

RAPPORT RSE 2019/2020



médiaperformances
SHOPPER FIRST

Juillet 2020

L'ambition de Mediaperformances est d'être durablement le leader du shopper marketing 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. En début d'année nous annonçons notre neutralité carbone, puis le lancement plus récent du programme For Good qui marque une nouvelle étape de notre engagement et témoigne de notre raison d'être qui est de « **promouvoir, via nos médias, une consommation plus responsable** ». Nous avons la conviction que l'avenir appartient aux marques engagées qui oeuvrent pour redonner du sens à la consommation. S'il doit y avoir un tournant pour la grande consommation aujourd'hui, c'est celui de la RSE.

Les enjeux RSE chez Mediaperformances consistent donc à :

- Déployer une démarche RSE pertinente, avec l'ambition de devenir B-Corp d'ici 2022
- Renforcer notre engagement solidaire et sociétal, chaque projet reposant sur la mobilisation interne et la prise en main des projets par les collaborateurs.
- Poursuivre le développement d'une politique sociale ambitieuse en accord avec nos valeurs, en intégrant le top 20 Great Place to Work des entreprises de moins de 250 collaborateurs d'ici 2022
- Réduire l'empreinte carbone de l'entreprise et de ses solutions avec un objectif ambitieux de réduire nos émissions de 50% d'ici 2022 par rapport à 2015.

Dans un contexte où notre ambition RSE s'est renforcée, il nous est apparu essentiel de formaliser notre démarche, notamment à travers cette publication.

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

Mediaperformances en chiffres clés



101 collaborateurs



70% de femmes



30% d'hommes



36 ans d'âge moyen



5 ans d'ancienneté moyenne

Notre activité

Créé en 1985, Mediaperformances est **le leader du shopper marketing en France**. Mediaperformances s'adresse aux marques comme aux Agences Média, avec une gamme de solutions publicitaires omnicanales on et off, qui influencent le comportement d'achat du consommateur. Partenaire notamment de Carrefour, Auchan, E.Leclerc, Cora, Intermarché, Système U, Casino, Mediaperformances compte parmi ses clients, plus d'une centaine d'annonceurs PGC et non-alimentaires comme Danone, Nestlé, Unilever, Mondelez, Coca-Cola, Nintendo.

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

Nous couvrons l'ensemble du parcours client on et off.



