



Les bases d'un programme d'*engagement des employés*

Un guide pour savoir par où commencer pour renforcer votre engagement

À vous *de jouer*

Concevoir un programme d'engagement des employés adapté à vos besoins

“Nous ne sommes pas en mesure de lancer le même genre de programmes d'engagement solidaire que certaines entreprises.”

“Notre équipe est trop petite.”

“Je ne sais pas par où commencer.”

Vous vous reconnaissez dans ces *différentes situations* ?

Après avoir aidé pendant 15 ans des clients à élaborer et à lancer des programmes d'engagement des employés, nous savons que mettre en place un programme en partant de rien peut sembler difficile, accablant voire même effrayant.

Vous êtes pourtant arrivé jusqu'ici. *Et nous sommes là pour vous aider.*

Nous avons conçu ce guide qui vous aidera à élaborer un programme d'engagement des employés efficace pour vous et votre entreprise. Au fil des pages, nous vous présenterons des exemples et des conseils recueillis auprès de plus de 900 clients que nous avons accompagnés pour les aider à atteindre leurs objectifs. N'hésitez pas à emprunter les idées de cette communauté et réutiliser celles qui vous conviennent le mieux pour atteindre vos objectifs. Il ne faut pas forcément être une grande marque - ou disposer d'un gros budget - pour redonner à la société.



Le saviez-vous ?

74%

des PME n'avaient pas de programme d'engagement des employés avant leur expérience avec Benevity.

Poser les bases

Une nouvelle approche de la RSE

La mise en place d'un programme d'engagement des employés est similaire à la construction d'une maison : vous devez commencer par établir des fondations solides. Pour ce faire, il faut fixer des objectifs à tous les niveaux de votre entreprise. Le fait d'investir dans l'engagement permet de développer une culture d'entreprise à la fois motivante et valorisante pour les employés, mais cela crée aussi un impact social et économique à long terme.

Par ailleurs, les clients, les employés et les investisseurs attendent davantage des entreprises avec lesquelles ils choisissent de s'allier. C'est pourquoi de plus en plus d'entreprises adoptent une vision globale de leurs programmes, en donnant à leurs employés la possibilité de faire le bien de plusieurs manières, que ce soit en contribuant à une cause, en adhérant à une communauté d'employés (ou Employee resource groups, ERG) ou en accomplissant de simples actions positives. L'engagement des employés n'est plus une option, mais plutôt le moyen de doter l'ensemble d'une organisation d'une même raison d'être, ce qui devrait retenir l'attention des cadres, y compris la direction et le conseil d'administration.



96%

des experts en RSE estiment que le storytelling est un élément essentiel dans la communication de leur organisation.

88%

des clients se disent prêts à acheter un produit d'une entreprise engagée.

75%

des employés jugent important que leur entreprise communique ses objectifs, ses progrès et ses réalisations en matière de RSE.

