

LE GROUPE LA POSTE S'ASSOCIE AU MÉDIA EPICURIEUX, PORTÉ PAR JAMY GOURMAUD, POUR DECRYPTER LES LEVIERS D'UNE LIVRAISON PLUS RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT

A l'approche des fêtes et en pleine période des achats de Noël, le groupe La Poste souhaite sensibiliser le grand public à l'impact d'une livraison de colis sur l'environnement. Pour ce faire, le groupe La Poste a choisi de s'associer au journaliste multigénérationnel et reconnu pour son approche de vulgarisation, Jamy Gourmaud.

Cette opération multi-réseaux sociaux sera déployée à partir du 6 décembre, sur les réseaux sociaux du média Epicurieux¹, un média du groupe Webedia. Elle s'inscrit dans la volonté du groupe La Poste d'être un acteur transformant en accompagnant ses clients vers des pratiques plus responsables.

Le groupe La Poste, accompagné par l'agence B Side, a pensé cette campagne, incarnée par Jamy Gourmaud, comme une mini-série pour permettre au plus grand nombre 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 permet de toucher le grand public de 15 à 50 ans et +.

La campagne se décline en 3 temps forts :



- **2 reels** tournés dans le studio de Jamy dans lesquels il décrypte :
 - o Les leviers d'une livraison de colis plus responsable pour l'environnement
 - o Le score écologique de La Poste, outil disponible sur laposte.fr, qui permet de calculer rapidement l'impact d'un envoi ou d'une réception de lettres et colis.

Les deux reels seront diffusés sur les réseaux sociaux du média Epicurieux, le premier le 6 décembre et le deuxième le 19 décembre.

- **Un reportage terrain** retraçant le parcours d'un colis, de son dépôt dans une boîte aux lettres d'un particulier à celle de Jamy. Pour ce faire, le groupe La Poste a fait appel à [Virginie Hilssone](#), créatrice de contenus pédagogiques et spécialiste météo, climat et environnement, pour expliquer les différentes étapes de l'envoi et de la réception d'un colis et donner des éclairages pour limiter l'empreinte carbone.

Il sera diffusé sur la page Facebook Epicurieux le 16 décembre et relayé par Virginie Hilssone sur ses réseaux.

¹ Epicurieux, un media co-crée par Jamy Gourmaud et le groupe Webedia

« L'objectif de ce dispositif est de permettre à nos clients de comprendre les impacts de la livraison à ses différentes étapes ; en leur montrant non seulement la manière dont le groupe La Poste agit pour les réduire mais aussi en leur donnant les clés pour faire les bons choix dans leurs propres pratiques. Chacun à notre échelle, nous avons un rôle à jouer face au défi climatique. Il était primordial de partager nos messages de la manière la plus claire et factuelle possible. Le choix de Jamy, nous a paru pertinent : il est connu des petits comme des plus grands et son approche de vulgarisation permet une bonne appropriation des messages. C'est notamment par la pédagogie que nous pouvons aider à changer les comportements. » **précise Marie-Aude Dubanchet, Directrice générale adjointe en charge de la communication du groupe La Poste**

Jamy Gourmaud prend d'ailleurs régulièrement la parole sur des sujets en lien avec les enjeux sociaux et environnementaux : « L'environnement fait aujourd'hui partie des grandes préoccupations du public. Cet intérêt se confirme à travers notre audience et depuis l'origine l'environnement constitue une toile de fond éditoriale chez Epicurieux. Qu'on le veuille ou non tous les sujets que nous traitons prennent en considération la question environnementale. C'est dans l'ADN d'Epicurieux d'apporter de la pédagogie sur ces sujets parfois complexes. Dans tous mes contenus, je tente de partir d'exemples concrets, auxquels tout le monde peut s'identifier. Une institution comme La Poste est un bon exemple de service que tous les Français connaissent et utilisent. La mission d'Epicurieux est donc d'apporter du savoir autour d'un sujet qui semble simple qu'on prend pour acquis. C'est avec cette approche qu'on crée un intérêt pour l'audience.

L'optimisation des transports, c'est-à-dire la capacité d'emport, les plans de transport, ainsi que le maillage territorial de ses sites de traitement, a permis à La Poste d'éviter 30 millions de kilomètres entre 2022 et 2023. Couplée à la plus grande flotte de véhicules électriques en Europe, La Poste a déjà réduit 42% de ses émissions carbone entre 2013 et 2022 et souhaite aller plus loin en informant et sensibilisant les clients, particuliers et professionnels.

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 quatre branches : Services-Courrier-Colis, Grand Public et Numérique, Geopost et La Banque Postale qui constitue avec sa filiale CNP Assurances le 11^e bancassureur européen. Le groupe La Poste exerce 4 missions de service public qui forgent son identité : le service universel postal, l'aménagement et le développement du territoire, l'accessibilité bancaire, le transport et la distribution de la presse. Attaché à sa présence territoriale, le groupe La Poste s'appuie sur un réseau de distribution de plus de 35 600 points de service regroupant 17 300 points de contact (bureaux de poste, agences postales communales, relais poste commerçants) et 18 300 points d'accès à un service postal (Pickup, carrés pros, consignes ou encore drive colis). Il distribue plus de 17 milliards d'objets par an dans le monde (lettres, imprimés publicitaires et colis), 6 jours par semaine. En 2022, il a réalisé un chiffre d'affaires de 35,4 milliards d'euros, dont 44 % à l'international, et emploie 238 000 collaborateurs, dans plus de 60 pays sur 5 continents, dont 184 000 en France. Entreprise à mission depuis juin 2021, leader de la transition écologique et de la finance durable, le groupe vise le « zéro émission nette » dès 2040.

A propos de Webedia

Webedia est une société media-tech et l'un des acteurs mondiaux majeurs du divertissement en ligne.

S'appuyant sur 15 ans d'expertise des audiences digitales et de l'édition de médias numériques (29 millions de visiteurs uniques en France* et 250 millions dans le monde**, avec des marques comme AlloCiné, JV, Purepeople, 750g ou encore easyVoyage et Dr. Good !) nous accompagnons les plus importants créateurs, producteurs, diffuseurs et les marques avec un savoir-faire unique de production et de distribution de contenus sur toutes les plateformes.

Parmi nos top créateurs en France figurent Inoxtag, Domingo, Lorylyn, Fatou Guinea, Jamy Gourmaud ou encore Michel Cymes.

Présent dans plus de 15 pays, Webedia structure ses activités autour de métiers complémentaires : la distribution de contenus, l'édition de marques et supports médias, la gestion de créateurs et la production audiovisuelle.

*Médiamétrie/NetRatings, Internet Global, mars 2022

**Comscore mesure internationale multi-écrans, décembre 2020

Contact presse

service.presse@laposte.fr

01 55 44 22 37