LES COLLECTIFS

RAPPORT 2025 D'IMPACT

SOMMAIRE

1 Les activités de l’association

2 L’impact qualitatif sur les collectifs de salarié·es

3 L’impact qualitatif sur les salarié·es engagé·es

4 L’impact qualitatif sur les directions RSE

5 Décisions et descriptions de nos indicateurs quantitatifs

6 Les pistes d’actions pour améliorer notre impact

INTRODUCTION

La raison d'être de Les Collectifs

Les collectifs de salarié·es engagé·es occupent une place singulière dans la transition écologique et sociale. Essentiels à la transformation des entreprises et des organisations, ils agissent depuis leur intérieur et ont le pouvoir d'influer sur leurs décisions stratégiques.

Pour le sociologue Gaëtan Brisepierre, dans son étude ECOTAF: la mobilisation écologique des salariés, le passage d'un déclic écologique personnel à l'engagement dans la sphère professionnelle survient souvent au moment où le ou la salarié·e réalise qu'il ou elle n'est pas seul·e à vouloir agir. C'est la rencontre avec d'autres personnes partageant les mêmes convictions qui transforme une intention individuelle en action collective.

Le but de l'association Les Collectifs est précisément de provoquer et de nourrir ces rencontres, de connecter ces salarié·es atomisés au sein de leurs entreprises respectives. L'association permet de généraliser les enseignements tirés des actions mises en œuvres au sein des collectifs et aide le mouvement à prendre de l'ampleur.

Pourquoi cette mesure d'impact ?

Pourquoi cette mesure d'impact ?
Ce premier rapport d'impact nous sera utile pour avoir une meilleure vision des répercussions de nos actions et pour comprendre ce à quoi nous contribuons en tant que réseau, ainsi que les effets que nous avons sur nos différents publics. En le mettant en place, notre but est également de faire apparaître des pistes d'amélioration de notre action.
Nous avons réparti ces publics en trois catégories : les collectifs déjà constitués, quel que soit leur niveau d'expérience ou d'ambition ; les salarié·es engagé·es qui ne sont pas, ou pas encore, membres d'un collectif ; et les directions RSE des entreprises dans lesquelles un collectif s'est créé.

Dans ce rapport nous donnons une place importante aux indicateurs qualitatifs mais nous avons également défini 3 indicateurs quantitatifs.

Nous ne faisons pas la mesure de l'impact des actions menées par les collectifs de notre communauté mais bien des actions de notre association en tant que réseau.

I — INTRODUCTION

Dans cette partie nous allons résumer les différentes activités de Les Collectifs, mais d'abord:

Qu'est ce que Les Collectifs ?

L'association Les Collectifs est un réseau de 130 collectifs de salarié·es qui s'engagent afin de faire prendre le virage de la transition écologique à leur organisation.

Elle répond aux besoins de ces salariés en les connectant, en les conseillant sur leurs problématiques spécifiques et en développant des outils. Elle plaide également publiquement pour des entreprises plus responsables.

Pour remplir ces missions l'association mène de nombreuses activités. Afin de les résumer ici, nous les avons réparties en trois grandes catégories selon l'objectif qu'elles poursuivent: créer du lien, accompagner les collectifs et plaider pour des entreprises plus responsables.

Grâce à ce simple aperçu des activités de l'association et de leurs objectifs nous pourrons étudier dans les parties suivantes de ce rapport leurs effets concrets sur nos différents publics cibles.

Le rapport d'activité annuel publié par Les Collectifs détaille l'ensemble des activités de l'association de façon exhaustive.

1/ Créer du lien

En tant que réseau, l'association a vocation à être un espace dans lequel tous les collectifs peuvent développer une identité commune ainsi que bénéficier des retours d'expériences des uns et des autres.

A Mises en lien personnalisées

Lorsque deux collectifs se penchent sur une thématique proche ou lorsqu'un collectif a besoin d'accompagnement, l'association peut mettre en lien deux collectifs entre eux. Ces mises en lien peuvent concerner des collectifs qui travaillent une même thématique (restauration collective, déplacements professionnels...), qui partagent une organisation similaire, qui traversent une situation comparable (rapport à leur direction, essoufflement des membres...) ou qui évoluent dans le même secteur.

C'est l'une des aides les plus demandées au sein du réseau et à nos yeux l'une de celles qui illustre le mieux ce que permet concrètement d'appartenir à une communauté de plus de 130 collectifs : ne pas réinventer la roue, ne pas affronter seul ses difficultés, et bénéficier de l'expérience de ceux qui sont passés par là avant.

En 2025 nous n'avons commencé à suivre cet indicateur qu'en fin d'année. Le chiffre obtenu n'est donc pas représentatif de notre activité. L'enjeu pour l'année 2026 va être de comptabiliser toutes les mises en lien directes réalisées par l'association.

B Mises en liens groupées

Les groupes thématiques inter-collectifs

L'association permet de réunir des membres de collectifs, tous secteurs confondus, au sein de groupes thématiques. L'objectif de ces groupes est de réunir tous les conseils et les bonnes pratiques qui peuvent être portés par nos collectif sur divers sujets. Chaque groupe explore un sujet précis pour lequel ses membres se sont portés volontaires car ils ont déjà mené des actions concernant ce sujet au sein de leur collectif et souhaitent partager leurs retours d'expériences. À l'issue d'une durée moyenne de quatre mois, ces groupes réalisent une restitution publique de leurs conclusions en ligne, et partagent un livrable réutilisable dans le futur par tous les collectifs du réseau.

Chaque groupe est constitué en moyenne d'une douzaine de participants issus de 7-8 collectifs différents. En 2025, trois GT inter-collectifs ont été menés: sur la sobriété numérique, l'internationalisation d'un collectif et la biodiversité sur site.

Lien vers les restitutions et les livrables de ces GT

GT sobriété numérique

GT internationalisat-ion de son collectif

GT biodiversité sur site

B Mises en liens groupées

Afterworks

L”association Les Collectifs organise régulièrement des afterworks afin de permettre aux membres de collectifs d'un même territoire de se rencontrer, d'échanger sur leurs expériences et de faire émerger des synergies locales.
Les afterworks sont des espaces de rencontre locaux et les dynamiques qui y naissent sont différentes de celles qui naissent en ligne. Les liens sont parfois plus durables puisque certaines personnes se retrouvent à chaque afterworks dans leur ville et ces rencontres laissent place à des moments de convivialité plus informelle.

