



Mediametrie

**Point complémentaire à introduire
dans le projet de rapport de gestion du Conseil d'Administration
à l'Assemblée Générale Ordinaire du 26 juin 2019**

DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIERE

Mot du Président : Pour la première année, Médiamétrie est soumise à l'obligation de Déclaration de performance extra-financière. Au-delà de son caractère obligatoire, le document ci-dessous illustre les initiatives prises de longue date par l'entreprise pour définir son modèle d'affaires, analyser les risques auxquels elle est soumise et mettre en œuvre les politiques de prévention. Avec cette Déclaration de performance extra-financière, Médiamétrie se conforme à la réglementation tout en mettant en lumière son engagement social, environnemental et sociétal.

MODELE D'AFFAIRES :

Leader des études média et référence de la mesure d'audience, Médiamétrie est au cœur de la transformation numérique en cours. Elle est le repère qui éclaire les acteurs du marché des médias.

Forte de l'engagement et de l'expertise de ses équipes, l'entreprise accompagne les médias pour mieux connaître leur public et valoriser leurs contenus éditoriaux. Elle est aux côtés des agences et des annonceurs pour améliorer l'efficacité de leurs campagnes publicitaires.

Disposant d'une connaissance unique du secteur, Médiamétrie répond aux besoins de ses clients en :

- analysant les comportements du public et détectant les nouveaux usages,
- réalisant simultanément la mesure d'audience de la Télévision, de la Radio, d'Internet, du Cinéma et en contribuant à celle de la Presse en soutien de l'ACPM,
- proposant des études spécifiques utilisées à des fins stratégiques ou marketing.

L'entreprise développe aussi son activité à l'international en :

- exportant son savoir-faire technique et scientifique,
- donnant accès à des données de programmation et d'audience de plus de 7000 chaînes dans plus de 120 pays.

Tiers de confiance indépendant, Médiamétrie place l'innovation au centre de son activité et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France.

Grâce à son écoute, sa neutralité, sa fiabilité, le respect de ses engagements, Médiamétrie entretient une relation de confiance avec l'ensemble des parties prenantes : clients, collaborateurs, actionnaires, partenaires, panélistes et interviewés.



L'entreprise fédère médias, agences et annonceurs autour de ses priorités :

- Enrichir la mesure d'audience pour intégrer les nouveaux usages du public qui peut et veut désormais regarder, écouter, surfer quand il veut, où il veut et sur l'écran ou le support de son choix.
- Passer de l'audience à l'engagement et à l'efficacité.
- Maîtriser l'essor de la data en permettant à ses clients de mieux utiliser leurs propres datas et de les enrichir par fusion avec d'autres.

La gouvernance de Médiamétrie s'exerce sur le même principe : fédérer les principaux acteurs pour servir l'intérêt général et créer de la confiance. Elle repose sur un modèle original à deux niveaux :

- Le Conseil d'Administration adopte la stratégie de l'entreprise et veille à sa performance.
- Associant les principaux acteurs de chaque marché, six Comités délibèrent des évolutions à apporter aux mesures d'audience.
Des commissions scientifiques et techniques et des groupes de travail complètent ces instances de décisions. La présence de l'ensemble des professions, médias, agences, annonceurs dans ces instances, conforte la transparence, la neutralité et l'indépendance de Médiamétrie dans l'intérêt général de la profession.

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 102,7M€ pour l'exercice 2018. Pour ce premier exercice, la DPEF a été limitée aux sociétés Médiamétrie SA et Médiamétrie//NetRatings (soit 96,4% du CA consolidé). Les effectifs du Groupe sont de 842, dont 709 pour Médiamétrie SA et Médiamétrie//NetRatings (soit 84%).

