



Rapport sur les *Leaders d'impact*

Apprenez des entreprises les
plus engagées en 2022

Devenir un *Leader d'impact*

Comment ces 10 entreprises ont décuplé leur engagement en 2022

La pertinence de la RSE n'a fait que croître, les employés continuant à exiger de leurs employeurs qu'ils respectent de nouvelles normes en donnant **la priorité à l'engagement social, environnemental et solidaire** en entreprise. En réponse, de plus en plus d'entreprises s'efforcent d'avoir un impact positif à grande échelle afin d'**engager, d'attirer et de retenir une main-d'œuvre** plus consciente des enjeux de la société.

Si les programmes de RSE et les critères ESG existent depuis des décennies, ce n'est que récemment que les entreprises ont porté leurs initiatives à un niveau supérieur, en s'efforçant de donner vie à leur engagement de manière tangible.

Avec une attente grandissante et fusant de toutes parts et les événements mondiaux tels que la conférence COP sur le changement climatique, les entreprises sont invitées chaque année à aller plus loin et à se positionner clairement pour instiller de l'intérieur cette **volonté de redonner**.

Que pouvez-vous donc faire, en tant qu'entreprise, pour répondre à cette demande ? Comment pouvez-vous élaborer un **programme d'engagement** qui tienne ses promesses en matière d'**impact social, de diversité et d'inclusion, et de durabilité** ?

Dans ce rapport, nous mettons en lumière le travail acharné de nos **Leaders d'impact**, des entreprises de premier plan qui utilisent leur mission sociale comme un outil pour soutenir le changement positif, **engager leurs employés** dans des causes louables et, en fin de compte, avoir un impact positif.

Lorsqu'une entreprise parvient à insuffler *un sens à sa mission*, ça se voit.

Non seulement le public est influencé positivement par une mission sociale claire, mais cela incite également les employés à s'identifier plus profondément aux valeurs fondamentales de leur employeur. Les employés engagés sont beaucoup plus susceptibles de contribuer aux efforts d'engagement de l'entreprise et de rester impliqués au travail.

Il s'agit d'un élément crucial dans le monde d'aujourd'hui, car les employés qui disent trouver du sens au travail sont six fois plus susceptibles de faire preuve d'une plus grande résilience, selon McKinsey & Company. Et les études de l'Impact Lab de Benevity ont révélé que les entreprises observent une diminution de 52 % du taux de turnover des employés lorsqu'elles instaurent des programmes d'engagement.

Ainsi, le succès d'une entreprise se résume à sa capacité à bâtir une culture à laquelle les employés s'identifient et qui leur permette de contribuer à quelque chose de plus grand.

Et grâce à nos Leaders d'impact, nous disposons d'exemples concrets sur la manière de motiver les employés à soutenir leurs communautés locales par le biais du volontariat et des dons. Grâce à l'expérience de certains de nos clients les plus engagés en 2022, nous avons un aperçu des moyens les plus efficaces pour mettre en place des programmes d'engagement similaires en 2023.

Cognizant

SAP

Arm

Sodexo

Auto Trader

Medallia

Duck Creek Technologies

NatWest Group

Criteo

Avast

Lisez la suite pour découvrir comment ces organisations utilisent l'engagement solidaire pour élaborer des campagnes de RSE percutantes.

Cognizant Outreach

Avec près de 400 000 employés répartis dans 41 pays, la raison d'être de Cognizant est d'améliorer la vie quotidienne grâce aux produits qu'elle crée, dans les communautés où elle vit et travaille ou pour le bien-être de ses employés et associés. Et c'est exactement ce que vise à faire son programme d'impact social, *Outreach*, dirigé par des volontaires. Ce programme s'articule autour de deux axes principaux : l'inclusion dans la technologie et l'impact sur la communauté.