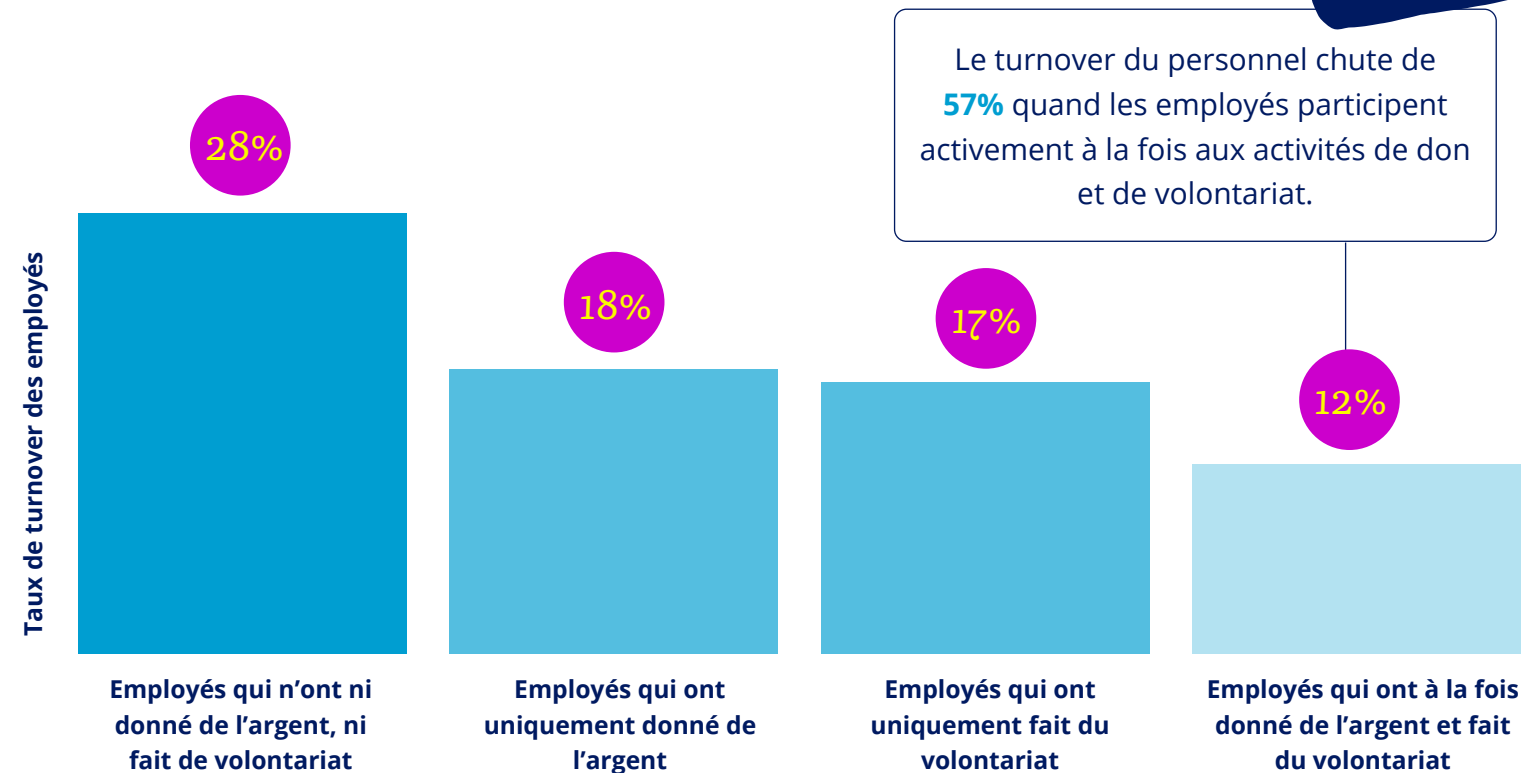
Poser les bases

RSE et bénéfices économiques

Chez Benevity, nous considérons que la meilleure façon de booster l'engagement des employés est de donner du sens à leur travail. Selon une étude que nous avons réalisée, les employés qui participent à la fois à des dons et à des actions de volontariat sont 57 % moins susceptibles de quitter leur emploi que ceux qui ne le font pas.

Investir dans une mission précise permet à votre entreprise de faire des bénéfices à tous les niveaux, en renforçant sa réputation, en développant sa culture, en attirant les meilleurs talents et en établissant des fondements solides en matière de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). La fidélité des employés et des clients résulte d'un réel engagement, celui d'un impact positif dans le monde.

Les entreprises qui investissent dans une mission sociale et qui en exploitent le potentiel voient leur *part de marché augmenter de 6%* et génèrent *20% de revenus supplémentaires*.