Ces moments jouent un rôle de mobilisation : ils permettent de remotiver les membres engagés et d'accueillir les salarié·es curieux·ses qui souhaitent en apprendre davantage sur la création d'un collectif.

Les Collectifs anime aujourd'hui des communautés locales dans 9 villes : Paris, Lyon, Clermont-Ferrand, Grenoble, Lille, Nantes, Toulouse, Bordeaux et Rennes.

Animation régulière de la communauté

L’objectif de l’animation de la communauté est de maintenir le lien avec les référent·es de collectifs, de rendre visibles les ressources de l'association et d’outiller les collectifs au quotidien.
Chaque semaine une newsletter est envoyée par mail aux référents des collectifs. Dans cette newsletter figurent les actualités de l’association ainsi que les nouvelles ressources mises en ligne. Cette newsletter sert à visibiliser et rendre plus lisible les ressources proposées par l’association. Elle vise également à outiller les collectifs en leur relayant les offres et demandes de nos partenaires susceptibles de les intéresser.

L’association anime également divers canaux Telegram qui regroupent et mettent en relation les référent·es de collectifs. Sur ces canaux les référent·es peuvent échanger et poser leurs questions de façon horizontale.

2/ Accompagner les collectifs

Passeport Collectif

L'objectif de notre MOOC de formation Passeport Collectif est de permettre à tout·e salarié·e d'accéder librement, gratuitement et à son rythme à des contenus de formation sur la création et le développement d'un collectif. Ce format est complémentaire du coaching régulier.

Cette série de 22 vidéos a été publiée en mars 2025. Elle répond aux questions suivantes : Pourquoi s'engager en entreprise ? Comment se regrouper avec d'autres salariés au sein d'un collectif ? Comment faire de ce collectif une partie prenante reconnue dans son entreprise ?

Ces vidéos mêlent interviews de membres de collectifs, de dirigeant·es, de conseils prodigués par l'association et d'expert·es externes, comme Fabrice Bonnifet, Président du Collège des Directeurs du Développement Durable (C3D), Gaëtan Brisepierre, sociologue ou Carine de Boissezon, Directrice Impact d'EDF, apportant ainsi des éclairages variés et de qualité.
Plus de 400 personnes se sont inscrites au-delà des premiers épisodes, dans le but d'accéder à l'intégralité des vidéos.

Coaching régulier

Le coaching régulier est le pilier central de notre accompagnement des collectifs, il nous permet d'assurer un suivi personnalisé de chaque collectif du réseau, de leur apporter des conseils adaptés à leur situation et de les orienter vers les ressources les plus pertinentes.

L'association instaure progressivement des appels réguliers avec l'ensemble des collectifs du réseau, au minimum tous les quatre mois. Lors de ces points, l'équipe opérationnelle échange avec les référent·es du collectif, répond à leurs interrogations et leur prodigue des conseils fondés sur les retours d'expérience de l'ensemble du réseau. Selon les besoins identifiés, ces appels peuvent également déboucher sur des mises en lien avec d'autres collectifs ou sur une intervention directe de l'association au sein du collectif.

Ce coaching permet également d'aiguiller les collectifs vers nos ressources les plus adaptées à leurs besoins, que ce soit nos ressources disponibles librement en ligne, comme des vidéos spécifiques de Passeport Collectif ou des ressources plus confidentielles partageables seulement avec l'autorisation des sources dont elles proviennent.

Atlas des actions

Afin que tout collectif puisse s'inspirer des initiatives déjà menées dans le réseau et bénéficier de modes d'emploi concrets et réplicables pour passer à l'action, nous avons réalisé notre “atlas des actions”.

L’Atlas des actions est une ressource participative où des membres de collectifs détaillent étape par étape la mise en place des actions qu’ils ont pu mener dans leurs entreprises.

Les utilisateurs peuvent laisser un commentaire afin de poser des questions, d'exprimer leur avis sur cette action mais aussi, principalement, de partager leurs propres retours d’expériences une fois qu’ils ont mis cette action en place dans leur organisation.

La plateforme continue d’être mise à jour et consultée en 2025.

Infographies

L’objectif de nos infographies est de faciliter la communication des collectifs en leur fournissant des outils visuels clés en main, personnalisables et immédiatement utilisables.

Lancé en 2025, le projet Infographies part d'un constat simple : la communication est une tâche chronophage qui requiert des compétences spécifiques, souvent difficiles à mobiliser pour des collectifs qui agissent sur leur temps libre. Pour répondre à ce besoin, l'association prend en charge la rédaction des contenus et la réalisation des visuels, afin de proposer aux collectifs des infographies personnalisables, adaptées à leurs besoins de communication interne et externe.

Webinaires

Le format webinaire est à la croisée de deux de nos missions : il accompagne les collectifs , en direct ou via le replay , tout en créant des temps d'échange en direct qui renforcent les liens au sein de la communauté.

Les thèmes abordés en webinaires permettent d’accompagner les collectifs, sur des connaissances (déplacements professionnels, bilan carbone, régénératif, ...) mais aussi des compétences clés (ne pas s’essouffler, stratégie de court et de long terme, etc.). Ces webinaires font intervenir des expert·es qui permettent de relier les collectifs aux savoirs et théories écologiques les plus récents. Au-delà de la transmission de contenu, ils font aussi marcher l’intelligence collective du réseau lors des temps d’échanges.

Contre-argumentaire en entreprise

Dans le but d' aider les membres de collectifs à adopter la bonne posture et à trouver les bons arguments face aux sujets complexes qu'ils rencontrent en entreprise nous avons lancé en 2025 le projet “Contre-argumentaire en entreprise”. Nous avons créé des fiches qui accompagnent les membres de collectifs sur des sujets tels que l’IA, la décroissance ou le greenwashing.

Ces fiches prennent la forme de controverses fictives et fournissent des arguments types.
Chaque fiche s’appuie sur l’expertise de partenaires de l’association comme Data for Good ou encore Parlons Climat mais l’objectif n’est pas de réaliser une fiche de sensibilisation sur laquelle notre association n’aurait pas de valeur ajoutée à apporter.
La singularité de ses fiches est qu’elles vont plus loin et aident les membres de collectifs à définir la posture qu’ils peuvent adopter en fonction de leur contexte, les arguments les plus efficaces pour convaincre leurs collègues et leur direction, et les actions concrètes qu'ils peuvent mettre en place.

