



# Les entreprises s'engagent

*Le Rapport d'impact*  
*2022-2024*

*Juin 2025*

# Edito

En juillet 2018, le Président de la République posait un constat clair : l'État ne peut plus, seul, répondre aux urgences sociales et environnementales de notre époque. De cette conviction est née une ambition inédite : construire des coalitions entre acteurs publics et entreprises pour relever ensemble les grands défis d'intérêt général. C'est dans cet esprit que, sept ans plus tard, **Les entreprises s'engagent** est devenue une dynamique nationale.

En 2024, **71 % des dirigeants d'entreprise attendent encore de l'État qu'il les aide** à évoluer dans leurs pratiques d'engagement – un chiffre en hausse constante. Loin d'un désengagement, cette attente témoigne d'une véritable envie d'agir, mais aussi d'une prise de conscience collective : **l'engagement est un levier de performance, de résilience et de solidité pour l'entreprise.**

Cet engagement ne peut rester l'apanage de quelques grandes structures. **Il doit devenir un réflexe**, y compris dans les TPE et PME, souvent freinées par la complexité des dispositifs. C'est tout l'enjeu du **changement d'échelle du projet et de la démocratisation des pratiques portées par la Communauté Les entreprises s'engagent.**

En fédérant ces entreprises qui font ou veulent faire plus, *Les entreprises s'engagent* tente aussi de **faciliter le travail de celles et ceux dont la mission** est d'accompagner les publics éloignés de l'emploi, en leur donnant accès à des viviers d'entreprises volontaires.

Trente mois après le lancement du GIP, à mi-mandat du projet sous sa forme de Groupement d'Intérêt Public, les premiers résultats sont là. Conformément aux enjeux de la première phase du stratégique du dispositif, qui consiste à mobiliser de plus en plus d'entreprises (150 000 entreprises d'ici 2027), **les entreprises rejoignent massivement le dispositif. Les actions locales se multiplient, les coalitions s'élargissent, un écosystème vivant d'acteurs très différents se met en mouvement sous une même bannière.**

Difficile dès lors de s'attribuer les effets exacts ou impacts directs de ce que nous menons... **quand l'idée même de coalition consiste à faire mieux et aller plus loin collectivement**, plutôt que chaque acteur dans son couloir. L'approche d'évaluation macro retenue (analyses de progression, comparaisons d'échantillons, etc.), même centrée sur une partie seulement des thématiques prioritaires de la Communauté, permet néanmoins de mettre en lumière dans ce rapport **les premiers grands effets, les leviers mais également les zones de fragilité de la dynamique.**

**Ce rapport d'impact constitue ainsi un formidable point d'étape**, qui permettra surtout de préparer l'avenir, d'alimenter les réflexions autour du modèle de pérennisation du dispositif et de faire progressivement pivoter le système pour le mettre pleinement au service de la phase 2 du plan stratégique.

En sortie de cette première phase du projet dont l'ambition était de rassembler **toujours plus d'entreprises**, ce rapport donne déjà des indications précieuses sur le potentiel de cette deuxième phase qui s'ouvre. Elle marque le passage d'une logique quantitative à une dynamique plus qualitative : celle **d'accompagner ces entreprises vers toujours plus d'engagements, pour toujours plus d'impact.**

Sylvain Reymond, directeur général, Joséphine Labroue, directrice générale adjointe et toute l'équipe de la Communauté *Les entreprises s'engagent*

# Sommaire

<b>Edito</b>	<b>2</b>
<b>Introduction</b>	<b>4</b>
<b>I. Mobiliser + d'entreprises</b>	<b>13</b>
1) Une mobilisation nationale en nette progression entre juillet 2022 et décembre 2024	14
a) Evolution du nombre d'entreprises engagées	14
b) Taux d'activité (sur réalisé partiel) des membres de la Communauté entre 2022 et 2024	24
c) Renouvellement des engagements d'une année sur l'autre entre 2022 et 2024	27
2) Une mobilisation locale en progression constante	29
a) Structuration du réseau	29
b) Evolution du nombre d'entreprises actives dans les Clubs départementaux entre 2022 et 2024	33
c) Evolution du nombre d'actions portées par les Clubs partout en France	37
<b>Les principaux enseignements (partie I)</b>	<b>42</b>
<b>II. Engager + d'entreprises pour favoriser in fine l'inclusion des publics éloignés de l'emploi</b>	<b>44</b>
1) La réalisation des engagements des entreprises	45
a) Les entreprises de la Communauté par rapport aux entreprises hors Communauté	45
b) Les entreprises des Clubs par rapport aux entreprises hors Communauté	46
c) Les entreprises des Clubs par rapport aux entreprises de la Communauté	47
d) Évolution de ces recrutements en volume sur la période début 2022, fin 2024	48
2) FOCUS : le dynamisme des entreprises de la Communauté sur les principaux dispositifs de recrutement inclusif	50
3) Zoom sur quelques actions emblématiques déployées par/avec les Clubs à l'échelle des territoires	51
<b>Les principaux enseignements (partie II)</b>	<b>53</b>
<b>III. L'apport d'appartenir à cette alliance pour chaque membre (pour les entreprises comme pour les représentants de l'Etat)</b>	<b>54</b>
1) Les apports et effets de l'appartenance à la Communauté pour les entreprises membres	55
a) Pour les entreprises membres de la Communauté	55
b) Pour les entreprises actives au sein des Clubs locaux	57
2) Les apports et difficultés perçus par les dirigeants d'entreprise bénévoles qui endossent le rôle de "leader"	60
3) Les apports et difficultés perçus par les agents des services déconcentrés mobilisés (référents DDETS)	62
4) Les apports et limites perçus pour les opérateurs et Ministères qui ont (eu) recours aux services du GIP Les entreprises s'engagent	65
<b>Les principaux enseignements (partie III)</b>	<b>69</b>
<b>Conclusion</b>	<b>71</b>

# Introduction

## ***Les entreprises s'engagent, de l'impulsion du Président de la République à l'établissement public...***

Le dispositif **La France, une chance – Les entreprises s'engagent** a été lancé en juillet 2018 à l'initiative du Président de la République, Emmanuel Macron. Cette mobilisation nationale marque un tournant : pour la première fois, l'État appelle officiellement les entreprises à faire alliance, en misant sur une mutualisation des forces entre acteurs publics et privés afin de mieux répondre aux grands défis sociaux et sociétaux de l'époque.

Son ambition originelle est de fédérer **toujours plus d'entreprises autour d'engagements concrets** en faveur de l'inclusion des publics éloignés de l'emploi et de l'égalité des chances en facilitant l'accès au monde professionnel à celles et ceux qui en sont souvent tenus à l'écart. Dès le lancement, les publics visés sont nombreux : jeunes issus de quartiers prioritaires, personnes en situation de handicap, seniors, réfugiés, etc.

Au-delà d'un simple appel à la responsabilité, ce programme propose un cadre collectif, structuré et opérationnel, **pour agir à l'échelle de chaque département français**. Il place l'entreprise au cœur de la réponse aux grands enjeux sociaux, et fait de **l'égalité des chances une cause commune entre l'État, les entreprises et la société civile**.

En cohérence avec la philosophie de la loi Pacte, qui consacre en mai 2019 **le rôle citoyen de l'entreprise dans la société en France** en encourageant chaque entreprise à assumer son "intérêt social", à définir sa "raison d'être" et/ou "sa mission", ce dispositif contribue à une prise de conscience plus rapide, ainsi qu'une meilleure appropriation et prise en main de ces enjeux par les dirigeants d'entreprises. Contribution des entreprises au modèle social français, soutien aux acteurs de l'intérêt général par l'intermédiaire du mécénat d'entreprise, partenariats innovants avec les acteurs de l'ESS et de l'IAE, pratique singulière et exigeante d'une RSE "à la française", etc. la France dispose d'un cadre unique au monde pour permettre à l'entreprise de s'engager.

*Les entreprises s'engagent* devient, dans le contexte, **la première politique publique dédiée à l'engagement des entreprises**.

Au moment du lancement et de la mise en œuvre du **plan 1 jeune, 1 solution, en juillet 2020**, le dispositif joue un rôle pivot, tant dans la mobilisation massive des entreprises que dans le déploiement local des actions. En lien étroit avec les préfetures et les acteurs de l'emploi, la mobilisation *Les entreprises s'engagent pour les jeunes* a permis de relayer rapidement les mesures du plan sur tout le territoire, en incitant les entreprises – notamment les TPE et PME – à proposer des offres de stages, d'alternances, d'emplois, ou encore du mentorat.

En animant une dynamique collective, elle a facilité la mise en relation entre jeunes et recruteurs, renforçant ainsi l'impact concret du plan au plus près des besoins du terrain.

**Le Groupement d'Intérêt Public Les entreprises s'engagent a été créé en avril 2022** (arrêté du 19 avril 2022) afin de "fédérer et d'animer la communauté des entreprises engagées au service du déploiement des politiques publiques d'inclusion et d'insertion professionnelle des publics éloignés de l'emploi, d'innovation sociale et d'accompagnement aux transformations du travail et d'innovations sociétales ou environnementales mises en œuvre par les entreprises". Le champ d'intervention du programme s'élargit. Dans la pleine continuité des ambitions originelles du dispositif, le GIP

développe, sur la base des engagements volontaires portés par les entreprises sur les volets sociaux, sociétaux et environnementaux, des partenariats entre l'État et les entreprises pour **intensifier le passage à l'action des entreprises** sur une dizaine de grandes priorités.

Volontairement positionné à mi-chemin entre l'État et les entreprises pour mieux faire coopérer ces deux mondes, le GIP *Les entreprises s'engagent* agit comme **un partenaire à la fois de l'État et des entreprises**, capable de mutualiser les moyens, de renouveler en continu le dialogue entre acteurs publics et privés, de suivre finement la mise en œuvre de la politique publique et d'accélérer le passage à l'action des entreprises sur les grands enjeux sociaux et sociétaux jugés prioritaires par la coalition.

En somme, il dote l'État d'un vivier direct d'entreprises engagées et propose aux entreprises un cadre de passage à l'action simplifié. Ses activités s'élargissent et s'organisent désormais **autour des 5 missions suivantes** :

- **Développer des programmes/dispositifs d'engagement à destination des entreprises de toutes tailles en France** :
  - sur **10 thématiques, 70 engagements** possibles (dont politiques publiques existantes) ;
  - en complément, sur des nouvelles **thématiques prioritaires annuelles** (programmes **quartiers prioritaires de la ville, lycées professionnels, jeunes, seniors**, handicap, sobriété énergétique, lutte contre la récidive, sport, réfugiés, achats inclusifs... ) ;
  - sur des **dispositifs propres**, créés par l'équipe du GIP, pour mobiliser les entreprises des territoires (**Patron(s) dans ma ville, Pro(s) dans mon lycée, Recrute ton boss, Tram de l'emploi**, etc.).
  
- **Développer une plateforme digitale gouvernementale de mobilisation des entreprises françaises autour de ces politiques publiques prioritaires leur permettant de** :
  - rejoindre la Communauté via **un formulaire et profiter d'un espace personnalisé** ;
  - prendre des engagements sur ces 10 thématiques, 70 engagements possibles par l'intermédiaire d'**un module d'engagement** ;
  - être recontacté par les opérateurs de l'État compétents pour mettre en œuvre leurs engagements (un opérateur est mobilisé derrière chaque engagement) ;
  - suivre la réalisation de leurs engagements (via la donnée des opérateurs) et les valoriser par l'intermédiaire **d'un bilan** ;
  - donner accès à des **ressources** dédiées à ces sujets (module ressources).
  
- **Animer un réseau de 101 coalitions locales départementales État/France Travail-Entreprises-Société civile (Clubs départementaux) pour** :
  - fédérer les 500 personnes qui animent les **Clubs locaux** (référents DDETS, leaders et animateurs) ;
  - proposer un cadre d'animation unique (instruction/**guide d'animation**) ;
  - coordonner l'action des Clubs via **101 feuilles de route** avec des temps forts de sensibilisation et des temps forts de passage à l'action ;
  - décliner les programmes nationaux au niveau local ;
  - repérer et/ou faire émerger des **innovations locales** en lien avec les thématiques prioritaires et les répliquer.

- **Promouvoir et développer le modèle français de l'engagement des entreprises à travers :**
  - des nouvelles propositions issues de **cycles de réflexion** (un cycle de réflexion = 3 séances de 2 heures de réflexion avec un livrable global) ;
  - l'identification de nouvelles thématiques d'action issues de cycles de réflexion (Programmes **QVT**, **IA** ou **biodiversité**) ;
  - des études (dont le **Manifeste**), le **baromètre annuel** de l'engagement des entreprises et le **palmarès des 40 dirigeants engagés** ;
  - l'animation d'un **Workshop** chaque mois (dédié à une thématique prioritaire) et d'une **interview** de dirigeant inspirant ;
  - l'animation d'un **Club National** pour les entreprises de plus de 1000 salariés ;
  - des actualités sur la plateforme et des campagnes de communication sur l'engagement des entreprises (**Campagne nationale "+qu1entreprise"**).
  
- **Piloter cette première politique publique de l'engagement des entreprises (fonctions transverses) :**
  - assurer un investissement croissant (financier, en compétences ou en nature) des entreprises dans le cofinancement de la politique publique et l'amorçage de ses programmes d'action par l'intermédiaire de l'**Association des Mécènes** et de financeurs privés ;
  - nouer des partenariats avec les principaux réseaux d'entreprises et les filières en France (à l'échelle nationale comme à l'échelle locale) par l'intermédiaire d'un **Comité de Partenaires** afin de positionner les sujets d'engagement au cœur de leur proposition de valeur à leurs membres/adhérents/ressortissants, etc. (MEDEF, CMA, METI, CCI, CJD, APE, etc.) ;
  - autres activités transverses : développement/fundraising/marketing et partenariats, communication et relations institutionnelles, mesure d'impact, tech et data/IA, redistribution de financements à des structures d'intérêt général.

## **Les différentes phases de mise en œuvre du projet stratégique de la Communauté Les entreprises s'engagent**

Depuis sa création en avril 2022, le GIP *Les entreprises s'engagent* défend cette **conviction que les entreprises, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité, peuvent et doivent contribuer à la construction d'une société inclusive et d'un monde durable** et que face aux défis sociaux, sociétaux et environnementaux de notre époque, seule une action collective et coordonnée est capable d'y répondre.

Depuis 2022, le déploiement de la feuille de route du *GIP Les entreprises s'engagent* se décline dans le temps selon la logique : **+ d'entreprises, + engagées pour + d'impacts**. Cette feuille de route s'articule en **3 phases et 7 étapes** :

### **Phase 1 - Rassembler + d'entreprises**

- **Étape 1. Avril 2022 à mi-2023 :**

**Structuration** de la dynamique tant au niveau local que national et première phase de **développement des infrastructures humaines et technologiques nécessaires** (mise en place de l'équipe nationale organisée par fonctions, développement de la plateforme, choix et mise en place du CRM, structuration des Clubs) au développement de la Communauté et à la **croissance du nombre d'entreprises**.

Objectif quantitatif de **65 000 entreprises** dans la Communauté.

En termes de positionnement : une action **dans la continuité du Haut-commissariat à l'emploi et à l'engagement des entreprises**, financée à **80% par l'État** (20% de financements issus du secteur privé), dont l'ancrage territorial est très limité. Un projet **"centralisé" en phase de lancement** pour penser les principes de déclinaison locale et pouvoir l'organiser. Un projet centré sur l'axe "société inclusive" et une offre majoritairement tournée vers des formats de sensibilisation. Les deux leviers de suivi et d'accélération de passage à l'action (Clubs comme plateforme) sont alors en phase de conception et/ou d'optimisation.

- **Étape 2. mi-2023 à mi-2024 :**

**Première phase de montée en puissance du projet**, avec pour principal objectif l'augmentation du nombre d'entreprises au sein de la Communauté, à hauteur de 80 000. **Une mobilisation nationale par l'intermédiaire de la plateforme (majoritairement) et des partenariats nationaux mis en place avec les autres opérateurs et réseaux d'entreprises**.

En termes de positionnement : un intermédiaire entre l'État (Ministère du Travail principalement) et les entreprises, co-financé à hauteur de 50% par les entreprises, dont l'ancrage territorial se renforce. Un projet toujours centré sur l'axe "société inclusive" mais qui s'ouvre à d'autres thématiques sociétales et une offre tournée vers des formats de sensibilisation.

- **Étape 3. mi-2024 à mi-2025 :**

**Nouvelle phase de montée en puissance**, avec pour principal objectif l'augmentation du nombre d'entreprises au sein de la Communauté, à hauteur de 100 000. Une mobilisation nationale et territoriale, par l'intermédiaire de la plateforme, des partenariats nationaux (déclinables à l'échelle locale), mais également des 101 Clubs départementaux structurés.

En termes de positionnement : une coalition publique/privée nationale, co-financée à 60% par les entreprises et des coalitions publiques/privées locales en place (101 Clubs départementaux). Le cœur d'action de la Communauté se déplace progressivement à

l'échelle des territoires (autonomie des Clubs sur les feuilles de route tout en gardant l'appui d'orientations nationales pour assurer une cohérence d'ensemble). Des thématiques qui s'élargissent et une offre qui évolue vers des formats de sensibilisation et de passage à l'action.

## Phase 2 - Des entreprises + engagées

### ○ Étape 1. mi-2025 à mi-2026 :

**Atteinte de l'ambition quantitative de 150 000 entreprises par l'intermédiaire des deux canaux plateforme + Clubs**, optimisation des infrastructures tech et accompagnement des animateurs des Clubs vers une logique de transformation des engagements des entreprises et d'évaluation de leur progression d'une année sur l'autre 1) via la plateforme (nouveaux parcours utilisateurs automatisés, module de (re)prise d'engagements et interfaces entreprises dédiées, collecte/enrichissement de la donnée en flux pour simplification de la déclaration des engagements), 2) via les Clubs (nouveaux principes et moyens de suivi et de reporting).

En termes de positionnement : une coalition publique/privée ancrée partout en France (101 Clubs départementaux qui montent en puissance), co-financée à 70% par les entreprises. Le cœur d'action de la Communauté se développe au niveau territorial (logique plus ascendante). Les thématiques se diversifient et s'enrichissent. Une offre majoritairement tournée vers des formats de passage à l'action (en présence de bénéficiaires) et une équipe nationale au service de la montée en puissance des coalitions locales (Académie dédiée aux Clubs).

### ○ Étape 2. mi-2026 à mi-2027 :

**Le seuil quantitatif atteint, pilotage par le taux d'activité et valorisation de la progression des entreprises d'une année sur l'autre sur la base du réalisé des entreprises** (suite collecte/enrichissement de la donnée en flux, module de valorisation de la progression).

En termes de positionnement : une coalition publique/privée ancrée partout en France (101 Clubs départementaux qui montent en puissance et rayonnent à l'échelle des principaux bassins d'emploi), co-financée à 80% par les entreprises. Le cœur d'action de la Communauté se développe au niveau territorial à l'échelle de nouveaux bassins d'emploi. Une offre majoritairement tournée vers des formats de passage à l'action, en présence de bénéficiaires finaux, systématiquement co-organisés avec les opérateurs de l'État ou des acteurs associatifs.

## Phase 3 - Pour + d'impacts - à partir de mi-2027

**Pilotage par l'impact et nouvelles trajectoires de progression** vers des engagements équilibrés entre enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux. A l'échelle des territoires, la dynamique se développe de manière plus autonome.

Le véhicule national joue un rôle de "fédération", de centre de ressources et de données, en capacité d'anticiper les sujets d'avenir (inventer l'entreprise engagée de demain) et de produire des rapports d'impact (de façon quasiment automatisée) via ses systèmes d'information.

### ***La phase 1 : plus d'entreprises...***

Ainsi, ce rapport vise à dresser **un premier bilan des impacts générés par la Communauté entre juillet 2022 (date de prise de fonction de l'équipe) et le 31 décembre 2024**. Cette temporalité a été retenue car, au-delà d'une première période d'activité de deux années pleines, elle correspond à la première phase du plan stratégique du projet : **rassembler plus d'entreprises** et se rapprocher de l'ambition quantitative de rassembler 150 000 entreprises d'ici 2027.

Durant cette période, **les principaux enjeux étaient de structurer** la Communauté à l'échelle nationale et locale, d'enrichir l'offre d'engagements proposés aux entreprises et, surtout, **de faire grandir le nombre d'entreprises engagées** dans le dispositif.

### ***Les phases 2 et 3 du plan stratégique : ...plus engagées pour plus d'impacts***

Conformément au plan stratégique de la structure, l'année 2025 marque l'entrée dans une **deuxième phase de montée en puissance du projet** qui consiste à assurer un engagement grandissant de chaque entreprise membre de la Communauté.

Aux objectifs quantitatifs de mobilisation des entreprises (+ d'entreprises) s'ajoutent par conséquent des objectifs de transformation des engagements pris - à savoir la certitude que les engagements déclarés sont suivis des faits -, mais également de progression de ces engagements d'une année sur l'autre. **Pour atteindre cette ambition de "plus d'entreprises, plus engagées"**, de nouveaux parcours d'accompagnement des entreprises se mettent progressivement en place afin que chacune puisse développer/approfondir ses engagements sur les thématiques sélectionnées et/ou élargir ses engagements à de nouvelles thématiques.

Une **troisième phase stratégique** devra ensuite permettre de **mesurer l'impact de cette mobilisation** des entreprises sur les thématiques couvertes. Outre les actions menées directement par l'équipe de la Communauté *Les entreprises s'engagent* ou par ses 101 Clubs départementaux, la mesure de ces impacts indirects sur les bénéficiaires finaux dépend notamment de la maturité des opérateurs et de leur capacité à suivre les réalisations de ces entreprises adressées par le GIP dans le temps. Une coopération renforcée avec ces différents partenaires et un meilleur partage de la donnée seront essentiels.

## ***A mi-parcours, un premier rapport d'impact pour mesurer les effets de la phase 1 du projet***

### **Les principes d'évaluation et de mesure d'impact du GIP**

En avril 2024, après plusieurs mois de co-construction, les membres de la Gouvernance du GIP (membres de l'Assemblée Générale, membres du Conseil d'Orientation) **valident la feuille de route d'évaluation et de mesure d'impact du projet.**

Cette feuille de route devrait notamment **tenir compte de l'organisation systémique et du caractère multidimensionnel de cette coalition État-entreprises :**

- qui s'adresse aux entreprises de toutes tailles, de toutes implantations géographiques, de différents niveaux de maturité et de différents secteurs d'activité ;
- par l'intermédiaire d'une plateforme numérique et de 101 Clubs départementaux ayant leurs propres structures d'animation ;
- de 10 thématiques et 70 engagements possibles ;
- en lien avec différents Ministères ou opérateurs qui interviennent pour "transformer" les engagements des entreprises.

De fait, c'est **une logique de système global** qui a été retenue pour la mise en œuvre du projet et, en premier lieu, l'accompagnement de ces entreprises sur la voie de l'engagement. L'enjeu était de positionner le curseur de cette évaluation au bon niveau.

Pour en mesurer l'impact, c'est de fait une **approche systémique et dynamique**, qui s'adapte et se déploie au fil des différentes phases de montée en puissance du projet, **qui a été retenue. La feuille de route d'évaluation et de mesure d'impact s'articule comme suit :**

- **en première phase, une logique annualisée d'évaluation "macro" par le biais d'un baromètre comparé (interne communauté vs externe communauté)** qui permet de mesurer la pertinence, pour une entreprise, de l'appartenance à la Communauté *Les entreprises s'engagent* et ses premiers impacts, par un principe de comparaison entre membres et non-membres (tous les ans) **> en place depuis 2023 ;**
- **en deuxième phase, une logique de reporting quantitatif de la mobilisation des entreprises** au sein de la Communauté sur la base de l'offre globale proposée **et de leur progression sur les différentes thématiques proposées sur la base du déclaratif.** La méthodologie retenue est de suivre l'évolution du nombre d'entreprises sur les thématiques prioritaires (indicateurs) et leurs sous-engagements (critères) **> dashboard en place depuis 2023 ;**
- **en troisième phase, une logique d'évaluation des engagements des entreprises** sur les bénéficiaires finaux des actions menées ou impulsées par la Communauté, à savoir la concrétisation de ces engagements "certifiée" (1) par les opérateurs des programmes (10 thématiques, 70 sous-engagements) ou (2) par les opérateurs d'animation des Clubs et leurs partenaires qui mettent en place les actions de terrain.

Dans les deux cas, il s'agit là d'une évaluation qui dépend de la capacité des opérateurs à piloter, suivre et faire remonter la donnée concernant la concrétisation de ces engagements à 6 mois, 12 mois, 18 mois. La maturité et le niveau d'outillage de chaque opérateur sont primordiaux **> mise en place en 2025 via la donnée France Travail transmise en flux ;**

- **en quatrième phase, une logique de mesure d'impact au long cours de l'action de la Communauté *Les entreprises s'engagent* sur (1) les bénéficiaires finaux, (2) la performance des entreprises > le choix d'une mesure d'impact réalisée par un partenaire externe spécialisé est fait pour 2026.**

## ***A mi-parcours, un premier rapport d'impact intermédiaire pour mesurer les effets de la phase 1 du projet***

Les principes méthodologiques présentés ci-dessus sont ceux qui ont **été utilisés pour la réalisation du présent rapport d'impact**.

L'ambition d'un rapport intermédiaire qui se limitait à l'évaluation du nombre d'entreprises mobilisées dans la Communauté (conformément à la phase 1 du projet), telle qu'initialement fixée, **a néanmoins été revue** et élargie afin d'intégrer d'ores et déjà :

- les effets de cette mobilisation des entreprises pour favoriser, *in fine*, l'inclusion des publics éloignés de l'emploi (partie 2) ;
- les principaux apports ressentis par les parties prenantes de cette coalition (représentants de l'Etat et représentants d'entreprises engagées) (partie 3).

### **Les 5 indicateurs choisis :**

- Le **nombre d'entreprises engagées** au sein de la Communauté entre 2022 et 2024 > pour mesurer la capacité du GIP *Les entreprises s'engagent* à augmenter le nombre d'entreprises engagées au sein de la dynamique au fil du temps ;
- La **progression des entreprises dans leurs engagements** sur la période > afin de mesurer la capacité du GIP à orienter ses membres dans une dynamique de poursuite et de progression continue en matière d'engagement ;
- La **mobilisation croissante des entreprises des Clubs départementaux** *Les entreprises s'engagent* dans la mobilisation des entreprises sur la période > afin de mesurer la capacité du GIP à animer le réseau des Clubs locaux, leur montée en puissance et la démultiplication des actions qu'ils coordonnent ;
- L'**effet de la mobilisation des entreprises** en matière d'inclusion des publics éloignés de l'emploi > à savoir la capacité du GIP à fédérer les entreprises en faveur de l'inclusion des publics bénéficiaires prioritaires et le dynamisme de ces entreprises dans le recrutement de ces publics ;
- L'**impact ressenti de cette mobilisation sur la performance** des entreprises qui se sont engagées et sur la capacité des opérateurs de l'Etat (et leurs agents) à mieux appréhender et accompagner les dirigeants d'entreprises/recruteurs > à savoir les apports de l'action du GIP sur ses deux principaux bénéficiaires directs que sont 1) les entreprises, 2) l'Etat et ses opérateurs.

### **Parti-pris et méthodes retenues :**

Tenant compte de la donnée disponible à deux ans d'existence, trois méthodologies d'évaluation et de mesure d'impact ont été retenues :

- Une évaluation de la progression des indicateurs d'une année sur l'autre basée **sur la donnée issue de la plateforme [www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr](http://www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr) et de son CRM > analyse des progressions entre 2022 et 2024** ;
- Une comparaison d'échantillons identiques, sur périodes comparables (2022-2024), d'entreprises engagées dans le dispositif vis-à-vis d'entreprises qui ne le sont pas afin d'identifier les effets de l'appartenance à la Communauté **par l'intermédiaire de la donnée fournie par France Travail > comparaison d'échantillons de structures identiques** ;
- Des **études quantitatives/qualitatives complémentaires** issues,

- 1) des **Baromètres de l'engagement des entreprises** 2023 (Opinion Way) et 2024 (BVA) réalisés pour la Communauté *Les entreprises s'engagent* ;
- 2) d'**enquêtes complémentaires menées directement par l'équipe "innovation"** de la Communauté *Les entreprises s'engagent* dont le recueil de verbatims comme le suggérait le **Cabinet BDO** (cabinet d'expertise comptable, d'audit et conseil engagé en *pro bono* en faveur de la Communauté).

#### **Autres précisions méthodologiques :**

Conformément à la décision des membres de la Gouvernance, un choix a été fait de ne **pas exploiter les données "déclaratives" des entreprises** pour lui préférer les données relatives au "réalisé", fournies par les opérateurs (essentiellement France Travail). Cette décision va dans le sens d'une **simplification du reporting pour les entreprises**.

