médiaperformances

RAPPORT RSE 2017/18

Date de rédaction juillet 2018 -1

L'ambition de Mediaperformances est d'être durablement le leader du shopper media en France. La croissance et le succès de l'entreprise s'appuient sur des valeurs et des principes qui fondent sa culture et qui inspirent l'action de chacun au quotidien: L'ENTREPRENEURIAT, L'EFFICACITE et L'EQUILIBRE

Nos pratiques de management sont inspirées de ces valeurs fondatrices, qui sont également au cœur de nos relations avec l'ensemble de nos parties prenantes : collaborateurs, clients, fournisseurs, partenaires, associations, autorités publiques…

Mediaperformances est engagée depuis plus de 10 ans dans une démarche RSE sur le volet social et sociétal – solidaire, sans l'avoir formalisé, et sans avoir communiqué sur le sujet. En 2015, consciente des enjeux liés à l'environnement, Mediaperformances a réalisé un premier bilan carbone ; l'entreprise se fixe désormais un objectif de réduction de son empreinte de 30% en 2022 et a engagé des chantiers ambitieux pour ce faire.

Les enjeux RSE chez Mediaperformances consistent donc à :
-Réduire l'empreinte carbone de l'entreprise, notamment au travers de projets de recyclage (fin de vie, matières composant le produit).
- Renforcer l'engagement solidaire, chaque projet reposant sur la mobilisation interne et la prise en main des projets par les collaborateurs.
-Poursuivre la politique de développement des équipes, notamment via un programme ambitieux de formation et un partage des bénéfices volontariste.
-S'engager publiquement sur sa démarche RSE, notamment en adhérant au Pacte Mondial des Nations Unies.

Dans un contexte où nous souhaitons renforcer notre ambition RSE, il nous est apparu essentiel de formaliser notre démarche, notamment en mettant en place un reporting annuel, et en rédigeant notre premier rapport RSE, pour l'exercice 2017/18.

Avec ce document, je réaffirme également l'attachement de Mediaperformances aux dix principes du Pacte Mondial et renouvelons notre engagement à les respecter, les promouvoir et les mettre en œuvre dans nos activités quotidiennes "

Nous vous en souhaitons une bonne lecture,

Rémy Gerin
Président de Mediaperformances

Sommaire

1. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE ET DE SON ACTIVITE
Les Valeurs de Mediaperformances 4
Nos solutions & dates clés 5
Descriptif de notre chaine d'approvisionnement 5

2. NOTRE STRATEGIE DEVELOPPEMENT DURABLE
Identification et dialogue avec les parties prenantes 6
La traduction de nos enjeux : matrice de matérialité de Mediaperformances 7
Stratégie et objectifs 8
Nos engagements généraux : Principe de transparence 9
Respect de notre code d'éthique des affaires et de bonne conduite 10
Protection des données personnelles et confidentialité des informations 10
Lutter contre la corruption 10

3. ORGANISATION, PILOTAGE ET COMMUNICATION DE LA STRATEGIE DEVELOPPEMENT DURABLE
Organisation et pilotage de la stratégie développement durable 11
Méthodologie relative au reporting RSE 11
Communication de notre stratégie développement durable 11

4. ENJEU ENVIRONNEMENTAL : REDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE
Les engagements pris 12
Actions en place 12
Aller plus loin : actions prévues en 2018 14
Indicateurs de performances 15

5. ENJEU SOCIAL: METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE SOCIALE AMBITIEUSE
Les engagements pris 15
Actions en place 15
Aller plus loin : actions prévues en 2018 16
Indicateurs de performances 16

6. ENJEU SOCIETAL: RENFORCER NOTRE ENGAGEMENT SOLIDAIRE ET SOCIETAL, ET NOTAMMENT POUR UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE
Les engagements pris 17
Actions en place 17
Aller plus loin : actions prévues en 2018 17
Indicateurs de performances 18

7. CONTACTS 18

8. GRILLE DE CONCORDANCE GRI-4 (OPTIONS CRITERES ESSENTIELS) 19

1. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE ET DE SON ACTIVITE

Créé en 1985, Mediaperformances est le leader du shopper media en France. Mediaperformances s'adresse aux marques comme aux Agences Média, avec une gamme de solutions qui influencent le comportement d'achat des shoppers. Partenaire des enseignes Carrefour, Leclerc, Auchan, Intermarché, Système U et Cora, Mediaperformances compte parmi ses clients, plus d'une centaine d'annonceurs PGC et Non alimentaires comme Danone, Nestlé, L'Oréal, Unilever, Mondelez, ou encore Coca-Cola. Mediaperformances exerce son activité en France.

A fin 2017, l'effectif de Mediaperformances se compose de 82 collaborateurs

Indépendante, L'entreprise est toujours majoritairement détenue par son fondateur

Fiche d'identité de l'entreprise- Indicateurs clés
82 collaborateurs à fin 2017, dont 94% CDI, 1% CDD, 5% Contrats professionnels
Répartition : 73% femmes- 27% Hommes
57% de femmes au sein du Comité exécutif
Activité : Régie publicitaire de média
Lieu du siège : Suresnes
Forme juridique : Société par actions simplifiée
Chiffres Affaires : 35 M€ en 2017
Capital social : 555 113 euros

Les Valeurs de Médiaperformances

Mediaperformances appuie son action sur ses trois valeurs : l'entreprenariat, l'efficacité et l'équilibre.

Entrepreneuriat

Nous avons en commun l'esprit d'initiative des entrepreneurs, ainsi qu'une implication très forte sur le développement de notre business. Nous cultivons l'énergie & la persévérance pour nous dépasser et réussir à être meilleurs que nos concurrents en apportant tous les jours plus de valeurs à nos clients. Curieux et ouverts d'esprit, nous expérimentons régulièrement des solutions ou des modes de fonctionnement innovants, en investissant humainement et financièrement pour atteindre nos objectifs.

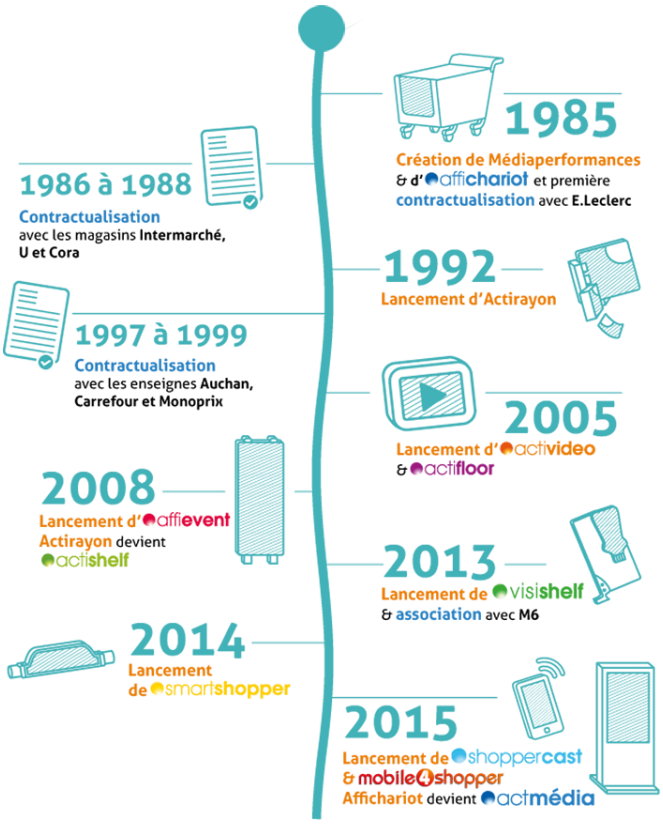
Efficacité

Nous sommes tous et toutes des professionnels exigeants et responsables. A la recherche permanente de l'efficacité dans le travail par l'application de process simples. Chacun de nous sait prendre les bonnes décisions et les exécuter en mesurant les implications. Nous gardons en permanence à l'esprit la performance et les possibilités d'amélioration qui passent par la remise en cause et l'écoute de nos équipes, de nos clients et de l'environnement dans lequel Médiaperformances évolue.

