

Les politiques philanthropiques du SBF 120

L'analyse d'impact des fondations, fonds de dotation et mécénats d'entreprises et la mesure de leurs contributions aux politiques RSE.

Etude 2026

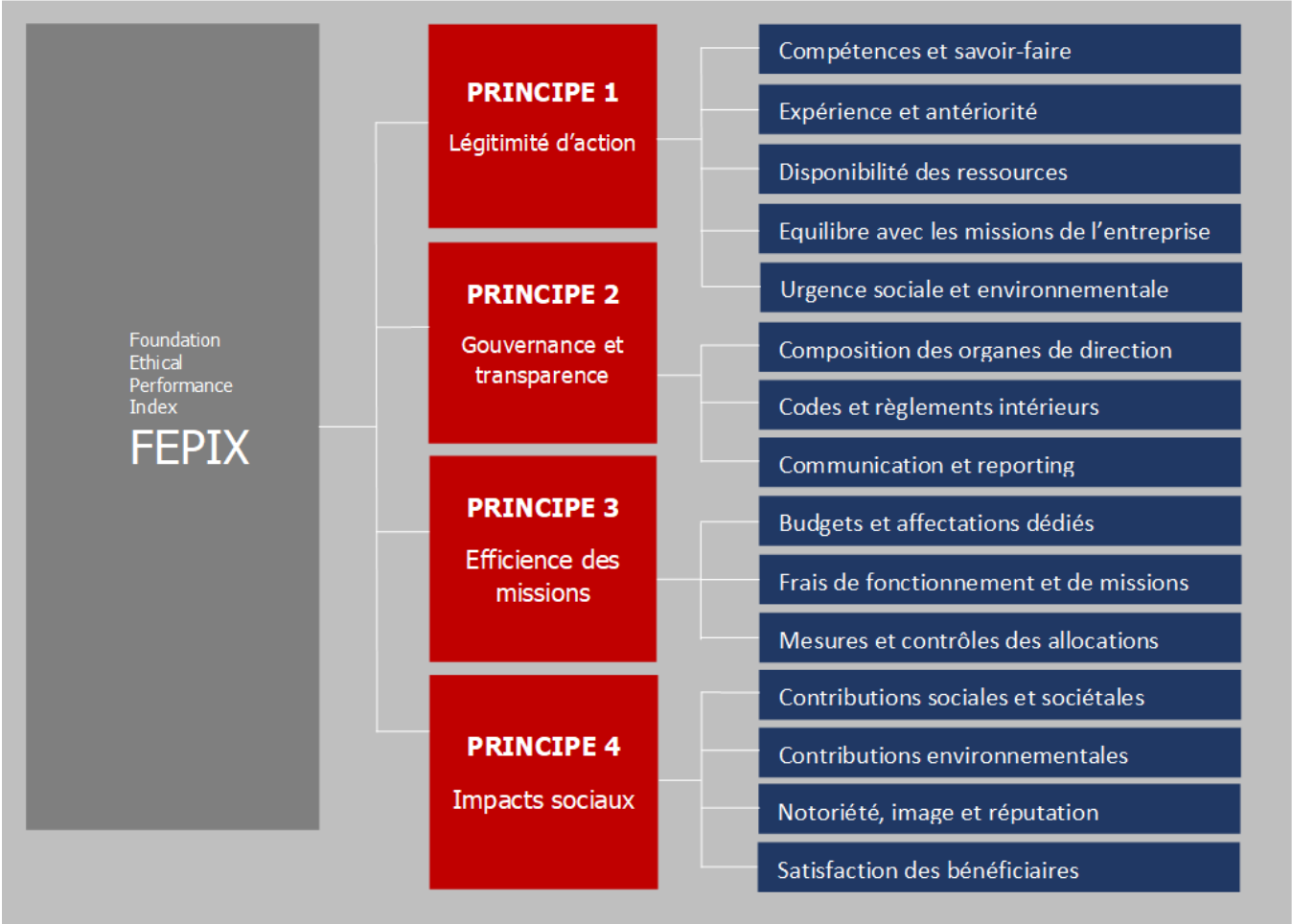
Notation des
Fondations
d'Entreprises
indice **FEPIX**

ESG
SCORE

Le présent document a été élaboré à partir des informations disponibles, publiques et vérifiables concernant 154 politiques philanthropiques d’entreprises. Ce panel est constitué des fondations, fonds de dotation et politiques de mécénat des entreprises du SBF 120 cotées sur la place de Paris à date de décembre 2025 et des fondations de 34 autres entreprises des secteurs privé, public ou mutualiste.