La démarche de centralisation et de collecte des données **s'étant effectuée en parallèle de la démarche de structuration de la Communauté** durant ces deux premières années d'existence et de manière différente selon les opérateurs partenaires 1) n'apparaissent que les résultats stabilisés, 2) des précisions sont apportées tout au long du rapport afin de recontextualiser les actions menées par le GIP et positionner au regard de ces résultats certains éléments relatifs à l'activité du GIP.

#### **Questions évaluatives :**

Ce rapport vise plus particulièrement à comprendre :

- dans quelle mesure la Communauté *Les entreprises s'engagent* parvient-elle à **élargir durablement le cercle des entreprises engagées** - celles qui font déjà, celles qui veulent se lancer, et celles qui veulent aller plus loin - en faveur des publics éloignés de l'emploi ?
- dans quelle mesure la Communauté *Les entreprises s'engagent* parvient-elle à **créer les conditions d'un engagement plus naturel, plus massif et plus durable** des entreprises en faveur des publics éloignés de l'emploi ? A savoir le développement **d'un comportement plus inclusif** des dirigeants et représentants de ces entreprises ;
- dans quelle mesure parvient-elle ainsi à **faciliter le travail des services de l'Etat** et de ses opérateurs à qui revient la responsabilité de la transformation de l'engagement ?
- et dans quelle mesure le sujet de **l'engagement des entreprises devient un atout (ou l'inverse)** pour les différentes parties prenantes de la coalition ?

# I. Mobiliser + d'entreprises

**La première phase stratégique du projet devait permettre de rassembler un maximum d'entreprises au sein de la Communauté.** La principale ambition fixée au moment de la création du GIP *Les entreprises s'engagent* étant de rassembler 150 000 entreprises d'ici 2027, les efforts de l'équipe de la Communauté *Les entreprises s'engagent* se sont principalement concentrés, en phase 1 du projet (2022-2024), sur la mise en œuvre de stratégies d'acquisition de nouvelles entreprises engagées.

Pour ce faire, la Communauté *Les entreprises s'engagent* mise sur quatre leviers opérationnels de recrutement des entreprises :

- La plateforme [www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr](http://www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr) et la construction d'un parcours digital qui simplifie l'accès à tous les dispositifs existants à destination des entreprises. Les entreprises qui rejoignent la Communauté doivent au minimum prendre deux engagements afin de valider leur inscription par l'intermédiaire d'un module dédié ;
- Les Clubs Départementaux *Les entreprises s'engagent*, qui se fixent chaque année des objectifs d'acquisition de nouveaux membres dans le cadre de la rédaction de leur feuille de route ;
- Des stratégies partenariales avec les principaux opérateurs de l'Etat ou réseaux d'entreprises qui ouvrent l'accès à la Communauté *Les entreprises s'engagent* ;
- Une première campagne de communication "+ qu'une entreprise" dont l'objectif était d'augmenter la notoriété du dispositif, lancée en fin d'année 2024.

**Dans cette première partie sont ainsi évaluées :**

- la capacité du GIP *Les entreprises s'engagent* à augmenter le nombre d'entreprises engagées au sein de la dynamique au fil du temps, notamment entre 2022 et 2024 ;
- la capacité du GIP à amorcer le passage à l'action des entreprises et orienter ses membres dans une dynamique de progression continue en matière d'engagement (en anticipation de la phase 2) ;
- la capacité du GIP à animer le réseau des Clubs locaux, à créer les conditions de leur montée en puissance et à démultiplier le nombre d'actions qu'ils coordonnent.

## **Méthodologie.**

*Pour évaluer cette capacité de mobilisation des entreprises, la méthodologie principalement retenue est une analyse de la progression entre 2022 et 2024, tenant compte des données disponibles :*

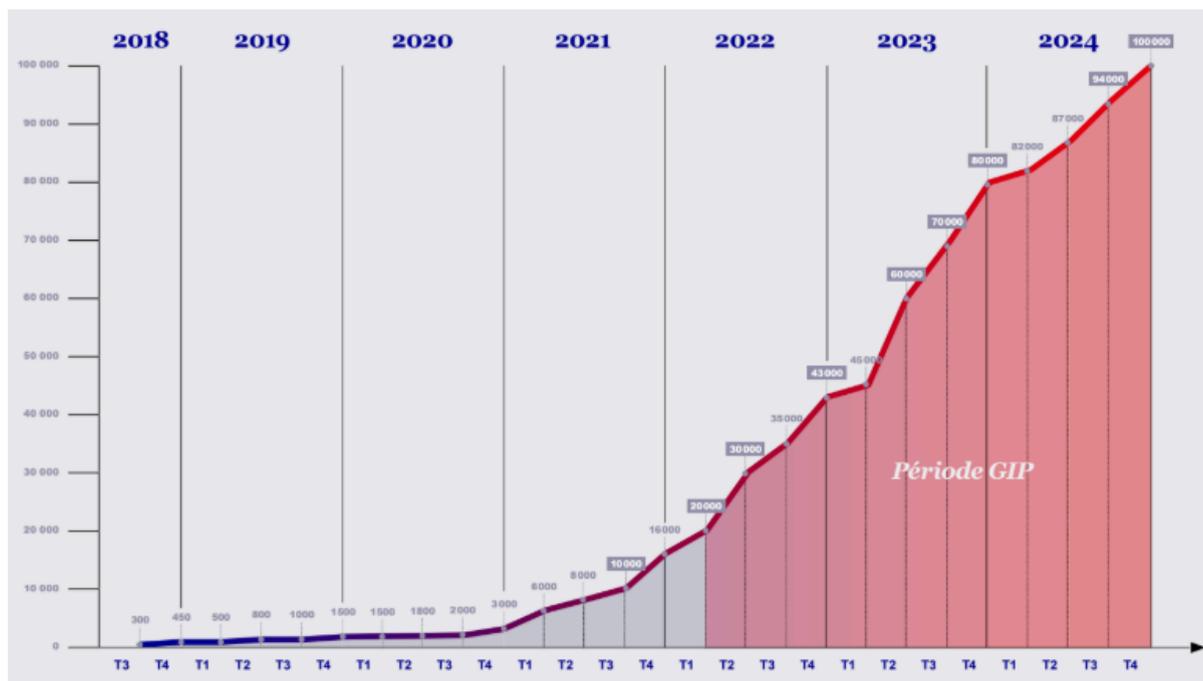
- *celles qui sont suivies et consolidées directement par le GIP Les entreprises s'engagent depuis la mise en place de son CRM en milieu d'année 2023 et l'optimisation du parcours d'engagement des entreprises en place depuis le milieu d'année 2024 ;*
- *celles qui sont fournies par France Travail pour analyser la progression des engagements réalisés sur les thématiques prioritaires du GIP entre 2022 et 2024 ;*
- *celles qui émanent des bilans consolidés des 101 Clubs départementaux de la Communauté Les entreprises s'engagent.*

## 1) Une mobilisation nationale en nette progression entre juillet 2022 et décembre 2024

### a) Evolution du nombre d'entreprises engagées

Nombre d'entreprises entre 2018 et 2024 :

*une multiplication par plus de trois du nombre d'entreprises en deux ans et demi*



Depuis son lancement en 2018, la Communauté *Les entreprises s'engagent* a connu deux phases de croissance :

- à partir de 2021, avec la mise en oeuvre du plan "1 jeune, 1 solution" et la mobilisation *Les entreprises s'engagent* pour les jeunes portée depuis le Haut-commissariat à l'emploi et à l'engagement des entreprises (de 3000 entreprises à 30 000 entreprises entre le T4 2020 et le T2 2022) ;
- entre le T2 2022 et le T4 2024, la Communauté passe de 30 000 à 100 000 membres.

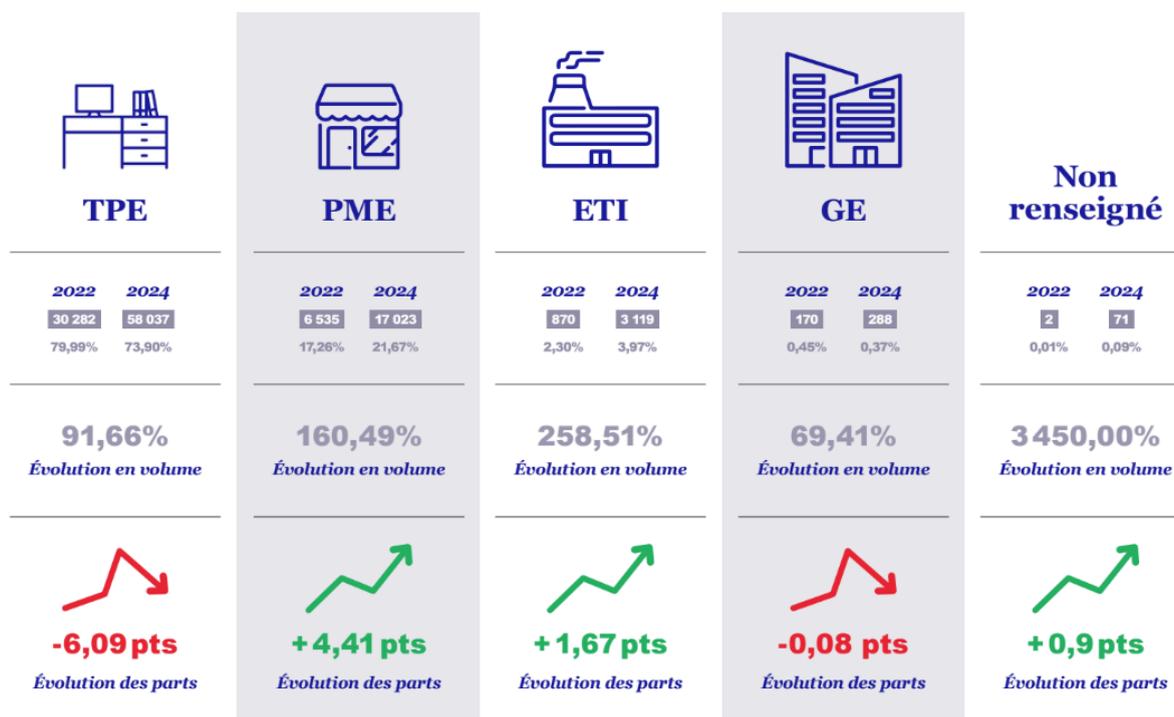
Depuis la création du GIP *Les entreprises s'engagent*, nous observons **une multiplication par plus de trois du nombre d'entreprises (en moins de deux ans et demi)**.

Entre 2022 et 2024, le nombre d'entreprises engagées au sein de la Communauté a ainsi augmenté de 133% (+ 57 000 entreprises).

Ce rythme de croissance soutenu témoigne **d'un changement d'échelle réussi du mouvement** et d'une **capacité à acquérir très rapidement de nouvelles entreprises** ; au point de devenir en quelques années la plus grande mobilisation d'entreprises sur ces sujets.

**La démocratisation des pratiques d'engagement des entreprises**, notamment d'inclusion, s'est considérablement intensifiée sur la période.

**Evolution du nombre d'entreprises par taille entre 2022 et 2024 :  
d'abord une Communauté de TPE/PME (à 96%) ; 46% des ETI/GE françaises présentes  
dans le mouvement**



Tous les membres, sièges sociaux uniquement

A fin 2024, avec 96% de TPE/PME (97% en 2022), 4% d'ETI (2,3% en 2022) et 0,4% de grandes entreprises (identique en 2022), la Communauté *Les entreprises s'engagent* reste **représentative du tissu économique français**. Cela démontre la capacité du GIP à s'adresser aux entreprises de toutes tailles, malgré la forte croissance du mouvement.

La Communauté est **majoritairement composée de TPE**, qui représentent près de 74% des membres en 2024. Cependant, leur poids relatif baisse légèrement (- 6 points) malgré une croissance en volume (+ 91%) : la base s'élargit mais se recompose.

**Les PME**, cœur de cible de la Communauté, **voient leur nombre multiplié par 2,6 entre 2022 et 2024**, elles représentent désormais 1 entreprise sur 5, contre moins d'1 sur 6 trois ans plus tôt.

**Le taux de pénétration des PME est proche de 10%**, positionnant cette catégorie comme pivot du réseau, et confirmant une belle couverture du cœur de cible. Le taux de pénétration des TPE reste quant à lui limité (1,27%). Il s'agit ainsi du plus grand réservoir de croissance potentielle, même si ce segment est le plus complexe à mobiliser et exige notamment une plus grande proximité (maillage territorial des dispositifs comme de la Communauté) et un niveau supplémentaire de simplification de l'accès au dispositif (autre que digital notamment).

*Les entreprises s'engagent* est **d'abord une Communauté de TPE/PME (96% en 2022 comme en 2024)**.

Les ETI, sont surreprésentées dans la Communauté et progressent également fortement en volume sur cette période (x 3,6). Leur part passe de 2,3% à 4%, avec une croissance de + 258% en volume. La **part des GE** reste relativement stable en proportion sur la période (autour de 0,4%).

En termes de **taux de pénétration** par catégorie, la Communauté rassemble en 2024 près de 89% des grandes entreprises françaises et 44% des ETI, traduisant une mobilisation importante des entreprises de grande taille.

Entre 2022 et 2024, **le taux de couverture des ETI/GE française explose** (de 12% en 2022 à 44% en 2024 pour les ETI et de 52% à 89% pour les GE).

La Communauté, positionnée majoritairement entre 2022 et 2024 sur des enjeux de recrutement plus inclusif, démontre ainsi **sa capacité à accompagner les tailles d'entreprises qui recrutent le plus** de salariés.

Cela est notamment lié au modèle économique du GIP *Les entreprises s'engagent* (60% de financements privés en 2024) qui consent des efforts de prospection supplémentaires à l'égard des entreprises **en capacité de financer le dispositif**.

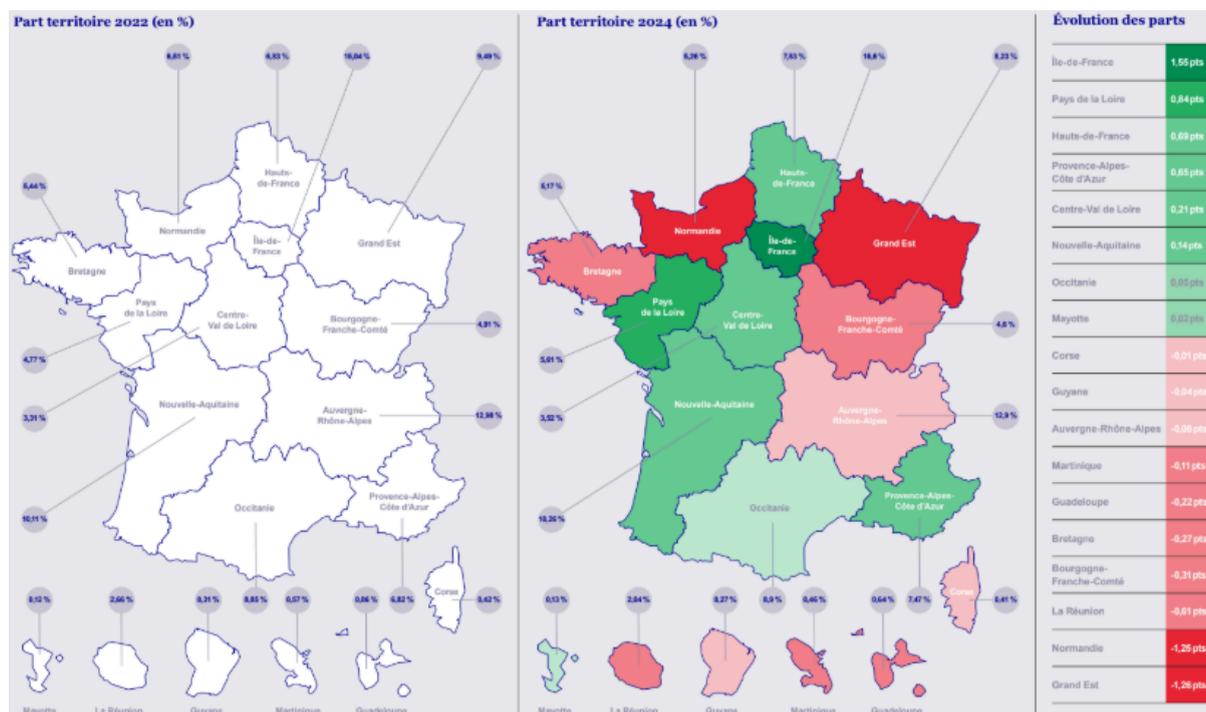
En trois ans, la Communauté *Les entreprises s'engagent* **s'est fortement élargie, tout en se diversifiant**.

Les TPE restent dominantes, mais c'est la part des PME et ETI qui augmente le plus. Cela traduit une montée en puissance des structures plus grandes dans la composition des membres et un intérêt croissant pour les actions et services proposés.

Ces évolutions peuvent s'expliquer par plusieurs facteurs :

- les PME/ETI et GE sont **plus matures sur les enjeux RSE, inclusion, transition**, etc. Elles ont des équipes, des outils, des moyens pour s'y engager plus facilement ;
- **l'augmentation des thématiques** et la structuration du parcours d'engagement (exigence d'actions récurrentes, suivi, *reporting*) favorisent les entreprises capables de s'inscrire dans un temps long, ce qui avantage de fait les PME et au-delà ;
- **la stratégie de partenariat du GIP** cible des réseaux structurants (ex. MEDEF, CPME, METI, etc.) dans lesquels les TPE sont moins représentées.
- **de fait, la visibilité et la résonance du dispositif** sont plus fortes chez les entreprises intégrées dans des écosystèmes ou réseaux professionnels organisés ;
- enfin, **le modèle économique du GIP** repose sur la capacité des entreprises de plus grande taille à financer l'accès au dispositif à des entreprises de petite taille.

**Répartition des entreprises par régions et départements entre 2022 et 2024 :  
une répartition des membres plutôt équilibrée si l'on tient compte de la spécificité des  
tissus économiques de chaque territoire**



**Pour les régions :**

La moyenne des taux de progression par région est de 113,2%.

L'écart-type est de 29,4, ce qui reflète une variabilité de ce rythme de croissance entre les régions. 10 régions se situent au-dessus de cette moyenne nationale, 8 se situent en dessous.

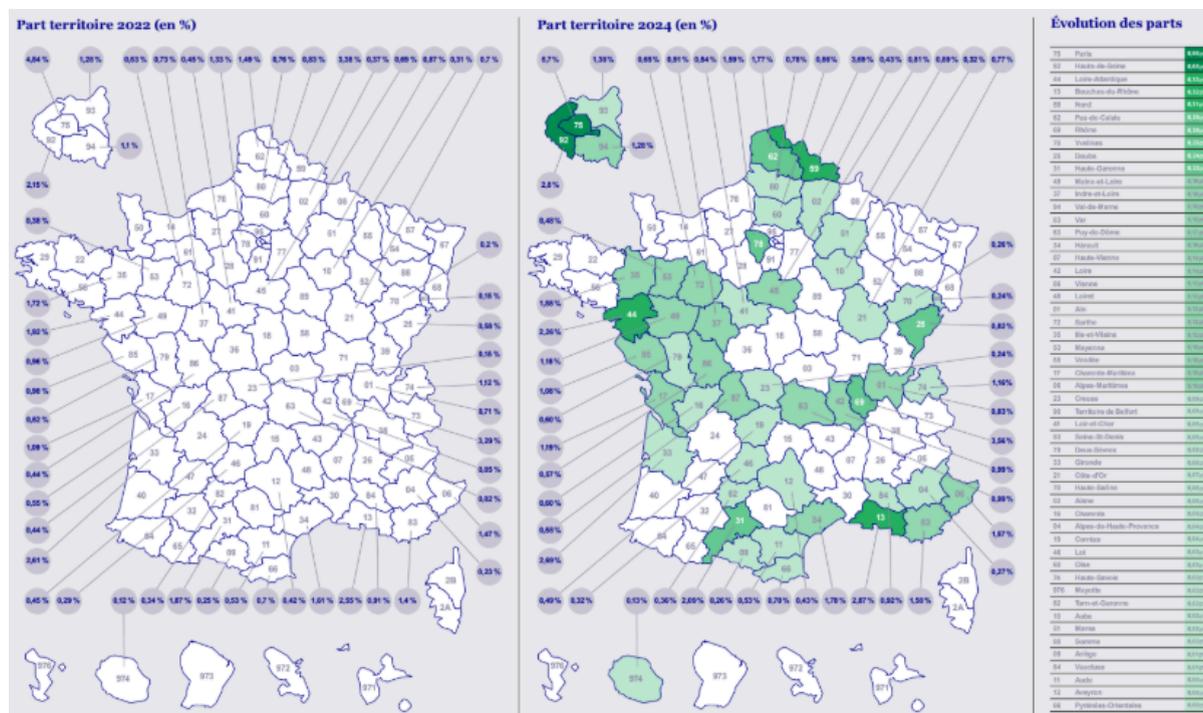
La répartition des membres est assez équilibrée, mais certaines régions croissent très rapidement (160–184%), tandis que d'autres progressent beaucoup plus lentement (50–80%).

- Quelques tendances régionales :
  - Les régions Pays de la Loire, Île-de-France, Hauts-de-France et PACA **sont celles qui connaissent la croissance la plus solide et structurée**, avec un gain de poids relatif parmi l'ensemble des membres.
  - Les régions Bretagne, Corse, Guadeloupe et Guyane **connaissent une croissance modérée ou stable**.
  - Les régions Île-de-France, Martinique, Normandie **restent en croissance mais connaissent une baisse de leur poids relatif** au sein de la Communauté.
  - Les régions Grand Est, Normandie, la Réunion, Bourgogne-Franche-Comté **connaissent un taux de croissance inférieur à la moyenne nationale observée** et une perte de poids relatif dans le total des membres entre 2022 et 2024.

Entre 2022 et 2024, les régions comprenant de grandes métropoles comme l'Île-de-France, les Pays de la Loire, les Hauts-de-France et PACA **montent en puissance et prennent de plus en plus de place** quand des zones historiquement dominantes (Occitanie, Nouvelle Aquitaine ou AURA)

stagnent. Les régions Normandie, Grand Est, Bretagne et Bourgogne-Franche-Comté connaissent des taux de croissance plus faibles qui font diminuer leur part territoriale.

Cependant, **les taux de pénétration de la Communauté dans ces régions, particulièrement dans le Grand Est, sont plus élevés que la moyenne nationale.** Les grandes régions économiques comme l'Île-de-France ou PACA ont plus d'entreprises de manière globale mais proportionnellement moins d'entreprises engagées.



**Pour les départements :**

- Quelques tendances départementales :
  - Entre 2022 et 2024, **les 10 départements qui augmentent le plus** leur nombre de membres et prennent plus de place dans le total national sont : Paris, Hauts-de-Seine, Loire-Atlantique, Bouches-du-Rhône, Nord, Pas-de-Calais, Rhône, Yvelines, Doubs et Haute-Garonne. On remarque donc que ce sont essentiellement des métropoles et des départements urbains (Paris, Lyon, Marseille, Lille, Nantes) qui portent la croissance de la Communauté et augmentent ainsi leur poids dans le paysage national.
  - **Les départements en forte croissance mais dont la part baisse ou reste stable** sont : Aude, Aveyron, Pyrénées-Orientales, Eure-et-Loir, Cher, Haute-Corse, Corse-du-Sud, Haute-Alpes, Drôme, Landes. Bien que le nombre de membres augmente sensiblement, d'autres territoires progressent plus vite, ce qui entraîne une légère perte de poids relatif. Ces départements restent dynamiques en volume, mais la cadence est inférieure à celle d'autres territoires.
  - **Les départements en croissance moyenne** mais dont la part est stable, évoluant à peu près au rythme national sont : Vaucluse, Aude, Aveyron, Pyrénées-Orientales, Eure-et-Loir et Cher. Cela signifie que la croissance du nombre de membres est en phase avec la moyenne nationale et qu'il n'y a pas de changement structurel notable pour ces départements.

- Enfin, **les départements à croissance faible ou recul relatif marqué** (perte de part) sont la Nièvre, Cantal, Allier, Yonne, Indre, Jura, Moselle, Finistère, Saône-et-Loire, Meurthe-et-Moselle, Pyrénées-Atlantiques, Morbihan, Vosges, Martinique, Côtes d'Armor, Gers, Haute-Marne, Hautes-Pyrénées et Lot-et-Garonne. Leur nombre de membres augmente peu (croissance en dessous de la moyenne nationale) et nous observons une perte de poids relatif dans le total des membres. Ces départements sont majoritairement ruraux et se caractérisent donc par un tissu économique plus restreint.

Au global, **les métropoles tirent la croissance** (Paris, Lyon, Toulouse et Bordeaux) quand certains départements actifs reculent proportionnellement par manque d'accélération.

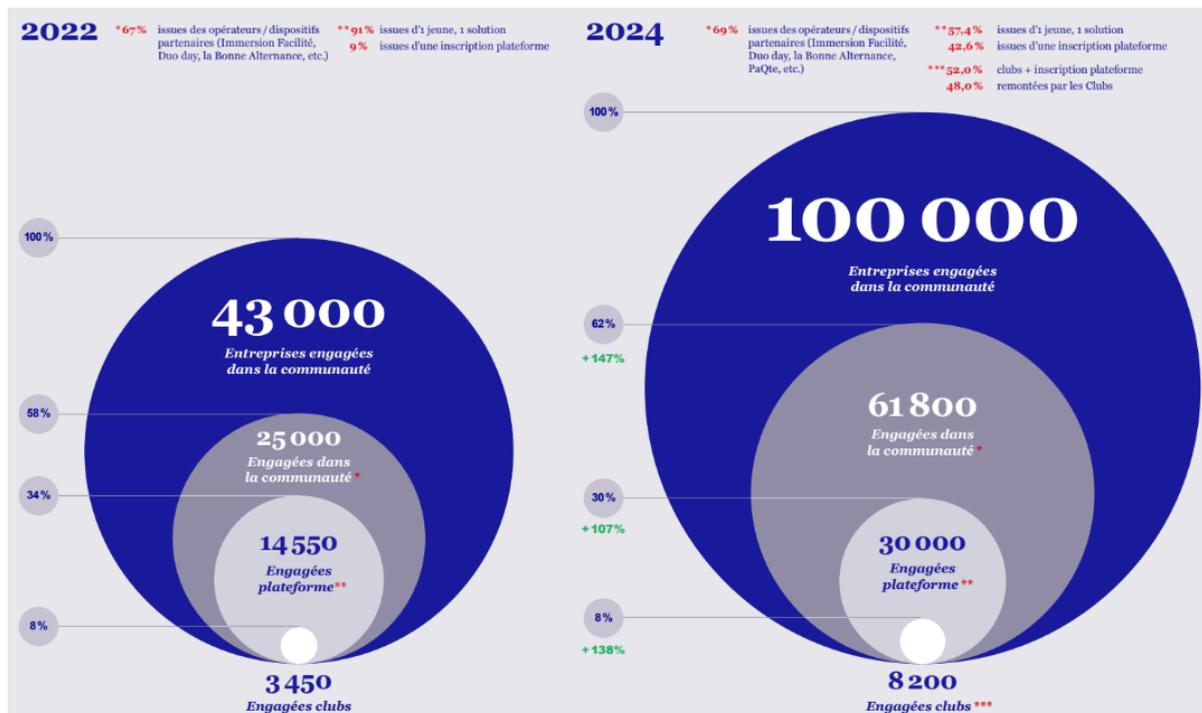
### Répartition des entreprises inscrites par typologies de membres et origines des membres entre 2022 et 2024 :

#### ***a minima un doublement du nombre de membres pour chaque segment***

Les entreprises membres de la Communauté sont réparties et suivies selon trois niveaux :

- **un premier niveau d'entreprises engagées**, qui font le choix de rejoindre la Communauté sur l'une des dix thématiques proposées (stratégie d'acquisition ciblée, sur l'une des thématiques) :
  - par l'intermédiaire d'un ou plusieurs engagement(s) d'une même thématique (cf. l'un des 70 engagements proposés par la Communauté) ;
  - grâce à un dispositif partenaire proposant aux entreprises utilisatrices de rejoindre la Communauté pour élargir leur champ d'engagements (par exemple via DuoDay ou l'Immersion Facilitée) ;
  - par l'intermédiaire d'un mouvement d'entreprises préexistant sur l'une de ces thématiques, nouvellement intégré au programme *Les entreprises s'engagent* (le PaQte pour les QPV par exemple) ;
- **un deuxième niveau d'entreprises engagées sur la plateforme**, qui rejoignent le dispositif directement par l'intermédiaire du formulaire d'inscription de la plateforme [www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr](http://www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr), prenant a minima deux engagements parmi les 70 proposés par la Communauté conformément aux règles de la Communauté (stratégie d'acquisition multi-thématiques basée sur la notoriété de la bannière) ;
- **un troisième niveau d'entreprises engagées dans les Clubs**, actives au sein des Clubs Départementaux de la Communauté *Les entreprises s'engagent* (par ailleurs inscrites sur le plateforme), qui participent au moins à deux actions d'un Club (stratégie d'acquisition multi-thématiques basée sur la notoriété et les actions du Club local).