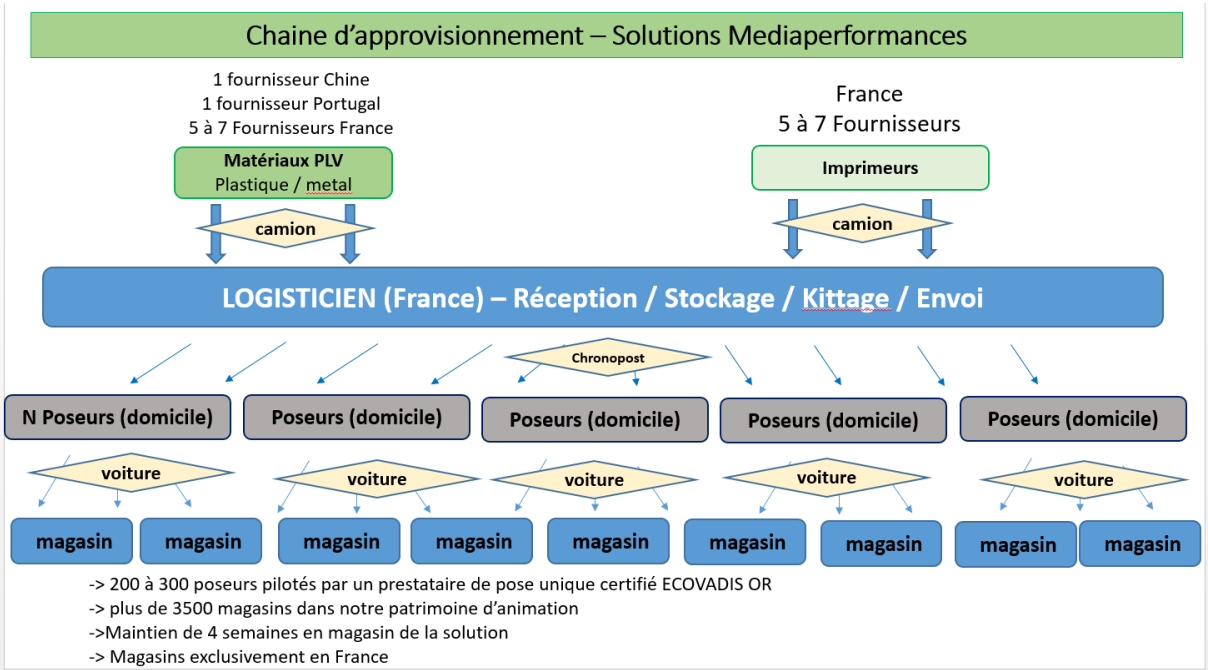
Équilibre

Nous partageons une stratégie claire et cohérente ainsi qu'une politique volontariste de redistribution des bénéfices. Nous savons reconnaître les succès de tous. Nous encourageons le travail en groupe et la communication en privilégiant l'implication et la confiance. Nous faisons grandir les équipes,dans le respect de la diversité,afin d'améliorer en permanence nos performances. Nous conduisons notre travail avec honnêteté et respect de ceux avec qui nous sommes en relation.

Nos solutions et dates clés



Descriptif de notre chaine d'approvisionnement



2. NOTRE STRATEGIE DEVELOPPEMENT DURABLE

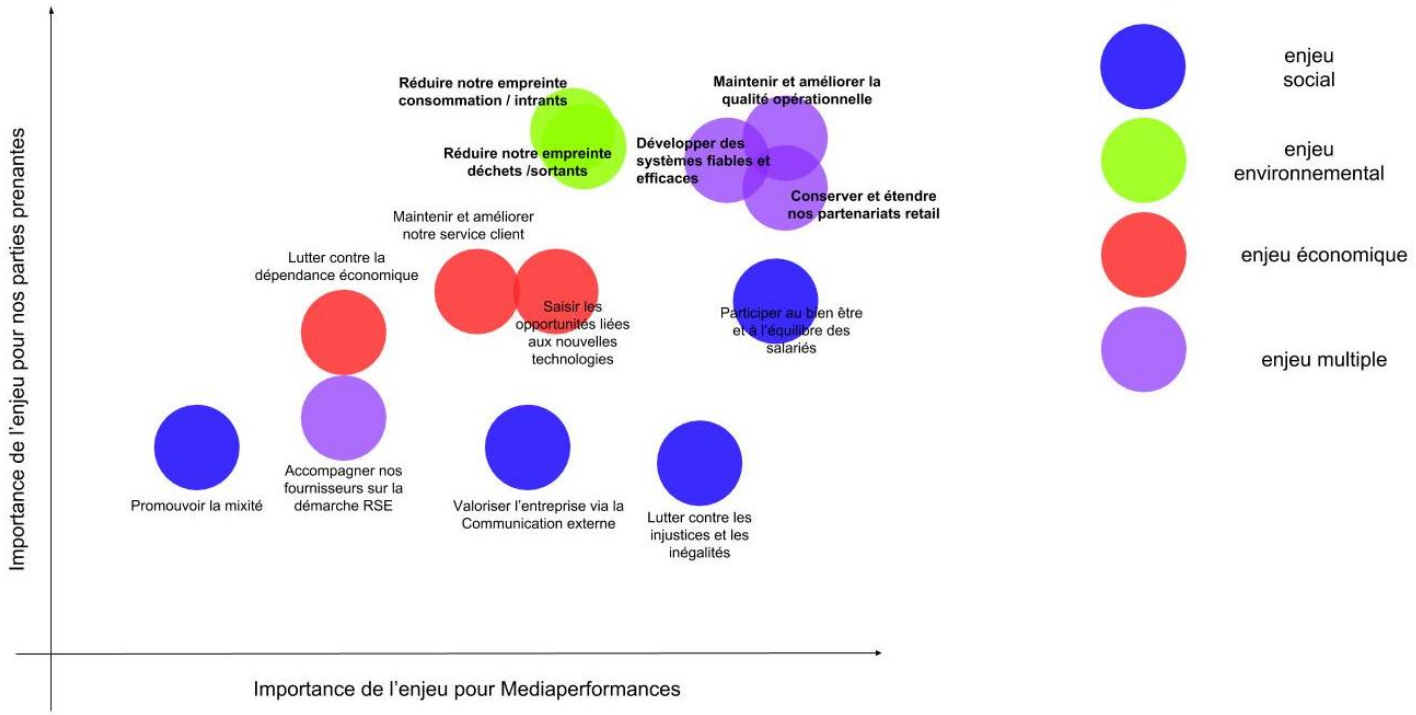
Identification et dialogue avec les parties prenantes