Décryptages et entretiens

Pour répondre aux questions que se posent les membres du réseau et alimenter leur réflexion, l'association publie régulièrement deux types de contenus en ligne : des décryptages et des entretiens.

Depuis 2025, un décryptage mensuel aborde aussi bien des situations concrètes rencontrées par les collectifs que des sujets de fond liés à la philosophie du mouvement, comme par exemple l'absence de statut juridique des collectifs ou encore le backlash écologique. Ces articles ne sont pas des tribunes généralistes : ancrés dans la réalité du terrain, ils sont conçus pour apporter des réponses directement utiles à des collectifs qui agissent.

Les entretiens, quant à eux, donnent la parole à des acteurs et actrices de l'écosystème, élu·es, chercheur·ses, dirigeant·es, membres de collectifs, afin de nourrir la réflexion du réseau et d’ouvrir des perspectives sur les grandes questions que traverse le mouvement.

LIEN VERS NOS RESSOURCES

Passeport collectif

Atlas des actions

Infographies

Webinaires

Décryptage et entretien

3/ Plaider publiquement pour des entreprises plus responsables

Le rôle de l'association est aussi de rendre visible la volonté d'engagement des salarié·es et de légitimer ces démarches auprès des entreprises et de l'écosystème plus large. Cela afin de donner de l'ampleur à ce mouvement et permettre à celles et ceux qui s'y engagent de se sentir moins isolé·es et mieux reconnu·es.

La mission de plaidoyer est d'ailleurs au cœur de l'histoire de l'association puisque c'est une tribune signée par 27 collectifs dans Les Échos en avril 2021 qui a constitué son acte fondateur.

Depuis, l'association porte la voix du mouvement à travers plusieurs canaux :
Les prises de parole publiques: interventions lors de conférences en entreprises ou lors d'événements de l'écosystème, participations dans des médias généralistes pour porter des positions concrètes.

L'intégration dans la gouvernance du monde économique: l'association a par exemple siègétrois ans au Conseil d'Administration invité du Mouvement Impact France, lui permettant d'influencer les orientations du monde économique depuis l'intérieur.

Et l'intégration dans l'écosystème, plus large, de la transition écologique grâce à ses partenaires, en étant notamment "amie du pacte européen pour le climat".

II – L'IMPACT QUALITATIF SUR LES COLLECTIFS DE SALARIÉ-ES

Dans cette partie nous étudions l'impact des activités de l'association sur les collectifs de salarié·es en se basant sur leurs retours qualitatifs. Ces retours nous ont été transmis majoritairement par les référents de ces collectifs.

1/ Les impacts de la mise en réseau avec d'autres collectifs

A- Mises en lien personnalisées:

Ces mises en lien sont nos aides les plus demandées lors de nos appels réguliers. Les collectifs sollicités pour ces mises en lien se montrent généralement enthousiastes et se rendent disponibles, ce qui témoigne de la force de la dynamique d'entraide au sein du réseau. Pour un de nos collectifs, dans le secteur de l'industrie pharmaceutique, nous sommes une « courroie de transmission efficace pour rentrer en contact puis échanger avec d'autres collectifs ».

Elles créent parfois des réseaux d'entraide sur le long terme, le collectif d'un organisme public du secteur spatial déclare avoir «échangé avec un autre collectif de l'industrie avec qui nous sommes restés en contact par la suite. »

B - Mises en lien groupées

Afterworks

Ce type de mise en lien se fait au niveau local. Selon les termes de notre collectif du spatial: « Ces afterworks rapprochent des acteurs engagés et les connectent à l'échelle de plusieurs territoires et au sein d'une filière. Ils permettent de faire avancer des réflexions, échanger sur des retours d'expérience et envisager des actions communes ou convergentes au niveau de la filière ».

Webinaires

Les collectifs invités à témoigner lors de nos webinaires bénéficient souvent d'un effet très positif : le renforcement de leur légitimité au sein de leur organisation. Être invité à partager son expérience devant une communauté nationale de collectifs envoie un signal fort en interne, celui d'une démarche reconnue, sérieuse, et qui s'inscrit dans un mouvement plus large que la seule initiative locale.

Animation régulières de la communauté

La création d'une communauté de référents de collectifs, via les canaux Telegram ou la transmission de demandes et d'offres d'expertise via nos récaps hebdo, repose sur une dynamique horizontale et spontanée qui complète utilement l'accompagnement plus structuré proposé par l'association : il permet aux collectifs d'accéder à l'intelligence collective du réseau à tout moment, sans attendre un appel ou un webinaire.

Les questions posées obtiennent rapidement des réponses. Cependant si l'on regarde spécifiquement les canaux Telegram, ceux-ci sont encore trop peu utilisés à notre goût.

La mise en lien avec d'autres acteurs du secteur écologique, notamment via notre newsletter hebdomadaire, apporte des opportunités diverses aux collectifs. Notre collectif dans le secteur de la santé relève que «grâce aux Collectifs, l'accès à l'écosystème des associations environnementales est facilité. [...] Notre collectif est rentré en contact très facilement avec un des fondateurs de Ma petite planète et avec celui de 2 tonnes. Résultat, nous sommes actuellement en discussion avec 2 tonnes pour créer un atelier 2 tonnes qui sera adapté à notre société. »

A- Aide apportée par le suivi et l'accompagnement direct

Par accompagnement direct, on entend les échanges, par appel, visio ou mails réalisés avec les collectifs, afin de répondre à leurs problématiques particulières.

2/ Les impacts de l'accompagnement par l'association.

Le coaching régulier :

Pour l'association, ces appels réguliers sont un outil de suivi essentiel : ils permettent de suivre les évolutions des dynamiques internes de chaque collectif et d'adapter l'accompagnement proposé en conséquence. Ils constituent également une source précieuse d'information sur l'état du réseau dans son ensemble.

Du point de vue des collectifs, cette démarche approfondit la relation avec l'association. Elle instaure des interlocuteurs identifiés et accessibles, et renforce le sentiment de soutien et d'appartenance à un mouvement plus large. Depuis l'instauration de la régularité de ce coaching, les collectifs osent davantage contacter l'association pour solliciter de l'aide avant que leurs difficultés ne deviennent de véritables freins. Ils partagent également plus facilement leurs retours d'expérience après la mise en place d'une action.