Il est à noter qu'une part d'entreprises actives au sein des Clubs n'est pas forcément inscrite sur la plateforme [www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr](http://www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr), bien que participant régulièrement aux actions proposées au niveau local (cf. détail dans la section dédiée).



**Concernant la répartition des entreprises par typologies de membres, entre 2022 et 2024, le nombre d'entreprises a, a minima, doublé sur l'ensemble des segments de membres (niveaux 1, 2 et 3).**

Malgré une période de forte croissance du nombre de membres, cette répartition est **relativement proportionnelle d'un segment à l'autre** :

- 58% engagées sur 1 thématique en 2022 contre 62% en 2024 ;
- 34% engagées via la plateforme (en multi-thématique) en 2022 contre 30% en 2024 ;
- 8% engagées dans les Clubs (en multi-thématiques) tant en 2022 qu'en 2024.

Les efforts d'acquisition de nouvelles entreprises membres sur l'une des dix thématiques (approche d'acquisition ciblées), notamment par l'intermédiaire des partenariats noués avec d'autres opérateurs ou mouvements d'entreprises préexistants, gonflent d'abord la part des **entreprises de ce segment (+147% entre 2022 et 2024)**.

Entre 2022 et 2024, **le nombre d'entreprises engagées directement par l'intermédiaire de la plateforme ou des Clubs a doublé** (approche globale, multi-thématiques). Il a **augmenté de 138% pour les entreprises actives au sein des Clubs départementaux et de 107% pour les entreprises inscrites sur la plateforme**, alors même que la nouvelle version du formulaire sur la plateforme a été mise en place au second semestre 2023. La mise à jour de ce formulaire permet une meilleure traçabilité des engagements. Cela ouvre la voie à une phase 2 du projet, centrée sur la transformation concrète des engagements.

**Concernant les "origines" de ces membres**, il existe à fin 2024, quatre parcours d'où sont issues les entreprises :

- les entreprises qui rejoignent la Communauté par l'intermédiaire d'une thématique ou d'un dispositif, et qui ont choisi de rejoindre la Communauté sur proposition d'un **opérateur tiers** > 67% en sont issues en 2022, 69% en 2024 (+ 1 point entre 2022 et 2024) ;
- les entreprises qui ont rejoint la Communauté par l'intermédiaire du formulaire de la **plateforme 1 jeune, 1 solution** (jusqu'en 2024 et la migration du formulaire vers la

plateforme [www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr](http://www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr)) > 30% des entreprises en 2022 et 15% des entreprises en 2024 nous rejoignent encore via la plateforme *1 jeune, 1 solution* et la mobilisation *Les entreprises s'engagent pour les jeunes* (- 15,3 points entre 2022 et 2024) ;

- les entreprises qui, plus récemment depuis 2023, ont rejoint la Communauté par l'intermédiaire du nouveau **formulaire de la plateforme** [www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr](http://www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr) > 3% sur la période de formulaire test en fin d'année 2022 puis 11% en 2024 sont des inscrits natifs (**+ 7,9 points entre 2022 et 2024**) ;
- les entreprises à la fois inscrites sur la plateforme et **membres des Clubs** départementaux > environ 4 280 entreprises en volume en 2024 ;
- les entreprises **remontées directement par les Clubs départementaux** du fait de leur activité en local, inscrites par les Clubs > environ 3 900 entreprises en volume en 2024.

Les deux dernières catégories n'existaient pas en 2022.

C'est **par l'intermédiaire des opérateurs** que les entreprises sont d'abord orientées vers la Communauté (67% en sont issues en 2022, 69% en 2024). Cela confirme la cohérence avec la stratégie nationale portée par le GIP : **s'appuyer d'abord sur des dispositifs de politique publique existants** pour toucher massivement les entreprises.

Néanmoins, depuis sa mise en place, **l'entrée par le formulaire** [www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr](http://www.lesentreprises-sengagent.gouv.fr) de membres "natifs" devient le **deuxième canal principal** d'entrée sur la plateforme (+7,9 points entre 2022 et 2024). Le dispositif s'émancipe ainsi de la logique qui consistait à s'adosser systématiquement à une thématique (jeunes notamment) pour recruter directement sur la base de son offre globale propre. Il s'agit d'un tournant culturel important, à savoir une approche multi-thématique sur le champ général de l'engagement des entreprises.

Depuis 2024 et les évolutions des logiques de pilotage en ce sens, une nouvelle distinction est faite entre les entreprises à la fois membres des Clubs et inscrites sur la plateforme versus les entreprises directement remontées et inscrites par les Clubs. Ces chiffres confirment que le rôle des Clubs n'est plus seulement d'être des lieux d'animation mais aussi de devenir **des points d'entrée dans la Communauté à part entière**.

En lien avec la doctrine qui s'affine et les évolutions technologiques fréquentes sur la période 2022-2024, le modèle d'entrée dans la Communauté se transforme. **En 2024, il devient hybride, plus ouvert et plus organique, combinant progressivement différents niveaux d'entrée** : opérateurs nationaux, inscriptions spontanées et mobilisations locales par les Clubs.

**Ces observations sont confirmées par les deux baromètres de l'engagement des entreprises** de 2023 (Opinion Way pour *Les entreprises s'engagent*) et 2024 (BVA pour *Les entreprises s'engagent*). Les baromètres internes à la Communauté *Les entreprises s'engagent* interrogeaient les membres afin de savoir "comment ils avaient connu la Communauté" :

En 2023 comme en 2024, les membres disent avoir connu la Communauté :

- d'abord par l'intermédiaire des Clubs départementaux ou services de l'Etat (25% en 2023 puis 27% en 2024) ;
- aussi par l'intermédiaire des campagnes de communication nationales coordonnées par le GIP (13%) ;
- enfin, par l'intermédiaire des réseaux d'entreprises partenaires (12%).

Entre 2023 et 2024, c'est le canal d'information "France Travail" qui s'est le plus développé, passant de 3% en 2023 à 11% en 2024.

## Evolution du nombre d'entreprises selon les axes "société inclusive" et "monde durable" sur la période 2022-2024 :

### *des entreprises majoritairement engagées sur le volet social (dont inclusion)*

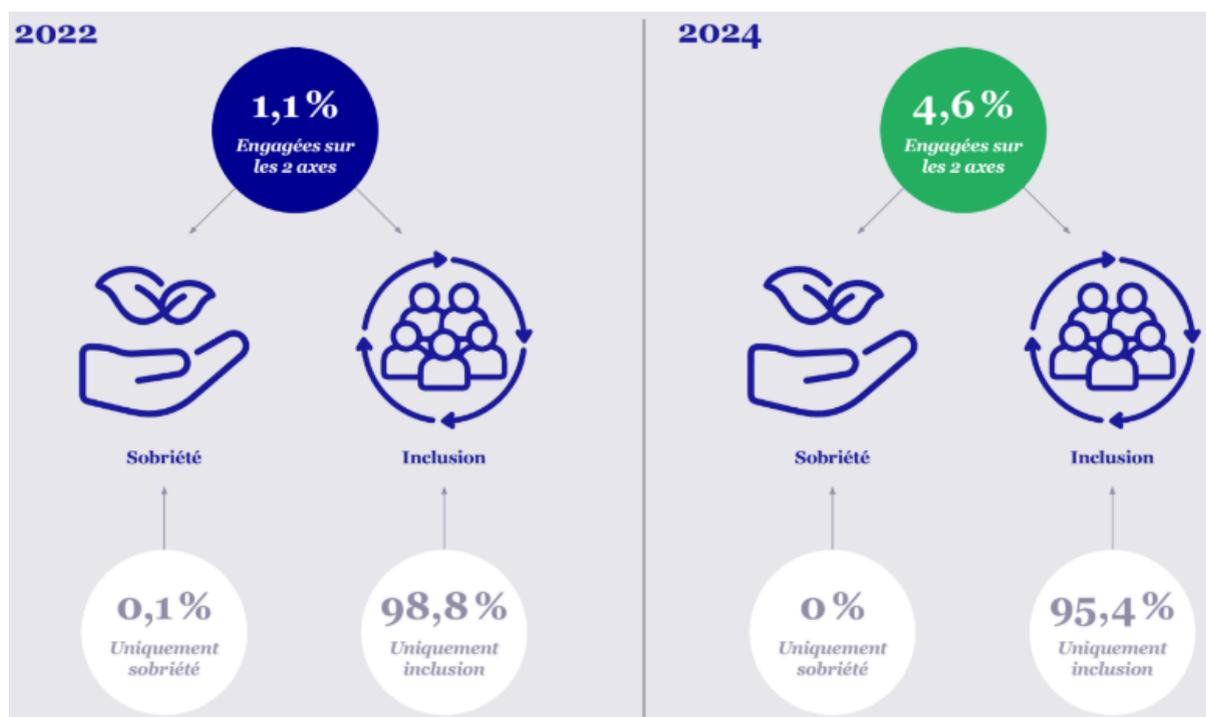
Entre 2022 et 2024, le nombre de thématiques structurant l'engagement des entreprises de la Communauté est passé de 7 à 10 (ou de 8 à 11 si l'on inclut l'axe transversal "Recrutement inclusif").

Ces thématiques s'inscrivent dans le référentiel classique de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et se déploient autour **d'une vision unifiée : les entreprises s'engagent pour une société inclusive et un monde durable.**

**Les engagements pour une société plus inclusive**, regroupent :

- les enjeux **sociaux** (relations de l'entreprise avec ses salariés, recrutements, conditions de travail, etc.) ;
- et les enjeux **sociétaux** (implication auprès des autres parties prenantes de la société : jeunes, personnes éloignées de l'emploi, territoires...).

**Les engagements pour un monde plus durable** font référence au **comportement de l'entreprise vis-à-vis de la planète**, ses ressources et son impact environnemental.



Entre 2022 et 2024, la (quasi) totalité des entreprises de la Communauté s'engage prioritairement sur les enjeux sociaux et d'inclusion.

En effet, **99,9% des entreprises étaient mobilisées sur ces thématiques en 2022**, un taux qui **reste le même en 2024 (100%)**. Cela confirme que les questions liées à la responsabilité sociale, à l'inclusion et à la diversité constituent le socle fondamental (voire de base) de l'engagement des entreprises dans la Communauté. Et que **les quelques entreprises qui rejoignent le dispositif finissent par s'orienter systématiquement vers des enjeux sociaux.**

Cela converge avec la vision de la Communauté qui considère qu'une entreprise qui construit un système d'engagement complet et puissant est d'abord une entreprise exemplaire sur le volet social.

Parallèlement, la dimension environnementale - en lien avec le lancement et la montée en puissance du programme "sobriété énergétique" du Gouvernement - se développe légèrement. **En 2022, 1,2% des entreprises s'engagent sur ces enjeux écologiques.** En 2024, cette proportion **augmente légèrement à hauteur 4,6% en 2024.** Ce mouvement témoigne d'une progressive augmentation des préoccupations environnementales au sein de la Communauté. Ainsi, le phénomène de dilution qui pourrait être constaté avec l'élargissement des thématiques, où l'émergence de l'une desservirait le développement de l'autre, est inexistant.

### Répartition des entreprises par thématiques entre 2022 et 2024 : une Communauté forte sur ses fondamentaux (originels)

2022				2024			
Class.	Thématique	Entreprises engagées	% sur 43 000	Class.	Thématique	Entreprises engagées	% sur 100 000
1	Recrutement inclusif	38 000	88,4%	1	Recrutement inclusif	65 000	65,0%
2	Jeunes	27 000	62,8%	2	Jeunes	35 000	35,0%
3	QPV	3 000	7,0%	3	QPV	6 200	6,2%
4	Handicap	1 200	2,8%	4	Sobriété énergétique	~ 4 500	~ 4,5%
5	Réfugiés	900	2,1%	5	Handicap	2 800	2,8%
6	Achats responsables	700	1,6%	6	Lycées professionnels	2 300	2,3%
7	Sobriété énergétique	500	1,2%	7	Sport	1 200	1,2%
8	Lutte contre la récidive	150	0,3%	8	Réfugiés	1 200	1,2%
				9	Seniors	1 000	1,0%
				10	Achats responsables	900	0,9%
				11	Lutte contre la récidive	200	0,2%

En tête des classements de 2022 comme de 2024, les thématiques "**Recrutement inclusif**", "**Jeunes**" et "**QPV**" conservent leurs **1ère, 2ème et 3ème places**, confirmant leur statut de **portes d'entrée historiques et structurantes** dans la Communauté *Les entreprises s'engagent*. Elles restent les piliers (originels) autour desquels se construit l'engagement des entreprises et autour desquels les efforts de mobilisation se concentrent encore.

Entre les deux années, la **progression la plus marquante** concerne la thématique "**Sobriété énergétique**", qui passe de la **7<sup>e</sup> à la 4<sup>e</sup> position**. Cette remontée traduit l'**effet structurant du plan gouvernemental consacré à la sobriété énergétique**, qui a su susciter une dynamique nouvelle. Il s'agit de la **plus forte progression en rangs** parmi les thématiques déjà présentes en 2022 (hors nouvelles thématiques).

En 2024, les thématiques "**lycées professionnels**" (6ème position), "**sport**" (7ème) et "**seniors**", nouvellement lancées respectivement en milieu et début d'année, mobilisent très

vite de nouvelles entreprises. La mobilisation se lance tout juste autour de la thématique “seniors” (sortie en novembre 2024).

En parallèle, certaines thématiques historiques comme “**Handicap**”, “**Achats responsables**” ou “**Réfugiés**”, bien qu’en croissance en volume, reculent. Cette dynamique ne traduit pas une démobilisation, mais plutôt un rééquilibrage progressif des priorités, à mesure que de nouvelles émergent, en lien avec les grands temps forts (Jeux Olympiques), le contexte géopolitique international (Guerre en Ukraine, hausse du prix de l’énergie) ou les annonces politiques (réforme des lycées professionnels, préfiguration du plan pour les travailleurs expérimentés, etc).

Enfin, la “**Lutte contre la récidive**”, demeure comme une thématique plus “niche” mobilisant le moins d’entreprises en 2024, malgré une progression continue (mais lente).

### Focus > top 15 des engagements les plus pris en 2022 puis 2024

2022		2024		
 Société inclusive		 Monde durable		
1	Recruter des jeunes	Lutter contre la gaspillage énergétique	1  Recruter en alternance	Appliquer les consignes de température dans vos locaux
2	Recruter en alternance	Favoriser l'efficacité énergétique	2 Accueillir des stagiaires	Agir sur l'éclairage de vos bâtiments
3	Proposer des immersions professionnelles pour les jeunes	Favoriser la mobilité durable	3  Recruter des jeunes	Optimiser tous les déplacements professionnels
4	Engager votre entreprise et vos collaborateurs dans le mentorat	Déployer une animation partagée au sein de son entreprise	4  Proposer des immersions professionnelles pour les jeunes	 Favoriser l'efficacité énergétique
5	Recruter des personnes en situation de handicap		5 Recruter des personnes en situation de handicap	
6	Recruter des candidats formés avec l'aide de France Travail (POE et AFPR)		6  Participer au DuoDay	
7	Recruter des personnes déplacées d'Ukraine		7  Engager votre entreprise et vos collaborateurs dans le mentorat	
8	Recruter des emplois francs		8  Recruter des candidats formés avec l'aide de France Travail (POE et AFPR)	
9	Proposer des immersions professionnelles pour des personnes en situation de handicap		9 Accueillir des jeunes de lycée professionnel en stage ou recruter des apprentis	
10	Participer au DuoDay		10  Soutenir l'emploi des personnes en situation de handicap à travers le choix de vos prestataires	
11	Mener une action pour les personnes déplacées		11 Proposer des actions de découverte des métiers à des jeunes de lycées professionnels	

### b) Taux d'activité (sur réalisé partiel) des membres de la Communauté entre 2022 et 2024

En matière d'évaluation de la concrétisation des engagements pris au sein de la Communauté, dès le lancement du GIP *Les entreprises s'engagent*, le choix a été fait de **ne pas retenir les données déclaratives des entreprises** mais d'agréger progressivement la donnée publique à disposition, même partielle, pour définir :

- le **taux d'activité réelle des entreprises** ;
- la **transformation et les trajectoires de progression de ces engagements effectifs** d'une année sur l'autre.

Cela permettant :

- **de se rapprocher d'un bilan réel (réalisé plus que déclaré)**, même minimal car seulement porté sur 6 des 11 thématiques proposées (et 6 des 70 engagements ouverts), plutôt que seulement basé sur un retour des entreprises (non vérifiable) ;
- d'aller dans le sens **d'une simplification de la procédure pour les entreprises** qui s'y engagent de manière volontaire et proactive, la Communauté ne proposant **que des engagements qui vont au-delà du champ des obligations**. En phase 2 du projet, l'ambition est de pré-remplir les engagements des entreprises d'une année sur l'autre, sur la base du réalisé à N-1 ;
- **de participer au renouvellement des pratiques des opérateurs et administrations publiques**, à savoir de mieux intégrer dans l'évaluation de leurs politiques publiques les résultats obtenus auprès ou par l'intermédiaire des entreprises. L'enjeu étant progressivement de mieux intégrer cette donnée dans le pilotage des politiques publiques ;
- de **compléter ainsi la production de données publiques** sur le volet entreprises, au fur et à mesure que des partenariats resserrés avec les opérateurs en charge se nouent.

**Pour rappel, le parcours utilisateur type théorique** (encore en cours de mise en place à fin 2024/début 2025) défini pour les entreprises de la Communauté est le suivant :

- **prise de 1 engagement (avant septembre 2024) - de 2 engagements (en place depuis septembre 2024)** (quantitatifs) au minimum à l'entrée dans la Communauté, parmi les 70 engagements possibles (évolution de la doctrine à partir de septembre 2024) ;
- **validation d'un bilan des engagements réalisés** en fin d'année/début d'année suivante, sur la base de la donnée publique remontée (quand disponible) ;
- en même temps, **renouvellement de la prise d'engagements**, avec élargissement de ces engagements (augmentation de l'objectif quantitatif sur les engagements déjà pris ; prise d'un engagement supplémentaire sur une thématique déjà sélectionnée ou prise d'un engagement nouveau sur une thématique non couverte). L'enjeu étant de tendre vers une trajectoire de progression continue d'une année sur l'autre ;
- **valorisation à terme** des trajectoires d'engagement les plus probantes.

A ce stade du projet et de la mise en place de ce parcours, **les données, mêmes partielles, transmises essentiellement par France Travail donnent des indications** sur ces **taux d'activités minimaux** et **l'intensité des premières trajectoires de progression**.

### **Important.**

Les données transmises par France Travail se basant essentiellement **sur le recrutement effectif** des membres, **l'effet d'une partie des actions d'accompagnement de la Communauté (une majorité des 70 engagements proposés) ne peut pas être pris en compte dans ces mesures**. C'est pourquoi nous évoquons l'idée d'un **taux d'activité minimal ou partiel**.

### **Taux d'activité annuel minimal pour 2022, 2023 et 2024 :**

***un taux d'activité partiel/minimal aux alentours de 57% chaque année***

Pour définir ce taux d'activité, les données transmises par France Travail permettent de définir le pourcentage d'entreprises de la Communauté qui en 2022, 2023 et 2024 ont réalisé :

- **1 des 8 engagements pour lesquels la donnée est disponible** (recrutement de jeunes, habitant de QPV, senior, RQTH, BRSA + immersion professionnelle, POE, AFPR) ;
- **2 des 8 engagements pour lesquels la donnée est disponible (conformément à la logique de prise d'engagement minimale désormais en place depuis 2024)**.

Au-delà du recours aux dispositifs de "recrutement inclusif" (immersion, POE, AFPR), **un taux d'activité est mesuré année par année selon la même méthode sur les thématiques couvrant**

**les 5 publics prioritaires** de la Communauté *Les entreprises s'engagent* (recrutement de jeunes, habitant de QPV, senior, RQTH et BRSA).

<i>Taux d'activité (partiel) – 8 engagements (publics + immersion, POE et AFPR)</i>	
<i>Type d'engagement</i>	<i>Pourcentage d'entreprises</i>
Engagée sur un des 8 en 2024	<b>80,47%</b>
Engagée sur un des 8 en 2023	<b>82,92%</b>
Engagée sur un des 8 en 2022	Pas de données 2022
Engagée sur 2 (sur les 8) en 2024	<b>56,28%</b>
Engagée sur 2 (sur les 8) en 2023	<b>58,35%</b>
Engagée sur 2 (sur les 8) en 2022	Pas de données 2022

En 2023 et 2024, **83% puis 80,5% des entreprises se sont engagées sur au moins un des 8 engagements** mesurables.

Ces chiffres correspondent **au taux d'activité partiel (ou minimal) des entreprises de la Communauté** en 2023 puis 2024, conformément à la nouvelle logique mise en place de deux engagements au minimum (depuis septembre 2024).

Jusqu'en septembre 2024, l'entrée dans la Communauté était possible sur la base d'un seul engagement référencé.

**56,3% des entreprises ont réalisé au moins deux engagements sur les 8 mesurables en 2024**, contre 58,3% en 2023.

<i>Taux d'activité (partiel) - Thématiques publics prioritaires</i>	
<i>Type d'engagement</i>	<i>Pourcentage d'entreprises</i>
Engagée sur un des 5 en 2024	<b>78,18%</b>
Engagée sur un des 5 en 2023	<b>81,07%</b>
Engagée sur un des 5 en 2022	<b>81,24%</b>
Engagée sur 2 en 2024	<b>51,84%</b>
Engagée sur 2 en 2023	<b>54,59%</b>
Engagée sur 2 en 2022	<b>55,49%</b>

Si l'on resserre cette mesure aux **5 thématiques/publics prioritaires** de la Communauté Les entreprises s'engagent (engagement multi-thématiques), les résultats sont les suivants :

- En 2022, **55,49% des entreprises de la Communauté ont réalisé au moins deux engagements** en faveur de ces publics prioritaires (recrutement) ;
- Ce taux passe à **54,59% en 2023**, puis à **51,84% en 2024**.

A titre indicatif, en 2022, 2023 et 2024, **11% des entreprises ont réalisé des engagements sur les 5 thématiques prioritaires**. Ces entreprises constituent le cœur d'action le plus fort de la dynamique.

Ces taux d'activité **restent relativement stables d'une année sur l'autre si l'on tient compte de l'élargissement rapide de la base d'entreprises membres** (triplement du nombre de membres en moins de trois ans) et des effets de dilution temporaire inhérents à l'intégration de nouvelles entreprises en masse (temps de réalisation des engagements pris).

**La collecte de données complémentaires sur les 62 autres engagements de la Communauté permettra de se rapprocher d'un taux d'activité plus fin au fil du temps**, intégrant le réalisé sur un maximum d'engagements, couvrant les 11 thématiques.

Ces données additionnelles seront essentielles pour s'assurer que **l'ensemble des entreprises de la Communauté maintiennent une dynamique d'engagement**. Chaque année, des entreprises jugées "inactives" sont d'ailleurs **retirées des bases de données**.

### ***c) Renouvellement des engagements d'une année sur l'autre entre 2022 et 2024***

Au moment de la rédaction du présent rapport d'impact, **la logique de reprise d'engagement d'une année sur l'autre était encore en cours de mise en place** (fonctionnalités techniques et parcours utilisateurs, etc.). Pourtant, entre 2023 et 2024, **un cinquième des entreprises ont spontanément redéclaré des engagements (21%)**, sans qu'un parcours de conversion soit encore en place.

Un résultat encourageant en anticipation de la mise en place d'un cadre plus contraignant et incitatif prévu à partir de l'année 2025, conformément aux ambitions de la phase 2.

Il est intéressant de noter que ces **entreprises qui ont proactivement redéclaré leurs engagements augmentent le nombre de ces intentions entre 2023 et 2024** (3,95 engagements par entreprise en 2024 contre 2,97 en 2023).

Une exploitation de la donnée transmise par France Travail à fin d'année 2024 permet de porter de **premières observations plus fines sur le renouvellement des engagements réalisés sur la période 2023-2024**. Comme évoqué plus haut, c'est sur la base de cette donnée, désormais transmise par France Travail, qu'un processus de reprise d'engagement simplifié (pré-rempli) **sera mis en place à partir de 2025**.

**Continuité des engagements réalisés entre 2022 et 2024 sur 5 des 10 thématiques : une stabilité réelle dans la reprise des engagements des entreprises en faveur de ces publics d'une année sur l'autre**



A périodes comparables, ces données fournies par France Travail pour 5 des 10 thématiques portées par la Communauté *Les entreprises s'engagent* (sur leur volet recrutement) **renseignent sur la capacité des entreprises - dont un engagement au minimum est vérifié sur l'une de ces thématiques - à maintenir leurs engagements de recrutement** d'une année sur l'autre pour chaque public prioritaire (finalité des actions menées).

Entre 2023 et 2024, **86% des membres ont maintenu leurs engagements en faveur de publics éloignés de l'emploi dans le cadre de leur recrutement**.

Ainsi :

- **le maintien de ces engagements en faveur des jeunes (99% puis 84%)** est stable malgré un léger repli qui peut s'expliquer par 1) le fait que dans le cadre du plan 1 jeune, 1 solution, la mobilisation des entreprises se concentrait essentiellement sur les publics jeunes (*Les entreprises s'engagent pour les jeunes*, 2021-2022) et qu'elle s'est ensuite ouverte aux autres publics à partir de milieu d'année 2022, 2) plus globalement par un léger essoufflement post programme 1 jeune, 1 solution ;
- **le maintien des engagements des membres en faveur des habitants des QPV reste en légère progression (+ 2%) mais moins stable** ;
- **le public senior bénéficie d'une continuité des engagements relativement constante**, avant même le lancement d'un plan gouvernemental dédié (avril 2025) ;
- **le renouvellement des engagements en faveur des personnes en situation de handicap est stable mais se révèle comme le plus fragile en faveur des personnes en situation de handicap** ;
- **la reprise d'engagement entre 2023 et 2024 est particulièrement stable en faveur de l'emploi des bénéficiaires du RSA.**

## ***2) Une mobilisation locale en progression constante***

### ***a) Structuration du réseau***

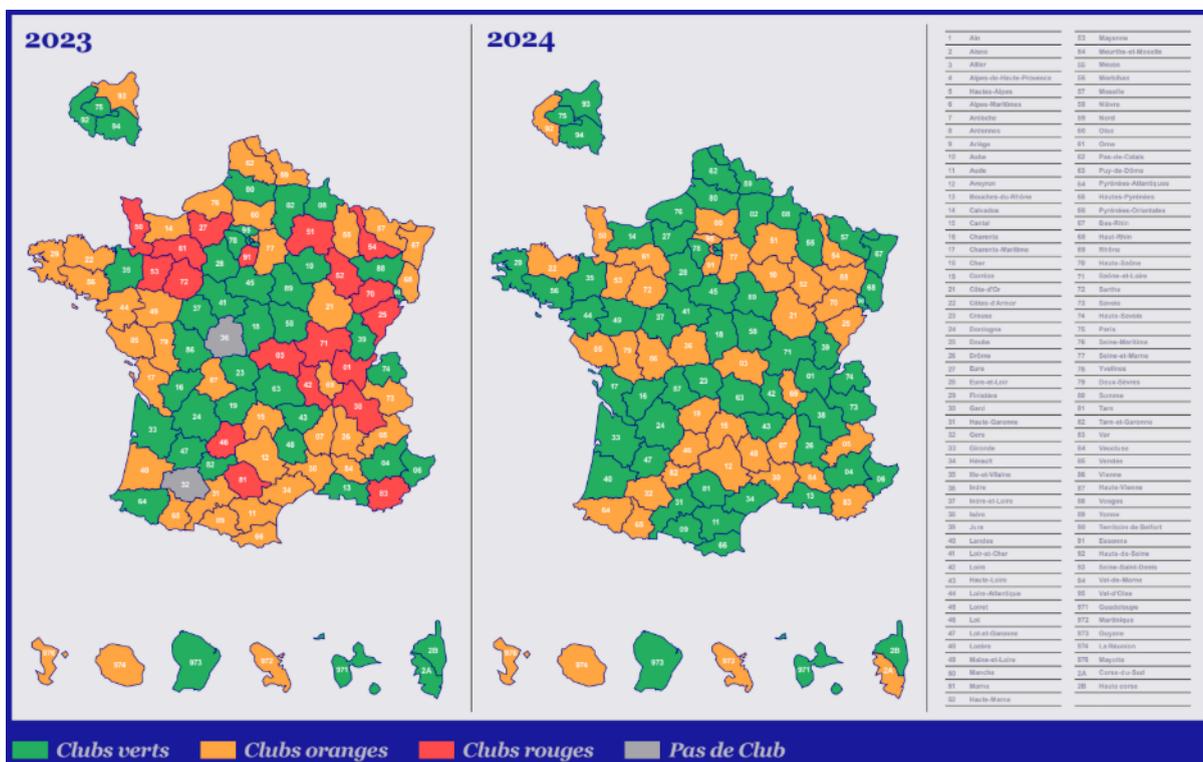
**Progression du niveau d'activité des Clubs depuis la création du GIP :  
le nombre de Clubs stabilisés a quintuplé depuis 2020, et doublé entre 2022 et 2024**

**Le niveau d'activité d'un Club départemental** de la Communauté *Les entreprises s'engagent* est évalué selon 4 critères : la qualité de sa structuration, reposant sur un triptyque d'animation bien en place ("leader, référent, animateur") ; le rythme d'animation avec un nombre d'actions minimum proposées aux membres (au moins un temps fort de passage à l'action ou de sensibilisation chaque mois) ; la capacité du Club à recruter de nouvelles entreprises chaque année, en tenant compte des spécificités du tissu économique du territoire et de sa densité ; la pertinence des actions menées au regard des priorités stratégiques du GIP *Les entreprises s'engagent* (et de ses membres fondateurs).

