



e-book

Giving Tuesday et saison des dons

3 exemples de campagnes menées par nos clients

10 idées pour encourager la générosité dans votre entreprise

1 calendrier d'action pour la fin d'année



Table des matières

La saison des dons, c'est quoi ?	3
Et le Giving Tuesday?	4
Comment nos clients mobilisent leurs employés cette année ?	5
10 idées pour votre campagne de fin d'année	8
Communiquer sur votre campagne de fin d'année	13
Le calendrier de l'avent solidaire	15

Avez-vous entendu parler du mardi dédié à la générosité ?

Que ce soit votre premier #GivingTuesday ou que vous y participiez depuis des années, vous voulez vous joindre au mouvement. Cette journée de don est une occasion unique de relier votre marque, vos employés et votre communauté aux causes qui vous tiennent à cœur.

Peu importe ce que vous faites, mais assurez-vous de vous impliquer ! Si vous et votre entreprise participez, vous vous ajouterez à la somme des efforts pour un impact majeur et un monde meilleur.

Et ne vous arrêtez pas là ! En réalité, le Giving Tuesday est le coup d'envoi pour toute la période de fin d'année où tous et chacun sont plus à l'écoute de leur prochain et en quête de faire le bien. Surfez sur cette vague pour infuser une culture de la générosité et donner le pouvoir d'agir à vos employés et clients.



La saison des dons, c'est quoi ?

La saison des dons désigne la période de fin d'année, souvent les mois de novembre à janvier, au cours desquels les organisations à but non lucratif ont tendance à susciter davantage d'intérêt et de dons.

Cette période de l'année propice aux célébrations, aux rassemblements, à la bienveillance et à la fête, donne une impulsion de générosité sans pareille. C'est le moment idéal pour les activités de collecte de fonds et les actions positives en général, car les gens sont, plus que jamais, dans un état d'esprit de don de soi.

Près d'**un tiers de tous les dons** caritatifs ont lieu en décembre, les trois derniers jours de l'année recueillant **12 % du total des dons annuels**.



Et le Giving Tuesday ?

#GivingTuesday est un mouvement mondial qui célèbre et encourage la générosité, l'engagement et la solidarité. Il donne le coup d'envoi à la période de fin d'année, charnière pour faire le bien. Lancé aux États-Unis en 2012, il prend de plus en plus d'ampleur en France et dans le monde depuis quelques années. Aujourd'hui des individus, des organismes et des entreprises dans plus de 100 pays encouragent la solidarité en se joignant au mouvement. Cette journée dédiée à la générosité est célébrée chaque année le mardi suivant Thanksgiving aux États-Unis. Elle intervient après la frénétique période commerciale du Black Friday et du Cyber Monday.



Lors du GivingTuesday 2021, plus de **112 millions de dollars** ont été donnés par la communauté des clients de Benevity.

Le mouvement Giving Tuesday met le projecteur sur ceux qui font la générosité dans notre pays et partout dans le monde ! Nous travaillons sur un effet d'entraînement car toutes les formes de générosité sont belles et font avancer notre société. Personne n'a attendu le GivingTuesday pour que la générosité s'exprime mais l'exprimer tous ensemble le même jour mondialement...c'est formidable, non ?



Frédéric Fournier

Global Leader
Giving Tuesday
France
[Source](#)

Modèle d'email pour informer vos employés

Objet : Joignez-vous au mouvement du Giving Tuesday

Le Giving Tuesday est la plus grande journée de dons au monde, et c'est pour bientôt, le 29 novembre 2022. Ce mouvement mondial de générosité est l'occasion idéale pour nous tous de faire le bien, et nous voudrions tous vous convier à y participer !

*Voici les actions que nous mènerons cette journée-là pour soutenir nos associations partenaires et comment vous pouvez vous impliquer : **donnez des exemples.***

Nous avons hâte de voir l'impact que nous allons avoir ensemble pendant le Giving Tuesday !

Comment nos clients mobilisent **leurs employés** cette année ?

Parmi les entreprises qui ont choisi d'être des acteurs du changement à nos côtés, nombreuses sont celles qui profitent de la période de fin d'année pour mener des campagnes d'envergure avec leurs employés. En voici quelques exemples.