Avant la mise en place de ces appels réguliers, les collectifs nous sollicitaient trop peu spontanément, souvent bien en deçà de leurs besoins réels. Il nous arrivait même d'apprendre la disparition d'un collectif sans avoir jamais été informés que celui-ci traversait des difficultés.
En plus de permettre à l'association de partager des conseils et d'orienter vers les bons outils, ces appels ont l'effet secondaire de permettre aux collectifs de faire un point sur leur situation et de prendre du recul sur leur fonctionnement.

Enfin il apparaît que pour une minorité de collectifs, le rôle de l'association n'était pas toujours clairement identifié. Ces temps d'échange permettent de le préciser et de les tenir au courant de l'actualité de notre communauté.

B- Ressources pour un accompagnement indirect.

Passeport Collectif

La série Passeport Collectif fait l'objet de retours très positifs de la part des collectifs, aussi bien sur la forme que sur le fond.

De plus, ce qui est frappant, c'est la diversité des usages qui en ont émergé, certains divergeant de ce que l'association avait initialement imaginé.

Si certains collectifs suivent les vidéos dans l'ordre, d'autres adoptent une approche plus sélective : ils ne regardent que les épisodes conseillés lors d'échanges individualisés avec l'association, ce qui nous permet de proposer des réponses ciblées et réutilisables à des problématiques spécifiques. D'autres encore se répartissent les vidéos entre membres, chacun visionnant une partie de la série avant de partager ses notes au reste du collectif. Un usage plus inattendu a émergé : plusieurs collectifs utilisent les vidéos pour intégrer leurs nouveaux membres, la série permettant d'homogénéiser rapidement les niveaux de connaissance sur le concept même d'un collectif.

On note par ailleurs que les collectifs matures ne plongent pas directement dans la deuxième moitié de la série, préférant suivre une progression logique depuis le début.

Enfin, nous recevons très peu de questions de la part des personnes ayant visionné la série, ce qui nous rend difficile l'identification des lacunes éventuelles de la série et des sujets qui mériteraient d'être approfondis.

Atlas des actions

Un de nos collectifs dans le secteur de la santé résume parfaitement les impacts escomptés de l'Atlas des actions. Il déclare l'avoir utilisé pour réduire l'impact de leurs voyages d'affaires, d'après lui : « Ce document est une mine d'informations, de ressources, de conseils et de bonnes pratiques.» Il souligne son côté « clefs en main » qui lui a épargné du temps et des ressources pour mettre cette action en place.

L'outil est rarement utilisé pour des demandes de mises en lien, même si on le mentionne à chaque fois qu'on présente l'Atlas à un collectif.

La mise à disposition de ressources réutilisables, infographies, contenus de webinaires, outils clés en main, répond à un enjeu central pour les collectifs : gagner du temps. L'engagement au sein d'un collectif se fait souvent sur le temps personnel de ses membres. En prenant en charge la production de ces ressources, l'association permet aux collectifs de se concentrer sur d'autres tâches.

3/ Plaider publiquement pour des entreprises plus responsables

Le plaidoyer public de l'association renforce la crédibilité des collectifs au sein de leurs entreprises. Quand Les Collectifs publie une tribune ou intervient dans un média généraliste, cela envoie un signal aux directions : ce mouvement est reconnu, structuré, sérieux. Pour un collectif qui peine à se faire entendre de sa direction, être associé à un réseau visible publiquement change la donne.

III — L'IMPACT QUALITATIF SUR LES SALARIÉ.ES ENGAGÉ.ES

L'association aide toutes les personnes qui souhaitent faire bouger les choses de l'intérieur. C'est pourquoi elle a mis en place des outils et programmes pour accompagner les salarié·es engagé·es y compris les salarié·es qui ne sont pas, ou pas encore, membres d'un collectif.

1/ Aide apportée aux salarié-es engagé-es

Dans le but de mieux identifier la tranche de notre public qui souhaite créer un collectif, des webinaires d'accueil sont organisés depuis septembre 2025.

Ces webinaires d'accueil ont lieu toutes les deux à trois semaines et sont ouverts à toute personne s'intéressant à l'association sans en être encore membre. Ces sessions, qui réunissent entre 2 et 10 participant·es, permettent à l'équipe d'identifier parmi ces personnes celles qui souhaitent créer un collectif dans leur entreprise et de leur proposer dans la foulée l'accompagnement le plus adapté à leur situation : appel individuel ou orientation vers la prochaine promotion de l'Expédition.

En effet, l’association s'est donnée comme mission d’assister la création d’un collectif via deux principaux dispositifs complémentaires: un accompagnement personnalisé et un programme d’accompagnement groupé en distanciel: l’Expédition.

A- Aide à la création d’un collectif

L’accompagnement personnalisé est constitué d’appels individuels. Lors de ces appels l’équipe opérationnelle de l’association renseigne et conseille sur la façon de créer son collectif.

L'Expédition, programme d'accompagnement groupé en distanciel, complète ce suivi personnalisé.
Structuré autour de trois séances en distanciel d'1h30 chacune, l'Expédition réunit en moyenne une quinzaine de salarié·es engagé·es souhaitant mieux comprendre les étapes de création d'un collectif. Chaque séance s'appuie sur les conseils de l’association et des témoignages de collectifs existants, ainsi que sur la partage d’expérience et l’intelligence collective des participants.

Depuis 2021, l’association a lancé 7 promotions de l’Expédition avec des salarié·es provenant de 105 entreprises différentes. Le programme a amené à la création d’un collectif dans environ un tiers d’entre elles.

Concrètement, les personnes accompagnées témoignent d’avancées dans les trois domaines principaux abordés : la constitution du collectif et la clarification de ses intentions, la visibilité auprès des collègues et de la direction, et le passage à l’action via la définition et la conduite des premières initiatives.

B- Ressources à disposition de l'ensemble des salarié·es engagé·es

Afin de répondre au maximum d'interrogations des salarié·es engagé·es, et grâce au soutien de nos partenaires financiers*, l'association a également produit des ressources disponibles pour tous: membres de collectifs ou non.

En mars 2025 elle a pu mettre en ligne la première partie de Passeport Collectif, un MOOC de 13 épisodes (0 à 12). Il permet à tout·e salarié·e d'accéder gratuitement et à tout moment à des contenus dédiés à la création d'un collectif.
Depuis son lancement, 421 personnes se sont inscrites au module 1 consacré à la création d'un collectif, dépassant l'objectif initial, fixé par l'association, de 400 inscriptions.