Dès son lancement en 2018, le projet a pu bénéficier d'un fort ancrage territorial. Cependant, avant la création du GIP, des dynamiques très hétérogènes se sont déployées d'un territoire à l'autre (sous d'autres noms, autour de sujets opérationnels non prioritaires ou selon d'autres modes de fonctionnement ou modèles de gouvernance).

L'objectif de ce suivi est ainsi d'assurer à chaque entreprise, quel que soit son département, **une cohérence de parcours et une proposition de valeur homogène** à l'échelle nationale.

La mise en place du GIP en 2022 a permis d'**harmoniser les pratiques**, en consolidant un **cadre commun de base pour une expérience comparable d'un territoire à l'autre**, confortant le modèle spécifique (et originel) de coalition **publique–privée–société civile**. Ce modèle a progressivement ramené dans une trajectoire commune les Clubs qui s'en étaient éloignés entre 2018 et 2022.



Si 100% des départements ont été rapidement couverts par le dispositif, le rythme de stabilisation des Clubs départementaux s'est accéléré nettement avec la création du GIP en avril 2022, passant d'une moyenne de +12 à près de +18 Clubs stabilisés par an.

Ainsi, le volume de Clubs stabilisés a doublé entre 2022 et fin d'année 2024.

Le pilotage national structurant, les nouveaux outils et moyens mutualisés et une vision territoriale unifiée ont permis de **quintupler le nombre de Clubs stabilisés entre 2020 et fin 2024** (de 20 à 97). Ce cadre, posé par l'équipe en charge au sein du GIP, a agi comme un accélérateur mais aussi

comme un régulateur, en ramenant les Clubs dans une trajectoire commune sans freiner l'initiative locale.

### Progression du nombre de personnes qui se mobilisent dans l'animation de ces Clubs entre 2020 et 2024 :

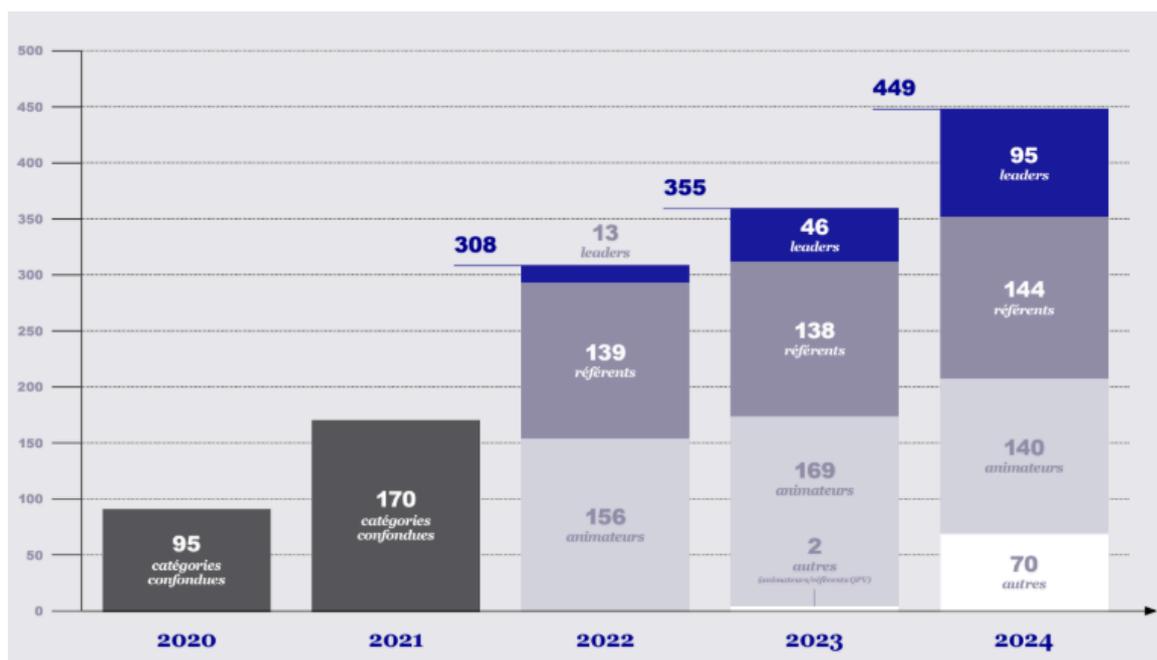
#### **250 personnes supplémentaires mobilisées depuis la création du GIP pour l'animation des 101 Clubs départementaux**

Au-delà des outils, processus et indicateurs proposés, la réussite des Clubs départementaux **repose d'abord sur les femmes et les hommes qui les animent au quotidien et leur capacité à se projeter sous une même bannière "Les entreprises s'engagent"**.

Leur engagement et leur capacité à fédérer localement sont les moteurs de la dynamique. Pour les leaders, dirigeants d'entreprises bénévoles, et pour les référents notamment, agents de l'État mobilisés souvent en parallèle de leurs autres missions, l'implication au sein de la dynamique témoigne de leur fort engagement personnel. Tenant compte du temps que peut représenter un tel engagement, la priorité de l'équipe nationale est **d'alléger au maximum leurs implications et de simplifier la procédure**. Avec l'enjeu de maintenir la relation avec l'ensemble de ces personnes et l'envie d'en être.

La logique d'animation des Clubs (opérateurs locaux subventionnés par les DDETS), la diversité des opérateurs d'animation sélectionnés et de leurs structures d'origine créent par ailleurs une complexité dans l'homogénéisation des pratiques et représentent **un défi permanent dans le développement d'une véritable culture d'appartenance homogène** malgré 1) le rattachement à des organisations tiers ayant leurs enjeux propres sur ces sujets, 2) la différence de culture et de langage entre ces acteurs issus des sphères publique, privée ou de la société civile.

Tenant compte de l'augmentation significative du nombre de membres au sein de la Communauté, dans son ensemble comme au sein des Clubs départementaux, **l'un des grands défis du GIP est d'augmenter chaque année le nombre de personnes** qui contribuent à l'animation des Clubs, qu'ils soient leaders, référents ou animateurs ; mais également d'établir dans chaque département le schéma type leader-référent-animateur qui permet d'assurer un équilibre dans la définition comme dans la mise en oeuvre de la feuille de route locale.



Entre fin d'année 2021 et 2024, le nombre de personnes mobilisées dans l'animation des Clubs locaux a **plus que doublé**, traduisant un effort important de structuration humaine à l'échelle de la Communauté.

Cela reflète une **montée en puissance du modèle**, mais aussi un élargissement du collectif à mesure que le dispositif se généralise et que le nombre de membres au global augmente.

L'évolution du nombre de personnes mobilisées dans l'animation des Clubs départementaux **entre les périodes 2020-2021 et 2022-2024 est en augmentation de 164%**.

2022 marque un tournant dans la structuration progressive du dispositif **et un point de bascule vers le modèle cible de triptyque** (une alliance équilibrée entre un leader, dirigeant d'entreprise bénévole, un référent DDETS, une structure d'animation issue de la société civile choisie en local) :

- **le nombre de leaders a été multiplié par 7 entre 2022 et 2024**, passant de 13 à 95 personnes. Cette montée rapide répond à une priorité stratégique qui consiste à renforcer le plus rapidement possible la composante "entreprises engagées" au sein du triptyque d'animation. Sans cela, les conditions d'un équilibre d'acteurs publics-privés au sein des coalitions locales ne pouvaient être rassemblées ;
- **le nombre de référents reste stable sur l'ensemble de la période (+ 3,6%) et représente un pilier du dispositif**. Cela témoigne d'une mobilisation immédiate et d'un investissement constant des personnes mobilisées au sein des services déconcentrés de l'Etat, dès le départ et sur l'ensemble de la période. Cela témoigne également d'une volonté de préserver ces ressources issues des services de l'Etat, pour qui ce rôle au sein du Club vient souvent s'ajouter aux missions exercées par ailleurs ;
- **le nombre de personnes mobilisées par les structures d'animation choisies par les DDETS/DREETS est en léger recul (- 10,3%)**, démontrant que l'atteinte du modèle cible (triptyque) permet là encore de contenir l'investissement des effectifs de ces structures à 1,3 ETP par Club en moyenne. Ce recul apparent ne traduit pas un désengagement, mais plutôt une optimisation des moyens, permise par l'équilibre atteint dans le triptyque d'animation. Au regard du montant de la subvention accordée, l'enjeu est de tendre vers une gestion raisonnée et soutenable de ces ressources.

Cela s'explique aussi par :

- **l'organisation d'opérations soutenues par le GIP** *Les entreprises s'engagent* via son Fonds de Soutien aux Initiatives locales, réalisées directement par les structures d'intérêt général retenues, qui permettent de densifier la feuille de route sans pour autant mobiliser les ressources de l'animateur (ou de manière très modérée) ;
- l'intégration dans les feuilles de route d'opérations supplémentaires organisées directement par France Travail.

Au-delà de l'augmentation du nombre de personnes mobilisées et des chiffres, **c'est aussi et surtout un travail d'ajustement structurel fin** qui a été mené par l'équipe nationale, Club après Club entre 2022 et 2024 pour **aligner chaque coalition locale sur le modèle cible**.

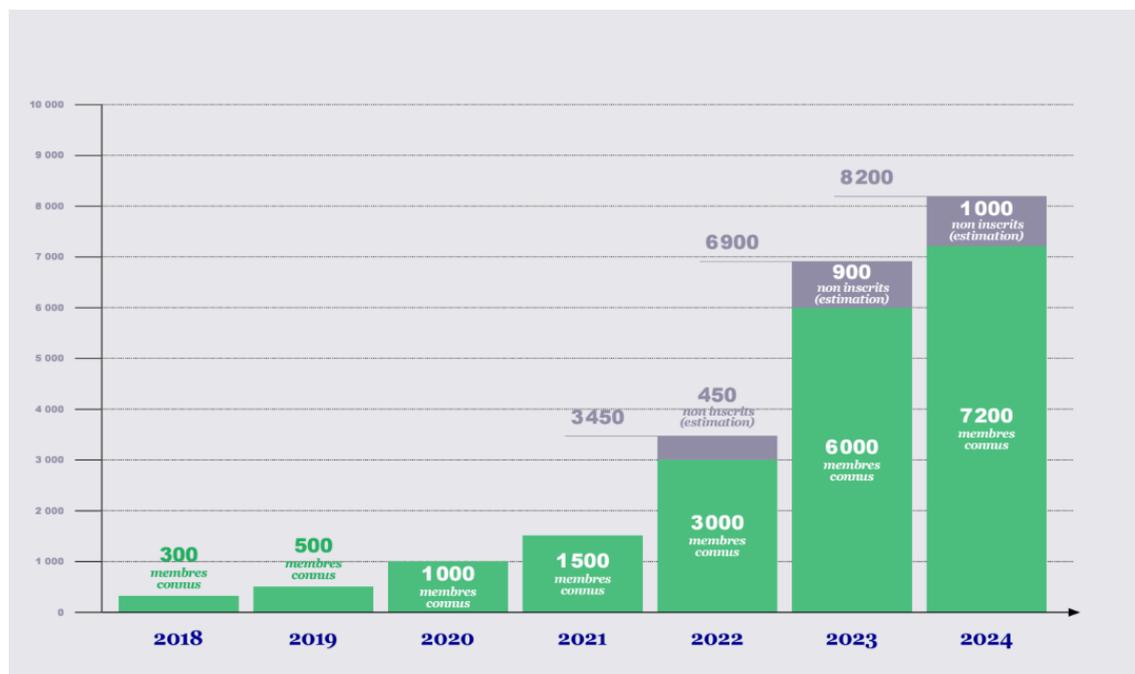
Cette période marque **le passage d'une phase expérimentale à une phase structurée et consolidée** portée par l'équipe du GIP. Ce processus de structuration progressive devait permettre d'installer **un modèle équilibré, répliquable et soutenable**.

**A partir de 2025**, la mobilisation croissante des équipes de France Travail au sein de chaque Club départemental (Directeur Départemental + référent opérationnel dédié) devrait permettre de passer

un cap supplémentaire en matière de structuration (théoriquement + 202 personnes à partir de juin 2025).

### **b) Evolution du nombre d'entreprises actives dans les Clubs départementaux entre 2022 et 2024**

**Evolution du nombre d'entreprises actives au sein des Clubs entre 2022 et 2024 : une multiplication par 5,5 en trois ans du nombre d'entreprises**



**Les entreprises considérées comme actives** au sein d'un Club Départemental de la Communauté *Les entreprises s'engagent* sont celles qui participent à au moins deux actions par an et sont inscrites sur la plateforme. A partir des bilans remontés manuellement par les Clubs Départementaux entre 2022 et 2024, une estimation complémentaire permet d'inclure également les entreprises actives **non encore inscrites**, offrant ainsi un **aperçu plus complet de la mobilisation territoriale**.

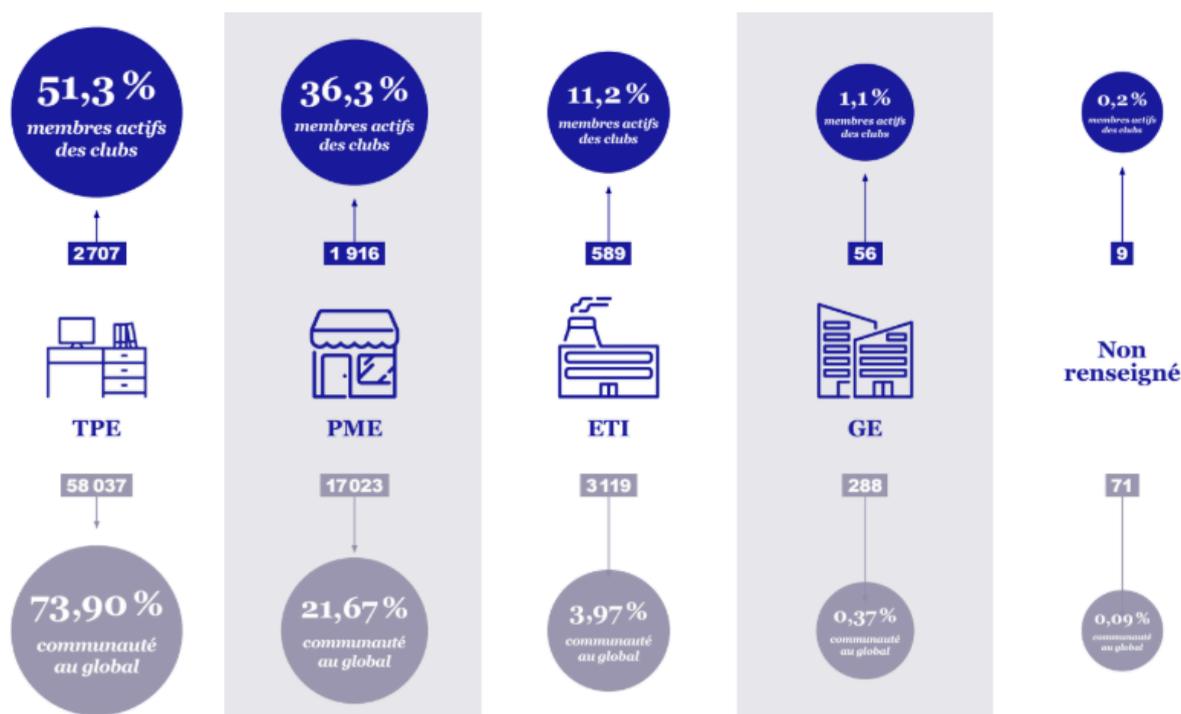
Depuis 2018, **le nombre d'entreprises actives dans les Clubs a été multiplié par 27**. Cette croissance cumulée traduit une montée en puissance continue du dispositif à l'échelle des territoires.

**Entre le début d'année 2022 et la fin d'année 2024, le nombre d'entreprises actives est passé de 1 500 à 8 200, soit une multiplication par 5,5 en trois ans.**

Cette progression confirme une phase d'accélération majeure depuis la création du GIP *Les entreprises s'engagent* et la capacité grandissante des Clubs Départementaux à attirer de nouveaux membres, à convertir des entreprises engagées ailleurs dans le dispositif (plateforme) en membre d'un Club mais aussi à **fédérer durablement** des entreprises.

Avant la création du GIP, un Club Départemental comptait en moyenne **34 entreprises actives**. Fin 2024, cette moyenne atteint **81 entreprises**, illustrant la montée en puissance en cours.

## Répartition des entreprises actives au sein des Clubs par tailles : une place centrale des PME et ETI au sein des Clubs



Tous les membres actifs Clubs, sièges sociaux uniquement

A fin 2024, la répartition des entreprises actives au sein des Clubs est la suivante :

- **88% de TPE/PME ;**
- **11,2% d'ETI ;**
- **1,1% de grandes entreprises.**

Cette répartition démontre que, même à l'échelle locale, la Communauté est parvenue à **mobiliser des entreprises de toutes tailles, tout en conservant une majorité de TPE et PME**, à l'image du tissu économique national. La démocratisation des pratiques d'engagement des entreprises se poursuit à un rythme soutenu par l'intermédiaire des Clubs.

Les **TPE représentent 51,3 %** des entreprises engagées dans les Clubs. Si leur part est **moins dominante que dans la Communauté nationale (74 %)**, leur présence reste majoritaire, confirmant l'accessibilité du dispositif aux plus petites structures. Ce niveau d'engagement reste notable compte tenu des difficultés structurelles de mobilisation de ce segment (temps et ressources à accorder notamment), qui plus est lorsque cela passe par une présence à des événements.

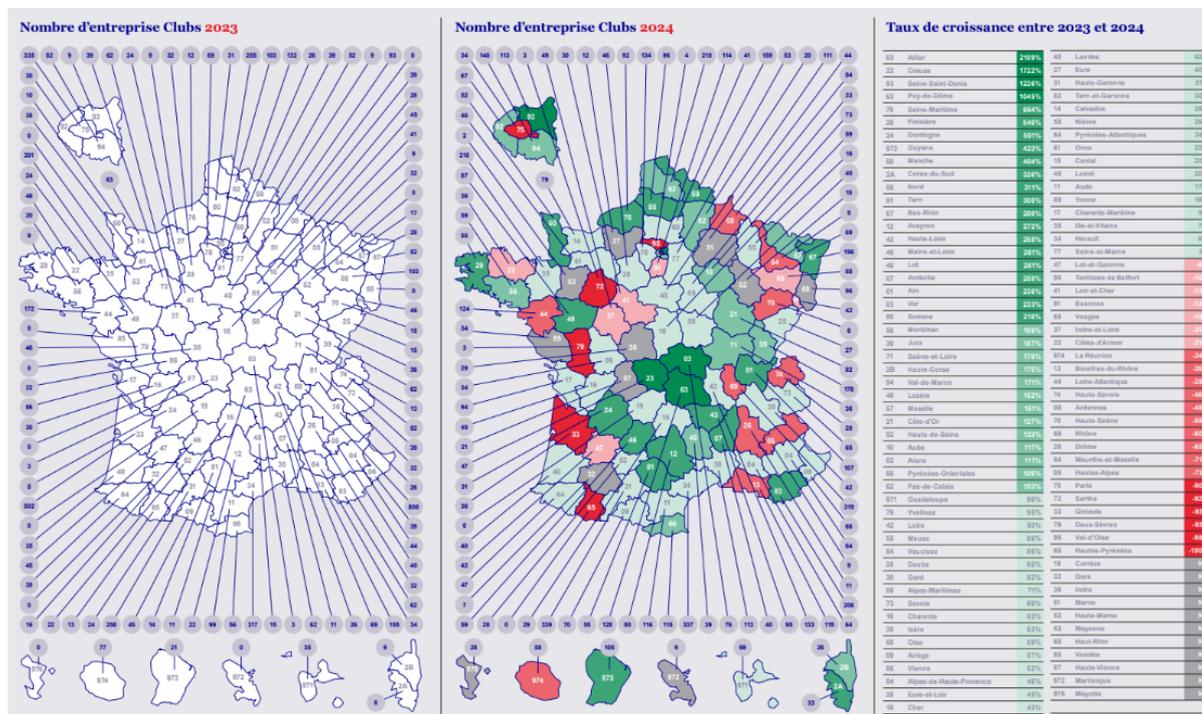
Avec respectivement **36,3 % et 11,2% de présence**, les **PME et les ETI occupent une place centrale dans les Clubs**, bien au-delà de leur poids dans la Communauté nationale (22 et 4%). Cela confirme que l'offre de valeurs des Clubs est particulièrement adaptée à ces tailles d'entreprises.

**Les grandes entreprises représentent 1,1% des entreprises actives** au sein des Clubs (souvent des filiales ou directions départementales de grands groupes).

Quelques enseignements croisés entre la répartition nationale et la répartition locales :

- les parts de TPE, bien que toujours majoritaires, confirment dans les deux cas la **difficulté d'accès au dispositif** pour cette typologie d'entreprises (modèle d'ancrage territorial qui se concentre dans les centres urbains et implication en temps/ressources limitée) ;
- la part des PME double quasiment entre leur présence dans la Communauté au global et leur représentation dans les Clubs, ce qui les positionne comme le socle du modèle territorial de la Communauté ;
- si la Communauté dans son ensemble est bien représentative du tissu économique français, les parcours proposés par les Clubs s'adressent plutôt aux entreprises de taille intermédiaire ou supérieure ;
- la stratégie de montée en puissance des PME et ETI, déjà visible au niveau national, se concrétise encore davantage dans les territoires.

**Répartition des entreprises par Clubs Départementaux en 2024 et taux de croissance du nombre d'entreprises par Club Départemental entre 2023 et 2024 : un taux de progression moyen de 75% en 1 an (période d'analyse resserrée)**



**Pour les régions :**

La moyenne des **taux de progression par région est de 75%**.

L'écart-type est de 118, ce qui reflète une variabilité des rythmes de croissance entre les régions. 6 régions se situent au-dessus de cette moyenne nationale, 10 se situent en dessous.

Il existe d'importantes variations entre les rythmes de croissance, certaines régions connaissent des croissances très importantes (414%) tandis que d'autres sont en récession (-33,7%).

- Quelques tendances régionales :
  - Entre 2023 et 2024, les régions Auvergne-Rhône-Alpes, Grand Est, Haut-de-France et Occitanie ont vu leur nombre d'entreprises actives et leur poids au niveau national augmenter de manière très importante (de 48,5% à 152,9%).

- D'autres régions connaissent des croissances importantes tout en n'augmentant pas leur part territoriale : la Corse, Mayotte, la Guadeloupe et la Bourgogne-Franche-Comté. A l'exception de cette dernière, la stabilité de la part territoriale de ces régions est due à la faiblesse des bases initiales.
- Les Pays de la Loire, l'Île-de-France et la Nouvelle-Aquitaine se démarquent par leur perte de membres et donc d'importance au niveau national. Ces grandes métropoles historiques connaissent un recul important (-2, -7 et -6%) de leur part territoriale.

Ce qui démontre que la présence de Clubs **permet de rééquilibrer la représentation entre entreprises issues de territoires métropolitains** (à forte densité d'entreprises) et les autres.

La **démocratisation des pratiques** via les Clubs semble en bonne voie.

### Pour les départements :

La moyenne des taux de **progression par département est de 140%**.

L'écart-type est de 343, ce qui reflète une très forte variabilité de ce rythme de croissance entre les départements. Cette variation entre les rythmes de croissance peut s'expliquer par les différences entre les manières de déclarer les entreprises actives.

De ces différences dans la manière de déclarer les entreprises membres découlent des écarts importants dans le nombre d'entreprises actives ainsi que dans le rythme de croissance.

- Quelques tendances départementales :
  - Entre 2023 et 2024, les départements de l'Allier, de la Creuse, du Puy-de-Dôme, de la Seine-St-Denis, de la Seine-Maritime, du Finistère, de la Manche, de la Guyane, du Nord et du Bas-Rhin connaissent **une croissance importante tant en nombre de membres qu'en représentativité au niveau national**.
  - **D'autres départements connaissent une croissance spectaculaire** mais conservent une part territoriale faible : Moselle, Morbihan, Haute-Corse, Corse-du-Sud, Ardèche, Aisne et Dordogne. Cela est dû au fait que ces départements disposaient de bases initiales réduites en 2023. Cependant, cette croissance démontre un réel essaimage de la Communauté dans des territoires auparavant peu dynamiques.
  - **Les départements en croissance moyenne** mais dont la part reste stable, évoluant à peu près au rythme national sont : Savoie, Charente, Alpes-Maritimes, Alpes-de-Haute-Provence et Ariège.
  - Enfin, **les départements à croissance faible ou recul relatif marqué** (perte de part) sont Paris, Val d'Oise, Sarthe, Gironde, Deux-Sèvres, Hautes-Alpes, Ardennes Essonne, Loire-Atlantique et Bouches-du-Rhône. Nous observons donc un net recul des grandes métropoles historiques (Rhône, Paris, Gironde et Bouches-du-Rhône).

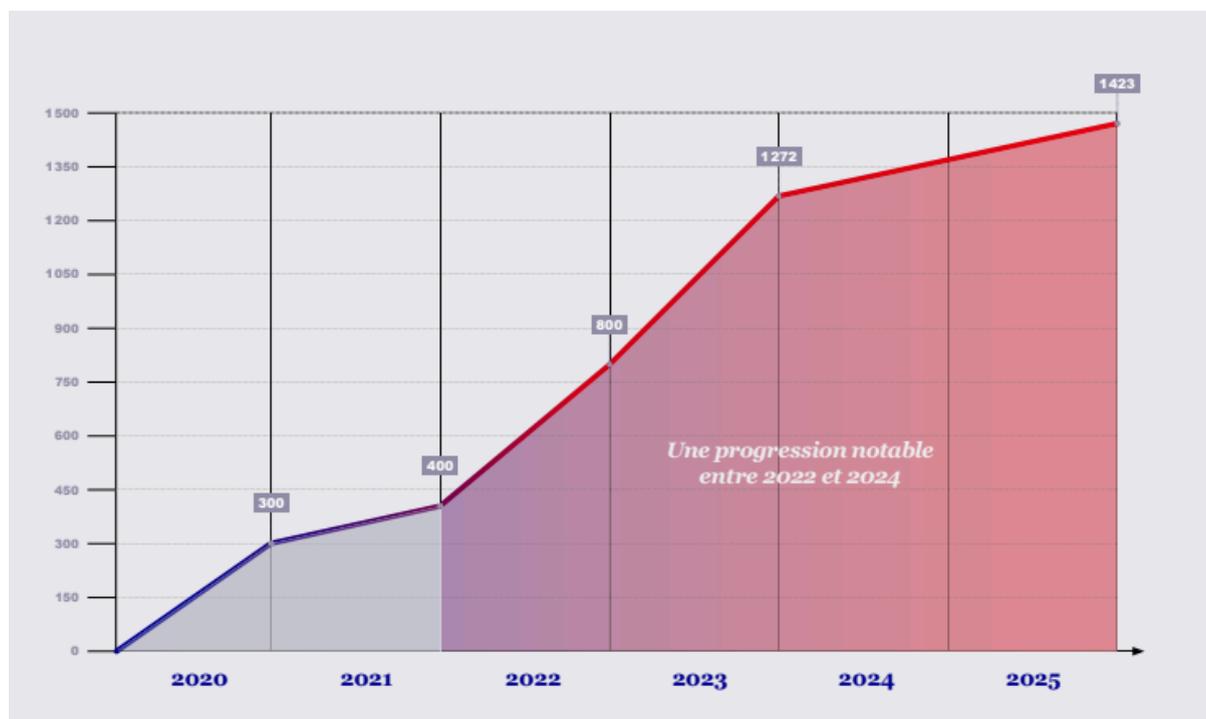
**A l'échelle départementale, le phénomène de rééquilibrage est plus visible encore** : la part territoriale des grands centres urbains tend à diminuer au profit de départements moins centraux.