ANALYSE DES ENJEUX / PRINCIPAUX RISQUES EXTRA-FINANCIERS

Tous les enjeux cités dans ce document ont fait l'objet d'une analyse détaillée, notamment via les différents processus qualité en place. Médiamétrie s'est appuyée sur la norme ISO 26000 et les conclusions du projet RGPD pour établir une **analyse des risques** face à ces enjeux. Chacun d'eux a fait l'objet d'une analyse ad hoc par les parties prenantes internes compétentes pour faire ressortir les **politiques et moyens de maîtrise** à mettre en place et les **indicateurs de performance** à suivre. Une fois cet exercice achevé, l'analyse des risques a été revue et validée par le Comité de rédaction du rapport de gestion, placé sous la direction du Président Directeur Général de Médiamétrie.

Les risques retenus ici sont ceux qui, sur la thématique de la Performance Extra Financière de l'entreprise, ont été estimés être les plus représentatifs des aléas auxquels Médiamétrie est confrontée au regard de son métier, son mode de gouvernance et de son secteur d'activités. De fait, de par la nature même de son activité, l'économie circulaire, la lutte contre la précarité alimentaire et le gaspillage alimentaire, le respect du bien-être animal et l'alimentation responsable, équitable et durable ne constituent pas des thématiques prioritaires pour Médiamétrie.

Voici les principaux enjeux identifiés pour les activités extra-financières de Médiamétrie.

❖ **INFORMATIONS SOCIALES**

Le management des Ressources humaines

- Dans un environnement digital de plus en plus complexe, il est fondamental pour Médiamétrie de développer les compétences de ses équipes, d'attirer et recruter les talents de demain et de créer un environnement propice à la satisfaction individuelle et collective de ses collaborateurs.
- Pour cela, Médiamétrie a une démarche active de Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences reposant sur la formation, l'évolution de carrière de ses collaborateurs et sur le recrutement de nouveaux talents.
- Engagée en faveur du respect de l'égalité hommes-femmes, Médiamétrie porte également une attention particulière à la qualité de vie au travail des salariés reposant sur 4 piliers : les missions, la santé, l'environnement de travail et l'équilibre vie professionnelle/personnelle.
- Médiamétrie a mis en place différentes actions permettant de concourir à la maîtrise de ces enjeux.
 - Cinq axes de formation prioritaires ont été définis pour l'année 2018 : intensifier l'expertise Digitale, conforter l'expertise de chaque métier, accompagner le management, étendre la culture et le management de projet, identifier et prévenir les risques RGPD.
 - 3,8% de la masse salariale ont été dépensés en formation.
 - Médiamétrie dispose d'un plan de mobilité pour l'évolution de ses collaborateurs et d'un programme d'identité employeur pour recruter auprès des écoles et répondre aux partenaires et candidats potentiels.
 - Au sein de son Campus formation, il existe un programme de conférences, intitulées « Amphis ». Il est proposé aux collaborateurs sur l'évolution de la consommation des médias, la transformation des dispositifs d'études ou encore sur l'évolution de l'écosystème, avec des intervenants internes et externes.
 - Une cartographie des métiers a été établie, un Comité Carrières se réunit annuellement.
 - Une enquête d'opinion interne MM & Vous est réalisée tous les 2 ans depuis 8 ans.
 - Les échanges se développent de manière régulière avec les instances représentatives du personnel. Plusieurs documents et accords collectifs régissent par ailleurs la vie des salariés dans l'entreprise (Convention d'Entreprise, Règlement intérieur, charte informatique, modèle de management) ; enfin une charte du télétravail à titre expérimental a été adoptée en 2018.
 - Des relations directes entre les dirigeants et l'ensemble des collaborateurs sur les orientations stratégiques et les enjeux sociaux sont entretenues régulièrement.
- Différents indicateurs sont identifiés pour suivre les résultats des plans d'actions définis :
 - Obtention pour la deuxième année consécutive du label Happy@work récompensant les entreprises dans lesquelles les collaborateurs sont heureux de travailler.
 - Taux de participation de la dernière enquête de satisfaction interne : 88% de répondants.
 - Taux de satisfaction globale (82%), de fierté (83%) et de recommandation (75%).
 - 3,8% de Masse salariale brute investis dans la formation.

