a bénéficié du soutien de nombreuses personnes remarquables (photo tirée des archives du *Toronto Star*).

• Centraide United Way à l'échelle du Canada

En 2019, on comptait 79 Centraide United Way exerçant des activités au Canada, en plus du bureau national.

Alberta

United Way Alberta Capital Region
United Way Alberta Northwest
United Way Calgary and Area
United Way Central Alberta
United Way Fort McMurray and Wood Buffalo
United Way Hinton
United Way Lethbridge & South Western Alberta
United Way Lloydminster & District
United Way South Eastern Alberta

Colombie-Britannique

United Way Central & Northern Vancouver Island
United Way East Kootenay
United Way Greater Victoria
United Way Lower Mainland
United Way Northern British Columbia
United Way Powell River & District
United Way Southern Interior BC
United Way Thompson Nicola Cariboo
United Way Trail and District

Manitoba

United Way Brandon & District
United Way Central Plains
United Way Morden and District
United Way Winkler & District
United Way Winnipeg

Nouveau-Brunswick

Centraide United Way Région du Grand Moncton et du sud-est du Nouveau-Brunswick
United Way Central New Brunswick / Centraide Région du Centre du Nouveau-Brunswick
United Way Saint John, Kings and Charlotte

Terre-Neuve-et-Labrador

United Way Newfoundland & Labrador

Territoires du Nord-Ouest

United Way Northwest Territories

Nouvelle-Écosse

United Way Cape Breton
United Way Colchester County
United Way Cumberland County
United Way Halifax
United Way Lunenburg County
United Way Pictou County

Ontario

Centraide de l'Est de l'Ontario
United Way Brant
United Way Bruce Grey
United Way Centraide North East Ontario / Nord-est de l'Ontario
United Way Centraide Stormont, Dundas & Glengarry
United Way Centraide Windsor-Essex County
United Way Chatham-Kent
United Way City of Kawartha Lakes
United Way Durham Region
United Way Elgin-Middlesex
United Way Greater Toronto
United Way Guelph Wellington Dufferin
United Way Haldimand and Norfolk
United Way Halton & Hamilton
United Way Hastings & Prince Edward
United Way Kingston, Frontenac, Lennox and Addington
United Way Leeds & Grenville
United Way Niagara
United Way Northumberland
United Way Oxford
United Way Perth-Huron
United Way Peterborough & District
United Way Sarnia-Lambton
United Way Sault Ste. Marie & Algoma District

United Way Simcoe Muskoka
United Way Thunder Bay
United Way Waterloo Region Communities

Île-du-Prince-Édouard

United Way Prince Edward Island

Québec

Centraide Duplessis
Centraide Estrie
Centraide Gaspésie Îles-de-la-Madeleine
Centraide Grand Montréal
Centraide Haute-Côte-Nord/Manicouagan
Centraide Laurentides
Centraide Outaouais
Centraide Québec, Chaudière-Appalaches
et Bas-Saint-Laurent
Centraide Régions centre-ouest du Québec
Centraide Richelieu-Yamaska
Centraide Saguenay-Lac-St-Jean

Saskatchewan

United Way Battlefords
United Way Estevan
United Way Regina
United Way Saskatoon & Area
United Way Yorkton & District

Yukon

United Way Yukon



Années

2000



L'événement de lancement de la campagne 2019 de United Way Centraide Région du Centre du N.-B. met en vedette la couleur vibrante #UNIGNORABLE et l'iconographie Agissons ici, avec cœur. #UNIGNORABLE et l'adaptation française #JamaisIndifférents ont été lancés d'un bout à l'autre du Canada en 2019.



United Way Centraide Windsor-Essex County a produit une vidéo de lancement de campagne optimiste sous le signe de la création parlée, inspirée par #UNIGNORABLE. La vidéo montre des jeunes et leur potentiel à changer la trajectoire de la communauté.



La nouvelle entité United Way Southern Interior British Columbia démarre sa campagne de 2019 par une activité de remorquage d'autobus.



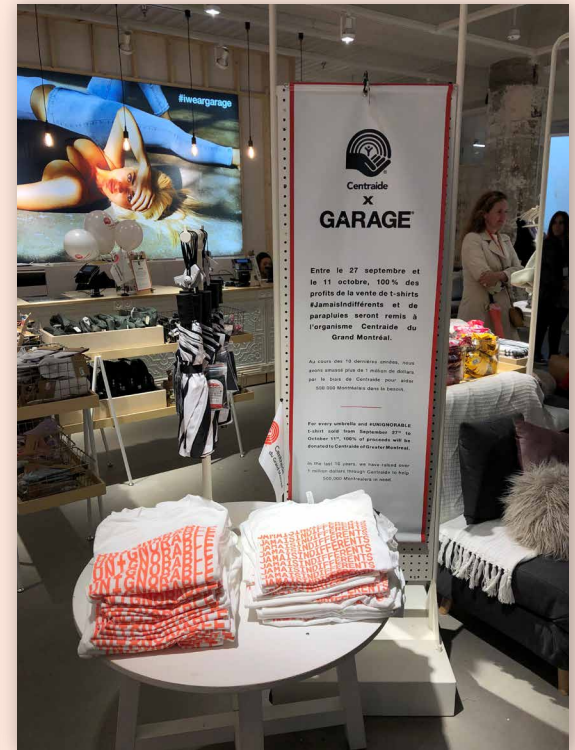
Une affiche faisant la promotion du documentaire sur le projet de sécurité alimentaire mené en 2019 par United Way City of Kawartha Lakes au jardin communautaire d'Edwin Binney. La station locale Cogeco qui couvre Peterborough et Lindsay/ Kawartha Lakes a produit le documentaire présenté en première en 2020.



Le concert bénéfice de United Way Kingston, Frontenac, Lennox and Addington en 2019, *Rockin the Big House*, a mis en vedette les artistes canadiens Headstones, The Trews, The Pursuit of Happiness, Kasador et Tom Cochrane. L'événement a eu lieu à l'intérieur du pénitencier désaffecté de Kingston.



Garage Clothing s'est associé à Centraide du Grand Montréal pour lancer #JamaisIndifférents à Montréal.



#Unignorable et #JamaisIndifférents ont donné lieu à plusieurs nouveaux partenariats avec Centraide United Way partout au pays et contribuent à changer l'image de l'organisation au sein des communautés.



Il y a plus de personnes vivant dans la pauvreté dans la Grande région de Toronto que partout ailleurs au Canada. Dans une région aussi prospère du pays, cette question passe souvent inaperçue. United Way Greater Toronto voulait changer les choses. Au moyen de la réalité augmentée, la tour #UNIGNORABLE est conçue pour conscientiser les gens au nombre de personnes qui luttent dans la région du Grand Toronto. Bien que la Tour

ne soit pas réelle, le problème qu'elle représente l'est : plus de 116 000 personnes et familles de la région de Peel, Toronto et York luttent pour se donner un toit. La Tour #UNIGNORABLE, qui fait plus de 2,5 fois la hauteur de la Tour du CN, a été imaginée pour représenter l'ampleur du problème et attirer l'attention sur cet enjeu important et complexe.