Leader d'impact



Padmasini Dayananda

Industrie

Tech

Nombre d'employés

400 000

Objectif du programme

Avant 2007, les employés de Cognizant contribuaient déjà au sein de leurs communautés locales. Lorsque la direction s'est rendue compte de ces efforts, l'équipe a compris que le moment était venu d'offrir un soutien et une plateforme pour accroître les contributions de l'entreprise - et c'est ainsi qu'est né *Outreach*. Selon Padmasini Dayananda, responsable du programme chez Cognizant, c'est ce mariage entre les besoins du marché, les besoins de l'entreprise et sa raison d'être qui sont les fondements d'un programme réussi.



Résultats

Grâce à leur connaissance du terrain, les dirigeants de Cognizant avaient déjà une bonne idée de ce qui motivait les employés et du type de soutien dont leurs marchés avaient besoin. Mais ils ont vu apparaître une lacune dans leur approche des besoins organisationnels de l'entreprise. C'est alors qu'ils ont découvert les besoins commerciaux en constante évolution qu'un programme de RSE solide peut aborder, notamment les défis liés à l'attraction et à la rétention des talents, à la diversité et à l'inclusion, etc.

11%

**d'augmentation
de la rétention**
chez les volontaires

41

pays
à travers le
monde

4,2 millions

**d'heures de
volontariat**



SAP

Spring Into Service

Chez SAP, la stratégie de RSE de l'entreprise est axée sur trois domaines : développer les compétences numériques, décupler les actions sociales et collaborer au développement durable. Pour concrétiser cette stratégie, il est essentiel d'impliquer les employés dans des activités utiles et marquantes. L'objectif de SAP a toujours été d'offrir à ses employés un large éventail d'opportunités permettant d'équilibrer le soutien à ses programmes et partenariats de RSE, tout en permettant aux employés de contribuer aux causes qui leur tiennent à cœur.

Leader d'impact



Erin LaBarge

Industrie

Tech

Nombre d'employés

100 000

Objectif du programme

L'équipe RSE de SAP a lancé une initiative connue sous le nom de *Spring Into Service* afin de répondre à la volonté réelle des employés des États-Unis et du Canada d'avoir un impact dans leurs communautés locales tout au long de l'année. L'initiative fait passer le message aux employés qu'ils peuvent s'appuyer sur le soutien de SAP pour faire du volontariat pour les causes et les associations qui leur tiennent à cœur.



Résultats

L'initiative s'est avérée être un énorme succès, permettant 270 000 heures d'apprentissage pour les employés et montrant que la sensibilisation peut être un puissant facteur de mobilisation lorsqu'il s'agit d'engager les employés.

Depuis, SAP a fait évoluer cette initiative pour en faire un programme annuel connu sous le nom de *Moments of Service*.

270 000

heures
de formation des
employés

100 000

employés
mobilisés pour
des activités
solidaires



Arm

Team Arm

arm

Avec plus de 6 000 employés, Arm est une entreprise technologique basée à Cambridge, en Angleterre, qui a une portée mondiale. L'objectif du programme d'engagement communautaire des employés d'Arm, *Team Arm* est de "provoquer un changement positif pour les gens et la planète" en étant "les architectes de la technologie de demain". S'inspirant des objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies, le programme repose sur trois piliers : combler le fossé numérique, décarboniser l'informatique et engager les employés.

Leader d'impact



Anna Malan

Industrie

Tech

Nombre d'employés

6 000

Objectif du programme

Après avoir observé un intérêt particulier des employés pour les initiatives solidaires, Arm a fait un investissement substantiel pour développer *Team Arm* en 2016. La société a étendu le programme à l'ensemble de ses 50 bureaux mondiaux afin d'impliquer tous les employés et de contribuer à soutenir les ODD. Afin de garantir l'adhésion au programme à grande échelle, *Team Arm* a adopté une approche à deux volets, en offrant des opportunités de faire le bien au niveau de l'entreprise et individuellement.