Type	Parties Prenantes	Attentes	Outils de dialogue	Information	Consultation	Collaboration
INTERNE	SALARIES et MANAGERS	Equilibre vie professionnelle / vie personnelle Besoin de sens et de reconnaissance Cadre de travail motivant et agréable	RGE, Diffusion information via portail, Entretiens d'évaluations,	x	x	x
	CE / REPRESENTANTS DU PERSONNEL / RH	Justice et équité sociale, intérêts des salariés Bien être au travail Respect droit du travail	Reunions, CR, note interne	x	x	x
EXTERNE	CLIENTS ANNONCEURS / AGENCES	Qualité opérationnelle Fiabilité et efficience (cout/délai) Ethique Respect de l'environnement Confidentialité de l'information et des données	RDV commerciaux, sondages, charte ethique	x	x	
	PARTENAIRES ENSEIGNES	Qualité opérationnelle Fiabilité et efficience (cout/délai) Ethique Respect de l'environnement Confidentialité de l'information et des données	RDV, charte ethique	x	x	x
	ONG / ASSOCIATIONS	Transparence Engagement sur le long terme Demarche RSE	Rapports RSE, communication sur le progres, reunions de travail	x	x	x
	FOURNISSEURS / SOUS-TRAITANTS	Bonne relation Transparence et collaboration win-win Ethique Demarche RSE Confidentialité de l'information et des données	Consultations, RDV, cahier des charges, charte fournisseurs	x	x	x
	SHOPPER / CONSOMMATEUR	Communication ethique, honnête et transparente Sécurité des matériaux de nos solutions publi-promotionnelles Qualité de nos solutions (valeur ajoutée et disponibilité) Respect de la vie privée et des données personnelles Demarche RSE	Site internet, identité entreprise reconnaissable sur nos solutions (logo)	x		

La traduction de nos enjeux : matrice de matérialité de Mediaperformances

En juin 2017, Mediaperformances a réalisé en interne sa matrice de matérialité qui croise les enjeux prioritaires environnementaux, sociaux et sociétaux avec les attentes principales des parties prenantes
Pour identifier et hiérarchiser les enjeux prioritaires, il a été procédé de la façon suivante :
- Etude des macro-enjeux et risques et opportunités qui en découlent
- Cartographie des parties prenantes et identifications des principales attentes
- Entretiens en interne et avec les fournisseurs

Au regard des évolutions de l'activité, Mediaperformances ajustera en 2018 cette matrice pour modifier si nécessaire ses priorités d'actions et actualiser sa stratégie développement durable.



Stratégie et objectifs

Nos enjeux RSE	**Nos engagements**	**Objectif et KPI's**
Réduire notre empreinte carbone	Améliorer le recyclage de nos solutions Accroitre le recyclage de nos déchets au siège Intégrer des matériaux recyclés dans nos solutions et/ou faire évoluer nos matériaux Limiter nos émissions de CO2 liés au transport : optimisation logistique des transports marchandises, et optimisation des émissions de la flotte automobile de l'entreprise	Réduire de 30% notre ratio empreinte carbone/CA, d'ici 2022 Amélioration de 5 à 10% par an des indicateurs CO2 sur nos solutions print
Mettre en place une politique sociale ambitieuse	Continuer à avoir un partage volontariste des richesses créées via l'intéressement et la participation Développer la culture managériale et entrepreneuriale et la compétence des équipes via un programme ambitieux de formation et la culture du feedback Développer la fierté d'appartenance et le bien-être au travail	Devenir d'ici 2022 une Great Place to Work Progresser chaque année de 3 points sur nos 20 à 30 indicateurs RH prioritaires
Renforcer notre engagement solidaire et sociétal, et notamment pour une consommation plus responsable	Soutenir dans la durée la Fédération Française des Banques Alimentaires, en participant à la collecte nationale et en offrant un soutien en communication Permettre aux collaborateurs qui le souhaitent de proposer et de mettre en œuvre des projets sociétaux et solidaires	100% des collaborateurs de l'entreprise se sentent impliqués dans un projet sociétal ou solidaire de l'entreprise En 2022, nous aurons bâti des partenariats solidaires dans la durée avec deux associations d'intérêt général
S'engager publiquement à progresser dans notre démarche RSE	Formaliser la démarche dans un principe de transparence, notamment via la mise en place d'une charte éthique, charte fournisseur, des indicateurs, un rapport RSE annuel Devenir signataire du UN Global Compact, et communiquer chaque année sur les progrès réalisés	Avoir obtenu l'accréditation Ecovadis Or d'ici 2020

Nos engagements généraux : Principe de transparence

Soutien de Mediaperformances aux objectifs de développement mondial et au Pacte Mondial des Nations Unies

Au travers notre stratégie développement durable, Mediaperformances contribue à 8 des 17 Objectifs de développement durable définis par les Nations Unies

Mediaperformances a également confirmé son engagement en faveur des droits de l'homme, du droit du travail, de la protection de l'environnement et de la lutte contre la corruption, par la signature du Pacte mondial de Nations Unies en Juin 2018. La vision du Pacte mondial est d'œuvrer pour une économie mondiale plus stable et inclusive, qui bénéficierait aux personnes, aux communautés locales et aux marchés.

En tant que signataire du Pacte Mondial des Nations Unies et en cohérence avec sa stratégie développement durable, Mediaperformances s'engage à soutenir et mettre en œuvre les dix principes du Pacte Mondial et à publier une fois par an une « communication sur le progrès » qui décrit les efforts déployés en interne pour appliquer les 10 principes.

Evaluation par ECOVADIS de la performance RSE de Mediaperformances

Dans le but d'évaluer notre performance RSE et dans une démarche d'engagement volontaire de notre entreprise sur ces sujets, ECOVADIS nous évalue depuis 2017 sur différentes thématiques : Environnement, Social, Ethique des affaires et achats responsable.

En septembre 2017, Ecovadis a confirmé l'engagement et l'implication RSE de Mediaperformances en lui décernant le label «Ecovadis Argent » / « Performance RSE : Confirmé ».

Mediaperformances obtient la note de performance globale de 54/100, la moyenne des autres entreprises évaluées dans le secteur «publicité et études de marché » étant de 42,4/100.

Nous sommes performants sur les thèmes Environnemental et Social. Nous souhaitons progresser dans la prochaine évaluation, pour cela, au-delà de mener des projets RSE, nous avons identifié le besoin de formaliser notre démarche RSE, définir des objectifs chiffrés, identifier et communiquer sur des KPI's en ligne avec les consignes GRI-4, et communiquer sur notre démarche RSE, auprès de nos collaborateurs, parties prenantes et clients.

