

ENTREPRISES, engagez-vous pour la Cité !



Impliquer ses équipes
dans sa stratégie
d'engagement

En partenariat avec

accenture



Schneider
Electric *Fondation*

S O M M A I R E

1

Pourquoi impliquer ses équipes dans sa stratégie d'engagement ? 3

- Soutenir les acteurs de l'intérêt général..... 3
- Répondre aux attentes des salarié·e·s..... 3
- Renforcer la politique RH de l'entreprise..... 4
- Déployer plus largement l'engagement au sein de l'entreprise..... 4

2

Comment impliquer ses équipes dans sa stratégie d'engagement ? 5

- Panorama des principales actions dites citoyennes et formats d'engagement..... 5
- Zoom sur... le mécénat de compétences..... 6
- Zoom sur... le don financier des salarié·e·s..... 7
- Zoom sur... les actions de sensibilisation des équipes aux enjeux sociétaux..... 8
- Zoom sur... l'intrapreneuriat social..... 8



[REGARD D'EXPERTE] Marjorie Perez, DG Déléguée de Pro Bono Lab 9

3

Quels leviers pour engager davantage vos équipes ? 10

- Animer une communauté d'ambassadeur·drice·s..... 10
- Reconnaître et valoriser l'engagement des équipes..... 10
- Faire appel à des intermédiaires spécialisés..... 11

Face aux nombreux défis sociaux et environnementaux actuels, l'engagement sociétal des entreprises devient essentiel. Depuis la promulgation de la loi PACTE en 2019, cet engagement est également inscrit dans le Code Civil, celui-ci précisant que « toute société (...) est gérée dans son intérêt social et en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité ». Dans cette dynamique, les équipes de l'entreprise peuvent occuper un rôle clé pour initier, renforcer ou incarner ces engagements. Ce chapitre vise ainsi à présenter les enjeux, formats et leviers de l'implication des salarié·e·s dans les stratégies d'engagement.

1

Pourquoi impliquer ses équipes dans sa stratégie d'engagement ?

● Soutenir les acteurs de l'intérêt général

Les **dispositifs d'engagement solidaire**, c'est-à-dire réalisés aux profits de structures d'intérêt général telles que des associations, visent avant tout à **répondre aux besoins en compétences** des associations partenaires, tels que :

- **professionnaliser son organisation** (apport de méthodes, process, transformation digitale, parcours des bénéficiaires, outils),
- **bénéficier de l'expertise** de collaborateur·trice·s expérimenté·e·s,
- **diversifier ses soutiens**,
- **faire connaître sa structure** à des entreprises comme à des salarié·e·s.

La relation, qui peut être très positive pour l'entreprise, doit en effet toujours rester « **gagnant-gagnant** » pour l'une et l'autre des parties.

● Répondre aux attentes des salarié·e·s

Depuis plusieurs années, l'**engagement sociétal et environnemental** des entreprises est devenu un **facteur important** pour les équipes elles-mêmes, qui expriment, à travers différentes études récentes, leurs besoins de travailler dans une organisation alignée avec leurs valeurs et d'exercer une activité porteuse de sens.

Selon une étude Audencia et Jobs that makesense publiée en 2022 [1], **92 % des actifs s'interrogent en effet sur le sens de leur travail**. Pour 57 % d'entre eux, cette quête de sens traduit une volonté de « contribuer aux enjeux de la transition écologique et/ou sociale » ; 53 % souhaitent « **se sentir utiles** » et 42 % « appartenir à une organisation à impact positif sur la société et/ou la planète ».

En leur permettant de **s'impliquer dans la stratégie RSE** de l'entreprise ou auprès d'acteurs de l'intérêt général en partageant du temps, des compétences ou encore par le biais de dons financiers ou en nature, les **entreprises répondent ainsi en partie aux aspirations** de leurs collaborateur·trice·s.

● Renforcer la politique RH de l'entreprise

Les engagements citoyens participent également à la richesse humaine des organisations : la **mobilisation des équipes** via des dispositifs de mécénat ou de bénévolat de compétences par exemple, peut être **facteur de cohésion interne**, de qualité de vie au travail, de fierté d'appartenance ou encore de transmission de compétences et participe notamment à attirer et fidéliser les talents.