Résultats

arm

Alors que les initiatives stratégiques aident Arm à progresser vers les ODD et à résoudre les problèmes du secteur qui ont un impact direct sur l'entreprise - comme la pénurie de talents ou l'inégalité numérique - l'accent mis sur les individus permet de renforcer l'implication des employés. L'entreprise a créé un réseau de *Team Arm Champions* pour déployer le programme à l'échelle mondiale et s'assurer que leurs initiatives trouvent un écho.

88%

des volontaires

disent qu'ils ont éprouvé un plus grand sentiment d'appartenance à l'entreprise

1 250

Micro-actions

réalisées en deux semaines

+500

employés

ont fait du volontariat pour UNICEF



Sodexo

Stop Hunger Foundation

L'entreprise française Sodexo compte plus de 400 000 employés à travers le monde. Au départ, sa principale préoccupation était d'améliorer les services de qualité de vie. Cette mission s'est depuis élargie pour permettre à chacun de construire une vie meilleure chaque jour, tout en œuvrant pour un impact socio-économique et environnemental plus large. En tant que société de services de restauration et entreprise familiale, Sodexo vise à vaincre la faim dans le monde et à combattre la malnutrition avec la Fondation Stop Hunger.

Leader d'impact



Angela Halliday

Industrie

Restauration
collective

Nombre d'employés

400 000

Objectif du programme

L'entreprise a développé une stratégie d'engagement de ses employés. Elle a mis en place un certain nombre de tactiques qui aident ses employés à vivre leurs valeurs dans leur travail quotidien et à soutenir leur communauté locale. Elle offre notamment trois jours de congés rémunérés pour le volontariat à chaque employé, en s'appuyant sur des ambassadeurs du programme et la mise en place de méthodes de communication efficaces pour atteindre les gens partout.



Résultats



Angela Halliday, Directrice de l'impact social chez Sodexo pour le Royaume-Uni et l'Irlande, est fière de la façon dont ses collègues continuent à développer et à mettre en place des programmes efficaces de bénévolat et de dons visant non seulement à soutenir leurs communautés mais aussi à défendre les valeurs des employés. Grâce à leurs efforts depuis 1996, Sodexo a combattu la pauvreté alimentaire dans 53 pays en collectant 34,5 millions de dollars pour lutter contre la famine des enfants.

53

pays

combattant la précarité alimentaire dans le monde

34,5 \$ millions

récoltés

pour lutter contre la famine des enfants

3 jours

de volontariat payés par l'entreprise
pour les employés



Auto Trader

Make a Difference

Avec environ 1 000 employés, Auto Trader a son siège à Manchester, en Angleterre, et des bureaux plus petits à Londres et à Dublin, ainsi que des travailleurs à distance répartis dans tout le Royaume-Uni. La raison d'être de l'entreprise est de "conduire le changement ensemble, de manière responsable", et sa stratégie ESG repose sur trois piliers principaux : la diversité et l'inclusion (D&I), la communauté et l'oeuvre caritative (leur programme *Make a Difference*) et l'environnement et le développement durable.

Leader d'impact



Helen Robinson

Industrie

Automobile

Nombre d'employés

1 000

Objectif du programme

Les réseaux internes d'employés d'Auto Trader procurent un espace où tout le monde peut être une force de changement. De la diversité et inclusion au bien-être en passant par le programme "*Make a Difference*", cette stratégie ascendante donne à tous les employés d'Auto Trader la possibilité de faire entendre leur voix lorsqu'il s'agit de faire le bien. La priorité absolue de l'entreprise, lors de l'élaboration de son programme de RSE, a été d'offrir à tous les employés des chances égales d'utiliser leurs jours de volontariat pour soutenir des causes qui leur sont chères.



Résultats

Auto Trader met en relation les employés avec les associations de leur région, ce qui permet à leurs équipes dispersées de prendre part à des opportunités de volontariat en fonction de leur localisation, de leurs causes préférées et de leurs compétences. Avec le lancement du programme de volontariat d'Auto Trader, 19 % des employés ont participé à une journée de volontariat l'année dernière - et l'année prochaine, ils comptent atteindre leur objectif de 50 % de participation.

