

PRIX DE LA COMMUNICATION RSE



COM-ENT D'OR

FACTEURS DU CHANGEMENT

Entreprise : LA POSTE

Agence : SIDIESE

Date : 11-2022 / 01-2023

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Prendre position sur ces sujets n'est pas nouveau pour La Poste qui communique régulièrement sur ses nombreuses actions en matière de transition énergétique depuis près de 20 ans. L'idée innovante de ce projet, était de donner carte blanche avec un tiers externe comme Cyril Dion, réalisateur et auteur militant pour qu'il puisse analyser mais aussi challenger la politique RSE de l'entreprise.

Avec l'aide de Thierry Robert et Le Cinquième rêve, ce documentaire aborde non seulement les avancées mais aussi les limites rencontrées par le Service Courrier-Colis. Il pose aussi en creux une question qui s'adresse à toutes les entreprises : croissance économique et lutte contre le réchauffement climatique sont-elles compatibles ?



POUR QUI ?

L'objectif de ce documentaire est de communiquer sur la transition écologique de La Poste avec transparence et sincérité à l'ensemble des publics de l'entreprise :

- Auprès des 245 000 collaborateurs, déjà sensibilisés à ces questions actuelles, grâce à une newsletter dédiée et au magazine interne « Forum Facteurs ».
- Auprès des clients de l'entreprises grâce à une diffusion sur les réseaux sociaux du groupe et sur la chaîne RMC découverte.
- Mais aussi, de manière indirecte, aux entreprises intéressées par un cas concret réussi d'entreprise qui performe tout en continuant de développer sa transition énergétique et sociétale.

COMMENT ?

Cyril Dion est parti à la rencontre de facteurs incarnant les missions du groupe. Des témoignages forts de collaborateurs engagés, désireux de mieux connaître les actions du groupe. C'est dans ce sens que Cyril accompagne ces facteurs à la rencontre des experts, qui ont « pensé » cette politique écologique. Un temps d'échange durant lequel ces derniers détaillent une vision plus large de la politique de La Poste.

Cette enquête met en avant une politique environnementale couvrant des enjeux tels que : le climat et la maîtrise de l'énergie, la pollution atmosphérique et sonore, la gestion raisonnée des ressources ainsi que la biodiversité. On y aborde notamment l'utilisation de transports plus verts, la formation des employés aux enjeux de la RSE ou des mesures de reforestation.

QUELS RÉSULTATS ?

Dans sa stratégie de diffusion, La Poste s'est appuyée sur les Relations presse afin de faire connaître ce documentaire en invitant les journalistes à une projection/débat privée à destination des principaux partenaires de La Poste incluant Cyril Dion et les équipes du film.

Un teaser de 30 secondes a été relayé en aval sur TF1replay, M6replay et Teads. Le film est disponible sur les médias de La Poste (site web, YouTube, Twitter, Facebook, LinkedIn) et a été également diffusé en télévision sur RMC découverte, avec une disponibilité en replay durant 1 mois.

Résultat ? Un teaser vu par 3,2 millions de personnes, plus de 8 500 vues sur la chaîne YouTube de La Poste, 10 retombées presse et 347 000 vue sur la chaîne RMC découverte.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Ce film-documentaire a donc été réalisé avec des partenaires eux-mêmes impliqués à accélérer, à leur échelle, la transition environnementale et sociétale en France. Le tout, en suivant des process de communication responsable. En effet, Le cinquième rêve, est engagé dans le processus consistant à compenser les émissions de carbone liées à la production des films.

En conséquence, le film Facteurs du changement a fait l'objet d'une évaluation des émissions de CO₂ afin de pouvoir compenser la production audiovisuelle (6,25 Tonnes CO₂e) via un investissement dans une ONG au tarif d'environ 100/tonne, soit 625 en tout.