En témoigne une étude du Collectif des acteurs de l'engagement [2], qui explique qu'en participant à des actions d'engagement sociétal proposées par leur entreprise, **78% des collaborateur·trice·s se sentent plus épanoui·e·s et 56% s'estiment plus attaché·e·s à leur entreprise.**

Sur le plan des compétences, l'implication des équipes dans des missions auprès d'acteurs de l'intérêt général, permet également de renforcer leurs *soft skills*, à l'instar de l'adaptabilité, de la créativité ou de l'empathie.

Le partage de compétences peut d'ailleurs s'opérer entre collègues, lorsque les entreprises permettent à plusieurs d'entre eux de **s'impliquer ensemble sur un même projet solidaire**. Ces actions favorisent la cohésion d'équipe, la connaissance des différents métiers en interne et la transversalité entre les différents métiers, services et établissements, avec des effets bénéfiques pour la vie de l'entreprise.

Par ailleurs, l'**éthique** d'une entreprise, sa **transparence**, et la possibilité offerte à ses équipes de **s'engager en faveur de l'intérêt général** participent à son attractivité et à sa marque-employeur, enjeu majeur pour attirer les talents dans une période de concurrence et de crise liée à la perte de sens au travail.

● Déployer plus largement l'engagement au sein de l'entreprise

Les **salarié·e·s** sont une des **parties-prenantes** clé de l'entreprise. S'ils peuvent être bénéficiaires des politiques sociétales menées par leur employeur, telles que les actions relatives à la qualité de vie au travail, à la promotion de la diversité et de l'inclusion, ils peuvent également contribuer à l'élaboration et à la diffusion de ces actions, en interne et en externe.

A titre d'exemples, de plus en plus d'entreprises sollicitent leurs équipes afin de **participer à la définition de leur feuille de route RSE ou de leur raison d'être**. Ainsi intégrées au processus de construction de la politique d'engagement, elles peuvent devenir de meilleurs ambassadrices auprès de leurs collègues.

La naissance de collectifs de salarié·e·s engagé·e·s, ayant pour ambition de faire changer leur entreprise de l'intérieur, s'inscrit également dans ce mouvement. En 2021, des collectifs engagés pour l'écologie se sont rassemblés pour créer LES COLLECTIFS, une association ayant pour objectif de **mettre en réseau les collectifs de salarié·e·s désireux d'agir ensemble** pour accélérer la transformation écologique de leurs entreprises.

Ces collectifs – créés au sein de grandes entreprises françaises – mènent ainsi **diverses actions en interne pour sensibiliser salarié·e·s** et instances de direction aux enjeux actuels : création d'un guide destiné aux salarié·e·s désireux·ses de créer un collectif de ce type, ateliers de sensibilisation et de formation des employé·e·s aux enjeux environnementaux, propositions d'actions concrètes à mettre en place...

Les moyens d'impliquer ses équipes dans sa stratégie d'engagement sociétal sont nombreux et variés. Le choix d'un ou de plusieurs de ces formats dépend souvent des enjeux des trois parties-prenantes impliquées : l'entreprise, les collaborateur·trice·s et les acteurs de l'intérêt général.

● Panorama des principales actions dites citoyennes et formats d'engagement [3]

Définition	Durée d'engagement	Compétences métiers nécessaires	Nature du soutien	Format collectif ou individuel	Bénéfice	
Arrondi sur salaire par microDON	Micro-don arrondi à l'euro inférieur du salaire	 longue ou courte	✗			• 1er pas vers l'engagement
Course solidaire	Course sportive visant à récolter des fonds et mobiliser autour d'une cause d'intérêt général	 courte	✗			• 1er pas vers l'engagement • Cohésion interne
Journée solidaire ou Citizen day	Mobilisation collective de ses équipes, dans une action concrète, pendant une journée/quelques jours/une semaine, répondant au besoin ponctuel d'une ou plusieurs structures à finalité sociale ou environnementale	 courte	✗			• Cohésion interne • Ancrage territorial
Défi de collecte	Organisation de collectes en numéraire (dons financiers) ou en nature (vêtements, jouets), au sein de l'entreprise	 courte	✗			• 1er pas vers l'engagement • Cohésion interne
Congé solidaire par Planète Urgences	Des salarié·e·s consacrent une ou quelques semaines à un projet d'intérêt général, habituellement sur leur temps de congés payés et avec l'aide de leur entreprise (qui aide à trouver une association ou un projet bénéficiaire)	 courte : jusqu'à 15 jours	✓			• Engagement sur temps personnel (congé), à l'étranger
Marathon pro bono de compétences	Organisation d'une journée réunissant une équipe de volontaires désireux·ses de donner de leur temps et de leurs compétences (salarié·e·s d'une entreprise, étudiant·e·s, demandeur·ses d'emploi, ou toute personne bénévole)	 courte	✓			• Intelligence collective
Missions de conseil en pro bono	Missions de conseils au profit d'une association sur une durée plus ou moins longue (jusqu'à plusieurs mois)	 longue	✓			• Accompagnement à la professionnalisation

