

Guide entreprises et générosité

01 · UN ENJEU RSE DÉSORMAIS INSTALLÉ

Le mécénat d'entreprise n'est plus une pratique marginale : le nombre d'entreprises ayant déclaré des dons a progressé de 55 % entre 2021 et 2023, pour atteindre 171 900 structures, avec 2,9 milliards d'euros de mécénat déclaré. Ce mouvement est porté par toutes les tailles d'entreprise : les TPE et PME représentent aujourd'hui 33 % du budget de mécénat, contre 23 % six ans plus tôt.

Le mécénat de compétences s'installe dans la durée plutôt que de rester un geste ponctuel : 58 % des entreprises qui le pratiquent l'ont adopté depuis plus de cinq ans, et 39 % y consacrent désormais 6 jours ou plus par salarié et par an. 54 % des entreprises déclarent vouloir amplifier ces actions dans les deux prochaines années, et 60 % y voient un levier de marque employeur.

↗ [Baromètre Admical du mécénat d'entreprise 2024](#)

↗ [Focus mécénat de compétences — Alliance pour le Mécénat de Compétences / Pro Bono Lab](#)

02 · CE QUE VOS COLLABORATEURS ATTENDENT

61 % des salariés estiment que leur entreprise a un impact positif sur la société (+4 points en deux ans). Ce chiffre grimpe à 68 % dans les grandes structures. La connaissance des valeurs de l'entreprise change concrètement le rapport à l'emploi : 74 % des salariés qui les connaissent se projettent encore dans la même entreprise à trois ans, contre 58 % pour les autres.

87 % des salariés considèrent l'engagement RSE de leur entreprise comme un critère important de leur satisfaction au travail (Cone Communications & Porter Novelli), et 92 % estiment que l'entreprise a un rôle à jouer sur les sujets sociaux (FACE / OpinionWay). Point de vigilance : seuls 50 % des salariés identifient une action RSE au sens large (contre 67 % pour l'environnement), la communication interne compte autant que l'action elle-même !

↗ [Baromètre RSE 2025 — Medef / institut Verian](#)

↗ [Baromètre RSE 2ème édition — FACE / OpinionWay](#)

↗ [Bilan RH 2025 \(citant Cone Communications & Porter Novelli\)](#)

03 · LE GIVING TUESDAY, UN CADRE D'ACTION SIMPLE

Face à des attentes fortes mais parfois mal identifiées en interne, le Giving Tuesday offre un cadre lisible et international : plus de 90 pays mobilisés chaque année autour du premier mardi après Thanksgiving, ce qui donne une légitimité immédiate sans avoir à construire sa propre narrative RSE.

C'est aussi une porte d'entrée à tous les niveaux d'engagement : contrairement à un plan de mécénat structuré, il permet de démarrer petit (une heure de bénévolat, un post, une collecte) et de monter en puissance les années suivantes. Pour les entreprises qui pratiquent déjà le mécénat de compétences ou l'arrondi sur salaire, le 1er décembre offre une date de mobilisation qui rend visible un engagement qui, sinon, reste diffus toute l'année.

À retenir : le Giving Tuesday n'est pas une action RSE de plus à ajouter à la liste, c'est un point de convergence qui rend visible, en interne comme en externe, un engagement qui existe souvent déjà.