On remarque que le public de salarié·es pas encore membre d'un collectif est aussi touché par nos webinaires qui transmettent des connaissances et des compétences sur des thématiques clés telles que la biodiversité ou encore le concept d'entreprise régénérative.
Le webinaire ayant suscité le plus d'intérêt auprès de ces salarié·es portait sur la restitution du groupe thématique inter-collectif "La sobriété numérique en entreprise". Il a rassemblé 9 % d'inscrit·es appartenant à cette catégorie, ainsi qu'environ 30 % de participant·es ayant un statut "autre", illustrant la diversité des profils intéressés par ce sujet.

Notre Atlas des actions, lancé en mars 2023, profite également aux personnes qui ne sont pas membres d'un collectif. C'est un outil permettant d'identifier des initiatives clés en main à déployer en entreprise afin de favoriser le passage à l'action (sensibilisation, pratiques internes, intégration à la gouvernance...). Parmi les personnes inscrites, 15 %, soit 136 salarié·es, ne sont pas membres d'un collectif. Ce chiffre met en évidence l'intérêt de cette cible pour la mise en œuvre d'initiatives de développement durable au sein de leur structure ou pour la création d'un collectif.

* Ring Fondation, YES FUTUR !, FONDATION TERRE SOLIDAIRE, ADEME, 1% for the Planet France

1/ Aide apportée aux salarié-es engagé-es

Au-delà de l'impact sur les collectifs en tant que structures, l'association influence également le parcours personnel et professionnel des salarié·es qui s'y engagent..

La participation à un collectif génère une montée en compétences réelle : facilitation, plaidoyer, gestion de projet, communication interne... Des compétences qui, à terme, peuvent favoriser une évolution de poste vers des fonctions intégrant les enjeux environnementaux et accélérer la maturité de l'entreprise sur ces sujets.

Cet engagement peut ainsi accompagner indirectement des trajectoires de reconversion. Plus largement, en permettant à des salarié·es de clarifier leurs valeurs, de tester leur envie d'engagement et d'expérimenter de nouvelles façons d'agir, le collectif peut constituer une étape décisive dans une réflexion sur leur orientation professionnelle. En leur offrant un cadre pour agir depuis l'intérieur de leur organisation, l'association contribue enfin à retenir des talent·es engagé·es qui, sans cela, auraient pu choisir de quitter leur entreprise faute de pouvoir y exprimer leurs convictions.

IV – L'IMPACT QUALITATIF SUR LES DIRECTIONS RSE

Nous avons identifié les directions RSE comme des cibles de notre action. En effet, depuis le premier semestre de 2023 , nous avons remarqué l'émergence d'une nouvelle typologie de collectifs : les collectifs animés par les directions RSE.
Aujourd'hui, ils représentent entre 20 et 30% des collectifs accompagnés par l'association..

Pour qu'un de ces collectifs soit accueilli dans le réseau, il doit correspondre à des critères spécifiques :

- Les salarié·es ont rejoint le collectif de manière volontaire, et n'ont donc pas été nommés.
- Le collectif est force de proposition. Ses membres ne sont pas contraints par un ordre du jour exclusif ou n'ont pas besoin de la validation de la direction RSE pour aborder des sujets. Ce qui n'empêche pas le groupe d'être animés par un responsable RSE, mais ils peuvent en quelque sorte "s'auto-saisir".
- Le collectif ne représente pas un relai de la direction RSE, mais est un vrai acteur dans la transformation de l'entreprise. Il ne se contente pas de répercuter en local une politique RSE, ou de faire remonter des retours du terrain

En somme, bien que le collectif soit autonome, il n’est pas indépendant. La direction RSE agit comme un sponsor de collectif (ce qu’on retrouve chez les collectifs issus des salariés les plus matures) : elle lui offre une reconnaissance en tant que partie prenante de l’entreprise, porte sa voix au plus haut niveau et encadre les moyens opérationnels, notamment par la définition du temps dédié, du budget ou encore par la mobilisation de collaborateur·rices RSE.
En posant ces critères, l'association aide les directions RSE à comprendre ce que doit être un collectif autonome et comment le soutenir. Elle légitime et structure leur démarche.

Cette cible des directions RSE est surtout touchée par nos actions de plaidoyer publique, ainsi que par certaines de nos ressources.

Le plaidoyer public porté par l'association a un effet direct sur les directions RSE : il leur montre l'utilité d'un collectif pour accélérer leur stratégie, et donne envie à certaines d'entre elles de lancer ou d’accompagner cette démarche au sein de leur organisation.

Le discours de l’association et sa visibilité donne envie à des directions RSE qui n'y avaient pas pensé de lancer un collectif. Nous intervenons également régulièrement au sein des entreprises (à l’invitation de directions, auxquels cas ces interventions sont rémunérées, ou à l’invitation de salariés), ce qui aide à faire passer des messages à ces directions.

De plus, via des appels ou interventions dédiés, l'association aide concrètement des directions RSE à transformer des groupes d'ambassadeurs ou de référents en véritables collectifs autonomes. Nous leur prodiguons des conseils et partageons des retours d’expérience d’autres entreprises.

V – DÉCISIONS ET DESCRIPTIONS DE NOS INDICATEURS QUANTITATIFS

Afin de mesurer l'impact de l'association Les Collectifs de manière concise, robuste et opérationnelle, nous avons retenu trois indicateurs clés (KPIs) pour suivre l'évolution du réseau et ses effets.

Dans cette partie nous expliciterons la pertinence des trois indicateurs quantitatifs que nous avons décidé de suivre ainsi que la manière dont nous les suivons.

- **KPI #1 - Nombre de collectifs actifs avec référent**
- **KPI #2 - Nombre de collectifs menant un travail d'influence sur les modèles d'affaires**
- **KPI #3 - Nombre de solutions apportées par le réseau**

Ces indicateurs ont été choisis pour refléter à la fois la croissance du réseau, la capacité d'influence des collectifs et la valeur concrète apportée par l'association aux membres du réseau et à leurs organisations.

