

La Banque Postale sensibilise ses clients à la mesure et à la réduction de l'empreinte carbone de leurs dépenses

En partenariat avec la startup Carbo, La Banque Postale permet désormais à ses clients de mesurer l'empreinte carbone de leurs dépenses bancaires en toute simplicité. Ce nouveau service intégré dans l'application bancaire et dans la banque en ligne du client leur permet d'un seul coup d'œil d'accéder à l'estimation de l'impact carbone de leurs dépenses et de bénéficier de conseils personnalisés pour diminuer leur empreinte carbone.

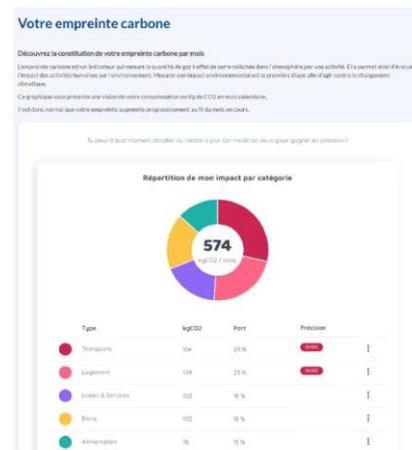
Le lancement de ce nouveau service illustre l'engagement citoyen de La Banque Postale à sensibiliser ses clients aux enjeux environnementaux et à les accompagner vers une consommation plus responsable.

Un service gratuit et sans engagement en partenariat avec Carbo

Pour les clients soucieux de s'engager dans une démarche personnelle de limitation de leur impact environnemental et détenteurs d'un compte courant, La Banque Postale met à leur disposition, depuis leur application mobile ou leur espace banque en ligne, une solution de calcul d'empreinte carbone individuelle Carbo. En plus du suivi de leurs comptes bancaires, l'impact carbone de leurs dépenses en cartes bancaires et de leurs prélèvements leur sera communiqué en tonnes équivalent CO₂. Cette solution simple gratuite, sans engagement, sécurisée et ludique permet également de comparer son empreinte carbone à celles d'autres utilisateurs et de bénéficier de conseils personnalisés pour la réduire.

Une analyse des transactions bancaires pour estimer son empreinte carbone

- **Estimer** : un algorithme catégorise instantanément les dépenses bancaires par typologie d'achats (logement, transport, alimentation, équipement, loisirs, etc) et donne une estimation de l'impact carbone, le client peut également personnaliser son profil s'il le souhaite.
- **Réduire** : une meilleure information sur l'impact des dépenses permet à l'utilisateur d'identifier celles qui sont les plus émettrices de gaz à effet de serre. Le client peut ensuite bénéficier de conseils personnalisés pour diminuer son impact sur la planète, en adoptant des comportements alternatifs.
- **Progresser** : comparer son empreinte carbone avec celle de différents profils utilisateurs de façon ludique afin de mieux la comprendre.



« En tant qu'entreprise à mission, notre rôle est de permettre à chacun de s'accomplir et de contribuer par ses choix de consommation à construire une société plus attentive à la planète et à tous ceux qui l'habitent. En intégrant la mesure de l'empreinte carbone à la consultation de leurs comptes en ligne ou sur l'application mobile, La Banque Postale souhaite sensibiliser ses clients et les aider, s'ils le souhaitent, à réduire cette empreinte en leur proposant des actions concrètes. » déclare **Marion Rouso, directrice générale de la banque de détail et membre du directoire La Banque Postale.**

Une consommation plus responsable

Près de la moitié¹ des clients de La Banque Postale attendent de la part de leur banque de bénéficier de conseils pour les aider à réduire l'impact environnemental de leurs achats.

La Banque Postale, entreprise à mission, a ainsi fait le choix de permettre à ses clients de s'informer sur les impacts environnementaux de leur consommation et leur mode de vie (logement, transport, loisirs, alimentation...).