- 14 186 heures de formation interne et 13 099 heures de formation externe pour l'ensemble des collaborateurs.
- 548 demandes de formations individuelles (vs. 415 en 2017) pour les collaborateurs du site de Levallois, soit une augmentation de + 32%.
- 163 recrutements réalisés en 2018 dont 77 embauches en CDI/CDD à Levallois.
- 177 recrutements réalisés en 2018 dont 15 embauches en CDI sur nos terrains d'enquêtes.
- 53% de femmes en CDI/CDD dans les équipes.
- Recrutement de 56 étudiants en alternance et 30 stagiaires présents en 2018. 12% d'entre eux ont souhaité poursuivre leur carrière à Médiamétrie.
- 12 mobilités et 16 évolutions de collaborateurs en 2018.

❖ INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

Consommation énergétique et matières recyclées utilisées

- Même si son impact sur l'environnement reste limité, Médiamétrie entend maîtriser ses ressources énergétiques et sa bonne gestion des déchets.
- Dans le cadre d'une formalisation à venir de sa politique environnementale, Médiamétrie réalisera un Bilan des émissions de Gaz à Effet de Serre et un bilan carbone en 2019 sur la base des données 2018 ; d'ores et déjà, Médiamétrie a mis en place des prestations contractuelles de tri des déchets sur les différents sites et mène des actions internes de sensibilisation sur la maîtrise de la consommation énergétique et sur le tri des déchets (intranet).
- La consommation d'électricité de Médiamétrie s'élève à 1 422 585 kWh en 2018 (-0,7% par rapport à 2017).

❖ INFORMATIONS SOCIETALES

A - Sous-traitance achats et fournisseurs

- Médiamétrie porte une attention particulière à ses fournisseurs stratégiques et veille à la pérennité de ses équipements audimétriques TV et Radio.
- Un manuel des Achats définit la politique des achats visant à étudier toute opportunité d'optimisation des coûts d'acquisition de biens et de services sans compromettre l'exigence de qualité et de progrès. Une déontologie, une méthodologie et une organisation du cycle des achats sont également définis.
- Médiamétrie mène une évaluation annuelle Coût/Qualité/Délais de ses fournisseurs stratégiques, des analyses financières, des achats et stockage de matériel, et accorde une attention particulière aux Conditions Générales d'Achats annexées à chaque bon de commande.
- 90% du périmètre Achats est évalué en interne par les opérationnels/achats.

B - Engagements sociétaux en faveur du développement local

- Un premier terrain d'enquêtes CATI (Computer Assisted Telephone Interview) est basé à Amiens (MC2) depuis mai 2000, et le second à Le Petit-Quevilly (MC3), depuis fin 2006. Leurs activités consistent en la production d'études, d'enquêtes, de recrutements et animation de panélistes et en aucun cas de prospection commerciale. Ces deux terrains sont intégrés et contribuent au développement local depuis leur ouverture. L'enjeu majeur pour Médiamétrie est de disposer d'un personnel qualifié dans le métier de la relation client et de contribuer à l'emploi dans ces deux bassins.
- Médiamétrie doit approfondir l'opportunité d'une formalisation de la conduite de ses activités devant lui permettre de contribuer à créer durablement de la valeur ajoutée en faveur du développement local.
- Des actions sont déjà mises en place au travers des recrutements des collaborateurs réalisés via Pôle Emploi et des missions locales et autres organismes accompagnant les salariés en retour à l'emploi (POE : préparation opérationnelle à l'emploi, plateforme de découverte et autres stages en entreprise, GEIQ mis en place par l'association des centres d'appels d'Amiens et Rouen). Médiamétrie participe aux Salons des métiers d'Amiens chaque année, aux Job Dating, journées portes ouvertes en écoles, en facultés, au Forum des Jobs du Conseil Régional Hauts de France ainsi qu'aux journées découvertes des « métiers » pour les lycéens. Médiamétrie a par ailleurs réussi à mettre en place pour les salariés des VAE (validation des acquis de l'expérience de conseiller relation clientèle à distance, de chef d'équipe et formateur) avec Espace formation Consulting à Amiens et l'AFPA à Amiens et Rouen. Médiamétrie a également un prestataire au Maroc (Intelcia) et un autre au Portugal (Armatiss). Elle leur sous-traite la réalisation des phases de pré-recrutements des panélistes qui sont ensuite validés et accompagnés par les équipes d'Amiens et Petit-Quevilly. L'articulation entre la production France et Offshore vise une optimisation du mix « qualité/coût ». Elle respecte l'image forte de professionnalisme exigée par Médiamétrie et témoigne de son ancrage sur le territoire national.
- Les résultats de ces actions sont suivis :
220 positions de travail constituent le terrain d'enquête d'Amiens ; une équipe de 260 salariés en CDI au 1^{er} janvier 2019 avec des contrats de 52 à 151 heures par mois ont été recrutés pour occuper les postes d'enquêteurs téléphoniques, animateurs de panels, superviseurs, contrôleurs, formateurs et chargés d'enquêtes.
39 positions de travail et un effectif stable de 33 salariés en CDI constituent le terrain d'enquête de Petit-Quevilly.
Quatre collaborateurs de nos terrains d'enquêtes ont reçu en 2018 le titre de Conseiller de Relation Client à distance par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE). Médiamétrie a permis à 14 collaborateurs de bénéficier de ce dispositif entre 2015 et 2018 inclus.