KPI #1 — Nombre de collectifs actifs avec référent

Nous avons établi une définition précise de ce qu'est un collectif : un groupe de salarié·es ayant passé un appel de présentation avec l'équipe de Les Collectifs et répondant aux trois critères suivants :

1- Les membres ont rejoint le collectif volontairement
2- Les salarié·es sont force de proposition. Ce qui exclut les collectifs entièrement pilotés par leur direction RSE, sans forme d'autonomie
3- L'association a identifié un référent, point de contact entre le collectif et l'équipe

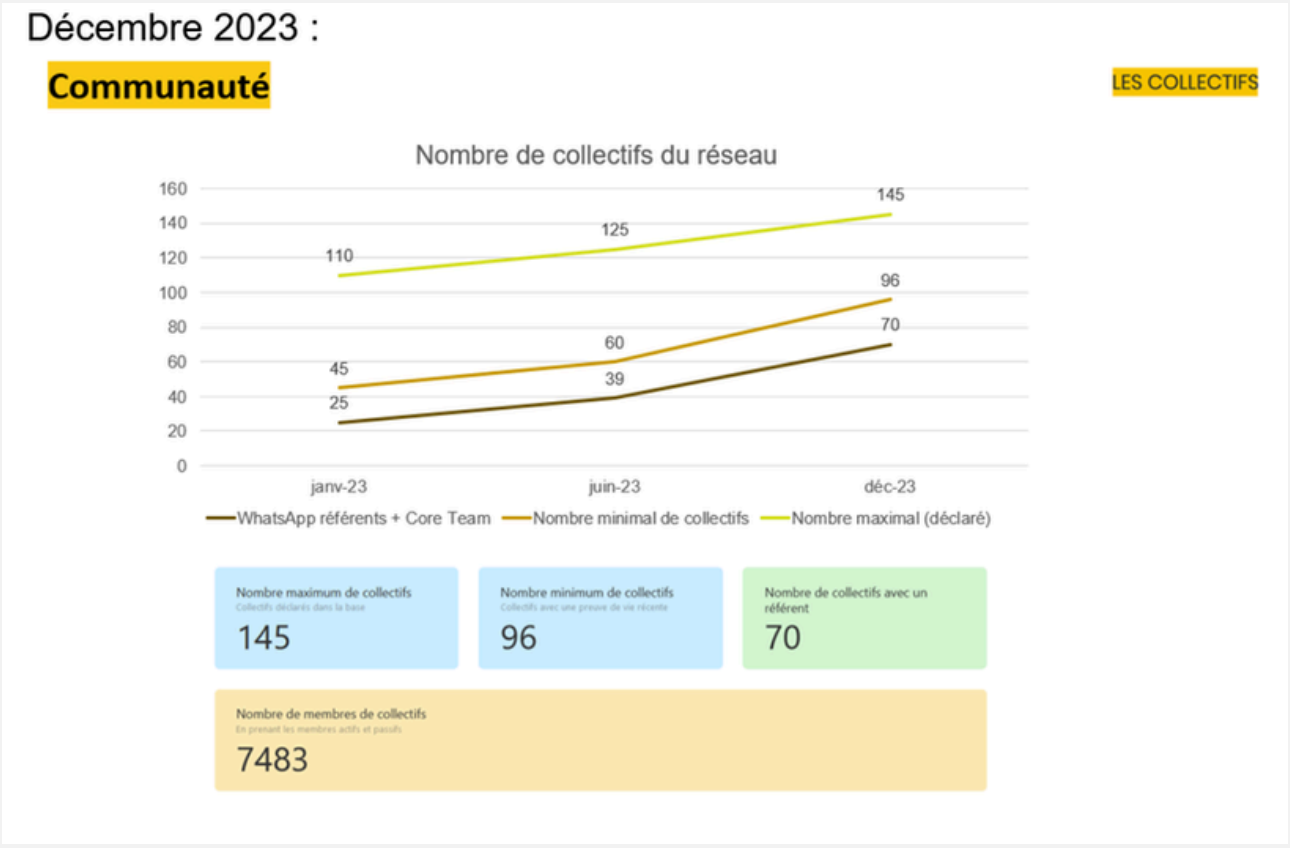
Deux critères optionnels nous aident à évaluer si le collectif est effectivement constitué : le fait qu'il ait un nom, et le fait qu'il soit officiellement identifié par la direction et les collègues.

Les données disponibles pour ce KPI font apparaître plusieurs seuils:

Indicateur	**Valeur**
Nombre maximum de collectifs déclarés	188
Nombre minimum de collectifs (avec un signe de vie depuis janvier 2023)	149
Nombre de collectifs avec référent	122
Nombre de membres (actifs & passifs) de ces 188 collectifs	12 364

Note d'interprétation : les écarts entre "maximum", "minimum" et "avec référent" s'expliquent par l'évolution de nos critères de collecte de données dans AirTable (notre outil de base de données) au fil du temps.

Pour info Évolution temporelle à date de décembre 2023 :



Les écarts entre ces chiffres s'expliquent par l'évolution de nos critères de collecte de données dans Airtable au fil du temps. Dans notre communication externe, nous partageons le chiffre de 130 collectifs, qui correspond au nombre de collectifs en activité avec lesquels nous échangeons régulièrement.

Cet indicateur est suivi mensuellement, il reflète le nombre de collectifs inscrits sur nos listes Mailchimp (outil pour l'envoi de newsletter), avec qui nous sommes en contact et avec qui nous réalisons des appels de coaching régulier.

KPI #2 – Nombre de collectifs menant un travail d'influence sur les modèles d'affaires

Cet indicateur mesure le nombre de collectifs qui mènent un travail d'influence sur le modèle d'affaires de leur entreprise ou s'intègrent à sa gouvernance. Ces collectifs ne se contentent pas de sensibiliser ou d'influer sur les pratiques internes : ils se donnent les moyens d'agir sur le cœur d'activité de leur organisation.

Ce travail peut prendre plusieurs formes :

- La modification de processus internes
- La mise en place de nouvelles politiques RSE
- L'adoption de pratiques plus durables ou responsables
- Des propositions concrètes portées auprès de la direction ou du management

Exemple : Le collectif d'une entreprise coconstruit une charte des clients responsables, directement liée au cœur d'activité de l'entreprise. Cette charte est présentée et validée en comité de direction, marquant une évolution concrète des critères sur lesquels l'entreprise choisit de travailler avec ses clients.

Situation (au 15 mai 2026))	**Nombre**
collectifs influents modèles d'affaires	14

Nous relevons ces manifestations d'influence lors des appels réguliers avec nos collectifs ou via notre " Grande consultation", le questionnaire annuel envoyé à tous nos collectifs. Données disponibles, depuis que nous avons commencé à suivre cet indicateur en novembre 2025 :

KPI #3 – Nombre de "solutions apportées" par le réseau

Cet indicateur est révélateur de la "vie" du réseau et mesure la valeur concrète délivrée par Les Collectifs.

