

Médiaperformances renouvelle sa certification B Corp avec un score d'excellence et célèbre 40 ans d'engagement sociétal

Paris, le 19 juin 2025 – Médiaperformances, acteur pionnier du retail media responsable, annonce le renouvellement de sa certification B Corp™ avec un score remarquable de 105,7 points, soit une progression de 23 points par rapport à sa première certification en 2021. Un score qui place Médiaperformances parmi les toutes premières régies média au niveau mondial, rejoignant un cercle très restreint d'entreprises du secteur ayant franchi le seuil des 100 points. Ce résultat confirme la trajectoire exigeante et sincère de l'entreprise en matière de responsabilité sociétale, seule régie B Corp du marché français.

B Corp : la reconnaissance d'une stratégie RSE globale et ambitieuse

Depuis 4 ans, Médiaperformances a su transformer son engagement RSE en une véritable stratégie d'impact. La gouvernance s'est alignée pleinement sur cette ambition, intégrant la mission d'impact dans les statuts juridiques et confiant le pilotage des objectifs sociaux et environnementaux au comité de direction et au conseil d'administration. En parallèle, la politique sociale a pris une ampleur nouvelle, conjuguant équité salariale, intéressement, actionnariat salarié et inclusion, avec notamment un comité exécutif majoritairement féminin.

L'entreprise a également engagée une transformation écologique profonde : achats responsables, sobriété énergétique, réduction des déchets et du numérique, le tout structuré autour d'une trajectoire carbone validée par la méthodologie SBTi. Enfin, Médiaperformances n'a cessé de renforcer son ancrage local, en soutenant l'emploi, en favorisant les partenariats avec des fournisseurs inclusifs et en s'impliquant auprès d'associations à impact.

« Être B Corp, ce n'est pas une fin, c'est une boussole. Pour Médiaperformances, cela veut dire piloter le business à travers l'impact, renforcer la confiance des clients, et inspirer une nouvelle génération de régies. Travailler avec Médiaperformances, c'est faire du retail media un levier double : performance et impact », souligne Marion Caillard-Duc, Directrice RSE de Médiaperformances.

40 ans d'existence, 40 ans d'engagements

Cette certification prend une dimension d'autant plus forte qu'elle s'inscrit dans quatre décennies d'innovation dans le retail, mais surtout quarante années d'engagement sociétal croissant. Un engagement d'autant plus crucial dans un contexte de questionnements fondamentaux sur la place de la grande distribution et sur les modes de consommation des Français. Il est ainsi devenu essentiel de s'appuyer sur des acteurs engagés, qui assument pleinement leur responsabilité sociétale. Profondément ancré dans cette réalité, Médiaperformances prouve qu'une régie média peut contribuer activement à une consommation plus responsable et à une communication plus vertueuse.

C'est dans cet esprit que l'entreprise a souhaité marquer son 40ème anniversaire, en lançant, en début d'année, son fonds de dotation, et ouvert son appel à projets 2025. Cette édition a suscité un engouement inédit avec 151 candidatures reçues (contre 72 en 2024), révélant une diversité d'approches : financement de salaires de cuisiniers solidaires, projets systémiques visant à créer des filières agricoles durables ou à expérimenter une sécurité sociale de l'alimentation ...

Ce fonds reflète la volonté de Médiaperformances d'avoir un impact réel, durable et mesurable sur la société. Il s'inscrit dans une démarche plus large portée depuis plusieurs années, comme en témoignent ses programmes "1% for Labels" et "1% for Care" qui consiste à reverser 1% du chiffre d'affaires de l'entreprise à des projets à fort impact sociétal, ou encore le déploiement de solutions média à faible consommation, comme les écrans e-paper et les supports en papier recyclé. Médiaperformances démontre ainsi qu'il est possible de concilier innovation publicitaire, performance commerciale et utilité sociale.

« Chez Médiaperformances, nous avons fait le choix stratégique d'ancrer notre développement dans une vision durable du retail media. Être B Corp, c'est affirmer que performance et impact ne s'opposent pas, mais se renforcent mutuellement. Cette ambition guide l'ensemble de notre transformation, de notre gouvernance à notre offre, pour construire une régie média à la fois innovante, responsable et utile. » conclut Claire Koralewski, Directrice Générale de Médiaperformances

A propos de Médiaperformances

[Médiaperformances](#) est une régie Retail Média innovante qui transforme le Retail Média en intégrant des technologies avancées. Partenaire des grandes enseignes de la GSA (Carrefour, Auchan, E. Leclerc, Intermarché, U, Monoprix), elle combine des solutions omnicanales data-centric, avec des dispositifs digitaux en magasin (DOOH, écrans e-paper) et un trading desk intégré, pour optimiser les campagnes publicitaires de ses clients (agences et annonceurs). En 2024, elle renforce son approche tech avec le lancement d'une plateforme SaaS exploitant l'IoT pour des activations publicitaires dynamiques en magasin.

Médiaperformances compte parmi ses clients plus d'une centaine d'annonceurs PGC et non-alimentaires comme Danone, Nestlé, Unilever, Mondelez, Coca-Cola, Fleury Michon, Colgate, HP.

Engagée dans l'innovation durable, Médiaperformances est devenue en 2021 la première régie média française certifiée Bcorp. Elle est labellisée Great Place To Work pour la 6ème année consécutive.

Contact presse :

Sandra Laberenne

slaberenne@meiji-communication.com

06 43 19 13 88