

Communication

## **Avec sa nouvelle campagne, La Poste promeut ses engagements environnementaux avec le marqueur « EcolOgic, priorité neutralité carbone »**

**Leader de la logistique neutre en carbone, La Poste lance le 18 septembre une campagne grand public pour valoriser la réduction de son empreinte environnementale initiée dès 2012 au moyen d'un dispositif mixant presse et digital. Un nouveau marqueur « EcolOgic, priorité neutralité carbone » sera déployé progressivement sur les véhicules, les produits d'envoi et les sites Internet du Groupe.**

La responsabilité sociétale des entreprises est devenue un critère de choix majeur pour les consommateurs : 91 % des 20-35 ans choisissent leurs marques en fonction de leur point de vue sur les questions sociales\*, et 74 % des Français pensent que les entreprises jouent un rôle plus important que l'État dans la création d'un avenir meilleur\*\*.

Leader de la livraison de colis neutre en carbone, le Groupe La Poste s'est engagé dès 2012 dans la réduction de son empreinte environnementale. En huit ans, La Poste a réduit ses émissions de gaz à effet de serre de 20 % et vise une diminution de 30 % à l'horizon 2025, une ambition en phase avec les objectifs des accords de Paris. Enfin, l'entreprise compense 100 % de ses émissions résiduelles de CO<sub>2</sub>.

Forte de cet engagement, La Poste a obtenu en juin dernier la meilleure note jamais attribuée à une entreprise en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) par Vigeo Eiris, organisme leader dans la notation extra-financière.

**A partir du 18 septembre, La Poste lance une campagne de communication grand public destinée à valoriser la neutralité carbone de ses offres et services.**

Au cœur du dispositif, le marqueur « EcolOgic, priorité neutralité carbone » valorise la démarche « logique » qui a guidé la stratégie de développement responsable menée par La Poste depuis près d'une dizaine d'années. La forme exagérée du « O » central rappelle le chiffre zéro, faisant référence au « zéro carbone » de ses offres et services, au « zéro émission » de gaz à effet de serre de sa flotte de véhicules électriques (l'une des plus importantes au monde), ou encore au « zéro électricité non renouvelable » car 100% de l'électricité utilisée dans les bureaux de poste est exclusivement produite à partir de sources d'origine renouvelable.



LE GROUPE LA POSTE

### **Une campagne presse et digitale conçue pour toucher les publics en veillant à moins impacter l'environnement**

La campagne se décline en presse nationale (PQN et news magazines) et en presse régionale (PQR66). Pour plus de puissance et d'émergence, elle s'appuie sur des opérations spéciales avec présence en « Une » et en dernière de couverture renforçant la visibilité de la campagne.

Le dispositif est complété par une activation en médias sociaux sur LinkedIn, Instagram et notamment Twitter en soutenant la tendance du jour du 16 septembre, coup d'envoi de la campagne digitale qui fera écho à la Semaine du Développement Durable et au Green Postal Day le 18 septembre.

Soucieux de la maîtrise de ses émissions carbone, La Poste met en place un suivi de l'impact en CO<sub>2</sub> du volet digital de cette campagne, avec IMPACT+, afin de le mesurer et de le compenser. Cette démarche répond aux valeurs et aux exigences du Groupe de mieux maîtriser et *in fine* minimiser l'impact carbone de ses activités et notamment de ses campagnes médias en cours et à venir.

IMPACT+ est une solution pour réduire ces émissions de CO<sub>2</sub> en :

- mesurant l'empreinte carbone des activations digitales pour prendre conscience de leur impact environnemental
- réduisant les émissions de CO<sub>2</sub> liées à ces prises de parole pour progresser vers un modèle plus durable
- compensant la consommation énergétique résiduelle de ces campagnes pour contribuer positivement à la neutralité carbone

Le marqueur sera par ailleurs déployé sur les véhicules, les produits d'envoi, le siège et les sites Internet du Groupe.

Sources : \* Meaningful Brands 2019. \*\* Havas Paris 2019.