Puisque nous ne pouvons pas comptabiliser tous les types de solutions apportées par notre réseau, nous avons réparties en quatre catégories les solutions facilement chiffrables : mises en relation utiles, appels individuels dédiés aux collectifs, interventions directes au sein de l'organisation (webinaire, conférence) et réponses en asynchrone à des questions par e-mail ou par Telegram.

Parmi les types de solutions apportées que nous ne comptabilisons pas nous identifions: la consultation de nos outils en accès libre (Atlas des actions, articles, webinaires, Passeport Collectif), les documentations partagées ou encore les ressources co-créées avec des partenaires.

Exemple : Le collectif d'une entreprise coconstruit une charte des clients responsables, directement liée au cœur d'activité de l'entreprise. Cette charte est présentée et validée en comité de direction, marquant une évolution concrète des critères sur lesquels l'entreprise choisit de travailler avec ses clients.

Année	Nombre de solutions
2025	35
2026 (au	15 mai) 100

Données disponibles, depuis novembre 2025 soit le début de la comptabilisation de ces indicateurs. Nous suivons cet indicateur en gardant trace de toutes nos interactions avec des collectifs.

Tableau des objectifs 2026 et 2027 à l'issue de chaque année. Ces objectifs sont amenés à évoluer au fil du temps, à mesure que notre méthode de suivi se consolide.

	2026	2027	TOTAL (cumulative)
KPI #1 : nombre de collectifs faisant partie du réseau Les Collectifs	150	200	-
KPI #2 : nombre de collectifs influant les modèles d'affaires	15	30	-
KPI #3 : nombre de « solutions apportées » par le réseau à ses membres	400	600	1200

Indicateurs complémentaires proposés: Afin d'enrichir le suivi de l'impact du réseau, nous avons identifié des indicateurs quantitatifs dont l'évolution pourrait être surveillée plus attentivement. Pour autant, ils n'auraient pas vocation à remplacer nos 3 indicateurs principaux:

Nombre d'échanges organisés (Webinaires, afterworks, ateliers)
Cet indicateur permettrait de mesurer l'évolution de la dynamique de la communauté.

Nombre de participants aux groupes thématiques (GT intercollectifs)
Ce nombre permettrait de mesurer l'implication des membres de notre réseau.

Téléchargements de ressources / infographies
À compter de la mise en ligne de nos fiches Infographies et Contre-argumentaire il sera envisageable de suivre cet indicateur. Cela nous permettrait de mieux se représenter le taux d'adoption des outils produits par Les Collectifs

Adoption territoriale (cartographie - Nombre de villes / régions avec collectifs actifs)
Il serait envisageable de réaliser une carte de l'emplacement de nos collectifs.

NPS ou satisfaction des membres pour mesurer l'utilité perçue
Afin de rendre plus lisible et accessible la satisfaction qualitative de nos publics il serait envisageable de mettre un place un outil de mesure chiffré de la satisfaction.

VI – LES PISTES D'ACTIONS POUR AMÉLIORER NOTRE IMPACT

Dans une volonté de réfléchir à ce que nous pourrions faire pour améliorer notre impact sur nos différentes cibles, nous avons travaillé une liste de pistes d'amélioration de notre action. Nous sommes partis de chacun de nos trois indicateurs clés, avant de les regrouper pour former un plan d'action plus synthétique et lisible.

Ce travail est exploratoire : il ne s'agit pas ici d'un plan d'action finalisé, mais d'une première mise en perspective de nos marges de progression. L'ordre dans lequel ces pistes sont présentées ne reflète pas un ordre de priorité.

1/ Renforcer notre expertise

A- Capitaliser

Notre principal enjeu est l'archivage et la capitalisation des connaissances, pour progresser dans la qualité et l'exhaustivité de nos conseils. Cela est d'autant plus crucial que notre équipe opérationnelle est régulièrement renouvelée. Nous avons donc lancé le projet de rétro-documentation Bibliothèque, une base de données qui contient les réponses aux questions fréquentes de notre communauté (ex. : « Comment agir sur les déplacements professionnels ? » ou « Comment recruter de nouveaux membres dans mon collectif ? »), sous forme de fiches classées par catégories, avec des textes et des ressources.

Notre objectif est de l'étoffer en continu en y intégrant progressivement les retours d'expérience de notre réseau, ainsi que des liens vers des outils internes de l'association et des ressources externes. Nous visons en outre le fait de systématiser l'usage afin de répondre de manière toujours plus précise et personnalisée aux besoins de notre communauté.

Ce projet de rétro-documentation est aussi une base de travail pour toute nouvelle production : décryptage, Atlas vidéo, webinaire, etc.

B- Notre communauté comme première ressource

Coaching

Notre premier champ d'expertise est notre communauté. Pour la renforcer, nous souhaitons systématiser les questions posées lors de nos coachings trimestriels (cf. parties 1 et 2). Cela permettrait de découvrir de nouveaux sujets sur lesquels nous pourrions les aider, et de recueillir des retours d'expérience sur ceux où nous manquons de données, consolidant ainsi notre expertise pour multiplier les solutions proposées.

Groupes thématiques

Comme évoqué en partie 1, nous mettons en lien des collectifs intéressés par une même thématique pour qu'ils construisent ensemble une expertise, en produisant un livrable que nous pouvons partager ensuite comme outil. Cela nous permet de monter en compétence sur des sujets précis. Nous prévoyons de lancer quatre nouveaux groupes thématiques inter-collectifs : IA, déchets, essoufflement des collectifs, déplacements domicile-travail.
Nous souhaitons aussi capitaliser sur ceux déjà existants, en remobilisant les participant·es pour les mettre en lien avec des collectifs confrontés aux mêmes questionnements, et éventuellement en réactualisant les livrables. Cela pourrait se faire par une réunion trimestrielle des participants au groupe thématique, intégrant ponctuellement ou régulièrement tout membre de collectif intéressé par la thématique.

Nous envisageons enfin de réunir des collectifs par secteur d'entreprise, afin qu'ils réfléchissent à des modes d'action adaptés à leurs enjeux communs.

Partenariats

Une partie de notre expertise provient de l'aide de nos partenaires. C'est grâce à eux que nous pouvons proposer des publications et ressources sur divers sujets (sobriété énergétique, IA, etc.).