Spotify implique ses Communautés d'employés (ERG) à sa deuxième campagne annuelle Giving Tuesday

Après le lancement de sa première campagne pour la Giving Season l'année dernière, Spotify espère multiplier l'engagement de ses employés cette année en impliquant ses Communautés d'employés (groupes ERG). À l'occasion de Giving Tuesday, chaque employé à temps plein et à temps partiel recevra 100 dollars sur son compte Benevity afin d'en faire un don à une organisation. En parallèle, Spotify jumellera également les dons faits par les employés. Les employés seront ensuite encouragés à faire don de la somme de départ accordée par l'entreprise à des organisations identifiées par les Communautés ERG de Spotify qui font un travail remarquable tout au long de l'année. Cette campagne qui mobilise de l'intérieur et donne du crédit aux employés les plus impliqués devrait susciter encore plus d'engagement et d'inscriptions que l'année dernière pour un impact décuplé dans toutes les régions du monde où se trouvent les collaborateurs et collaboratrices de Spotify.

En apprendre plus sur les Communautés d'employés (ERG)



2

semaines de
campagnes

13 000

employés dans
le monde

100\$

en dons versés à
chaque employé



La journée internationale de volontariat de BNP Paribas en Suisse

À l'occasion de la Journée internationale du volontariat le 5 décembre, BNP Paribas en Suisse mobilise ses employés dans ses différents bureaux à Genève et à Zurich. Afin d'apporter du soutien aux personnes particulièrement isolées en cette période de fin d'année, les collaborateurs et collaboratrices passeront plusieurs heures dans un centre pour personnes souffrant de déficits cognitifs. Au programme : journée jeux de société et cuisine ! En parallèle, des maraudes et d'autres activités de volontariat sur le terrain seront organisées pour venir en aide aux personnes dans le besoin.



BNP PARIBAS

2

villes

120

heures de volontariat

3

associations partenaires

Un de nos clients de la Tech booste les dons des employés pour la Giving season

Pour la deuxième année consécutive, l'un de nos clients, une entreprise tech franco-américaine mobilise ses employés à travers le monde (en France, aux États-Unis, en Allemagne ou encore au Japon) pour sa campagne de Noël. À cette occasion, l'entreprise jumellera les dons des employés aux organisations caritatives de leur choix. Pour chaque euro donné par un employé, l'entreprise abondera de la même somme. Pour son coup d'envoi, la campagne démarre avec le Giving Tuesday. Cette journée-là, tous les employés ayant atteint un certain nombre de points sur la plateforme d'engagement Benevity grâce au volontariat et aux challenges réalisés au cours de l'année verront leurs dons triplés. Pour chaque don, l'entreprise reversera le double du montant équivalent.

+300

employés en France
et plusieurs centaines
dans le monde

Dons doublés et
triplés

9

bureaux dans le
monde



L'initiative de Noël avec les clients Benevity

De nombreuses autres entreprises ont choisi de rejoindre l'initiative de Noël de Benevity pour apporter de la joie aux enfants de leurs communautés locales.

Le principe

Dans le contexte des fêtes de fin d'année, nous nous associons à des foyers dans plusieurs villes suisses. Chaque enfant pourra faire sa liste de cadeaux et être jumelé à un employé qui a à coeur d'apporter de la joie aux moins privilégiés.

En parallèle, en partenariat avec nos associations partenaires, plusieurs collectes de biens seront organisées à travers le monde comme à Paris, Londres, Barcelone, Singapour ou Sydney.



Une initiative pour répandre la générosité

+10

villes dans le monde

+1000

cadeaux seront distribués aux enfants

+10

associations partenaires

+20

entreprises et des milliers d'employés mobilisés



10 idées pour votre campagne de fin d'année

1. Lancez un programme de jumelage des dons

Vous souhaitez encourager davantage de personnes à faire leurs dons pour GivingTuesday ou pendant la période des fêtes ? Pour l'occasion, mettez en place une contrepartie de l'entreprise à chaque don des employés. Il s'agit de l'outil le plus puissant que vous possédiez pour encourager les dons, puisque les employés sont deux fois plus susceptibles de faire un don lorsqu'il est jumelé.