Formalisation et déploiement de nos propres engagements et objectifs (sera effectif en 2018)

- Code d'éthique et de conduite des affaires Mediaperformances
- Charte Fournisseurs
- Charte informatique

Respect de notre code d'éthique des affaires et de bonne conduite

Dans un contexte de plus en plus global et complexe, il nous parait essentiel de nous doter d'un code éthique et de bonne conduite.

Véritable cadre de référence pour l'action, il définit les règles de conduite, individuelle et collectives, qui doivent guider nos actes et inspirer nos choix pour faire vivre nos valeurs et engagements au quotidien.

Présentée puis adressée à chaque collaborateur de l'entreprise, la charte éthique est pour nous un synonyme de morale professionnelle. Elle a été finalisée et diffusée au 1er semestre 2018 et sera accessible sur notre intranet et notre site internet courant 2018.

Protection des données personnelles et Confidentialité des informations

Mediaperformances est très soucieuse du respect de la vie privée de ses collaborateurs et de celle des tiers avec lesquels il est en relation (clients, fournisseurs, etc.), ainsi que de la protection des données à caractère personnel. Par données à caractère personnel, il convient d'entendre les informations de toute nature qui permettent d'identifier directement ou indirectement une personne physique (notamment : nom, date et lieu de naissance, adresse, numéro de sécurité sociale, numéro de téléphone personnel, adresse email, données bancaires, etc.).

La protection des données personnelles garantit à la personne concernée, un droit individuel de contrôle sur la collecte, le traitement, l'utilisation, la diffusion et le stockage des données le concernant. Ces données doivent être utilisées de manière loyale dans un but précis, explicite et légitime et n'être conservées que pour la durée nécessaire à la finalité du traitement.

Conformément à la réglementation applicable à la protection des données personnelles au sein de l'Union Européenne, toute personne peut exercer son droit d'accès aux données la concernant. Chacun pourra également demander la rectification ou la suppression des données personnelles si celles-ci sont inexactes, incomplètes, équivoques ou périmées. En cas question concernant les données personnelles et leur protection, les collaborateurs sont invités à contacter le service Ressources Humaines.

Tout collaborateur est tenu à la discrétion sur ce dont il a connaissance dans l'exercice de ses fonctions et doit respecter, à tout moment, le caractère confidentiel de l'information ainsi reçue, sauf si la divulgation en est permise par la loi ou exigée par une ordonnance d'un tribunal.

Lutter contre la corruption

L'intégrité interdit notamment toutes formes de corruption. Tout paiement doit refléter un service et un prix légitime tels que décrits dans les contrats, accords et devis. Mediaperformances n'autorise les cadeaux et les invitations que dans des contextes sociaux ou commerciaux usuels.

3. ORGANISATION, PILOTAGE ET COMMUNICATION DE LA STRATEGIE DEVELOPPEMENT DURABLE

Organisation et pilotage de la stratégie développement durable

La responsabilité de la démarche RSE a été confiée à la Responsable RSE dédiée à cette mission, rattachée au Président de l'entreprise.

En janvier 2017 a été créé un comité RSE afin de choisir les orientations de travail, composé de la Responsable développement produit, du Responsable achat & approvisionnement, du Directeur des opérations, et piloté par la Responsable RSE. Le comité RSE se réunit toutes les 6 semaines.

Le comité RSE rapporte au Président de l'entreprise. Chaque trimestre, le comité RSE rend compte au Comité Exécutif de l'entreprise de l'état d'avancement des priorités de la stratégie développement durable de Mediaperformances et propose de nouvelles actions.

Méthodologie relative au reporting RSE

Fin 2017, Mediaperformances a mis en place un reporting développement durable, et a suivi pour ce faire les lignes directrices du Global Reporting Initiative. Les indicateurs figurent à la fin de ce présent rapport et font l'objet d'un reporting annuel

Communication de notre stratégie développement durable

-Le site internet de l'entreprise est en révision, afin de permettre de communiquer de manière plus efficace sur nos actions RSE et les valeurs de l'entreprise. La mise en ligne est prévue fin 2018

-Des présentations sont faites 2 fois par an à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise, dans le cadre d'une réunion générale d'entreprise, afin de partager la vision et nos valeurs, l'avancée et les résultats des différents projets RSE.

-Des engagements écrits sont pris par nos fournisseurs sur le partage de nos valeurs, et chaque collaborateur, chaque nouvel entrant adhère à la charte éthique de l'entreprise.

4. ENJEU ENVIRONNEMENTAL : REDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

Les engagements pris :

- Améliorer le recyclage de nos solutions
- Intégrer des matériaux recyclés dans nos solutions et/ou faire évoluer nos matériaux
- Accroitre le recyclage de nos déchets au siège
- Maitriser notre consommation énergétique liée à la flotte automobile

Actions en place :

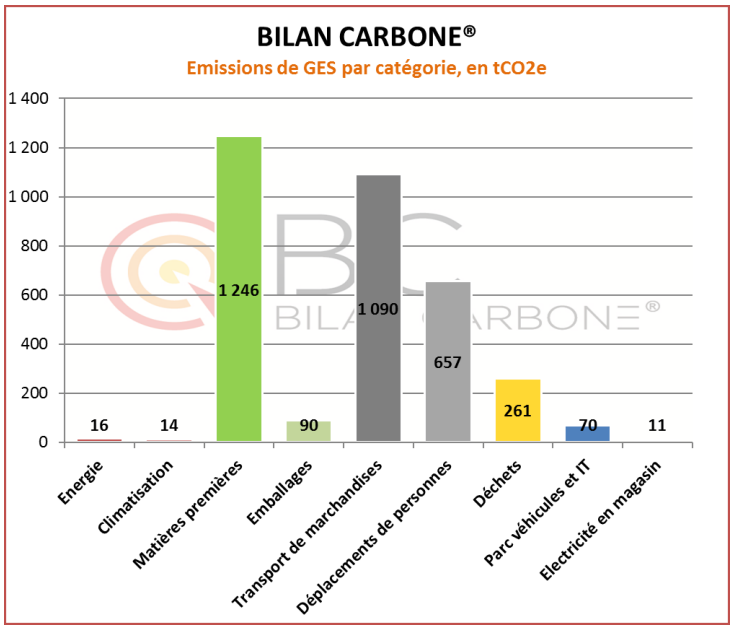
- Bilan Carbone

  Mediaperformances est une société de services de 82 personnes. Notre impact environnemental direct reste donc limité. Cependant, conscients du rôle de chacun dans la protection de l'environnement et pour s'inscrire dans la politique circulaire du gouvernement, nous nous sommes mis en ordre de marche pour intégrer la RSE à notre stratégie de développement. Il s'agit d'une **démarche volontaire non obligatoire par rapport à la taille de notre société.**

  Déjà actifs dans la RSE avec une politique sociale forte, nous avons structuré notre démarche environnementale avec un 1er Bilan Carbone® en 2016 (données 2015). Ceci nous a permis d'avoir une référence de départ d'identifier de façon précise nos axes de progrès.

  Au vu de notre activité, il était essentiel d'entamer une démarche globale de notre impact : les Scopes 1, 2 et 3 sont donc pris en compte.

