# *Panorama*

de l'engagement sociétal des salarié·es

Komeet

1

# Qu'est-ce que l'engagement sociétal des salarié·es ?

L'engagement sociétal des salarié·es, c'est le fait que les collaborateur·ices contribuent à la résolution des défis sociaux et environnementaux actuels.

Il prend de multiples formes : ***Mission terrain en association*** — ***Mission de compétences en association*** — ***Mentorat*** — ***Collecte de dons*** — ***Team-building solidaire*** — ***Sensibilisation***

Pourquoi miser sur l'engagement sociétal des salarié·es en tant qu'entreprise ?

- **Parce qu'il crée de l'impact positif concret et immédiat.** Il a pour vocation d'apporter des ressources aux associations qui agissent au quotidien sur le terrain.
- **Parce que c'est un levier de performance long-terme pour l'entreprise.** Il améliore la marque employeur et la compétitivité de l'entreprise.
- **Parce que c'est un catalyseur et un accélérateur de transformation.** Il contribue aux changements nécessaires de croyances et pratiques dans l'organisation.

2

# Où en est l'engagement sociétal des salarié·es ?

## *L'engagement sociétal des salarié·es en France*

Au fil des années, l'engagement sociétal des salarié·es progresse pour devenir un indispensable au sein de certaines entreprises françaises - mais ce constat ne doit pas être généralisé. Une tendance encourageante qui doit nous pousser à être plus ambitieux·ses face aux enjeux qui ne reculent pas.

### L'engagement solidaire des entreprises (1)

**78%**

des entreprises mettent en place des actions d'engagement solidaire ou de philanthropie (1)

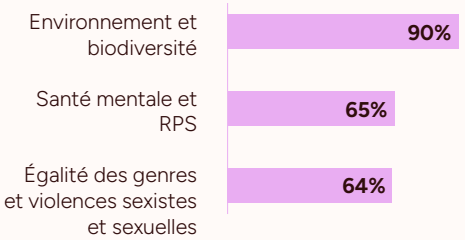
### La sensibilisation des salarié·es, une pratique largement répandue(1)

**89%**

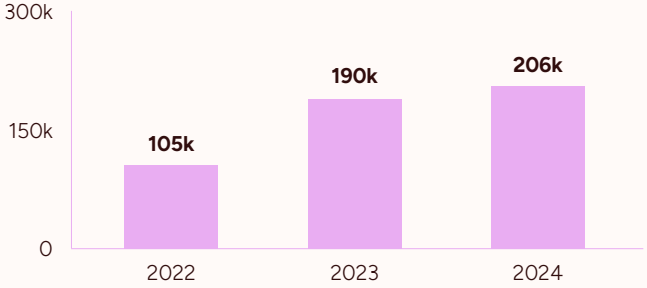
des entreprises ont déjà mené des actions de sensibilisation de leurs équipes autour des sujets sociaux et environnementaux (1)

### L'environnement comme thématique d'engagement prioritaire (1)

### L'environnement comme thématique de sensibilisation prioritaire(1)




### L'engagement sociétal des salarié·es se développe




Nombre d'engagements initiés sur la plateforme Komeet (2)

*Parmi les engagements initiés : inscription à une mission solidaire, réalisation d'un défi de sensibilisation, don financier...*

Chez Komeet, nous observons de près cette tendance : de plus en plus d'entreprises souhaitent mobiliser leurs équipes pour l'intérêt général, et d'année en année, l'engagement des salarié·es progresse.

### L'engagement sociétal des salarié·es reste néanmoins une pratique peu développée à l'échelle de l'ensemble des entreprises françaises.

Selon le Baromètre du mécénat d'entreprise de l'ADMICAL (2024), seuls 16% des entreprises mécènes (qui représentent 9% des entreprises françaises) proposent du mécénat de compétences. Cette forme d'engagement est notamment peu développée au sein des PME (9% le pratiquent, contre 42% des ETI et 73% des Grandes Entreprises).

## *Le cadrage et la construction des programmes d'engagement*

À quoi ressemble un programme d'engagement sociétal en 2025 ? Aujourd'hui, certains ingrédients sont devenus des indispensables des politiques d'engagement des entreprises. Regardons plus en détail la façon dont les entreprises déjà engagées construisent et animent leurs programmes.