La Communauté connaît donc une forte dynamique d'expansion territoriale très différenciée selon les territoires qui tend vers **un maillage territorial plus équilibré**.

### c) Evolution du nombre d'actions portées par les Clubs partout en France

**Progression du nombre d'actions des Clubs entre 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 : un triplement annuel du nombre d'actions locales depuis 2022**

Chaque année, les Clubs de la Communauté *Les entreprises s'engagent* sont chargés d'organiser des actions afin de permettre à leurs membres de s'engager collectivement. Le schéma cible est de proposer au moins une action par mois à l'échelle de chaque Club.



**Entre 2021 et 2022, le nombre d'actions organisées par les Clubs a doublé. Entre le début d'année 2022 et la fin d'année 2024, il a plus que triplé (+ 255%).**

Cette montée en puissance s'explique d'abord par la sanctuarisation sur cette période d'un budget dédié à l'animation des Clubs (subventions directement versées par les DDETS aux opérateurs d'animation), qui assure un nombre minimal d'opérations dans chaque département. Cela s'explique également par le développement de formats clefs-en-mains imaginés ou financés par le GIP *Les entreprises s'engagent* par l'intermédiaire du "Fonds de soutien aux initiatives locales" qui réduisent considérablement le temps passé des équipes en local.

A titre indicatif, **en 2023, le coût moyen d'une opération était de 2 201 €** et le montant des co-financements remontés par les Clubs était de 750 K€. **En 2024, ce coût moyen baisse à hauteur de 1 968 €** et le montant des co-financements remontés était de 970 K€ (dont 528 K€ de financements privés). Cela donne un aperçu des économies réalisées par l'Etat sur la période.

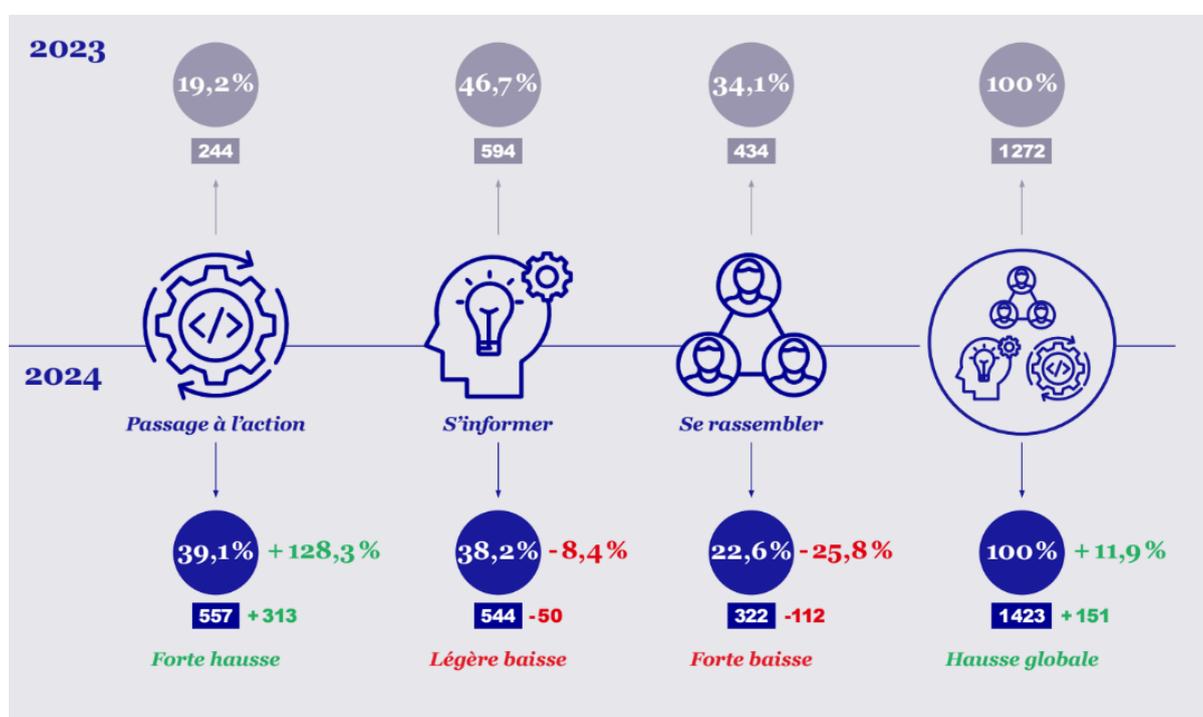
En moyenne, en 2022, près de 8 actions étaient proposées sur l'année aux membres locaux. En 2023, 12 actions ont pu être réalisées par Club en moyenne, atteignant théoriquement le schéma cible fixé (1 événement par mois). **En 2024, la moyenne s'élève à 14 opérations par an.**

## Répartition des actions par typologies d'événements entre 2023 et 2024 : une augmentation des formats dédiés au passage à l'action (+ 128,3%)

Il existe **trois types d'actions** :

- les actions qui consistent à **passer à l'action** en inter-entreprises (exemples : *job dating*, stages *dating*, opération Patron(s) dans ma ville, forum des métiers, etc.) ;
- les actions qui permettent aux entreprises de **s'informer** et d'être sensibilisées à une ou plusieurs thématiques proposées par la Communauté (exemples : conférences et tables rondes thématiques, pièce de théâtre "Un employé nommé désir", atelier de sensibilisation à la transition écologique, etc.) ;
- les actions qui permettent de **rassembler** tous les membres du Club dont l'objectif est de faire rayonner la dynamique locale, d'acquérir de nouveaux membres et de fidéliser/développer la fierté d'appartenance (exemples : événement de présentation du programme d'action annuel, conférences et tables rondes multi-thématiques, soirées bilan de fin d'année, etc.).

Cette classification étant en place depuis 2023, seule une comparaison sur la période 2023-2024 peut être analysée.



Conformément aux orientations nationales données, nous observons entre 2023 et 2024 **une augmentation significative du nombre d'événements de passage à l'action : + 313 événements (soit une hausse de 128,3%)**.

Les Clubs se tournent davantage vers des formats d'engagement de terrain à fort impact qui permettent aux entreprises d'accéder directement aux bénéficiaires finaux. Leur part dans le total annuel est passée de **19% à 39%, devenant la typologie dominante en 2024**.

Par conséquent, **les temps de sensibilisation et d'information, jusqu'alors prédominants, restent nombreux**, mais en légère baisse (- 8%). Leur part passe de 47% à 38% entre 2023 et 2024. Les Clubs continuent à sensibiliser, mais dans une logique de transition vers l'action, en faisant le choix de complémentarité entre temps de sensibilisation puis temps de passage à l'action. Pour ces

mêmes raisons, les temps qui consistent à se rassembler, formats plus institutionnels de début ou fin d'année, **baissent en volume de 26%**.

Cette répartition 2024 confirme **l'adhésion des Clubs à la logique préconisée et impulsée par le GIP Les entreprises s'engagent**, à savoir l'enjeu de privilégier progressivement des formats à impact et de travailler les complémentarités entre deux temps forts.

Si l'on dresse **le profil type d'un Club en 2024**, un Club, en moyenne, organise environ 14 actions par an, réparties ainsi :

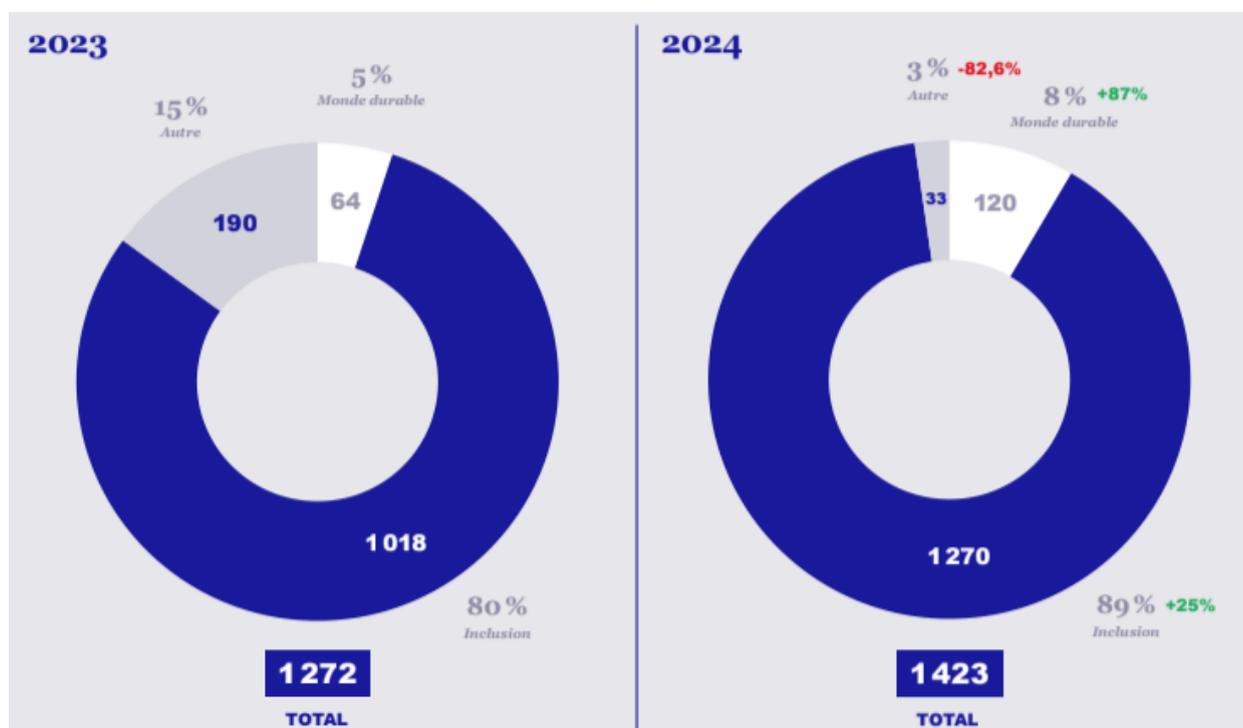
- environ 5 à 6 actions de passage à l'action ;
- environ 5 actions de sensibilisation ;
- environ 3 actions de rassemblement.

**Répartition de nos actions selon les axes "société inclusive" vs "monde durable" entre 2023 et 2024. :**

**des actions majoritairement rattachées à l'axe "société inclusive" et le début d'une mobilisation sur les sujets "monde durable"**

Les actions des Clubs sont réparties selon **les deux axes "société inclusive" et "monde durable"** qui correspondent d'un côté aux sujets sociaux et sociétaux (dont inclusion des publics éloignés de l'emploi) et de l'autre aux sujets environnementaux. Une catégorie "autres" correspond aux événements qui traitent plus particulièrement de sujets d'ordre sociétal ou de l'engagement des entreprises au sens large.

Cette classification étant en place depuis le début d'année 2023, la période analysée est 2023-2024.



Entre 2023 et 2024, **les actions menées sur l'axe "société inclusive" restent très largement majoritaires (80% des actions en 2023 et 89% en 2024).**



- les actions en direction **des habitants des QPV** doublent, avec 171 événements en 2024 contre 53 en 2023, **faisant grimper leur part de 4 % à 8 %**.

Ces chiffres traduisent **un ancrage local renforcé des thématiques originelles et prioritaires** de la Communauté, et la capacité des Clubs départementaux de suivre les grandes orientations proposées par l'équipe nationale. Ces **fondamentaux semblent renforcés** grâce à l'action des Clubs.

Plusieurs thématiques connaissent une importante progression entre 2023 et 2024 :

- les actions liées au sujet "**engagement des collaborateurs**" : de **34 à 133 actions** (+99), qui peut s'expliquer notamment par la montée en puissance du sujet mentorat ;
- les actions de découverte des métiers aux plus jeunes et le **lien école-entreprise** : de **23 à 105 actions** (+82), soit 5 % des actions en 2024, qui s'explique par la création d'une **thématique d'engagement en faveur des jeunes des lycées professionnels en 2023** ;
- les actions dédiées à la **sobriété énergétique** : de **10 à 90 actions** (+80), en lien avec le plan gouvernemental de sobriété porté par le GIP ;
- la thématique **égalité femmes-hommes**. Absente en 2023, elle atteint **71 actions en 2024** (3 % du total).

En pleine période des Jeux Olympiques, le nombre **d'actions d'inclusion par le sport** reste relativement **stable (de 137 à 132 actions)**. La plupart ayant été organisées en amont des JO (été 2024), nous constatons qu'en un semestre (2024) se sont tenues autant d'actions sur la thématique que sur l'ensemble de l'année 2023

Les sujets **diversité, QVCT, seniors** ou **achats responsables** enregistrent aussi des hausses modérées mais régulières.

**Parmi ces dernières, des thématiques nouvelles émergent ainsi de l'action des Clubs départementaux**, dessinant les nouvelles priorités nationales et allant dans le sens d'une **logique ascendante** au-delà des grandes orientations nationales (descendantes). En 2025, **les thématiques diversité, QVCT et seniors** figurent parmi les nouvelles priorités.

D'autres thématiques historiquement fortes connaissent un recul :

- **la thématique handicap** : de **220 actions en 2023 à 167 en 2024**, soit une baisse de 53 événements ;
- **les thématiques réfugiés, lutte contre la récidive** à l'instar des observations portées pour la Communauté dans son ensemble.

## Les principaux enseignements (partie I)

Un véritable **changement d'échelle** en trente mois... mais une Communauté qui **conserve ses grands marqueurs** :

- Le nombre d'entreprises engagées dans la Communauté a **triplé entre le deuxième trimestre de 2022 et fin 2024**, passant de 30 000 à 100 000 membres :  
> Un premier **temps de changement d'échelle réussi et maîtrisé** ;
- La Communauté **représentative du tissu économique français** avec une majorité de TPE/PME (96%), **accessible plutôt aux PME et au-delà** (le taux de pénétration des ETI/GE explose, la part de TPE baisse), phénomène renforcé par les Clubs :  
> l'enjeu d'**intensifier le maillage** (proximité) et de **simplifier encore l'accès aux TPE** (qui disposent de moins de temps et de ressources) ;
- La répartition des membres **par territoires (régions et départements) est assez équilibrée**, mais la croissance par territoire ne se fait pas au même rythme :  
> C'est **autour des grands pôles urbains** que le nombre de membres augmente le plus.  
> Important de **veiller à la rupture potentielle que cela pourrait engendrer dans les années qui viennent vis-à-vis des territoires ruraux** et d'y remédier.  
> **Là où sont les Clubs**, ce phénomène est moins prégnant, l'ancrage territorial est plus équilibré ;
- Une logique de recrutement des membres **de plus en plus multicanal** (qui augmente de manière assez équilibrée via les opérateurs, via la plateforme comme via les Clubs) et l'augmentation significative des entreprises qui rejoignent la Communauté **par l'intermédiaire de la plateforme (+7,9 points)** :  
> un parcours **plateforme multi-thématiques**, qui pose le principe de 2 engagements au minimum, qui **touche déjà sa cible** malgré une mise en place récente (force pour la phase 2) ;
- Cette accélération et l'élargissement des thématiques s'est faite **sans dilution du nombre d'engagement et de l'impact des membres** sur les sujets d'inclusion (en 2024, 100% des membres arrivés sur le volet climat s'engagent aussi pour l'inclusion) :  
> une Communauté **très forte sur ses fondamentaux originels** (recrutement inclusif, jeunes et QPV), faute de moyens humains (plafond d'emploi contraint), **un élargissement moins rapide que prévu à d'autres thématiques sociétales** ;
- Une **montée en puissance rapide des nouveaux sujets** impulsés par l'équipe nationale :  
> des **lancements qui mobilisent très vite** (sport, seniors, lycées professionnels notamment).

Un **engagement actif des membres** de la Communauté... **qui se maintient dans le temps** selon les chiffres de France Travail :

- Un **taux d'activité minimal déjà élevé** (minimal car sur 6 des 11 thématiques/ 70 engagements, données partielles), tourné finalité (recrutement plutôt que accompagnement) aux alentours de **56% chaque année**, avant même le passage à la phase 2 (entreprises plus engagées) :  
> en 2024, **80,5% des entreprises** concrétisent au moins 1 engagement mesurable (doctrine phase 1) et **56,3%** au moins 2 (doctrine phase 2 à venir) ;
- Un **taux d'activité stable malgré un contexte de croissance rapide** du nombre de membres :  
> **le taux minimal d'activité** des entreprises de la Communauté **reste haut**... alors que le nombre d'entreprises a **triplé** en moins de 3 ans ;

- Les entreprises qui déclarent déjà leurs engagements via *Les entreprises s'engagent augmentent leur nombre d'intentions d'une année sur l'autre*, passant de **2,97 à 3,95 engagements/année** entre 2023 et 2024 :  
> malgré un modèle récent, en l'absence même d'un modèle de conversion, **une logique spontanée de reprise d'engagement** encourageante pour la phase 2 qui s'ouvrira (un cinquième des entreprises) ;
- Dans les faits, **86% des membres actifs maintiennent effectivement leurs engagements** d'une année sur l'autre :  
> des engagements qui s'inscrivent **dans la durée**, un élargissement des engagements plutôt qu'une action **one-shot resserrée**.

### Des Clubs départementaux de mieux en mieux structurés, de plus en plus actifs :

- *Un nombre de membres actifs dans les Clubs multiplié par 5,5 en trois ans. Là encore, PME/ETI y occupent une place centrale, bien au-delà de leur poids dans la Communauté :*  
> la doctrine selon laquelle une entreprise active dans un Club participe à au moins 2 engagements **privilégie la présence des PME/ETI**, pour toucher les TPE il conviendra d'étendre le champ d'action des Clubs ; **là où les Clubs sont les plus structurés, le nombre d'entreprises augmente** ;
- *Le nombre de Clubs stabilisés/actifs a quintuplé depuis 2020, doublé sur la seule période 2022-2024 :*  
> **le maillage territorial** de la Communauté à travers ses 101 Clubs départementaux devient **de plus en plus homogène** en 2024, inversant la configuration de 2022 ;
- *Entre fin 2021 et fin 2024, le nombre de personnes mobilisées dans la co-animation des Clubs a plus que doublé...*  
> 2024 constitue **le point de bascule vers le modèle cible** d'un triptyque équilibré entre Etat-entreprises-réseaux d'animation (légèrement en avance par rapport au plan stratégique) ;
- *C'est le nombre de leader qui a le plus augmenté, là où le nombre de référents reste stable, alors que le nombre d'animateurs issus des structures subventionnées baisse :*  
> une **répartition plus équilibrée** de chaque membre du triptyque, condition même d'une logique efficace d'alliance/de co-construction. **Des rôles de leaders/référents exigeants** : il conviendra de **maintenir le niveau d'engagement des structures d'animation subventionnées** pour lesquelles le nombre d'ETP est en baisse ;
- *Un triplement du nombre d'actions/an depuis 2022... et des temps fort de plus en plus orientés vers le passage à l'action (19% à 39%) en un an :*  
> preuve d'un **réalignement profond sur les enjeux d'impact** tel que souhaité au niveau global et de **l'efficacité des actions clefs en main** financées par le GIP + **actions partenariales** ouvertes aux membres (France Travail notamment) ;
- *Là encore, des actions majoritairement rattachées à l'axe "société inclusive" (89% en 2024) ; des Clubs qui spontanément diversifient les sujets, montrant la voie vers les thématiques de demain :*  
> les Clubs démontrent à la fois leur **capacité de décliner** des grandes thématiques nationales... tout en **expérimentant par eux-mêmes de nouvelles thématiques** qui deviennent... nationales (double logique descendante/ascendante qui se met en place comme prévu). C'est notamment le cas sur les sujets diversité, femmes et seniors.

## II. Engager + d'entreprises pour favoriser in fine l'inclusion des publics éloignés de l'emploi

**C'est à travers la mobilisation des entreprises que la Communauté Les entreprises s'engagent peut, indirectement, favoriser l'inclusion des publics les plus éloignés de l'emploi.** D'abord en orientant les entreprises vers des pratiques de recrutement plus inclusives. Ensuite, en transmettant les intentions d'engagement aux différents opérateurs partenaires.

**Les entreprises comme les opérateurs sont ainsi les bénéficiaires directs de l'activité du GIP Les entreprises s'engagent.**

Le GIP *Les entreprises s'engagent*, dans un souci d'exactitude de sa donnée et en lien avec les ambitions de simplification des démarches des entreprises, a fait le choix d'analyser la donnée disponible chez les opérateurs plutôt que de se tenir aux engagements déclarés par les entreprises. Aussi, nous nous appuyons ici sur la donnée de France Travail, seul opérateur capable de transmettre une donnée exhaustive, sur la base du réalisé, sur les thématiques prioritaires du GIP (6 des 10 thématiques en place à fin 2024). Ces chiffres **ne donnent de fait qu'un aperçu très partiel du taux de transformation (là encore minimal) des engagements des membres de la Communauté.**

En termes d'impact, **c'est la capacité de la Communauté Les entreprises s'engagent à fédérer les entreprises qui passent concrètement à l'action en France qui nous intéresse, au-delà même de la capacité des opérateurs à transformer les engagements pris par les entreprises ;** cela ne dépendant pas directement de l'action du GIP.

**Dans cette deuxième partie est ainsi évaluée :**

- la capacité du GIP à fédérer les entreprises en faveur de l'inclusion des publics bénéficiaires prioritaires et le dynamisme de ces entreprises dans l'accompagnement et le recrutement de ces publics.

### **Méthodologie.**

*Pour évaluer cette capacité de mobilisation des entreprises, la méthodologie principalement retenue est une comparaison entre :*

- *les réalisations des 100 000 entreprises membres de la Communauté Les entreprises s'engagent sur la période fin 2022 à fin 2024, renseignées par France Travail sur les thématiques prioritaires de la Communauté ;*
- *les réalisations d'un échantillon aléatoire représentatif d'entreprises (mêmes typologies, même nombre d'entreprises, mêmes thématiques, etc.) non membres de la Communauté renseignées par France Travail sur cette même période de référence ;*
- *les réalisations des entreprises actives au sein des Clubs départementaux de la Communauté Les entreprises s'engagent, renseignées par France Travail sur ces mêmes thématiques prioritaires.*

*Tenant compte de cette méthodologie macro, l'idée ici n'est pas de s'attribuer les impacts générés sur ces bénéficiaires indirects. Ces résultats permettent de constater l'empreinte de l'action menée à trois échelles sur 10 des 70 engagements de la Communauté (6 des 10 thématiques).*

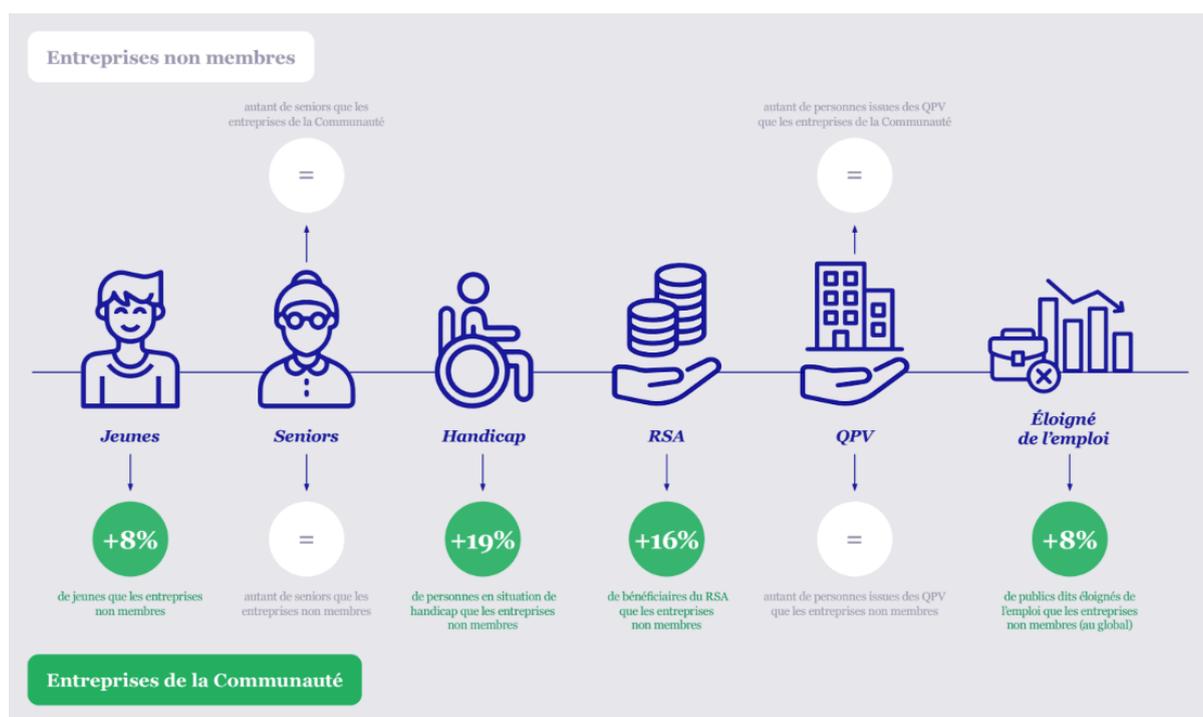
## 1) La réalisation des engagements des entreprises

Comme en témoigne la typologie des actions menées par les Clubs et les 70 engagements proposés aux entreprises de la Communauté, le dispositif *Les entreprises s'engagent* propose **pour l'ensemble de ses thématiques** :

- **des actions de recrutements immédiats** des publics éloignés de l'emploi (rappel automatique des conseillers France Travail ou APEC via la plateforme ; *job dating* classiques ou innovants - sportifs, inversés, etc.) ;
- **mais aussi et surtout dans l'accompagnement amont** de ces publics vers l'emploi, pour un recrutement *in fine* (mentorat, immersion professionnelle, sensibilisation aux pratiques de recrutement plus inclusif, découverte des métiers, etc.).

Les données transmises par France Travail se basant essentiellement **sur le recrutement effectif** des membres, **l'effet d'une partie de ces actions d'accompagnement n'est logiquement répercuté qu'en partie**. Pour certaines de ces actions l'action de recrutement n'est que la finalité du processus d'accompagnement (qui peut durer plus ou moins longtemps). Ces données permettent par conséquent de mesurer l'efficacité de l'action de la Communauté sur **la finalité de l'ensemble de ces actions : le retour à l'emploi (ou l'accès au premier emploi)**.

### a) Les entreprises de la Communauté par rapport aux entreprises hors Communauté



**Les entreprises membres de la Communauté font preuve d'un engagement social plus marqué** que les autres. Malgré une parité sur les seniors et les habitants des QPV (programme qui se relance + nouveau programme à fin 2024), l'écart est significatif sur les autres publics, suggérant que **l'appartenance à la Communauté est un facteur structurant pour un recrutement plus inclusif**.

Les entreprises de la Communauté **auraient ainsi tendance à se tourner plus facilement vers les publics les plus éloignés de l'emploi** (personnes en situation de handicap et bénéficiaires du RSA). Des publics vers lesquels **les entreprises hors Communauté** ne se tournent pas spontanément.

Ce qui démontre un caractère d'entreprises **particulièrement "inclusives"** et la capacité de donner de la profondeur à ces engagements (degré d'inclusivité).

En moyenne, entre fin 2022 et fin 2024, une entreprise de la Communauté **recrute 8% de plus de publics dits éloignés de l'emploi** que les entreprises qui n'y sont pas. Les entreprises de la Communauté ont plus de facilité à se tourner vers les publics les plus éloignés de l'emploi (personnes en situation de handicap et bénéficiaires du RSA).

### **b) Les entreprises des Clubs par rapport aux entreprises hors Communauté**



**Le passage à l'action locale via les Clubs Départementaux représente une véritable plus-value.** Les Clubs créent une dynamique efficace pour passer des intentions à l'action.

En moyenne, entre fin 2022 et fin 2024, **une entreprise des Clubs recrute 2,1 fois plus de publics dits éloignés de l'emploi** que les entreprises non membres.