  BILAN CARBONE Mediaperformances 2015 : 3 455 Tonnes CO_{2eq}



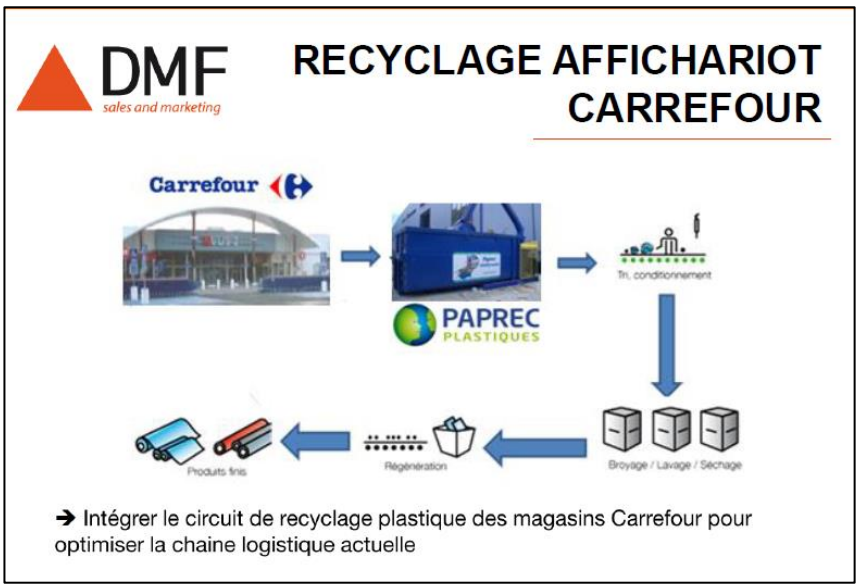
- Recyclage de nos solutions, et prioritairement d'Actmedia

  Notre enjeu prioritaire est d'améliorer le recyclage de nos solutions en magasin, et notamment d'Actmedia, les affiches apposées sur les chariots.

  Depuis 2012, grâce à un partenariat noué avec DMF, notre prestataire de pose et de dépose des affiches en magasin, nous avons mis en place une filière de recyclage de nos affiches Actmedia dans l'enseigne Carrefour.

  Grâce à l'action des intervenants qui déposent les affiches, les affiches retraitées seront intégrées dans le circuit de recyclage plastique des magasins Carrefour, et ressortiront in fine sous forme de granules prêtes à être refondues pour des applications diverses : pièce automobiles, pièces de mobilier, sacs, etc…

  Nous avons démarré en juin 2017 un test avec une deuxième enseigne.



- Impression de nos solutions

  Nous ne travaillons qu'avec des imprimeurs certifiés imprim'vert, qui impriment sur du papier garantissant une gestion des forêts durables (labels PEFC ou FSC).

- Evolution des composants et matériaux composant les solutions

  La Responsable développement produit mène une démarche d'amélioration continue de nos solutions pour diminuer l'empreinte carbone de celles-ci, dans une recherche d'optimisation équilibrée du ratio qualité/couts/délais/Co2

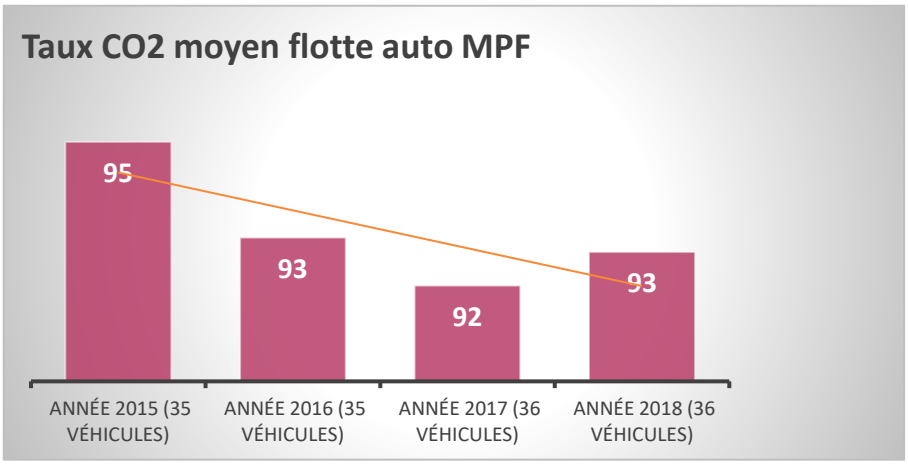
  -Ainsi, fin 2016, nous avons supprimé les leds et les piles sur notre solution Actishelf.

  -Nos réglettes Actmedia, permettant l'accroche des produits sur les chariots, sont en PVC 100% issu du recyclage.

  -Nous avons lancé une recherche auprès de nos fournisseurs actuels pour optimiser les matériaux ou composants des solutions Actmedia, Visishelf et Actishelf sur le plan environnemental. Nous menons aussi une veille permanente sur le sujet et interrogeons de nouveaux prestataires.

- Recyclage des déchets au siège et gestion responsable de nos activités
  Nous cherchons à recycler l'ensemble de nos déchets d'activité au siège, et avons déjà mis en place une démarche de recyclage du papier (via un partenariat avec Recy'go), des piles, cartouches d'encre et toner (partenariat avec Collectas), des DEEE (partenariat avec Morphosis), des bouchons (via l'association « les bouchons d'amour »)
  Notre société de ménage utilise des produits nettoyants Eco-labélisés, nos fournitures de bureau sont commandées auprès d'Etablissement et service d'aide par le travail (ESAT), une bibliothèque participative a été installée dans la salle détente pour inciter au don et partage des livres. L'offre du distributeur de boisson et confiserie a été modifiée pour intégrer davantage de produits bons pour la santé.

- Gestion de la flotte automobile
  Au travers notre politique de gestion de notre flotte automobile, et des choix de véhicule, nous essayons de maitriser au mieux les émissions de CO2. La politique voyage de la société recommande de privilégier le train pour des trajets >300km



Aller plus loin : actions prévues en 2018

- En 2018, notre chantier prioritaire, au niveau environnemental, sera d'optimiser le recyclage de nos affiches imprimées Actmedia.
  Pour cela nous interrogeons depuis le début de l'année 2018 des sociétés spécialistes du recyclage, et, avec notre partenaire DMF, lui aussi très engagé en matière de RSE, nous investiguons les différentes options de recyclage de nos solutions imprimées.
  Nous visons un objectif de 100% des affiches Actmedia recyclées d'ici 2022.
- Nous allons développer le pourcentage de matières recyclées intégrées dans la fabrication de nos produits : Ainsi, nous avons lancé au 1er trimestre 2018 un boitier Actishelf avec 40% de Polypropylène recyclé.
- Nous continuons aussi, dans une logique d'amélioration continue, à optimiser la composition de nos produits (étude lancée au 2e semestre 2018 sur la possibilité de supprimer le PVC de nos supports),
- Nous continuons à maitriser nos émissions de CO2 liées au transport via notre Car Policy
- Au niveau du siège, nous continuons dans une démarche d'amélioration continue à réduire le gaspillage et les consommations énergétiques: ainsi nous allons en 2018 arrêter d'utiliser des souris sans fil, pour limiter l'utilisation des piles, nous allons virtualiser notre service informatique, ce qui va réduire notre consommation d'électricité et notre empreinte carbone.
  Des actions qui nous permettent au quotidien d'avoir un comportement plus responsable.