3

bureaux

à Manchester,
Londres & Dublin

19%

des employés

ont fait du
volontariat la
première année

50%

des employés

visés pour la
seconde année



Medallia

Medallia.org

La mission de Medallia est de valoriser chaque personne et chaque expérience. Medallia.org, la branche RSE de l'entreprise, va encore plus loin en se concentrant sur le soutien des communautés marginalisées en s'associant à des organisations à but non lucratif au service des plus vulnérables. Ce programme mondial vise à soutenir les communautés sous-représentées les plus touchées par le changement climatique, les problématiques de santé mentale et la fracture sociale.

Leader d'impact



Heather Jin

Industrie

Tech

Nombre d'employés

2 500

Objectif du programme

Le programme de Medallia a été conçu à l'origine comme une initiative locale par un petit groupe d'employés passionnés. Dans le but d'amplifier la solidarité qui se développait organiquement dans l'entreprise, Medallia a décidé de créer un programme à l'échelle de l'entreprise - tout en espérant conserver le cœur et la passion qui animaient à l'origine cette initiative menée par les employés.



Résultats

Dans son rapport 2022 sur son impact global, Medallia a constaté une augmentation de tous les facteurs d'engagement chez les employés effectuant du volontariat par rapport à l'ensemble des employés - y compris une augmentation statistiquement significative de 10 % du sentiment d'appartenance. Ils ont également constaté que le volontariat est lié à un engagement plus élevé et à la rétention des talents.

Medallia

60%

d'augmentation
de la participation
au volontariat

111%

d'augmentation
pour la collecte
de fonds

10%

d'augmentation
du sentiment
d'appartenance

32%

de diminution
des départs



Duck Creek Technologies

Duck Creek Gives Back

Avec près de 1 800 employés dans le monde, Duck Creek Technologies est une entreprise qui s'engage à respecter la diversité, l'équité et l'inclusion et renforcer une communauté unie, One Duck Creek. La mission sociale de Duck Creek est d'améliorer et de faciliter la vie de ses parties prenantes. En tant que leader dans le domaine de la technologie et de l'assurance, cette mission globale est toujours liée à leurs initiatives de RSE, qui comprennent des programmes liés aux STIM, à l'éducation, à l'égalité des sexes et au soutien face aux catastrophes.

Leader d'impact



Sage Milton

Industrie

Tech

Nombre d'employés

1 800

Objectif du programme

Avant la pandémie de COVID-19, le programme *Duck Creek Gives Back* était un moyen de créer des relations entre les employés par des activités de team-building et des actions de solidarité. Mais lorsque la pandémie a frappé, ils ont eu à s'adapter. En l'absence d'un espace physique permettant aux employés de consacrer leur temps et leurs ressources à des causes louables, Duck Creek a voulu créer un espace virtuel - à l'image de son nouvel environnement de travail - et encourager la participation de tous les employés.



Résultats

Grâce à sa plateforme d'engagement, Duck Creek est en mesure de proposer à ses équipes internationales des activités personnalisées en fonction de leur localisation et de leurs intérêts. En outre, l'entreprise est également en mesure d'offrir des opportunités à distance sous la forme de mécénat de compétences, afin d'encourager les employés à donner de leur temps pour des causes qui leur tiennent à cœur peu importe où ils se trouvent.

855

**heures de
volontariat**
en sept mois

30 000 \$

donnés
à des associations qui
soutiennent l'Ukraine

50

sacs
constitués pour des
personnes
anciennement sans-abris



NatWest Group

La transition vers le NetZero

NatWest Group est un holding britannique de banques et d'assurances qui exploite une grande variété de marques bancaires. Chez NatWest, la mission principale est d'aider les employés à intégrer la durabilité dans leur vie privée et professionnelle. L'entreprise soutient cette initiative de plusieurs manières, notamment en faisant partie du *Sustainable Futures Global Network*, un réseau de 3 000 personnes qui cherchent à accorder une plus grande place au développement durable dans leurs entreprises.