Publicité digitale ciblée et géolocalisée



E-commerce alimentaire



Communautés food

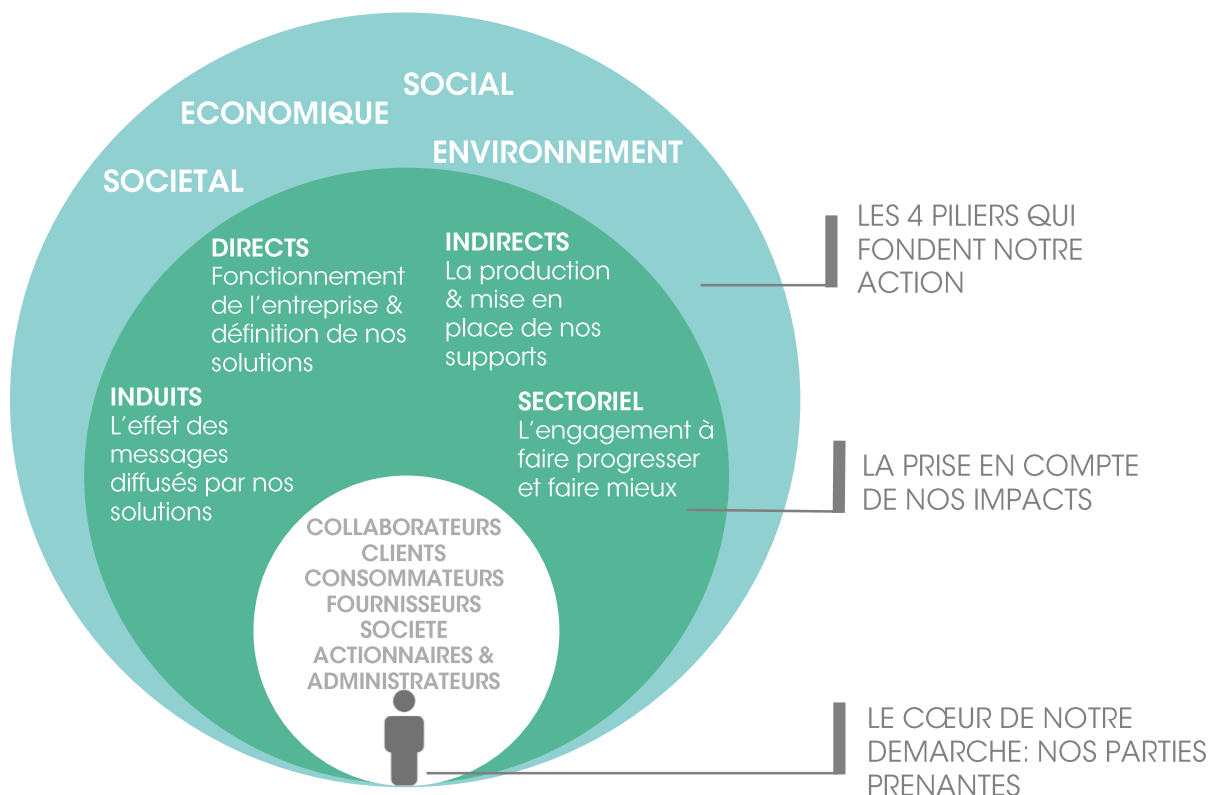


Activation shopper in-store

La RSE chez Mediaperformances en quelques dates clés



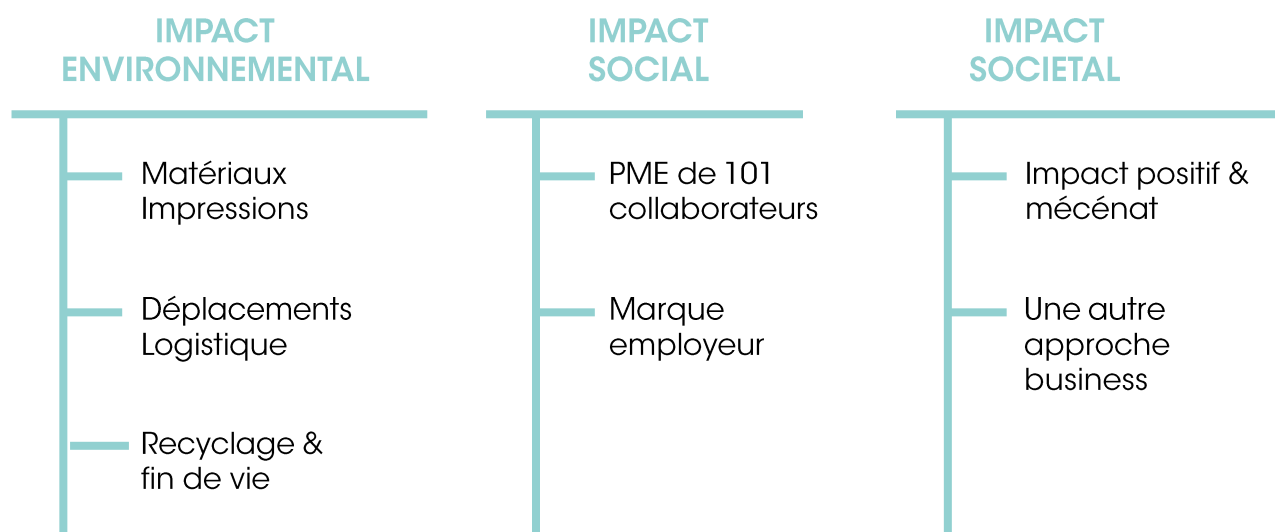
L'humain au cœur de notre démarche



Mediaperformances conçoit sa démarche de développement durable en plaçant au cœur de celle-ci les personnes qui peuvent être impactées par nos activités en tant que clients, collaborateurs, consommateurs, citoyens ou actionnaires. Ce sont pour l'entreprise les dimensions d'une seule et même entité.