Nos études de cas révèlent, qu'à l'occasion d'une campagne de jumelage à 200 %, une entreprise technologique du Fortune 100 a constaté une augmentation de 97 % du nombre d'employés faisant des dons et de 80 % quant aux montants versés.

Un client de Benevity a apporté des mises de départ à la collecte de dons de ses employés le jour du GivingTuesday et a constaté une augmentation stupéfiante de

↑ 300%



de la participation au programme !

2. Remerciez vos employés avec des dons aux associations

Qui dit fin d'année, dit souvent cadeaux de reconnaissance envers vos employés. Et si vous troquiez les traditionnels paniers garnis, carte-cadeaux ou goodies à l'effigie de votre entreprise par des dons ? Proposez à vos employés de leur verser des fonds qu'ils pourront utiliser pour soutenir l'association de leur choix par le biais de dons.

Encouragez-les à partager leur engagement en équipe ou à l'échelle de l'entreprise pour donner de la visibilité à ces organisations et déclencher un véritable cercle vertueux.

3. Incluez vos employés dans vos investissements communautaires

Les programmes d'investissement communautaire sont une source peu connue d'engagement des employés. Si l'attribution des subventions d'entreprise est un processus qui n'impliquent habituellement pas les collaborateurs, saisissez l'occasion de la saison des dons pour leur donner plus de pouvoir sur ce type d'action de solidarité. À l'occasion du GivingTuesday ou pendant tout le mois de décembre, par exemple, encouragez vos employés à désigner leurs organisations à but non lucratif préférées pour qu'elles reçoivent une subvention de l'entreprise.

84 % des consommateurs et 86 % des employés affirment que toutes les parties prenantes devraient être impliquées dans les dons des entreprises. Adobe a collecté près de 4 millions de dollars de subventions via son fonds communautaire pour les employés, en impliquant plus de 12 000 employés dans le monde.

En apprendre plus sur la gestion des subventions d'entreprise

Une autre façon de multiplier l'impact est de jumeler le volontariat de vos employés aux investissements communautaires de votre entreprise. Pourquoi ne pas encourager vos employés à faire du bénévolat sur leurs heures de travail lors du GivingTuesday ou de la période de fin d'année auprès de ces organisations que vous soutenez ? C'est une excellente façon d'aider les employés à voir l'impact des subventions de votre entreprise sur les projets qui bénéficient à leur communauté !



4. Organisez une collecte de cadeaux

Une autre bonne idée pour la saison des dons est d'organiser un point de collecte dans votre entreprise. Les employés peuvent y venir et choisir parmi une liste de cadeaux sélectionnés par une organisation locale à but non lucratif. Ils achètent ensuite ce cadeau et l'apportent pour l'envoyer à l'organisation choisie.

Ces organisations sont généralement des organismes caritatifs pour les enfants, mais vous pouvez appliquer cette initiative à tous types d'organisations. Discutez avec vos associations partenaires et les communautés locales pour voir ce dont leurs bénéficiaires ont besoin en cette période de fin d'année.

5. Organisez une vente aux enchères

La saison des dons coïncide avec celle des fêtes de bureau. Quelles que soient les activités que vous avez prévues, vous pouvez toujours y intégrer une vente aux enchères afin de collecter des fonds pour l'association à but non lucratif de votre choix ou du choix de vos employés. Voici quelques bonnes idées d'objets à mettre aux enchères :

- Un panier ou un panier de cadeaux de vacances
- Un week-end
- Des billets pour un événement
- Des expériences locales

Et en parlant de fêtes de bureau, et si vous organisiez une activité de team-building un peu différente ? Du volontariat en équipe ? Une soirée à thème pour favoriser l'inclusion et la solidarité ?



6. Proposez à vos employés d'organiser une collecte de fonds à thème

Cette action peut être organisée par l'entreprise, mais elle a beaucoup plus d'impact si elle est menée par les employés avec le soutien de leur employeur. Proposez à vos employés de mener une collecte de fonds pour la période des fêtes en fonction de leurs envies, de leurs passions ou de leurs compétences. Qu'il s'agisse d'une course déguisée ou d'une vente de pâtisseries sur le thème de Noël, faites en sorte que tout le monde participe.

