Les 10 facteurs clés de succès pour impliquer des salariés d'entreprises partenaires
(septembre 2025)

De plus en plus d'entreprises qui s'impliquent localement dans des actions sociétales (culturelles, environnementales, solidaires ou encore humanitaires) souhaitent mobiliser leurs collaborateurs dans cette dynamique.

Souvent la motivation de cet engagement mutuel répond à des enjeux d'attractivité, de fidélisation des Femmes et Hommes, mais aussi d'incarnation des valeurs de l'entreprise. Elle peut également correspondre à une quête de sens au travers d'un projet collaboratif. Toutefois, impliquer les collaborateurs nécessite quelques étapes clés ou facteurs clés de succès.

1. Impliquer les salariés dès la conception du projet

Si votre partenaire veux impliquer ses collaborateurs dans vos actions, vous pouvez commencer par concevoir avec eux le projet et les actions concrètes. Par exemple, vous pouvez organiser un groupe de travail pour imaginer ce que vous ferez ensemble et comment cela se passera. Vous pouvez aussi mener une enquête auprès des salariés afin d'identifier leur volonté d'actions, leurs attentes et les modalités d'engagement.

2. Identifier le(s) thème(s) cohérent(s) et légitime(s) avec l'entreprise

Lorsqu'une entreprise soutient une cause, elle doit être en lien avec ses valeurs ou son univers d'activité pour éviter la question du « pourquoi cette cause ». L'implication des collaborateurs est l'un des moyens qui fait sens pour agir au profit de cette cause – sous réserve de la légitimité perçue.

3. Définir les modes d'interventions adaptées (métier, horaires, organisation…) avec les salariés

Dans un temps de plus en plus contraint, l'implication volontaire d'une personne dépendra des modalités pratiques de cet engagement. Co-construiser avec les salariés et l'entreprise les modalités opérationnelles pour être dans la réalité des collaborateurs.

4. Diversifier les modes d'engagement, les apports (compétences, nature, finance…)

La variété des personnes à impliquer induit des motivations différentes.
Soit vous trouvez le plus petit dénominateur commun au plus grand nombre, soit vous proposez une variété de possibilités d'implications pour engager le plus grand nombre d'acteurs (don, collecte, courses, apport de compétences, mentorat…).

5. Résoudre la question du temps

Sur quel temps les collaborateurs vont-ils s'impliquer ? Uniquement sur du temps personnel (bénévolat), sur le temps de travail (mécénat de compétences), les deux ? Est-ce régulier, occasionnel ou encore événementiel… ? C'est une question cruciale à laquelle, vous et votre partenaire, devez répondre avant d'engager ses collaborateurs.

6. Mobiliser et impliquer le Top management

La réussite de votre projet d'implication dépendra aussi de la capacité du top management (le comité de direction par exemple) à prendre du temps pour s'impliquer lui aussi.
Montrer l'exemple, témoigner des bénéfices personnels sont nécessaires pour permettre aux salariés de voir que c'est possible, que cela fonctionne et que c'est bénéfique pour soi et les autres.

7. Sans oublier le management intermédiaire

C'est souvent lui qui sera confronté à l'absence du salarié (surtout si l'engagement est sur le temps de travail ou si c'est une mission de compétences à l'étranger) et qui devra répartir la charge de travail dans l'équipe. Il doit pouvoir être associé à la décision et valider en amont les modalités d'implication pour ne pas désorganiser l'équipe, le service…

8. Reconnaître et valoriser les actions et les acteurs

Ne cherchez pas à mobiliser 70 % de l'effectif de votre partenaire dès la première année.
Commencez raisonnablement, mais surtout faites de cette première experience, un moment inoubliable qui donnera envie à ceux qui hésitaient. Faites témoigner les participants sur leur expérience, leur vécu et les bénéfices acquis à cette occasion. Ils sont vos ambassadeurs pour mobiliser les autres.
N'hésitez pas à les remercier publiquement pour leur engagement et leur participation.

9. Être transparent (résultats, utilisation des fonds, impacts…)

Communiquez sur les résultats de la mobilisation et l'avancement du projet, de l'action.
Apportez des témoignages concrets des participants mais aussi des bénéficiaires.

10. Débriefez avec vos partenaires et si possible les collaborateurs impliqués

Sachez analyser ce qui a bien marché et ce qui doit être amélioré, avec l'entreprise mais aussi avec les salariés. Un rapide questionnaire de satisfaction, une réunion de débrief… et une communication sur les suites de l'action.

➢ *En savoir plus :*

- *Les types d'apports du mécénat*
- *Guide pratique – Partenariat et mécénat*

ORAVEO pour le Crédit Mutuel