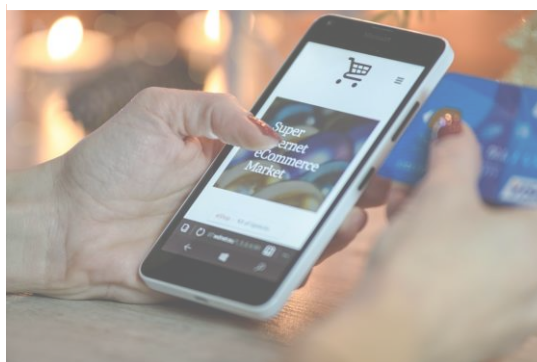
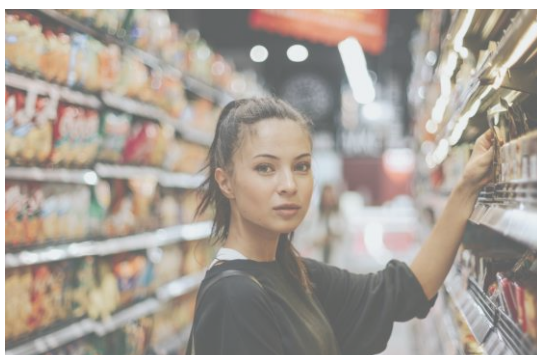


RAPPORT RSE

2020/2021



médiaperformances
SHOPPER FIRST

Juillet 2021

J'ai découvert le mouvement B Corp en 2015, grâce à Emmanuel Faber et Yvon Chouinard, et cela m'a donné envie.

L'entreprise était engagée de longue date au plan social, et faisait mesurer depuis plusieurs années ses progrès par le baromètre « Great Place to Work ».

Nous avions par ailleurs initié en 2015 un travail sur nos émissions de GES.

L'envie de rejoindre ce mouvement B Corp, et donc d'obtenir cette certification, reflétait l'envie de faire du business bien (comme Tabarly disait « faire du bateau bien »), l'envie de développer durablement la fierté des collaborateurs, et l'envie de montrer aux générations futures qu'un autre capitalisme était possible.

Alors j'ai proposé au Comex de l'entreprise en 2018 de devenir B Corp à échéance 2022, au moment où l'entreprise commençait à travailler à la définition et à l'exécution de sa raison d'être.

Je ne pensais pas que la marche serait aussi haute ; En effet, quand nous avons construit notre dossier pour l'audit B Corp en 2019, notre surprise fût grande de nous voir positionnés assez loin de l'exigence minimale. Alors, nous nous sommes mis au boulot.

Pour documenter ce que nous faisons déjà de bien sans l'avoir processé, et pour aller encore plus loin sur les chapitre sociaux, environnementaux et sociétaux.

Parce que le progrès, sur ces sujets, est toujours possible.

Cette annonce de l'été 2021 n'est finalement pas un aboutissement, comme nous l'avions imaginé en 2018. Elle constitue plutôt le début d'une longue histoire, d'un cheminement, d'un engagement public à continuer à progresser sur les chapitres sociaux, sociétaux et environnementaux, puisque tout se mesure en transparence.

C'est toute une entreprise qui est maintenant embarquée dans cette promesse de « using business as a force for good », et je m'en réjouis.

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 Gérin

Président de Mediaperformances

Médiaperformances en quelques mots

Créée en 1985, Médiaperformances est le leader du shopper marketing en France. Médiaperformances 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, Médiaperformances 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

Médiaperformances en chiffres

115 collaborateurs

77,5% de femmes

63,6% de femmes au comex

94/100 index d'égalité professionnelle homme femme

5 ans d'ancienneté moyenne

36 ans d'existence

64% de nos achats (en €) sont réalisés auprès de fournisseurs locaux, implantés à moins de 80km (référentiel B Corp)

82,8 points sur 200 obtenus lors de notre certification B Corp

Nos réalisations en quelques dates clés

2007

Début du partenariat avec les Banques Alimentaires

2012

1^{ère} Baromètre Great Place To Work : 26^{ème} des entreprises < 500 salariés

2016

Création d'un poste de Responsable RSE

2017

Réalisation du 1^{er} Bilan Carbone (scopes 1, 2, 3)

1^{er} rapport RSE

2018

Juin : adhésion au Global Compact

Septembre : Ecovadis Or

2019

Définition de notre raison d'être

Mise à jour du Bilan Carbone

2020

1^{er} Media neutre en carbone

Lancement de For Good

Ecovadis Or pour la seconde fois

Trophée LSA innovation pour le programme For Good

2021

Certification Great Place to Work pour la 2^{ème} année consécutive
Intégration du top 30

Bilan carbone du digital

Lancement de la plateforme Vendredi

Projet d'ouverture d'une épicerie solidaire

Médiaperformances certifiée B CORP !

