



Communiqué de presse  
Paris, le 13 juin 2024

## **Goodeed lance une offre de contribution carbone avec La Banque Postale comme premier client engagé**

**Goodeed, la régie publicitaire à impacts positifs annonce le lancement de sa nouvelle offre de contribution carbone. Cette initiative permet aux entreprises de mesurer et réduire l'empreinte carbone de leurs campagnes publicitaires tout en finançant des projets associatifs en faveur de la préservation de l'environnement. La Banque Postale est le premier client à se positionner sur cette offre et s'engage pour une publicité moins émettrice de CO<sub>2</sub>, soutenant ainsi un projet écologique en partenariat avec l'association Solidarités Nouvelles pour le Logement. Une collaboration qui fait d'autant plus sens que Goodeed est une filiale détenue à 100% par La Banque Postale, intégrée au sein du groupe d'entreprises engagées Kisskissbankbank&co.**

La Banque Postale a fait le choix de mettre en avant son offre de crédit immobilier à impact visant à rendre ses clients acteurs de la transition juste, en les incitant à favoriser des projets immobiliers à impact positif sur les dimensions environnementale, territoriale et d'inclusion sociale ou à réaliser des travaux de rénovation énergétique. Ce crédit à impact permet en effet de faire bénéficier les futurs acquéreurs d'un taux bonifié en fonction du type de bien qu'ils souhaitent acquérir, que le logement soit neuf, récent ou ancien.

Au travers de cette campagne, La Banque Postale contribue ainsi activement au financement d'un projet de rénovation thermique de bâtiments porté par l'association Solidarités Nouvelles pour le Logement.

Cette dernière crée des logements d'insertion pour des personnes en situation de grande précarité et, de façon complémentaire et indissociable, accompagne chaque ménage vers une réinsertion durable grâce à l'appui des travailleurs sociaux et des bénévoles de l'association.

*"L'engagement de Solidarités Nouvelles pour le Logement dans la transition écologique socialement juste est au cœur de son projet associatif. Le mouvement SNL porte une attention particulière à loger des ménages aux revenus très modestes dans les meilleures conditions de confort, tout en visant à maîtriser le montant de leurs charges locatives. Son action dans la lutte contre la précarité énergétique repose sur trois volets principaux : la*

*réalisation de travaux de rénovation thermique des logements d'insertion SNL avant leur première mise en location, le déploiement d'un plan travaux ambitieux portant sur notre parc existant, ainsi que l'accompagnement des locataires dans le changement des usages. Aujourd'hui, nous sommes très heureux que la Banque Postale ait choisi Solidarités Nouvelles pour le Logement pour réaliser cette opération au travers de la plateforme Goodeed", précise Anaïs Jones de Solidarités Nouvelles pour le Logement.*

### **Un modèle publicitaire solidaire qui fait ses preuves depuis 10 ans**

Depuis sa création en 2014, Goodeed a collecté près de 8 millions d'euros pour financer des initiatives de transition écologique et sociale grâce à son modèle publicitaire unique. Goodeed reverse une partie des investissements médias des marques à des associations, mettant en avant leurs engagements au travers d'un format publicitaire différenciant. Chaque publicité diffusée via Goodeed génère un soutien financier pour un projet écologique ou social, démontrant que la publicité peut être synonyme de solidarité.

Cette nouvelle offre, en plus de soutenir des associations par une méthode de collecte innovante, élargit l'expertise de Goodeed en intégrant la réduction de l'empreinte carbone dans la publicité.

### **La Banque Postale, pionnière dans l'adoption de l'offre de contribution carbone de Goodeed**

En devenant le premier client à adopter cette nouvelle offre, La Banque Postale renforce son engagement en faveur de l'environnement et de la société. Cette campagne, en plus de consommer moins de CO2 qu'une publicité classique, permet de financer un projet de rénovation thermique de bâtiments en collaboration avec Solidarités Nouvelles pour le Logement, améliorant ainsi l'efficacité énergétique et le confort des logements concernés.

*« Banque citoyenne et entreprise à mission engagée pour l'environnement, nous considérons la mesure et l'optimisation de l'impact carbone de nos campagnes, comme un indicateur de performances à part entière, au même niveau que les KPI médias classiques que nous suivons. Soutenir Goodeed pour le lancement de cette solution de diffusion bas carbone s'inscrit dans la continuité de nos actions engagées. »* **précise Thomas Salviejo, directeur de la marque et des médias de La Banque Postale**

### **À propos de Goodeed**

Goodeed est la régie publicitaire solidaire qui permet aux marques de transformer leurs investissements médias en actes de solidarité. Grâce à un concept innovant, Goodeed a déjà permis de collecter près de 8 millions d'euros depuis sa création pour financer la transition écologique et sociale. Avec Goodeed, partout où il y a de la publicité, il peut aussi y avoir de la solidarité.

Depuis 2018, Goodeed fait partie du groupe KissKissBankBank & Co, filiale de La Banque Postale. À travers les solutions innovantes de ses cinq plateformes : Goodeed, KissKissBankBank, Lendopolis, microDON et Youmatter ; KissKissBankBank & Co permet à tou.te.s de participer à son échelle à un changement positif de la société en s'informant et en finançant des projets entrepreneuriaux, créatifs et associatifs.

## **A propos de La Banque Postale**

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un grand groupe international de bancassurance, 11<sup>ème</sup> de la zone euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaires 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 omnicanal 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 œuvre pour une transition juste en intégrant au cœur 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 1<sup>ers</sup> rangs des agences de notation extra-financière.

## **Contacts presse :**

Goodeed : Jeanne Deslandes - [jeanne.deslandes@gmail.com](mailto:jeanne.deslandes@gmail.com) - 06 33 34 48 46

La Banque Postale : Stéphanie NOEL – [stephanie.noel@laposte.fr](mailto:stephanie.noel@laposte.fr) – 06 38 27 32 91