

# LA COMMUNICATION DES FONDATIONS ET FONDS DE DOTATION CRÉÉS PAR UNE ENTREPRISE

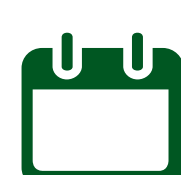
## MÉTHODOLOGIE



**120**  
Structures étudiées

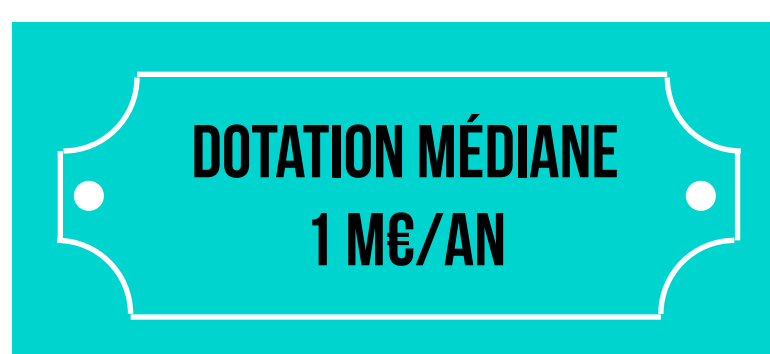


Fondations et fonds de dotation français



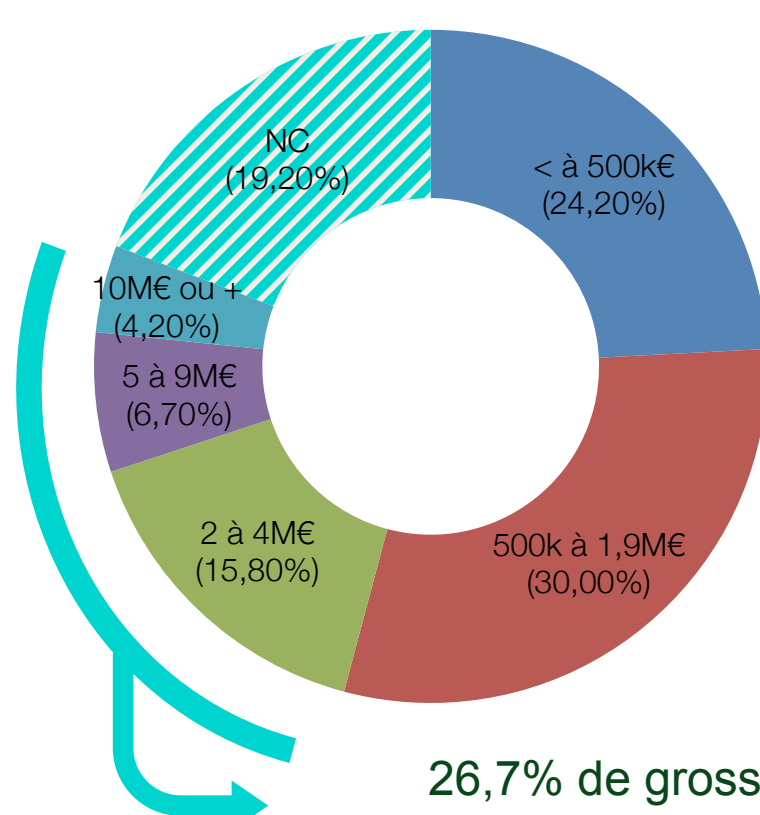
Étude réalisée entre novembre et décembre

## TYPOLOGIE



MAIS

Un manque de transparence avéré sur les montants des dotations : tantôt *sur-évalués*, tantôt *sous-évalués* ou non communiqués.



26,7% de grosses et très grosses fondations (> 2M€/an)

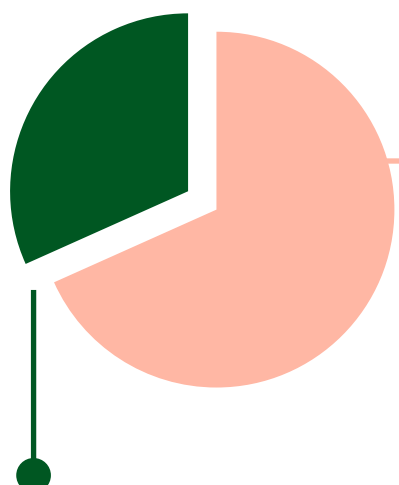
## ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

**60,8%**

des fondations déclarent engager leurs collaborateurs. Mais des réalités différentes selon les formats d'engagement :



## SITE INTERNET



**68,3%**  
des structures étudiées ont un site indépendant

DONT

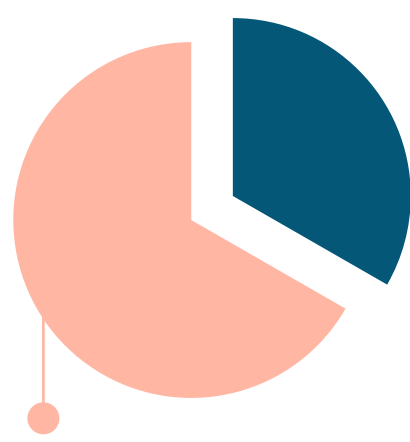
**48,8%**

Conforme aux normes actuelles

**72%**  
DE SITES RESPONSIVES

31,7% disposent uniquement d'une page sur le site de l'entreprise

## NEWSLETTER



66,7% n'ont pas de newsletter

**33,3%**

proposent de s'inscrire à une newsletter

MAIS

EN 2 MOIS

**50%**

ont envoyé au moins 1 mail

**25%**

ont envoyé 2 mails ou plus

## RÉSEAUX SOCIAUX



**55%**

Sont présents sur les réseaux sociaux, mais seule une minorité anime régulièrement son/ses compte(s).

**11,6%** ont



**LIMITE**