

GROUPE LA POSTE

TRANSPORT -
LOGISTIQUE

Premier réseau commercial de proximité en France, La Poste Groupe est organisé en 4 branches d'activité : Services-Courrier-Colis, Banque et Assurance, Distributeur physique et numérique, GeoPost/DPDGroup pour l'international. Présent dans plus de 49 pays, sur 5 continents, il a réalisé un chiffre d'affaires de 35,39 Mds€ en 2022 sur le territoire. En 2021, La Poste Groupe est devenue la première entreprise publique à adopter la qualité de société à mission. 4 engagements sociétaux sont désormais inscrits dans ses statuts :
• Contribuer au développement et à la cohésion des territoires
• Favoriser l'inclusion sociale
• Promouvoir un numérique éthique, inclusif et frugal
• Œuvrer à l'accélération de la transition écologique pour tous

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

CHIFFRE D'AFFAIRES

35 390 000 000

PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL

238 000

**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

1,6 milliard de colis ont été distribués en France ou exportés à l'étranger depuis la France en 2022... or la livraison de marchandises représente aujourd'hui, entre autres, 20% des gaz à effet de serre émis en ville. Le Groupe La Poste est fortement engagé dans la réduction de l'empreinte carbone des livraisons (30 millions de kilomètres évités entre 2022 et 2023 ; réduction de 42% des émissions carbone de La Poste entre 2013 et 2022 ; taux d'émission carbone par colis le plus faible sur le marché pour Colissimo : 357 gCO₂e).

Pour aller plus loin, le Groupe a besoin de sensibiliser ses clients, afin qu'ils améliorent certaines de leurs pratiques (emballages, retours, choix de la date de livraison, etc.) et contribuent ainsi à réduire l'impact environnemental des livraisons.

DÉCEMBRE 2023 - BUDGET : 60 000€

Ce budget comprend le partenariat influenceur.



GROUPE LA POSTE

Livraison plus responsable

POUR QUI ?

Le groupe La Poste a souhaité profiter de la période des achats de Noël pour sensibiliser le grand public à l'impact d'une livraison de colis sur l'environnement et faire connaître les bonnes pratiques que l'on peut adopter en tant que client.

Cible : le grand public, avec un focus particulier sur les 18-25 ans.

COMMENT ?

Via une opération d'influence avec Jamy Gourmaud et son média Les Epicurieux, et avec Virginie Hilssone, créatrice de contenus pédagogiques et spécialiste météorologie, climat et environnement.

Une opération exclusivement diffusée sur les réseaux sociaux et pensée comme une mini-série pour permettre de comprendre les rouages d'une livraison, de décrypter son impact carbone et de connaître les solutions possibles pour le réduire.

En créant un partenariat multi-réseaux avec le média Epicurieux (TikTok, Instagram et Facebook), avec des formats et contenus adaptés selon les canaux, l'opération avait pour objectif de toucher le grand public de 15 à 50 ans et +. Elle a également été relayée sur LinkedIn.

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

GROUPE LA POSTE

Livraison plus responsable

LES RÉSULTATS

Résultats grand public : 1,28 million d'impressions ; 18 000 interactions ; Audience : 50% de 18-24 ans et 32% de 25-34 ans. Selon l'évaluation réalisée par Ipsos Ad tracker en janvier 2024 sur 500 hommes et femmes de 18 à 65 ans représentatifs de la société française, 17% se souviennent avoir vu la campagne ; 75% l'ont trouvée originale, 85% ont trouvé qu'elle informait bien, 83% qu'elle était crédible, 80% qu'elle apprenait quelque chose de nouveau. Des résultats très positifs au regard de l'objectif de sensibilisation et de pédagogie de la campagne. 74% ont répondu qu'elle donnait également une meilleure image du groupe La Poste.

En bonus : Une belle résonance sur LinkedIn (203 000 Impressions ; 1700 interactions ; 54 000 vues de la vidéo) et une grande fierté chez les postières et postiers.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

L'agence est labellisée RSE Agences Actives 2* et a mis en place des méthodes de travail pour réduire l'empreinte environnementale de son fonctionnement et des projets, et notamment son empreinte carbone (bilan carbone scopes 1 2 3 en baisse de 35% entre 2018 et 2023, à 5 teqCO2 par ETP). chaque projet est optimisé en ce sens.

Les informations diffusées via cette opération s'appuient sur des statistiques officielles et les données issues de la trajectoire carbone du Groupe La poste certifiée SBTi.


DES ASSOCIATION NATIONALE
DES COMMUNICANTS