Légende :



Soutien financier



Soutien en compétences



Soutien en nature



Format individuel



Format collectif

Définition	Durée d'engagement	Compétences métiers nécessaires	Nature du soutien	Format collectif ou individuel	Bénéfice	
Intrapreneuriat social	Développement par un·e salarié·e, au sein de son entreprise, d'une activité innovante susceptible d'apporter une solution durable à un problème de société	longue	✓			• Développement de solutions innovantes
Mentorat Parrainage	Relation bénévole interpersonnelle d'accompagnement, de soutien, en profondeur, sur le moyen-long terme et basée sur l'apprentissage mutuel. Son objectif est de favoriser l'autonomie et le développement de la personne accompagnée	courte si ponctuel longue si > 6 mois	✓			• Transmission
Détachement temps plein	Mise à disposition de collaborateur·trice·s auprès d'un organisme d'intérêt général	longue	✓			• Optimisation de l'impact de l'engagement
Temps partiel senior	Détachement de collaborateur·trice·s séniors à mi-temps au sein d'une association tout en restant salarié·e·s de leur entreprise	longue	✓			• Accompagnement de la fin de carrière
Actions de sensibilisation aux enjeux sociétaux	Sensibiliser de manière ludique les salarié·e·s aux enjeux sociaux et environnementaux	courte	✗			• Sensibilisation, compréhension des enjeux

● Zoom sur... le mécénat de compétences

Défini par la loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations [4], le **mécénat de compétences** est une forme de pratique *pro bono* et participe de cette même logique d'un transfert de savoir-faire, souvent réciproque, entre les entreprises et des organisations d'intérêt général. Il s'agit de **mobiliser des salarié·e·s sur leur temps de travail**, afin qu'ils réalisent des prestations de service au profit d'acteurs de la solidarité ou qu'ils soient simplement « mis à disposition » d'une organisation. Les dispositions relatives au mécénat sont alors applicables, et notamment en termes de fiscalité [5] et d'acteurs habilités à recevoir ce type de prestations [6].

De nombreuses entreprises proposent à leurs équipes de s'engager auprès d'acteurs de l'intérêt général dans le cadre du mécénat de compétences. Néanmoins, ce dispositif demeure surtout utilisé par les plus grandes entreprises, les plus petites privilégiant le **bénévolat**, dispositif prévu en dehors du temps de travail.

Le mécénat ou le bénévolat de compétences peuvent mobiliser les compétences personnelles ou professionnelles des collaborateur·trice·s sur **des missions courtes** (1h à ½ journée) ou **longues** (1 mois à 2 ans). En ce sens, les actions solidaires proposées peuvent être des actions déconnectées des compétences métiers (ex : jardinage, bricolage, tri de vêtements...) ou au contraire en lien avec celles-ci (communication, comptabilité, marketing...).

[4] Dite Loi Aillacon, 2003.

[5] Le dernier alinéa du 1 de l'article 238 bis du code général des impôts dispose que la valorisation d'un don en nature, dont le mécénat de compétences fait partie, est effectuée au coût de revient de la prestation de service donnée. L'instruction fiscale BOI-BIC-RICL-20-30-10-20-20170620 précise que le coût de revient d'une prestation correspond aux coûts supportés par l'entreprise pour produire la prestation donnée.

[6] Les entreprises peuvent défiscaliser les actions de mécénat de compétences, le don étant évalué au regard du prix de revient du salarié mobilisé ou de la prestation de service. Les organisations pouvant en bénéficier sont celles relevant de l'intérêt général, selon les articles 200 et 238 bis du Code général des impôts.

LES CLÉS DE SUCCÈS DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

- S'assurer que les missions réalisées par les collaborateur·trice·s correspondent à un réel besoin des associations
- Dédié des ressources humaines pour l'organisation et le suivi des missions de compétences et des salarié·e·s engagé·e·s
- Proposer une offre d'engagement à la carte : missions courtes/longues, ponctuelles/récurrentes, faisant appel aux compétences métiers/personnelles...
- Proposer des actions d'engagement selon les profils des collaborateur·trice·s : début, milieu ou fin de carrière
- Assurer un suivi de l'engagement des équipes auprès des associations et anticiper leur retour au sein de l'entreprise.