En comparaison avec les entreprises non-membres, les entreprises des Clubs **vont encore plus loin que les entreprises de la Communauté** qui semblent déjà plus avancées. Cette information est d'autant plus importante que le sentiment d'appartenance de ces entreprises à la Communauté est avéré (notamment le fait de participer à deux actions a minima par an). **L'attribution de l'impact réel à la dynamique Les entreprises s'engagent devenant plus évident.**

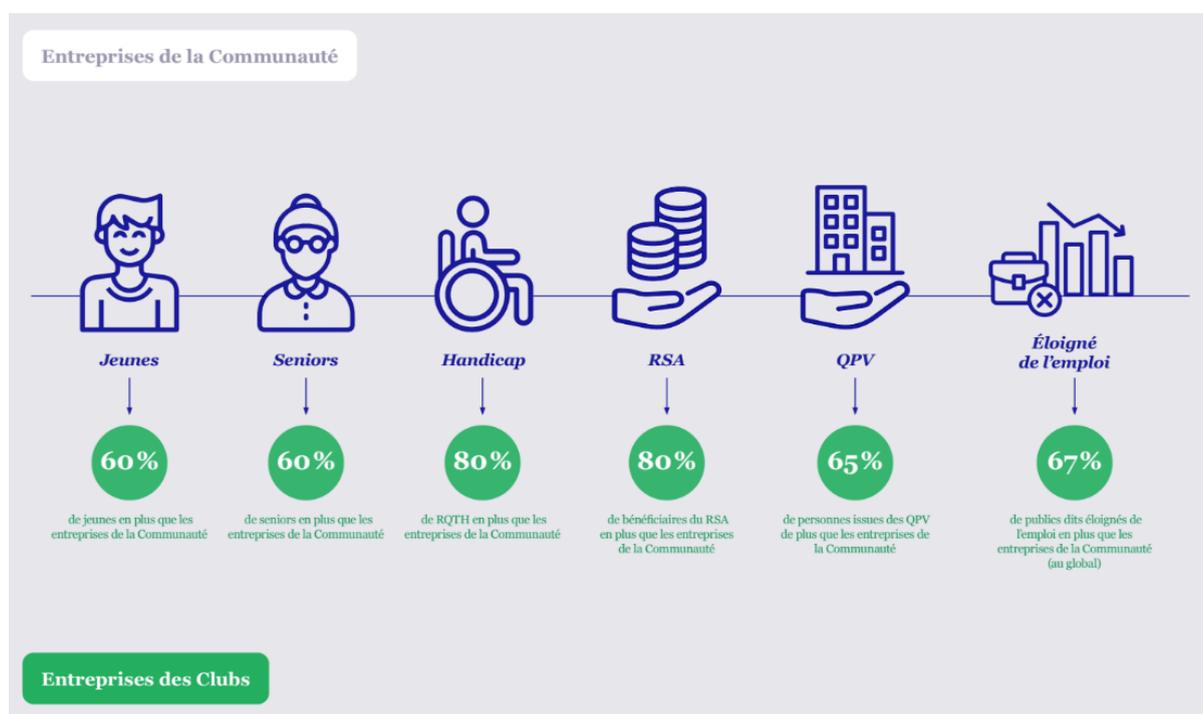
L'analyse de ces comparaisons démontre que les entreprises actives au sein des Clubs départementaux :

- **recrutent, pour leur part, 2 fois plus de seniors ou de personnes de QPV que les non-membres.** Les entreprises des Clubs sont, pour ces publics (et thématiques du GIP), la

principale force d'action et d'attraction. Cela peut aussi s'expliquer par le fait que 1) la thématique senior a émergé de l'action des territoires avant de devenir une thématique nationale (en fin d'année 2024), 2) que la thématique QPV se caractérise par des actions essentiellement territoriales depuis l'intégration du PaQte au sein du programme *Les entreprises s'engagent* ;

- recrutent jusqu'à **2,5 fois plus de personnes en situation de handicap ou bénéficiaires du RSA**, à savoir les publics les plus éloignés de l'emploi. L'observation plus haute est ainsi confirmée et confortée. Les entreprises de la Communauté, celles des Clubs en premier lieu, **développent des pratiques inclusives importantes** 1) vis-à-vis de tous les publics et 2) plus encore, vis-à-vis des plus éloignés de l'emploi.

### c) *Les entreprises des Clubs par rapport aux entreprises de la Communauté*



Cette dernière comparaison permet de confirmer cet **effet "locomotive" des Clubs** pour toute la Communauté dans son ensemble.

**L'intensité de l'engagement augmente avec l'implication territoriale.** Le double niveau d'engagement (national + local) produit une vraie montée en impact et démontre le rôle de catalyseurs que jouent les Clubs, en capacité de proposer des solutions immédiates dans le cadre des temps de sensibilisation et de passage à l'action.

En moyenne, les entreprises des Clubs **recrutent 67% de publics dits éloignés de l'emploi en plus** que les entreprises de la Communauté.

**L'intensité des engagements concrétisés des entreprises des Clubs** en faveur des personnes en situation de handicap et des bénéficiaires du RSA apparaît clairement (80% en plus) et confirme la précédente observation.

**Les entreprises qui rejoignent la Communauté *Les entreprises s'engagent* recrutent à priori significativement plus de personnes éloignées de l'emploi.** Et celles qui s'engagent localement

dans un Club vont encore plus loin. Plus l'engagement devient collectif, selon le modèle de coalition public-privé en place au niveau local, plus l'impact semble devenir concret.

#### **Quelques conclusions plus globales :**

- au sein de cette démarche collective, **cette logique d'engagement semble produire des effets positifs sur le recrutement de publics éloignés de l'emploi**. Cette approche du **recrutement par l'engagement** - qui considère que derrière chaque recrutement se cache un engagement social de l'entreprise - contribue à changer les mentalités, à se tourner plus spontanément vers ces publics et à transformer les pratiques ;
- **l'effet Clubs locaux semble particulièrement fort**. L'ancrage local, le partage entre pairs et l'animation territoriale semblent créer une dynamique d'émulation supplémentaire ;
- **l'effet "Communauté" semble jouer un rôle sur le passage à l'action réelle** : ces écarts montrent que les entreprises n'agissent pas seules et que plus elles sont connectées aux acteurs publics et à d'autres entreprises, plus elles intègrent ces publics.

#### ***d) Évolution de ces recrutements en volume sur la période début 2022, fin 2024***

France Travail est en mesure de transmettre, pour chaque public, **le nombre de DPAE signées chaque année par les entreprises de la Communauté entre le début 2022 et la fin d'année 2024**. Le nombre de recrutements par public (et global) a ainsi pu être renseigné pour les 100 000 entreprises en base à 2024 (pour chaque année de 2021 à 2024, indépendamment donc de leur date d'entrée dans la Communauté).

Au-delà des volumes bruts, c'est **l'évolution de ces recrutements par public sur la période** qui permet d'évaluer :

- le **dynamisme réel des entreprises engagées** et leurs comportements en matière de recrutement de ces profils, en complément des observations de la première partie de ce rapport ;
- la **progression du nombre de recrutements** de ces entreprises qui, pour 57 000 d'entre elles, sont entrées dans la Communauté entre début d'année 2022 et fin d'année 2024.

Pour le GIP *Les entreprises s'engagent*, **l'idée ici n'est pas de s'accorder la paternité des recrutements effectifs**. C'est pourquoi l'affichage des volumes ne semble pas pertinent.

L'enjeu est plutôt de définir des grandes tendances et observations générales sur le comportement sur la période de ces entreprises entrées dans la Communauté jusqu'alors. Effets d'aubaine mis de côté dans le cadre d'une évaluation systémique, cela peut **donner de premières indications générales sur les changements de comportements et le maintien d'un investissement en faveur de ces publics, générés par une entrée dans la Communauté**.



Sur la base d'un même nombre d'entreprises chaque année, **le volume de recrutements est en hausse** pour chaque public.

Certains segments historiques, comme **les jeunes ou les habitants des QPV, connaissent des hausses plus marquées (+ 6,65% et + 15,67%)**. Les thématiques historiques de la Communauté, qui font l'objet de campagnes de (re)mobilisation permanentes depuis le début du projet, progressent dans des ordres de grandeurs comparables à ceux qui sont constatés dans l'évolution des engagements pris sur ces thématiques au sein de la Communauté ;

**La hausse la plus marquée concerne le public des seniors**, confirmant le fait que les entreprises inscrites au sein de la Communauté sont très en avance vis-à-vis de ce public. Les périodes de mobilisation tests en milieu d'année 2024 et le lancement du programme en novembre 2024 ne peuvent expliquer à eux seuls cette hausse sur la période ;

**La progression, plus faible que les autres, du recrutement de personnes en situation de handicap** ou de bénéficiaires du RSA s'inscrit dans la continuité des précédentes observations. Si les entreprises de la Communauté en font généralement plus que les entreprises non membres vis-à-vis de ces publics, la mobilisation stagne. Pour les RQTH, cela peut sans doute s'expliquer par la baisse des efforts consentis sur le sujet. Concernant les BRSA, la mobilisation est circonscrite aux expérimentations menées dans le cadre de la préfiguration de France Travail sur la période.

L'analyse de cette évolution du nombre de DPAE sur la période début 2022 à fin 2024 permet d'identifier **plusieurs tendances** :

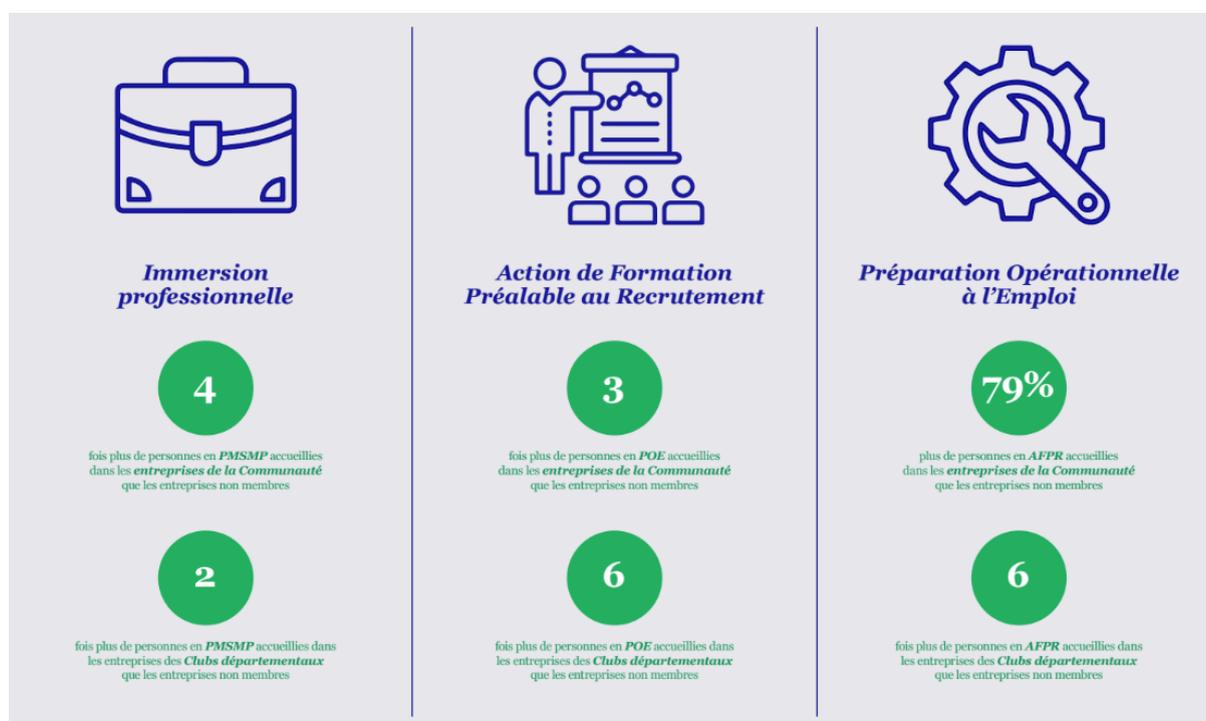
- globalement, **plus les entreprises intègrent cette dynamique Les entreprises s'engagent, plus elles recrutent in fine** ;
- au-delà de la Communauté *Les entreprises s'engagent*, ces hausses sont conformes aux grandes priorités que suivent tous les acteurs de l'écosystème en général ;
- sans vouloir s'attribuer la paternité de l'ensemble de ces résultats, cela démontre la capacité du mouvement à jouer son rôle dans le système et confirme l'importance de cette action nouvelle de mobilisation des entreprises sur ces enjeux de recrutement inclusifs, au cœur des dynamiques d'engagement des entreprises.

## 2) FOCUS : le dynamisme des entreprises de la Communauté sur les principaux dispositifs de recrutement inclusif

La thématique “recrutement inclusif” est transverse à l’ensemble des thématiques de l’axe “société inclusive”, tenant compte du fait que l’on se concentre surtout sur le recours à des dispositifs qui peuvent concerner l’ensemble des publics prioritaires.

Dans sa première phase de mise en œuvre, plus encore aujourd’hui et depuis l’articulation optimisée entre *Les entreprises s’engagent* et France Travail, orienter les entreprises vers des dispositifs du genre est l’une des priorités de la Communauté *Les entreprises s’engagent avec* comme enjeu : **de mieux faire connaître les dispositifs de recrutement inclusifs permettant d’accueillir, de tendre vers des modèles d’entreprises accueillantes capable d’articuler en leur sein ces différents dispositifs et ainsi de renforcer les engagements en amont du recrutement.**

La même logique de comparaison d’échantillons aléatoires représentatifs a été retenue pour analyser les comportements des entreprises de la Communauté par rapport à celles qui n’y sont pas membres.



Les données relatives à ces différents dispositifs d’accompagnement vers l’emploi **confirment le dynamisme des entreprises de la Communauté dans le recours à ces différents dispositifs**, de manière plus fréquente que les entreprises qui n’ont pas intégré la Communauté.

Au-delà du recrutement de publics éloignés de l’emploi, les entreprises du mouvement **s’emparent des dispositifs d’accompagnement en amont qui permettent de les accueillir**. Cela confirme que l’engagement volontaire est un levier opérationnel puissant pour ouvrir l’entreprise à l’inclusion et que le dynamisme des entreprises de la Communauté **ne se limite pas au seul champ du recrutement**.

**Les Clubs départementaux vont encore plus loin.** L’effet Club va au-delà de la moyenne de la Communauté.

L'inversion de la **tendance observée pour l'immersion professionnelle** (4 fois plus de personnes accueillies par les entreprises de la Communauté contre 2 fois plus de personnes accueillies par les entreprises des Clubs) peut s'expliquer par l'efficacité **d'une approche plateforme sur le sujet** (et la création d'Immersion Facilité).

Les entreprises de la Communauté se tournent plus facilement vers ces dispositifs pourtant **encore peu connus et difficiles d'accès**, souvent perçus comme complexes (du fait de leur dénomination). L'écosystème *Les entreprises s'engagent* apparaît comme un terreau fertile au développement de ce type de dispositif qu'il met en avant sur l'ensemble de ses thématiques prioritaires, **et qui semble aussi capable de vulgariser leur présentation afin de les rendre plus accessibles.**

### ***3) Zoom sur quelques actions emblématiques déployées par/avec les Clubs à l'échelle des territoires***

La méthode d'évaluation privilégiée pour la réalisation de ce rapport a pour principal parti-pris de mesurer **les impacts "macro" (ou systémique)** de la dynamique *Les entreprises s'engagent* au global sur 6 des 11 thématiques de la Communauté, par la pleine exploitation de la donnée fournie par France Travail, tenant compte d'une action déployée à deux niveaux :

- **au niveau national**, par l'intermédiaire notamment des parcours digitaux proposés aux membres (via la plateforme) ;
- mais également **à l'échelle des coalitions locales**, dans 101 départements ;
- sur **11 thématiques et 70 engagements possibles.**

Les principes d'organisation de la Communauté, la diversité des profils d'animateurs (et structures d'animation) en charge et des actions qu'ils mènent - se situant chacun à des niveaux de maturité très hétérogène en la matière - **ne permettent pas d'atteindre une évaluation des impacts** à l'échelle de chaque action. Cette approche "micro" serait sans doute perçue comme trop lourde (ou encore plus lourde) pour les opérateurs d'animation subventionnés tenant compte de la diversité des actions mises en place.

Néanmoins, **une analyse par action emblématique donne des indications sur les principaux marqueurs territoriaux**, qu'ils soient imaginés collectivement, par l'équipe du GIP ou par les Clubs directement. La sélection d'actions proposées ci-dessous **illustre cette diversité d'approches.**

Des **actions ont été conçues et sont organisées collectivement** (par les Clubs avec d'autres opérateurs) et sont en phase de passage à l'échelle :

C'est notamment le cas des **841 opérations "Du Stade Vers l'Emploi"** (porté avec France Travail et avec l'Agence nationale du sport), ce *job dating* sportif propose aux entreprises de découvrir une nouvelle manière de recruter, par la pratique du sport.

Ce format a vu le jour dans les Hauts-de-France.

Ces opérations ont permis de mobiliser **10 900 entreprises** et de recruter par la pratique sportive **66 000 demandeurs d'emploi entre 2023 et 2024**. Sur ces deux années, **un taux de retour moyen à l'emploi de 59,5% à plus de 6 mois** est constaté pour ces bénéficiaires.

En plus de la mobilisation des entreprises des territoires, la Communauté *Les entreprises s'engagent* est **l'un des principaux financeurs du format.**

D'autres actions ont été **directement imaginées et impulsées par l'équipe du GIP Les entreprises s'engagent** en charge des opérations et des programmes. Parmi elles :

C'est le cas de l'**opération "Patron(s) dans ma ville"** (rencontre entre jeunes demandeurs d'emploi [en Contrat d'Engagement Jeune] des QPV et dirigeants d'entreprises engagées. Il poursuit deux objectifs principaux : favoriser le dialogue autour de l'entreprise engagée entre jeunes et dirigeants d'entreprises d'un même territoire en proposant aux dirigeants une rencontre au sein même du QPV ; et faciliter, pour ces jeunes, la découverte de l'entreprise et de ses métiers à travers la réalisation d'une immersion professionnelle.

**En phase expérimentale** entre 2023 et 2024, **38 éditions se sont tenues. 350 entreprises y ont participé**, proposant aux jeunes de leurs territoires des opportunités d'immersion professionnelle, d'alternance, de premier emploi ou encore d'accompagnement dans le cadre d'un mentorat. En parallèle, plus de **600 jeunes** ont pu découvrir de nouveaux métiers et accéder à des offres concrètes.

Des **actions sont imaginées directement par un Club** puis déployées dans d'autres territoires :

C'est notamment le cas de l'opération **"Recrute ton boss"** imaginée par le **Club du Puy-de-Dôme** (*job dating* inversé, l'entreprise postule et le demandeur d'emploi recrute. L'employeur doit le convaincre en lui présentant sa structure, ses valeurs, ses engagements et ses métiers. C'est une opportunité pour les entreprises d'identifier différemment de nouveaux talents, notamment parmi les profils visés par les différentes thématiques d'inclusion).

En phase de déploiement d'un département à un autre, ce dispositif a rassemblé **300 entreprises et 865 demandeurs d'emploi sur 38 éditions**. En moyenne, **un participant sur deux trouve une opportunité de stage**, d'emploi ou d'immersion à l'issue de l'événement "Recrute ton boss".

Des **actions sont financées par le GIP Les entreprises s'engagent** par l'intermédiaire de ses fonds de soutien (redistribution des financements privés mutualisés). Elles sont directement mises en oeuvre par le porteur du projet sélectionné :

C'est notamment le cas de la pièce de **théâtre interactive "Un employé nommé désir"** de Reflet Théâtre, produite par le Pacte Civique avec le soutien de la Communauté *Les entreprises s'engagent*. Elle permet de sensibiliser aux bonnes pratiques managériales, à lutter contre les discriminations à l'embauche et à inciter au recrutement inclusif. La représentation est suivie d'un temps d'échange avec des professionnels du recrutement inclusif.

**85 représentations** de la pièce de théâtre interactive "Un employé nommé désir" ont eu lieu entre 2023 et 2024, **soit 6 463 recruteurs et dirigeants d'entreprises sensibilisés** sur cette période.

Parmi les **autres actions emblématiques** :

- le "Tram de l'emploi" imaginé par le leader du Club de Loire Atlantique (3 se sont tenus en 2024) ;
- des "*job dating* en détention" (62 événements sur le thème de la lutte contre la récidive ont été organisés entre 2023 et 2024) ;
- des "formations à la non-discrimination" (35 formations à la non-discrimination ont eu lieu partout en France en 2024. 420 dirigeants et collaborateurs d'entreprises ont été formés.

## Les principaux enseignements (partie II)

Une réelle capacité à  **fédérer les entreprises qui font et/ou veulent faire plus et une empreinte mesurable**  sur 10 des 70 engagements de la Communauté :

- Malgré  **une analyse de donnée basée sur le recrutement effectif** , qui ne tient compte que de la finalité de la majeure partie des actions menées (accompagnement) :
- Les entreprises rassemblées au sein de la Communauté recrutent  **en moyenne 8% de plus de publics éloignés de l'emploi**  qu'une entreprise qui n'a pas rejoint la dynamique. Elles se tournent beaucoup plus vers les publics les plus éloignés de l'emploi (personnes en situation de handicap et BRSA) :  
>  **plus inclusives** , y compris vis-à-vis des publics "les plus éloignés des plus éloignés de l'emploi", les entreprises de la Communauté développent des  **comportements d'engagement en profondeur**  ;
- Les entreprises des Clubs  **vont encore plus loin, recrutant 2,1 fois plus**  que les entreprises qui ne sont pas dans la Communauté. Elles vont encore plus loin dans le recrutement des plus éloignés de l'emploi (handicap et BRSA) témoignant  **d'un très fort comportement d'inclusivité**  des membres actifs des Clubs :  
>  **pour tous les publics, encore davantage pour les plus éloignés de l'emploi, les entreprises actives au sein des Clubs sont les locomotives du dispositif. L'impact direct du projet sur cette cible devient évident** , tenant compte que le sentiment d'appartenance à la Communauté est très puissant à cette échelle ;
- Plus on se rapproche des Clubs et du territoire, plus les  **entreprises semblent dynamiques**  en matière de recrutement inclusif. En moyenne, les entreprises des Clubs  **recrutent 67% de publics éloignés de l'emploi en plus**  que les autres entreprises de la Communauté :  
> les viviers d'entreprises fédérées par les Clubs,  **principaux moteurs d'impact**  de la Communauté Les entreprises s'engagent ;
- Un  **dynamisme**  des entreprises de la Communauté dans le  **recours aux dispositifs d'accompagnement vers l'emploi**  (immersion, POE, AFPR) avec  **4 fois plus de personnes accueillies en immersion, 3 fois plus en POE et 79% de personnes en plus via l'AFPR**  :  
> les entreprises de la Communauté recrutent mais aussi...  **accompagnent en amont plus que celles qui ne s'y engagent pas** . Cela témoigne d'un niveau de notoriété et d'utilisation de dispositifs pourtant complexes d'accès. Le GIP, in fine,  **facilite l'accès**  à ces dispositifs par un travail de vulgarisation auprès de ses membres.

**Des volumes de recrutement en hausse entre début 2022 et fin 2024 pour chaque public prioritaire :**

- Entre début d'année 2022 et fin d'année 2024, sur la base des 100 000 entreprises de la Communauté (indépendamment de leur temps d'entrée dans le dispositif)  **le nombre de recrutements augmente de 6% pour les jeunes, 15,67% pour les habitants des QPV, 29,5% pour les seniors, 4,4% pour les personnes en situation de handicap et 2,82% pour les ARSA**  :  
> Deux interprétations : la Communauté  **parvient à minima à fédérer celles qui font le plus**  ; plus les entreprises intègrent la dynamique,  **plus elles recrutent...**  La réalité se situant sans doute entre les deux.

**Impacts de type micro, des actions qui s'inventent quand d'autres se généralisent grâce aux Clubs départementaux :**

- Parmi les 2 695 opérations qui sont nées, se sont déployées ou ont été financées à l'échelle des territoires grâce aux Clubs en 2023 et 2024 :  **"Du Stade Vers l'Emploi, Patron(s) dans ma Ville, Recrute ton boss, Un employé nommé Désir"** .  
> sur ces  **1 002 actions**  que ces opérations recouvrent :  **18 013 représentants d'entreprises touchés, 67 465 bénéficiaires**  estimés.

### III. L'apport d'appartenir à cette alliance pour chaque membre (pour les entreprises comme pour les représentants de l'Etat)

**Coalition publique-privée**, la Communauté *Les entreprises s'engagent* mise sur un partenariat renouvelé entre l'Etat et le monde économique. Là où beaucoup continuent d'opposer ces deux sphères, le GIP se positionne comme un intermédiaire, voué à intensifier **les coopérations concrètes et dynamiques de co-construction, centrées sur l'action et autour de causes communes (thématiques prioritaires)**.

L'**objectif de cette troisième partie**, au-delà des impacts de ces coalitions sur les publics indirectement bénéficiaires des actions menées (jeunes, demandeurs d'emploi, personnes en situation de handicap, etc.), est de déterminer ce que cette dynamique apporte à chacun de ces deux acteurs : en termes de performance partagée, de renouvellement de dialogue et de la relation, d'évolution du rapport de confiance, etc. Elle cherche à répondre à plusieurs questions : **qu'apporte cette coalition à chacun ? Qu'apporte cette dynamique à celles et ceux qui s'y engagent au quotidien**, souvent en plus/complément d'autres missions (dirigeants d'entreprises leaders, référents DDETS notamment) ? **Ce modèle d'alliance entre l'Etat et les entreprises, au niveau local comme au niveau national, est-il synonyme d'enrichissement mutuel ?**

**Dans cette troisième partie sont ainsi évalués :**

- l'impact ressenti de cette mobilisation sur la performance des entreprises qui se sont engagées et sur la capacité des opérateurs de l'Etat (et leurs agents) à mieux appréhender et accompagner les dirigeants d'entreprises/recruteurs ;
- les apports potentiels de l'action du GIP sur ses deux principaux bénéficiaires directs que sont 1) les entreprises, 2) l'Etat et ses opérateurs ;
- les difficultés rencontrées pour chaque membre de l'alliance.

#### **Méthodologie.**

*Pour mener cette évaluation, la méthodologie retenue est :*

- *l'exploitation des Baromètres de l'engagement des entreprises menés en 2023 et 2024 auprès des membres de la Communauté (Baromètre interne) et d'un échantillon représentatif d'entreprises françaises (Baromètre externe) :*
  - *les baromètres internes et externes de 2023, réalisés par Opinion Way pour Les entreprises s'engagent ;*
  - *les baromètres internes et externes de 2024, réalisés par BVA pour Les entreprises s'engagent.*
- *en complément de ces résultats et de manière plus ciblée, la réalisation d'une série d'enquêtes qualitatives/quantitatives complémentaires auprès :*
  - *des entreprises membres des Clubs départementaux ;*
  - *des agents publics en charge de la co-animation des Clubs (référents DDETS) ;*
  - *des dirigeants d'entreprises bénévoles impliqués dans la co-animation des Clubs (leaders) ;*
  - *de l'ensemble des interlocuteurs des Ministères et opérateurs ayant eu recours aux "services" du GIP Les entreprises s'engagent entre 2022 et 2024 (agents d'administrations, conseillers ministériels, agents des opérateurs partenaires, etc.).*

## **1) Les apports et effets de l'appartenance à la Communauté pour les entreprises membres**

### **a) Pour les entreprises membres de la Communauté**

Depuis 2023, le GIP *Les entreprises s'engagent* a mis en place un **Baromètre annuel pour mesurer les effets de l'appartenance à la Communauté sur les entreprises**.

L'objectif : comparer, d'une année sur l'autre, les comportements et résultats des **entreprises membres** à ceux des **entreprises non-membres**, afin d'évaluer les effets spécifiques du dispositif. Cette démarche s'inscrit dans la première phase de mise en œuvre de la **feuille de route d'évaluation et de mesure d'impact**, telle que validée par le Conseil d'orientation et l'Assemblée générale du GIP en avril 2024.

**Les quatre baromètres réalisés permettent à la fois** de suivre l'évolution des pratiques d'engagement entre 2023 et 2024 (en interne comme en externe) et d'évaluer les écarts entre les entreprises engagées dans la Communauté et celles qui ne le sont pas.

**Les baromètres externes de l'engagement des entreprises** ont été menés :

- **en juillet 2023 par Opinion Way**, sur un échantillon de 400 dirigeants d'entreprise français, représentatif des entreprises françaises de 10 salariés et plus (méthode des quotas appliqués aux variables implantation géographique, taille d'entreprise, secteur de l'entreprise).
- **en août/septembre 2024 par BVA**, sur un échantillon de 405 entreprises représentatives des entreprises françaises de 10 salariés et plus (méthode des quotas appliqués aux mêmes variables).