Leader d'impact



Daniel Gibbs

Industrie

Banking

60 000

Objectif du programme

L'équipe du groupe NatWest utilise un certain nombre de stratégies pour atteindre son objectif d'intégrer le développement durable dans la vie des employés :

- Élaborer une stratégie descendante plus significative pour les employés.
- Créer une stratégie ascendante autour du développement durable.
- Établir un lien personnel avec les employés afin qu'ils aient envie de calculer leur empreinte carbone quotidienne et partager les résultats avec leurs proches.



Résultats

Grâce aux 60 000 employés de NatWest, l'organisation est en mesure d'avoir un impact considérable lorsque ses employés apportent de petits changements dans leur vie quotidienne. Mais ce qui intéresse particulièrement l'équipe, c'est l'impact indirect que crée ce type de travail - ce à quoi ils ne s'attendaient pas. Ils ont été agréablement surpris de voir que leurs efforts ont contribué à relier la vie personnelle et professionnelle de leurs employés de manière positive.

128 000

kilogrammes
de carbone économisé

4 millions

de litres d'eau
économisés avec comme
objectif d'atteindre 15
millions de plus

20 000

objets en plastiques
non utilisés



Criteo

La semaine de l'impact

CRITEO

Avec 3 000 employés dans le monde, Criteo est une entreprise technologique basée en France et présente globalement qui relie les éditeurs et les annonceurs grâce à une solution d'intelligence artificielle avancée. "*Criteo cares about everything we do*", telle est la devise qui soutient le programme d'engagement des employés de Criteo. Elle unit toutes les parties prenantes internes de l'entreprise et se reflète également dans les relations de Criteo avec ses clients, ses investisseurs et ses partenaires - toujours avec le désir de faire ce qui est juste.

Leader d'impact



Justine Tabarin

Industrie

Tech

Nombre d'employés

3 000

Objectif du programme

La programme de RSE Criteo Cares repose sur trois piliers : environnement, diversité, équité et inclusion, et éducation. Ces piliers sont incarnés par sept communautés ou groupes de ressources des employés, constitués et dirigés par des employés qui ont choisi de prendre du temps sur leur vie professionnelle pour mettre en avant ces causes. Cette année, Criteo a lancé sa première semaine d'impact internationale au cours de laquelle les employés ont collaboré avec des associations locales, leur communauté verte interne (ERG) et les employés.



Résultats

CRITEO

Criteo a mobilisé près de 500 personnes pour participer à sa première semaine d'impact, qui comprenait un ramassage massif de déchets sur les plages et dans les villes. En parallèle, ils ont suscité l'engagement autour du thème du changement climatique en organisant plusieurs sessions de sensibilisation et de formation sur des sujets tels que le recyclage et la fast-fashion. Ils ont été heureux de constater que plus de 150 personnes ont rejoint leur communauté verte (ERG) au cours des deux mois qui ont suivi l'initiative.

500

employés
participants

8

villes
où des activités ont
été menées en
parallèle

18000

mégots de cigarette
et plusieurs centaines
de kilos de déchets
collectés



Avast

Be safe online

Avast, qui compte aujourd'hui près de 2 000 employés, a été fondée en tant que petite entreprise familiale, mais est rapidement devenue une société internationale. La mission générale de l'entreprise est de faire progresser la liberté et la citoyenneté numériques, ce qu'elle fait de plusieurs manières. En tant que fondation d'entreprise, Avast apporte son soutien à ses partenaires en recherchant des organisations bien implantées dans leurs communautés locales et en leur demandant de co-concevoir le type de soutien dont elles pourraient bénéficier.