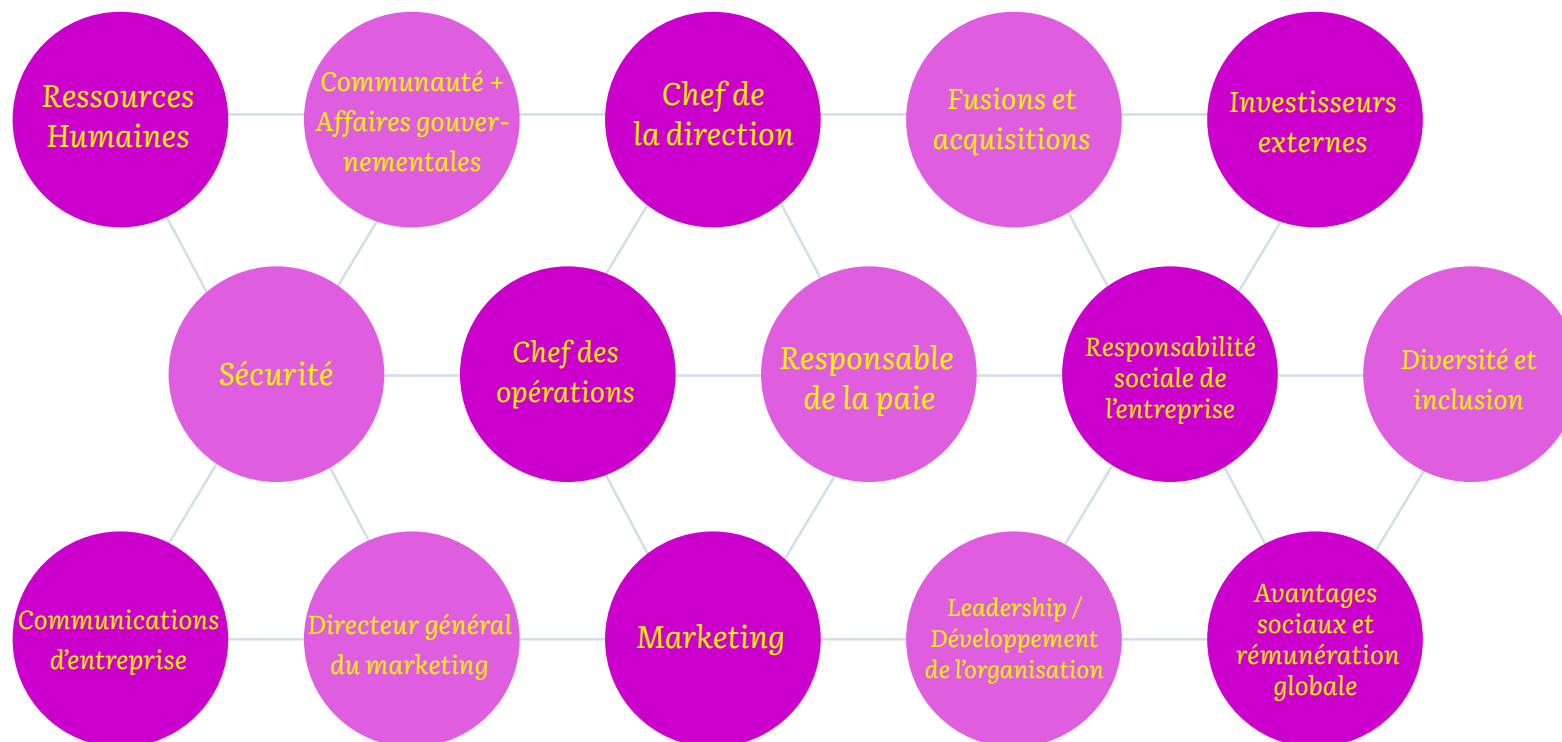


L'engagement d'entreprise est un sport d'équipe

L'engagement d'entreprise devient un facteur stratégique de différenciation et c'est un des rares leviers permettant aux entreprises de créer des marques et des cultures authentiques et responsables.

Ainsi, de nombreuses entreprises considèrent que l'engagement d'entreprise n'appartient plus uniquement au domaine des experts en RSE et RH.

En effet, nous travaillons de plus en plus avec des clients qui cherchent à donner du sens à leur entreprise, afin de bénéficier de résultats aussi bien sociaux qu'économiques. Cela a nécessité un niveau de collaboration sans précédent avec des groupes qui, jusque-là, ne se sentaient pas forcément concernés par nos stratégies et nos activités.



Marketing

Participer à faire le bien est important car cela permet de :

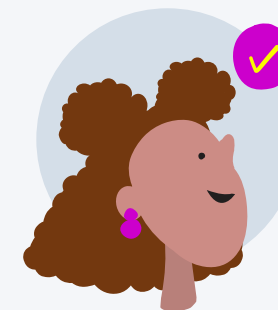
- Construire votre culture d'entreprise de manière authentique et approfondir les liens au sein de votre communauté grâce à des comportements qui ont un impact positif pour la société
- Mettre en lumière des témoignages captivants avec des données à l'appui
- Générer de nouveaux sujets de discussion et de nouvelles tendances dans votre entreprise



Responsabilité sociale des entreprises

Participer à faire le bien est important car cela permet de :

- Se concentrer davantage sur le positionnement de votre entreprise en matière de RSE
- Recueillir des données solides pour montrer l'impact de votre organisation
- Aligner stratégiquement vos programmes sur les passions de vos employés



Marque employeur

Participer à faire le bien est important car cela permet de :

- Stimuler l'engagement et réduire le turnover du personnel
- Créer du lien entre les gens à travers les différents lieux de travail et les départements
- Attirer des employés motivés et récompenser les comportements qui ont un impact positif sur la société

Construire l'équipe

Commencez par une mission convaincante

Chez Benevity, nous savons que le lancement d'un nouveau programme n'est pas une tâche facile - il faut souvent débiter avec quelques personnes ou même une seule ! Par conséquent, nous savons que chaque moment, chaque action et chaque objectif doivent générer des résultats et un impact.

Il est donc important de disposer d'énoncés de mission concrets,

faciles à comprendre et inspirants. Cela signifie qu'il faut s'assurer que tous les membres de l'équipe se sentent concernés et responsabilisés, tout en s'appuyant sur les objectifs et les buts collectifs de l'entreprise. Pour ce faire, de nombreux clients de Benevity ont identifié quelques (3-4) axes clés stratégiques à un niveau collectif, et ils utilisent un programme d'engagement pour soutenir plus largement des causes et offrir davantage de choix.

