

Note d'analyse des résultats de l'étude d'opinion Viavoice réalisée pour Wiismile en mars 2025

1. Engagement sociétal : une dynamique personnelle mais perfectible

1.1 Près de **8 dirigeants sur 10 (83 %)** affirment que leur entreprise est déjà engagée ou prévoit de s'engager dans des actions sociétales. Ce chiffre traduit une appétence réelle, mais des démarches encore souvent informelles et peu professionnalisées.

1.2 Types d'actions menées :

Les engagements les plus répandus sont :

- Des dons à des associations (**62 %**) ;
- L'implication dans des initiatives locales (41 %) ;
- La participation à des actions de sensibilisation ou d'inclusion (25 %).

Les **décisions proviennent à 82 % d'une initiative personnelle du dirigeant**, bien plus que d'une demande de collaborateurs ou d'un cadre réglementaire.

Ce qui encouragerait un engagement accru :

- Des incitations fiscales (41 %), en tête des leviers d'action publique ;
- Un allègement administratif (22 %) ;
- Et une meilleure mise en relation avec les acteurs engagés localement (10 %).

1.2 Les enseignements

Les décideurs publics gagneraient à mieux reconnaître et valoriser l'engagement sociétal des TPE et PME, en le rendant plus visible à travers des **labels accessibles**, des vitrines locales ou des plateformes facilitant la mise en relation.

Cette reconnaissance pourrait s'accompagner d'un **allègement administratif** pour les entreprises engagées, par exemple via un bonus ou un traitement prioritaire dans certaines démarches.

Par ailleurs, les **aides publiques pourraient être articulées à des critères d'impact social ou territorial**, tout en veillant à ce que ces critères ne deviennent pas des barrières à l'accès pour les plus petites structures.

Enfin, il est essentiel de **soutenir la création de réseaux d'entreprises locales engagées**, en lien avec les collectivités territoriales, afin de favoriser la mutualisation des pratiques et de renforcer une dynamique collective sur les territoires.