A ce titre, elle a noué un partenariat avec la startup Carbo qui accompagne les citoyens et les entreprises dans leur trajectoire d'amélioration de leur empreinte carbone. Incubée en 2019 au sein de platform58 puis soutenue par 115K, le fonds d'investissement de La Banque Postale, Carbo a pour ambition d'accélérer la prise de conscience écologique.

La digitalisation des services au cœur de la stratégie de La Banque Postale

- **Lucy, le callbot de La Banque Postale**

Collaboratrice « comme les autres » avec un prénom, une voix, une silhouette personnalisée aux couleurs de la banque, Lucy n'est « pas tout à fait comme les autres », car elle peut prendre en charge tous les appels liés à la gestion de compte et à la consultation de solde. Acteur important de la relation client avec plus d'un million d'appels par mois, La Banque Postale a su s'adapter grâce au langage naturel. Avec Lucy, collaboratrice à l'intelligence artificielle et à l'émotion en construction La Banque Postale a fait le choix de conjuguer l'humain et le virtuel pour apporter une réponse personnalisée à tous ses clients qu'ils soient fragiles financièrement ou patrimoniaux.

- **Le virement instantané généralisé et gratuit**

Dès 2022, La Banque Postale a démocratisé l'Instant Payment auprès de ses clients, particuliers et entreprises. Afin de simplifier les parcours clients digitaux et d'accélérer le déploiement de nouveaux moyens de paiement, La Banque Postale a supprimé les frais relatifs au virement instantané en ligne et a généralisé son usage auprès de ses 20 millions de clients. Au 1er trimestre 2023, près de 80% des virements émis par nos clients particuliers depuis leur app ou la banque en ligne ont été réalisés en Instant Payment.

- **Cashback, pour faire des économies quotidiennement sur ses achats**

Le programme de cashback permet aux clients détenteurs d'une carte de paiement (Réaly, Visa Classic, Visa Premier, Visa Platinum, Visa Infinite) de faire des économies sur leurs achats du quotidien. A travers ce nouveau service disponible auprès de 300 partenaires en ligne, en bons d'achat et en magasin, dont près de 20% de commerçants qui permettent de consommer plus responsable via leurs produits, La Banque Postale redonne du pouvoir d'achat à ses clients et les incite à mieux consommer.

¹ Entre 44 et 60% des clients de La Banque Postale attendent de la part de leur banque de bénéficier de conseils pour les aider à réduire l'impact environnemental de leurs achats. Données issues de trois études réalisées par La Banque Postale en 2022 avec le concours d'HAPPYDEMICS en février 2022, d'OPINION WAY en septembre 2022 et de VISA en octobre 2022.

A propos de La Banque Postale

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un grand groupe international de bancassurance, 11^{ème} de la zone Euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaire diversifié lui permet d'accompagner en France 20 millions de clients particuliers, entreprises et acteurs du secteur public local, avec une gamme complète accessible à tous. Filiale du groupe La Poste, La Banque Postale est une banque de proximité, présente sur tout le territoire avec 17 000 points de contacts dont 7 000 bureaux de poste.

Avec son plan stratégique « La Banque Postale 2030 », elle se fixe l'ambition de devenir la banque préférée des Français, avec une offre intégrée et omnicanale de services de bancassurance articulée autour de ses trois marques : La Banque Postale, sa banque au quotidien, Ma French Bank, sa banque 100% mobile et Louvre Banque Privée, sa banque patrimoniale.

La Banque Postale accélère sa stratégie de diversification et développe ses métiers d'expertise, notamment dans la gestion d'actifs, l'assurance, le crédit à la consommation et la banque de financement et d'investissement.

Forte de son identité citoyenne, La Banque Postale oeuvre pour une transition juste en intégrant au coeur de sa gouvernance des objectifs en matière d'impact environnemental et social. Entreprise à mission depuis mars 2022 et leader de la finance à impact, La Banque Postale ambitionne d'atteindre zéro émission nette dès 2040. Elle figure aux 1ers rangs des agences de notation extra-financière.

Contacts presse :

Caroline Gin – caroline.gin@laposte.fr – 06 10 25 04 47

France Plasse – france.plasse@laposte.fr – 06 08 47 75 41