Alors que nous nous sommes fait une place dans l'écosystème des acteurs de la transition ,écologique, notre enjeu est de clarifier nos liens avec certains de nos partenaires. Nous nous demandons par exemple : « Sommes-nous complémentaires avec certains partenaires ? Pourrions-nous mutualiser notre expertise ou mener des actions communes ? ».
Pour y répondre, nous développons une cartographie des partenaires, à enrichir progressivement (de la même manière que le projet bibliothèque décrit ci-dessus). Elle nous permettra d'élaborer une stratégie partenariale adaptée au mieux au besoin de notre communauté, en nous offrant une meilleure visibilité sur la nature de nos liens et nos possibilités de coopération avec nos partenaires... pour ne passer à côté d'aucune opportunité.

2/ Présence et rayonnement externe

A- Partenariats

Notre stratégie partenariale vise aussi à gagner en visibilité pour que l'on puisse toucher plus de collectifs et de personnes, et ainsi amplifier notre impact. Nous voulons élargir notre réseau en capitalisant sur un effet d'échelle : les collectifs de notre réseau nous orientent vers d'autres collectifs qu'ils connaissent, et des collectifs qui se sont créés sans notre aide apprennent notre connaissance et nous contactent. Jusqu'ici, nous accompagnons uniquement de tels collectifs qui viennent spontanément vers nous.

Nous pourrions être plus proactifs dans nos partenariats et prises de parole pour identifier des collectifs intéressés, en cours de création ou établis. Nous pourrions aussi cibler des secteurs et des entreprises : par exemple, notre réseau compte des collectifs dans la moitié des entreprises du CAC 40. Pourquoi ne pas cibler la deuxième moitié ?
Nous pourrions également cibler des typologies d'entreprises par territoire (notamment là où nous sommes peu présents : Nice, Montpellier, Marseille, etc.) ou par taille (en visant davantage d'ETI ou de PME).

Stratégie de communication

Nous travaillons aussi à renforcer notre communication et notre rayonnement via des prises de parole et une présence médiatique, afin d'aider plus de salariés engagés à nous découvrir. Un projet à court terme est de développer le porte-parolat LinkedIn de l'association, afin d'augmenter notre visibilité et notre influence.

Plaidoyer ciblé

À plus long terme, nous envisageons de lancer une réflexion sur le plaidoyer ciblé de l'association. En effet, il pourrait être pertinent de nous adresser aux pouvoirs publics pour des demandes précises, comme un statut spécifique pour les collectifs. Un positionnement clair renforcerait également notre cohérence en externe.

Développement international

Enfin, nous souhaitons nous développer davantage à l'international. Notre stratégie repose pour l'instant sur la multiplication des contacts avec des réseaux de salarié·es engagées à l'international, notamment en tant que membre fondateur de l'Employee Climate Action Network (ECAN). Nous avons également considérablement aidé un réseau allemand similaire au nôtre, le Green Teams Netzwerk, à se créer puis à se pérenniser.

Nos objectifs en s'internationalisant sont multiples. Cela peut déjà nous permettre de mieux aider nos collectifs internationaux. Nous pourrons également nous appuyer sur ces autres organisations pour porter notre mission ensemble, que ce soit par exemple par un plaidoyer européen, ou en mutualisant des ressources pour des projets communs. Nous souhaitons enfin et surtout nous adapter au caractère souvent multi- ou transnational des entreprises de nos collectifs.

2/ Lien avec notre communauté

A- Traduction en anglais

Ainsi l'un de nos projets phares à court/moyen terme, qui répond aux demandes de notre réseau, est de sous-titrer en anglais les vidéos de Passeport Collectif. L'intégralité de nos ressources devra être, à l'avenir, disponible en français et en anglais. C'est déjà le cas pour notre site internet et pour l'Atlas des actions.

B- Organisation des collectifs

Nous souhaitons nous assurer que chaque collectif ait un·e référent·e, c'est-à-dire un point de contact identifié entre l'association et le collectif. Cela facilitera notre collaboration, en assurant un suivi et en permettant de mieux connaître nos différentes ressources et types d'accompagnements que nous pouvons proposer à son collectif selon les besoins de ce dernier.

C- Toucher le modèle d'affaire de son entreprise

Un accompagnement ciblé

Nous voulons définir précisément ce que signifie « influencer le modèle d'affaires ». Alors que les collectifs évoluent et deviennent plus ambitieux, ils pourraient aller plus loin en termes d'impact sur le modèle économique de leur entreprise. Nous voulons élargir le champ des possibles : après avoir intégré les processus décisionnels (organes consultatifs), comment gagner encore en influence ?

Pour y parvenir, il faudra soutenir nos collectifs pionniers. En 2026, nous lancerons un parcours d'accompagnement (adossé au module 2 de Passeport Collectif) pour les collectifs expérimentés, en miroir à l'Expédition (programme d'accompagnement à la création d'un collectif, cf. parties 2 et 3). Ce parcours s'adaptera aux attentes et aux enjeux des participant·es, et évoluera d'une promotion à l'autre.

À plus long terme, nous envisageons un accompagnement encore plus poussé et ciblé pour les collectifs visant à intégrer les processus décisionnels de leur entreprise.

Dialoguer davantage avec les directions RSE

Dans cette optique, il serait aussi avantageux de dialoguer davantage avec les directions RSE. Comme évoqué en partie 4, celles-ci peuvent collaborer richement avec les collectifs et agir comme facilitatrices. Nous souhaitons donc renforcer notre plaidoyer auprès d'elles. Pour ce faire, nous souhaitons connaître les directions RSE de chacun de nos collectifs expérimentés. Visibiliser l'intégration à un réseau de collectifs renforce leur crédibilité, légitimité et attractivité en interne. Et d'un autre côté, cela permettrait aux directions RSE de mieux comprendre le fonctionnement et les avantages offerts par les collectifs.

C'est pourquoi nous envisageons également de mettre en réseau les directions RSE de différentes entreprises : elles pourraient ainsi échanger sur les opportunités que représentent les collectifs, et s'inspirer mutuellement des cadres d'action qu'elles peuvent mettre en place pour eux.

D - Finances

Ce qui précède implique de multiplier les échanges avec notre communauté, qui ne cesse de grandir. L'un de nos enjeux majeurs est donc d'augmenter et de stabiliser les finances de l'association pour pouvoir élargir et pérenniser l'équipe opérationnelle rémunérée.

LES COLLECTIFS

.....

Plus d'informations :

www.les-collectifs.eco

Nous contacter :

contact@les-collectifs.eco