Voici deux exemples d'énoncés de missions de nos clients

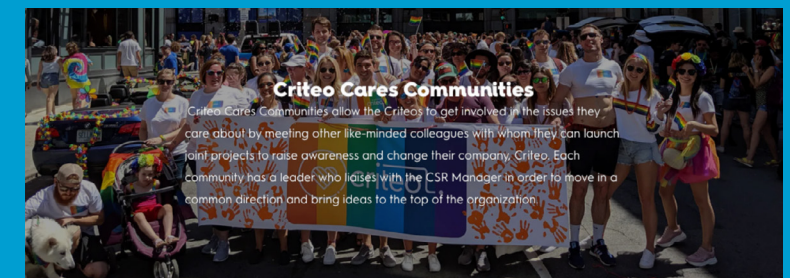
1

L'entreprise SCOR, basée à Paris et spécialisée dans la réassurance, s'est donné comme objectif de combiner l'art et la science du risque pour protéger les sociétés.



2

Criteo, entreprise tech internationale dont le siège social se trouve également à Paris, s'est engagée pour quatre causes différentes : l'environnement, la diversité, l'équité et l'inclusion, et l'éducation.



Recrutez des **champions**

Vous pouvez les appeler des ambassadeurs, des champions, des catalyseurs ou autres, mais nous vous recommandons de constituer une équipe d'employés dans chacun de vos sites pour vous aider à mettre en œuvre, à développer et à renforcer votre programme. Cette communauté est un groupe d'individus engagés qui sont déterminés à contribuer à améliorer la vie de leur communauté locale et qui assument des responsabilités supplémentaires pour veiller à ce que votre programme réussisse à mobiliser davantage de personnes. Cette équipe sera chargée d'encourager, de mobiliser et d'inciter ses collègues à participer à des activités à caractère social comme les dons et le volontariat. Un grand nombre de nos clients donne à leurs ambassadeurs les moyens d'organiser et de diriger des campagnes sur leurs sites spécifiques et d'inciter leurs collègues à effectuer des initiatives locales.

Vous serez peut-être surpris de constater que sur tous vos lieux de travail, il y a déjà des personnes prêtes à soutenir des initiatives d'engagement solidaire. Personne ne connaît mieux les communautés locales que les personnes qui y vivent et y travaillent ! Nous vous recommandons de commencer par identifier les personnes qui sont déjà impliquées dans leur communauté et qui peuvent expliquer avec passion pourquoi elles soutiennent la ou les causes qu'elles défendent

Pour trouver vos *ambassadeurs*, voici quelques personnes à qui vous pourriez vous adresser :

- **Les participants passionnés** : les personnes que vous connaissez et qui participent déjà au sein de leur communauté connaîtront sûrement d'autres employés qui seront eux aussi passionnés par l'action sociale !
- **Les cadres supérieurs** : ceux qui ont un lien avec votre équipe de direction auront déjà une idée du soutien et de l'engagement des dirigeants pour la cause.
- **Les responsables des communautés d'employés (ERG)** : ces personnes sont souvent activement impliquées dans des causes qui trouvent un écho dans le programme qu'elles dirigent, et elles sont probablement déjà bénévoles.
- **Les coordinateurs de l'ensemble de l'équipe / l'équipe de communication interne** : cette équipe structure les communications pertinentes au sein d'une équipe plus large et peut rapidement vous ajouter au calendrier des réunions de l'ensemble de l'équipe.
- **L'équipe RH** : grâce à ses connaissances étendues en termes d'organisation, l'équipe RH connaîtra les employés à haut potentiel de votre entreprise et pourra déterminer si certains d'entre eux sont à la recherche d'opportunités de développement professionnel. Par exemple, le fait d'être président d'une communauté à impact social permet d'acquérir des compétences en matière de pilotage et de gestion de projet, tout en établissant des contacts avec les dirigeants et en acquérant une visibilité positive.
- **Les travailleurs sur le terrain ou les travailleurs qui n'ont pas de bureau** : ces employés peuvent avoir des canaux de communication et des façons de s'engager différents de ceux des employés qui travaillent dans vos bureaux, vous devez donc vous assurer que vos programmes sont accessibles à tous vos employés.





illumina

Créer un programme de *champions du volontariat*

Illumina, une société de biotechnologie possédant plusieurs bureaux internationaux, a lancé son programme mondial de volontariat en pensant savoir ce à quoi tous ses employés allaient s'intéresser, en se basant sur les préférences de ses employés basés aux États-Unis. Toutefois, en visitant pendant deux semaines les bureaux d'Illumina en Chine, à Singapour et au Japon, l'administratrice du programme a découvert que celui-ci était très peu exploité : non seulement les bureaux internationaux n'organisaient pas d'événements de volontariat, mais ils ne s'approprièrent pas le programme et n'étaient pas du tout engagés.