2025

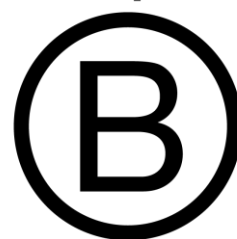
Obtenir 100 points au questionnaire B Corp

Notre certification B Corp

B Corp est un mouvement qui promeut depuis 2006 les entreprises les plus responsables. Sa vocation est de certifier celles qui intègrent dans leur modèle d'affaire et dans leurs opérations des objectifs sociaux, sociétaux et environnementaux. C'est un label reconnu internationalement, aujourd'hui considéré comme le plus complet en la matière.

B Corp est à la fois une communauté d'acteurs engagés, un outil de mesure d'impact gratuit et accessible à tous et un label certifiant les entreprises respectant des normes sociales et environnementales élevées.

Entreprise



Certifiée

L'évaluation prend en compte 5 domaines d'impact : gouvernance, collaborateurs, collectivité, environnement et clients. La certification s'acquiert en obtenant une note supérieure à 80/200 au questionnaire. Pour la conserver, l'entreprise doit renouveler cette évaluation au minimum tous les 3 ans.

Médiaperformances s'était fixée pour ambition d'être certifiée B Corp d'ici 2022 ; une première étape avait été franchie en définissant la raison d'être de l'entreprise ; et depuis 2019 de nombreux projets ont vu le jour sous l'impulsion de cette ambition.

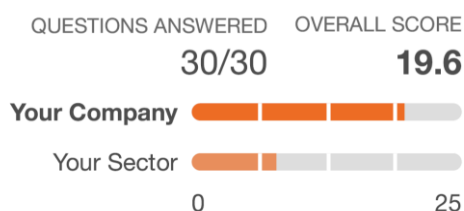
L'obtention de la certification B Corp atteste de l'engagement constant de Médiaperformances pour les causes sociales, sociétales et environnementales.

Dès la première soumission de son questionnaire, Médiaperformances a obtenu la certification B Corp avec une note de

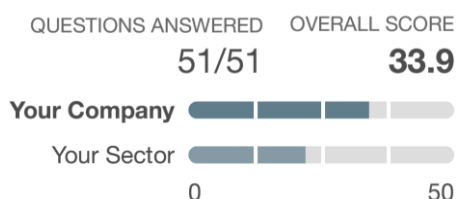
82.8/200

Nos résultats

Gouvernance



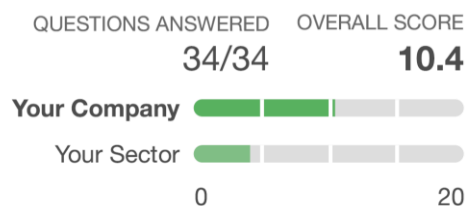
Collaborateurs



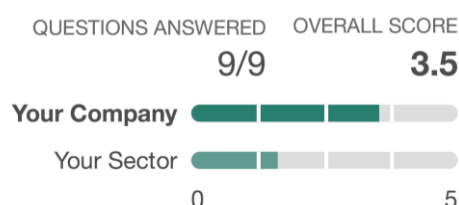
Collectivité



Environnement



Clients



Comment avons-nous obtenu cette certification ?

Le processus de certification nous a permis de mettre en exergue nos points de force, mais aussi de mieux comprendre les points sur lesquels progresser.

Nos points forts ?

- Faire bénéficier tous nos collaborateurs d'une politique RH avancée :
 - En termes de mutuelle santé, prévoyance et retraite ;
 - D'organisation et de suivi des entretiens annuels professionnels ;
 - Et en partageant les bénéfices de l'entreprise via l'intéressement & la participation (mis en place au sein de Mediaperformances avant même de franchir les seuils légaux).
- La part des femmes dans l'entreprise et surtout aux postes de management
- Notre actionnariat indépendant et local
- Réaliser la majorité de nos achats via des fournisseurs locaux et indépendants
- Mesurer & réduire nos émissions carbone

Et il y a certains projets ou initiatives qui ont été accélérés pour répondre plus spécifiquement à cette certification :

- L'adoption d'une raison d'être « *Promouvoir, via nos médias, une consommation plus responsable* » et la création d'un comité de suivi dédié
- Le lancement du programme For Good
- La compensation carbone
- Le plan mécénat
- L'allongement du congé « second parent » avec maintien du salaire
- Le déménagement pour la Tour Alto, qui dispose des certifications environnementales suivantes : HQE niveau Exceptionnel & BREEAM niveau Outstanding

Côté axes d'amélioration, nous pouvons faire encore plus dans le domaine du mécénat par exemple, ou en termes de politique RH. Il est important pour les futurs projets que nous développerons dans l'esprit B Corp qu'ils soient cohérents avec nos valeurs et nos pratiques internes.

Et nous avons 3 années, d'ici le prochain audit, pour les améliorer.

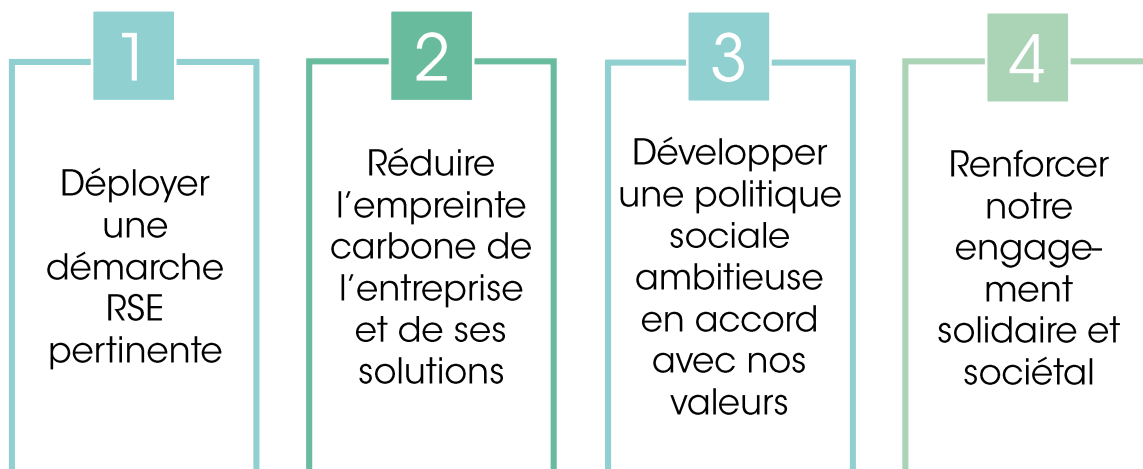
**USING
BUSINESS
.....AS A.....
FORCE  GOOD**

Nos engagements

Médiaperformances 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.



Le Global Compact

En étant signataire du Global Compact depuis 2018, Médiaperformances s'engage à respecter et mettre en œuvre ses 10 principes.

L'entreprise va également plus loin en déterminant les Objectifs de Développement Durable qui découlent de ces 10 principes, et auxquels elle contribue à travers sa stratégie RSE et ses activités.

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



Le label Ecovadis

Médiaperformances est classée depuis 2018 parmi les 4% des entreprises les mieux disantes 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.



Le Programme For Good



Suite à la définition de sa raison d'être, Médiaperformances lançait, en juillet 2020, le programme For Good.

For Good est un programme permettant de soutenir et de récompenser les bonnes pratiques en matière de consommation responsable, en offrant une plus grande visibilité aux marques engagées.

Les clients remplissant a minima 2 des 7 critères énoncés ci-dessous bénéficient, à chaque campagne éligible, de 2 millions d'impressions via notre solution digitale.

- Entreprise signataire du Pacte Plastique
- Entreprise neutre en carbone
- Label B-Corp
- Label PME+
- Label AB produit en France ou en UE
- Label Cosmebio
- Nutriscore A ou B conjugué à l'indice de transformation NOVA niveau 1 ou 2

Médiaperformances
Lauréat des Trophées
de l'innovation LSA
grâce à son
programme For
Good !

TROPHÉES DE
L'INNO
LSA 2020
LAURÉAT

Cette surexposition se traduit par une création digitale mettant en avant les critères effectivement remplis par le client et renvoyant vers les engagements RSE de la marque.



Le comité de suivi de notre raison d'être

Comme indiqué dans la loi Pacte, Médiaperformances a créé un comité de suivi qui a pour mission d'évaluer la pertinence et l'efficacité de toutes les actions qu'elle entreprend dans le cadre de sa raison d'être.

Le comité de suivi, présidé par Serge Papin, ancien Président de Système U, se réunit 2 à 3 fois par an. 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 Médiaperformances: Katia Marinot, Coralie Roulette, Marion Caillard, Rémy Gérin; et Victor Gérin, représentant des générations futures.

Enfin, Médiaperformances travaille sur l'intégration de nouveaux critères d'éligibilité au programme For Good, afin de reconnaître le plus justement possible les bonnes pratiques en termes de consommation responsable.

Le programme For Good en chiffres

25

Campagnes depuis le
lancement du programme
en juillet 2020

Les **3 critères les plus représentés**
dans les campagnes For Good :

- Label AB produit en France ou UE
- Nutriscore A ou B conjugué à l'indice de transformation NOVA niveau 1 ou 2
- Label PME+

+ de 50 millions

D'impressions sur l'ensemble
des campagnes For Good

+ de 14 millions

De contacts ciblés

69,64%

Taux de visibilité moyen

0,25%

CTR moyen

Données de fin juin 2021

Calculer et compenser notre empreinte carbone

Médiaperformances calcule son empreinte carbone depuis 2015. Après révision de son Bilan Carbone en 2019, l'entreprise a souhaité entamer un projet de compensation de ses émissions.

Ainsi, depuis janvier 2020, Médiaperformances compense l'intégralité de ses émissions grâce à des projets portés par deux start-ups : Inuk et ClimateSeed.

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

Découvrez nos projets de compensation :

Avec Inuk, la contribution de Médiaperformances permet de soutenir un projet d'installation d'une centrale solaire, au Bousquet d'Orb dans l'Hérault (34).



Quant à son partenariat avec ClimateSeed, il est un moyen pour Médiaperformances d'apporter son aide à un projet de lutte contre la déforestation au Pérou.



L'objectif de ce dernier est également d'opérer une transition vers une production plus durable du café et du cacao.

Ce projet est certifié Verified Carbon Standard (VCS) et répond aux SDG 8, 13 et 15.

Toujours avec l'aide de ClimateSeed, Médiaperformances soutient un projet d'accès à l'eau potable au Malawi.

Sans accès direct à l'eau potable, les communautés locales n'ont d'autre choix que de chauffer l'eau pour la rendre consommable. Pour cela, elles s'approvisionnent en bois dans les forêts bordant leur village. Ainsi, un accès à l'eau potable via un puits permet de réduire la pression exercée sur les forêts avoisinantes. C'est un projet certifié Gold Standard qui répond aux SDG 3, 6, 13 et 15.



Notre empreinte carbone en chiffres

2 289

Bilan carbone de Médiaperformances en 2020
(en T.eqCO₂)

52

Ratio Kg CO₂ / K€

3 886

Montant des compensations depuis
janvier 2020 (en T.eqCO₂)

A titre de comparaison,



1 aller-retour Paris – New-York pour 1 personne = **1 tonne** eqCO₂ *



Un français émet en moyenne **11 tonnes** eqCO₂ par an *

Médiaperformances travaille également sur la
réduction de ses émissions : objectif de
réduction de 50% d'ici 2025

Comment réduire notre empreinte carbone ?

Médiaperformances travaille sur plusieurs projets qui vont permettre de réduire son empreinte carbone dans les années à venir.

Le département R&D est en charge de l'écoconception de nos solutions. Dans une démarche d'amélioration continue, deux projets principaux ont vu le jour :

Travail sur les matières

Médiaperformances va utiliser du carton pour ses solutions indoor et du plastique recyclé pour ses solutions outdoor.

L'utilisation du carton et du plastique recyclé permettrait de réduire respectivement de 1,4% et de 9% le Bilan Carbone total de Médiaperformances.

Travail sur les accroches

Médiaperformances travaille sur une solution plus écoresponsable pour l'ensemble de ses accroches. Cela passe notamment par la réduction du nombre de composants (3 sur les nouveaux essais contre 5 actuellement) et l'utilisation de matières recyclées et recyclables sourcées principalement en Europe.

Cette solution permettrait de réduire de 20% le Bilan Carbone total de Médiaperformances.

Le mécénat chez Médiaperformances

Médiaperformances s'engage également sur le plan social et solidaire. Nous souhaitons participer à notre échelle à l'adoption d'une consommation responsable, en contribuant notamment à réduire les inégalités d'accès à une alimentation saine.