Pour booster l'engagement, n'hésitez pas à lancer une compétition amicale pouvant s'étendre sur toute la période de fin d'année. Invitez vos collaborateurs à se mettre en équipe pour organiser une activité de collecte. Vous pouvez choisir de récompenser celle qui aura récolté le plus d'argent, qui aura fait preuve du plus d'originalité ou qui aura rassemblé le plus de participants, par exemple. Offrez aux gagnants d'abonder leur collecte d'un don additionnel à l'organisme de leur choix.

7. Impliquez vos clients

N'oubliez pas vos clients ! Encouragez-les à convertir leurs récompenses en dons caritatifs. Cela permet aux gens de s'impliquer de différentes manières, et vous n'avez pas besoin d'un programme de récompenses pour commencer. Par exemple, au lieu de bons de réduction, offrez à vos clients des bons pour des dons.

Découvrez des façons d'engager vos clients



8. Donnez des vêtements chauds

Selon l'endroit où l'on se trouve dans le monde, la période des fêtes peut marquer le début de mois très froids. Incitez vos employés à venir en aide aux personnes sans domicile fixe pour qui cette période est très difficile.

Encouragez vos employés à faire don de vêtements chauds au refuge local pour les personnes sans domiciles. C'est le moyen le plus direct d'aider à garder les gens au chaud pendant la période des fêtes.

9. Partagez des ressources pour sensibiliser vos employés

La fin d'année est la période pour faire le bien, mais charité bien ordonnée commence par soi-même. Prodiguez à vos employés le maximum d'informations pour leur permettre d'agir de façon responsable au travail comme dans la vie. À l'approche de la période des cadeaux et des achats en tout genre, sensibilisez vos collaborateurs et collaboratrices sur l'impact de la surconsommation et sur la piste des cadeaux éco-responsables.

Pour aller plus loin, vous pourriez aussi organiser un vide-grenier au sein de vos bureaux pour favoriser la seconde-main et continuer à infuser la générosité au sein de votre entreprise.

10. Distribuez la générosité par tous les moyens

Giving Tuesday, c'est le mardi du don mais c'est surtout une journée dédiée à la générosité. Ça donne le ton jusqu'à la fin de l'année entre bienveillance et solidarité. Pour sublimer cette période, mettez vos employés au défi de mener un maximum d'actions positives, individuellement ou collectivement.

Certaines entreprises lancent des marathons de "merci". Passez une après-midi en équipe pour appeler vos clients et partenaires pour les remercier. D'autres mènent des activités pour apporter de la joie là où c'est possible : envoyer des lettres aux personnes isolées dans les maisons de retraite, aller promener des animaux dans des refuges, consacrer la journée des compliments au travail, etc.

Communiquer sur votre campagne de fin d'année

Soyez viral

#GivingTuesday, c'est avant tout un mouvement collectif. L'événement est très populaire sur les réseaux sociaux. Au-delà de faire le bien, il s'agit aussi de répandre la générosité. En parler, la démocratiser, la multiplier.

Parlez-en à l'interne bien sûr. Faites monter l'engouement plusieurs semaines en avance. Informez vos collaborateurs quelques semaines avant le GivingTuesday et n'oubliez pas de faire un rappel la veille. Si votre campagne s'étend sur toute la période de fin d'année, donnez un aperçu du calendrier de vos activités en amont.

Puis, parlez-en au monde entier ! #GivingTuesday, c'est viral et ça foisonne sur les réseaux sociaux. Ajoutez votre pierre à l'édifice pour inciter plus de monde à rejoindre le mouvement et pour reconnaître l'impact de vos employés.

Modèles de publications pour les réseaux sociaux

Compte à rebours avant le 29 novembre : chez [nom de l'entreprise](#), on se tient prêt à libérer notre #générosité. #givingtuesday #GivingTuesdayFR

Pour marquer la période de fin d'année, tous les collaborateurs et collaboratrices de [nom d'entreprise](#) ont donné X heures de leurs temps pour soutenir [bénéficiaires](#) et aider à [impact](#). Voici les photos des moments les plus marquants de ce mois que nous avons consacré à la générosité.