En réponse, l'administratrice du programme d'Illumina a décidé de nommer des ambassadeurs du volontariat dans chaque région, de leur donner un budget, de fixer des objectifs et de planifier des contrôles réguliers pour discuter de leurs progrès. L'établissement d'un lien entre les champions locaux et le réseau mondial plus vaste a également permis de tisser une toile pour se soutenir et entretenir des liens.

Illumina organise désormais quatre événements annuels de volontariat à l'échelle mondiale, et tout le reste est à la charge des champions qui doivent créer et communiquer de manière authentique et locale. L'initiative des ambassadeurs du volontariat d'Illumina a conduit à la création d'événements de volontariat locaux qui ont eu un impact positif sur la participation et le moral.



Encouragez vos employés à donner du sens à leur travail

Les dons et le volontariat réalisés par les employés

Les employés sont plus susceptibles de participer à un programme d'engagement solidaire qui valorise leur expérience et leurs passions ! L'expérience des employés doit être au centre de toutes les occasions de participation. Chaque aspect du programme doit permettre de répondre à la question suivante : Comment facilitons-nous la contribution de nos employés pour avoir cet impact positif ?

Les éléments clés d'un programme facile à utiliser sont les suivants :

- ✓ **Le libre choix des dons**, afin que les employés puissent choisir les organisations à but non lucratif qu'ils souhaitent soutenir en fonction de leurs passions et de leurs intérêts.
- ✓ **Des mesures d'incitation de la part de l'entreprise** comme le jumelage des dons, le versement d'un financement de départ ou des récompenses pour le volontariat, afin de montrer à vos employés que vous vous souciez d'eux, et pour les encourager vivement à s'impliquer.
- ✓ **Des dons sur salaire** pour permettre aux employés de faire des dons directement à partir de leur paie.
- ✓ **Des initiatives de dons et de volontariat** proposées par les utilisateurs afin de permettre à vos employés de participer à la co-construction de votre programme.
- ✓ **Des opportunités de dons et de volontariat** géographiquement ciblées pour engager les employés dans leurs communautés locales.
- ✓ **Des choix de volontariat flexibles** - y compris du mécénat de compétences ou des missions en ligne - afin que les employés puissent participer de manière plus ou moins intensive.
- ✓ **Une procédure rapide et efficace** de vérification des organismes à but non lucratif et de versement des fonds pour garantir que chaque don parvienne à l'organisme qui en a besoin (plus besoin de vérifications manuelles).



Le niveau d'engagement des employés dans le cadre de notre programme "Engagement envers les communautés" est passé de 39 % à 49 % depuis que nous avons adopté le système de dons à la carte.



Lauren
Spécialiste de l'investissement communautaire,
Meridian

Encouragez vos employés à donner du sens à leur travail

Encourager la participation

Vous voulez que le plus grand nombre possible d'employés participent à votre programme ? Mettez sur des éléments tels que la ludification, les dons à la carte et les récompenses pour les bénévoles afin de les motiver et de les impliquer dans la réussite du programme.

Les récompenses pour les bénévoles

Les bénévoles sont récompensés par des dons pour leurs heures de volontariat, ce type de récompenses gagne en popularité. Par exemple, si un employé participe à un programme de volontariat d'une journée parrainé par l'entreprise pour la construction d'une maison, il sera rémunéré pour ses huit heures de travail, les fonds étant versés sur un compte spécial de dons (souvent 18 €/heure fois 8 heures = 144 €). L'employé peut ensuite reverser cette somme à l'organisme de son choix.

Vous renforcez ainsi leur contribution en permettant à la fois le volontariat et le don. Les récompenses pour les bénévoles sont d'autant plus efficaces qu'elles offrent un large choix, permettant à vos employés de faire ensuite don des fonds aux causes qui leur tiennent le plus à cœur.

Micro-actions

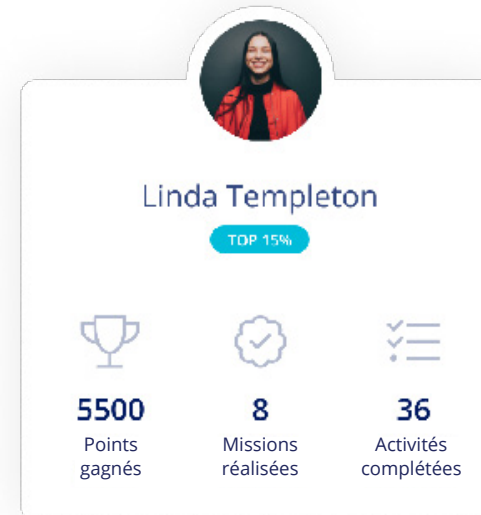
Un autre moyen de faire le bien et de créer des bénéfices sociaux, personnels et économiques importants, est d'encourager les petites actions positives de vos employés. Par exemple, les clients de Benevity peuvent utiliser notre fonctionnalité "Micro-actions" pour encourager et inciter leurs employés à faire plus de bien à travers des activités ludiques et faciles à réaliser au quotidien. Qu'il s'agisse de prendre des douches plus courtes, de s'informer sur les inégalités raciales ou de prendre soin de sa santé mentale, ces activités peuvent favoriser la prise de conscience, renforcer l'empathie et encourager un comportement socialement responsable. Indépendamment du temps, de l'argent, du lieu ou du type d'emploi, tout le monde peut participer à ces petits défis solidaires, c'est donc l'un des meilleurs moyens de s'assurer que tous puissent s'engager. Et c'est aussi un excellent moyen de renforcer l'esprit d'équipe !