Médiaperformances a ainsi déployé un plan de mécénat complet en 2020, qui s'appuie à la fois sur le mécénat financier et sur le mécénat de compétences.

La ½ journée solidaire

Médiaperformances offre à tous ses collaborateurs une ½ journée solidaire par an. Chacun est libre de l'utiliser afin de réaliser une action solidaire via une association œuvrant dans le domaine de la consommation responsable.

Le mois de congés solidaires

Dans la même démarche, tous les collaborateurs de plus de 10 ans d'ancienneté bénéficient d'un mois de congés solidaires, pendant lequel ils peuvent mettre leur temps à profit d'une association.

Le « Perfect Pitch »

Médiaperformances a organisé, en 2020, la première édition du « Perfect Pitch » : les collaborateurs le souhaitant peuvent venir pitcher au Comex une association ou un projet de leur choix, toujours en rapport avec notre raison d'être. Cette première année, deux projets ont ainsi bénéficié d'un soutien financier.



Zoom sur les projets soutenus

L'association « La case Africaine »

L'objectif est de venir en aide aux personnes en difficulté en collectant et redistribuant des produits de 1ère nécessité (alimentaire, hygiène, etc.). Grâce à la mobilisation des bénévoles, 280 familles résidant dans le Sud Est Lyonnais en bénéficient chaque semaine.

L'association « Grain de Riz Grain de vie »

Elle souhaite créer un jardin potager et un verger solidaire dans l'orphelinat de Suan Luang au Laos. L'objectif est d'améliorer l'alimentation quotidienne des 750 pensionnaires du centre éducatif pour enfants défavorisés.

Le mécénat chez Médiaperformances

Partenariat avec les Banques Alimentaires

Médiaperformances soutient depuis plus de 14 ans les Banques Alimentaires, en leur offrant un plan média lors de leur collecte nationale et en participant à la collecte en magasin.



Lancement de la plateforme Vendredi

En janvier 2021, Médiaperformances a noué un partenariat avec la plateforme **Vendredi** afin de faciliter la démarche de bénévolat au sein de l'entreprise : les collaborateurs peuvent prendre part à des actions bénévoles proposées par des associations œuvrant dans le domaine de la consommation responsable. Ils peuvent choisir d'utiliser leur ½ journée solidaire ou de s'engager sur leur temps libre.

Projet d'ouverture d'une épicerie solidaire

Cette année, Médiaperformances a souhaité s'investir encore davantage pour l'accès de tous à une alimentation saine et durable.

L'entreprise a ainsi noué un partenariat avec ANDES (Association Nationale de Développement des Epiceries Solidaires) dans le cadre d'un projet de création de 300 nouvelles épiceries solidaires en France. Médiaperformances s'engagerait à soutenir l'ouverture d'une à deux épiceries par an.

Il s'agirait également d'une opportunité pour les collaborateurs de Médiaperformances d'effectuer du mécénat de compétences auprès des épiceries soutenues par l'entreprise.

Médiaperformances certifiée Great Place To Work

Great Place To Work est l'acteur de référence sur la qualité de vie au travail. La certification qu'il délivre récompense les entreprises où il fait bon travailler. Pour être certifiée, une organisation doit obtenir un score minimum de 65% de réponses positives à l'enquête Trust Index.



Cette année, Médiaperformances intègre le Palmarès **Best Workplaces** dans le top 30 des entreprises entre 50 à 250 salariés ! En effet, 85% des collaborateurs déclarent que Médiaperformances est une entreprise dans laquelle il fait bon travailler.

Souhaitant montrer son engagement sur le long terme, Médiaperformances participe désormais chaque année au questionnaire Great Place to Work.

Intégration des collaborateurs

Médiaperformances a construit et mis en œuvre un parcours d'intégration structurant permettant au nouvel embauché d'être rapidement onboardé au sein de sa structure. Ce parcours est articulé autour d'une période de pré-intégration pour préparer son arrivée (choix d'un parrain parmi les collaborateurs notamment), un accueil le jour J (petit-déjeuner d'accueil avec son équipe et présentation des services), un parcours personnalisé (« stages piscine », où chaque membre du Comex présente son service, ses objectifs et sa stratégie) et un suivi de l'intégration (point avec le manager et la DRH, échange sur son rapport d'étonnement).

En 2020, il y a eu 24 évolutions chez Médiaperformances, soit plus de 24% de l'effectif global.

Mise en œuvre de mesures permettant de faire vivre nos valeurs d'entreprise

Début 2020, avant même la pandémie de Covid-19, un accord de télétravail a été conclu. Un dispositif de don de jours de repos, plus favorable que la loi, a été mis en œuvre. Le forfait mobilité durable pour les salariés venant au travail en vélo a été instauré. Enfin, Médiaperformances a choisi d'augmenter le congé paternité de 15 jours (la loi a également évolué depuis), en maintenant le salaire à 100%.

Développement des collaborateurs à travers un plan de formation ambitieux

Formations management, gestion de projet, commerciales, mais surtout de nombreuses formations pour accompagner la transformation digitale de Médiaperformances ont été organisées. L'accent a été mis sur des formations en programmation. Un e-learning accessible pendant 3 mois autour de la culture digitale a été mis en place. Au total, 100% des collaborateurs ont été formés.



Un nouveau cadre de travail

Médiaperformances a emménagé en juin 2021 au sein de la tour Alto située dans le quartier de la Défense, à Courbevoie. Ce déménagement s'inscrivait parfaitement dans sa démarche vers la certification B Corp.

En effet, la tour a été construite de manière à respecter son environnement : sa réalisation s'est appuyée sur les plus hauts niveaux de certifications en la matière, telles que les certifications **HQE**, **BREEAM**, ou **WELL**.

Afin d'améliorer l'efficacité énergétique du bâtiment, une façade bioclimatique a été installée, ce qui permet de conserver la chaleur en hiver et de faire circuler l'air en été. Des panneaux photovoltaïques générant 45 kWc sont également installés sur le toit de la tour.

Médiaperformances a également fait en sorte d'optimiser les déplacements domicile-travail lors de ce déménagement. Une analyse des déplacements des collaborateurs a été réalisée, ce qui a amené l'entreprise à se positionner sur le quartier de la Défense pour installer ses bureaux.



Certification HQE niveau Exceptionnel

La démarche s'articule autour de 4 thématiques : la qualité de vie, les performances économiques, le respect de l'environnement et un management responsable.

Le niveau Exceptionnel correspond au plus haut niveau pouvant être atteint.



Certification WELL niveau Silver

Elle concerne l'évaluation du bien-être en entreprise. Les 7 principaux critères pris en compte sont : le bien-être psychologique, l'alimentation, l'activité physique, le confort, la lumière, l'air et l'eau.





Certification BREEAM niveau Outstanding

Elle permet d'évaluer l'impact environnemental d'un bâtiment. Plusieurs critères, d'un point de vue environnemental et humain sont pris en compte : la gestion de l'eau et de l'énergie, la valorisation des déchets, l'utilisation de process innovants ou encore la santé et le bien-être des occupants.

Le niveau Outstanding correspond au plus haut niveau pouvant être atteint.

Nos résultats

ACTIONS	OBJECTIFS & INDICATEURS	DONNEES 2020	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 Médiaperformances	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>	Certification obtenue 82,8/200	
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 2025 (sur la base de 2015) <i>Indicateur : % réduction des émissions / an et au total</i>	+ 5% de CO ₂ par K€ en 2020	
	Suivre nos émissions <i>Indicateur : % de réduction global des émissions / an et par rapport à 2015</i>	2289 T.éqCO ₂ en 2020, soit -2% vs 2019 - 29% depuis 2015	
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>	2,2 %	
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>	20,5 % Turnover 14,8% Taux de départ	
Accompagner nos managers sur la mise en œuvre des pratiques managériales et collaborateurs Médiaperformances	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>	24,2 %	
Développer nos collaborateurs à travers un plan de formation ambitieux	Former 100% des collaborateurs chaque année <i>Indicateur : % collaborateurs formés / an</i>	100 %	
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 Intégration du top 30	

ACTIONS	OBJECTIFS & INDICATEURS	DONNEES 2020	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>	0,23%	
Permettre aux collaborateurs de proposer et soutenir des projets solidaires	<i>Indicateurs :</i> <i>Nombre d'heures de mécénat de compétences</i> <i>Nombre d'actions menées en bénévolat de compétences</i> <i>Nombre de collaborateurs ayant utilisé leur mois de congés solidaire</i>	838 heures 4 actions réalisées Aucun collaborateur ne l'a utilisé	
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 campagnes réalisées</i>	2% de notre CA & 25 campagnes réalisées entre juillet 2020 et juin 2021	