En parallèle, **les baromètres internes de l'engagement des entreprises** ont été menés en symétrie (série de questions identiques) :

- **en 2023 par Opinion Way**, sur un échantillon de 146 membres de la Communauté ;
- **en septembre/octobre 2024 par BVA**, sur un échantillon de 425 entreprises membres de la Communauté *Les entreprises s'engagent*.

La mise en place de ces terrains d'enquêtes complémentaires, qui permettent de compiler des témoignages et avis sur la Communauté était **l'une des principales recommandations du Cabinet BDO** qui a accompagné le GIP dans le déploiement de sa feuille de route d'évaluation et de mesure d'impact.

### **Comparaison des Baromètres internes/externes 2023 et 2024 :**

#### ***Les entreprises de la Communauté : plus volontaires, plus engagées... et plus performantes***

Entre **l'ensemble de ces baromètres internes et externes**, en 2023 comme en 2024, des consensus se dessinent :

- en 2023 comme en 2024, **90 % des dirigeants d'entreprise** – qu'ils soient membres ou non de la Communauté – considèrent que l'engagement sociétal des entreprises est **consubstantiel à leur rôle**. Ce consensus large montre que la responsabilité sociale est désormais **un attendu structurant** du rôle de dirigeant.
- néanmoins, en 2023, 86% des dirigeants consultés considèrent qu'il est "difficile de mettre en place ces engagements" quand en **2024, seulement 34% d'entre eux parviennent à mettre réellement en place ces actions**.

Autre consensus, en 2023, **65% des dirigeants d'entreprises français attendent de l'Etat qu'il joue un rôle de facilitateur** et qu'il puisse les outiller afin de répondre aux enjeux sociaux et sociétaux de l'époque. **En 2024, 71% des entreprises attendent de l'Etat qu'il joue ce rôle (+ 6 points).**

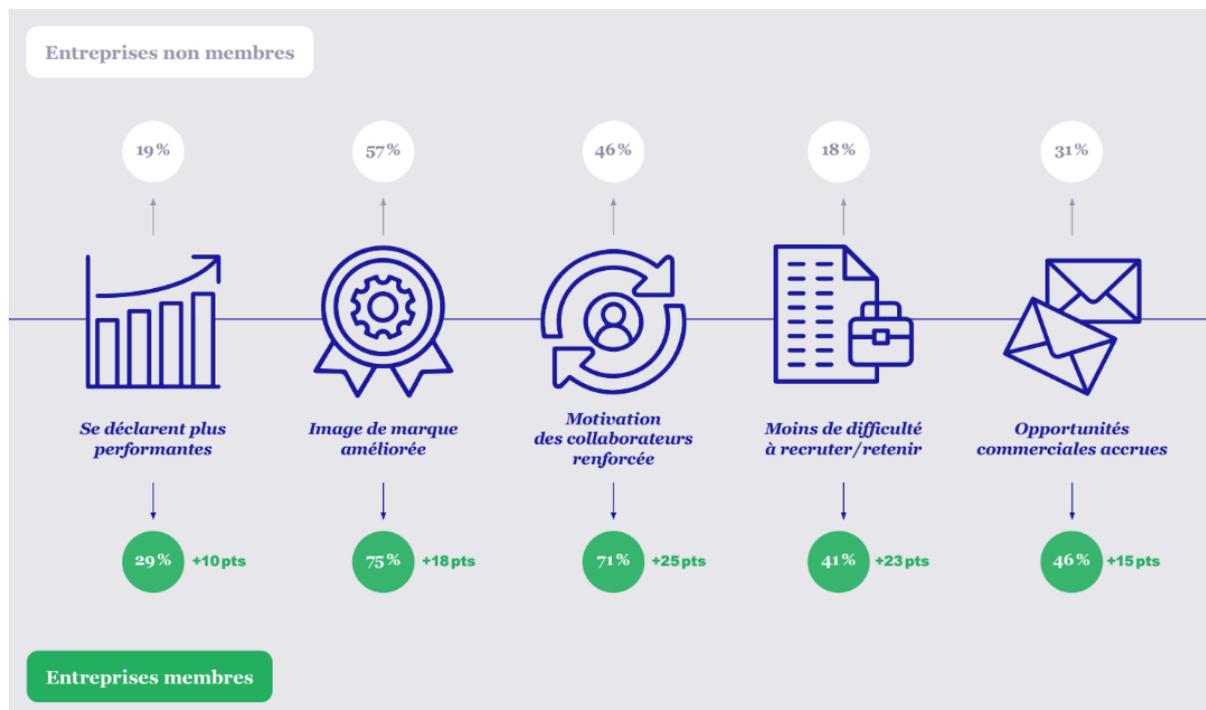
**La création d'un établissement public dédié avec la Communauté *Les entreprises s'engagent* semble constituer une réponse claire et structurée à cette attente croissante.**

Concernant **la capacité de passer effectivement à l'action** et l'envie d'aller plus loin, des écarts significatifs apparaissent :

- **86 % des membres** de la Communauté estiment que les entreprises doivent **aller encore plus loin** dans leurs engagements, contre **79 % chez les non-membres**, témoignant d'une envie supplémentaire de passer à l'action ;
- alors que ce pourcentage est le même entre les entreprises membres et non-membres en 2023 (20% des deux côtés), à partir de 2024 **les entreprises de la Communauté disent (effectivement) aller plus loin dans la mise en oeuvre de ces pratiques en matière d'engagement** (34% des non membres disent les mettre en oeuvre contre 44% des membres).

Ces éléments semblent confirmer le **dynamisme des entreprises membres** déjà mis en évidence dans les précédentes parties du rapport. Alors qu'en 2023, membres et non-membres se situaient **au même niveau (20 %)** en matière de mise en oeuvre effective des engagements, un **écart clair apparaît en 2024 :**

**44% des entreprises de la Communauté ont bien avancé dans la mise en place de leurs pratiques et leurs engagements** contre seulement 34% des entreprises non membres.



De fait, se pose la question de l'avantage qu'apporte un comportement d'engagement, et plus spécifiquement, l'appartenance à la Communauté. Ainsi, **le Baromètre 2024 se donnait comme**

**objectif d'analyser les effets perçus entre les entreprises membres de la Communauté et non-membres sur des critères de performance :**

- **29% des entreprises considèrent qu'elles sont plus performantes** depuis qu'elles ont mis en place des pratiques sociales et environnementales vertueuses contre 19% des entreprises non membres de la Communauté interrogées à la même période (écart de 10 points) ;
- **75% considèrent que leur image de marque s'est améliorée auprès de leurs clients et parties prenantes** contre 57% des entreprises non membres (écart de 18 points) ;
- **71% des entreprises considèrent que leurs collaborateurs sont plus motivés** contre 46% des entreprises non membres (écart de 25 points) ;
- **41% des entreprises de la Communauté ont moins de difficulté de recrutement et/ou de rétention des talents** contre 18% des entreprises non membres (écart de 23 points) ;
- **46% des entreprises de la Communauté disent obtenir de nouvelles opportunités de développement commercial** contre 31% des entreprises non membres (écart de 15 points).

Ces résultats laissent à penser que les entreprises engagées ne le font **ni au détriment de leur compétitivité** (qui plus est dans une période de crise), ni par simple volonté d'agir pour l'intérêt général. **Il semble qu'elles y gagnent** : en performance interne, en solidité, en attractivité RH, en image et en développement commercial. Ils confirment l'hypothèse selon laquelle l'engagement est un **vecteur de croissance inclusive et durable**.

De fait, les entreprises appartenant à la Communauté **recommandent d'y adhérer**. Près de la moitié donne même les notes de 9 ou 10. Entre 2023 et 2024 le "net promoter score" mesuré par Opinion Way puis par BVA augmente **de 12 points, passant de 17 en 2023 à 29 en 2024** (bon niveau de satisfaction).

Cela traduit une **amélioration sensible de ce score**, proche d'un **seuil "très bon"**, traduisant une **montée en confiance et en satisfaction des entreprises** vis-à-vis du dispositif **en seulement une année**.

Cette évolution traduit une **hausse significative de la confiance et une satisfaction accrue** entre 2023 et 2024.

### ***b) Pour les entreprises actives au sein des Clubs locaux***

**Enquête complémentaire membres des Clubs Départementaux :  
une initiative utile ou très utile pour 92% des représentants d'entreprises actives au sein des Clubs**

Une enquête complémentaire (qualitative/quantitative) a été menée auprès des **entreprises membres des Clubs départementaux** (échantillon aléatoire de 264 représentants d'entreprises membres des Clubs), interrogeant sur :

- l'apport de la présence d'un Club au niveau local ;
- ses effets sur les liens avec la puissance publique (dont France Travail) et la relation aux services de l'Etat ;
- ses effets sur la connaissance des dispositifs et des parties prenantes locales ;
- l'effet sur le renforcement des engagements de l'entreprise ;
- l'effet sur la performance de l'entreprise ;
- le taux de recommandation ;
- un champ libre pour recueillir les avis, témoignages ou suggestions.

Les verbatims sélectionnés dans le présent rapport sont ceux qui regroupent majoritairement les propos exprimés (regroupement d'idées).

## 2 chiffres clés :

# 92%

c'est le pourcentage des représentants d'entreprises actives dans les Clubs qui jugent **utile** ou **très utile** l'action de la Communauté au niveau local

# 64%

c'est le pourcentage de représentants d'entreprises qui disent avoir **renforcé le lien** aux services publics et opérateurs publics de leur territoire d'ancrage

D'abord le passage à l'action  
**concret et simplifié**

**92%** des entreprises trouvent très utile ou utile l'action de la Communauté *Les entreprises s'engagent* et estiment qu'elle **permet aux entreprises notamment les moins avancées sur ces sujets de plus s'engager en disposant d'outils clés en main.**

*"C'est un outil qui a le mérite d'exister et qui permet de se donner des objectifs concrets lorsqu'on ne sait pas vraiment par quel bout commencer une démarche RSE."*

**77% des entreprises des Clubs se considèrent désormais plus engagées** dont **36%** sur le volet social/inclusif. En effet, **plus de la moitié des entreprises ayant participé à des événements des Clubs connaissent mieux les dispositifs publics et les parties prenantes** qui paraissent plus accessibles.

Cette dynamique "inédite" et "nouvelle" de coalition, la centralisation au sein d'un même espace des solutions destinées au dirigeants et l'émulation collective inhérentes à ces logiques de pair à pair sont **les principales raisons de l'accélération des pratiques en matière d'engagement.**

*"Les entreprises s'engagent m'ont permis de **connaître des entreprises de mon territoire** et d'obtenir des idées pratiques d'insertion sociale".*

*"Cela me permet de m'inspirer d'initiatives réalisées par d'autres entreprises sur mon territoire. Cela me rend lucide sur le fait que les entreprises doivent agir : il s'agit de commencer petit, **mais d'avoir un véritable impact sur les vies.**"*

Les Clubs *Les entreprises s'engagent* permettent d'abord à **52% des entreprises de s'inspirer** grâce aux initiatives des autres entreprises mais aussi pour **40% d'appartenir à un réseau d'entreprises** avec qui mener des projets d'intérêt général.

*“Échanger entre acteurs engagés, partager des bonnes pratiques et surtout passer à l’action ensemble, c’est ce qui fait toute la richesse de cette initiative.”*

Ce réseau est d’autant plus important pour les PME comme en témoigne cette entreprise, surreprésentées au sein des Clubs départementaux.

*“Participer aux rencontres organisées par le club m’a permis de rencontrer les acteurs de mon territoire. Cela permet de se sentir moins isolé, c’est important pour les petites PME.”*

Ainsi, **les entreprises actives dans les Clubs recommandent à 8/10** le fait de rejoindre la Communauté “Les entreprises s’engagent”.

Sur les raisons qui motivent les entreprises à rejoindre la Communauté et l’un de ses Clubs locaux, c’est pour son rôle de facilitateur de liens entre public, privé et France Travail que le dispositif attire le plus les entreprises (**pour une entreprise sur trois**). Ce chiffre est à mettre au regard des attentes fortes des entreprises vis-à-vis de l’Etat : **en 2024, d’après le Baromètre de l’engagement des entreprises, 71% des entreprises françaises attendent de l’Etat qu’il joue un rôle de facilitateur en la matière.**

La meilleure inter-connaissance entre ces parties prenantes permet à **64% des entreprises de renforcer leur lien avec les services publics sur leur territoire**, démontrant à quel point ces Clubs **permettent de rétablir ou entretenir la relation entre sphère publique et monde économique.**

De la même manière, **l’expérience “Les entreprises s’engagent” a permis à 46% des entreprises d’être plus connectées avec France Travail**, contribuant au renouvellement de la relation entre l’opérateur et ses actuelles/potentielles entreprises utilisatrices de son offre aux entreprises. Ces Clubs constituent des viviers 1) d’entreprises matures en vue d’expérimentations lancées (au moment des expérimentations BRSA par exemple), 2) un canal d’acquisition de nouvelles entreprises. Cela conduit souvent à un changement de regard sur l’opérateur ou vis-à-vis du secteur public ; et de développer la confiance accordée.

*Selon une entreprise “pouvoir rencontrer des acteurs (préfecture, agefiph, cap emploi, France Travail...) lors de réunions/tables-rondes a permis de renforcer des liens, de mieux se connaître, se faire confiance”.*

Les **principales difficultés** mentionnées par ces entreprises actives au sein des Clubs :

- 27 réponses font référence à la **difficulté de mesurer l’impact des actions** ;
- 11 réponses expriment la frustration **d’un manque d’action au niveau rural** ;
- 8 réponses indiquent que le dispositif n’est **pas assez adapté aux TPE** (cf. observations en première partie de rapport). Le maillage du dispositif ne le permettant pas encore.

**Les 3 idées dominantes** : passage à l’action concret et simplifié, synergies et réseaux de confiance, renforcement et valorisation des pratiques.

Une analyse de l’ensemble des témoignages recueillis permet de tirer également les enseignements suivants :

- **La majorité des témoignages fait référence au passage à l'action direct** en faveur des enjeux d'inclusion (accompagnement et emploi) qu'offre le dispositif, confirmant que la démultiplication des événements de passage à l'action est 1) ressentie, 2) accessible, 3) alignée avec les attentes des dirigeants ;
- Vient ensuite l'apport du dispositif dans la **création de synergies locales et de réseaux de confiance** avec une surreprésentation des termes "coopération entre pairs", "partage d'expériences", "collectif territorial", "partenariats avec acteurs publics", "confiance entre entreprises", "confiance envers l'Etat" ;
- Enfin, la troisième idée dominante, fait référence **à la capacité des Clubs locaux à renforcer et accélérer l'engagement des entreprises (RSE) et à valoriser les pratiques des entreprises**. Les termes "accélération des engagements RSE", "prise de conscience", "valorisation interne", "visibilité accrue", etc. reviennent très régulièrement.

## ***2) Les apports et difficultés perçus par les dirigeants d'entreprise bénévoles qui endossent le rôle de "leader"***

**Des enquêtes similaires** ont pu être menées auprès des leaders (95 dirigeants d'entreprise bénévoles en 2024) et référents DDETS impliqués dans l'animation des Clubs locaux (144 agents mobilisés en 2024). Sur les 239 personnes mobilisées, **43 leaders et 69 référents ont répondu à ce questionnaire** (soit 46% du public cible).

**Enquête complémentaire leaders des Clubs :**  
***des leaders fiers de contribuer à un projet de territoire.***

### **2 chiffres clés :**

# 63%

c'est le pourcentage de **leaders qui se disent fiers** de contribuer à un projet d'intérêt général sur leur territoire

Près de **1** leader sur **2**

**estime avoir une meilleure connaissance** et un regard plus positif sur les acteurs publics de leur territoire

D'abord la **fierté d'en être** et d'agir en faveur de **justes causes**

**Les leaders sont des dirigeants d'entreprise qui s'engagent bénévolement** au sein de la Gouvernance du Club départemental. Le rôle d'un leader est d'abord de fédérer le plus largement possible les dirigeants d'entreprises (et réseaux) locaux, d'être les ambassadeurs/portes-paroles du dispositif au niveau départemental et de contribuer chaque année à la construction de la feuille de route tenant compte des spécificités/défis locaux.

Malgré l'arrivée récente dans le dispositif d'une majeure partie d'entre eux (82 leaders ont rejoint le dispositif entre 2023 et 2024 - 33 en 2023 et 49 en 2024), **les leaders semblent satisfaits de leur expérience au sein des Clubs et de la Communauté** *Les entreprises s'engagent*.

Ils ont d'abord pris cette responsabilité pour :

- avant toute chose, la **fierté de contribuer à un projet collectif d'intérêt général sur leur territoire (63%)** ;
- ensuite dans **une optique d'un engagement plus fort de leur propre entreprise et de s'identifier comme un "ambassadeur" de l'engagement (56%)** ;
- enfin pour avoir **une meilleure connaissance et un regard plus positif sur les acteurs publics** de leur territoire (47%).

Les leaders témoignent en ce sens :

*"Les entreprises s'engagent **me procure une vraie fierté**. Cela me permet de me sentir utile à mon territoire et de donner du sens à mon rôle de chef d'entreprise en agissant concrètement pour l'intérêt collectif".*

Pour une grande partie des dirigeants c'est **"une responsabilité associée à une fierté"**, **"c'est aligner les actes avec les valeurs"**. Ils sont fiers de participer à une coalition **"utile pour l'intérêt général et le territoire"**.

*"LESE est bien plus qu'une expérience, c'est une raison d'être des entreprises qui ont défini leur ambition sur la performance durable"*

Pour ces leaders, tenir ce rôle au sein de l'équipe d'animation locale a permis **de renforcer leurs liens avec les services publics** au niveau local :

- du fait de la configuration du "trityque", les leaders travaillent le plus avec l'animateur (86%), la DDETS (81%) ;
- ils estiment développer une **meilleure connaissance des services publics et de leurs dispositifs** pour plus de **42%** d'entre eux ;
- cette meilleure connaissance **apporte un changement de regard sur les services publics plus positifs pour 42%** des leaders. Les leaders évoquent **"le sentiment d'une communication plus fluide avec les services de l'Etat"** et **"une belle expérience d'ouverture sur les possibles collaborations entre le public et le privé"**.

Cependant, ce rôle implique aussi des difficultés et notamment un manque de temps pour développer le club comme ils le voudraient (74%). Le rôle de leader est **un engagement bénévole exigeant**. Ce qui témoigne également **de l'exemplarité de ces dirigeants d'entreprises qui**, par leur présence dans le projet, donnent une dimension supplémentaire à la stratégie d'engagement de leurs entreprises, mais également à leurs engagements personnels. Ils sont **les premiers ambassadeurs** de la Communauté et de ses valeurs.

La généralisation en cours d'une configuration de co-leaders (2 dirigeants d'entreprise à la tête d'un même Club) a pour objectif de mieux partager le temps passé de ces dirigeants d'entreprise.

**Les 3 idées dominantes :** fierté d'en être et d'agir sur de justes causes, sentiment de reconnaissance accrue (notamment par l'Etat) et satisfaction d'être à l'œuvre avec d'autres.

Une analyse de l'ensemble des témoignages recueillis permet de tirer également les enseignements suivants :

- un **sentiment d'utilité et une fierté renforcés du fait des thématiques à impact traitées**. Les termes "fierté", "satisfaction d'aider", "agir pour l'intérêt collectif", "projets d'utilité publique", "défendre des valeurs" sont les plus cités ;

- **un sentiment de reconnaissance accrue et une meilleure valorisation du rôle social de l'entreprise, notamment par l'Etat**, avec une véritable "reconnaissance locale" ;
- **la satisfaction d'accéder et de contribuer à la vie d'un réseau de collaborations inter-acteurs** avec une surreprésentation des termes "connexion avec les acteurs locaux", "partage de pratiques", "cohésion", "travail collectif".

### ***3) Les apports et difficultés perçus par les agents des services déconcentrés mobilisés (référents DDETS)***

A l'échelle des territoires, l'équilibre du principe de coalitions locales - et comme constaté son efficacité - tient **sur un dialogue constant des leaders avec leurs référents DDETS**, notamment dans la construction d'une feuille de route départementale sur laquelle les grandes orientations sont laissées à leur appréciation. A fin 2024, à l'échelle des territoires, 144 agents des services déconcentrés de l'État endossent ce rôle, tel que défini dans la dernière instruction de septembre 2024.

Ces référents DDETS **sont les garants de la bonne mise en place et montée en puissance du projet** à l'échelle de chaque département. Leur rôle est déterminant pour assurer, partout en France, un niveau homogène de "service" aux entreprises qui s'engagent dans la dynamique. Pour ce faire, ils encadrent notamment la sélection et le financement des opérateurs d'animation ainsi que la mise en œuvre des actions d'intérêt général pour lesquelles ils ont été choisis.

En miroir de l'enquête menée auprès des leaders, **une consultation des référents DDETS engagés dans la dynamique** a également été réalisée, cherchant à analyser :

- l'apport de la présence d'un Club au niveau local ;
- ses effets sur les liens avec les entreprises du département ;
- ses effets sur le renouvellement du lien et de la relation à ces entreprises ;
- le changement de regard éventuel sur le monde économique et *vice versa* ;
- les apports et difficultés inhérents au rôle de référent ;
- l'efficacité de cette mobilisation dans le déploiement des politiques publiques locales ;
- ce que cela peut lui apporter en tant qu'agent public ;
- plus largement, un retour d'expérience.

**69 référents DDETS** ont répondu à ce questionnaire.

**Enquête complémentaire référents des Clubs :**

***78% des référents considèrent que le dispositif permet de renouveler leur lien aux entreprises.***

## 2 chiffres clés :

# 90%

c'est le pourcentage **de référents DDETS** qui considère la présence du Club comme **utile ou très utile pour le territoire**

# 83%

des agents estiment que leur rôle chez *Les entreprises s'engagent* participe à **une meilleure connaissance et compréhension des entreprises** sur le rôle des services de l'Etat sur le territoire

D'abord **un lien renouvelé**  
avec le monde de l'entreprise

Selon les référents DDETS interrogés, *Les entreprises s'engagent* représente d'abord **un nouveau système inédit de travail, plus collaboratif et inclusif, très appréciable et utile.**

En effet, *Les entreprises s'engagent* a apporté à **62% d'entre eux une nouvelle façon de travailler en collectif (Etat, entreprises, acteurs associatifs)** et donc **un nouvel espace de dialogue ouvert à tous pour 46% d'entre eux.**

C'est pourquoi, **90% des référents DDETS interrogés considèrent la présence d'un Club *Les entreprises s'engagent* utile ou très utile.**

Certains décrivent l'expérience *Les entreprises s'engagent* comme **“une instance de dialogue qui permet à 2 mondes de se rencontrer, l'insertion et l'économie, et permet de se rendre compte que ces 2 mondes ont des objectifs communs”**.  
C'est **“une belle synergie entre les différents acteurs”**.

Travailler avec les clubs *Les entreprises s'engagent* apporte effectivement **des liens plus étroits avec les entreprises pour 78% des référents.**

**Ces relations semblent faciliter leurs missions** et leur compréhension auprès des entreprises.

Concrètement, **83% des agents estiment que leur rôle chez *Les entreprises s'engagent* participe à une meilleure connaissance et compréhension** des entreprises sur le rôle des services de l'Etat sur le territoire.

*Les entreprises s'engagent* représente **“une voix pour porter les politiques publiques et ainsi répondre aux besoins transversaux”**. **“C'est une porte d'entrée vers des entreprises jamais rencontrées avant”**.

Réciproquement :

**67% des référents DDETS reconnaissent désormais mieux comprendre les entreprises et leurs enjeux.**

Par conséquent, **67% des référents disent atteindre plus efficacement leurs objectifs et les entreprises utilisent un peu plus leurs dispositifs** (pour **38%** des référents). Avec tous ces éléments, les référents semblent se sentir **dans l'ensemble plus légitimes dans leur mission**.

Les référents sont par ailleurs confrontés à **plusieurs difficultés**.

D'abord, le rôle de référent implique, comme exprimé également par les leaders, **une charge de travail supplémentaire pour 39% des référents** et est souvent exercé en plus d'autres missions. Les modalités de **reporting** prennent du temps ; participer à cette dynamique exige un engagement personnel fort.

**Ainsi, 63% des référents regrettent un manque de temps à consacrer à l'activité des clubs.**

Pour tenir compte de ces difficultés, il conviendra notamment de **trouver le juste équilibre entre l'exigence d'un reporting minutieux**, permettant de justifier l'impact de chaque action menée au niveau local (attendu par les différents membres de la Gouvernance) et **la meilleure communication des impacts globaux constatés** (par l'intermédiaire de ce rapport notamment).

En effet, quand certains agents indiquent "passer trop de temps à devoir démontrer l'impact de leurs actions" vis-à-vis des demandes de l'équipe nationale du GIP, une dizaine d'entre eux s'interrogent sur **"la visibilité sur l'impact concret des actions"**.

En 2025, **l'investissement croissant des agents de France Travail** (pas encore généralisé en fin d'année 2024) devrait permettre de trouver de nouvelles solutions de répartition du temps passé à l'échelle de chaque Club.

Par ailleurs, **34%** des référents remontent une difficulté à **entrer en contact et convaincre les acteurs économiques de leur territoire**.

Cela s'ajoute à **un manque d'identification du dispositif Les entreprises s'engagent au sein même des équipes des services locaux** de l'Etat selon **14%** des référents, et la difficulté de justifier parfois le temps passé sur le projet.

*Les entreprises s'engagent est l'occasion pour les agents en charge de découvrir "une autre façon de travailler qui peut prendre plus de temps mais expose aussi de nouveaux points de vue".*

**Les 3 idées dominantes** : un lien renouvelé avec le monde de l'entreprise, un levier supplémentaire pour déployer concrètement les politiques publiques d'inclusion et la frustration du manque de temps (et parfois de moyens).

Une analyse de l'ensemble des témoignages recueillis permet de tirer également les enseignements suivants :

- **un lien direct, renouvelé et structurant avec le monde de l'entreprise** avec une surreprésentation des termes "connexion avec les entreprises", "accès facilité au tissu économique", "légitimation du rôle des DDETS", "meilleure connaissance des enjeux de terrain" "porte d'entrée vers des entreprises jamais rencontrées auparavant" ;
- **un nouveau levier pour déployer concrètement les politiques publiques d'inclusion**. Les agents évoquent le dispositif comme, "un outil de mobilisation", "de facilitation de la mise en oeuvre des dispositifs", "apportant une meilleure visibilité sur l'offre de services", "l'opportunité d'agir au plus près du terrain" ;

- **une charge de travail supplémentaire et l'expression d'un manque de temps** évoquant le "temps pris sur d'autres missions", "la frustration liée au manque de moyens et de temps", "une charge administrative importante", "un temps nécessaire à la coordination".

#### **4) Les apports et limites perçus pour les opérateurs et Ministères qui ont (eu) recours aux services du GIP Les entreprises s'engagent**

Conformément à sa **théorie d'action**, au-delà des orientations directement données par le Ministère du Travail, c'est à l'aune de **7 critères** qu'une thématique est définie comme prioritaire par la Gouvernance du projet :

- 1. Parce qu'elle constitue **un défi commun pour les entreprises** (au coeur de leurs stratégies RSE) **comme pour l'Etat** (politique publique prioritaire) ;
- 2. Parce qu'elle est **conforme à la vision** "les entreprises s'engagent pour une société inclusive et un monde durable" (à savoir qu'elle rentre dans l'un ou l'autre de ces champs) ;
- 3. Parce qu'elle **entre dans le référentiel des engagements recensés en 2022** (cf. référentiel réalisé en phase de lancement du GIP) ;
- 4. Parce que **son potentiel de mobilisation semble massif**. Car "simple/accessible", "arrivé à maturité" et/ou fait l'objet d'un "intérêt partagé" ;
- 5. Parce qu'un **opérateur de l'Etat existe** et sera en mesure de transformer les engagements pris (France Travail, ATIGIP, Collectif Mentorat par exemple) ;
- 6. Parce que cette thématique peut se traduire **en actions de terrain à l'échelle des 101 Clubs départementaux** ;
- 7. Parce qu'elle semble **adaptée aux enjeux de performance des entreprises de toutes tailles et permet de toucher un maximum de bénéficiaires**.

Par ailleurs, le plafond d'emploi n'ayant pas évolué entre 2023 et 2025 (11 ETP), **un principe de réalité** s'est imposé et n'a pas permis l'élargissement des thématiques dans les proportions prévues initialement. Par conséquent, **un recentrage s'est naturellement opéré autour des sujets d'emploi, d'inclusion et de transformation du travail** afin de ne pas diluer l'impact de la dynamique.

Tenant compte de ce périmètre d'action, **par son rôle de trait d'union (ou d'intermédiaire) entre l'Etat et les entreprises**, la mission principale du GIP *Les entreprises s'engagent* est de venir en appui des différents Ministères, des administrations et opérateurs de l'Etat qui le souhaitent afin de mobiliser ses entreprises membres (ou de nouvelles entreprises) autour des différentes priorités gouvernementales **qui entrent en résonance avec les thématiques définies par sa Gouvernance**.

