médiaperformances
SHOPPER FIRST

Rapport 2024 / 2025 RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Encourager, notamment à travers nos médias,
une consommation plus responsable et accessible à tous.

Créé en 1985, Médiaperformances est le leader français des médias d'activation shopper omnicanale. Nous nous adressons 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, Intermarché, Coopérative U. Nous couvrons l'ensemble du parcours client ON et OFF.

Nous comptons parmi nos 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.

NOS RÉALISATIONS

en quelques dates clés

Banques Alimentaires

2007
Début du partenariat avec les Banques Alimentaires

2012
Great Place To Work.

1er Baromètre Great Place To Work : 26ème des entreprises < 500 salariés

2016
Création d'un poste de Responsable RSE

2017
Réalisation du 1er Bilan Carbone (scopes 1, 2, 3)

1er 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
1er Media engagé vers une neutralité carbonel

Lancement du programme For Good

Trophée LSA innovation pour le programme For Good

2021
Great Place To Work.

Bilan carbone de l'ensemble de nos solutions

Engagement auprès d'ANDES

Médiaperformances certifiée B Corp !

Entreprise B Certifiée

2022
Arrivée d'une Responsable de l'Engagement Sociétal

Lancement du programme 1% for Labels

Certification Great Place to Work pour la 3ème année et 2ème année dans le top 30

2023
Great Place To Work.

Pérennisation de nos partenariats : ANDES / Programme Malin / BA

2024
Great Place To Work.

Lancement premier appel à projets

Création programme 1% for care

2025
Création du Fonds de dotation Médiaperformances

Médiaperformances recertifiée B Corp !

Certification Best Worplaces for women

Entreprise B Certifiée

Nous poursuivons notre chemin vers une entreprise toujours plus responsable, convaincus que l'avenir appartiendra aux acteurs à impact positif.

Édito

de Rémy Gerin

Président Médiaperformances

2025 est une année symbolique pour Médiaperformances. Notre entreprise fête ses 40 ans. Quatre décennies au cours desquelles nous avons grandi, évolué, et affirmé notre rôle auprès des fabricants, des enseignes et des consommateurs. Mais si nous regardons le chemin parcouru, un fil conducteur apparaît : la responsabilité.

La RSE fait partie de notre ADN depuis toujours. Elle a guidé nos choix stratégiques, orienté nos priorités et inspiré nos innovations. En 2021, cette conviction s'est traduite par une première certification B Corp, qui est venue reconnaître nos engagements. En 2025, à l'occasion de notre 40e anniversaire, cette certification a été renouvelée à un très haut niveau. Une belle reconnaissance, mais surtout une récompense collective pour toutes celles et ceux qui font Médiaperformances au quotidien.

Cette reconnaissance ne nous conduit pas à l'autosatisfaction. Bien au contraire, elle nous engage et nous rappelle notre responsabilité et notre devoir de poursuivre, d'avancer encore et encore, d'explorer de nouvelles pistes, et de nous améliorer constamment. C'est dans cet esprit que nous avons franchi une nouvelle étape en créant, en 2025, notre fonds de dotation. Il nous permettra de prolonger et d'amplifier notre impact sociétal, au-delà de nos activités directes, en soutenant des projets qui font sens et qui renforcent notre mission.
Nos programmes RSE, nos engagements et ce nouveau fonds de dotation illustrent concrètement notre volonté d'aller plus loin. Plus qu'un média, Médiaperformances veut être un média à impact, qui prend sa part dans la transformation de la consommation vers un modèle plus responsable et plus durable.

À 40 ans, notre histoire ne fait que commencer. Ensemble, continuons à écrire les prochaines pages avec ambition, responsabilité et impact.

Le mot de la Directrice Générale

de Claire Koralewski

Chez Médiaperformances, la RSE n'est pas un sujet annexe : c'est ce qui nous distingue, ce qui fait notre singularité. Être une régie responsable, c'est notre manière d'aborder le marché, et c'est ce qui nous différencie des autres acteurs.
Concrètement, cela se traduit par des choix business assumés. Nos innovations sont guidées par la RSE : chaque nouvelle solution développée vise à conjuguer efficacité pour les marques et responsabilité envers les consommateurs et la société. Nos innovations phygitales, en particulier, incarnent cette approche : elles offrent des alternatives plus responsables, qui réconcilient expérience en point de vente et impact positif. Avec notre programme For Good, nous soutenons les marques engagées et nous les aidons à valoriser leurs initiatives responsables auprès des consommateurs. Cette approche, qui allie performance et impact, répond à une attente forte du marché et crée de la valeur pour tous. En 2025, avec la création de notre fonds de dotation, nous franchissons une nouvelle étape. Nous affirmons ainsi que notre ambition business va de pair avec notre mission sociétale : transformer la consommation vers un modèle plus responsable.