### Des programmes d'engagement accessibles pour chacun·e

**81%**

des entreprises rendent l'engagement accessible à l'ensemble de leurs salarié·es. (3)

### Des programmes d'engagement de plus en plus internationaux

**39%**

des entreprises déploient leur programme d'engagement dans plusieurs pays *(+6% par rapport à 2022)*. (3)

### Des programmes d'engagement cohérents

**63%**

des entreprises alignent leur programme d'engagement avec leur raison d'être. (3)

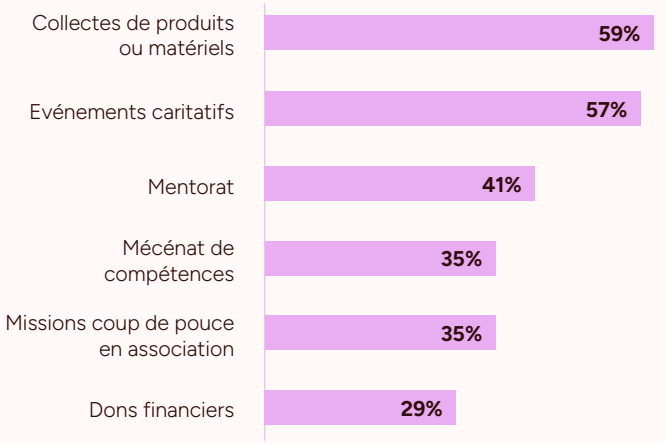
### Des jours d'engagement sur le temps de travail (3)

**88%** des entreprises permettent à leurs salarié·es de s'engager sur leur temps de travail.

En moyenne, elles accordent **3 jours/an** à leurs salarié·es.

**43%** offrent plus de 2 jours, **10%** proposent un nombre illimité.

### Des formats d'engagement courts et ponctuels(1)




Les deux formats d'engagement les plus plébiscités sont les collectes de matériel et les événements caritatifs (courses solidaires…). Il s'agit d'actions courtes et ponctuelles, faciles à organiser, avec un impact concret et visible pour l'entreprise comme les salarié·es.

### L'engagement sociétal : un réel impact sur la fidélisation des salarié·es (2)

Une enquête auprès de 15 000 salarié·es engagé·es via la plateforme Komeet permet de mettre en évidence de l'utilité de l'engagement sociétal sur la quête de sens des équipes et l'attractivité RH :

- **98%** des salarié·es engagé·es recommanderaient à d'autres collègues de passer à l'action
- **90%** estiment que cela a donné plus de sens à leur quotidien
- **88%** estiment que cela contribue à leur envie de rester dans l'entreprise
- **97%** ont eu le sentiment d'avoir été utiles, d'avoir servi une cause

3

# Où allons-nous ? Les tendances et enjeux pour l'engagement sociétal des salarié·es

## *Les difficultés et freins à l'engagement sociétal des salarié·es*

### Une difficile mobilisation des équipes

Une majorité d'entreprises estiment que seule une **"petite partie"** de leurs équipes sont impliqué·es dans leurs politique d'engagement.(1)

Seules 17% des entreprises considèrent leurs équipes comme **motrices de leur démarche RSE.** (1)

79% des responsables RSE ou DRH déclarent trouver **difficile de mobiliser** leurs salarié·es sur des actions solidaires. (3)

Impliquer largement ses équipes autour des sujets RSE est un des grands défis de l'engagement sociétal des salarié·es.

### Un manque de temps et de moyens

69% des entreprises déclarent **manquer de temps** pour développer leur programme d'engagement. (3)

53% déclarent **manquer de moyens financiers** pour développer leur programme d'engagement. (3)

Le frein principal au développement des programmes d'engagement des entreprises est celui du manque de temps et de moyen. Un enjeu crucial pour que le sujet puisse devenir central dans chaque entreprise.

## *Le financement, enjeu clé pour les associations*

### Baisse des subventions publiques, manque de moyens... Des enjeux urgents et importants pour les associations (4)

42% des associations constatent une **diminution de la part des subventions publiques** dans leurs recettes ces dernières années, et près des deux tiers considèrent ne pas bénéficier de moyens suffisants pour assurer l'objet social de leur association.