L’indice FEPIX mesure (1) le niveau de performance acquis des actions philanthropiques engagées et (2) le niveau de contribution de ces mêmes actions à la politique RSE de l’entreprise de tutelle.

Tableau n°01 : cadre de l’analyse méthodologique



Etude FEPIX 2026 © - méthodologie d’analyse ESG Score

L'univers de l'analyse

L'univers pris en compte est celui de l'ensemble des entreprises cotées sur la place de Paris inscrites à l'indice SBF 120. Au 1er décembre 2025, 120 entreprises figurent dans l'indice boursier SBF 120.

Parmi Les 120 entreprises inscrites à l'indice SBF 120, 56 entreprises possèdent une fondation à statut, dont 5 sont des fondations dites « fondations abritées ». 10 entreprises disposent d'un fonds de dotation qui portent une partie de leurs actions philanthropiques. Les 54 autres entreprises mènent des actions philanthropiques uniquement par le biais d'une politique de mécénat.

Dans l'étude 2026, s'ajoutent aux 120 entreprises listées au SBF 120, 34 entreprises des secteurs privé, public et mutualiste disposant d'une fondation pour déployer leurs missions philanthropiques.

Il convient de préciser que dans l'ensemble des cas des fondations d'entreprises et des fonds de dotation, à savoir 100 cas, les entreprises de tutelle concernées mènent parallèlement des politiques de mécénat ou de sponsoring culturel, sportif ou social auprès d'associations. Pour ces 100 entreprises les actions philanthropiques ne sont pas exclusivement menées par le biais des fondations ou des fonds de dotation.

Tableau n°02 : répartition des entreprises par statut philanthropique

	Statuts philanthropiques	
1	Fondations d'entreprises	90
2	Fonds de dotation	10
3	Politiques de mécénat	54

Etude FEPIX 2026 © - méthodologie d'analyse ESG Score

Les enseignements de l'analyse

a- La note moyenne obtenue par les entreprises disposant d'une fondation est supérieure à la moyenne des entreprises qui en sont dépourvues.

Les entreprises dotées d'une fondation ou d'un fonds de dotation affichent une note moyenne significativement supérieure à celle des entreprises qui n'en possèdent pas. Cet écart, souvent de plusieurs points d'indice dans les évaluations RSE s'explique par la corrélation entre performance éthique globale et structuration philanthropique.

Un levier de performance globale

La création d'une fondation ou d'un fonds de dotation représente plus qu'un simple outil de philanthropie : c'est un levier de performance globale pour l'image de l'entreprise et sa stratégie RSE. Les entreprises qui savent en tirer parti en font un pilier de leur modèle économique et social.

b- Il existe toujours un bénéfice pour les bénéficiaires des actions philanthropiques.

Toute action philanthropique génère des avantages pour ses bénéficiaires. Cependant, l'action ne suffit pas à garantir l'efficacité des initiatives prises. Des questions se posent concernant les modèles de gouvernance, la rigueur des processus de sélection et l'efficacité des actions menées sur le terrain.

Concilier générosité et rigueur

La philanthropie d'entreprise doit concilier son âme généreuse avec les exigences modernes de rigueur et de résultats. Les fondations et les fonds de dotation qui sauront relever ce défi pourront transformer leur engagement en un véritable levier de création de valeur, tant pour la société que pour l'entreprise elle-même.

c- Certaines fondations favorisent la réputation de leur entreprise de tutelle. D'autres soulèvent des controverses.

Pour un nombre croissant d'entreprises, la fondation n'est plus un simple outil de mécénat, mais un véritable levier intégré à leur modèle de gestion stratégique. Au-delà des bénéfices directs apportés aux bénéficiaires, ces entreprises exploitent leur fondation comme un instrument de création de valeur à la fois externe et interne. Cette approche stratégique permet de dégager un double avantage concurrentiel : d'une part, la fondation agit comme un puissant amplificateur de réputation, d'autre part, la fondation devient un outil de mobilisation interne et de cohésion d'entreprise.

Fondation : une existence jamais neutre

Une fondation d'entreprise peut être un atout majeur si elle est stratégiquement intégrée et alignée sur les attentes des parties prenantes. A l'inverse, une gouvernance opaque de la fondation entraîne un risque réputationnel.

d- Des éléments de controverses subsistent concernant certaines missions.

Dans un environnement interconnecté et complexe et interconnecté où les attentes des parties prenantes sont parfois contradictoires, les engagements philanthropiques ne sont pas à l'abri de controverses.

Un objectif de valeur partagée

La légitimité de la philanthropie dépend de sa capacité à partager générosité et rigueur, engagement et transparence, intention et impact.