Indicateurs de performance

Pour une meilleure lecture, l'ensemble des indicateurs suivis ne figurent pas ci-dessous ; ils sont intégrés en fin de rapport, dans la partie « INDICATEURS MPF-table de concordance avec GRI-4 »

- 81 tonnes d'affiches recyclées avec l'enseigne Carrefour soit 21% du poids de nos déchets
- Consommation énergétique totale au sein de l'organisation : 200 000 KwH (Source Bilan carbone. 2015)
- Consommation électrique siège en 2017 : 152 002 KVA
- Consommation eau : 2511 m3 eau
- Emissions directes et indirectes de gaz à effet de serre scope 1, 2 et 3 : 3455 tonnes CO2

5. ENJEU SOCIAL: METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE SOCIALE AMBITIEUSE

Les engagements pris :

- Continuer à avoir un partage volontariste des richesses créées via l'intéressement et la participation
- Développer la culture managériale et entrepreneuriale et la compétence des équipes via un programme ambitieux de formation et la culture du feedback
- Développer la fierté d'appartenance et le bien-être au travail

Actions en place :

- **Bonnes conditions de travail et valorisation des talents : Favoriser l'épanouissement personnel et lutter contre toute forme de discrimination**

  Mediaperformances reconnait la richesse des talents et des savoirs faire des hommes et des femmes de l'entreprise. L'entreprise veille à assurer à tous les collaborateurs l'équité en matière d'emploi et de développement en garantissant l'égalité des chances, notamment au travers sa politique de recrutement, de formation et d'évaluation annuelle.

  Afin d'offrir à ses collaborateurs un cadre de travail épanouissant et les relations de confiance, Mediaperformances privilégie :
  -Le respect mutuel dans les rapports professionnels
  -le refus de toute forme de discrimination ou de harcèlement
  -le refus de toute violence physique, verbale ou morale
  - l'équilibre vie personnelle et professionnelle de ses collaborateurs

  Mediaperformances se conforme aux législations et règlementation nationale relative au travail des personnes handicapées et participe aux actions tendant à favoriser leur emploi.

  Afin de faciliter l'accueil des nouveaux entrants, un système de parrainage a été mis en place, et un parcours d'intégration appelé « stage piscine » est systématiquement mis en place par le manager

- **Partage volontariste des richesses créées via l'intéressement et la participation**
  L'entreprise a conclu des accords favorables et motivants pour associer les collaborateurs aux résultats de l'entreprise. Cela fait partie de l'esprit et de la culture de l'entreprise.

- **Respecter les principes et lois fondamentaux au travail**
  Mediaperformances respecte et défend les principes du pacte Mondial relatifs aux principes et droits fondamentaux au travail :
  - Elimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession
  - Liberté d'association et de reconnaissance effective du droit de négociation collective

- Elimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire
- Abolition effective du travail des enfants

- Promouvoir le dialogue social et partager avec l'ensemble des collaborateurs la stratégie
  Mediaperformances favorise un dialogue social de qualité, ainsi que le respect et la concertation des représentants des salariés.
  La stratégie de l'entreprise, l'avancée des projets clés, les indicateurs clés de performance et de rentabilité sont présentés à l'ensemble des collaborateurs deux fois par an

- Veiller à la sécurité et à la santé au travail
  Mediaperformances veille à la santé et à la sécurité de tous ses collaborateurs, s'assure que l'ensemble de ses activités respecte les législations et règlementations sanitaires en vigueur et s'attache à mettre en œuvre les meilleures pratiques relatives à la sécurité sur le lieu de travail

- Respect de la politique informatique au travail
  Afin de favoriser une bonne utilisation des technologies informatiques et d'éviter la violation de toute loi, réglementation ou politique interne, tout collaborateur se doit de respecter la *Charte informatique,* dont la nouvelle version sera disponible courant 2018 disponible sur le portail interne de l'entreprise.

- Favoriser le bien-être au travail
  Nous nous sommes très engagés dans une politique de bien-être au travail ; ainsi, les salariés du Groupe Mediaperformances bénéficient d'un large choix d'activités et de services auxquels ils peuvent prendre part tout au long de l'année ; Comme par exemple un service de pressing, de manucure sur les pauses déjeuners, un panier de fruits de « la ferme de Gally » mis à disposition chaque semaine, une semaine zen organisée chaque année, pendant laquelle des massages sont offerts aux collaborateurs qui le souhaitent, des activités sportives organisées par des collaborateurs sur l'heure du déjeuner ou en after-work…
  Nous avons aussi mis en place en 2017 3 séances d'initiation aux premiers secours, réalisées en interne par la Croix Rouge.

Aller plus loin : actions prévues en 2018

- Renforcer notre programme de formation, et notamment au travers un programme de formation managérial qui va être mis en place, pour accompagner et développer les managers dans leur encadrement d'équipes, harmoniser les pratiques et renforcer la collaboration.
- Continuer à mener les autres volets de la politique sociale de l'entreprise visant un bon équilibre personnel et professionnel, une lutte contre toute forme de discrimination, un développement des talents, un partage des richesses créées.

Indicateurs de performances

Pour une meilleure lecture, l'ensemble des indicateurs suivis ne figurent pas ci-dessous ; ils sont intégrés en fin de rapport, dans la partie « INDICATEURS MPF-table de concordance avec GRI-4 »

- Intéressement et Participation moyen depuis 10 ans : 15% de la masse salariale brute soit 1.8 mois de salaire brut. L'audit GPTW 2017 montre que le score atteint par l'entreprise sur l'item « le partage des bénéfices est équitable » place Mediaperformances parmi les lauréats de l'année.
- 57% de femmes au Comité Exécutif.
- L'audit GPTW 2017 démontre depuis 5 ans que sur les items de discrimination, le score atteint par l'entreprise la place parmi les meilleures entreprises de moins de 500 salariés.
  -Les collaborateurs sont traités équitablement quelle que soit leur origine ethnique : 93%
  -Les collaborateurs sont traités équitablement quelles que soient leurs orientations sexuelles : 97%
  -Les collaborateurs sont traités équitablement quel que soit leur éventuel handicap (le fait d'être moins valide) : 94%

6. ENJEU SOCIETAL: RENFORCER NOTRE ENGAGEMENT SOLIDAIRE ET SOCIETAL, ET NOTAMMENT POUR UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

Les engagements pris

- Soutenir dans la durée la Fédération Française des Banques Alimentaires, en participant à la collecte nationale annuelle et en offrant un soutien national en communication.
- Permettre aux collaborateurs qui le souhaitent de proposer et de mettre en œuvre des projets sociétaux et solidaires.