*Vis-à-vis de ces acteurs, le GIP Les entreprises s'engagent (sorte d'agence publique de mobilisation des entreprises à leur service) se présente comme **une solution intégrée de mobilisation des entreprises** en faveur de leurs politiques publiques, dans le but d'en accélérer la mise en œuvre et d'en démultiplier l'impact.*

Organisation de cycles de réflexion amont, remise de propositions, co-conception de programmes thématiques dédiés, mise en oeuvre de programmes préexistants dans l'Etat (programme PaQte de l'ANCT pour les quartiers par exemple), mise en place de modules thématiques sur la plateforme, déclinaison en actions de terrain par l'intermédiaire des Clubs, création d'action de mobilisation (Patron(s) dans ma ville pour les jeunes des QPV par exemple), échanges privilégiés avec des dirigeants d'entreprises pionniers ou en avance sur le sujet, collecte des bonnes pratiques (dont réalisation de Guides pratiques), collecte de données et mesure d'impacts, visites de terrain, cycles de mobilisation (notamment en appui des grandes annonces politiques), tribunes collectives, etc. : **l'offre de valeurs à destination des Ministères et opérateurs s'est densifiée en trois ans** d'existence afin de répondre à leur grande diversité d'attentes.

Véhicule juridique choisi initialement pour **sa capacité à mener des activités de collecte de fonds privés** afin de **générer des économies pour l'Etat** par une augmentation croissante du cofinancement du GIP par le secteur privé (objectif de passer de 20% de cofinancement privé en 2022 à 80% en 2027) :

- **entre 2022 et 2024, 6,5 M€ de ressources privées ont été collectées par l'équipe du GIP** (l'Etat a contribué pour sa part à hauteur de 6,3 M€ sur cette même période) ;
- **dont 6 M€ issus du privé pour 2023 et 2024, premières années pleines d'exercice** (contre 4,7 M€ de subventions de l'Etat).

Cela représente une réelle **opportunité pour chacune des politiques publiques déployées** avec l'appui du GIP *Les entreprises s'engagent*. Cela démontre aussi que des entreprises mécènes, au-delà des engagements qu'elles réalisent en tant que membres de la Communauté, sont **prêtes à prendre une responsabilité supplémentaire dans le développement de ce projet**. C'est en effet cette **contribution importante d'une trentaine d'entreprises qui permet aux 100 000 autres membres d'avoir accès gratuitement au dispositif**.

**Positionné au service des ambitions du Ministère du Travail et de la DGEFP** - là où ce lien était jusqu'alors plutôt établi du côté de Bercy - le GIP est le tout premier opérateur du genre à voir le jour dans cet écosystème. Parmi les ambitions initiales du projet les principaux enjeux étaient 1) de développer une plus grande inter-connaissance et des dynamiques nouvelles de coopération entre le Ministère et les entreprises qui "offrent du travail", 2) de mieux intégrer les entreprises dans les différents programmes du Ministère, et d'en faire les "alliés" des politiques d'inclusion menées, 3) d'établir une relation de confiance entre les entreprises, le Ministère et ses opérateurs (le Ministère du Travail étant souvent craint par les dirigeants d'entreprises en France).

Entre 2022 et 2024, **le GIP *Les entreprises s'engagent* est ainsi venu en appui de 16 Ministères et opérateurs** (cf. la liste complète dans le rapport d'activité 2024).

**Pour mesurer le niveau de satisfaction de ces acteurs et l'apport de l'action du GIP** en faveur de leurs représentants, une enquête complémentaire a également été menée. Un questionnaire a ainsi été transmis aux 52 principaux interlocuteurs de l'équipe du GIP en poste dans ces institutions au moment de ces collaborations. **28 d'entre eux ont finalement répondu à l'enquête** (soit un peu plus de la moitié).

Les **profils de ces interlocuteurs** :

- des conseillers entreprises, directeurs de la relation aux entreprises (auprès de Ministre ou au sein des administrations et opérateurs) ;
- des conseillers ministériels ou experts techniques (spécialistes des thématiques adressées) ;
- des agents d'administrations ou d'opérateurs publics.

**Enquête complémentaire auprès des représentants d'opérateurs et Ministères ayant (eu) recours aux "services du GIP" :**

***Les entreprises s'engagent, une nouvelle modalité indispensable pour démultiplier l'impact des politiques publiques***

## 2 chiffres clés :

# 93%

C'est le pourcentage **d'agents publics** qui considèrent que le recours au service du GIP leur a permis **d'améliorer leur relation** aux entreprises

# 86%

c'est le pourcentage d'agents publics interrogés qui considèrent que le **partenariat entreprises/État** représente une **nouvelle modalité indispensable** pour **démultiplier l'impact** des politiques publiques menées

D'abord **une meilleure visibilité** et **valorisation** des politiques publiques (auprès des entreprises)

Pour **90%** des agents publics, *Les entreprises s'engagent* représente d'abord **un vivier d'entreprises à mobiliser** sur leurs politiques. **93%** indiquent que leur relation avec les entreprises s'est améliorée depuis leur coopération avec les équipes du GIP.

**75% d'entre eux ont pu constater les effets de cet accompagnement et l'augmentation du nombre d'entreprises utilisatrices** de leurs dispositifs grâce à l'intervention de l'équipe du GIP.

Pour **86%** des agents publics, participer à la dynamique "Les entreprises s'engagent", c'est surtout **prendre conscience que le partenariat entreprises/État représente une nouvelle modalité indispensable pour démultiplier l'impact des politiques publiques** et pour **64% atteindre leurs objectifs plus efficacement**.

Un agent public témoigne de ce lien indispensable entre entreprises et Etat dans lequel *Les entreprises s'engagent* semble jouer un rôle primordial en terme d'accompagnement, de connaissance du monde de l'entreprise et de visibilité de leurs actions :

*"Les entreprises s'engagent nous a permis de mettre le pied dans la porte du monde économique en faisant le lien avec les réseaux d'entreprises (MEDEF, CCI...) et des entreprises individuelles pour concevoir des dispositifs, communiquer auprès du monde économique. Cette étincelle initiale aurait été beaucoup plus compliquée sans la communauté LES"*

Interrogés sur leur vision de la Communauté *Les entreprises s'engagent* dans 5 ans. La majorité des réponses s'orientent vers : **la mesure** et la **qualité**. Ils attendent de la Communauté **"qu'elle ne cherche pas forcément à augmenter le nombre d'entreprises engagées mais qu'elle renforce la mesure d'impact des actions engagées par les entreprises"**. Le GIP se positionnerait ainsi dans la durée **"comme un acteur durable structurant du partenariat public/privé"**.

A la question “**en quoi l’action du GIP est/a été complémentaire à l’action de votre organisation ou ministère ?**” la majorité des réponses s’orientent vers :

- **la visibilité et valorisation des politiques publiques portée** (“permis de faire connaître le champ du possible”, “donner de la visibilité aux politiques publiques”, “mettre en lumière les actions”, “valorisation des dispositifs ministériels”);
- **une interface efficace avec le monde économique tant au niveau national qu’au niveau local** (“mise en relation avec les entreprises”, “passerelle avec le monde économique”, “meilleure connaissance des réseaux d’entreprises”, “mobilisation des acteurs privés”, “relais de terrain”);
- l’apport en termes de **coopération inter-ministérielles et transversalité** (“travailler à plusieurs ministères sur un même sujet”, “coopération renforcée”, “parler d’une seule voix”, “coordination inter-ministérielle”, “vision transversale”).

Enfin, à la question “**qu’attendez-vous de la Communauté Les entreprises s’engagent pour les 5 prochaines années ?**”, l’analyse mène vers les attentes suivantes :

- d’abord une **mobilisation accrue des entreprises, notamment TPE/PME (souvent prioritairement dans les QPV, pour plus d’égalité des chances)**, (“mobiliser davantage d’entreprises”, “convaincre plus d’acteurs”, “engagement des TPE/PME”, “renforcer l’action en QPV”, “étendre la mobilisation”, etc. ;
- ensuite, le **renforcement de l’ancrage territorial de la Communauté** : “clubs locaux plus efficaces”, “appui renforcé aux clubs”, “animation plus homogène”, “montée en puissance des actions locales”, “meilleure réactivité territoriale” ;
- enfin, le **suivi, la mesure d’impact et... la continuité de l’action** : “suivi des engagements”, “évaluation de l’impact”, “continuité de l’action”, “feuille de route à 5 ans”, “effets durables au-delà du “one shot”, “pérennité du dispositif“.

Trois attentes qui correspondent (mot pour mot) aux **axes stratégiques fixés pour 2027...**

## Les principaux enseignements (partie III)

Pour les **entreprises de la Communauté et actives au sein des Clubs**, *Les entreprises s'engagent est "utile", "source de performance" et un moyen de renforcer leur lien avec les services publics :*

- Les entreprises de la Communauté **vont plus loin** dans la mise en œuvre d'actions concrètes (**44% vs 34% pour les non membres**) ; **77% des entreprises actives au sein des Clubs ont accéléré** depuis leur entrée dans la Communauté. Ils louent la possibilité d'un "**passage à l'action concret et simplifié**" grâce au dispositif :  
> des affirmations de leur part qui semblent confirmées par les chiffres de la partie 2, les baromètres internes/externes et l'enquête dédiée aux membres des Clubs font état d'un **dynamisme** des entreprises membres et des entreprises des Clubs par rapport aux non-membres du fait **du dispositif qui simplifie considérablement le passage à l'action** ;
- Les entreprises de la Communauté **se disent plus performantes** que celles qui n'y sont pas. **29%** des entreprises de la Communauté se disent plus performantes depuis la mise en place de ces pratiques d'engagement **contre 19%** pour les dirigeants qui ont ces pratiques hors Communauté :  
> des écarts sur la performance perçus plus forts encore sur l'**amélioration de l'image de marque** que cela a permis (75% membres contre 57% non-membres), sur la **motivation des collaborateurs** (71% membres contre 46% non-membres) ou encore sur la **facilité de recruter/fidéliser** les talents (41% membres contre 18% non-membres) ;
- Les entreprises de la Communauté **recommandent d'y adhérer**. Entre 2023 et 2024 le "net promoter score" augmente de 12 points, pour se situer **proche du seuil "très bon niveau de satisfaction"** ; les entreprises membres des Clubs recommandent à **8/10 le fait d'y adhérer** :  
> une importante **montée en confiance et en satisfaction** des entreprises vis-à-vis du dispositif en quelques mois seulement (au niveau national comme au niveau local) ;
- Une **initiative utile ou très utile pour 92%** des entreprises actives au sein des Clubs qui permet notamment, pour 64% d'entre elles, de renforcer leur lien avec le service public (près d'1 entreprise sur 2 se dit même plus connectée à France Travail grâce au dispositif) :  
> une importante **montée en confiance et en satisfaction** des entreprises vis-à-vis du dispositif en quelques mois seulement. Un verbatim qui résume cela : "il y a eu un avant et un après Les entreprises s'engagent".

Pour les **leaders et référents des Clubs**, **fierté et inter-(re)connaissance facilitée :**

- Pour les **leaders**, d'abord la **fierté d'en être** (63% d'entre eux) et de contribuer à des projets d'intérêt général ; mais également **une meilleure connaissance et un regard plus positif sur les acteurs publics** (pour 1 leader sur 2) :  
> un engagement qui porte autant qu'il impacte : une majorité des leaders évoquent un effet d'accélération sur leur propre stratégie et un signal fort sur les valeurs portées par l'entreprise. Au-delà de la fierté, la 2ème idée dominante est "le sentiment de reconnaissance accrue (par l'Etat)" ;
- Pour les **référents**, d'abord un **dispositif utile/très utile** (pour 90% d'entre eux) **permettant un lien renouvelé avec le monde économique** (78% d'entre eux) et un levier supplémentaire pour **déployer concrètement les politiques publiques d'inclusion**.  
> **67% des référents disent avoir développé une meilleure connaissance** et compréhension du monde économique, 83% considèrent que les entreprises comprennent mieux le rôle des services de l'Etat en local ;
- Parmi les difficultés, de chaque côté revient le **manque de temps**. **63% des référents regrettent ainsi un manque de temps** à consacrer à l'activité des Clubs :

> **Les entreprises s'engagent** c'est d'abord un engagement personnel fort pour toutes celles et ceux qui animent le dispositif, souvent en parallèle de missions déjà très denses.

**Pour les Ministères et opérateurs qui font appel aux services du GIP, Les entreprises s'engagent devient une modalité indispensable pour démultiplier l'impact de leurs politiques publiques :**

- Depuis sa création, le GIP est venu **en appui de 16 Ministères et opérateurs de l'Etat** afin de mobiliser des entreprises en faveur de leurs politiques publiques. Parmi les **52 interlocuteurs de l'équipe du GIP**, 28 ont répondu à l'enquête.
- **93%** considèrent que le recours aux services du GIP leur **a permis d'améliorer leur relation aux entreprises** ; **86%** considèrent que le partenariat Etat-entreprises représente une nouvelle modalité indispensable pour **démultiplier l'impact des politiques publiques menées** ;  
> au-delà d'un **vivier d'entreprises à mobiliser (pour 90% d'entre eux)**, le projet est reconnu pour sa **capacité à mettre en visibilité** leurs politiques publiques auprès des entreprises et à mieux les valoriser ;
- De manière très concrète, **75% ont pu constater les effets de cet accompagnement** et l'augmentation du nombre d'entreprises utilisatrices de leurs dispositifs. Pour témoigner de l'efficacité, un verbatim qui résume les idées dominantes :  
> "Les entreprises s'engagent nous a permis de mettre le pied dans la porte du monde économique (...), cette étincelle initiale aurait été beaucoup plus compliquée sans la Communauté" ;
- Les **3 attentes** pour les 5 prochaines années sont 1) une **mobilisation accrue des TPE/PME** ; 2) le **renforcement de l'ancrage territorial** du dispositif ; 3) le **suivi, la mesure de l'impact et la continuité de l'action** :  
> 3 attentes **conformes aux priorités fixées** pour la phase 2 du projet et la **nécessité d'une pérennisation du dispositif**.

## Conclusion

**89 % des Français estiment que les entreprises doivent contribuer au bien commun** et assumer pleinement leurs responsabilités en matière d'engagement. 56 % d'entre eux leur font confiance pour porter les transformations sociétales — bien au-delà des niveaux de confiance accordés aux autres types d'institutions.

**L'époque appelle à l'action, aujourd'hui plus encore qu'en juillet 2018**, lors du lancement du projet *La France, une chance – Les entreprises s'engagent* par le Président de la République. Et les entreprises ne sont pas en retrait. Elles y sont prêtes, elles veulent agir, elles le disent. Près de 8 dirigeants sur 10 souhaitent contribuer à l'intérêt général. Non par pur altruisme, mais parce qu'ils ont compris que s'engager, c'est investir dans l'avenir. C'est une source de performance inédite, car l'engagement permet à l'entreprise de se projeter au-delà d'elle-même. **Ils ont compris qu'ils y avaient intérêt.**

Si ces dirigeants se disent prêts, ils partagent aussi un constat : **71 % déclarent ne pas se sentir suffisamment accompagnés par l'État**. Ce n'est pas un déficit de volonté. C'est un manque d'accès, de lisibilité, de lien. Dans le maquis des dispositifs existants, les entreprises — notamment les plus petites — peinent à trouver leur porte d'entrée. **Rendre accessible** ce qui existe pour leur permettre d'y parvenir, lutter contre le non recours des dispositifs qui existent (notamment des TPE/PME) : **c'est une politique publique à part entière. Une mission d'intérêt général. En soi.**

Les crises successives ont réveillé **une forme de conscience collective**. L'idée que les entreprises puissent, aux côtés de l'État, contribuer à répondre aux défis sociaux et environnementaux est désormais largement partagée. Comme une réinvention de l'intérêt général, qui évolue vers une **communauté d'intérêts partagés**. Faire reculer le chômage est fondamental pour l'État, là où identifier de nouveaux viviers de recrutement l'est pour l'entreprise. Limiter la consommation d'énergie est un impératif public, baisser la facture énergétique est une urgence entrepreneuriale. **Par bon sens, l'État ne peut réussir sans l'entreprise. L'entreprise ne peut réussir sans l'État.**

RSE singulière, tradition sociale forte, dispositifs puissants comme le mécénat, l'ESS ou l'IAE, cadre partenarial unique : tout existe déjà pour **faire de la France un leader mondial de l'engagement des entreprises**. Mais ce potentiel reste sous-utilisé, car mal connu, mal structuré, trop souvent réservé à une minorité d'initiés. Trop souvent réservé aux grandes entreprises qui disposent des moyens financiers et humains.

Pour ces dirigeants, **Les entreprises s'engagent** n'est pas un programme parmi d'autres. Son nom dit tout de l'ambition — la simplicité en plus. **C'est un chemin, un cadre, une alliance**, dont la raison d'être est de revenir aux fondamentaux. Un espace où les entreprises peuvent agir, apprendre, partager, se transformer, faire avec d'autres. Où l'engagement devient concret, accessible, utile.

C'est dans ce contexte qu'est né, en avril 2022, le GIP *Les entreprises s'engagent*. Un positionnement inédit : entre l'État et les entreprises. Multidimensionnel. Ni opérateur de terrain, ni simple animateur. Mais **un facilitateur, justement capable de structurer une alliance inédite** autour de grands défis qui résonnent autant pour les décideurs publics que pour les dirigeants d'entreprise. C'est un système global et local ; multi-thématiques et multi-cibles ; qui allie digital et expériences humaines.

Pensé comme une évaluation intermédiaire de la première phase stratégique du projet — celle qui visait d'abord à rassembler "plus d'entreprises" — **ce premier rapport d'impact** va finalement un peu au-delà. Il anticipe, tente de mesurer les effets indirects sur les publics les plus éloignés de l'emploi, et tire déjà les enseignements d'un changement d'échelle en cours. Il interroge notre capacité

collective à mobiliser, à faire évoluer les pratiques, à créer de nouveaux équilibres entre acteurs publics et privés.

**D’abord, la première partie du rapport** montre l’intensité de la première phase de ce changement d’échelle. Il montre aussi qu’il a été maîtrisé.

En moins de trois ans, la Communauté est passée **de 30 000 à 100 000 entreprises**, sans dilution de son ambition initiale. Elle reste **représentative du tissu économique français** (96 % de TPE/PME) et gagne notamment en attractivité auprès des PME, ETI et grands groupes. **Le recrutement des membres s’est diversifié** (plateforme, opérateurs, Clubs), et les entreprises membres **semblent concrétiser leurs engagements** : en 2024, **le taux d’activité minimal est de 80,5 % (réalisation d’au moins un engagement), 56,3 % pour celles qui réalisent au moins deux engagements**. Et ces engagements semblent se poursuivre d’une année sur l’autre. Signe fort : les nouveaux entrants via des thématiques comme le climat s’engagent aussi sur l’inclusion, prouvant que l’élargissement thématique **ne dilue pas, mais renforce les fondamentaux**.

**Les Clubs départementaux**, eux, deviennent des moteurs structurants de la dynamique. Le nombre de Clubs stabilisés a plus que doublé, leur maillage s’homogénéise (au point de muscler la représentation des territoires dont le tissu économique est moins dense, au-delà des seuls centres urbains), et leurs **membres actifs ont été multipliés par 5,5 en trois ans** — avec une forte présence des PME et ETI. Le triptyque État-entreprises-réseaux d’animation devient réalité, même si le maintien des moyens humains reste une vigilance.

**Les actions organisées par les Clubs ont triplé depuis 2022**, avec une orientation croissante **vers le passage à l’action (de 19 % à 39 % en un an)**. Majoritairement centrés sur l’inclusion, ils amorcent également une diversification spontanée vers les thématiques de demain, comme la mixité ou les seniors. Ce socle solide, articulant dynamique nationale et ancrage local, prépare les conditions d’une **deuxième phase plus intensive, plus ciblée, plus profonde**.

**Ensuite, la deuxième partie du rapport** révèle une empreinte mesurable de la Communauté sur les pratiques de recrutement inclusif (seule donnée disponible). Les entreprises membres **recrutent en moyenne 8% de publics éloignés de l’emploi en plus que celles qui n’ont pas rejoint la dynamique** — avec des effets particulièrement marqués pour les publics les plus éloignés (BRSA, personnes en situation de handicap). Ce comportement d’inclusivité **s’intensifie encore dans les Clubs** : les entreprises actives au sein de ces collectifs recrutent 2,1 fois plus de publics éloignés, et jusqu’à 67% de plus que les autres membres de la Communauté. L’effet d’entraînement des Clubs se confirme : **plus l’engagement est local, collectif et structuré, plus l’impact est tangible**. Ce sont de véritables viviers d’entreprises volontaires qui se constituent, animés par un sentiment d’appartenance fort, et agissant comme les **locomotives du dispositif**.

**L’effet ne se limite pas au volume de recrutement** : il se traduit aussi dans le recours renforcé aux dispositifs d’accompagnement vers l’emploi. Les entreprises de la Communauté accueillent 4 fois plus de personnes en immersion, 3 fois plus en POE et près de 80% de plus en AFPR. Ce niveau d’appropriation, malgré la complexité d’accès à certains outils, témoigne d’un effet de simplification et de vulgarisation permis par le travail de terrain et de pédagogie du GIP. **Entre début 2022 et fin 2024, les recrutements ont augmenté pour tous les publics prioritaires** : +6% pour les jeunes, +15,7% pour les habitants des QPV, +29,5% pour les seniors. Il est donc possible que la Communauté fédère naturellement celles qui font déjà plus — mais **tout montre aussi que le fait d’entrer dans la dynamique favorise**

**l'action.** Dans les territoires, cette dynamique prend vie à travers des milliers d'opérations concrètes : 2 695 actions recensées en 2023-2024, portées par les Clubs.

**Enfin, la troisième partie du rapport** démontre l'utilité perçue et l'impact concret de la Communauté pour ses membres, ses animateurs et ses partenaires publics. Pour les entreprises, *Les entreprises s'engagent* est à la fois **un accélérateur d'action, un levier de performance et un espace de simplification**. 44 % d'entre elles mettent en œuvre des actions concrètes (contre 34 % pour les non-membres), et 77 % des membres des Clubs déclarent avoir accéléré leur engagement depuis leur entrée dans la Communauté. Les effets perçus sont forts : **29 % des entreprises membres estiment être devenues plus performantes** grâce à leur engagement, contre 19 % chez les non-membres ; les écarts sont encore plus nets sur l'image de marque (+18 points), la motivation des collaborateurs (+25 points), la fidélisation des talents (+23 points). **L'adhésion au modèle est de plus en plus forte** : entre 2023 et 2024, le "net promoter score" progresse de 12 points, et 92 % des entreprises actives dans les Clubs jugent l'initiative utile ou très utile — notamment parce qu'elle renforce leurs liens avec les services publics, et en particulier avec France Travail. Un participant résume : **"Il y a eu un avant et un après *Les entreprises s'engagent*"**.

Ce sentiment d'impact est également partagé parmi les leaders et référents qui portent la dynamique au niveau local. Pour les leaders d'entreprises en Clubs, **c'est un engagement porteur de sens** (63 % évoquent une fierté d'en faire partie). Ils parlent de reconnaissance, de visibilité, de renforcement de leur propre démarche. Du côté des référents publics, *Les entreprises s'engagent* est perçu **comme un outil concret et utile pour déployer les politiques publiques d'inclusion**, et un levier de rapprochement avec le monde économique (78 %). 83 % estiment que les entreprises comprennent mieux le rôle de l'État en local, et 67 % disent eux-mêmes mieux comprendre les logiques économiques. Malgré cela, le manque de temps opérationnel reste un frein partagé, preuve que cette dynamique **repose encore beaucoup sur l'engagement personnel de celles et ceux qui l'animent**.

Enfin, pour les ministères et opérateurs ayant fait appel au GIP, la Communauté devient une **modalité d'action indispensable** : 93 % affirment que cela a amélioré leur relation avec les entreprises, et 75 % observent une hausse concrète de l'utilisation de leurs dispositifs. Trois attentes convergentes émergent pour la suite : **mobiliser plus de TPE/PME, renforcer l'ancrage territorial, et structurer le suivi d'impact. Trois priorités pleinement alignées avec les orientations de la phase 2.**

Désormais, l'enjeu est clair : consolider, poursuivre et pérenniser. **Faire plus, bien sûr... mais surtout faire mieux avec ce qui existe déjà.** Dès début 2025, plusieurs orientations ont été confirmées : resserrer l'action autour de thématiques à fort impact ; renforcer le rôle des Clubs, notamment par l'intermédiaire d'une implication renforcée des équipes de France Travail.

Ce rapport enseigne aussi sur le fait qu'il faudra **densifier l'ancrage territorial**, au-delà des grandes villes, **dans les territoires ruraux et les zones dans lesquelles le tissu économique est moins dense**. Pour cela, il faudra continuer à simplifier, encore et toujours, pour que les TPE trouvent leur place dans cette dynamique. Il faudra aussi collecter **plus de données publiques**, sur les 5 autres thématiques proposées et la soixantaine d'engagements encore non couverts. Il faudra **faire connaître** encore bien au-delà.

Le défi du **"plus d'entreprises"** de la phase 1 semble relevé. Le nouveau cap pour les phases 2 et 3 est clair : **"plus d'engagement, pour plus d'impact."**

**Et il y a (encore) urgence.** Reprise du chômage, tensions internationales, pression budgétaire : dans ce paysage contraint, la coalition devient une nécessité.

- **Pour l'État**, c'est un moyen de faire mieux, autrement. D'innover, de mutualiser, de rationaliser, sans renoncer à l'ambition. Et de générer des effets leviers sur ses politiques prioritaires, à moindre coût.
- **Pour les entreprises**, c'est une façon concrète de s'engager, dans un cadre clair, lisible, collectif. De mutualiser les efforts et de démultiplier les impacts. De tendre **vers un engagement collectif des entreprises**.
- Pour les publics éloignés de l'emploi, c'est un moyen d'aller plus vite. Tout un système à leur service, *in fine*, mais d'abord.
- **Pour les Français, pour chacune et chacun d'entre nous**, c'est un projet porteur de confiance : envers des entreprises qui font bien plus que produire des biens et des services et qui savent aussi fabriquer du sens ; envers un État, toujours plus capable d'être centré solutions, plus entrepreneurial ; un État partenaire, qui sait se tenir aux côtés des entreprises et qui comprend qu'à travers elles, il touche **vite et mieux ses principaux bénéficiaires**.

**Ce que la Communauté souhaite accompagner, c'est ce changement des regards et la réconciliation par l'action.**

**Ce que l'équipe du GIP souhaite continuer à inventer et transmettre, c'est une nouvelle science des alliances et communautés d'intérêts partagés à impact.**

**En parlant d'engagement plutôt que de jargon**, en simplifiant ce que la complexité rendait inaccessible, elle remet du bon sens et du lien entre des mondes que l'on oppose encore trop souvent.

Les entreprises ont besoin d'**engagement**. L'État a besoin d'**alliés**. Les Français ont besoin d'une **économie du partage et de la confiance**.

Ce rapport en témoigne : faire alliance, ce n'est pas additionner. **C'est transformer.**

**À nous désormais, collectivement, de transformer l'essai.**

## Remerciements :

Pour la réalisation de ce rapport, merci :

- aux membres de la Gouvernance du GIP qui ont contribué à la construction de la feuille de route d'évaluation et de mesure d'impact du projet ;
- aux mécènes qui permettent le déploiement (et le financement) de cette dynamique d'intérêt général ;
- à la Ministre du Travail et à ses équipes pour leur implication dans la réussite du projet ;
- à toute l'équipe du GIP, et parmi ses membres à celles et ceux qui ont été mobilisés dans la réalisation de ce rapport ;
- aux équipes statistiques de France Travail ;
- aux équipes du Cabinet BDO mobilisées en *pro bono* ;
- à tous les répondants aux questionnaires adressés dans le cadre de la réalisation de ce rapport (leaders, référents, entreprises membres, agents publics, etc.).

Plus généralement, merci aux décideurs publics, politiques et économiques qui croient en ce projet, en ses vertus et ses apports.

Merci à toutes celles et ceux qui s'y engagent, convaincus que dès aujourd'hui (et pour demain plus encore) avec "plus d'entreprises, plus engagées, pour plus d'impacts" nous nous rapproch(er)ons de cet idéal d'**une société plus inclusive**, dont Benoît Jaubert, mécène emblématique avec son entreprise, fervent soutien du dispositif à titre plus personnel, faisait partie. Il manque beaucoup au projet *Les entreprises s'engagent* et à toute l'équipe.