### **Le dispositif de communication**

- 7/09 : Médias internes, sites LaPoste.fr & groupelaposte.com, événementialisation du Village La Poste (siège du Groupe)
- 7 et 8/09 : Salon Pro durable, 1<sup>ère</sup> prise de parole externe
- 9 au 11/09 : Grand affichage événementiel sur 5 bureaux de poste
- 14/09 : Canal TV & canal vitrine des bureaux de poste sur l'ensemble du territoire
- A compter du 14/09 : Médias Sociaux (Twitter & LinkedIn) + réseaux sociaux du Groupe La Poste
- A compter du 18/09 : Opérations spéciales & classique avec la presse
- Au cours du 4<sup>ème</sup> trimestre : Déploiement sur l'ensemble des produits et véhicules

# Pour La Poste, contribuer à protéger l'environnement, c'est logique.

Depuis 2012, ces quelques zéros font notre fierté.

zér  carbone, parce que toutes nos offres et tous nos services sont neutres en carbone.

zér  émission pour notre flotte de véhicules\* électriques d'entreprise, l'une des plus importantes au monde.

zér  électricité non renouvelable dans tous nos bureaux de poste.

En cumulant tous ces zéros, nous sommes devenus une entreprise leader\*\* de la logistique neutre en carbone.

LA POSTE - 35 av. de la République - 75012 Paris - Métro - HANAS PARIS

**ECOLOGIC**  
Priorité neutralité carbone

  
simplifier la vie

Ecologic est un marquage qui identifie la démarche de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et de compensation carbone par Le Groupe La Poste. Retrouvez tous nos engagements sur [laposte.fr/neutralitecarbone](http://laposte.fr/neutralitecarbone)

\* En phase de roulage.

\*\* Selon l'étude «Synthèse et enseignements du benchmark stratégie climat-carbone» réalisée par EcoAct en 2017.

FICHE TECHNIQUE DE LA CAMPAGNE EcoLogic – Septembre 2020

ANNONCEUR	LA POSTE
RESPONSABLES ANNONCEUR	Nathalie COLLIN (Directrice Générale Adjointe du Groupe La Poste en charge du Numérique et de la Communication) Alexandra MAURASIN (Directrice de la Marque) François-Guillaume BOUHOURS (Directeur Pub et Média) Emmanuelle de GAULLE (Responsable Publicité) Olivier ROZ (Responsable Média) Michèle HUPELIER (Chargée de Coordination Pub & Média)
AGENCE DE PUBLICITE	BETC / HAVAS Paris
RESPONSABLES AGENCE DE PUBLICITE	Julien CARETTE (Président Directeur Général d'Havas Paris) Clémence KÖRBER (Directrice Associée - BETC) Maurane PAULI (Chef de groupe - Betc) Charlotte de BARDIES (Directrice de clientèle digital - Betc)
AGENCE MEDIA	STARCOM
RESPONSABLES AGENCE MEDIA	Pascal DELAHAYE (Directeur Général) Marie-Elodie LELIEVRE (Directrice Conseil PMC) Véronique PRIOU (Directrice du département publishing) Yacine BELHOCINE (Team Lead Digital) Maud GILLOTTE (Directrice Conseil)

A propos du Groupe La Poste :

La Poste est une société anonyme à capitaux publics, filiale de la Caisse des Dépôts et de l'Etat. Le groupe La Poste est organisé en cinq branches : Services-Courrier-Colis, La Banque Postale, Réseau La Poste, GeoPost, Numérique. Le Groupe est présent dans 47 pays sur 4 continents. Chaque jour, les 17 000 points de contact de La Poste, 1<sup>er</sup> réseau commercial de proximité de France, accueillent 1,3 million de clients. La Poste, neutre en carbone depuis 2012, distribue 21,6 milliards d'objets par an dans le monde (lettres, imprimés publicitaires et colis), 6 jours par semaine. En 2019, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 26 milliards d'euros, dont 30% à l'international, et emploie plus de 249 000 collaborateurs. La Poste s'est donnée pour objectif d'accélérer sa transformation en continuant à se diversifier. Avec pour ambition de devenir la première entreprise de services de proximité humaine, pour tous, partout et tous les jours, La Poste s'engage à simplifier la vie.

**Contact presse**

Patrice Lemonnier

M : patrice.lemonnier@laposte.fr / T : 01 55 44 25 35