Actions en place

- **Démarche participative et fédératrice de mécénat d'entreprise**
  Nous apportons notre soutien depuis 10 ans à des associations d'intérêt général œuvrant en faveur de l'aide aux personnes en difficulté.
  Chez Mediaperformances, chaque collaborateur est libre de proposer en interne son projet, qu'il met ensuite en œuvre si cela entre dans la politique mécénat de l'entreprise. Les critères d'éligibilité de l'initiative solidaire sont :
  -Capacité à mobiliser en interne (pour oeuvrer ensemble, et se fédérer autour d'une cause à soutenir)
  -Soutien en bonne volonté et en compétence plus qu'en soutien financier (nous souhaitons que cela reflète un vrai engagement et une envie d'aider)
  -Proximité par rapport au métier et écosystème de l'entreprise (car nous pouvons apporter une meilleure aide dans l'univers métier et environnement que l'on connait)

  Ainsi, depuis 10 ans, Mediaperformances soutient chaque année la Collecte Nationale des Banques Alimentaires, le dernier week-end de Novembre. Plus de la moitié des collaborateurs participent et deviennent le temps d'une journée bénévole-collecteur en magasin. Nous sommes d'ailleurs responsables de la collecte dans ce magasin sur la journée du vendredi.
  De plus, Mediaperformances met en place chaque année, dans le cadre de sa démarche mécénat, une campagne de communication en magasin, pour sensibiliser les clients des magasins et les inciter à donner.

  Par ailleurs l'entreprise organise au moment de Noël une collecte de jouets pour l'association « la guinguette africaine de Suresnes », qui vient en aide aux orphelinats de Brazzaville au Congo.

  Nous donnons la possibilité à ceux qui le souhaitent de donner leur sang.

Aller plus loin : actions prévues en 2018

- **Nous souhaitons renforcer notre partenariat en faveur des Banques Alimentaires.**
  Aussi, nous travaillons avec les équipes communication et partenariat pour identifier leurs besoins et l'aide en mécénat de compétence que nous pourrions leur apporter tout au long de l'année.
  Nous planifions aussi de renforcer le soutien en communication en 2018, pour aider au maintien du niveau de don en magasin

- **Sur proposition de deux collaboratrices, nous allons lancer deux nouveaux projets de mécénat solidaire en 2018 : Le soutien à la collecte des pièces jaunes, et les bouchons d'amour**
  Après avoir organisé une rencontre entre l'association « les bouchons d'amour » et tous les collaborateurs qui le souhaitent, en interne sur l'heure du déjeuner, une collaboratrice a mis en place des collecteurs de bouchons plastiques, que nous irons ensuite déposer par nos soins aux points de collecte de l'association.

Sur le même principe, une autre collaboratrice a mis en œuvre, avec le soutien en communication de l'entreprise, une opération de mobilisation interne en faveur de « la collecte annuelle des pièces jaunes », organisée par la Fondation des Hôpitaux de Paris.

Indicateurs de performance

- 51% des collaborateurs ont choisi de participer à la collecte nationale des Banques alimentaires en 2017
- L'audit GPTW 2017 démontre que les collaborateurs sont fiers de la contribution citoyenne de l'entreprise - J'apprécie la contribution citoyenne de mon entreprise : 86%

7. CONTACTS

Ce premier rapport RSE que nous réalisons couvre la période du 1er janvier au 31 décembre 2017, excepté quelques données antérieures, dont la date ou la période est systématiquement précisées. Il est un outil de dialogue et de progrès. Si vous souhaitez disposer d'informations complémentaires sur Mediaperformances et sa politique RSE, ou nous faire part de vos observations et commentaires, vous pouvez contacter la Responsable RSE :

Au 01 40 99 21 50 ou par email : mpf@mediaperf.com

Pour en savoir plus : https://mediaperformances.net/
Mediaperformances- 24 quai Gallieni – 92150 Suresnes

Dans un souci de préservation de l'environnement, ce document a été conçu pour une version électronique
Date de réalisation du rapport : 1er juin 2018

8. GRILLE DE CONCORDANCE GRI- (OPTIONS CRITERES ESSENTIELS)

En 2017, Mediaperformances a choisi de mettre en place un reporting RSE. Ce reporting est élaboré en accord avec les lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI). La GRI est un organisme internationalement reconnu qui propose des lignes directrices pour aider les entreprises à rendre compte de leurs performances économiques, environnementales et sociales.

Le choix des indicateurs et autres informations qualitatives contenues dans ce rapport répond à la politique RSE de Médiaperformances. Il convient de préciser que, dans la mesure où Mediaperformances est prestataires de services, solutions medias et promotionnelles, aux entreprises, toutes les rubriques de la table GRI n'ont pas été jugées pertinentes, et seules celles ayant un intérêt directe pour rendre compte de notre activité, notre taille, notre implantation sur un seul site, le siège, ont été prises en compte dans ce rapport.

	INDICATEURS MPF - table de CONCORDANCE AVEC GRI 4	
G4 Disclosure	**TITRE**	PAGES ET INFORMATIONS (dans le rapport RSE)
STRATEGIE ET ANALYSE		
G4-1	Déclaration du décideur le plus haut placé dans l'organisation	page 2
G4-2	description des principaux impacts, risques et opportunités	pages 6 - 8
PROFIL DE L'ORGANISATION		
G4-3	Nom de l'organisation	page 1
G4-4	Principales marques, produits et services	page 5
G4-5	lieu ou se trouve le siege	page 4
G4-7	Mode de propriété et forme juridique	page 4
G4-8	Marchés desservis (dont répartition géographique, secteurs desservis et types de clients)	page 4
G4-9	taille de l'organisation (nb salariés, sites, CA, capital en séparant les dettes et les capitaux propres), quantité de produits ou services fournis	page 4
G4-10	Répartition des salariés (type contrat, sexe)	73% de femme CDI 77 FEMME 58 HOMME 19 CDD 1 F 0/H 1 Contrat pro 4 F 2/H 2
G4-11	% de l'ensemble des salariés couverts par une convention collective	100%
G4-12	Description de la chaine d'approvisionnement de l'organisation	page 5
IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES		
G4-24	Liste des parties prenantes avec lesquels l'organisation a noué un dialogue	Page 6
G4-25	Implications des parties prenantes, fréquence du dialogue	pages 6-7
G4-26	Approche de l'organisation pour impliquer les parties prenantes	pages 6-7