● Zoom sur... le don financier des salarié·e·s

Outre le don de temps ou de compétences, les entreprises peuvent proposer à leurs salarié·e·s de soutenir financièrement des acteurs de l'intérêt général. Un de ces dispositifs est *'l'Arrondi solidaire sur salaire'*. Il s'est largement développé ces dernières années, sous l'impulsion de l'entreprise sociale microDON qui propose également *'l'Arrondi solidaire en caisse'*.

Le principe est simple : les salarié·e·s décident *d'arrondir le montant de leur salaire* afin de *verser quelques centimes ou euros à une association*. Le choix des associations bénéficiaires peut relever d'eux-mêmes ou de l'entreprise. A fin 2020, ce sont ainsi *655 entreprises* qui ont pratiqué l'Arrondi solidaire sur salaire, collectant *1 690 441 €* au profit de 176 associations d'intérêt général [7].

Autre mécanisme d'engagement financier : le *financement participatif*. Sa pratique s'est largement démocratisée en France, comme en témoigne le baromètre du *crowdfunding* 2021 réalisé par Financement Participatif France et Mazars. Plus de *1,88 milliard d'euros* ont été collectés en 2021 (+84 % en un an).

Appliqué à l'engagement des collaborateur·trice·s, le *crowdfunding* peut se décliner en *collecte intra-entreprise*, permettant ainsi aux salarié·e·s de contribuer au financement d'un ou de plusieurs porteurs de projets en complément des dons faits par l'entreprise. D'autres entreprises font le choix de développer leur propre plateforme numérique ou de soutenir des acteurs de la finance participative, en abondant les dons des particuliers et en incitant les salarié·e·s à un engagement financier.

Les *fonds de dotation des entreprises* peuvent également être alimentés par les salarié·e·s visant à réunir dans l'urgence des fonds pour répondre à des catastrophes humanitaires, sociales ou environnementales.

● Zoom sur... les actions de sensibilisation des équipes aux enjeux sociétaux

Un des principaux leviers afin d'impliquer ses équipes dans sa stratégie d'engagement est celui de la sensibilisation et de la formation aux enjeux sociaux et environnementaux. En effet, si « 70 % des collaborateur·trice·s connaissent la notion de Responsabilité sociétale de l'entreprise », seuls « 29 % savent précisément de quoi il s'agit », d'après une étude réalisée par la Cegos en 2021 [8].

Pour y pallier, de nombreuses solutions, ludiques, digitales et collectives ont vu le jour dont la célèbre *Fresque du climat* qui sensibilise aux enjeux du réchauffement climatique, des contenus de *microlearning* sur les thématiques du numérique responsable ou de la diversité ou encore le Duoday, qui permet à une organisation d'accueillir, à l'occasion d'une journée nationale, une personne en situation de handicap en duo avec un·e professionnel·le volontaire. Les émotions positives et le jeu favorisent en effet l'apprentissage et l'intégration des enjeux, tout comme les moments collectifs facilitent l'acquisition de connaissances et les échanges entre collègues.

Ces actions de sensibilisation peuvent ainsi se révéler complémentaires aux actions solidaires proposées.

● Zoom sur... l'intrapreneuriat social

L'intrapreneuriat social est une forme d'engagement à la croisée des enjeux RH et d'innovation : « L'intrapreneur social est un salarié qui développe, au sein de son entreprise, une activité innovante susceptible d'apporter une solution durable à un problème de société. L'objectif est de créer un nouveau produit ou service, en lien avec le cœur de métier de l'entreprise, qui aura un impact sociétal positif » tel que défini dans *Transformez votre entreprise de l'intérieur ! : Le guide de l'intrapreneur social* [9].

Le déploiement de l'intrapreneuriat social dans les entreprises peut présenter plusieurs avantages stratégiques. Il est un levier d'engagement et de motivation des équipes, car il favorise le recrutement et la fidélisation des jeunes générations. L'intrapreneuriat social permet également une meilleure veille sur les besoins non pourvus de la société, une interrogation constante des produits et services de l'entreprise, et l'occasion d'innover et de se réinventer.

Bien que l'intrapreneuriat social reste marginal dans les entreprises françaises, il ouvre donc la voie à une nouvelle façon de travailler et d'innover, tout en s'engageant pour la société.

REGARD D'EXPERTE

Qu'est-ce que le *pro bono* ?