Aussi, aucune de ces facettes n'est à opposer à une autre. C'est au contraire, la recherche de convergence des intérêts qui nous anime et cela dans tous les domaines.

Nos enjeux liés à notre activité



Nous avons identifié différents enjeux propres à notre activité par domaines d'impacts.

Sur le volet environnemental, nos principaux enjeux pour réduire notre empreinte environnementale concernent :

- les matériaux utilisés dans la fabrication de nos solutions posées en magasin, leurs impressions.
- Les déplacements effectués par les intervenants pour installer nos solutions,
- La fin de vie de nos solutions, et plus particulièrement leur recyclage. En effet toutes nos solutions sont en composants plastiques (polypropylène, polyéthylène ou PV) recyclables mais dont le recyclage n'a pas encore atteint l'optimisation totale voulue.

Sur le plan social, nos principaux enjeux sont les suivants :

- 101 collaborateurs forment à l'heure actuelle les effectifs de Mediaperformances. Nous souhaitons qu'en plus d'adhérer aux valeurs de Mediaperformances, ils s'épanouissent et soient toujours aussi fiers de travailler au sein de l'entreprise. Nous avons également une responsabilité économique vis-à-vis d'eux.
- Nous souhaitons poursuivre nos actions et efforts pour renforcer la marque employeur de Mediaperformances. Développer une politique RSE est un des éléments aidants sur le sujet. Evidemment, comme toute entreprise, nous souhaitons attirer les meilleurs talents, et les retenir ! Dans un univers toujours plus concurrentiel, avec des profils cherchant à donner du sens à leur métier, il est plus que primordial d'essayer de répondre à leurs attentes à travers une politique RSE innovante.

Pour finir sur le plan de l'impact sociétal, nous avons identifié les enjeux suivants:

- Nous pouvons impacter positivement la société en développant notre politique mécénat; notamment à travers du mécénat de compétences, en dons ou en nature.
- Pour impacter positivement la société au regard de notre activité, nous devons également réfléchir à une autre approche de notre business (mieux disant); c'est le travail enclenché avec la définition de notre raison d'être.

Ce travail d'identification de nos enjeux nous a permis de définir des engagements, des objectifs quantitatifs et qualitatifs qui servent de fil rouge à notre stratégie RSE.

Nos engagements et objectifs

Nos 4 engagements

Mediaperformances est engagée depuis plus de 10 ans dans une démarche RSE, qui s'est fortement accélérée depuis début 2019.

4 engagements, pour lesquels des objectifs quantitatifs et qualitatifs ont été définis, structurent notre démarche.

Pour coller au plus près de la stratégie d'entreprise et de sa vision 2022, tous les objectifs RSE partagent donc cette même échéance.

1.
Déployer
une
démarche
RSE
pertinente

2.
Réduire
l'empreinte
carbone de
l'entreprise
et de ses
solutions

3.
Développer
une
politique
sociale
ambitieuse
en accord
avec nos
valeurs

4.
Renforcer
notre
engagement
solidaire
et sociétal



Mediaperformances est classée depuis 2018 parmi les 4% des entreprises les mieux notées en termes de responsabilité sociétale sur son marché. En juin 2020, elle est notée gold pour la 2^e fois consécutive avec une note de 68 sur 100, décernée par l'outil de notation extra-financier EcoVadis.

En étant signataire du Global Compact depuis 2018, Mediaperformances s'engage à respecter et mettre en œuvre ces 10 principes mais va également plus loin en déterminant les Objectifs de Développement Durable auxquels l'entreprise contribue à travers sa stratégie RSE et ses activités.