Au global, la quasi totalité des associations remontent des **difficultés limitantes liées au temps** nécessaire pour rechercher des financements.

Pour y faire face, 70% des associations cherchent notamment à **développer la part du mécénat** dans leurs recettes.

Pour de nombreuses associations, développer davantage de financements privés est une réelle nécessité pour leur permettre de poursuivre leur mission d'intérêt général.

## Des entreprises qui répondent partiellement à ce besoin de financement [3]

82% des associations considèrent que les dons financiers et/ou en nature sont la manière **la plus utile** pour les entreprises de se mobiliser, le plaçant en première position.

Mais seules 38% jugent qu'il s'agit du format d'engagement **le plus populaire** pour les entreprises. [3]

Parmi les entreprises qui ont un programme d'engagement, 57% indiquent **faire du don financier**. Parmi celles qui ne font pas de dons, seules 10% déclarent que c'est un projet pour les années à venir. [3]

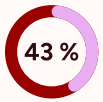
Au global, seules 9% des entreprises françaises sont **mécènes** [5].

Le don n'est aujourd'hui pas une pratique majoritaire au sein des entreprises françaises, ni la plus populaire pour les entreprises déjà engagées.
C'est pourtant le mode d'engagement le plus nécessaire et utile pour les associations.

# *La mesure d'impact : pour un engagement cohérent et utile*

## La nécessité de la mesure d'impact

62% des entreprises souhaiteraient parler davantage de mesure d'impact **avec les associations** [3]




43% des associations souhaiteraient parler davantage de mesure d'impact **avec les entreprises** [3]

Mesurer et suivre l'impact de l'engagement est essentiel pour garantir son utilité en continu. Et les entreprises comme les associations l'ont bien compris !

## Un besoin de standardisation des indicateurs de suivi

La mesure d'impact est un sujet crucial, mais complexe. Pour s'assurer de sa pertinence, il est nécessaire de créer des outils robustes et une méthodologie ambitieuse.

Chez Komeet, pour comprendre et suivre ce que chaque engagement provoque, nous souhaitons intégrer dès 2025 trois typologies d'indicateurs à notre plateforme d'engagement, en fonction des besoins et enjeux de chaque programme d'engagement :

- **L'impact sociétal :** heures réalisées, nombre d'associations soutenues, nombre et types de bénéficiaires touchés, tCO2e évitées...
- **L'impact salarié·es :** sentiment d'appartenance, d'utilité, acquisition et développement de soft-skills
- **L'impact entreprise :** contribution aux labels et à la CSRD, perception de la marque employeur...

## Sources

**(1)** Baromètre RSE, Komeet, 2024
**(2)** Utilisation de la plateforme Vendredi et de la plateforme Wenabi
**(3)** Engagement solidaire en entreprise, où en sommes-nous ?, Komeet, 2024
**(4)** Evolution des modèles de financement des associations, CESE, 2024

# Komeet

## Pour un engagement sociétal ***cohérent, fédérateur et utile***

Komeet, c'est la solution européenne des entreprises qui souhaitent développer leur engagement sociétal via leurs salarié·es.

Grâce à une plateforme et à une équipe d'expert·es de l'engagement, Komeet permet aux entreprises :

**De mobiliser leurs salarié·es autour des enjeux sociétaux**
- Des milliers de façons de passer à l'action
- Des outils et méthodes pour animer en continu

**En fonction des besoins de l'entreprise et de ceux du terrain**
- Un réseau de 3 500 associations dans le monde
- Une stratégie d'engagement co-conçue et personnalisée

**En mesurant et suivant les impacts réels en continu**
- Un accompagnement pour définir et suivre vos objectifs d'impact
- Un reporting précis et adaptable selon vos enjeux

**430 entreprises clientes** **75 pays** **200 000 collaborateur·ices**

Issue de l'union entre Vendredi et Wenabi, deux acteurs qui ont démocratisé l'engagement en entreprise en France, Komeet permet aujourd'hui à plusieurs centaines de milliers de salarié·es de passer à l'action.

**Parce qu'il est temps de s'engager, ensemble !**