Dons à la carte

Les programmes les plus réussis mettent en avant des organisations à but non lucratif et des campagnes qui s'alignent sur les objectifs RSE de l'entreprise et permettent aux employés de s'engager auprès d'organisations qui leur tiennent personnellement à cœur. Il s'agit de trouver un équilibre entre les objectifs de l'entreprise et les intérêts des employés. Dans les programmes à la carte, les employés sont cinq fois plus susceptibles de participer !

Conseil d'expert

Pour comprendre quelles sont les causes qui passionnent le plus les employés, nous vous suggérons de mener une enquête interne. Vous pourriez être surpris de ce que vous trouverez ! En identifiant les passions des employés, vous découvrirez peut-être d'autres catégories de causes à inclure dans votre programme d'engagement d'entreprise !



Modèle de réussite:

La banque BNP Paribas en Suisse

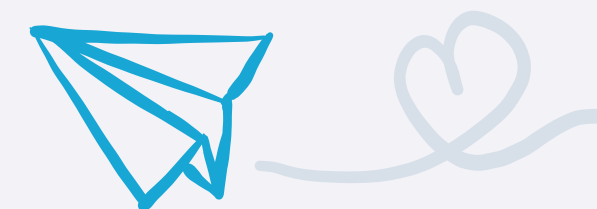


2017 : BNP Paribas proposait déjà depuis plusieurs années des activités de volontariat ainsi que des missions de mécénat de compétences, mais souhaitait stimuler davantage l'engagement de ses employés.

2018 : La banque décide d'encourager la participation des employés, en offrant à chaque salarié 16 heures, soit 2 jours, pour le volontariat et en mettant en place une plateforme d'engagement pour offrir un large choix d'opportunités de s'engager.

Objectif : 40 % de participation

2019 : Résultat, un an après le lancement du programme, 40 % des employés de la banque sont actifs sur la plateforme. En effet, 260 collaborateurs ont donné plus de 850 heures de leur temps de travail pour soutenir le travail d'associations locales.



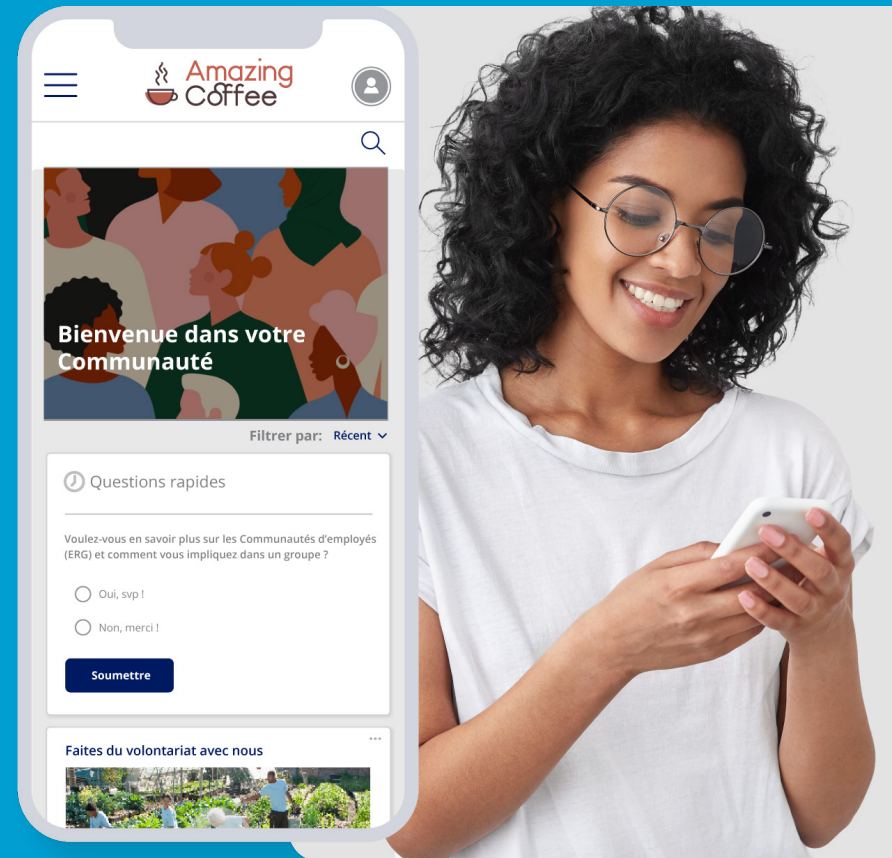
Encouragez vos employés à donner du sens à leur travail

