



microDON part en campagne avec L'ARRONDI pour amplifier le réflexe de générosité des Français

A compter du 9 juin, microDON lance un nouveau dispositif de communication autour de L'ARRONDI solidaire, afin de convaincre plus de Français à faire l'arrondi en caisse au bénéfice des associations partenaires. Cette campagne de notoriété met en lumière les projets concrets de 4 associations soutenues grâce à ces dons. Cette nouvelle mobilisation de microDON, entreprise sociale du groupe La Banque Postale, s'inscrit pleinement dans l'ambition de la banque de développer la finance citoyenne.

Alors que le secteur associatif a plus que jamais besoin de trouver des sources de financement pérennes - les financements des associations ont baissé de 41% entre 2005 et 2020¹ - L'ARRONDI, une marque de l'entreprise solidaire microDON, filiale du groupe La Banque Postale, incarne un modèle de générosité simple, efficace et accessible à tous. Déjà adopté par un Français sur deux, ce dispositif permet d'arrondir ses achats en caisse pour faire un micro-don à une cause d'intérêt général. Chaque jour, c'est plus de 7000 magasins et 40 enseignes qui participent à cette dynamique de générosité embarquée.

Dans ce cadre, L'ARRONDI par La Banque Postale lance, dès le 9 juin 2025, une nouvelle campagne incarnée, accessible et pédagogique, centrée sur l'impact. Son objectif : accroître la notoriété du dispositif, accélérer son adoption par le grand public et amplifier la collecte au profit des associations en valorisant l'impact et le fléchage des dons.

Articulée autour d'un plan média digital, DOOH et print cette campagne, réalisée avec l'agence Mozoo, met en lumière 4 projets de solidarité, d'éducation et de santé rendus possibles grâce aux dons collectés chaque jour, pour les associations partenaires (Secours Populaire, Toutes à l'école, et l'Association de Recherche sur la Sclérose Latérale Amyotrophique, HANDI'CHIENS). Elle est complétée par 3 courtes vidéos, relayées sur les réseaux sociaux, qui déconstruisent les préjugés sur le don en caisse.

¹ Source : rapport Bluenove réalisé pour le CESE en 2024

« Avec plus de 86 millions d'euros collectés dont 16 en 2024, microDON par La Banque Postale démontre le rôle majeur de la générosité embarquée pour les acteurs associatifs français, dont le budget de certains est assuré à 30% par les campagnes d'arrondis solidaires en caisse. Pour mobiliser davantage de citoyens et transformer chaque acte d'achat en une action solidaire, 4 associations partenaires incarnent l'impact positif de l'ARRONDI dans cette nouvelle campagne, qui valorise à la fois l'engagement des citoyens et la puissance du micro-don comme outil de solidarité à grande échelle. Elle témoigne de l'engagement de La Banque Postale, à travers microDON, à développer la participation de tous à une finance citoyenne. » déclare Pierre-Emmanuel Grange, Fondateur de microDON par La Banque Postale.



Dispositif média

- **Campagne d'affichage urbain et digital** du 09/06 au 22/06 dans toute la France avec une forte présence dans les gares, réseaux de métros et de bus
- **Campagne digitale sur les réseaux sociaux** du 09/06 au 22/06 sur Tik Tok, Instagram

A propos de microDON

microDON est une entreprise sociale pionnière de l'innovation solidaire, à l'origine de L'ARRONDI, la première solution de don participatif intégrée aux gestes du quotidien. Fondée en 2009, microDON fait partie des toutes premières entreprises françaises à avoir obtenu la certification B Corp, témoignant de son engagement en faveur d'une économie plus inclusive et responsable. Agréée ESUS (Entreprise solidaire d'utilité sociale), microDON conçoit des solutions simples, technologiques et accessibles qui facilitent l'engagement des citoyens et des entreprises pour soutenir des causes d'intérêt général. Depuis 2020, microDON est une filiale de La Banque Postale. En savoir plus sur www.larrondi.org

À propos de La Banque Postale

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un grand groupe international de bancassurance, 12^{ème} de la zone euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaires diversifié lui permet d'accompagner en France 18 millions de clients particuliers, entreprises, institutionnels et acteurs du secteur public local. Filiale du groupe La Poste, La Banque Postale est une banque de proximité, présente sur tout le territoire avec plus de 17 000 points de contact dont près de 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 et le leader de la finance à impact, avec une gamme complète et omnicanale de services de bancassurance, articulée autour de ses deux marques : La Banque Postale, sa banque au quotidien 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 des entreprises et du développement local.

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, La Banque Postale ambitionne d'atteindre zéro émission nette dès 2040. Elle figure aux 1ers rangs des agences de notation extra-financière.

À propos de Mozoo :

Mozoo, c'est l'agence spécialiste de la publicité et du brand content, dans tous les nouveaux mondes digitaux. Notre mission est de réenchanter la publicité digitale, en aidant les marques à explorer les nouveaux espaces de créativité et de storytelling. Depuis 2010, Mozoo accompagne les plus grands annonceurs mondiaux dans la conception, la production et la diffusion de contenus innovants, performants et adaptés aux attentes et usages des audiences.

Contact presse :

Marion Soulet – marion.soulet@laposte.fr – 06 25 57 37 68