



La proximité au cœur de la nouvelle campagne publicitaire du groupe La Poste

Le groupe La Poste reprend la parole auprès du grand public, du 25 octobre à fin décembre, dans une nouvelle campagne publicitaire.

Dans un environnement en forte mutation, La Poste se transforme et accélère la diversification de ses activités. L'objectif de cette nouvelle campagne est d'exprimer et de valoriser le dénominateur commun de tous les métiers du groupe : la proximité, incarnée par les 250 000 postiers.

Cette campagne révèle simultanément l'identité visuelle moderne et dynamique d'un groupe international en pleine transformation.

La proximité, c'est un métier

La nouvelle campagne du groupe La Poste affirme, autour de la signature « la proximité, c'est un métier », le sens de l'action de La Poste dans toutes ses activités. Au-delà de la présence physique et humaine sur les territoires, la proximité caractérise la capacité du groupe à apporter des services utiles, là où ses clients en ont besoin. Cette campagne vient rappeler que la proximité n'est pas une posture mais une stratégie d'entreprise, qui se déploie autant dans ses métiers traditionnels que dans ses nouvelles activités.

Une campagne en 3 temps

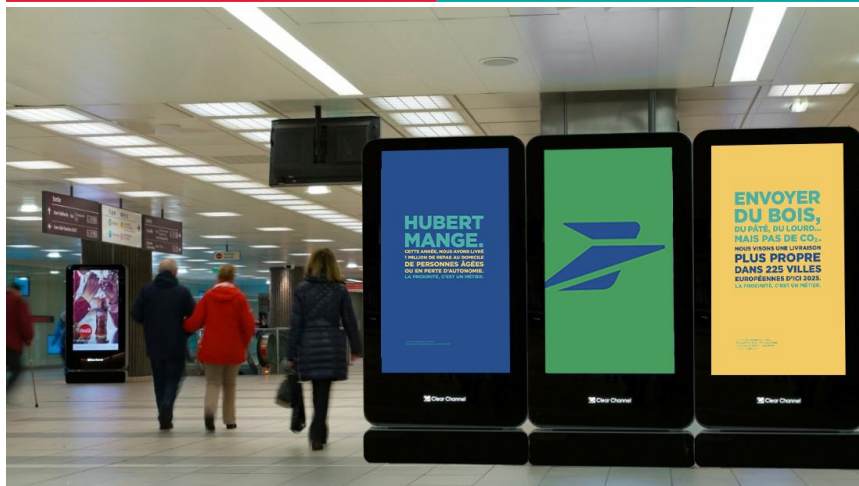
Tournée dans des sites postaux et mettant en scène de « vrais » postiers, la nouvelle campagne s'articule en 3 temps, successifs et complémentaires :

- Une campagne print (affichage et presse) qui révèle, en preuves et en chiffres, un groupe innovant, au service de la proximité.
- Deux films de 30 secondes qui mettent en avant la puissance industrielle, parfois insoupçonnée, du groupe et sa place particulière dans la vie des Français.
- Un volet presse, affichage complété par un dispositif en bureaux de poste dédiés à la célébration des 250 000 postiers qui œuvrent quotidiennement pour la proximité.

« Cette campagne dit qui nous sommes aujourd'hui : une très grande entreprise de logistique, de technologies et de services, en France et dans le monde, puissante et innovante qui, chaque jour met tout en œuvre pour servir chacune des millions de personnes qui font appel à nous » explique **Marie-Aude Dubanchet**, directrice de la communication du groupe La Poste.

L'oiseau postal en majesté

Cette campagne publicitaire s'accompagne également d'une nouvelle identité visuelle. Plus moderne, plus dynamique, le nouveau symbole du groupe place la marque La Poste au cœur et met l'oiseau postal en majesté. Redessiné pour s'adapter aux usages digitaux, l'oiseau postal se pare également de nouvelles couleurs, qui représentent toutes les activités du groupe, notamment l'international qui pèse déjà 40% du chiffre d'affaires l'entreprise.



Les films TV de la campagne



<https://youtu.be/Q71jbvaEY2I>



<https://youtu.be/p6PmNKbmzNI>

Le 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 quatre branches : Grand Public et Numérique, Services-Courrier-Colis, GeoPost et La Banque Postale qui constitue avec CNP Assurances un grand bancassureur européen. Neutre en carbone depuis 2012, La Poste distribue 17,9 milliards d'objets par an dans le monde (lettres, imprimés publicitaires et colis), 6 jours par semaine. Attachée à une présence forte en territoires, La Poste propose 32 000 points d'accès à au moins un service postal : bureaux de poste, agences postales communales, relais poste commerçants, relais Pick-Up, carrés pros, consignes ou encore drive. En 2020, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 31,2 milliards d'euros, dont 40% à l'international, et emploie près de 249 000 collaborateurs. Groupe multi-activités international, La Poste est présente dans 48 pays sur 4 continents. Avec son plan stratégique « La Poste 2030, engagée pour vous », le groupe La Poste se fixe l'ambition de devenir la première plateforme européenne du lien et des échanges, humaine et digitale, verte et citoyenne, au service de ses clients, particuliers et entreprises, et de la société tout entière.

Contact presse :

Patrice Lemonnier - 01 55 44 25 35 – patrice.lemonnier@laposte.fr