Faites de votre entreprise une communauté

La façon dont nous travaillons évolue, et le lieu de travail de demain est bien plus qu'une simple entreprise. Les employés recherchent un endroit où ils peuvent donner du sens à leur travail - et un espace où ils peuvent agir sur les questions qui leur tiennent à cœur.

Les communautés d'employés (ERG) sont composées de membres passionnés qui ont le pouvoir d'inciter leurs collègues à agir. En exploitant - et en soutenant - vos ERG, vous pourrez augmenter la participation aux programmes et même attirer et retenir les employés. Avec les ERG, vous pouvez :

- ✓ Découvrir ce à quoi vos employés s'intéressent. Les ERG le savent mieux que quiconque.
- ✓ Donner à vos employés les moyens de créer des activités de don et de bénévolat et de convaincre leurs collègues de passer à l'action.
- ✓ Engagez plus de personnes dans votre programme d'engagement d'entreprise et créez plus d'opportunités pour avoir un impact.



Le réseau pour l'éducation

- 🔒 Groupe public
- 📍 Dirigé à : Lyon



PossAbilities

- 🔒 Groupe public
- 📍 Dirigé à : Paris



💡 Conseil d'expert

Optimisez l'impact des ERG au sein de votre entreprise. Mettez en place un espace dédié, comme la plateforme pour les groupes d'affinités de Benevity pour aider vos employés à créer, gérer, découvrir et participer aux ERG - et aussi à réaliser des actions concrètes comme le don et le bénévolat.

Les ERG comme outil de recrutement

Une enquête américaine révèle que

70%

des candidats âgés de 18 à 24 ans, seraient plus enclins à postuler pour un emploi dans une entreprise qui dispose d'ERG.



Encouragez vos employés à donner du sens à leur travail

Criez-le sur tous les toits

Même si votre programme est doté des meilleurs moyens d'incitation et de la meilleure structure, les employés ne pourront pas y participer s'ils n'en sont pas informés.

Ces astuces de communication sont faciles à mettre en place et peuvent rapidement sensibiliser vos employés et renforcer leur confiance :

- ✓ **Renforcez votre communication.** Demandez cinq minutes à la direction pour que les champions (ou les responsables) s'expriment lors des réunions d'équipe.
- ✓ **Sensibilisez les employés progressivement.** Commencez par de petites campagnes (comme les "Casual Fridays") et encouragez les dons récurrents sur les salaires pour appuyer l'engagement des employés.
- ✓ **Présentez visuellement les progrès réalisés pour atteindre les objectifs de l'équipe.** Fixez un objectif de dons et suivez sa progression de manière

visuelle et dans un lieu commun. La mesure du total des dons à l'aide d'un thermomètre est un outil très efficace !

- ✓ **Célébrez les étapes importantes.** Créez un enthousiasme commun pour votre programme en saluant la participation des employés. Commencez dès le premier jour ! Vous pouvez intégrer à votre programme une formation à l'engagement des employés, ou encore proposer des activités de micro-volontariat aux nouveaux employés lors de leur période d'intégration.
- ✓ **Lancez-vous sur les réseaux sociaux.** Encouragez les employés à publier sur leurs fils d'actualité et à mentionner votre hashtag engagement des employés.
- ✓ **Profitez des événements internationaux et des journées mondiales.** Pour cela, soyez stratégique avec votre budget et créez un effet "wow" lors des moments importants du calendrier et des situations de crise en organisant des campagnes spéciales de dons. Nombreux sont nos clients qui proposent de jumeler les dons des employés lors d'événements particuliers comme le "Giving Tuesday". En général, les entreprises doublent ou triplent le montant des dons réalisés par leurs employés. Un de nos clients a même choisi de multiplier par cinq le montant des dons de ses employés en réponse à la pandémie COVID-19.



Évaluez votre impact

Présentez votre niveau de contribution à votre entreprise, vos collègues, vos clients et vos diverses communautés.

Conseil d'expert

Créez un hashtag propre à votre programme que vos employés pourront utiliser afin de partager l'impact positif de votre entreprise. Cela pourra aussi facilement vous aider à mesurer votre portée sur les réseaux sociaux, et comprendre de quelle manière votre impact s'est amplifié.



