

Good Charte

Charte éthique **Goodeed**

Version 1 - 2021





Qu'est-ce que Goodeed ?



Goodeed est une initiative fondée en 2014 sur des valeurs solidaires. Conscients des enjeux sociétaux et environnementaux auxquels nous faisons face, nous partageons la conviction qu'il est indispensable d'entraîner tous les secteurs de la société vers davantage de responsabilité sociale, environnementale et éthique. Notre mission chez Goodeed est d'impulser et accélérer la transition sociale et écologique du secteur publicitaire et des médias.

Ce secteur dans lequel nous évoluons, controversé et souvent critiqué par le grand public a toujours existé et a su démontrer (parfois positivement, parfois tragiquement) son efficacité. Quoiqu'il en soit, c'est une arme puissante pour faire émerger des tendances, des habitudes et des idées. Nous ne nous battons pas contre ce secteur. A contrario, nous souhaitons exploiter son existence pour en faire un outil au service du bien commun.

Depuis notre création, nous travaillons avec des annonceurs, des agences et des régies publicitaires pour avoir une influence positive sur leur activité et nous sommes fiers d'être chaque jour témoins de l'impact grandissant de la publicité solidaire au sein de cet écosystème. Nous sommes dans une démarche constructive, nous avons pour rôle d'accompagner positivement l'ensemble des acteurs, car nous sommes aussi convaincus que c'est ensemble que nous saurons relever les défis de notre société et entamer une transformation profonde.

Notre mission est fondée sur des valeurs éthiques fortes, c'est pourquoi nous nous devons nous aussi d'être exemplaires en tant qu'entreprise. Nous ne prétendons pas être une entreprise parfaite mais nous choisissons de rendre visibles nos efforts continus pour tendre vers un modèle plus responsable.

Cette charte éthique est un engagement volontaire, une démarche de réflexion et de transparence, une retranscription de notre vision, un état des lieux de ce que l'on fait et de ce qu'il nous reste à faire pour construire un modèle d'entreprise le plus responsable et engagé pour la société possible...

Elle se présente en 4 axes :

- L'entreprise Goodeed
- Les associations - les acteurs de la solidarité
- Les internautes - la mobilisation des citoyens
- Les annonceurs - les acteurs privés



La gouvernance d'une entreprise à vocation sociale

Goodeed favorise une gestion opérationnelle peu hiérarchisée où tous les membres de l'équipe peuvent participer de la même manière aux choix stratégiques. Il existe ensuite deux organes décisionnels qui participent aux prises de décisions à long-terme et garantissent le modèle solidaire de Goodeed : le comité d'administration et le comité solidaire.

Transparence financière et gouvernance par l'équipe au quotidien qui co-construit la vision et la stratégie

Les décisions quotidiennes sont réalisées par les employés qui bénéficient d'une grande transparence concernant les résultats financiers et les orientations futures de Goodeed. Au travers des Good Bilan, un rendez-vous hebdomadaire pour faire le point sur les avancées et les objectifs de la semaine, toute l'équipe reste informée de l'ensemble des revenus et chacun peut intervenir sur les sujets du moment.

Pour préserver la mission solidaire de l'entreprise, nous avons aussi établi un « double-indicateur » qui indique de manière transparente à toute l'équipe chaque semaine la part de nos revenus consacrés aux dons et celle conservée par Goodeed pour ses coûts de fonctionnement.

En début d'année, nous organisons le Very Good Trip, un séminaire où l'on présente les évolutions et chiffres financiers de l'année passée et où l'on réfléchit tous ensemble à la stratégie et l'orientation pour l'année à venir.

Le conseil d'administration valide les choix stratégiques à long-terme

Goodeed est une entreprise dont le capital social est détenu à 70% par Kiss Kiss Bank Bank & Co, filiale de La Banque Postale, banque d'utilité publique. Elle est en partie gérée par un conseil d'administration qui valide les opérations et les budgets annuels. Les membres du conseil sont Cécile Rifard (La Banque Postale), Héloïse Beldico-Pachot (Ma French Bank), Vincent Ricordeau (CEO de KissKissBankBank) et Nicolas Rousseau-Dumarcet (KissKissBankBank). Vincent Touboul Flachaire, le fondateur et CEO de Goodeed détient lui 30% de l'entreprise et est également présent au conseil d'administration.