Leader d'impact



Julia Szymańska

Industrie

Tech

Nombre d'employés

2 000

Objectif du programme

Né d'une volonté de base d'éduquer les enfants sur la cybersécurité, le dévouement d'Avast à cette mission a d'abord été concrétisé par le projet *Be Safe Online* de Julia Szymańska. Suite au succès de cette initiative, ils ont décidé de consacrer plus de temps et de ressources à la mise en place d'un programme d'engagement des employés qui répondrait à leur mission sociale, à savoir contribuer à la liberté et à la citoyenneté numériques dans le monde entier.



Résultats

Julia et son équipe ont travaillé avec les communautés d'employés (ERG) d'Avast pour élaborer des campagnes qui seraient pertinentes pour chaque région spécifique. Ils ont régulièrement mené des enquêtes, invitant le personnel à donner son avis. Ils ont également demandé aux membres de l'équipe de désigner des organisations à soutenir, ce qui a permis à l'entreprise de créer une base de données d'activités et d'organisations pertinentes dans le monde entier. Cette base de données s'est avérée utile pour rassembler tout ce travail en un seul espace en ligne lors du lancement de leur plateforme d'engagement solidaire.

500

inscriptions

une semaine après
le lancement

40%

des employés

se sont inscrits au cours
des deux premiers mois

400

heures de volontariat

ont été réalisées au cours
des quatre premiers
mois de la campagne



Découplez *votre engagement*

Ces campagnes montrent que les efforts en matière de RSE ne sont pas seulement efficaces, ils sont aussi réalisables. Et en planifiant vos campagnes dès aujourd'hui, vous pourriez vous-même devenir Leader d'impact.

Pour vous aider à démarrer, voici les principaux éléments à retenir du travail de nos Leaders d'impact :

- **Donnez le pouvoir d'agir à vos employés.** Donnez aux employés les moyens de mener des initiatives pour les causes qu'ils souhaitent soutenir. Cette approche permet aux employés de mettre leur passion au service des efforts de l'entreprise, donnant ainsi plus de sens au travail.
- **Renforcez les Communautés d'employés (ERG).** Construisez une culture qui prône la diversité, l'équité et l'inclusion et favorise le sentiment d'appartenance. Le fait de soutenir les groupes d'affinités démontrent l'engagement de l'employeur à créer et à maintenir un changement positif.
- **Planifiez des campagnes annuelles ponctuées de dates clés.** Rattachez vos campagnes à des dates symboliques telles que la Journée de la Terre ou le Mois des Fiertés. Cela contribue à les rendre plus pertinentes, tout en donnant à vos employés une véritable raison de se mobiliser.
- **Maintenez la communication tout au long de la campagne.** La communication interne est essentielle lorsqu'il s'agit d'inspirer la participation. Encouragez vos employés grâce à une communication claire émanant de la direction, afin que tous prennent votre engagement au sérieux.
- **Mesurez et célébrez le succès.** Comprenez exactement les performances de vos campagnes en assurant un suivi et un compte rendu précis de leur succès - cela peut se faire à l'aide d'une plateforme RSE. Assurez-vous ensuite de célébrer ce que vous avez réussi à accomplir ensemble !
- **Améliorez la gestion, la communication et le reporting grâce à une plateforme RSE.** La mise en place d'une campagne d'engagement efficace représente beaucoup de travail. Gagnez du temps en utilisant une plateforme RSE pour gérer vos campagnes, permettre aux employés de se rendre compte de leurs efforts et mesurer votre succès, tout comme nos Leaders d'impact.

Êtes-vous prêt à appliquer ces enseignements à vos stratégies ? Nous vous encourageons donc à commencer dès aujourd'hui à définir les intentions de votre entreprise en matière de volontariat et de dons !



Prêt à planifier vos campagnes *d'engagement solidaire ?*

Nous pouvons vous aider.

DEMANDER UNE DÉMO

benevity.com