C - Les actions de mécénat de compétences

- La priorité de ces actions est de répondre au besoin d'engagement social et sociétal des collaborateurs, tout en leur permettant de faire valoir leur compétence. Médiamétrie a retenu une démarche qui contribue à l'engagement social et sociétal de l'entreprise et de ses collaborateurs, à sa notoriété, son identité employeur et aussi à fidéliser les talents et à en attirer de nouveaux.
- En 2017, Médiamétrie a mis en place un programme ouvert à tous ses collaborateurs : SolidaiMe. Six associations partenaires ont été retenues suite à une enquête interne auprès des salariés pour

définir les thématiques qu'ils souhaitent soutenir. Les 4 thèmes retenus ont été : la santé et le handicap ; l'environnement ; la lutte contre l'exclusion ; l'éducation et l'égalité des chances.

Ce programme se déploie autour de deux axes :

- l'engagement bénévole individuel des collaborateurs auprès de ces associations : Pik Pik, Le Chainon Manquant, les Petits Frères des Pauvres, Singa, La Fédéeh, Proxité.
- le mécénat de compétences collectif au travers de la réalisation d'études par Médiamétrie pour ces mêmes associations. Un baromètre de satisfaction a ainsi été réalisé. Il mesure la satisfaction de leurs bénévoles, leur niveau d'engagement, pour mieux les connaître et les fidéliser. Les bénévoles de ces associations souhaitent à une très large majorité poursuivre leur engagement. Un chiffre à retenir : 93% des bénévoles sont satisfaits de leur association.

- Médiamétrie réunit l'équipe SolidaiMe tous les deux mois et établit un compte-rendu ainsi qu'un calendrier des actions à venir.
- Médiamétrie envisage d'établir un projet de charte du mécénat de compétences.

D - Loyauté des pratiques - Sapin 2

- La lutte contre la corruption fait partie des politiques et valeurs fondamentales de Médiamétrie. En conformité de la loi Sapin 2, Médiamétrie prévient et détecte les faits de corruption ou de trafic d'influence.
- Pour cela, Médiamétrie a entamé une réflexion dès 2018 sur un programme de mise en conformité.
- Six chantiers seront mis en œuvre en 2019, avec notamment une cartographie des risques, l'établissement d'un code de bonne conduite, un dispositif d'alerte éthique et une procédure d'évaluation des partenaires commerciaux. Ils permettront de maîtriser la loyauté des pratiques.
- Un indicateur clef de performance sera défini précisément lorsque la cartographie des risques aura été réalisée et validée par le Comité Exécutif.