Pro bono est l'abréviation de l'expression latine *pro bono publico*, qui signifie « pour le bien public ». C'est le fait de transmettre gracieusement ses compétences à des associations pour les aider à se développer durablement.

Connu à l'origine essentiellement dans le monde du droit, notamment aux États-Unis, le *pro bono* se répand désormais à tous types de professions, pour tous types de problématiques sociétales. En 2011, l'association Pro Bono Lab a été créée pour diffuser en France cette pratique et faire de « toute compétence un bien public ». Le *pro bono* fait ainsi référence à toutes les formes d'engagement par le partage de compétences, dont le bénévolat et le mécénat de compétences.

Pourquoi considérez-vous le partage de compétences l'engagement clé des salarié·e·s ?

La ressource première de toute entreprise, ce sont les compétences que les femmes et les hommes qui la composent mobilisent au service de son projet économique. De ce capital humain dépend la pérennité de toute entreprise, c'est-à-dire sa capacité à bâtir sur un temps long, à se projeter, à appréhender l'avenir. Transmettre les compétences de collaborateurs à des associations qui en ont besoin est un engagement accessible à toutes les entreprises, aux plus petites comme aux plus grandes.

78 % des collaborateurs qui s'engagent via nos missions pro bono affirment développer de nouvelles compétences, au-delà de transmettre celles qu'ils possédaient déjà. 81 % se sentent plus fiers d'appartenir à leur entreprise après s'être engagés. 99 % se sentent plus utiles, trouvant un sens supplémentaire à leur travail. Dans la grande diversité des formats existants, l'engagement par le partage de compétences sert les enjeux de performance et d'impact social de l'entreprise.



Marjorie PEREZ

Directrice générale déléguée



En quoi, selon vous, l'implication des collaborateur·trice·s sur des causes sociétales répond-elle à des besoins stratégiques des entreprises ?

La quête de sens au travail existait déjà avant la crise du Covid de 2020, mais s'est renforcée depuis. Les collaborateurs aujourd'hui ne se satisfont plus seulement d'un salaire confortable et d'avantages sociaux. Répondre à cette volonté des collaborateurs de trouver du sens dans leur travail est un véritable levier d'attractivité et de rétention des talents pour les entreprises. C'est un élément différenciant en terme de marque employeur, à plus forte raison sur des secteurs en tension.

En outre, permettre aux collaborateurs de s'engager pour des causes sociétales, c'est initier une dynamique d'expérimentation et d'innovation en interne. C'est aussi permettre aux collaborateurs de se rencontrer autrement, d'apporter de la fraîcheur dans leur quotidien et d'aller à la rencontre d'une diversité qui les entoure et qui a tendance à être oubliée lorsque chacun travaille en vase clos.

L'implication des collaborateurs sert les enjeux de réputation, de cohésion interne, de développement des ressources humaines mais également d'ancre territorial, en développant des synergies entre des structures locales peu habituées à travailler ensemble. Cela va dans le sens d'une nouvelle Responsabilité Territoriale des Entreprises, une notion plutôt nouvelle qui dépasse celle d'une RSE très orientée vers l'analyse d'indicateurs. Mais cet engagement porte surtout, au cœur même de l'entreprise, l'ambition d'un engagement transformatif qui permet au salarié d'être pleinement acteur des mutations de l'entreprise, d'y participer ou de les impulser.

3

Quels leviers pour engager davantage vos équipes ?

● Animer une communauté d'ambassadeur·drice·s

Pour déployer leur **stratégie RSE** ou leurs actions de solidarité dans les différents sites où elles sont implantées, certaines entreprises s'appuient sur **des réseaux d'ambassadeur·drice·s**, aussi appelés parrains ou marraines. Cette pratique est un moyen pour l'entreprise d'impliquer ses équipes dans le pilotage de la démarche de solidarité et ainsi de la dynamiser.

Pour en garantir l'efficacité, il convient de bien **définir le rôle d'ambassadeur·drice·s**, de valoriser leur engagement et de leur fournir les outils afin de les accompagner au mieux dans leur mission.

Si ce rôle constitue souvent un engagement volontaire et bénévole des collaborateur·trice·s, certaines entreprises peuvent faire le choix d'accorder un pourcentage du temps de travail des salarié·e·s à cette mission spécifique.