Mediaperformances contribue à 8 des 17 objectifs de développement durable des Nations Unies :





Nos résultats

ACTIONS	OBJECTIFS & INDICATEURS	DONNEES 2019	PROGRESSION
Déployer une démarche RSE pertinente			
Formaliser une démarche répondant à tous nos enjeux afin de privilégier la collaboration et la sensibilisation de toutes nos parties prenantes à l'action RSE de Mediaperformances.	Améliorer notre note Ecovadis <i>Indicateur : Note Ecovadis</i>	68/100 Ecovadis or	
	Etre GC Active puis GC Advanced <i>Indicateur: statut GC</i>	GC active	
	Devenir B-Corp d'ici 2022 <i>Indicateur : note B-Corp</i>	En attente audit	
Réduire l'empreinte carbone de l'entreprise et de ses solutions			
Réduire notre empreinte carbone et compenser nos émissions directes et indirectes	Réduire nos émissions de 50% d'ici 2022 (sur la base de 2015) <i>Indicateur : % réduction des émissions / an et au total</i>	- 8,8% de CO₂ en 2019 - 35% depuis 2018	
Continuer nos efforts pour limiter les impacts de nos matériaux	Généraliser le recours à des matériaux écoresponsables et optimiser nos solutions <i>Indicateur : % de solutions optimisées y compris accroches (par volume)</i>	31,15 %	
Assurer la fin de vie de nos solutions	D'ici 3 ans avoir un flux assuré de récupération de nos solutions <i>Indicateur : % solutions recyclées</i>	Non défini	
Développer une politique sociale ambitieuse			
Améliorer nos pratiques et nos performances en matière de recrutement, d'intégration et de mobilité	Réduire/ maintenir notre turnover <i>Indicateurs : turnover & taux de départ</i>	22,2 % Turnover 18,2% Taux de départ	
Accompagner nos managers sur la mise en œuvre des pratiques managériales et collaborateurs Mediaperformances	Faire évoluer 10 % de collaborateurs chaque année (promotion, changement de titre et ou de statut) <i>Indicateur : % collaborateurs ayant évolué et/ou ayant été promus</i>	8,8 %	
Développer nos collaborateurs à travers un plan de formation ambitieux	Former 100% des collaborateurs chaque année <i>Indicateur : % collaborateurs formés / an</i>	81,8 %	
Définir et diffuser les rôles et les fonctions de chacun pour une organisation efficace	Augmenter le % de collaborateurs satisfaits au sein de MPF <i>Indicateur : % de collaborateurs satisfaits</i>	85 %	
Mise en œuvre de mesures permettant de faire vivre nos valeurs d'entreprise	Intégrer le top 20 « GPTW » des entreprises entre 50 et 250 collaborateurs d'ici 2022 <i>Indicateur : classement GPTW</i>	Certifiée GPTW depuis Février 2020	

ACTIONS	OBJECTIFS & INDICATEURS	DONNEES 2019	PROGRESSION
---------	-------------------------	--------------	-------------

Renforcer notre engagement solidaire et sociétal

Renforcer et développer notre partenariat avec les banques alimentaires	Augmenter le % de donations dans notre CA <i>Indicateur: % actions mécénat dans CA annuel</i>	0,3%	
Permettre aux collaborateurs de proposer et soutenir des projets solidaires	<i>Indicateurs: Nombre de jours pro bono utilisés sur l'ensemble des collaborateurs & nombre de collaborateurs ayant utilisé leur mois de congés solidaire</i>	15 jours & Plan mécénat mis en place en Juin 2020	
Utiliser le pouvoir incitatif de nos solutions pour promouvoir une consommation plus responsable	Mise en place du Programme For Good <i>Indicateurs : % de notre CA lié à la mise en avant de produits « responsables » & nombre de marques bénéficiaires</i>	Mise en place en Juillet 2020	

Médiaperformances & le mécénat

Mediaperformances a également adopté un plan mécénat en 2020 dont les objectifs consistaient à :

- structurer notre démarche aussi bien du côté mécénat financier que du côté mécénat de compétences ;
- aligner notre démarche mécénat sur notre raison d'être,
- ainsi que renforcer nos actions déjà entreprises et développer le volet RH de ce plan.