Aujourd'hui, c'est #givingtuesday, le Mardi des dons ! Soutenons les causes que nous aimons, afin qu'elles puissent continuer à apporter les changements que nous voulons voir dans le monde. Chez [nom de l'entreprise](#), nos employés ont choisi de [décrire les actions](#) pour célébrer la #générosité et se joindre au mouvement mondial. #GivingTuesdayFR



Donnez la parole à vos employés

GivingTuesday, c'est évidemment plus que tweeter le hashtag - il s'agit de partager les enjeux qui sont importants pour vos entreprise et pour vos employés et les changements qu'ils aimeraient apporter. Donnez à vos collaborateurs et collaboratrices l'espace nécessaire pour partager ces histoires. Ouvrez la discussion sur le type d'activités de volontariat offert ou les organismes à soutenir. Demandez aux personnes investis de témoigner et de partager leurs histoires personnelles. Les gens aimeront entendre comment leurs collègues ont contribué aux causes qui leur tiennent le plus à cœur. C'est également un bon moment pour partager l'impact de vos activités d'investissement communautaire avec vos collaborateurs et les laisser réagir.

Communiquez sur l'impact

Assurez vous de partager le bilan de comment s'est déroulé le GivingTuesday ou votre campagne de fin d'année. Montrez comment les contributions des vos employés ont fait la différence et comment vous prévoyez de continuer à avoir de l'impact dans la communauté tout au long de l'année.

Transformer un moment en mouvement

N'oubliez pas qu'une fois le GivingTuesday terminé, il reste 51 autres mardis dans l'année pour mobiliser vos collaborateurs et collaboratrices pour faire le bien. Et si la période de fin d'année est certes propice aux actes de bonté, comment pouvez-vous travailler à infuser cette culture de la générosité dans l'ADN de votre entreprise et la faire vivre toute l'année ?

- Gardez le contact avec les associations que vous avez aidées à cette occasion.
- Sélectionnez d'autres temps forts de l'année pour en faire des rendez-vous de mobilisation.
- Reprenez ce qui a le mieux fonctionné lors de votre campagne de la Giving Season pour l'appliquer à une autre période spéciale. Pourquoi pas lancer une campagne de la rentrée ou une campagne pour l'été ?



Le *calendrier* de l'avent solidaire



Tout commence avec *une bonne action*

Si cette année vous ne pouvez pas vous lancer dans une campagne d'envergure pour clôturer l'année, vous pouvez quand même inciter vos employés à faire le bien autour d'eux à petite échelle. Prenez ce calendrier de l'avent spécial générosité comme inspiration pour poser les premières pierres à l'édifice collectivement.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
 Novembre - Décembre 2022	 29 Giving Tuesday	 30 Envoyer une carte postale à un proche	 1 Jeudi dons Faire un don à une cause	 2 Organiser ou participer à une collecte de fonds	 3 Aller promener des animaux abandonnés	 4 Cuisiner un gâteau pour vos voisins
 5 Envoyer des cadeaux à des orphelinats	 6 Nourrir les oiseaux dans un parc	 7 Contacter un(e) ami(e) de longue date	 8 Jeudi dons Faire un don à une cause	 9 Envoyer des lettres aux personnes isolées	 10 Cuisiner des repas végétariens pour la semaine	 11 Ramasser des déchets dans un parc
 12 Boire un café avec une nouvelle personne	 13 Écouter un podcast sur la santé mentale	 14 Organiser un troc de vêtements de seconde-main	 15 Jeudi dons Faire un don à une cause	 16 Regarder un documentaire sur le changement climatique	 17 Nettoyer les abords d'une rivière de la ville	 18 Faire du bénévolat dans une banque alimentaire
 19 Offrir des chocolats à un(e) collègue	 20 Accompagner une personne âgée pour faire ses courses	 21 Organiser un vide-grenier de jouets	 22 Jeudi dons Faire un don à une cause	 23 Distribuer des produits hygiéniques aux sans-abris	Reverser la moitié de vos dépenses des fêtes à une association 24 	

Curieux de savoir comment la technologie peut *booster vos* *campagnes solidaires ?*

**Demandez une
démonstration**



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