● Reconnaître et valoriser l'engagement des équipes

Si de nombreuses entreprises sont encore en phase de réflexion pour valoriser concrètement l'engagement des collaborateur·trice·s, plusieurs possibilités existent :

- **Au cours de l'entretien annuel**, mettre en avant les compétences acquises par le salarié·e lors d'une mission solidaire
- **Définir des indicateurs d'engagement**
 - dont l'atteinte conditionne une partie de la prime ou de l'intéressement (par exemple un seuil minimal de collaborateur·trice·s engagé·e·s).

Ces démarches sous-entendent donc de mener tout au long de la mission un processus de suivi exigeant avec des attendus et des indicateurs spécifiques.

● Faire appel à des intermédiaires spécialisés

Pour déployer des actions solidaires, les entreprises peuvent faire appel à des professionnel·le·s de l'engagement, qui se chargent d'identifier les structures bénéficiaires, de recueillir leurs besoins et ainsi de mettre en relation entreprises et associations.

Aux côtés de ces acteurs tels que Koeo, Pro Bono Lab ou encore Passerelles et Compétences, de nouveaux acteurs d'intermédiation ont vu le jour ces dernières années, tels que Vendredi, Wenabi ou encore Yumana.

Ces derniers proposent des plateformes numériques d'engagement lucratives permettant aux entreprises de mobiliser leurs collaborateur·trice·s à travers diverses formes d'engagement : bénévolat, mécénat de compétences, don financier, en nature, etc.

Véritables outils de la politique d'engagement des salarié·e·s, elles séduisent de plus en plus d'entreprises mécènes par leurs fonctionnalités et bénéfices : démarches administratives facilitées, suivi amélioré, meilleure visibilité des actions solidaires disponibles...

L'ALLIANCE POUR LE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

L'Alliance pour le mécénat de compétences constitue un autre exemple de collectifs d'entreprises engagées. Créeée en janvier 2019 par la Fondation SNCF, cette alliance, regroupant 27 entreprises [10] est née sur la base de 7 engagements fermes et du *Manifeste pour le Mécénat de compétences*, feuille de route signée par les dirigeant·e·s membres de l'Alliance.

Parmi les 7 engagements pris par les entreprises signataires : mettre en place le mécénat de compétences ou développer un dispositif existant dans l'entreprise, valoriser l'acte d'engagement des collaborateur·trice·s, évaluer les résultats des programmes ou encore encourager les entreprises de toutes tailles à déployer ce type de dispositif.

Comme tout outil, il est important de noter que l'utilisation de ces plateformes d'engagement nécessite un accompagnement humain non négligeable dans la gestion des missions et dans le suivi de la relation avec le partenaire, côté entreprise ou association.

L'implication de ses équipes dans sa démarche d'engagement d'entreprise peut ainsi constituer un vrai levier stratégique et démultiplier les impacts de celle-ci sur ses bénéficiaires, si tant est que les actions mises en œuvre bénéficient aux trois parties-prenantes concernées : entreprise, collaborateur·trice·s et structures d'intérêt général.

Les entreprises pour la Cité

Nous sommes, depuis plus de trente ans, le réseau de référence des entreprises engagées. Notre association accompagne par le partage et la co-construction, un collectif de 130 organisations engagées dans la Société sur les thématiques de l'égalité des chances dans l'éducation, de la diversité en entreprise et du mécénat et des engagements citoyens.

À la pointe de l'innovation sociale, nous apportons à nos entreprises membres un accompagnement individualisé par nos experts, des formations et des missions de conseil, une mise en réseau pour échanger et partager les bonnes pratiques ainsi que des publications pour aider à la réflexion et au passage à l'action.

[Site web](#)

Contact

Elise Moison

Déléguée Générale Adjointe
Les entreprises pour la Cité

elise.moison@reseau-lepc.fr

Date de publication : mai 2023

Comité de rédaction

Les entreprises pour la Cité

Yann Tanguy
Elise Moison
Oriane Hostin

Partenaires du cycle

Fondation Accenture France
Axa France
Fondation Groupe ADP
Fondation Schneider Electric
KPMG France

L'équipe Mécénat et Engagements citoyens des Entreprises pour la Cité

Nos équipes accompagnent les entreprises citoyennes et leurs fondations à chaque étape de leurs politiques « mécénat et engagements citoyens », toujours dans une logique de performance et d'innovation : dès la conception stratégique de leur politique de « RSE, mécénat et engagements citoyens » et sur l'ensemble de leurs enjeux de mise en œuvre (plateforme de discours, mobilisation des collaborateurs, processus de sélection/suivi de projets innovants, animation de communauté de porteurs de projets, évaluation et mesure d'impact, etc.)