G4-27	thèmes et préoccupations clés soulevés dans le cadre du dialogue avec les parties prenantes et la manière dont l'organisation y a répondu	pages 6 à 8
PROFIL ET PERIMETRE DU RAPPORT		
G4-28	Période de reporting	2017
G4-29	Date du dernier rapport publié	1er rapport publié
G4-30	cycle de reporting	annuel
G4-31	personnes à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu	Page 18
GOUVERNANCE DE LA STRUCTURE		
G4-35	processus de délégation des pouvoirs de l'instance supérieure de gouvernances concernant les thèmes économiques, environnementaux et sociaux	page 11
G4-36	cadres nommés par l'organisation responsables des themes économiques, environnementaux et sociaux et à qui ces derniers reportent ils	page 11
G4-42	rôles de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants dans le développement, l'approbation et l'actualisation de la mission, stratégie et objectifs de l'organisation concernant les impacts économiques, environnementaux et sociaux	page 11
G4-48	Poste de plus haut niveau qui approuve le rapport de développement durable et s'assure que tous les aspects pertinents sont traités	page 11
ETHIQUE ET INTEGRITE		
G4-56	valeurs, principes règles de l'organisation en matière de comportement, tels que code de conduite et code d'éthique	charte éthique et pages 9 à 10
ECONOMIE		
G4-EC1	valeurs économique directe créé et distribuée	page 4
ENERGIE		
G4EN1	consommation de matières en poids ou en volume	471 Tonnes de matière : Bilan Carbone 2015, dont : > solutions Mediaperformances RENOUVELABLES : AE + affichettes carton et BR papier AS : 65 T + 75 T = 140 T (30%) > solutions Mediaperformances NON RENOUVELABLES : 331 T (emballages secondaires type colis carton de transport inclus) **pourcentage de matières recyclées utilisées pour la fabrication des principaux produits :** 15 % sur Actmedia (réglettes en PVC 100% issu du recyclage / 262 T au total AM) : données Bilan Carbone 2015 40% de PP recyclé sur le boitier AS (PP Homopolymer + 40 % Recycled PP) : lancement en janvier 18

<table>
<tr><td></td><td></td><td>Le reste des solutions ne contient pas de matière issues du recyclage</td></tr>
<tr><td>G4-EN3</td><td>Consommation énergétique au sein de l'organisation</td><td>187 857 KW en 2017- type énergie : électricité
2 511 m3 d'eau consommée en 2015, source bilan carbone.
chiffre 2017 non disponible</td></tr>
<tr><td>GAEN6</td><td>Réduction de la consommation énergétique</td><td>(-1% vs année 2016)</td></tr>
<tr><td colspan="2">EMISSIONS</td><td></td></tr>
<tr><td>G4-EN15</td><td>émissions direct de gaz a effet de serre SCOPE 1 uniquement</td><td>76 tonnes CO2 (scopes 1 et 2) : Bilan Carbone 2015</td></tr>
<tr><td>G4-EN16</td><td>émissions indirectes de gaz a effet de serre (scope 2) liées à l'énergie</td><td>76 tonnes CO2 (scopes 1 et 2) : Bilan Carbone 2015</td></tr>
<tr><td>G4-EN17</td><td>émissions indirectes de gaz a effet de serre (scope 3) liées à l'énergie</td><td>3 455 tonnes CO2 (scope global 1,2,3) : Bilan Carbone 2015</td></tr>
<tr><td>G4-EN18</td><td>Intensité des émissions de GES</td><td><table>
<tr><th>Solutions</th><th>kg CO2e / unité</th><th>kg CO2e / campagne</th><th>g CO2 / € CA HT</th></tr>
<tr><td>Actifloor</td><td>2,33</td><td>467</td><td>42</td></tr>
<tr><td>Actishelf</td><td>2,38</td><td>1 727</td><td>60</td></tr>
<tr><td>Actividéo</td><td>122,84</td><td>18 426</td><td>213</td></tr>
<tr><td>ActMedia</td><td>0,40</td><td>27 724</td><td>164</td></tr>
<tr><td>Affievent</td><td>2,26</td><td>2 383</td><td>75</td></tr>
<tr><td>Shoppercast</td><td>292,66</td><td>813</td><td>623</td></tr>
<tr><td>Visishelf</td><td>1,51</td><td>905</td><td>60</td></tr>
<tr><td>Total général</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>G4-EN19</td><td>réduction des émissions de gaz à effet de serre</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">DECHETS</td><td></td></tr>
<tr><td>G4-EN23</td><td>poids total de déchets par type et par mode de traitement</td><td>380 T de déchets (source bilan carbone 2015)
Sans information sur le devenir des déchets en magasin (aval), les hypothèses sont basées sur la répartition des traitements de déchets par type de filière (source ADEME –guide des facteurs d'émissions 2010 –cf tableau ci-dessous).
deux fois le même paragraphe ?
Concernant les déchets du siège: traitement des déchets réalisé par la société de ménage via le tri collectif de l'immeuble : cartons, DIB, métaux/bois</td></tr>
<tr><td>G4-EN28</td><td>pourcentage de produits recyclés ou réutilisés par catégorie</td><td>81 tonnes d'affiches recyclées avec CARREFOUR : émission de 2,6 tonnes CO2e
soit 21% du poids de nos déchets (source Bilan Carbone 2015)</td></tr>
<tr><td colspan="2">TRANSPORT</td><td></td></tr>
</table>

G4-EN30	impacts environnementaux liés au transport des produits et du personnel	1090 TCO2eq transport de marchandise 657 TCO2eq déplacement de personnes (Bilan Carbone 2015) Données 2017 concernant la Flotte automobile (36 véhicules) : taux moyen relevé : 92gr CO2 car policy adressée aux managers sur les choix de véhicules : obligation de louer un véhicule dans les gammes des constructeurs <110gr CO2 Choix des véhicules de la flotte auprès des loueurs sur kilométrage et conso n'excédant pas les 110gr de CO2 Méthodologie Bilan Carbone® suivi factures EDF, kms flotte de véhicules
SOCIAL		
G4-LA1	nb total et % de nouveaux salariés embauchés, et taux de rotation du personnel par tranche d'âge, sexe	18 salariés soit 22% 20-24 ans : 2 HOMMES 11% des nouveaux salariés 25-29 ans : 5 (28%) - 4FEMMES 22% / 1H 5,5% 30-34 ans : 8 (44%) - 4FEMMES 22% / 4H 22% 35-39 ans : 2 - 1F /1H 40-44 ans : 1 F Rotation du personnel 20 sorties 23% ((Nbre de départs pendant l'année N + Nbre d'arrivée pendant l'année N) / 2) / Effectif physique moyen rémunéré au 31 Décembre de l'année N-1
G4-LA2	Avantages sociaux offerts aux salariés (assurance vie, soins médicaux, assurance invalidité, congé parental, régime retraite, plan d'actionnariat a minima)	Mutuelle, Prévoyance, Participation, Intéressement, 18 jours de RTT
G4-LA6	Taux d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme	zéro
G4-LA7	salariés exposés directement et fréquemment à des maladies liées à leur activité	zéro-non pertinent par rapport à notre activité
FORMATION		
G4-LA9	NB d'heures de formation par an, réparti par salarié, sexe et catégorie professionnelle	162H A FAIRE CONFIRMER PAR JOHANNA 2h/personne
G4-LA11	% de salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, par sexe et catégorie professionnelle	70%
DIVERSITE		
G4-LA12	Composition des instances de gouvernance et répartition des salariés par catégorie professionnelle, en fonction du sexe, tranche âge, autre indicateur de diversité si pertinent	7 personnes (8,5% de l'effectif total), dont 4 Femmes (57%) et 3 Hommes (43%) 6 personnes ont entre 30 et 50 (86%) - et 1 personne a >50ans (PDG 14%)
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION		
G4-SO4	Communication et formation sur les politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption	charte éthique et page 10

RESPONSABILITE LIEE AUX SERVICES		
G4-PR1	programme de santé et de sécurité	page 16
PROTECTION DES DONNEES		
G4-PR8	protection des données clients	page 10