

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIÈRE

ANNÉE 2023

1. Edito	3
2. Médiamétrie en 2023	5
1. Notre performance économique	5
2. Notre performance extra-financière	6
3. Modèle d'affaire	7
4. Modèle de création de valeur	8
5. Parties prenantes	10
6. Gouvernance	11
7. Stratégie	13
8. Enjeux RSE	18
9. Analyse de matérialité	19
10. Les 3 piliers RSE de Médiamétrie	20
11. Nos engagements	21
12. Risques et opportunités	22
13. Analyse des enjeux / Principaux risques extra-financiers	23
1. Stratégie M25	23
2. Environnement et Climat	25
3. Social et Sociétal	34
4. Gouvernance et Ethique	43

Edito

Quelle est la mission de Médiamétrie ?

Sa mission est de réaliser la mesure d'audience pour tous les acteurs de la télévision, de la vidéo, de la radio, de l'audio et du digital, aux plus hauts standards d'objectivité et de qualité.

Ce que l'on appelle « la juste mesure ». La fabrication d'une telle mesure repose sur quatre éléments clés : la neutralité, la transparence, le consensus et la qualité souhaitée par le marché. Et elle est permise grâce à la gouvernance originale de Médiamétrie qui fédère une large représentation du marché au travers de ses comités, commissions, ateliers et groupes de travail afin qu'ils contribuent aux évolutions de la mesure dans la transparence et la confiance.

Quels défis attendent l'entreprise aujourd'hui et comment y répond-elle ?

Le secteur des médias est confronté à une transformation majeure. Le changement des modes de consommation des contenus s'accélère, de plus en plus fragmentés et à la demande, grâce à une digitalisation accrue, ils constituent autant une rupture qu'un futur possible pour les médias TV et Radio, comme pour Médiamétrie. La présence des plateformes internationales de streaming devient très significative. Cette mutation s'accompagne notamment d'une convergence mondiale entre les univers TV/Radio et Digital, deux mondes qui ont une histoire et une relation différente avec la mesure d'audience. Et dans ce contexte, le rôle de tiers neutre, indépendant, et transparent de Médiamétrie doit être renforcé, pour préserver la souveraineté des acteurs français dans leur choix de partager une mesure commune.

Avec une note de satisfaction globale à 8/10 en 2023 (en progression +0,5 point vs 2022), nos clients nous font confiance dans notre capacité à faire évoluer la mesure pour prendre en compte ce nouveau paradigme.

Le cœur de la mesure Médiamétrie repose sur ses panels et protéger leurs données est essentiel. Nous avons obtenu en 2023 la certification pour la norme ISO 27001 liée à la sécurité de l'information et son extension liée à la protection des données à caractère personnel, la norme ISO 27701. Nous sommes un acteur de la donnée et suivons de près l'évolution de la législation européenne en la matière, qu'elle concerne la protection des données à caractère personnel comme l'équilibre du partage de données entre les acteurs du Digital. Nous agissons en faveur de l'équité de traitement entre tous les acteurs.

Médiamétrie occupe une place singulière dans l'écosystème publicitaire au travers de sa mesure d'audience, tel un bien commun de marché sur lequel les acteurs doivent pouvoir compter, tant pour sa neutralité et son indépendance que pour sa contribution à l'effort collectif en matière environnementale. Face à l'urgence climatique, nous avons adopté une attitude citoyenne forte et décidé de réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020), c'est notre responsabilité. Depuis 2020, Médiamétrie réalise un bilan carbone annuel complet (scopes 1, 2 et 3) de ses émissions carbone et nous encourageons nos fournisseurs à en faire de même (près de la moitié* l'ont déjà fait) et à nous communiquer leur trajectoire de réduction (un tiers* l'ont fait). Médiamétrie a réduit de -8% ses émissions de GES entre 2020 et 2022.

* du Top 100 de nos fournisseurs représentant 2/3 de nos émissions

Edito

Nous devons également nous adapter à un nouveau mode de travail hybride et aux attentes de nos collaborateurs vers plus de responsabilisation et d'autonomie en combinant une politique de télétravail avec un modèle d'organisation agile afin de gérer rigoureusement nos ressources, pour nos projets transversaux d'innovation comme pour notre production quotidienne de données. En 2023, nous avons également réaménagé nos espaces de travail pour réduire notre empreinte foncière et accompagner la transformation de nos pratiques collectives : 90% des collaborateurs estiment que ces nouveaux espaces collaboratifs répondent à leur besoin dans leur quotidien au travail.

Quels sont les principaux atouts de Médiamétrie pour répondre à ces défis ?

Sa gouvernance et l'engagement de toutes ses parties prenantes forment un atout indéniable, jusqu'à l'implication de nos administrateurs lors d'une demi-journée de séminaire organisée en 2023 démontrant ainsi la force de notre connexion avec le marché.

Nous avons également placé l'humain et l'environnement au cœur de la stratégie de l'entreprise pour réussir face à ces défis, avec des valeurs partagées par toutes et tous au sein de Médiamétrie, et avec nos clients et partenaires :

Connexion : Notre esprit d'équipe nous rend plus inventif, plus agile, capable de nous adapter et surmonter tous les obstacles.

Transparence : Agir avec intégrité, droiture et sincérité et surtout dire ce qu'on fait et faire ce qu'on dit.

Confiance : C'est en agissant avec humanité, en respectant les hommes autant que leurs data que nous faisons naître des relations apaisées, reposant sur un sentiment de sécurité et la tranquillité d'esprit.

Audace : Voir plus loin, oser dépasser les conventions pour en réinventer de plus modernes, de plus solides et encore plus fiables.



Yannick Carriou
Président-Directeur général de Médiamétrie

Médiamétrie en 2023

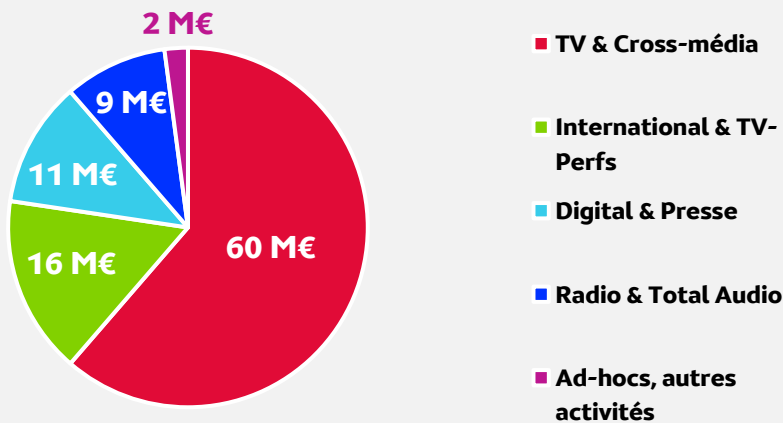
Notre performance économique

Notre **chiffre d'affaires Médiamétrie + Médiamétrie//NetRatings**

CA 2023

98,3 M€

Chiffre d'affaire 2023 pour nos 5 grands périmètres d'activités



Nos investissements (CAPEX)

CAPEX 2023

12 M€

Le chiffre d'affaires consolidé de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings s'élève à 98,31 M€ pour l'exercice 2023 (vs 97,99 M€ en 2022).

Les effectifs du Groupe (ETP) sont de 775 en 2023 (vs 780 en 2022), dont 636 pour Médiamétrie SA (vs 635 en 2022) et 18 pour Médiamétrie//NetRatings (vs 22 en 2022).

En 2023, Médiamétrie a redéfini ses investissements, atteignant 12M€ (vs 5,6 M€ en 2022).

Les entités Marocmétrie, Tape (Consultancy) LTD, Afrimétrie SAS, Omédia Sénégal, Côte d'Ivoire et Mali (soit au total 11% des effectifs) sont exclues du périmètre de reporting de la Déclaration en raison de la taille de leurs structures et du niveau de maturité en termes de reporting extra-financier.

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Médiamétrie s'élève à 104,1 M€ pour l'exercice 2023 (vs 104,2M € en 2022).

Médiamétrie en 2023

Notre performance extra-financière



SATISFACTION DE NOS CLIENTS

Note de satisfaction globale de 8/10 en 2023 (vs 7,5/10 en 2022 soit +0,5 point)



Le Système de Management de la Qualité de Médiamétrie est certifié ISO 9001 par LRQA depuis 1998



Bilan Carbone 2022 (scopes 1, 2 et 3) : 5001 tCO₂e en 2022 soit -8% d'émissions de GES vs 2020

Notation EcoVadis 2023 : Médiamétrie obtient la médaille d'argent pour sa performance RSE pour la 3^e année consécutive avec le score de 64/100 et atteint le 86^e percentile (vs 60/100 et 81^e percentile en 2022)



SOCIAL

Note d'index d'égalité professionnelle en 2023 : 86/100

3,53% de la masse salariale 2023 consacrée à la formation professionnelle

758 collaborateurs en 2023, dont 314 enquêteurs, 51,2% de femmes

7 enquêtes collaborateurs en 2023 : taux de participation moyen à 51,2%, note de motivation moyenne à 6,8/10, et note de recommandation à 7/10



ETHIQUE

85% des collaborateurs formés à la protection des données personnelles

87,5% des collaborateurs formés à la lutte anti-corrupcion

En 2023, Médiamétrie a obtenu par LRQA la certification ISO 27001 et ISO 27701 pour son système de management sécurité et privacy pour la gestion des données d'inscription des panélistes

Modèle d'affaires

Notre mission : S'engager pour l'objectivité et la juste mesure

Leader de la mesure d'audience et des études médias en France, Médiamétrie existe pour guider et éclairer les professionnels de l'écosystème média et publicitaire désirant connaître les comportements et les évolutions de leurs publics.

Mesurer, analyser et faire consensus

En tant que tiers de confiance, Médiamétrie orchestre le dialogue pour construire le consensus. Ses datas et savoir-faire contribuent à produire des mesures précises, fiables et souveraines, pour permettre aux acteurs de l'écosystème média et publicitaire - éditeurs, régies, agences et annonceurs - de décider sereinement et d'agir efficacement.

Par ses mesures d'audience répondant aux exigences d'un marché toujours à la recherche de méthodes et de technologies de pointe, à l'expertise de ses analyses et à la transparence de ses processus, Médiamétrie est devenu au fil du temps une référence dans l'univers des médias TV, Radio et Digital.

Dans un univers média en pleine transformation, Médiamétrie est au service de ses clients pour :

- CADRER : l'équipement et les comportements médias des Français
- MESURER : les audiences et les usages des contenus médias et les performances publicitaires
- COMPRENDRE : analyser et approfondir, éclairer les tendances, expliquer les évolutions de comportement

Modèle de création de valeur

Chiffres clés 2023 du marché publicitaire :

Le marché de la communication en France devrait s'établir à 33,7 milliards d'euros en 2023. Les recettes de ce marché sont captées à 52% par les médias (acteurs historiques et nouveaux acteurs numériques). Le marché devrait retrouver en 2023 quasiment son niveau d'avant crise Covid avec des résultats similaires à 2019 (-0,3%). A noter que sur 20 ans, le marché est en légère croissance de +0,5% par an (30 milliards en 2002).

Les 5 médias historiques (TV, radio, presse, affichage et cinéma) captent 24% des recettes du marché à hauteur de 8,2 milliards d'euros soit une baisse de -3,7% vs 2019 et une baisse de -0,3% vs 2022. Seul le média radio affiche une tendance positive versus l'avant crise, avec une croissance de +2,1% de ses recettes sur les 3 premiers trimestres de 2023.

La tendance est inverse pour le digital (Display, Search, Social...) qui capte 9,5 milliards d'euros de recettes, avec une croissance à deux chiffres depuis 2019 : +39,2 points de croissance et +5% vs 2022.

La croissance du marché est exclusivement portée par les acteurs du numérique. Elle s'explique par l'arrivée successive de nouveaux acteurs internationaux sur le marché français, capables de créer de nouvelles habitudes de consommation des contenus audiovisuels (YouTube, réseaux sociaux, etc.) qui ont été accentuées par la crise Covid.

Médiamétrie et la mesure d'audience au cœur du marché publicitaire :

Médiamétrie accompagne le marché et l'ensemble de ses clients à travers l'évolution de ses mesures qui s'adaptent aux nouveaux modes de consommation média des Français.

Médiamétrie est le repère qui éclaire les acteurs de l'écosystème média et publicitaire. Forte de l'engagement et de l'expertise de ses équipes, l'entreprise les accompagne pour mieux connaître leur public et valoriser l'audience de leurs contenus. Elle est également aux côtés des agences et des annonceurs pour mesurer l'efficacité de leurs campagnes publicitaires.

Au cœur de ce marché, la mesure d'audience de Médiamétrie valorise les audiences d'un paysage média pluraliste. La neutralité, l'indépendance et la transparence de cette mesure est déterminante pour la préservation des équilibres et l'équité entre tous les acteurs. La valeur apportée par la mesure d'audience garantit notamment aux médias qui vivent des revenus publicitaires, quelle que soit leur taille, de valoriser leurs audiences sur ce marché et de continuer à investir dans des contenus et de l'information de qualité.