Ce plan cadre les opérations de mécénat de Mediaperformances dans le domaine de la consommation responsable en privilégiant l'aide aux personnes.

- **Une ½ journée solidaire par an est offerte à tous les collaborateurs** pour la dédier à des associations œuvrant dans le domaine de la consommation responsable,
- **Et pour les collaborateurs de plus de 10 ans d'ancienneté, ils bénéficient d'un mois de congés solidaires**, en plus de leurs congés payés pour aider une association.
- **Instauration du « Pitch Perfect »**: il s'agit d'offrir aux collaborateurs volontaires, l'opportunité de « pitcher » une fois par an devant le comex pour mettre en avant une association / ou leur projet associatif coup de cœur (avec une seule condition que celle-ci œuvre toujours dans le domaine de la consommation responsable). La ou les associations choisies recevront ainsi un don financier.

Mediaperformances, engagée auprès des Banques Alimentaires depuis plus de 13 ans.

Tous les ans, nous accompagnons les Banques Alimentaires lors de leur collecte nationale, le dernier weekend de novembre, en leur offrant un plan média et en mobilisant nos collaborateurs ½ journée pour la collecte en magasin.



« Promouvoir, via nos medias, une consommation plus responsable »

C'est ainsi que nous avons formulé notre raison d'être. Après avoir organisé des ateliers rassemblant 33% des collaborateurs volontaires, au printemps 2019, il est apparu que notre raison d'être devait s'appuyer sur nos actifs, nos médias, pour mettre en avant des produits plus vertueux et engager le shopper / consommateur vers une consommation plus responsable.



Programme For Good

Notre ambition de devenir B-Corp d'ici 2022 s'est donc traduite par la définition de notre raison d'être, qui offre un cadre de définition de solutions innovantes et positives pour nos clients.

Cette raison d'être se décline opérationnellement depuis Juillet via le programme For Good de Mediaperformances.



Les clients de Mediaperformances qui remplissent les critères d'engagement requis peuvent ainsi bénéficier d'une médiatisation digitale supplémentaire, en complément de leur campagne publicitaire.

L'objectif du programme For Good est de soutenir le mouvement de fond vers une consommation durable, plus que jamais attendue des Français (*selon une récente étude Consumer Day – Mars 2019, 86% des Français souhaitent adopter une consommation plus responsable*), **en surexposant les marques vertueuses et en valorisant leurs engagements gracieusement.**

Nous avons la conviction que l'avenir appartient aux marques engagées qui œuvrent pour redonner du sens à la consommation.

Quelle que soit l'envergure de leurs campagnes, les marques éligibles bénéficient simultanément, de 2 millions d'impressions additionnelles en media digital exclusivement dédiées à leur engagement RSE.

Cette surexposition s'appuie sur une création qui mettra en valeur les critères ayant permis à la marque ou au produit d'être identifiés comme responsables.

Afin d'être éligibles, les marques ou produits devront remplir à minima deux critères attestant soit :

- de leur engagement global : labels **B-Corp** ou **PME+**
- de leurs efforts pour maîtriser les impacts environnementaux : Entreprise **signataire du Pacte Plastique**, Label **AB produit en UE/France**, Label **Cosmebio**
- de leur lutte contre le réchauffement climatique: **neutre en carbone** et objectif de réduction de leurs émissions
- de la qualité de l'apport nutritionnel de leurs produits : **Nutriscore A ou B conjugués à l'indice de transformation NOVA niveaux 1 ou 2**

Comité de suivi de notre raison d'être

Comme indiqué dans la loi Pacte, nous avons créé un comité de suivi qui a pour mission d'évaluer la pertinence et l'efficacité de toutes les actions que nous entreprenons dans le cadre de notre raison d'être.

A ce titre, un premier bilan du programme For Good sera réalisé en fin d'année par ce comité.

Le comité de suivi est présidé par Serge Papin, ancien Président de Système U. La composition de ce comité tente de représenter de la façon la plus exhaustive possible nos différentes parties prenantes (clients, consommateurs, enseignes, collaborateurs, générations futures):

Serge Papin, ancien Président de Système U, Pierre-Alexandre Teulié, Directeur Général e-business, communication, RSE, Public Affairs – Nestlé France, Thomas Laurenceau, journaliste et consultant (ancien rédacteur en chef de 60 Millions de consommateurs); pour Mediaperformances: Katia Marinot, Coralie Roulette, Marion Caillard, Rémy Gérin; et Victor Gérin, représentant des générations futures.

Le 1^{er} média neutre en carbone

Depuis le 1^{er} Janvier 2020, Mediaperformances compense l'intégralité de ses émissions de CO2 liées à son fonctionnement et ses activités (scope 1,2 et 3), en partenariat avec Climate Seed et Inuk.

Une campagne media chez Mediaperformances est donc neutre en carbone et sans aucun surcout pour nos clients.

Les collaborateurs ont été sollicités en octobre 2019 pour choisir les projets de leurs choix, à travers une sélection répondant aux mêmes objectifs de développement durable (ODD) que l'entreprise (ici les 2 derniers projets sélectionnés).

Voici nos projets de compensation:

Production d'électricité via une centrale solaire en France avec Inuk

Le projet d'installation de centrale solaire de Bousquet d'Orb se situe dans le département de l'Hérault (34) sur la commune du Bousquet d'Orb. Le terrain d'implantation a été sélectionné par la commune et appartenait anciennement à la société Charbonnage de France, il s'agissait d'une ancienne houillère.

Les panneaux photovoltaïques sont installés au sol et ont une puissance de 12 MW.



Centrale solaire de Bousquet d'Orb

Neutre en carbone : du CO2 au H2O, the water project au Malawi (Climate Seed)

Il s'agit de l'action de l'ONG United Purpose qui installe 2 500 puits au Malawi pour donner accès à de l'eau potable et qui forme les communautés au suivi de la qualité de l'eau. Nous avons mis ce projet en place avec l'aide de Climate Seed, qui nous a accompagnés dans notre démarche de devenir neutres en carbone. Plus besoin pour les communautés des villages de chauffer l'eau en brûlant du bois ramassé dans les forêts voisines pour la rendre potable. Cela réduit donc la pression exercée sur les forêts avoisinantes, et également le risque pour les femmes d'inhaler de la fumée l'eau était portée à ébullition.

C'est un projet certifié Gold Standard qui répond aux SDG 3, 6, 13 & 15.



The Water Project Malawi

Le « Rainforest Conservation Project » au Pérou (Climate Seed)

Le projet cible les facteurs de déforestation auxquels le parc national Cordillera Azul est confronté. Il aligne le développement économique durable sur la protection de l'environnement en protégeant 1 573 671 ha de forêt tropicale « rainforest ». Cela s'opère notamment par la transition de l'utilisation des terres vers des systèmes agroforestiers pour produire durablement du cacao et du café.

Les crédits de carbone générés par le projet Cordillera Azul sont officiellement reconnus par le Ministère péruvien de l'environnement (MINAM) et officiellement intégrés dans leur plan de « contribution déterminée au niveau national » (NDC).

C'est un projet certifié Verified Carbon Standard (VCS) qui répond aux SDG 8, 13, 15.



Parc national Cordillera Azul

Contact:
Marion Caillard
Directrice RSE
mcaillard@mediaperf.com

 https://www.linkedin.com/company/mediaperformances_118106

 @mediaperforman