Les différents outils de mesure

Détails

Les outils pour mesurer les transactions

La part de participation aux programmes : Prenez le nombre d'employés qui font du volontariat ou des dons et divisez-le par le nombre total d'employés.

Le nombre d'heures de volontariat réalisées : Total d'heures de volontariat effectuées dans l'entreprise et par personne.

Le nombre d'organisations à but non lucratif soutenues : Puisque vous vous intéressez à l'engagement des employés, le nombre d'organisations à but non lucratif soutenues montre à quel point vos employés sont actifs.

Le pourcentage de connexion des employés : Lorsque vous aurez mis en place une plateforme numérique pour vous aider à vous développer, comparez les taux de participation et le nombre de connexions des employés. Cela permettra de déterminer si votre programme a été suffisamment diffusé. Si les taux de conversion sont faibles, vous devrez peut-être réévaluer les mesures d'incitation mises en place.

Les montants investis : Beaucoup de nos clients aiment mettre en avant les sommes investies dans leur communauté.

Le nombre d'heures de mécénat de compétences : Les employés peuvent choisir eux-mêmes les compétences qu'ils souhaitent mettre à disposition. Certaines entreprises choisissent d'attribuer une valeur monétaire à ces heures de volontariat, et présentent cette valeur comme un chiffre d'investissement.

Les objectifs de développement durable : Communiquez les résultats des campagnes qui soutiennent les objectifs de développement durable des Nations Unies.

Le taux de conversion après le versement d'un capital de départ : Le pourcentage d'employés qui ont fait un don suite à la réception de fonds initiaux.

Les outils pour mesurer l'engagement

Le nombre d'opportunités de volontariat créées par vos employés : Le contenu créé par les employés vous aidera à comprendre leur degré d'appropriation du programme. Chez Benevity, nous pensons que c'est un signe d'un réel engagement.

Le nombre d'actions menées sur la plateforme par utilisateur : Vous pourrez mesurer l'engagement de vos employés en observant l'évolution du nombre d'actions (dons/volontariat/missions) menées sur la plateforme au fil du temps. Par exemple, on pourrait constater qu'un utilisateur réalise en moyenne 1,2 action pour une période donnée.

La prise de parole de l'employé : Faites un sondage auprès de vos employés et recueillez des données qualitatives.

La voix des organisations à but non lucratif : Demandez à vos employés de rapporter des témoignages concernant les causes qu'ils soutiennent.

Les réseaux sociaux : Si vous avez un hashtag pour votre programme, vous pouvez mesurer le nombre d'impressions et de mentions que vous recevez sur vos plateformes de réseaux sociaux.



Choisissez un partenaire technologique

Un prolongement de votre équipe qui vous aidera à tout mettre en place.

Vous disposez désormais d'un grand nombre d'idées et de pistes de réflexion ! Tous ces éléments, associés à la bonne plateforme numérique, peuvent vous aider à tout regrouper et à vous adapter aux différents sites, fuseaux horaires et fonctions, si nécessaire. Bien entendu, nous faisons preuve d'un léger parti pris ! Cependant, il est vrai qu'il est beaucoup plus facile d'atteindre ses objectifs, de mobiliser les employés et de créer un impact social et économique si vous disposez d'une plateforme technologique qui vous aide à simplifier, automatiser, organiser et gérer le tout.

Toutefois, il y a beaucoup de choses à prendre en compte lors du choix d'un partenaire logiciel RSE. Que vous cherchiez à construire votre programme de zéro ou que vous investissiez dans un logiciel pour la première fois, avoir un partenaire qui peut évoluer avec vous sera un gage de réussite, aujourd'hui comme demain.

Nous vous souhaitons beaucoup de succès dans l'élaboration de votre programme !
Et *nous serons toujours là pour vous* en cas de besoin.



Benevity est une entreprise certifiée B Corporation leader mondial des logiciels d'engagement solidaire des entreprises, offrant la seule suite intégrée de solutions d'investissement communautaire et d'engagement des employés, des clients et des organisations à but non lucratif. Reconnue comme l'une des 20 entreprises du classement du magazine Fortune, Benevity offre des solutions Cloud qui permettent à de nombreuses marques emblématiques d'attirer, de retenir et d'engager la main-d'œuvre diversifiée d'aujourd'hui, d'intégrer l'action sociale dans l'expérience de leurs clients et d'avoir un impact positif sur leurs communautés. Avec un logiciel disponible en 22 langues, Benevity a traité plus de 10 milliards de dollars de dons et 46 millions d'heures de volontariat pour soutenir 326 000 organisations à but non lucratif dans le monde. Les solutions de l'entreprise ont également facilité 770 000 actions positives et accordé 1,2 million de subventions d'une valeur de 12 milliards de dollars. Pour plus d'informations, visitez [benevity.com](https://www.benevity.com).