SOMMAIRE

I. Activer notre impact au quotidien

a. Gouverner autrement
Une équipe au service de nos engagements
Œuvrer en faveur de l'engagement collectif

b. Nos démarches
Mesurer l'impact, renforcer l'engagement
Evaluation EcoVadis
Engagement Global Compact
Index égalité femmes-hommes
La certification B Corp™, un engagement exigeant au cœur de notre stratégie

c. Sensibiliser, former
Sensibiliser et former nos équipes

d. Engager nos collaborateurs
Mécénat journées solidaires et mois solidaires

II. Faire levier là où nous sommes utiles

a. Nos programmes à impact
Promouvoir une alimentation plus responsable
For good
Agir pour une consommation solidaire (1% for Care)

b. Innovations et éco-conception

c. Bilan Carbone et objectifs environnementaux

III. Réinventer notre métier

IV. En chiffres

I. Activer notre impact au quotidien

Comment nous embarquons nos collaborateurs et structurons notre transformation

a. Gouverner autrement

Une équipe au service de nos engagements

Chez Médiaperformances, la Direction RSE réunit des expertises complémentaires qui travaillent main dans la main pour intégrer la responsabilité sociétale dans toutes nos activités. Chacune joue un rôle clé, depuis la définition de la stratégie jusqu'à la mise en œuvre de projets concrets, en passant par l'innovation produit et la mobilisation sociétale.

Marion Caillard-Duc

Directrice RSE

Membre du comité exécutif, Marion définit la stratégie RSE globale de Médiaperformances et veille à son déploiement dans toutes les activités de l'entreprise. Elle pilote les feuilles de route environnementales, sociétales et de gouvernance, et s'assure de leur intégration dans les décisions stratégiques et opérationnelles. Marion coordonne également les engagements externes, comme la certification B Corp, les évaluations EcoVadis ou encore l'adhésion au Global Compact.

Sarah Daniel-Porta

Responsable Engagement Sociétal

Sarah conçoit et déploie des programmes et projets visant à renforcer l'impact positif de Médiaperformances sur la société. Elle pilote le programme « 1% for Care », qui regroupe l'ensemble des engagements sociétaux de l'entreprise, dont le mécénat des équipes. En tant que déléguée générale du Fonds de dotation, elle assure sa gestion opérationnelle et développe des partenariats associatifs. Son rôle est aussi de mobiliser les collaborateurs autour d'initiatives solidaires et de garantir la cohérence et la pérennité de nos actions sociétales.

Carole Perrin

Responsable Développement Produits

En charge de la R&D et de la transformation des solutions, Carole identifie et met en œuvre des opportunités d'amélioration continue ou d'innovation, en lien avec l'équipe Marketing. Elle agit sur trois axes majeurs : excellence opérationnelle, éco-conception et réduction de l'empreinte environnementale. Elle pilote notamment le Bilan Carbone, coordonne des projets sur la fin de vie et la recyclabilité des supports, et travaille en collaboration étroite avec les fournisseurs et les bureaux d'études pour favoriser des choix plus durables et responsables. Carole accompagne également les équipes commerciales et opérationnelles, développe les nouveautés techniques et contribue à l'évolution des solutions vers un moindre impact environnemental.

Œuvrer en faveur de l'engagement collectif

Chez Médiaperformances, les référents RSE jouent un rôle clé dans la diffusion et l'appropriation des enjeux responsables au sein des équipes. Leur mission est d'incarner et de relayer les actions RSE, en facilitant les échanges entre les services et en favorisant une dynamique collective engagée.
Pour renforcer ce dispositif, nous avons repensé le programme des référents RSE afin de le rendre plus participatif, concret et adapté aux réalités opérationnelles de chacun. Les réferents sont désormais des réferents RSE/Handicap. Chaque année, un objectif transverse commun est défini pour l'ensemble des réferents, complété par un objectif propre à chaque service, que le service porte collectivement.
Le référent n'agit pas seul, il est le référent RSE /handicap de son service et fait le lien avec les équipes pour assurer la cohérence et la mobilisation autour des actions.

J'ai décidé de devenir référente RSE/Handicap car Médiaperformances est une entreprise très engagée qui offre à ses collaborateurs la possibilité d'être acteurs de cette démarche. Ce rôle me permet de contribuer concrètement à l'atteinte des objectifs RSE de l'entreprise, en relayant les initiatives, en sensibilisant mes collègues et en participant à la mise en place d'actions concrètes.

Juliette Descamps, Cheffe de groupe marketing

J'ai souhaité devenir référente RSE/Handicap chez Médiaperformances pour contribuer à une culture d'entreprise encore plus inclusive et bienveillante. Être ambassadrice, c'est aussi une manière d'agir à mon niveau, en portant un message d'écoute, d'ouverture et de solidarité, afin que chaque collaborateur puisse s'épanouir sans barrières.

Julie Roumillac, RH

Jade

Julie

Rima

Rosy

Serap

Valérie

Juliette

Nicolas

Benoit

Nos référents RSE

b. Nos démarches
Mesurer l'impact, renforcer l'engagement

Evaluation EcoVadis

EcoVadis est une référence mondiale de l'évaluation de performance RSE des entreprises, reposant sur un référentiel rigoureux et une méthodologie standardisée. Nous nous faisons certifier chaque année depuis 2017 afin de mesurer de manière fiable notre impact environnemental, social et éthique, et d'orienter nos efforts vers une amélioration continue.

En 2025, nous avons obtenu la médaille Silver lors de notre re-certification, avec un score de 72 points, en progression par rapport aux 68 points de 2024. Cette performance nous place dans le top 15 % des entreprises évaluées par EcoVadis et confirme la pertinence de notre démarche pour progresser chaque année.

Engagement Global Compact

Le Global Compact des Nations Unies est la plus importante initiative internationale en matière de responsabilité sociétale des entreprises, rassemblant les organisations autour de dix principes universels liés aux droits humains, aux normes du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.
Médiaperformances y est signataire depuis 2018 et renouvelle chaque année son engagement à intégrer ces principes dans ses activités et sa stratégie. Cette adhésion s'accompagne d'un suivi régulier, témoignant de notre volonté d'aligner nos pratiques sur les standards internationaux les plus exigeants.

Index égalité femmes-hommes

L'Index de l'égalité professionnelle évalue chaque année les entreprises sur la base de plusieurs indicateurs : écart de rémunération, écart de taux d'augmentations individuelles, répartition des promotions, augmentation au retour de congé maternité et parité parmi les plus hautes rémunérations.
En 2025, Médiaperformances a obtenu un score de 91/100, confirmant la bonne représentation des femmes et des hommes à tous les niveaux de l'entreprise et la maîtrise des écarts de rémunération.

91/100
Index égalité femmes-hommes

50%
de femmes au Comex

71%
de femmes dans l'entreprise

La certification B Corp™, un engagement exigeant au cœur de notre stratégie

Depuis notre première certification en 2021, Médiaperformances s'inscrit dans une démarche exigeante et rigoureuse d'amélioration continue portée par la certification B Corp™, reconnue comme la plus stricte au monde en matière d'évaluation de l'impact social, environnemental et économique des entreprises. Sur plus de 200 critères évalués, seules moins de 10 000 organisations à travers le monde ont obtenu ce label, attestant d'un haut niveau d'exigence et d'engagement. **En 2025, nous avons renouvelé cette certification avec un score exceptionnel de 105,7 points, soit une progression de 23 points par rapport à notre première labellisation.**
Ce résultat nous place parmi les toutes premières régies médias au niveau mondial et fait de Médiaperformances la seule régie certifiée B Corp en France.
Cette distinction **reflète notre volonté constante de conjuguer performance économique et impact positif**, à travers une gouvernance transparente, une politique sociale responsable, une démarche environnementale ambitieuse et un ancrage territorial fort.
Au-delà du label, la certification B Corp™ est pour nous un cadre stratégique qui structure nos engagements, nous permet de mesurer nos progrès, et enracine durablement notre démarche d'amélioration continue. Cette étape confirme **notre ambition : faire du média un levier responsable au service d'un modèle d'affaires plus juste, durable et utile.**

Entreprise
B®
Certifiée

Être B Corp, ce n'est pas une fin, c'est une boussole. Pour Médiaperformances, cela signifie piloter le business par l'impact, renforcer la confiance de nos clients, et inspirer une nouvelle génération de régies. Travailler avec Médiaperformances, c'est faire du retail media un levier double : performance et impact.

Marion Caillard-Duc, Directrice RSE

c. Sensibiliser et former

La réussite de notre démarche RSE repose avant tout sur l'implication et la compréhension de l'ensemble de nos collaborateurs. **C'est pourquoi nous avons développé des actions de formation et de sensibilisation afin de renforcer la culture RSE au sein de l'entreprise.** Ateliers, campagnes d'information, interventions d'experts et modules de formation dédiés permettent à chacun de mieux appréhender les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux. **L'objectif est de donner à tous les moyens d'agir au quotidien, dans leur métier comme dans leurs choix personnels, et de créer une dynamique collective durable.**

En 2025, une formation « Diversité & Inclusion » a été proposée aux managers, élus, RH et RSE pour renforcer les connaissances et diffuser les bonnes pratiques en matière d'égalité. Elle sera étendue à tous les collaborateurs en 2026.Deux conférences ont complété cette démarche : en 2025, l'Agefiph sur « Déconstruire le regard sur le handicap », et en 2024, Dorine Bourneton sur la résilience.

Nous agissons concrètement en intégrant des pratiques responsables : chaque mardi, une hôtesse d'accueil issue d'un ESAT rejoint nos équipes, et nous privilégions les achats auprès de partenaires ESAT (Papyrus, Arlequin, Les Cigales).

Depuis 2024, nous participons au DuoDay, permettant à des personnes en situation de handicap de découvrir un métier aux côtés d'un collaborateur volontaire. Deux stagiaires ont été accueillis en 2024 et 4 en 2025 dans différents services.

Ces temps de formation et de sensibilisation sont avant tout des moments d'échanges. Nous voyons nos collaborateurs s'approprier la RSE et trouver, chacun à leur façon, comment contribuer.

Géraldine Cardheilac, Directrice des ressousrces humaines

d. Engager nos collaborateurs concrètement sur le terrain

Nos programmes de mécénats de compétences

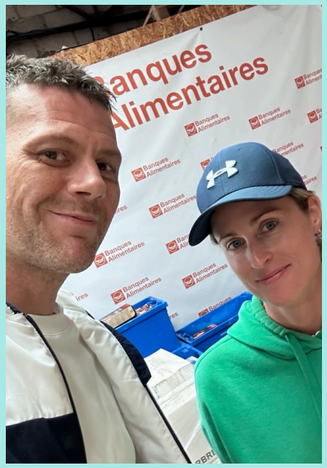
Nous proposons à nos collaborateurs deux dispositifs pour s'engager auprès du monde associatif :

Les Journées Solidaires
Chaque salarié peut consacrer une journée par an à une association en lien avec notre thématique d'engagement. C'est l'occasion de découvrir l'univers associatif et de contribuer à des missions variées : distribution ou préparation de repas, entretien de potagers urbains, accompagnement de bénéficiaires, etc. Ces expériences permettent à chacun de s'impliquer concrètement tout en partageant un moment fort de solidarité.

Cantine des Arbustes

Eugénie Granveau Account Manager
Marie Testaud de Marchain Account Executive

Banques alimentaires



Charlotte Matelin Chef de secteur
Nicolas Mezi Chef des ventes national

Armée du Salut

Rosy Couffin Cheffe de Projet Clients
Benoit Lasne Responsable achats et approvisionnements

J'ai passé une demi-journée à Refugee Food, que je ne connaissais pas du tout, et qui m'a permis d'aider l'équipe en cuisine a préparer plus de 200 repas! Une journée très valorisante et enrichissante, passée à la fois auprès d'une équipe dynamique, de collègues motivés et de visiteurs très reconnaissants.

Arnaud Quirin, lead data scientist

Le Mois Solidaire

Ouvert aux collaborateurs ayant plus de 5 ans d'ancienneté, **ce programme offre la possibilité de s'engager pendant un mois au sein d'une association partenaire**.

En 2025 deux salariés ont ainsi pu mettre leurs compétences au service d'actions solidaires. L'objectif : aller au-delà du mécénat financier en apportant un véritable soutien opérationnel aux associations, tout en valorisant le savoir-faire des collaborateurs et en renforçant leur sentiment de reconnaissance et d'engagement.

Nous avons accueilli Sandrine en juin dernier. Très investie, elle a su apporter son aide dans de nombreux services : distribution du petit-déjeuner, douches, repas, laverie, bagagerie, ou encore lors de notre journée printanière.
Sa présence régulière a été un véritable soutien pour les équipes. Un engagement sur le long terme permet aux bénévoles de mieux comprendre nos missions, de s'adapter au public que nous accompagnons et d'agir avec justesse.
Dans le cadre de l'accueil de personnes en situation de grande fragilité, la stabilité de l'équipe, salariée comme bénévole, est essentielle pour garantir un cadre sécurisant et bienveillant. La présence de bénévoles investis comme Sandrine est donc un véritable atout pour notre structure.
Nous la remercions chaleureusement pour sa présence et son investissement, qui ont été précieux pour nous tous.

Cela m'a apporté une pause dans mon quotidien et mon travail. Une pause hors du temps durant laquelle j'ai pu me rendre compte que le plus important est l'humain.

Sandrine Bruel, Responsable développement des ventes
Mois solidaire effectué à la Maison de l'amitié

C'était une expérience humaine très forte qui m'a reconnectée à des valeurs essentielles comme l'entraide et la solidarité. Professionnellement, cela m'a donné une nouvelle perspective sur l'impact que peut avoir notre métier.

Laurie Charvillat, chef de groupe marketing
Mois solidaire effectué au Programme Malin

II. Faire levier là où nous sommes utiles

Médiaperformances accompagne ses clients et partenaires dans une démarche de communication responsable et durable. Loin de se limiter à la diffusion de messages, notre approche vise à transformer le retail media en levier d'impact sociétal et environnemental.

a. Nos programmes à impact

Promouvoir une alimentation plus responsable

Conçu pour mettre en lumière les engagements des marques, le programme **For Good** offre aux annonceurs éligibles une campagne dédiée à la valorisation de leurs produits et de leurs initiatives responsables.

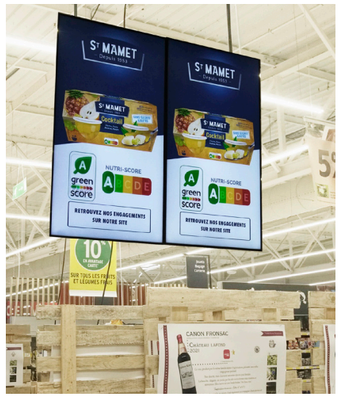
Depuis sa création en 2022, il vise à **renforcer la visibilité des démarches RSE en point de vente sur notre solution DOOH**, au moment même où se font les choix d'achat.
En 2024, le programme a été entièrement repensé pour mieux répondre aux enjeux actuels et élargir son impact. Cette nouvelle version introduit un double volet d'éligibilité, conçu pour accompagner plus efficacement les shoppers dans leur transition vers une consommation plus responsable.

For Good Labels

Le premier volet concerne les campagnes répondant à au moins deux des dix labels sélectionnés : PME+, Agriculture Biologique, Pacte Plastique, Neutre en Carbone, Cosmebio, Nutri-Score combiné au NOVA, Eco-Score, 1% for the Planet, Planet-Score, et Fairtrade – Max Havelaar. Ces labels ont été rigoureusement choisis pour la qualité de leur cahier des charges et le domaine de durabilité qu'ils couvrent. Les campagnes éligibles bénéficient d'une surexposition chartée mettant en avant le produit, la marque ainsi que les deux labels associés.

For Good B Corp

Le second volet s'adresse spécifiquement aux marques clientes certifiées B Corp, reconnues pour leur haut niveau d'exigence RSE. Il offre une visibilité dédiée qui valorise la marque, le label ainsi qu'un engagement RSE choisi par l'annonceur. L'objectif est de créer un lien fort avec le consommateur en lui transmettant un message impactant et pertinent autour de la marque et de B Corp.



Agir pour une consommation solidaire avec 1% FOR CARE

Dans la continuité de sa raison d'être, Médiaperformances agit concrètement pour **accompagner la transition de la société vers une consommation plus responsable.**

En tant que régie spécialisée dans la grande distribution, il est donc essentiel d'agir au plus près des enjeux liés à l'alimentation. C'est dans cet esprit qu'est né en 2024 le programme 1% for Care, pensé pour répondre aux problématiques de précarité alimentaire et pour favoriser l'accès à une alimentation digne et de qualité pour les populations fragiles.
Ce programme soutient des projets qui luttent contre la précarité alimentaire et pour une alimentation digne et de qualité pour les populations les plus démunis. Il s'inscrit dans une démarche d'action au plus près du terrain en collaboration avec les acteurs associatifs et spécialisés.

Soutenir l'impact social au plus proche des besoins

Pour Médiaperformances, **l'engagement sociétal passe par un soutien concret aux initiatives associatives œuvrant en faveur de la lutte contre la précarité alimentaire et pour une alimentation digne et de qualité pour les populations fragiles.** Ce soutien se traduit par la mobilisation de ressources et d'outils dédiés, permettant d'accompagner durablement des projets à fort impact social, allant de l'action immédiate à la transformation profonde.

1% de notre CA dédié à 1% for care

Dans le cadre du programme 1% for Care, **Médiaperformances a lancé en 2024 son premier appel à projets associatif.** L'initiative a suscité un réel engouement avec 72 dossiers reçus et 8 associations lauréates sélectionnées. **Face à ce succès et au regard de nos ambitions de redistribution, Médiaperformances a décidé de se doter d'un véhicule financier dédié : le Fonds de dotation Médiaperformances.**

Animé par une mission d'intérêt général, il soutient, via des acteurs associatifs, des projets à impact immédiat et durable visant à améliorer la qualité de vie des personnes touchées par la précarité alimentaire. En 2025, la deuxième édition de l'appel à projet, cette fois-ci portée par le Fonds de dotation, a confirmé cette dynamique avec 151 dossiers reçus et 12 associations lauréates, dont 6 reconduites de l'édition précédente.
Renouvellement de nos partenariats 2024 en 2025

Les nouvelles associations partenaires de 2025

Avec 1% for Care, nous concrétisons l'engagement de Médiaperformances en faveur d'une consommation plus juste et accessible. Soutenir les associations qui luttent contre la précarité alimentaire, c'est agir au plus près des besoins, en apportant un impact réel et durable sur le terrain.

Sarah Daniel Porta

En 2025, Auchan , Valiuz et Médiaperformances se sont unis pour la seconde année au profit de l'association Programme malin pour soutenir l'opération produit partage au travers d'une campagne digitale gracieuse. L'union des acteurs du retail média prouve qu'ensemble nous pouvons avoir un impact social réel sur la société qui nous entoure. Cette union a reçu le trophée bronze au grand prix Stratégie rétail média en 2025.

Agir pour informer le consommateur avec 1% For labels

Dans un contexte où les consommateurs cherchent davantage à donner du sens à leurs achats, les labels constituent de précieux repères pour guider leurs choix.
Pourtant, leur visibilité reste inégale : si près de 90 % des Français connaissent le label AB, seuls 8 % ont déjà entendu parler de B Corp*.
Face à ce constat, Médiaperformances a lancé en 2022 le programme **1% for Labels, pensé pour renforcer la notoriété et la compréhension des labels grâce au média DOOH**, et accroître la considération d'achat des produits labellisés.
Chaque année, **Médiaperformances consacre l'équivalent de 1 % de son chiffre d'affaires DOOH à valoriser les labels partenaires** grâce à des campagnes de trois semaines, diffusées sur nos écrans dans 229 points de vente.
En 2025, trois labels : B Corp, Planet-Score et PME+ sont mis à l'honneur avec la même ambition; aider les consommateurs à faire des choix éclairés.

Entreprise B Certifiée

POUR UN MONDE PME+ ENGAGÉ

Planet SCORE A B C D E PESTICIDES BIODIVERSITÉ CLIMAT

b. Innovation et écoconception

Chez Médiaperformances, l'innovation ne se limite pas à la création de nouvelles solutions : elle s'accompagne d'une réflexion profonde sur leur impact environnemental.
Notre ambition est de concevoir et d'améliorer nos supports afin de réduire leur empreinte carbone, optimiser l'usage des ressources et favoriser la circularité des matériaux. Cette démarche repose sur une veille constante, des tests en conditions réelles et une collaboration étroite avec nos fournisseurs et partenaires techniques.

Je réduis l'empreinte carbone de l'entreprise en privilégiant l'éco-conception et les matériaux recyclés/recyclables ainsi qu'en collaborant avec des partenaires responsables.

Carole Perrin,
Responsable développement produit

Nos actions sur nos solutions

•Sur la solution Brand Impact nous avons évolué vers une matière plastique qui intègre jusqu'à 50 % de matière recyclée.

•Le déploiement sur 2025 d'une sapinette (porte bons de réduction) biodégradable et compostable industriellement résultat d'un partenariat R&D.

•L'intégration d'une solution e-paper (écran lumineux de type liseuse), technologie d'affichage à faible consommation d'énergie.

c. Bilan Carbone et objectifs environnementaux (en cours et à venir)

Sont comprises dans le calcul du Bilan Carbone :

• Les émissions liées au scope 1 : Émissions directes provenant des installations fixes ou mobiles situées à l'intérieur du périmètre organisationnel.

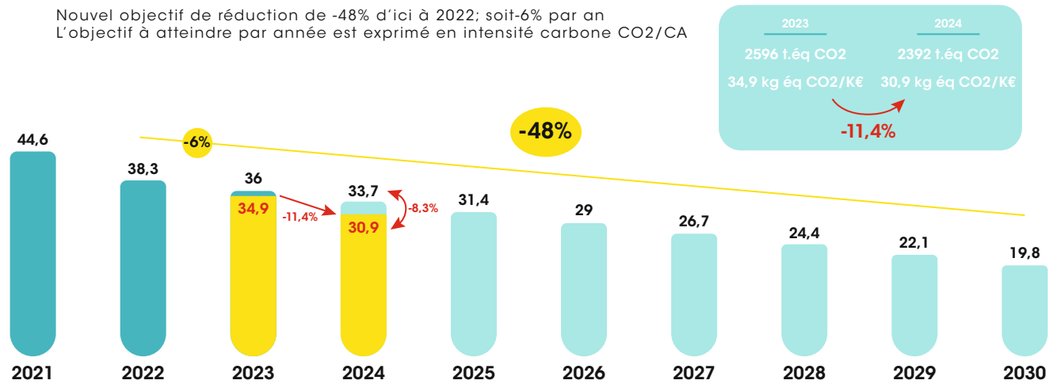
• Les émissions liées au scope 2 : Émissions indirectes associées à la production d'électricité, de chaleur ou de vapeur importée pour les activités de l'organisation.

• Les émissions liées au scope 3 : l'achat de matières premières, de services ou autres produits, déplacements des salariés, transport amont et aval des marchandises, gestions des déchets générés par les activités de l'organisme, utilisation et fin de vie des produits et services vendus, immobilisation des biens et équipements de productions…

Bilan Carbone
Depuis 2015, nous mesurons chaque année notre empreinte carbone en intégrant l'ensemble des trois scopes, afin d'avoir une vision complète et transparente de nos impacts.
Réduire ces émissions est au cœur de notre démarche RSE. **Grâce à un travail constant sur nos solutions et à l'engagement collectif, nous avons atteint dès 2023 l'objectif de réduction initialement prévu pour 2025**.
Depuis 2019, nous assurons également la compensation carbone de l'ensemble de nos émissions en partenariat avec INUK et Climateseed. Cette démarche garantit que **chaque campagne média opérée par Médiaperformances est intégralement compensée**, sans incidence financière pour nos clients.
Cette avancée majeure confirme l'efficacité de nos actions, mais nous ne nous arrêtons pas là. Conscients de l'urgence climatique, nous avons choisi de relever un nouveau défi : un objectif encore plus ambitieux pour poursuivre la diminution de notre empreinte et accélérer notre transition vers un modèle plus durable.

Objectifs carbone Médiaperformances selon la trajectoire SBTI

Nouvel objectif de réduction de -48% d'ici à 2022; soit-6% par an
L'objectif à atteindre par année est exprimé en intensité carbone CO2/CA



III. Réinventer notre métier

Quel rôle voulons-nous jouer dans l'avenir de la communication ?