Le Comité Solidaire porte la voix des associations

Dans le but d'inclure l'ensemble des parties prenantes, nous avons créé en 2020 un Comité Solidaire composé d'experts de l'écosystème de la solidarité (membres d'associations partenaires, d'agences de communication et personnalités engagées), pour les intégrer à nos réflexions stratégiques. Parmi ces membres, on compte par exemple Renaud Douci, ancien Directeur de l'ONG Solidarités International et actuel Directeur Général d'Alliance Urgences, Suzanne Chami, Déléguée Générale du Label IDEAS, Galitt Kenann, Présidente du Jane Goodall Institute et d'autres.



Une équipe mixte et des conditions de travail conviviales

Chez Goodeed, nous nous engageons à offrir une rémunération équitable à chacun de nos employés, nous favorisons la mixité au sein de notre équipe et nous partageons nos locaux avec d'autres entreprises citoyennes, dans une ambiance bienveillante et chaleureuse.

Une rémunération juste et des horaires encadrés

L'équilibre entre vie personnelle et professionnelle étant primordial, nous mettons en place des solutions pour les collaborateurs, notamment à l'aide d'horaires encadrés et de cours de sport (de boxe et de yoga) enseignés dans nos locaux. Goodeed propose aussi à ses employés une flexibilité sur le temps de travail pour concilier maternité ou paternité et vie professionnelle.

De plus, nous respectons les directives de l'agrément [ESUS](#) en termes de politique de rémunération. C'est-à-dire que nous respectons au moins ces deux conditions : la moyenne des sommes versées, y compris les primes, aux 5 salariés ou dirigeants les mieux payés ne doit pas excéder un plafond annuel fixé à 7 fois le SMIC et la rémunération versée au salarié le mieux payé ne doit pas excéder un plafond annuel fixé à 10 fois le SMIC.



L'équipe Goodeed et le recrutement de nouveaux membres

Nous encourageons la mixité au sein de notre équipe qui compte actuellement 59% de femmes et 41% d'hommes, répartition encore trop rare dans une entreprise qui s'inscrit dans le monde de la tech. Dans notre recrutement, nous nous opposons à toute forme de discrimination et les compétences et l'expérience sont largement plus valorisées que les diplômes. Aux postes de direction, plusieurs membres de l'équipe ne sont pas diplômés. Enfin, le recrutement est collaboratif puisqu'il peut faire intervenir tous les membres de l'équipe et nous étudions toutes les candidatures manuellement.

Un cadre de travail bienveillant

Nous occupons des locaux à Paris avec KissKissBankBank, Lendopolis et MicroDON, des entreprises qui partagent nos valeurs citoyennes. Nous travaillons dans un grand open space avec des espaces de convivialité et de détente : cuisine, salle de sport, etc... et cherchons à faire du travail un moment sympathique pour tous. Goodeed, c'est aussi un véritable esprit d'équipe cultivé par des moments passés ensemble autour de déjeuners et de sorties régulières, avec par exemple une traditionnelle journée de sortie la semaine de la rentrée et un séjour tous ensemble en début d'année.



Une attention particulière à notre impact environnemental

La protection de l'environnement via nos associations partenaires

Le soutien de la cause écologique et de la préservation de la biodiversité sont au cœur de notre modèle. A travers notre activité de financement de projets associatifs, nous rendons possible beaucoup de projets autour de la préservation de l'environnement, avec de grandes structures telles que Surfrider Foundation Europe et la Fondation Good Planet, mais aussi des associations plus petites ou locales comme Water Life Community ou Récup & Gamelles à Lyon. Nous avons déjà financé plus de 611 981€ pour la cause environnementale, ce qui correspond à 62 projets différents !

Nous soutenons des projets environnementaux très divers, par exemple :

- pour une agriculture plus responsable (agroécologie, permaculture, circuits courts et commerce équitable...)
- pour une consommation plus durable (projets autour du recyclage, de l'anti-gaspillage, de la mode éthique...)
- pour un développement durable (projets de reforestation, sur les énergies renouvelables ou la mobilité verte)
- pour la dépollution des terres et des océans
- pour l'éducation des plus jeunes au respect de notre planète
- ou encore pour la protection des espèces animales !

L'engagement pour la protection de l'environnement est au cœur de notre raison d'être : un des premiers projets soutenus sur Goodeed est celui en partenariat avec WeForest qui permet aux internautes de planter des arbres en Inde. Les projets financés avec Goodeed ont permis la plantation de plus de 100 000 arbres avec nos partenaires WeForest et Cœur de Forêt et Planète Urgence par exemple.



Nos engagements individuels en tant que citoyens

En tant qu'employés d'une entreprise du monde de l'économie sociale et solidaire, nous pensons que nous nous devons de limiter au maximum notre impact individuel sur la planète. Nous portons tous une grande attention à l'alimentation durable et au tri des déchets, et empruntons les transports en commun ou des moyens de mobilité douce pour nous rendre au travail. Nos locaux se trouvent dans la rue de Paradis, première rue française à expérimenter le zéro déchet !

Chez Goodeed, nous ne prenons que rarement l'avion pour des déplacements professionnels, comme lors du Travel Hero Program qui nous permet de nous rendre sur le terrain pour découvrir l'impact d'un projet financé. Sur les deux dernières années, nous n'avons réalisé que 5 aller-retours en avion au total, pour une empreinte carbone de 6,0947 tonnes de CO2 (équivalent à 30 arbres à planter pour compenser cet impact). Nous avons par ailleurs refusé de travailler avec certains influenceurs et annonceurs qui ne partageaient pas nos convictions environnementales.

La pollution liée à notre activité

Nous auditons notre bilan carbone et notre actionnaire majoritaire La Banque Postale compense l'empreinte des bureaux de ses filiales. Pour cela, l'ensemble des filiales réalisent un reporting extra-financier en fin d'année centralisé par le département RSE pour l'intégrer au calcul de l'empreinte carbone du groupe. Le taux ainsi calculé est ensuite compensé par une enveloppe appelée Fond Carbone, qui finance des initiatives à impact positif (des panneaux solaires, des vélos à assistance électrique pour les collaborateurs, etc...).



Pour aller plus loin, nous avons réalisé un audit de notre impact environnemental et de nos émissions carbone de l'année 2020 avec l'entreprise [Carbo](#). Cet audit nous permet aussi d'avoir un référentiel à instant T et de définir nos points d'améliorations pour réduire collectivement nos externalités négatives.

Nous améliorer

Les limites de l'entreprise Goodeed

La gouvernance participative est un sujet qui nous tient à cœur, mais nous sommes conscients des axes d'amélioration possibles. Par exemple, les associations ne font pas partie du conseil d'administration à ce jour.

Concernant l'amélioration des conditions de travail, nous travaillons sur la mise en place de formations professionnelles et souhaitons augmenter le nombre de jours de congés payés et allonger le congé paternité.



Nos annonceurs partenaires peuvent aussi générer des externalités négatives plus ou moins fortes sur le climat et la biodiversité. Nous sommes attentifs à leur impact et établissons une sélection de plus en plus rigoureuse. Nous aspirons à être capable d'influencer positivement les pratiques environnementales des annonceurs dans le futur.

Nos propres activités génèrent quant à elles de la pollution numérique de par notre site et application, les publicités diffusées en externe et les e-mails que nous échangeons au quotidien. Nous réfléchissons à de nouveaux moyens de réduire cet impact négatif. Ainsi, nous allons établir une liste de nos partenaires en 2021 et de leurs engagements environnementaux et travaillons sur une version sombre de nos produits pour réduire la consommation des écrans sur lesquels ils s'affichent.



Les associations, au coeur de notre mission

Notre cœur de métier est de travailler main dans la main avec les associations, en proposant aux annonceurs leurs projets solidaires et environnementaux. Nos associations et fondations partenaires ont toutes un réel impact sur le terrain, et nous tenons à recueillir des nouvelles des projets financés afin de permettre à toute l'équipe d'être au plus proche de l'impact positif de Goodeed.

Des relations de confiance avec les associations

Nous offrons un service gratuit, simple et transparent à nos associations et fondations partenaires. Nous avons à cœur de nouer avec elles des partenariats de confiance qui s'inscrivent dans la durée, que nous formalisons par des conventions de partenariat qui nous engagent mutuellement. Les associations ont toujours la possibilité de refuser d'être associées à une marque à chaque nouvelle campagne et elles peuvent rompre cette convention à tout moment.

Une attention particulière à la qualité des projets

Les associations avec lesquelles nous travaillons sont très diverses : des ONG internationales comme des associations locales ou de quartier. Ces structures sont toutes sérieuses et engagées, et sur nos 217 associations partenaires 26% sont labellisées par [Don en Confiance](#) ou le [label IDEAS](#). Nous veillons par ailleurs à ce que nos associations partenaires reçoivent des subventions d'entreprises, de fondations ou des subventions publiques qui demandent des audits réguliers.

Nous respectons les principes de neutralité et de non-discrimination dans le choix de nos associations partenaires. Nous nous engageons à une impartialité politique, religieuse, de race, d'ethnie, de sexe, de nationalité ou d'opinion. Nous finançons tout type de causes, indépendamment de nos sensibilités ou convictions personnelles. Les projets choisis doivent être suffisamment précis et avoir un réel impact social ou environnemental qui réponde à un besoin. Nous les regroupons autour de 8 grandes causes : environnement, santé, éducation, droits humains, nutrition, pauvreté, animaux et urgence. Les associations nous fournissent une attestation de versement et nous les contactons régulièrement pour obtenir des retours du terrain qui sont ensuite publiés sur notre [blog](#).

Concrétiser la mission Goodeed pour l'équipe

Afin de permettre à toute l'équipe, y compris les développeurs ou commerciaux de mieux connaître nos associations partenaires, nous accueillons des associations au sein de nos locaux plusieurs fois par an pour qu'elles nous parlent de leurs actions au quotidien et plus spécifiquement des projets financés via Goodeed. Le Travel Hero Program permet quant à lui à des membres de l'équipe de se rendre sur le terrain et d'être témoins de l'impact concret des projets financés, mais aussi de s'enrichir de l'expérience de ceux qui agissent sur place.



Nous améliorer

Réduire les délais de financement des associations

En ce qui concerne nos associations partenaires, il existe aussi des sujets sur lesquels nous réfléchissons à nous améliorer.

Nous nous efforçons de préserver au maximum le lien de confiance qui nous lie. Lorsque nous établissons un partenariat, il se peut cependant que l'association ne voit pas ses projets financés immédiatement. Afin d'être le plus en adéquation possible avec les engagements de leurs marques, nous proposons plusieurs projets aux annonceurs en fonction de la thématique sur laquelle ils souhaitent s'engager mais nous leur laissons toujours le choix final du projet soutenu. Ce délai peut prendre quelques mois.

Puisque nous travaillons avec de plus en plus de partenaires, il nous est également difficile d'effectuer un suivi très précis du projet financé car nous manquons de moyens humains. Toutefois, à chaque don, une attestation de don est envoyée par les associations financées et publiée sur notre site et nous les contactons régulièrement pour obtenir des comptes-rendus des projets financés.



Les internautes et l'expérience de don gratuit

Goodeed est né grâce à une belle communauté de donateurs qui prennent de leur temps pour financer des projets gratuitement. Nous cherchons par conséquent à être le plus transparent possible sur notre fonctionnement et au plus proche d'eux. Pour cela, nous rendons l'expérience utilisateur de plus en plus divertissante et communiquons avec cette communauté sur nos réseaux sociaux.

Un don simple et ludique

Depuis sa création, Goodeed a pour objectif de démocratiser le don en le rendant gratuit et accessible à tous. Ainsi, sur Goodeed, 80% des donateurs ont entre 18 et 35 ans, alors que 70% des donateurs en France ont plus de 50 ans. Aujourd'hui, le don en ligne ne représente que 4% du total des dons réalisés et les frais de collecte coûtent cher aux associations, tandis que sur Goodeed, tout se fait en ligne et sans frais de collecte. Ainsi, notre entreprise permet aux associations de toucher un nouveau public, les jeunes.

Nous essayons de rendre agréable l'expérience utilisateur grâce à un système de gamification avec des missions, des points à gagner et des objectifs à atteindre, ainsi que le parrainage. La gamification passe également par un grand challenge de fin d'année avec un objectif de dons à réaliser sur une période donnée et un badge de récompense. Par ailleurs, nous cultivons un univers graphique coloré et positif, où les donateurs sont considérés comme des super-héros du don.

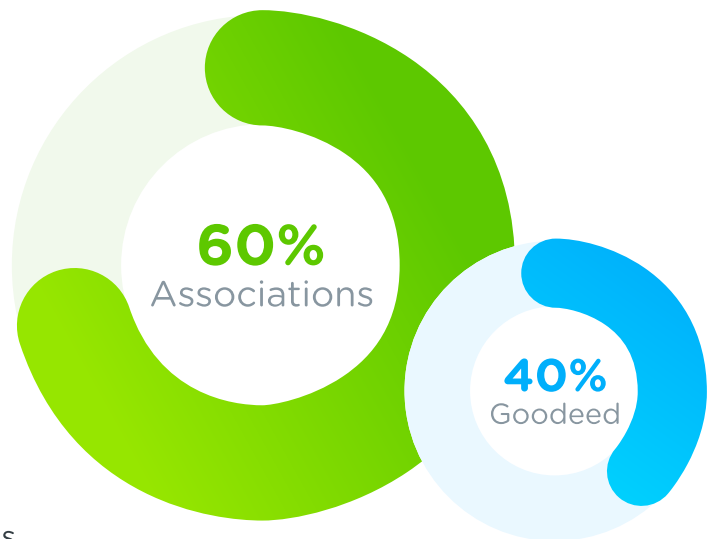
Une transparence maximale pour les utilisateurs

Goodeed se veut le plus transparent possible pour ses utilisateurs et s'appuie pour cela sur quatre grands outils : notre rapport annuel, les attestations de dons, notre blog et la validation de nos comptes par un Commissaire Aux Comptes chaque année.

L'onglet [Transparence](#) de notre site Internet permet aux utilisateurs de se renseigner sur notre fonctionnement. On y trouve notre rapport annuel avec le détail de tous les projets financés et le montant associé.

L'ensemble des attestations de dons que nous envoyons les associations après le versement du don est aussi disponible en temps réel sur notre site. Notre blog sert à recueillir des nouvelles quelques mois après le financement des projets pour les partager à la communauté.

D'autre part, notre modèle financier est accessible à tous en un clic depuis la page d'accueil : nous reversons 60% de nos revenus aux associations pour les campagnes que nous commercialisons. Les 40% restants servent à faire tourner la machine Goodeed.



L'attention portée à notre communauté

Notre communauté nous est chère car c'est elle qui a permis l'émergence de Goodeed et continue de faire fonctionner notre site et application, même si notre format publicitaire solidaire est aujourd'hui également visible en externe.

Pour être au plus proche de cette communauté, nous publions quotidiennement sur nos réseaux sociaux : [Facebook](#), [Twitter](#) et [Instagram](#), et répondons aux messages de contact sur le site. Nous rédigeons une newsletter régulière, et publions des feedbacks des projets financés sur notre blog.

Ce contact avec la communauté est également possible grâce à l'organisation d'événements comme des Webinars et la participation à des salons comme le Change Now Summit ou le salon PROdurable.

Une gestion éthique des données

Nous nous engageons à respecter les normes RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) définies par l'Union Européenne. Le sujet de la gestion des données est très important chez Goodeed, c'est pourquoi nous suivons les recommandations de manière extrêmement rigoureuse. Lorsqu'un utilisateur se rend sur notre site, il a la possibilité d'accepter tous les cookies, de tous les refuser ou de les paramétrer de manière très simple.



Nous améliorer

Comment optimiser l'expérience utilisateur ?

Nous prêtons depuis toujours une grande attention à la transparence vis-à-vis de nos utilisateurs et nous regrettons de ne pouvoir apporter davantage d'information quant à la "valeur monétaire d'une vue". En effet, la valeur d'un don unique (une "vue publicitaire") est difficile à communiquer car elle varie en fonction de plusieurs critères : l'annonceur, le budget investi, le volume de publicités diffusées... Nous préférons donc communiquer aujourd'hui sur notre impact financier collectif (le montant collecté par la communauté) affiché sur notre page d'accueil en temps réel ainsi que sur le montant reversé à chaque projet dans notre rapport annuel et dans notre fichier public qui référence toutes les attestations de dons.

Nous souhaiterions, en outre, réussir à mieux expliquer aux internautes quels sont les nouveaux formats de publicité solidaire développés par Goodeed, et la manière dont est financée une campagne : via les vues réalisées sur notre site et application mais également grâce aux vues sur nos réseaux éditeurs partenaires.

Selon une étude réalisée par Appinio pour The Trade Desk, 48% des Français ne réalisent pas que la publicité est une source de revenu majeure pour les éditeurs en ligne. L'écosystème publicitaire sur internet étant complexe et opaque, il est parfois difficile pour nous de faire comprendre notre modèle et nous souhaiterions être davantage moteur d'acculturation du système publicitaire auprès du grand public.



Goodeed, acteur du monde de la publicité

Goodeed souhaite apporter une alternative responsable et solidaire à l'écosystème publicitaire. La publicité a toujours existé et est aujourd'hui omniprésente dans la société. C'est un moteur économique incontestable en croissance depuis plusieurs années, qui représentait 600 milliards de dollars en 2019. Son poids est peut-être amené à être remis en question, néanmoins en attendant cela il est crucial que ses pratiques soient plus vertueuses et en accord avec les défis environnementaux et sociétaux que nous rencontrons. Nous considérons donc qu'il est à la fois urgent de limiter les externalités négatives liées à la publicité et indispensable d'en faire un moteur de changement positif. Notre objectif est de participer à la transformation responsable de ce secteur en apportant une solution concrète en inspirant et en accompagnant les autres acteurs.

Une ambition : vers plus de solidarité dans la publicité

Un des premiers objectifs de Goodeed est de sensibiliser le monde publicitaire aux enjeux sociaux et environnementaux et d'apporter des alternatives concrètes plus responsables. L'entreprise est née d'un constat : la publicité est omniprésente et représente autour de 600 milliards d'investissements chaque année. Et si une partie de ces investissements pouvait avoir un impact positif sur la planète et la société ? Goodeed répond à cette interrogation en transformant les budgets publicitaires des marques en des dons pour des associations, avec plusieurs millions d'euros déjà reversés à des projets associatifs.

Militer pour une publicité moins intrusive

Nos formats publicitaires ont été pensés pour n'être ni intrusifs ni agressifs. Sur la plateforme Goodeed, les utilisateurs ont le choix de regarder les publicités proposées et de valider leur don, et nous n'effectuons pas de ciblage. Sur les relais externes, les internautes ont également le choix de regarder notre format publicitaire solidaire lorsque celles-ci sont sous un format vidéo, et leur don est validé au bout de 20 secondes de visionnage.



La sélection des annonceurs

Nous travaillons avec beaucoup d'annonceurs qui évoluent dans des secteurs variés. Nous veillons à ce qu'il y ait toujours une cohérence forte entre le projet associatif et l'annonceur. L'association a le choix d'accepter ou non chaque proposition de campagne avec un annonceur spécifique. Il arrive d'ailleurs que l'association refuse d'être associée à un annonceur car ses valeurs en sont trop éloignées.

Nous sommes attentifs à l'image de marque de Goodeed et avons refusé de travailler avec certaines marques pointées du doigt par le grand public qui entrent aussi en conflit avec nos engagements. Certains secteurs sont systématiquement refusés : l'armement, le tabac, l'industrie pétrolière, les OGM et les pesticides.



Lorsque nous choisissons de travailler ou non avec un annonceur, nous prenons en compte plusieurs critères : la marque, le message véhiculé par la campagne publicitaire, le budget potentiel, le risque lié à notre image, les remarques et la validation ou non par les associations soutenues, ainsi que nos propres convictions. Il y a un échange au sein de l'équipe pour les cas qui posent question.

Nous améliorer

Vers une publicité encore plus éthique

Nous sommes conscients que certains des annonceurs avec lesquels nous travaillons ne sont pas parfaits. Pour nous, travailler ou non avec un annonceur est un choix difficile et une responsabilité importante. Chaque campagne refusée implique aussi la perte d'un budget pour financer un projet solidaire qui ne verra peut-être pas le jour.

Notre objectif est d'être de plus en plus reconnu comme acteur incontournable de la publicité solidaire, afin d'influer davantage sur les pratiques des marques en amont et d'avoir un poids décisif sur leurs engagements.

Cette charte constitue un cadre éthique et nous accompagne dans nos prises de décisions au jour le jour. Elle a pour vocation d'évoluer au cours du temps car nous nous améliorerons.

Goodeed est une entreprise du monde de l'économie sociale et solidaire qui cherche à réinterroger constamment son impact sur les citoyens et la planète, à travers des réflexions sur sa gouvernance, son empreinte environnementale ou son rapport à ses parties prenantes (les associations, les internautes et les acteurs publicitaires). Nous ne prétendons pas être une entreprise parfaite mais nous choisissons de rendre visible à tous notre vision et nos engagements dans cette charte éthique. Dans toutes nos actions, nous gardons un même cap, nos valeurs, et une ambition : rendre le secteur de la publicité plus solidaire et plus responsable.