E - Loyauté des pratiques - CESP

- Compte tenu de sa position clef sur le marché et de l'importance de ses études, Médiamétrie doit fermement respecter ses engagements méthodologiques contractuels vis à vis des souscripteurs de ses études.
- Pour cela, le Centre d'Etude des Supports de Publicité (CESP), organisme interprofessionnel spécialisé, se voit confier une mission d'audits et de contrôle. Il audite régulièrement les études de mesure d'audience de TV, Radio et Internet ainsi que leurs études de cadrage respectives.
- Plus précisément, Médiamétrie définit chaque année avec le CESP une annexe technique, propre à chaque étude, qui précise les éléments méthodologiques et techniques utiles au CESP pour mener à bien sa mission d'audit et le planning prévisionnel de livraison de ces éléments.
- Les conclusions des rapports d'audit du CESP sont partagées d'une part avec les adhérents du CESP et d'autre part dans le cadre des Comités professionnels de l'entreprise.

❖ INFORMATIONS RELATIVES AUX CLIENTS

A - La Politique de Protection des Données Personnelles

- Compte tenu de la place du traitement des données dans l'exercice de ses activités, Médiamétrie fait du respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) un enjeu majeur. Elle encadre les pratiques mises en œuvre au quotidien au sein de l'entreprise en étant particulièrement vigilante à la protection des données à caractère personnel (DCP). Pour cela, elle s'appuie, entre-autre, sur les éléments structurants apportés par le Système de Management de la Qualité (Certifié ISO 9001 : 2015), la Politique de Sécurité du Système d'Information et la Charte Informatique.
- Médiamétrie a nommé un Délégué à la Protection des Données chargé de coordonner, avec l'ensemble des directions, la conformité RGPD. Il est appuyé dans ses missions par une expertise juridique propre à l'entreprise. Ces compétences spécifiques ont permis à Médiamétrie d'anticiper les risques liés aux traitements des DCP. L'entreprise prend donc en compte, dès la phase de conception de ses produits et services, les questions relatives aux DCP, en particulier leur protection (Security & Privacy By Design). Lorsqu'elle a recours à des sous-traitants, Médiamétrie s'assure de leur conformité grâce à un processus de sélection rigoureux et, si nécessaire, grâce à la réalisation d'audits spécifiques. Ainsi, en 2018, quatre sous-traitants ont été audités.
- En parallèle, Médiamétrie forme en permanence ses collaborateurs sur ces sujets. La conformité RGPD a été une des priorités de formation 2018, deux amphes ont été réalisés et un leaflet distribué à chaque collaborateur. Elle remplit ses obligations formelles, telle la tenue à jour du registre de l'ensemble des traitements de DCP qu'elle réalise.

B - La démarche Innovation chez Médiamétrie

- Dans un environnement en pleine mutation, il est important pour Médiamétrie d'être innovant. L'innovation est donc au cœur de sa stratégie.
- A cet effet, Médiamétrie développe une politique selon deux axes :
 - Une démarche interne qui s'exprime à travers l'action de ses Directions Data Science (30 ETP), Développement de Système de Mesure (18 ETP) et Systèmes d'Informations (70 ETP). Un laboratoire d'innovation et un Data Lake ont été mis en place.
 - Une démarche externe d'ouverture à l'émergence de nouveaux paradigmes technologiques ou scientifiques à travers un investissement dans le fonds Partech Ventures.
- Les projets internes innovants sont régulièrement examinés en Comité Exécutif et lors du suivi des Contrats d'Objectifs et de Services conclus en interne entre les business units et les directions supports. Concernant la démarche externe (Open Innovation), le suivi du « deal flow » c'est-à-dire de l'évolution du portefeuille de startups de Partech Ventures permet à Médiamétrie d'exercer une veille active sur les projets innovants concernant ses métiers et ses activités.
- La qualité de l'information recueillie sur les nouvelles tendances dans les domaines technologique, digital, data, et, le cas échéant, les partenariats noués avec des startup du deal flow ou du portefeuille de Partech, constituent l'indicateur de performance.