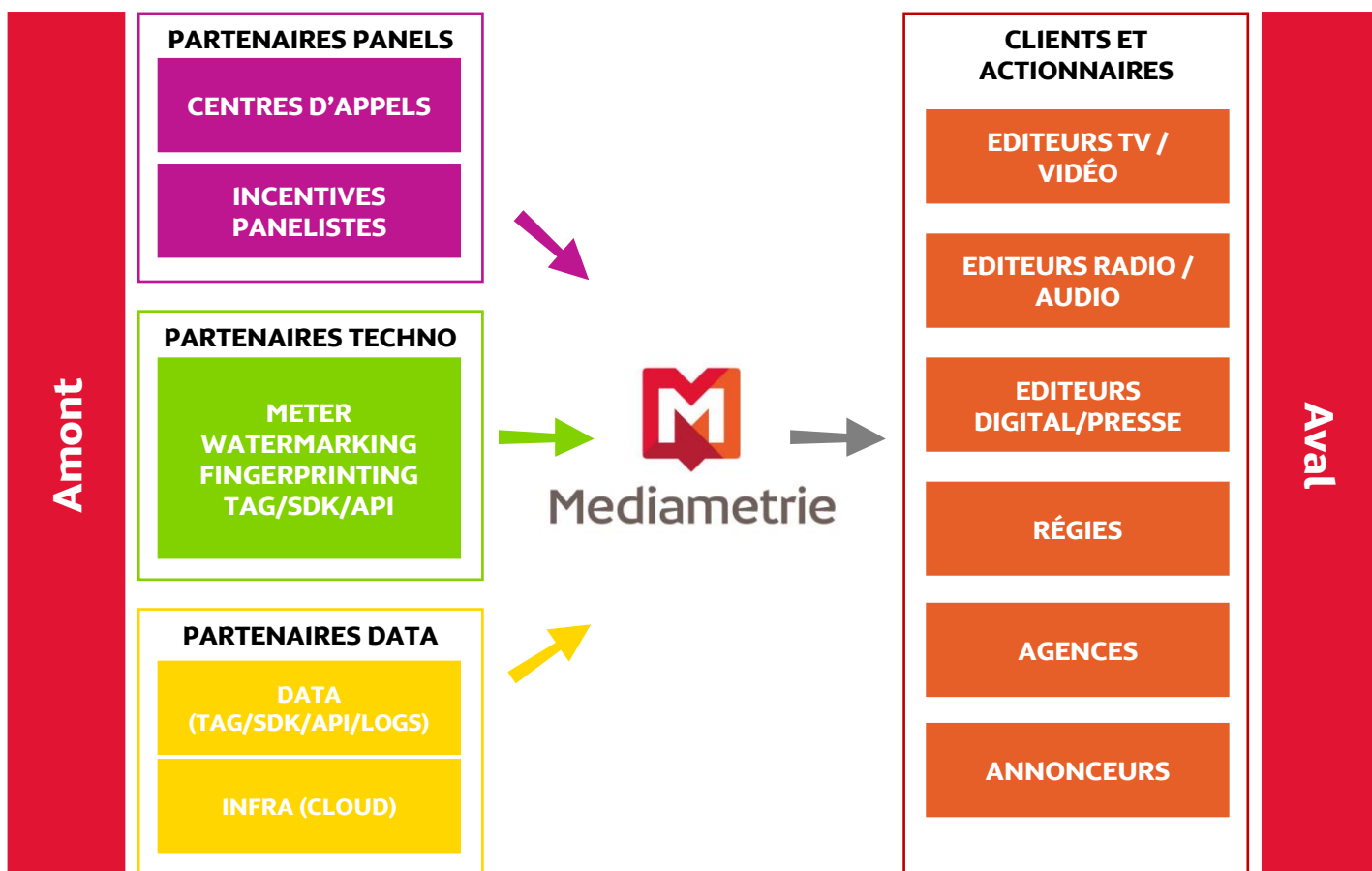
Modèle de création de valeur

Pour produire la mesure d'audience, Médiamétrie s'appuie sur une chaîne de valeur avec :

En amont, nos centres d'appels qui recrutent les panélistes acceptant de participer à la mesure d'audience, et les fournisseurs d'incentives pour les fidéliser ; les partenaires technologiques pour la mesure des audiences via la collecte des données d'usages panels et les partenaires data pour la collecte des données d'usages éditeurs/régies, et côté infrastructures pour le stockage, les calculs et traitements de données.

En aval, le marché composé de nos clients et actionnaires de l'écosystème média et publicitaire TV/Vidéo, Radio/Audio et Digital/Presse.

Chaîne de valeur :



Parties prenantes

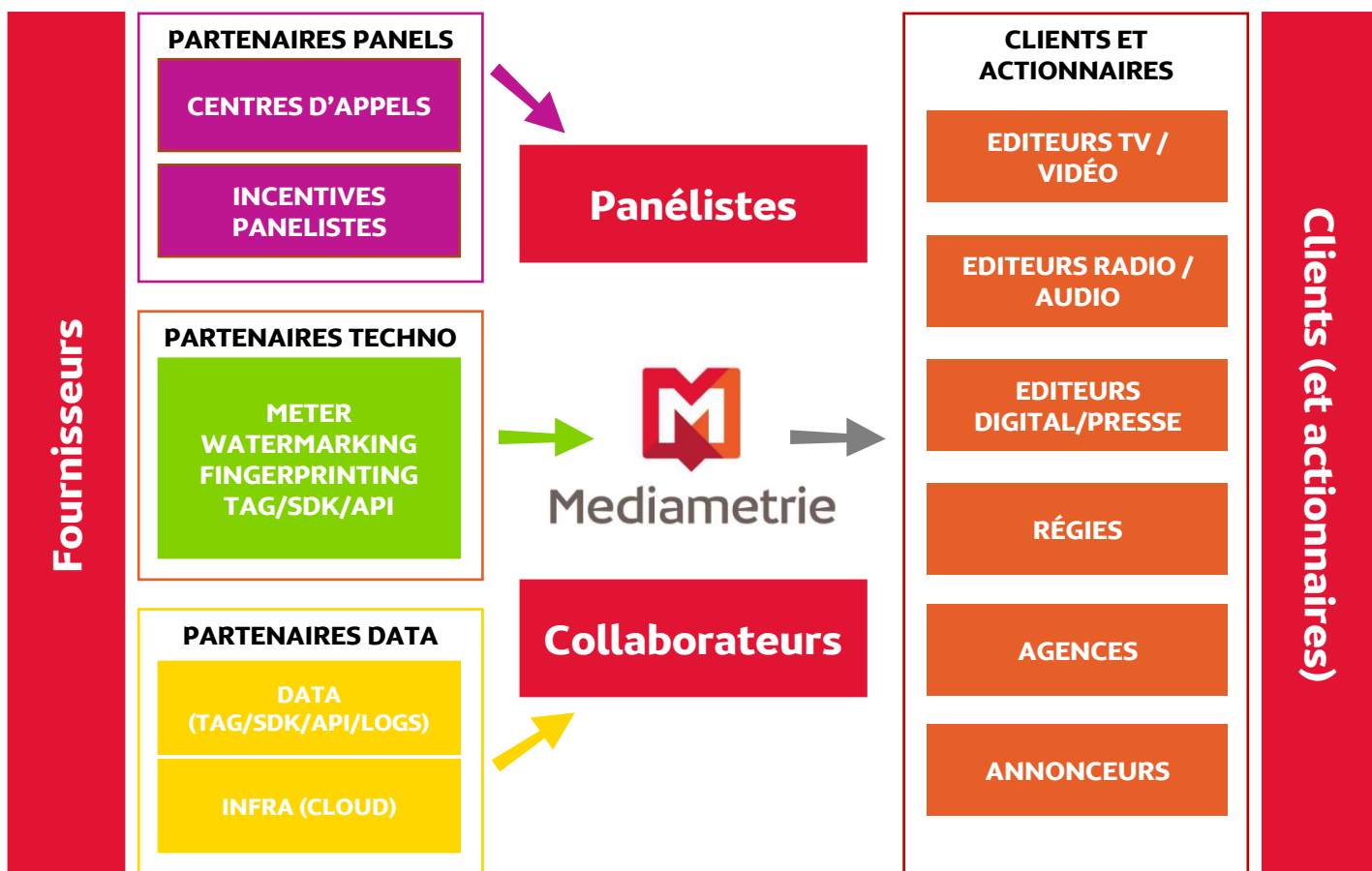
Ce modèle de création de valeur intègre 4 grandes parties prenantes :

Clients/Actionnaires : Médiamétrie s'engage à développer l'écoconception et l'écoproduction de ses mesures d'audience et à leur communiquer l'étiquette carbone de ses produits à partir de 2024.

Fournisseurs : Médiamétrie les engage à réaliser un bilan carbone annuel complet (scopes 1, 2 et 3) et à réduire leurs émissions de GES ainsi qu'à communiquer leur trajectoire.

Panélistes : Médiamétrie sensibilise ses panélistes à l'impact carbone. Les opérateurs qui les ont quotidiennement au téléphone sont chargés de faire la pédagogie nécessaire.

Collaborateurs : L'engagement collectif a pris corps dès la définition de la stratégie RSE lors d'ateliers collaborateurs qui ont été organisés pour permettre de définir les enjeux de matérialité, les axes stratégiques et les priorités d'action en la matière.



Gouvernance

Par une gouvernance originale associant tous les acteurs du marché (éditeurs, régies, agences et annonceurs), l'entreprise fédère le marché français autour de conventions de mesures, faisant l'objet d'un consensus, positionnant Médiamétrie comme un tiers de confiance. Confiance et transparence sont clés pour Médiamétrie car vecteur de sérénité pour tout le marché. Ceci s'avère aujourd'hui d'autant plus nécessaire que ce marché est en pleine mutation.

2 niveaux de gouvernance pour fédérer les clients et favoriser le dialogue :

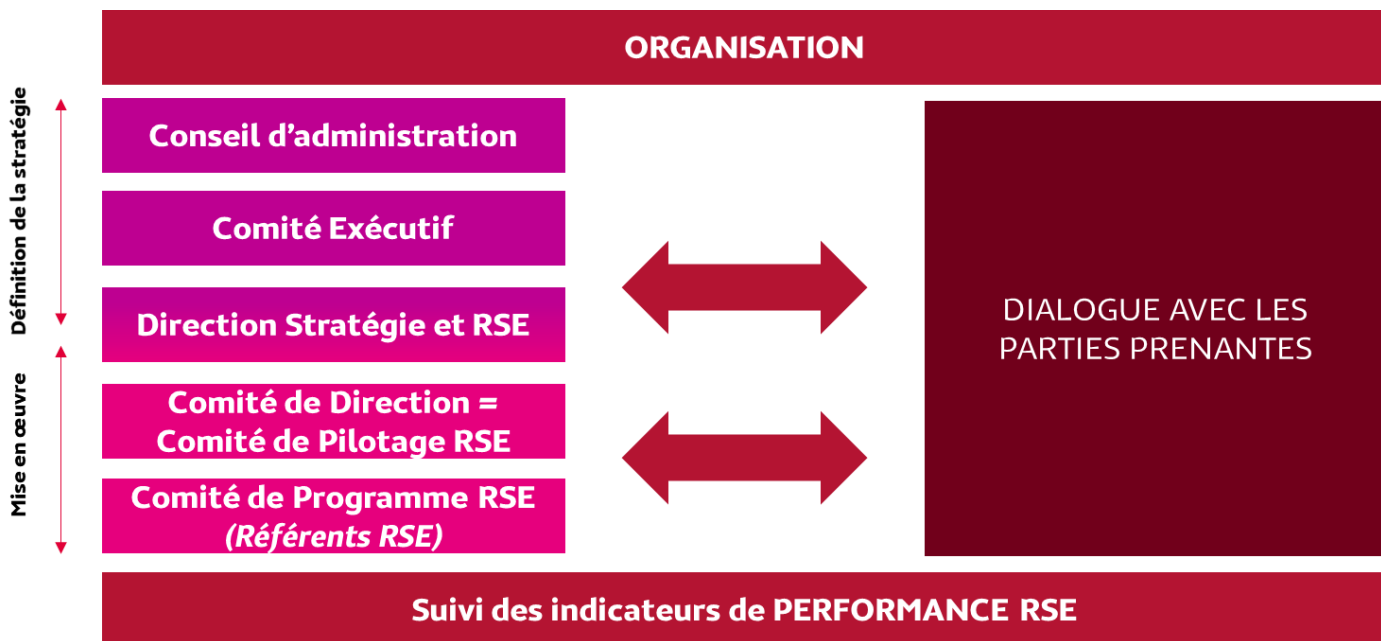
- Le Conseil d'administration : Composé des actionnaires, il définit la stratégie et les grands équilibres économiques de Médiamétrie.
- Les Comités Décisionnels & les Commissions Techniques : Une très large représentation pour décider des évolutions des mesures d'audience.
- 5 Comités : Audimétrie, TV Thématiques, Internet, Radio, Métridom
- Commissions Scientifiques et Techniques
- Groupes de travail (Audimétrie Individuelle Portée, Mesure des plateformes, Preview, Communiqué de presse...)
- Atelier Cross média pub

La participation de l'ensemble des professionnels des médias (éditeurs, régies, agences, annonceurs) à ces instances, conforte la transparence, la neutralité et l'indépendance de Médiamétrie dans l'intérêt général de l'écosystème.

Gouvernance

Une gouvernance renforcée au service de nos engagements RSE

Convaincus que le succès du déploiement d'une stratégie RSE repose sur une gouvernance solide, elle a été intégrée au sein des plus hautes instances de la gouvernance de Médiamétrie. Ainsi la RSE fait partie intégrante de la Direction Stratégie et RSE, représentée au sein du Comité Exécutif. Ce dernier assure un reporting régulier au Conseil d'administration de la performance RSE de l'entreprise. Et nous nous efforçons d'intégrer des indicateurs de performance RSE dans les objectifs et les évaluations de la performance des dirigeants, notamment du Comité de Direction qui, en tant que Comité de Pilotage RSE, est responsable du suivi trimestriel de ces indicateurs. Toutes les directions fonctionnelles y sont représentées et interagissent régulièrement avec l'ensemble de nos parties prenantes. Médiamétrie s'est également dotée d'un Comité de Programme RSE qui se réunit en amont de chaque Comité de Pilotage RSE. Animé par la Direction Stratégie et RSE, il est composé de 10 collaborateurs « référents RSE » responsables de la mise en œuvre du plan d'action RSE de l'entreprise et couvrant un large périmètre d'expertises : achats de produits et services, numérique, R&D, énergie, mobilité, RH, juridique, DQS (qualité et sécurité).



Stratégie

Médiamétrie est une société de mesure d'audience devenue, par ses choix méthodologiques et technologiques, ainsi que par la transparence de ses processus, une référence dans l'univers des médias TV, Radio et Digital.

Associant tous les acteurs du marché (éditeurs, régies, agences et annonceurs) au sein de sa gouvernance, l'entreprise fédère le marché français autour de conventions de mesures faisant l'objet d'un consensus, positionnant Médiamétrie comme un tiers de confiance.

Au cœur de la transformation des médias et de la chaîne de valeur publicitaire, du médiaplanning au bilan de campagne, elle les accompagne par l'expertise reconnue de ses analyses autour de l'évolution des modes de consommation des contenus éditoriaux et par la valorisation de leurs audiences sur le marché publicitaire.

Médiamétrie entretient cette relation de confiance avec l'ensemble de ses parties prenantes : actionnaires, clients, collaborateurs, partenaires, fournisseurs, panélistes et interviewés, collectivités. Cela se traduit dans la culture de l'entreprise et dans son organisation interne reconnue une nouvelle fois conforme aux exigences de l'ISO 9001 par le renouvellement, en février 2024, de la certification de son Système de Management de la Qualité et par la certification ISO 27001 et 27701 obtenue en décembre 2023.

Face à l'accélération des changements dans les modes de consommation des contenus médias et dans les usages qui se fragmentent, se délinéarisent, se digitalisent et rendent intrinsèquement plus difficile leur mesure (enjeux technologiques, y compris enjeux de sécurité, et enjeux de régulation, du type RGPD), Médiamétrie a engagé depuis 2021 **un plan stratégique « M25 »** pour aller vers une nouvelle mesure d'audience innovante, souveraine et pérenne.

La mesure d'audience de Médiamétrie est en effet confrontée à trois grandes perturbations de marché qui viennent contraindre et complexifier la mesure :

- Des contraintes réglementaires de plus en plus fortes et qui ne prennent pas en compte la spécificité du rôle de Médiamétrie ;
- Des facteurs technologiques : fragmentation et limitations de mesure, nouvelles normes technologiques ;
- La puissance des plateformes internationales qui, en limitant l'accès à leurs données, définissent des standards différents de ceux retenus par le marché local et interrogent la souveraineté des mesures.

Ces évolutions sont concomitantes aux transformations inexorables du marché et des usages :

- Une fragmentation croissante des modes de consommation des contenus et une multiplication des plateformes de diffusion ;
- Une part croissante des usages OTT et des évolutions technologiques (ex : télévision connectée) ;
- L'importance des plateformes de BVOD, SVOD, AVOD, etc. et la délinéarisation des contenus ;
- Une intégration croissante de la data et du modèle digital (automatisation, cibles comportementales, modèle au CPM) sur le marché publicitaire ;
- Une attente de plus en plus forte des annonceurs d'une convergence et d'une vision consolidée de leurs plans médias et de leurs performances publicitaires.

Face à ces enjeux, Médiamétrie doit repenser ses mesures de façon souveraine et pérenne, et prendre en compte cette nouvelle donne du paysage média.

Pour répondre à cette ambition, le plan stratégique M25 de Médiamétrie repose sur 8 axes prioritaires de développement :

Trois piliers de la transformation majeure des systèmes de mesures :

1. Souveraineté et modernisation des mesures TV/Vidéo, Radio/Audio et Digitale orientées contenus, publicité et data
2. Établir une mesure publicitaire souveraine et convergente sur l'univers cross-média TV, Vidéo, Digital
3. Valoriser nos mesures avec l'écosystème data, de l'audience à la performance publicitaire

4. Accompagner la transformation de nos mesures avec une nouvelle promesse de marque et gagner en lisibilité de l'offre
5. Sécuriser l'accès et la rétention des compétences

Cette ambition M25 est portée par une entreprise qui entre dans une nouvelle phase de son développement dont les paramètres ont, au-delà du contexte et de son environnement évoqué précédemment, radicalement changé.

Cinq accélérateurs de cette transformation pour contribuer au succès des futures mesures :

1. Développer le rôle de tiers de confiance de Médiamétrie
2. Des partenariats stratégiques pour augmenter ses capacités de développement en France et dans le monde
3. Gagner en efficacité, productivité et performance économique

Ces changements s'accélèrent sous l'effet d'une pression qui s'accroît sur le marché :

- Une économie des médias qui se transforme profondément et très rapidement, avec une modification du rapport de force entre différents acteurs et une pression réelle sur les sources historiques de revenus de Médiamétrie
- Des clients qui, pris dans les cycles accélérés de leurs propres transformations, attendent plus de rapidité dans les transformations et l'accompagnement de la mesure

Depuis 2022, à la sortie de la crise sanitaire, les habitudes de consommation se trouvent profondément changées. La fragmentation des consommations s'est davantage accélérée et s'est imposée comme une nouvelle habitude. Il y a dès lors une demande par le marché d'une adaptation de la mesure TV et plus globalement de la mesure de la Vidéo. Médiamétrie a donc lancé un plan d'accélération de sa stratégie M25 autour de trois évolutions majeures pour répondre au besoin de son marché :

- Améliorer les mesures éditoriales actuelles avec la prise en compte dans la référence toutes les temporalités de consommation, une granularité et une précision accrues pour s'adapter à des usages plus volatiles et fragmentés et une extension du périmètre des mesures, comparables, transparentes et équitables, aux nouveaux usages.
- Installer les nouvelles mesures de performance publicitaire avec une industrialisation de mesures équitables et transparentes de performance cross-média les plus larges possibles.
- Tout en préservant la cohérence des mesures malgré le foisonnement des acteurs sur le marché avec l'ouverture aux nouveaux acteurs et à l'ad-tech pour enrichir les mesures de leurs données en préservant la plus grande cohérence et transparence sur le marché.

En parallèle au sein de Médiamétrie, le schéma de valeur des collaborateurs s'est sensiblement modifié et les modes de travail (mixte présentiel/distanciel) ont évolué.

La mise en avant de sens individuel et collectif est désormais un critère déterminant pour l'engagement individuel.

Forte de ces convictions, Médiamétrie a lancé un plan de transformation interne de septembre 2021 à juin 2023, assis sur 5 principes directeurs guidant, depuis, les actions et décisions de l'entreprise, à savoir :

1. Simplicité et transparence pour les clients

- Les équipes travaillent ensemble à rendre l'offre de produits et services Médiamétrie simple et transparente pour les clients
- Chaque activité, chaque projet engagé, a pour objectif de mieux servir le client

2. Pilotage & performance

- Les activités de Médiamétrie sont pilotées et maîtrisées par des processus optimisés et connus de tous et qui évoluent dans une logique d'amélioration continue
- La notion de « juste-valeur » dirige l'ensemble des décisions prises à tous les niveaux de l'entreprise
- La question du « faire ou faire faire » est posée à chaque démarrage et étape clé d'une activité structurante

3. Responsabilisation et autonomie des collaborateurs

- Chaque collaborateur connaît son rôle et détient tous les outils pour contribuer à la réussite de ses activités
- L'organisation s'assure de l'évolution de ses collaborateurs en proposant des parcours adaptés

- La gouvernance de l'organisation valorise la responsabilité individuelle et la prise de décision en proximité

4. Transversalité et agilité

- L'organisation assure la mise en commun des ressources et des savoir-faire pour une coopération optimale des équipes
- La notion « d'utilité » guide les actions de chacun (suis-je utile dans cette réunion / dans ce projet / ...)
- L'organisation développe la capacité des collaborateurs à s'adapter aux changements en rendant davantage agile leurs méthodes de travail

5. Créativité comme moteur de l'organisation

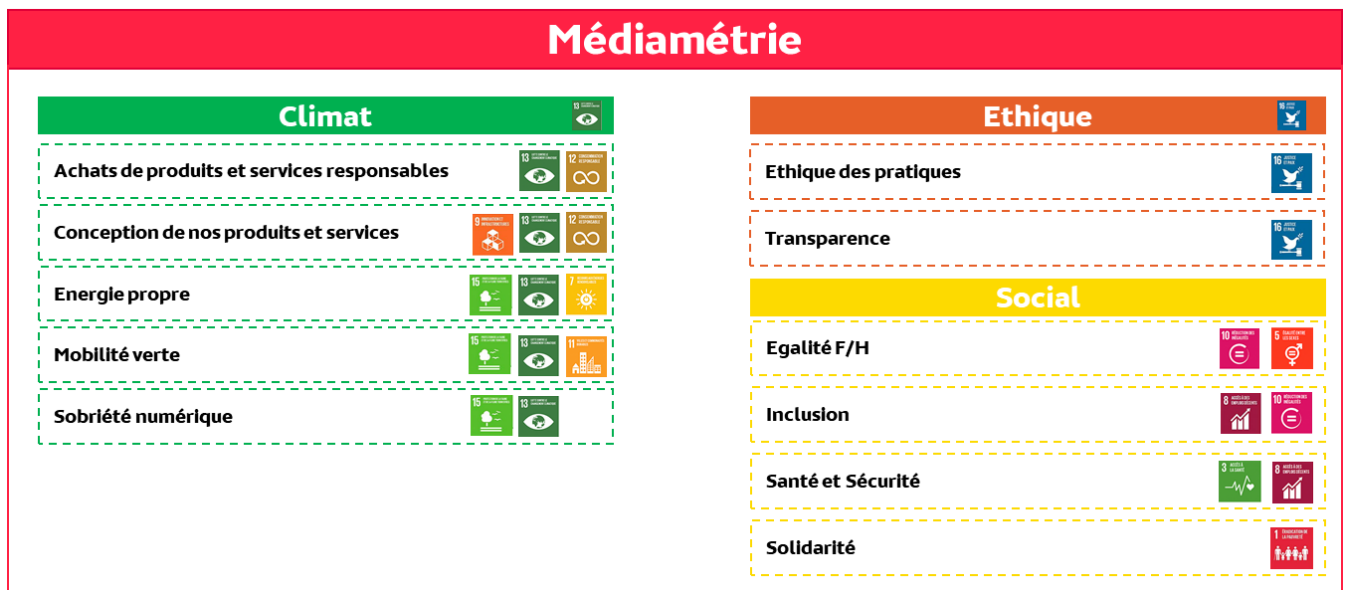
- La possibilité, pour tous, de proposer et de mettre en œuvre de nouvelles idées porteuses de valeur
- L'innovation et la créativité renforcent la position stratégique de Médiamétrie sur son marché

Enjeux RSE

Médiamétrie a défini, en 2022, 11 enjeux RSE prioritaires en s'inspirant des 17 objectifs de développement durable de l'ONU. L'utilisation des ODD de l'ONU pour définir les enjeux RSE permet à Médiamétrie de s'inscrire dans une perspective globale et cohérente en matière de développement durable, tout en renforçant son impact positif, son engagement auprès des parties prenantes et sa capacité à mesurer et à communiquer ses progrès de manière transparente. La Direction Stratégie et RSE et le Comité Exécutif ont défini un cadre et des axes stratégiques issus des enjeux de notre écosystème et de nos parties prenantes qui ont été partagés en Comité de Direction. Médiamétrie a fondé sa stratégie RSE sur un engagement collectif. Ainsi, 4 ateliers collaborateurs ont été organisés pour permettre de définir nos enjeux de matérialité pour chacun de nos axes stratégiques et nos priorités d'action en la matière.

11 enjeux RSE ont été définis dans chacun des 3 axes stratégiques :

1. **Climat** : Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020)
2. **Social** : Promouvoir plus d'égalité et de diversité
3. **Ethique** : Assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs



Les risques retenus ici sont ceux qui, sur la thématique de la Performance Extra Financière de l'entreprise, ont été analysés comme les plus représentatifs des aléas auxquels Médiamétrie peut être 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.

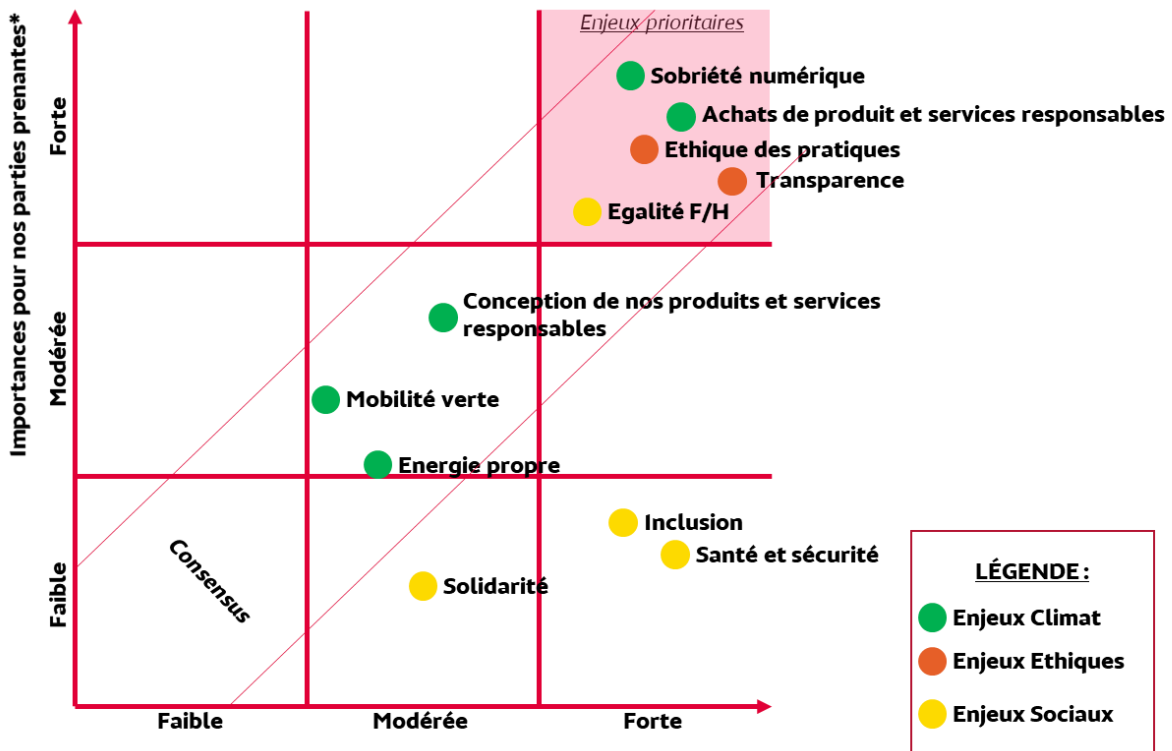
Analyse de matérialité

Méthodologie : L'analyse de matérialité de Médiamétrie a été réalisée en 2022 au sein des 4 ateliers collaborateurs en challengeant les différents enjeux RSE qui impactent l'entreprise et en participant à la priorisation de ces derniers selon l'importance qu'ils y accordent. De même, nos clients et actionnaires ont été interrogés lors d'interviews sur les dimensions RSE qu'ils considèrent fortement impactantes pour l'écosystème média et publicitaire dont fait partie Médiamétrie.

Cette démarche de co-construction nous a permis de produire une matrice de matérialité et de prioriser les enjeux sur lesquels l'entreprise devait prioritairement concentrer ses actions.

Matrice de matérialité de Médiamétrie :

La matrice de matérialité de la société comporte 11 enjeux dont 5 jugés prioritaires par nos parties prenantes.



Importances pour les parties Médiamétrie*

*Parties prenantes: clients, actionnaires, fournisseurs, panélistes...
Médiamétrie: collaborateurs de l'entreprise.

Les 3 piliers RSE de Médiamétrie

Issus de la définition de nos enjeux RSE et de l'analyse de matérialité de Médiamétrie, ces 3 piliers constituent nos engagements pour demain :

Climat : réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020), cet objectif va au-delà de celui fixé par les Accords de Paris pour limiter le réchauffement climatique à 1,5 degrés Celsius.

Social : promouvoir l'égalité Femme/Homme, et favoriser l'inclusion, le développement d'une culture d'écoute active et de solidarité au sein de l'entreprise.

Ethique : assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs, la protection des données personnelles et la sécurité de l'information, et la lutte contre la corruption.

Les 3 piliers RSE de Médiamétrie

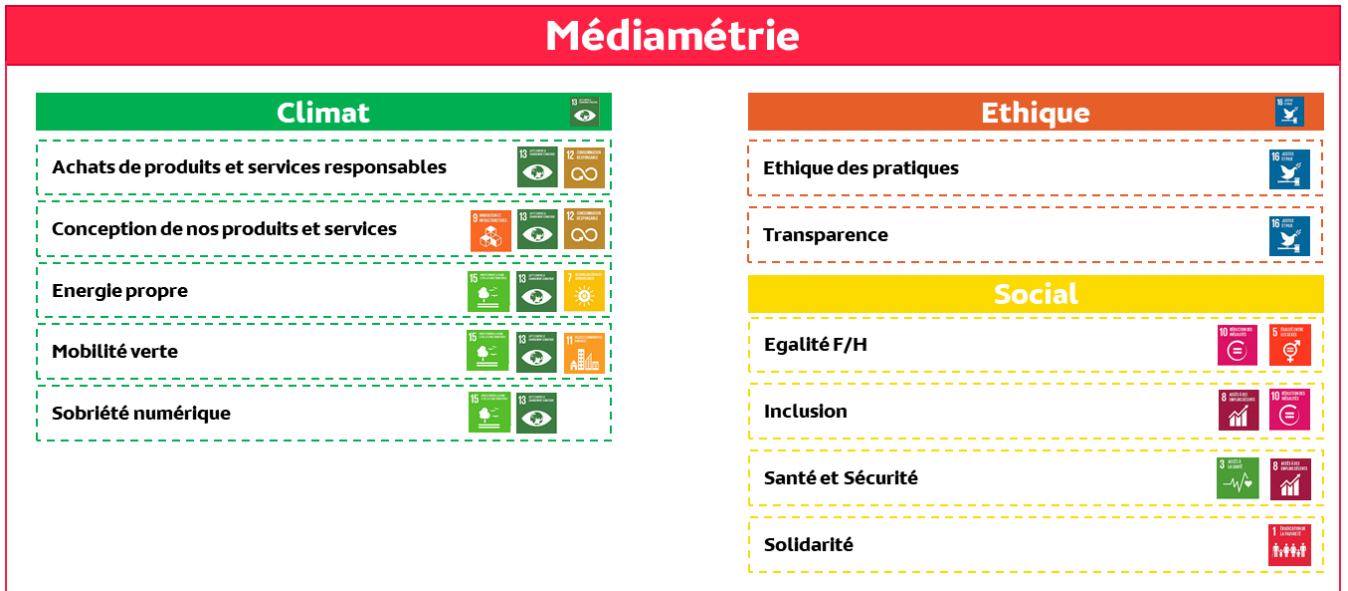
Nos engagements pour demain



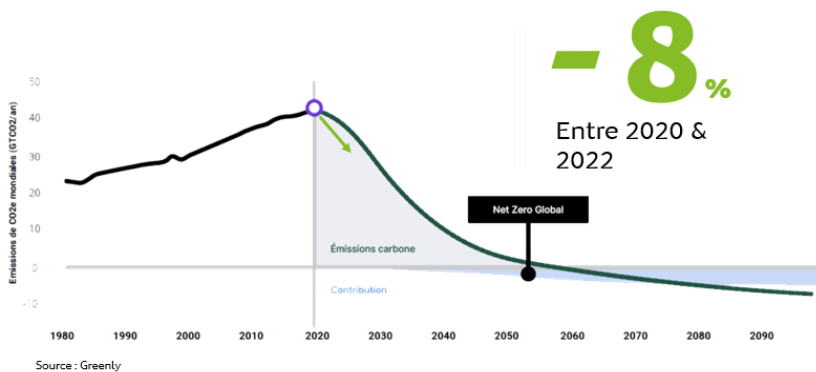
<h3>Climat</h3> <p>Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici à 2030*</p> <p>* vs 2020</p>	<h3>Social</h3> <p>Promouvoir plus d'égalité et de diversité</p>	<h3>Ethique</h3> <p>Assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs</p>
<p>Notre bilan carbone complet 2022 :</p> <p>5022 tCO2 <small>révisé tous les ans</small></p> <p>-8% vs 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> Pour des achats de produits et services plus responsables Pour une conception de nos produits et services écoresponsable Vers la sobriété numérique Vers la sobriété énergétique Pour une mobilité verte 	<p>Notre note pour l'index d'égalité professionnelle en 2022 :</p> <p>91/100</p> <ul style="list-style-type: none"> Pour l'égalité entre les femmes et les hommes Assurer la santé et la sécurité de nos collaborateurs Favoriser l'inclusion de tous Vers plus de solidarité 	<ul style="list-style-type: none"> 97% de nos collaborateurs formés à la protection des données personnelles 94% de nos collaborateurs formés à la lutte anticorruption Pour des pratiques éthiques En toute transparence <p>Labellisé EcoVadis en 2023 Score égal ou supérieur à 86% de toutes les entreprises évaluées par EcoVadis</p>

Nos engagements

Objectifs de Développement Durable des Nations Unies (ODD) :



Accords de Paris sur le Climat :



M

L'objectif de réduction des gaz à effet de serre de Médiamétrie va au-delà de l'objectif fixé par les Accords de Paris pour limiter le réchauffement climatique à 1,5 degré Celsius :

Notre objectif est de réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (par rapport à 2020).

Risques et Opportunités

4 piliers de transformation	Défis et risques pour Médiamétrie	Opportunités pour Médiamétrie
Digitalisation du secteur média	Perte de souveraineté des mesures Médiamétrie, indispensable pour assurer notre rôle de tiers neutre, indépendant et transparent	Développer de nouvelles mesures d'audience (preview, streaming, FAST...)
	Concurrence des plateformes digitales internationales pratiquant l'automesure	
	(R)évolution de la CTV (TV connectée) dans les usages médias	S'allier avec des partenaires technologiques et data pour augmenter nos capacités de développement
	Baisse de la durée d'écoute de la TV linéaire et de la Radio et fragmentation des usages vers de nouveaux modes de consommation (streaming, FAST...)	
	Développement de l'IAG	Evaluer la prise en compte de l'IAG dans nos futurs développements
Changement climatique		Engager Médiamétrie dans une démarche climat (réduction de nos émissions de GES)
	Augmentation des émissions de gaz à effet de serre en lien avec la croissance de ses activités	Engager nos fournisseurs dans une démarche climat (réduction de leurs émissions de GES)
		Développer l'écoconception de nos produits et services Encourager la mobilité verte Pratiquer la sobriété numérique
	Coupure et augmentation des coûts de l'énergie	Pratiquer la sobriété énergétique
Santé et diversité	Pression sur le recrutement et les compétences	Se doter de nouvelles ressources et compétences Accompagner et faire monter en compétences nos collaborateurs
		Garantir un cadre de travail et un dialogue interne propice à l'épanouissement de chaque collaborateur
	Augmentation des risques psychosociaux (RPS)	S'entraîner à de bonnes pratiques managériales Assurer une qualité de travail à chaque collaborateur pour leur santé et sécurité
		Promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes
	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité	Favoriser l'inclusion de tous Développer une culture de la solidarité Contribuer au développement local
Transparence	Évolution de la législation européenne relative à la protection des données à caractère personnel	Partager les engagement RSE de Médiamétrie avec ses parties prenantes
	Évolution de la législation européenne relative à l'équilibre du partage de données entre les acteurs du digital	Encourager nos fournisseurs à plus de transparence dans leurs pratiques RSE
	Maintien du positionnement Médiamétrie de tiers de confiance, neutre, indépendant, transparent et responsable (RSE)	Faire auditer et certifier nos mesures

Analyse des enjeux / Principaux risques extra-financiers

Les principaux enjeux identifiés pour les activités extra-financières de

Médiamétrie découlent des risques et opportunités présentés précédemment évalués par ses différentes instances de gouvernance ainsi que de son analyse de matérialité.



01.

STRATÉGIE M25

« Un tiers neutre, indépendant et transparent »

Le secteur des médias est confronté à une transformation majeure. Le changement des modes de consommation des contenus s'accélère, de plus en plus fragmentés et à la demande, grâce à une digitalisation accrue, ils constituent autant une menace concurrentielle qu'un futur possible pour les éditeurs TV et Radio historiques, comme pour Médiamétrie. Les plateformes internationales de streaming deviennent, elles, incontournables. Cette mutation s'accompagne notamment d'une convergence entre TV/Radio et Digital, et dans ce contexte, la raison d'être de Médiamétrie doit être renforcée. Pour aller vers ce nouveau paradigme convergent, **il est plus que jamais essentiel que Médiamétrie joue son rôle de tiers neutre, indépendant, et transparent**. Cette nouvelle ère apporte autant de nouvelles promesses que de perspectives de mesures différentes et de concurrence de données comportant le risque d'automesure, d'affrontement de mondes où tout s'oppose entre médias traditionnels et digital, au moment où l'impartialité et la confiance seront plus que jamais déterminantes dans le niveau d'investissements publicitaires du marché.

1. Maintenir le positionnement de tiers de confiance de Médiamétrie

Cela est possible grâce à la gouvernance originale de Médiamétrie fédérant tous les types d'acteurs au sein de ses Comités pour faire évoluer ses mesures autour d'un consensus marché. La création d'un Atelier Cross-Média fin 2021 permet depuis cette date de réunir les médias traditionnels et les plateformes digitales au sein d'une même instance sur un rythme de toutes les 6 semaines pour traiter des sujets de convergence entre ces acteurs avec pour objectif une plus grande collaboration avec les plateformes internationales et des mesures transparentes et équitables reposant sur des standards issus d'un consensus marché.

Ainsi en 2023, Médiamétrie a entamé une collaboration avec Google (YouTube), Netflix et Amazon (Prime Vidéo) et de nouveaux standards ont été définis avec le marché afin de pouvoir les implémenter dans les nouvelles mesures dès le début de l'année 2024 (intégration des audiences en preview, des usages sur écrans digitaux à domicile et des non-équipés TV).



01. STRATÉGIE M25

2. Mesurer l'audience et les usages Total Vidéo et Total Audio de manière fiable, transparente et équitable

Face à la digitalisation des médias et le développement de nouveaux équipements (télévision connectée ou « CTV »), entraînant une fragmentation des usages vers de nouveaux modes de consommation (plateformes de streaming, chaînes FAST...), et une baisse de la durée d'écoute de la télévision linéaire et de la radio, Médiamétrie a lancé fin 2020 son plan stratégique M25 pour répondre aux besoins du marché. Ce sont autant de nouvelles opportunités de mesures pour Médiamétrie et d'alliances avec de nouveaux partenaires technologiques et data pour les concrétiser en augmentant ses capacités de développement. Afin d'accélérer ces développements, Médiamétrie a lancé fin 2022 un Programme d'Accélération des Solutions (PAS), de l'ordre du doublement de la capacité d'investissements de l'entreprise sur 2 ans avec des travaux qui vont s'étaler sur 3 années, et dont le cadrage et le début des développements ont été réalisés en 2023. Des premières briques de solutions ont été délivrées au marché fin 2023 (tableau de bord preview, 1ers indicateurs du Total Vidéo sur l'univers TV+CTV, audimètre porté Total Vidéo/Total Audio ROA V3).

3. Evaluer la prise en compte de l'IAG dans les futurs développements

Face aux exigences d'un marché toujours à la recherche de méthodes et de technologies de pointe, Médiamétrie a commencé à évaluer la prise en compte de l'IAG dans les futurs développements. Cela soulève tout d'abord de nombreuses questions d'ordre RH, juridique, sécurité, privacy, économique et RSE, raison pour laquelle nous avons créé en 2023 un comité de pilotage trans-département en charge d'une veille sur toutes ces questions. Ce comité a rédigé une charte IAG pour donner un cadre clair et respectueux des différentes dimensions en jeu. Une cellule de veille sur les usages de l'IAG, les évolutions réglementaires et légales a également été créée.



02. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

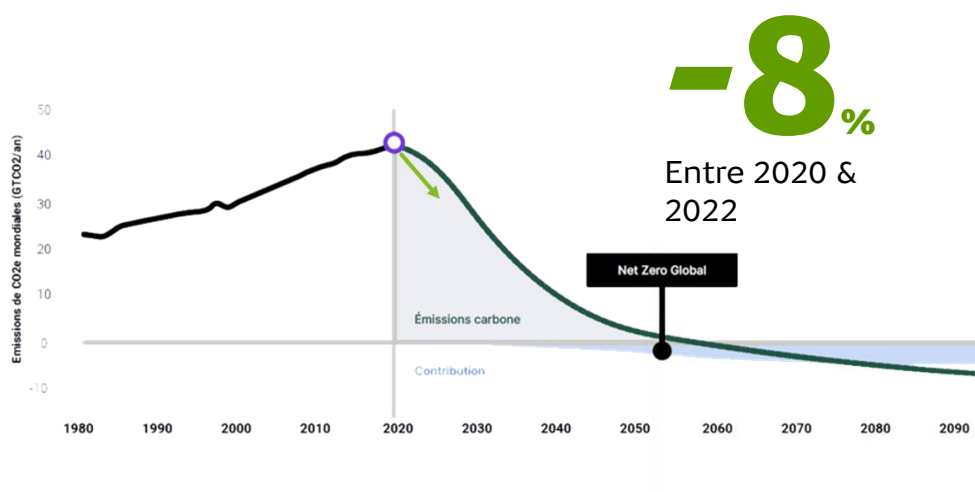
« Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020) »

Médiamétrie occupe une place singulière dans l'écosystème média et publicitaire au travers de sa mesure d'audience, tel un bien commun de marché sur lequel les acteurs doivent pouvoir compter, tant pour sa neutralité et son indépendance que pour **son action en matière environnementale**. Sa mission : s'engager pour l'objectivité et la juste mesure. Ce sont ses engagements. Ils ne seraient pas complets sans une attitude citoyenne forte : Médiamétrie s'engage à réduire de moitié son empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020).

1. Bilan Carbone et trajectoire de réduction des émissions de GES

Médiamétrie s'est fixé comme objectif de réaliser annuellement un Bilan carbone complet (3 scopes). En 2023, Médiamétrie a poursuivi sa mesure exhaustive de ses émissions carbone et a réalisé son bilan carbone complet (scopes 1, 2 et 3) pour l'année 2022.

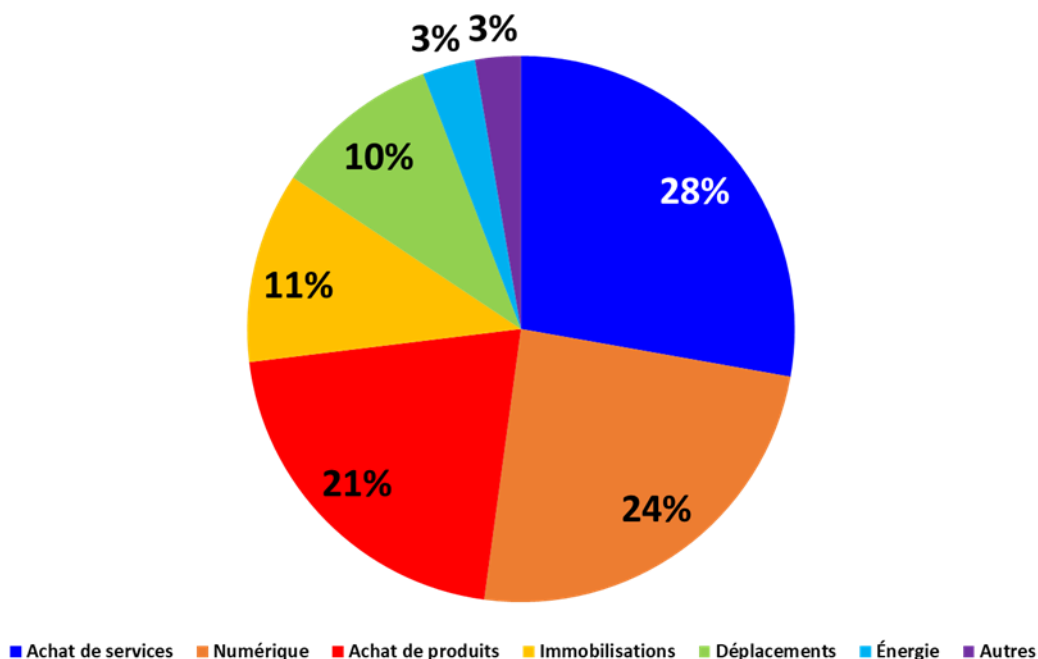
Le bilan carbone réalisé en 2023 (sur les données 2022) s'élève pour les scopes 1 et 2 à 176 tCO₂e (-4,3% vs 2020) et pour le scope 3 à 4825 tCO₂e (-8,7% vs 2020) soit un total d'émissions de GES pour l'année 2022 de 5001 tCO₂e, en baisse de -8% vs 2020, année de référence.





02. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

Répartition des émissions totales de GES de Médiamétrie en 2022



2. Pour des achats de produits et services décarbonés

Près de la moitié (49%) des émissions de GES de Médiamétrie vient de ses achats de produits et services. Raison pour laquelle l'engagement de ses fournisseurs dans la réduction de leur propre empreinte carbone est une priorité de l'entreprise, et que nous nous sommes dotés d'une politique d'achats responsables notamment pour décarboner nos achats. Au sein de notre Top 100 fournisseurs représentant 2/3 de nos émissions totales de GES (tCO₂e), 48% nous ont fourni leur Bilan Carbone complet (scopes 1, 2 et 3) et 33% leur trajectoire de réduction carbone. Pour tout nouveau prestataire, nous demandons la réalisation d'un Bilan Carbone annuel complet sur les données de l'exercice N-1 avec une communication des résultats et des engagements avant le début de la relation commerciale et en fonction des engagements de dépenses et de la nature même de la prestation envisagée.

Pour aller au-delà, depuis fin 2023 chacune des directions de l'entreprise est responsable de son propre plan d'action d'engagement de ses fournisseurs.



02.

ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

3. Vers la sobriété numérique

Près d'un quart (24%) des émissions de GES de Médiamétrie vient de ses activités numériques, dont 70% de ses serveurs cloud (85% des données de l'entreprise sont hébergées dans le cloud). Nous avons décidé de basculer tous les nouveaux projets et des produits existants sur des instances utilisant des processeurs moins gourmands en énergie, tout en veillant à avoir le cycle de vie le plus optimisé pour chaque instance utilisée, et sur des serveurs hébergés en France plutôt qu'en Irlande dont le mix énergétique est 10 fois plus élevé. A fin 2023, la gestion du cycle de vie est appliquée à 90% de nos données et nous permet désormais de maîtriser l'empreinte carbone des données stockées dans le cloud. La migration vers des instances utilisant des processeurs moins énergivores a été réalisée pour 46% du périmètre éligible. Et un premier transfert sur des serveurs hébergés en France a commencé fin 2023.

4. Vers la sobriété énergétique

Médiamétrie continue de réduire ses consommations d'électricité qui ont totalisé 908 393 kWh en 2023 soit une baisse de -18,3% vs 2022 (1 111 575 kWh) et -30,4% vs 2020 (1 304 334 kWh) grâce au plan de sobriété énergétique qui porte ses fruits. Pour accentuer cette baisse, nous avons réduit nos espaces de travail au siège de Levallois de -37% à partir de septembre 2023.

En comparaison avec l'objectif fixé par le gouvernement français dans le plan de sobriété énergétique national (diminuer notre consommation de gaz et d'électricité de 10 % d'ici fin 2024 et de 40 % d'ici 2050, par rapport à 2019), Médiamétrie a réduit de -32% sa consommation de gaz/électricité à fin 2023 vs 2019.

Et au regard de l'objectif fixé par le Décret Tertiaire de diminuer de 40% notre consommation énergétique d'ici 2030 (vs 2015 année de référence), Médiamétrie a réduit de -45% sa consommation énergétique à fin 2023 (vs les années de référence par site Médiamétrie).



02. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

Le plan de sobriété énergétique de Médiamétrie se poursuit en 2023

➤ Adopter de nouvelles habitudes avec un effet immédiat sur nos consommations

- Adapter les températures intérieures à 19°C en hiver et à 26°C en été
- Optimiser les périodes de coupure des équipements techniques (CVC) en profitant des températures clémentes des intersaisons
- Sensibiliser nos collaborateurs au tri de leurs boîtes mail et aux économies de CO2 engendrées
- Poursuivre la mise en place du télétravail et suivre les effets via l'outil de gestion des espaces de travail
- Proposer des mobiles reconditionnés en France (sur les 61 téléphones renouvelés en 2023 36 étaient reconditionnés ou réutilisés vs 25 neufs dont 7 Fairphones)
- Allonger la durée de vie moyenne effective de nos PC : entre fin 2022 et fin 2023 nous avons allongé la durée de vie moyenne de nos PC de 1 an, passant de 3,15 à 3,98 ans pour le siège à Levallois ; et de 2,72 à 3,72 pour nos terrains d'enquête d'Amiens et de Rouen

➤ Mieux contrôler nos équipements techniques et dimensionner plus sobrement nos sites

- Restriction des plages horaires de fonctionnement des équipements techniques (arrêt à 18h30 vs 20h)

- Sollicitation moindre de la climatisation dans nos locaux techniques en révisant la température à 22°C (vs 18° à Amiens et 20°C au siège)
- Réduction des surfaces occupées (-34%) par Médiamétrie sur le siège à Levallois-Perret
- Arrêt des systèmes techniques (CVC) et maintien d'une température à 16°C pour les espaces non occupés
- Suivi de la performance des équipements techniques (réduction de la température de l'eau chaude dans le circuit de la pompe à chaleur) – arrêt des batteries électriques
- Suppression de toutes les lampes individuelles, installation d'ampoules LED dans les éclairages décoratifs et de pavés LED basse consommation dans les espaces du rdc

➤ Sensibiliser nos fournisseurs et prestataires

- S'assurer de la mise en place de plans de continuité d'activités, notamment en terme énergétiques pour les 9 prestataires critiques identifiés dans la gestion de nos panels, choisir des processeurs moins énergivores (serveurs Cloud AWS)
- Mise en place d'un comité vert avec le bailleur (première instance en décembre 2023)



02.

ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

Une gestion du projet de réaménagement des espaces de travail responsable et durable

En amont de la réalisation du projet, Médiamétrie a sélectionné deux principaux prestataires (NCT en conseil immobilier et OPUS en tant que contractant général travaux) par appel d'offres avec la prise en compte de critères d'évaluation liés à la RSE, à hauteur de 20% dans son analyse globale. Différents sous-critères tels que les certifications (ISO26000, 14001,...) ou Ecolabels, la mise en place d'une politique RSE ou encore le volume d'émissions CO₂e (scope 1-2-3) ont été évalués.

Concernant les travaux d'aménagement, deux lots ont été particulièrement analysés du point de vue de leur impact environnemental :

- Des revêtements de sol alliant art et technologie pour un espace plus sain et durable : choix d'une moquette de marque MILIKEN COASTLINE contenant 60% d'éléments recyclés et valorisant une empreinte carbone de 7,36 kgCO₂e/m², soit 22 tCO₂e au total (vs 12 kg CO₂e/m² pour une moquette traditionnelle, soit une émission de 14 tCO₂e évitée). Autre choix réalisé par ailleurs concernant des dalles en vinyle (LVT) avec 39% d'éléments recyclés et permettant d'avoir un revêtement résistant et durable.
- De nouveaux mobiliers de bureau répondant à la transformation de nos méthodes de travail, avec des espaces collaboratifs de type box WORTHISLAND induisant une empreinte carbone de 42,1 tCO₂e (vs 76 tCO₂e en données CDP Household Products, soit une émission de 34 tCO₂e évitée) et des casiers individuels induisant une empreinte carbone de 1,1 tCO₂e (vs 37 tCO₂e en approche monétaire avec un facteur d'émission monétaire des biens manufacturés, soit une émission de 36 tCO₂e évitée).

Réalisé dans une logique d'économie circulaire

- Distribution à 120 collaborateurs de mobiliers et équipements IT en surplus
- Don de mobiliers restants à LOIRECO DISTRIBUTION (seconde main des produits)
- Prise en charge par VALDELIA de 9,4 tonnes de déchets d'éléments d'ameublement (DEA), soit 0,5 tCO₂e d'émissions carbone. Ont été également enlevés 74 tonnes d'encombrants et déchets liés aux travaux de réaménagement pour une mise à la benne.
- Collecte de 6,6 tonnes de D3E par l'Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale (ESUS) ECODAIR
- Don de 204 kg de fournitures de bureau à l'association ASAV92
- Don de mobilier à l'association Emmaüs (mobilier cafétéria)



02. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

5. Pour une conception de nos produits et services écoresponsable

Médiamétrie a lancé en 2023 une démarche d'écoconception. Cela concerne aussi bien les nouveaux projets que les produits existants. Au lancement de chaque nouveau projet, les équipes doivent réaliser une évaluation de l'empreinte carbone de tous les scénarios de conception envisagés (réduction de l'empreinte carbone by design) au même titre que l'évaluation sécurité de l'information et des données personnelles (security et privacy by design). En parallèle, lors de chaque « sprint » de développement, des projets techniques visant à réduire l'empreinte carbone numérique de l'entreprise appelés « enablers RSE » sont systématiquement intégrés dans une démarche d'écoconception pour les nouveaux projets et d'écoproduction pour les produits existants.

Eco-conception : une transformation collective avec nos parties prenantes

Nos équipes

Au lancement de chaque nouveau projet, les équipes sont tenues de réaliser une évaluation de l'empreinte carbone de tous les scénarios de conception



EVALUATION RSE

Bilan Carbone scopes 1, 2 et 3

- 0 à 5 : dégrade fortement
- 5 à 10 : dégrade
- 10 à 15 : améliore
- 15 à 20 : améliore grandement

Note

Maturité environnementale et sociale des fournisseurs impliqués dans le projet

- Intensité carbone des fournisseurs existants et nouveaux
- Bilan Carbone (+ détails par scope)

Responsabilité Sociétale des Entreprises

- Certifications et Audits
- Existence d'une stratégie RSE/Carbone formalisée
- Notation EcoVadis ou AFNOR

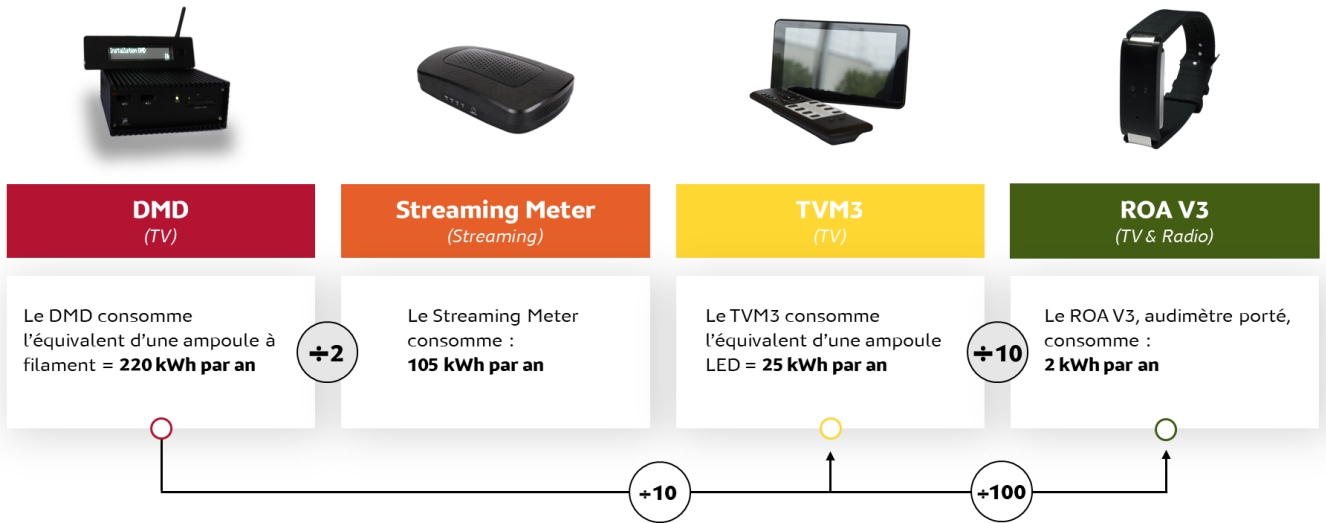
Quelle est la durabilité des différents scénarios de mesure d'audience ?



02. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

L'écoconception concerne également nos audimètres, aussi bien ceux conçus par les équipes de Médiamétrie que ceux fournis par nos partenaires technologiques. Notre objectif étant de sélectionner les audimètres les moins énergivores possibles.

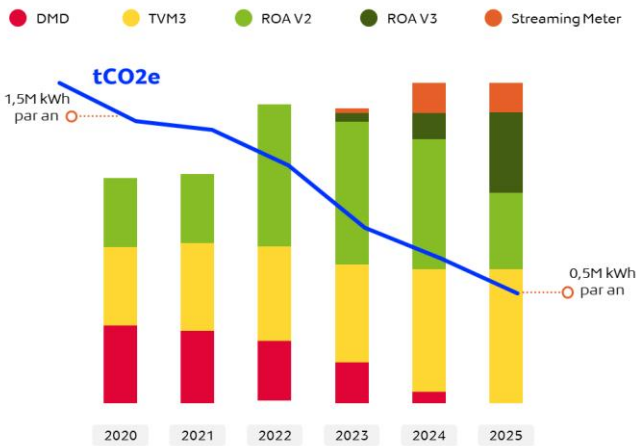
Consommation énergétique de nos audimètres en kWh par an :



Vers des audimètres moins énergivores



Objectif 2025 (vs 2020) :
 Diviser par 3 la consommation énergétique des audimètres installés sur nos panels (+30% en volume), soit une réduction de 60% des émissions tCO2e



Sources: Greenly / estimations Médiamétrie



02. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

6. Pour une mobilité verte

Les émissions carbone de Médiamétrie liées aux déplacements ont baissé de -13% entre 2020 et 2022 notamment grâce à la diminution du nombre de véhicules thermiques au profit de véhicules électriques et hybrides (-18% sur les carburants) ainsi qu'à la politique de télétravail avec 2 jours de télétravail par semaine en 2022 puis passée à 3 jours par semaine à partir du 1^{er} janvier 2023 (-39% sur les déplacements domicile-travail).

Une nouvelle Car Policy (politique de gestion de la flotte de véhicules) :

Depuis septembre 2022, Médiamétrie a proscrit le référencement de nouveaux véhicules thermiques sauf (exceptés pour les forts roulages dont l'éligibilité à un véhicule électrique ou hybride n'est pas confirmée par l'étude de WENOW basée sur les types de parcours) et propose à la place des véhicules 100% électriques, de manière privilégiée légers/citadines (<50 tCO2e émis sur le cycle de vie), avec une tolérance pour les véhicules hybrides. En 2023, la part des véhicules thermiques a diminué de -27 points et ne représentent plus que 56% de la flotte vs 72% en 2022 et 83% en 2021 au profit des véhicules électriques (+20 points) et hybrides (+7 points).



Evolution du type de véhicule par année

	2021	2022	2023	2024
Thermique	83%	72% -11pts	56% -27pts	31% -52pts
Electrique	5%	10% +5pts	25% +20pts	41% +16pts
Hybride	12%	18% +6pts	19% +7pts	28% +9pts

En vert : évolution VS 2021

Médiamétrie a fait installer 5 prises CHARGEPOINT supplémentaires en mai 2023 dédiées à la charge des véhicules électriques dans ses locaux portant la capacité totale à 9 prises. Une dixième prise est envisagée en remplacement d'une SCHNEIDER afin que l'entièreté du parc soit accessible via une seule application. Afin de favoriser l'adhésion de ses collaborateurs envers les véhicules à plus faibles émissions en carbone, Médiamétrie leur propose une prise en charge de l'installation d'une borne CHARGEPOINT à leur domicile, facilitant ainsi leurs recharges électriques.



02. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

Médiamétrie a aussi poursuivi son partenariat avec WENOW sur 2023. Les conducteurs reçoivent toujours deux fois par mois un mail reprenant leurs habitudes de conduite, leur score ainsi que leur classement dans la communauté. Ils bénéficient également de conseil éco conduite à chaque fin de trajet via l'application. Sur 2023, nos 52 conducteurs ont parcouru 1 070 087 km (vs 1 008 169 km) avec une consommation moyenne de 5,76l/100 km (vs 5,34 l/100 km en 2022) et un score moyen stable de 8,21/10 (vs 8,23/10 en 2022).

Une nouvelle Travel Policy (politique voyage) :

Depuis novembre 2022, Médiamétrie a mis en application sa nouvelle Travel Policy. Pour les trajets supérieurs à 2h en voiture thermique, les déplacements sont à réaliser en train, avec une tolérance lors de déplacements supérieurs à 4h30 en train, pour l'avion. Tout trajet en train supérieur à 3h bénéficie de la 1ère classe. Le montant maximum de la nuitée d'hôtel est revu à 200€/nuit si le train est utilisé (vs 120€ ou 150€ en Ile-de-France). Sur l'année 2023, 89 tCO2e ont pu être évitées grâce à la nouvelle Travel Policy, en préférant le train à l'avion.

Par ailleurs, le partenariat avec les TAXIS G7 s'est développé en 2023 avec la mise en place d'une option "Préférence Green" permettant ainsi une évolution positive de la part des véhicules "Green" : de 67% en 2022 à 84% en 2023 pour les collaborateurs Médiamétrie et de 50% en 2022 à 86% en 2023 pour les collaborateurs Médiamétrie//NetRatings.



03.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

« Promouvoir plus d'égalité et de diversité »

Pour faire face à cette transformation des médias, Médiamétrie a besoin de tous les talents, de sécuriser l'accès et la rétention des compétences dans un monde qui bouge, de promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes, l'inclusion de tous, l'écoute active et la solidarité. Cette transformation ne laisse aucun répit, il faut s'adapter très rapidement aux nombreux changements qu'elle entraîne.

Médiamétrie porte également une attention particulière à la qualité de vie au travail (QVT) des salariés reposant sur 4 piliers : les missions professionnelles, la santé/sécurité, l'environnement de travail et l'équilibre vie professionnelle/personnelle.

1. Accompagner la stratégie de l'entreprise par la politique RH autour des compétences

Face à l'accélération de la transformation des médias, Médiamétrie a lancé fin 2022 un Programme d'Accélération des Solutions (PAS), de l'ordre du doublement de la capacité d'investissements de l'entreprise sur 2 ans avec des travaux qui vont s'étaler sur 3 années, et dont le cadrage et le début des développements ont démarré en 2023. Une partie de ces investissements est consacrée au renforcement des équipes pour réaliser ces travaux par le biais notamment du recrutement de nouvelles ressources et compétences, et par l'accompagnement des collaborateurs tout au long de ce programme. Une filière « Accompagnement, Ressources et Compétences » a d'ailleurs été créée avec pour objectif de garantir par anticipation l'adéquation des moyens humains et des compétences nécessaires au développement des projets.

En 2023, 128 recrutements ont été réalisés au siège dont 64 embauches en CDI/CDD. 56% des recrutements en CDI/CDD sont des femmes (vs 61% en 2022). Médiamétrie a recruté 43 étudiants en alternance (vs 38 en 2022) et 21 stagiaires (vs 18 en 2022). 13% d'entre eux ont souhaité poursuivre leur carrière dans l'entreprise (vs 9% en 2022).

Médiamétrie a mis en place des actions concrètes sur les principaux enjeux de recrutement auxquels la société doit faire face, notamment pour le recrutement de profils IT. La DRH a sélectionné des cabinets spécialisés dans la recherche de ces profils et les a sensibilisés à notre stratégie M25 et au développement des compétences de l'entreprise au regard de nos enjeux. Ces cabinets agissent ainsi comme de véritables partenaires. De plus, la structure de rémunération a été ajustée en fonction des profils recrutés avec par exemple la possibilité d'ajouter une Part Variable Collective (PVC) dans le package de rémunération.

Au cours de l'année 2023, 8 collaborateurs ont bénéficié d'une mobilité interne et 40 d'une évolution de poste au Siège (vs 12 mobilités et 30 évolutions en 2022).

Sur les terrains d'enquêtes, 249 recrutements ont été réalisés en 2023 (vs 348 en 2022) dont 144 embauches en CDI (vs 68 en 2022).



03.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

2. Assurer un accompagnement individualisé à tous les collaborateurs

Médiamétrie déploie une démarche active et responsable en matière d'accompagnement des collaborateurs, d'écoute active, d'accompagnement des managers notamment à travers la formation professionnelle, la mobilité interne, le recrutement, la méthode Projets agiles avec pour objectif d'anticiper au mieux les besoins en ressources et en formation.

Cinq axes de formation prioritaires ont été définis pour accompagner notre plan stratégique M25 : 1- accompagner la transformation managériale, 2- accélérer le développement des compétences marketing et commerciales, 3- s'appropriier la nouvelle méthode et culture projet, 4- garantir la sécurité des données en maîtrisant les risques, 5- maintenir l'expertise Data et Digitale.

L'accompagnement individualisé se matérialise par l'intégration et le suivi dans l'entretien annuel de performance (MyEAP) avec un taux de complétion de 96% en 2023, et sa revue trimestrielle (MyPerf), des besoins en formation de chaque collaborateur sur lesquels il est invité à échanger avec son manager. Un lien direct permet de rediriger le collaborateur vers La Place de la Formation et MySkills (e-learning) pour faire ses choix de formation en concertation avec son manager. Le collaborateur a accès à ces deux plateformes à tout moment s'il souhaite formuler des choix et s'inscrire en cours d'année. Ainsi en 2023, 75% des salariés du siège de Médiamétrie ont participé à au moins une formation.

En 2023, Médiamétrie a poursuivi ses efforts en matière de budget formation : 3,53% de la masse salariale a été consacrée à la formation professionnelle (vs un taux de contribution légale de 1%). Au regard de notre contribution RSE, Médiamétrie produit un effort 3 fois plus important que l'obligation légale afin de maintenir les compétences actuelles et développer les compétences de demain.

Médiamétrie dispose d'une culture forte de la mobilité interne pour accompagner individuellement l'évolution de ses collaborateurs et leur permettre de se développer en son sein : tous les postes sont ouverts à la mobilité, sans aucune restriction de parcours ou de formations.



03.
SOCIAL ET SOCIÉTAL

Bilan formation

208 formations
individuelles
demandées

208 formations
individuelles **validées**

195 formations
Réalisées hors obligatoires

Auxquelles s'ajoutent **199 formations** proposées en supplément **indispensables à la montée en compétences**

1209 collaborateurs
Formés sur notre site
d'Amiens

Avec **6 formations individuelles hors obligatoires** et **259 sessions de formations internes**

148 managers
formés dans le parcours
d'entraînement managérial

Soit 100% de nos managers

908 formations réalisées via
notre **Learning Management System**

dont **687 obligatoires** chez **Médiamétrie (RGPD, anticorruption...)**

Soit 102% du plan budgétaire de formation réalisé



03. SOCIAL ET SOCIÉTAL

3. Garantir un cadre de travail et un dialogue interne propice à l'épanouissement de chaque collaborateur

En 2023, Médiamétrie a réaménagé ses espaces de travail au siège de Levallois selon des principes clés forts : semi-flex, espaces collectifs et collaboratifs, fin des bureaux individuels. 90% des collaborateurs estiment que nos nouveaux espaces répondent à leurs besoins dans leur quotidien au travail. Et une cafétéria inclusive a été mise en place en partenariat avec « En 10 saveurs » qui gère le lieu avec 3 collaborateurs en situation de handicap mental/cognitif. Ce partenariat est l'action du réaménagement de Médiamétrie ayant connue la meilleure recommandation des collaborateurs (50,2% en octobre puis 55,3% en décembre 2023).

Afin de garantir un dialogue interne permanent, Médiamétrie développe un ensemble de rituels RH pour être en proximité de ses collaborateurs (petit-déjeuner d'équipe, matinales d'intégration, points de suivi d'intégration) et de ses managers (revues biannuelles de performance, 4 Caméra Café RH organisés en 2023 regroupant 45 managers et un Café de proximité regroupant 55 managers). Un programme de conférences intitulé « Amphi » permet aux collaborateurs de se retrouver pour participer à des conférences auxquelles ils s'inscrivent selon leur affinité avec les thèmes proposés, par exemple 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. En 2023, 21 Amphis ont organisés (vs 18 en 2022), avec 75 participants en moyenne par Amphi.

Des relations directes entre les dirigeants et l'ensemble des collaborateurs sont régulièrement entretenues sur les orientations stratégiques et les enjeux sociaux de l'entreprise à travers le Morning Meet (réunion annuelle de tous les collaborateurs sur les résultats 2022 et perspectives 2023), des sessions de Live Teams, des communications écrites, des visuels explicatifs et avec les représentants du personnel.

En 2023, Médiamétrie a poursuivi un dialogue social respectueux et constructif notamment afin de construire un socle social commun entre le Siège et les Terrains d'Enquête au travers différents accords collectifs tout continuant de s'adapter aux nouvelles habitudes de travail. Les documents et accords collectifs qui régissent la vie des salariés dans l'entreprise sont librement consultables sur notre intranet.

Médiamétrie a renouvelé son accord de télétravail sur une base de 3 jours maximum par semaine après écoute et suivi des besoins/usages des collaborateurs. Certaines règles ont été assouplies pour faciliter le télétravail et Médiamétrie rembourse jusqu'à 50% des équipements professionnels à domicile. Un accord sur le temps de travail a été signé pour mettre en place le forfait jours. Cet accord permet d'offrir plus de responsabilité et d'autonomie dans leur organisation du travail et leur permettre de trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.



03.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

4. S'entraîner à de bonnes pratiques managériales

Médiamétrie s'appuie sur une politique RH responsable et responsabilisante. Différentes actions RH permettant de concourir à cette ambition, notamment le déploiement d'un parcours d'accompagnement managérial pour répondre à nos enjeux de transformation. Nous sommes en effet convaincus que les managers (selon 3 niveaux d'équipe : Comité de Direction, managers d'équipe et managers de proximité) ont un rôle pivot dans l'entreprise pour accompagner chaque collaborateur. En 2023, 100% de nos 148 managers ont été formés à travers ce parcours d'entraînement managérial. Nous avons maintenu (depuis septembre 2022, lancement du parcours) et nous maintiendrons (2024) cet objectif de former 100% de nos managers.

5. Assurer une qualité de travail à chaque collaborateur pour leur santé et sécurité

Médiamétrie s'appuie sur une politique RH responsable et responsabilisante. Nous avons notamment mis en place différentes actions RH permettant de concourir à cette ambition.

Des enquêtes périodiques (Pulse) ou des enquêtes sur des thématiques spécifiques sont réalisées tout au long de l'année dans le but de mesurer l'engagement et pour développer la culture du feedback de nos collaborateurs dans un but d'amélioration continue de nos pratiques professionnelles. Les résultats de ces enquêtes sont anonymement partagés avec les managers d'équipe. Et dans une version synthétique à l'ensemble des collaborateurs de Médiamétrie. . 7 Enquêtes collaborateurs en 2023 (11 en 2022) : taux de participation moyen à 51,2% (57,3% en 2022), note de motivation moyenne à 6,8/10 (6,3/10 en 2022), et note de recommandation à 7/10.

Consciente des enjeux de sédentarité liés au télétravail, Médiamétrie est attachée à la santé de ses collaborateurs par le financement de plus de 70% de la mutuelle santé. En parallèle depuis novembre 2023, Médiamétrie propose le vendredi à l'heure du déjeuner une séance de gym douce, ouverte à l'ensemble des collaborateurs du site de Levallois (2 fois par mois en novembre et décembre 2023).

En 2023, nous avons poursuivi un dialogue social avec les représentants du personnel afin de les former sur ce sujet et de faire évoluer le Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels.



03.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

6. Promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes

Engagée en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes, Médiamétrie a obtenu le score de 86/100 en 2022 répondant ainsi aux obligations réglementaires via la publication de l'index annuel de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, tout en démontrant l'efficacité des actions menées par l'entreprise à ce sujet.

Au-delà de cette obligation légale, l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes fait partie des enjeux prioritaires de notre analyse de matérialité. Médiamétrie a signé en septembre 2022, couvrant l'année 2023, un Accord d'entreprise pour l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Les principaux domaines d'action retenus dans cet Accord sont les suivants :

- Assurer une diversité dans les effectifs
- Réduire les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes
- Assurer l'égalité de l'accès des femmes et des hommes à la formation et au développement professionnel
- Assurer l'articulation des temps de vie professionnelle et personnelle pour tous les salariés



03. SOCIAL ET SOCIÉTAL

7. Favoriser l'inclusion de tous

Convaincus que la diversité dans les profils à tous les niveaux est source de complémentarité, d'équilibre social et d'efficacité économique pour l'entreprise, nous nous attachons à garantir l'équité en matière d'emploi et l'égalité des chances. Nous axons principalement notre action sur la sensibilisation des managers et des collaborateurs à des thématiques comme le sexisme, les biais cognitifs, et plus généralement les soft skills.

Fin 2023, la DRH a développé une formation sur mesure pour Médiamétrie sur les sujets « Recruter et onboarder » à destination de nos managers. Cette formation intègre nativement les dimensions de non-discrimination. 20 managers ont déjà été formés cette année et la formation a pour vocation à être généralisée à l'ensemble des managers qui seront amenés à recruter de nouvelles ressources en 2024.

Nous sommes également associés depuis plusieurs années avec l'association Tremplin pour favoriser l'insertion de jeunes personnes handicapées. Elle a développé plusieurs modules d'e-learning pour sensibiliser les managers à la non-discrimination dans le recrutement et déployé en novembre 2023 une formation aux managers d'équipe sur le recrutement en rappelant ces enjeux.

Médiamétrie a par ailleurs mis en place un partenariat plébiscité par les collaborateurs avec EN10SAVEURS qui gère notre cafétéria d'entreprise depuis septembre 2023 avec 3 collaborateurs en situation de handicap mental/cognitif qui nous accueillent tous les jours lors de nos pauses café et déjeuner à la cafétéria. Cette sensibilisation du quotidien est complétée par des événements de sensibilisation comme l'inauguration de l'exposition « Je ne m'appelle pas handicapé(e) » en novembre 2023, pour une mise en valeur des artistes engagés pour l'employabilité des personnes handicapées avec l'association Grandir en Société.





03. SOCIAL ET SOCIÉTAL

8. Développer une culture de la solidarité

Notre analyse de matérialité a fait ressortir l'envie d'une partie des collaborateurs de faciliter leur engagement dans des projets associatifs soutenus par l'entreprise. En 2023, ce sont essentiellement des opérations de collecte de dons de matériel pour des associations qui ont été entreprises : ordinateurs, mobiliers, jouets pour enfants. Nous souhaitons ainsi développer une culture de la solidarité. Cette année 2023 a été particulièrement marquée par 4 grands types d'action :

- La poursuite de notre soutien dans les zones de conflits, notamment l'Ukraine, par la suspension de toute activité commerciale avec la Russie (respect de la charte des Nations Unies)
- La poursuite de notre soutien à l'initiative climatique Greenlandia pour financer leur expéditions scientifiques au Groënland afin de s'adapter au changement climatique notamment pour les populations locales déjà fortement impactées
- Notre soutien à Cancer@Work un réseau d'entreprises engagées pour apprendre à mieux vivre ensemble la maladie en entreprise avec la participation à un challenge sportif regroupant 5 équipes de 10 collaborateurs qui ont parcouru plus de 10 500 km pour récolter des fonds en faveur de l'association



miam

C'est le moment de se bouger contre le cancer !

Médiamétrie mènent **différentes actions autour de la RSE** et décide de poursuivre **autour de nouvelles initiatives sur le plan social.**

L'une d'entre elles : **soutenir la démarche de l'association Cancer@Work** pour sensibiliser nos collaborateurs aux **maladies longues** en entreprise et **mieux accompagner les personnes touchées.** L'association regroupe plus de 100 entreprises et initie plusieurs actions, comme prochainement, un **challenge sportif au mois de juin.**

Ce **Challenge connecté inter-entreprises** « Tous ensemble pour **Cancer@Work** », se déroulera du **5 au 30 juin** en faveur de l'employabilité des malades.



03.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

9. Contribuer au développement local

En 2023, Médiamétrie réalise 66 % de ses enquêtes et productions téléphoniques au travers de terrains nationaux (vs 53% en 2022).

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 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 a confirmé en 2023 la conduite de ses activités contribuant durablement au développement local, au travers d'un test réalisé en 2022 pour réinternaliser sur son terrain d'enquêtes à Amiens une activité CATI (enquêtes téléphoniques) réalisée tout ou partie chez un prestataire offshore. Un lancement a été acté au 2 janvier 2023, avec l'embauche d'une nouvelle équipe de 15 enquêteurs en CDI, cette étude a été produite toute l'année 2023 depuis Amiens et reconduite en 2024.



04. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

« Assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs »

La transformation des médias s'accompagne d'une évolution de la législation européenne en faveur de laquelle Médiamétrie s'est exprimée notamment pour favoriser l'équité de traitement entre tous les acteurs de l'écosystème média et digital. Pour assurer pleinement son rôle de tiers de confiance neutre, indépendant et transparent, Médiamétrie continue de faire auditer ses mesures, ses processus (certification ISO 9001) et a obtenu en décembre 2023 les certifications ISO 27001 et 27701. Médiamétrie fait également évaluer son engagement RSE par l'organisme tiers EcoVadis et évalue l'engagement de ses fournisseurs via l'AFNOR.

1. La sécurité et la protection des données au cœur du dispositif

La gestion et la protection des Données à Caractère Personnel (DCP) est une préoccupation majeure de Médiamétrie. La conformité RGPD de l'entreprise lui permet de garantir aux individus qui participent à nos panels et enquêtes, tout comme à nos clients et nos collaborateurs la stricte confidentialité des informations qu'ils nous fournissent.

Les données sont indispensables au modèle de création de valeur de Médiamétrie. Elles proviennent de ses panels et enquêtes, au cœur du dispositif de mesure d'audience, et de plus en plus de données externes issues notamment d'éditeurs de contenus ou de régies publicitaires. L'entreprise prend en compte, dès la phase de conception de ses produits et services, les questions relatives aux DCP (Données à Caractère Personnel), en particulier leur protection (Security & Privacy By Design). En 2023, 85% des collaborateurs ont été formés à la protection des données personnelles. Cet indicateur démontre l'investissement de Médiamétrie pour que ses collaborateurs disposent des informations nécessaires à la protection des données auxquelles ils ont accès et aient les réflexes adaptés pour la protection de celles-ci.

Et en décembre 2023, Médiamétrie a obtenu pour la gestion de ses panels, la certification ISO 27001 liée à la sécurité de l'information et son extension liée à la protection des données à caractère personnel, la certification ISO 27701.



04. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

Depuis mi-mai 2019, Médiamétrie a mis en place un serveur vocal interactif. En 2023, ce sont près de 1 057 280 appels reçus (vs 1 119 571 en 2022) dont la majorité pour s'assurer que l'appel reçu provenait bien de Médiamétrie. 11 531 (vs 13 304 en 2022) souhaitent obtenir davantage d'informations sur Médiamétrie et 11 605 (vs 9 713 en 2022) souhaitent participer à une enquête. Enfin, 4 176 (vs 4037 en 2022) ont transmis leur numéro de téléphone pour ne plus être contactés, soit une baisse de -3% malgré une hausse de +6% d'appels reçus au global.

À cela s'ajoute la mise en application au 1er janvier 2023 de la décision ARCEP 22-1583 du 05/09/2022 imposant, pour les appels automatisés, l'usage de numéros polyvalents vérifiés (N.P.V.) fournis par les opérateurs en lien avec l'ARCEP pour l'émission d'appels.

Au total, en 2023, 242 demandes d'opposition au traitement ont été effectuées auprès de Médiamétrie (vs 398 en 2022), en lien avec la réglementation sur la protection des données. À ceci s'ajoute 8 demandes d'accès aux données. Il s'agit de la deuxième année consécutive de baisse du nombre de ces demandes. Cette dynamique peut s'expliquer par la maturité des enquêteurs en contact avec nos interviewés et panélistes.

Notre politique de protection des données personnelles a été appuyée cette année par :

- Une sensibilisation continue des collaborateurs, notamment ceux intervenant dans les processus qui impliquent des données de panélistes. Ainsi 100% de collaborateurs en contact direct avec des panélistes ont fait l'objet d'une sensibilisation ad hoc.
- Un audit sécurité de notre partenaire à Casablanca
- Une structuration de nos référentiels internes en termes de Privacy par l'établissement de nouvelles politiques. Ainsi, 6 nouvelles politiques internes traitent directement de sujets relatifs aux données personnelles des parties prenantes de Médiamétrie
- Une maturité dans l'application du principe de Privacy By Design dans nos projets. La mise en place du processus dédié a permis à tous les projets de faire l'objet d'une analyse Privacy.



04. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

2. Favoriser l'équité de traitement entre tous les acteurs

Le positionnement de tiers neutre, indépendant et transparent de Médiamétrie, au cœur de l'écosystème média et digital lui permet d'être régulièrement auditionnée par les pouvoirs publics (Assemblée Nationale, Ministères...) notamment dans le cadre du « projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique », et contribue à défendre l'intérêt du secteur de la mesure d'audience dans le cadre d'actions autour des projets de règlements européens ePrivacy, Digital Markets Act (DMA) et Digital Services Act (DSA), ou encore de la refonte du plan de numérotation entreprise par l'ARCEP.

Une veille permanente est réalisée via nos outils en interne et confiée parfois en externe. Les rencontres organisées tant au niveau national qu'européen permettent de sensibiliser nos interlocuteurs à la fonction inhérente de la mesure d'audience dans l'écosystème média et digital ainsi que dans son évolution.

Ces activités de lobbying permettent la prise en compte des intérêts du bien commun que constitue la mesure d'audience dans les négociations jusque dans les propositions de textes de loi.

Médiamétrie a particulièrement suivi en 2023 le projet de Réglementation sur la Liberté des Médias (European Media Freedom Act) et soutenu les dispositions du texte en faveur d'une équité de traitement entre tous les acteurs de l'écosystème. Par ailleurs une attention particulière a été portée sur la mise en œuvre du Digital Markets Act qui instaure un mécanisme de partage de données entre les acteurs de l'écosystème digital média. Enfin, l'ensemble de ces actions ont permis de sensibiliser les autorités de régulation à la nécessaire indépendance et souveraineté des mesures d'audience.

3. Pour des pratiques éthiques

En conformité avec la loi Sapin 2, Médiamétrie poursuit sa prévention et détecte les faits de corruption ou de trafic d'influence.

Médiamétrie continue son programme de mise en conformité initié en 2019, au travers de nouvelles communications de son code anticorruption et déontologie, du dispositif d'alerte éthique et de la possibilité d'échanger avec notre référente déontologie.

Il est à noter qu'aucun litige en lien avec l'application de la loi Sapin 2 n'a été constaté par Médiamétrie en 2023 dans la réalisation de ses activités.

87,5% des collaborateurs ont été formés à la lutte anti-corruption en 2023.



04. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

4. En toute transparence

La transparence avec ses panélistes est essentielle pour Médiamétrie, c'est la raison pour laquelle ils sont informés sur la finalité de traitement de leurs données, à travers des conventions et les échanges avec nos agents, et peuvent ainsi à tout moment faire valoir leurs droits.

La transparence avec le marché et ses clients est tout aussi fondamentale pour Médiamétrie via le partage de ses méthodologies et des évolutions apportées à la mesure au travers de ses Comités, Commissions, Ateliers et Groupes de Travail.

L'entreprise fait par ailleurs auditer ses études de mesure d'audience par un organisme tiers professionnel spécialisé, le Centre d'Etude des Supports de Publicité (CESP). Ses adhérents pour la plupart clients de Médiamétrie lui confie des missions d'audit et de contrôle lui permettant d'auditer en continu les études de mesure d'audience des médias TV, Radio et Internet ainsi que leur étude de cadrage. Les conditions de réalisation de ces audits sont précisées dans un contrat cadre entre Médiamétrie et le CESP. Cinq audits ont été réalisés en 2023 sur les dispositifs d'études Médiamat, Home Devices, Internet Global, EAR National et EAR Insights.

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 de Médiamétrie. Les réserves remontées par le CESP dans ses audits peuvent donner lieu à l'élaboration de plans d'actions, en concertation avec les clients de l'entreprise, en fonction de la criticité de ces réserves au regard des priorités définies par ces mêmes clients dans le cadre de ces Comités.

L'audit des processus de Médiamétrie vient renforcer cette transparence avec en janvier 2023, le renouvellement de sa certification ISO 9001 pour 3 ans.



04. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

5. Nos engagements RSE : une transformation collective

Médiamétrie a fait de l'impact environnemental et de la réduction de son empreinte carbone une mission d'entreprise fondée sur un engagement collectif :

« Nos engagements RSE, nous les avons construits collectivement au sein de Médiamétrie. Et nous les atteindrons par la contribution et les efforts de tous », Yannick Carriou PDG de Médiamétrie. Cet engagement collectif a pris corps dès la définition de notre stratégie RSE et de nos ambitions en termes de réduction d'empreinte carbone. Des ateliers collaborateurs ont été organisés pour permettre de définir nos enjeux de matérialité pour chacun de nos axes stratégiques et nos priorités d'action en la matière.

Engager nos collaborateurs

Pour embarquer tous les collaborateurs de l'entreprise, Médiamétrie s'est associé en 2023 à Greenlandia au travers d'un partenariat sur le long terme (jusqu'en 2025 au moins).

Greenlandia est une initiative climatique française lancée en 2015 qui vise à sensibiliser, au travers de communautés en première ligne du changement climatique sur ses impacts pour en limiter les effets, et à transmettre les clés de l'adaptation. Une association précurseur en ce qu'elle analyse les effets du changement climatique sur le Cercle Polaire Arctique qui se réchauffe 4 fois plus vite que partout ailleurs dans le monde. Elle renvoie ainsi un miroir réaliste et en avance de phase qui décrypte les changements d'attitude nécessaires des populations du Groenland, en prise directe avec la réalité climatique, et qui constitue une source inépuisable d'inspiration par sa résilience et son adaptation permanente. L'originalité de ce partenariat réside dans la co-construction et une démarche collaborative de long terme appelée « boucle de l'adaptation ». En plongeant les collaborateurs dans un environnement immersif de conditions extrêmes où la survie dépend de chaque bonne décision et aussi des autres, les objectifs de cette boucle est de :

- Se reconnecter avec les essentiels, distinguer l'essentiel du superflu inspiré par un style de vie adapté à un environnement extrême et contraint,
- Permettre, grâce à cette inspiration, de construire un engagement à travers nos gestes pour la planète et de nous préparer aussi à notre propre adaptation individuelle et collective,
- Comprendre notre degré d'acceptation et de renoncement à ce qui n'est pas essentiel.

Ce travail sur ce qui est superflu constitue déjà en soi la construction d'un nouveau modèle de développement durable pour Médiamétrie.

Un premier atelier « boucle de l'adaptation » a été réalisé en 2023 avec 20 collaborateurs.

Au moins deux nouveaux ateliers seront organisés en 2024.

04. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

En 2023, Greenlandia est également intervenu auprès du Comité de Direction de Médiamétrie pour sensibiliser les directeurs de l'entreprise aux effets du changement climatique et à la nécessaire adaptation de nos modes de fonctionnement, ainsi qu'auprès des collaborateurs lors d'un amphi, d'une projection de film d'une expédition au Groënland, puis d'une journée portes ouvertes où leurs enfants étaient invités pour un atelier pédagogique sur le changement climatique. En parallèle, l'équipe RSE de Médiamétrie a organisé une opération de sensibilisation interne via un Quizz RSE lors de séminaires d'équipes au sein de 9 directions de l'entreprise au cours desquels 391 collaborateurs ont participé.

Engager nos panélistes

Médiamétrie a mis en place une sensibilisation de ses panélistes à la RSE (empreinte carbone) lors de ses contacts téléphoniques ou par e-mail. Les opérateurs qui les ont quotidiennement au téléphone sont chargés de faire la pédagogie nécessaire. Ils sont également sensibilisés à la démarche RSE de Médiamétrie à travers le magazine *InfoPanel* qui leur est adressé 2 fois par an ou autres newsletters régulières envoyées par mail.

Engager nos clients et partenaires

Médiamétrie a fait intervenir Greenlandia lors de son évènement clients annuel, le MIX, pour sensibiliser ses clients. Une intervention qui avait pour but de rappeler que nous devons agir collectivement au sein de l'écosystème média et publicitaire.

Pour faire part de son engagement dans la lutte contre le réchauffement climatique, Médiamétrie a candidaté au Grand Prix RSE des Médias en 2023 auquel participe un grand nombre d'acteurs du secteur média et publicitaire, et a remporté la Médaille d'Or dans la catégorie « Réduction de l'empreinte carbone ».



Médiamétrie a souhaité élargir son ambition de transformation collective en intervenant auprès de 350 participants, clients et partenaires internationaux, à la conférence internationale sur les mesures d'audience TV et Radio de l'ASI 2023 sur le thème « Towards sustainable audience measurement » (Vers une mesure d'audience durable) pour la première fois de l'histoire de cette conférence. Une démarche inédite de sensibilisation auprès d'acteurs venant du monde entier.



04. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

6. Pour des achats de produits et services responsables

Engager nos fournisseurs

Médiamétrie maintient une attention particulière à ses fournisseurs au travers de sa Politique d'achats responsables en vigueur depuis septembre 2022, visant notamment à un engagement accru de ses fournisseurs en termes de RSE et plus spécifiquement environnemental. A ce titre, nos deux principaux collaborateurs concernés ont été formés aux Achats Responsables (ISO 20400).

Pour mémoire, au sein de notre Top 100 fournisseurs représentant 2/3 de nos émissions totales de GES (tCO₂e), 48% nous ont fourni leur Bilan Carbone complet (scopes 1, 2 et 3) et 33% leur trajectoire de réduction carbone et un plan d'action pour aller au-delà a été défini pour chacune des directions de l'entreprise. Pour tout nouveau prestataire, nous demandons la réalisation d'un Bilan Carbone annuel complet sur les données de l'exercice N-1 avec une communication des résultats et des engagements avant le début de la relation commerciale et en fonction des engagements de dépenses et de la nature même de la prestation envisagée. L'objectif est de rendre notre chaîne d'approvisionnement plus durable en œuvrant collectivement pour limiter l'augmentation de la température mondiale à 1,5 °C ou moins.

Médiamétrie a souhaité aller plus loin en se fixant comme objectif de couvrir 50% de son périmètre achats par une évaluation RSE. A fin 2023, tous ces fournisseurs ont réalisé cette évaluation RSE (audit AFNOR et assimilés).

Par ailleurs, le modèle d'évaluation des offres fournisseurs (For285a) a été intégré dans le processus achats de notre SMQ (Système de Management de la Qualité), celui permettant d'intégrer de manière systématique des critères RSE lors des appels d'offres.

En 2023, près de 50% du périmètre Achats a été évalué en interne par les opérationnels et le département Achats. Cette évaluation montre des résultats à un haut niveau maintenu de satisfaction, à savoir 77/100 (vs 76/100 en 2022). Et le respect des délais de règlements fournisseurs a été assuré à hauteur de 99,58% à fin 2023 (vs 99,61% à fin 2022).

Résultats EcoVadis 2023 : l'engagement RSE de Médiamétrie récompensé

Pour la 3^{ème} année consécutive, Médiamétrie obtient la Médaille d'Argent EcoVadis pour sa performance RSE. EcoVadis évalue la RSE des entreprises dans les thèmes suivants : l'Environnement, Social & Droits Humains, l'Éthique et les Achats Responsables.

En 2023, Médiamétrie obtient le score de 64/100 - supérieur de 22 points à la moyenne du secteur Publicité et études de marché - en évolution de +4 points vs 2022, et atteint le 86^{ème} percentile. Nous avons progressé de +10 points sur les volets Environnement - 70/100 vs 60/100 - et Éthique - 70/100 vs 60/100 - en 1 an, et notre score est resté stable sur les volets Social & Droits Humains - 60/100 - et Achats Responsables - 60/100. Cette évolution est le fruit des efforts collectifs pour améliorer la performance RSE de l'entreprise. Un plan d'action est déjà en cours d'élaboration pour continuer de progresser dans chacun de ces thèmes.



Médiamétrie obtient la médaille d'argent pour sa performance RSE, pour la 3^e année consécutive

Médiamétrie obtient le score de 64/100 pour l'évaluation de sa performance RSE et atteint le 86^e percentile.

Vs 60/100 et 81^e percentile en 2022.

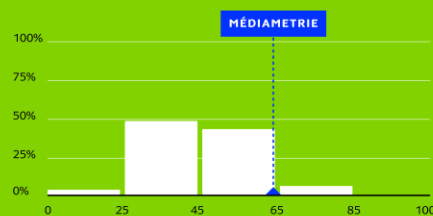


Dans chaque thématique, le score de Médiamétrie est supérieur à la moyenne de son secteur d'activité.



Le score RSE de Médiamétrie (64/100) par Ecovadis est supérieur à celui du secteur publicité et études de marché (42/100).

Répartition des scores globaux



Toutes les entreprises de ce secteur d'activité évaluées par EcoVadis

Médiamétrie fait partie des **43%** à obtenir un score entre **45 et 65/100**.
Vs 41% en 2022.

6% des sociétés obtiennent une performance entre **65 et 85/100** et **0%** entre **85 et 100/100**.



Annexes



Analyse des risques extra financiers – Stratégie M25

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Stratégie M25 "Un tiers neutre, indépendant et transparent"	Perte de souveraineté des mesures Médiamétrie, indispensable pour assurer notre rôle de tiers neutre, indépendant et transparent	Maintenir le positionnement de tiers de confiance de Médiamétrie	<ul style="list-style-type: none"> Gouvernance Médiamétrie (CA, Comités, mise en place d'un Atelier Cross-Média) 	<ul style="list-style-type: none"> Des mesures transparentes et équitables reposant sur des standards issus d'un consensus marché 	<ul style="list-style-type: none"> De nouveaux standards marché ont été définis en 2023 et seront implémentés en 2024 (intégration des preview, des écrans digitaux à domicile, des non-équipés TV)
	Concurrence des plateformes digitales internationales pratiquant l'automesure				
	(R)évolution de la CTV (TV connectée) dans les usages médias	Baisse de la durée d'écoute de la TV linéaire et de la Radio et fragmentation des usages vers de nouveaux modes de consommation (streaming, FAST...)	Mesurer l'audience et les usages Total Vidéo et Total Audio de manière fiable, transparente et équitable	<ul style="list-style-type: none"> Plan stratégique M25 et Programme d'Accélération des Solutions (PAS) 	<ul style="list-style-type: none"> CA / REX / CAPEX Concrétisation du plan M25 (lancement de produits et évolutions de produits du plan stratégique) Satisfaction globale clients
Développement de l'IAG	Evaluer la prise en compte de l'IAG dans les futurs développements				



Analyse des risques extra financiers – Environnement & Climat 1/3

Piliers	Principaux risques extra-financiers	Enjeux opérationnels	Politiques et actions identifiées	Principaux indicateurs visés	Résultats obtenus en 2023
Environnement & Climat "Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020)"	Augmentation des émissions de gaz à effet de serre en lien avec la croissance de ses activités	Bilan Carbone et trajectoire de réduction des émissions de GES	<ul style="list-style-type: none"> Réaliser un Bilan Carbone complet (3 scopes) tous les ans Trajectoire de réduction des émissions de GES de Médiamétrie de -50% entre 2020 et 2030 	<ul style="list-style-type: none"> Bilan Carbone complet (3 scopes) annuel Suivi des émissions GES (tCO2e) Objectif de réduction des émissions de GES entre 2020 et 2030 : -50% 	<ul style="list-style-type: none"> Bilan Carbone 2022 réalisé en 2023 : Total 5 001 tCO2e, Scope 1 : 129 tCO2e (vs 151 tCO2e en 2020), Scope 2 : 47 tCO2e (vs 53 tCO2e en 2020), