

Boon.Today lance Ad For Good® le premier label à impact social et environnemental pour les acteurs de la publicité

Les modes de consommation des Français évoluent, tout comme leur envie d'avoir un impact plus positif sur le monde qui les entoure. Certaines entreprises du secteur marketing et de la publicité n'échappent pas à cette volonté d'agir.

C'est le cas de [Boon.Today](#), une startup créée en 2016, qui vient de lancer « Ad For Good® », le premier label à impact social et environnemental pour les acteurs de la publicité.



Boon.Today : petits gestes pour de grandes causes

Les Français croient en une transformation positive de la société, en matière d'environnement comme en matière d'amélioration sociale. Mais pour que ces transformations aient lieu, il est nécessaire que chacun apporte sa pierre à l'édifice.

Selon l'Observatoire International du Climat, 66% des Français annoncent « avoir changé des choses dans leur comportement aux cours des dernières années », pour réduire leur impact environnemental.

Et si le monde de la publicité se mettait aussi au vert ?

Alors que de nombreux magasins proposent d'arrondir à l'euro supérieur le montant de nos achats au profit d'associations, d'autres entreprises souhaitent agir malgré leur présence digitale plus discrète.

C'est le projet innovant de la start-up Boon.Today, qui est fière d'annoncer le lancement de son projet « Ad For Good® » le premier label à impact social et environnemental pour les acteurs de la publicité.

Ad For Good® c'est quoi ?

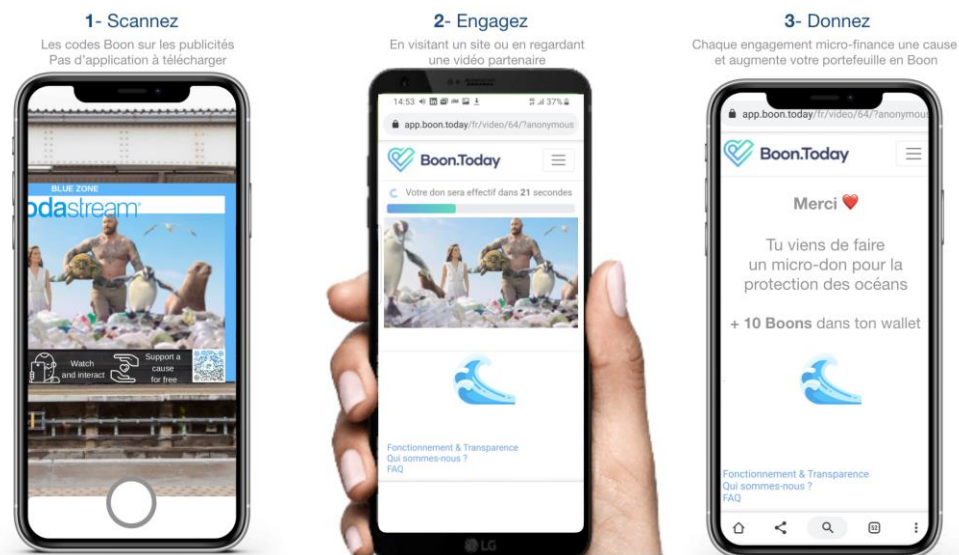
L'entreprise Boon.Today est partie d'un principe simple :

Le budget publicitaire mondial est estimé à 6 milliards de dollars par an... Et si on reversait seulement 1% de ce budget à des associations ou des projets à fort impact social ou environnemental ?

Shaï Douillet, co-fondateur de la start-up annonce :

« Imaginez l'impact de la publicité avec un budget de don annuel de 5.5 milliards d'euros par an : le nombre d'arbres plantés, d'enfants éduqués, d'eau potable acheminée, de plastiques retirés des océans, un véritable change maker pour la publicité mais surtout pour la planète. »

Ad For Good® est le premier label à impact social et environnemental destiné au secteur de la publicité. Il souhaite à la fois sensibiliser les consommateurs français et rassembler les acteurs du monde de la publicité et du marketing d'image.



Plus concrètement, lorsque les consommateurs regardent une publicité affichant le label Ad For Good®, ils sont récompensés financièrement par la devise numérique appelée « Boon » (bonne action en anglais).

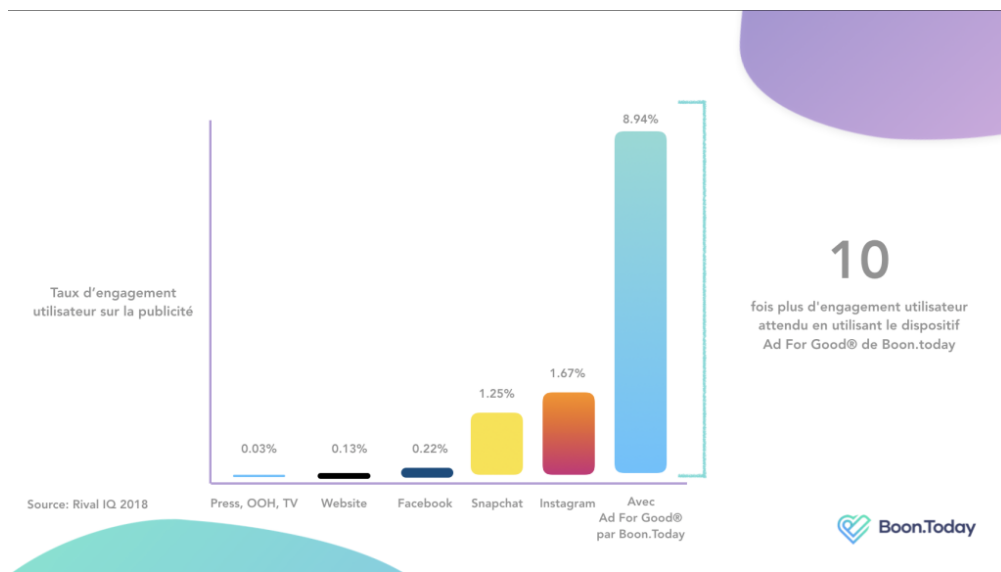
Ces Boons sont crédités directement par la marque et automatiquement versés sur le portefeuille de l'utilisateur Boon.Today.

Les utilisateurs peuvent ensuite utiliser leurs Boons pour faire des dons aux projets de leur choix.

Agir pour un avenir meilleur : le projet Boon.Today convainc !

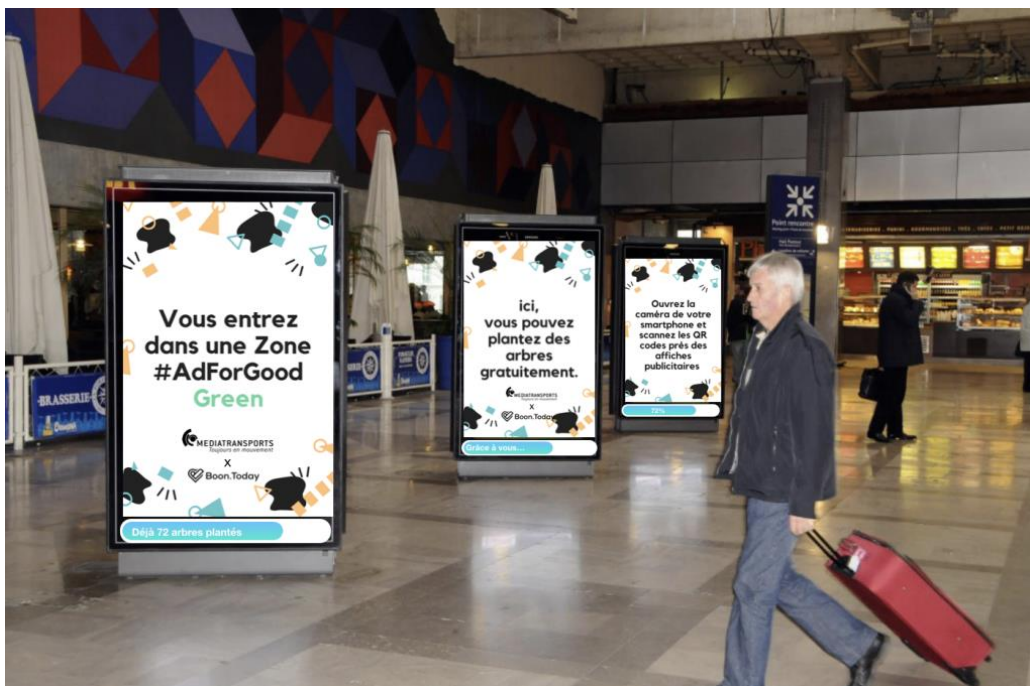
Boon.Today souhaite faire comprendre à toutes les régies et agences publicitaires qu'elles peuvent agir concrètement, et responsabiliser leurs achats médias en devenant des membres Ad For Good®.

C'est une manière de connecter ses clients en misant sur leur taux d'engagement, et plus directement, de jouer un rôle dans la transformation de la société actuelle.



Ad for Good a déjà convaincu une première régie, et pas des moindres, puisqu'il s'agit de **MediaTransports**, du Groupe Publicis.

L'entreprise, qui a été immédiatement conquise par ce projet de grande envergure, est devenue partenaire Ad For Good® avec Boon.Today en proposant à ses 8 millions de voyageurs quotidien la possibilité d'agir en scannant les codes environnant Boon.Today sur leurs réseaux publicitaires et micro-financer des causes sociales ou environnementales.



L'agence annonce :

« Notre force est d'agir directement sur le ROI de nos annonceurs grâce à notre technologie d'engagement publicitaire solidaire Boon.Today. »

Le label Ad For Good® est la première solution clé en mains d'Advertising For Good pour les marques et les acteurs de la publicité ! Ce projet s'inscrit dans la lignée des actions Bonn.Today qui transforme les internautes en « don'acteurs ».

Cette technologie nommée « Engage With Purpose » a déjà convaincu plus de plus de 1000 marques, soutenant quotidiennement un projet social ou environnemental, augmentant également par 20 leur engagement utilisateur.

L'histoire de Boon.Today, agir au quotidien



Shaï Douillet, 30 ans, est le co-fondateur de Boon.Today. Ancien COO de la régie publicitaire Jumpin' Jack Flash Media située à Tel-Aviv, Shaï fait ses armes dans de grands groupes français, travaillant dans les antennes de région parisienne d'Orange et SFR.

En 2016, après un voyage humanitaire au Laos avec son épouse, il réalise que son travail n'est pas aussi porteur de sens qu'il le voudrait. Comment donner plus de valeur à son travail, en matières sociale et environnementale tout en restant dans le domaine de la publicité ? Shaï Douillet songe à toutes les agences ou régies publicitaires qui ressentent la même chose et décide de se lancer dans un nouveau projet à impact positif.

Il crée avec son associé et CTO, Thibault Bach, un outil permettant de donner plus de sens à ses prochaines campagnes, et à toutes celles de son secteur : **la start-up Boon.Today était née**. L'entreprise a déjà reçu de multiples récompenses soulignant cette idée de relier les campagnes des marques existantes à sa technologie #Tech4Good :



Pour en savoir plus

Site internet Boon Today : <https://www.boon.today>

Site internet Ad For Good : <https://www.adforgood.com>

Facebook : <https://www.facebook.com/boon.today.world>

Instagram : <https://www.instagram.com/boon.today>

Linkedin : <https://www.linkedin.com/in/shai-douillet>

Contact Presse

Inès Elkaim

Email : ines@boon.today

Téléphone : 01 77 38 04 45