Médiaperformances, un média à impact pour demain.
L'avenir de Médiaperformances s'inscrit dans une ambition claire : être un média à impact et accompagner les changements de consommation et contribuer à la transition vers un mieux manger pour tous.
Notre rôle dépasse la simple communication en point de vente : nous voulons accompagner les changements de consommation et participer activement à la transition vers une alimentation plus saine, durable et accessible à tous.
En tant qu'entreprise privée, nous assumons pleinement notre rôle dans les transformations sociétales, convaincus que la communication peut être un levier puissant d'impact positif.
Nos médias doivent devenir des outils d'information et de sensibilisation, permettant à chacun de faire des choix éclairés pour son alimentation et sa santé. Nous croyons qu'une entreprise peut être à la fois performante et utile au bien commun.

Nous voulons être acteur du changement, et non spectateur.

Nous voulons inspirer, et non simplement informer.

Nous voulons bâtir, aux côtés de nos partenaires, un futur où chaque message en point de vente contribue à une consommation plus responsable, plus inclusive et plus durable.

Parce qu'aider chacun à mieux consommer, c'est déjà transformer la société.

NOS RÉSULTATS

médiaperformances

ACTIONS	OBJECTIFS & INDICATEURS	DONNEES 2025	PROGRESSION
DÉPLOYER UNE DÉMARCHE RSE PERTINENTE			
Mettre en place une démarche structurée répondant à l'ensemble de nos enjeux, afin de favoriser la collaboration et de sensibiliser toutes nos parties prenantes aux actions RSE de Médiaperformances	**Améliorer notre note Ecovadis** Indicateur : Note Ecovadis	**72**	↗
	Augmenter notre note B corp Indicateur : note B-Corp Re certification en 2025 : de 82,8 à 105,7	**105,7**	🎯

ACTIONS	OBJECTIFS & INDICATEURS	DONNEES 2024	PROGRESSION
RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE L'ENTREPRISE ET DE SES SOLUTIONS			
Réduire notre empreinte et compenser nos émissions directes et indirectes	**Objectif : - 11,4% en 2024**	**En cours**	↗
	Compenser 100% des campagnes que nous opérons	**100%**	🎯
	Généraliser le recours à des matériaux écoresponsables	**100%**	🎯

SUITE DES RÉSULTATS →

ACTIONS	OBJECTIFS & INDICATEURS	DONNEES 2024	PROGRESSION
DÉVELOPPER UNE POLITIQUE SOCIALE AMBITIEUSE			
Améliorer nos pratiques et nos performances en matière de recrutement, d'intégration et de mobilité	**Mesurer notre taux de turn over** Indicateurs : turnover	**20,7%**	↘
Accompagner nos managers sur la mise en œuvre de pratiques managériales et collaborateurs	**Faire évoluer 10 % de collaborateurs chaque année**, (promotion, changement de titre et ou de statut) Indicateur : % collaborateurs ayant évolué et/ ou ayant été promus	**10%**	🎯
Développer les compétences des collaborateurs a travers un plan de formation ambitieux	**Former 80% des collaborateurs chaque année** Indicateur : % collaborateurs formés / an	**78%**	→
Renforcer la culture d'entreprise autour de l'inclusivité et du handicap	**Mettre en place des actions en faveur l'inclusion et la diversité** Indicateur : Nombre d'actions mise en place / an	**2**	↗
RENFORCER NOTRE ENGAGEMENT SOLIDAIRE			
Renforcer notre partenariat avec les associations	**Augmenter le % de don dans notre CA** Indicateur : % actions mécénat dans CA annuel	**1% du CA**	↗
Permettre aux collaborateurs de s'investir auprès d'associations	Indicateurs : % de salariés qui profitent de leur journée solidaire	**60%**	→
	2 mois solidaires / an	**2**	🎯
Mettre nos solutions médias au service d'une consommation plus responsable	**Informer le consommateur :** **Suivi du Programme For Good** Indicateur : nombre de campagnes offertes	**8 campagnes** réalisées en 2024	↗
	Informer le consommateur : **Programme 1% For Labels** Indicateur : dédié équivalent de 1% du CA	**100%**	🎯
Mettre en place des opérations avec nos parties prenantes sur nos médias pour encourager une consommation responsable	**Embarquer notre écosystème** Indicateurs : nombre d'opération / an.	**2**	🎯

médiaperformances
SHOPPER FIRST

Rapport 2024 / 2025 RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Encourager, notamment à travers nos médias,
une consommation plus responsable et accessible à tous.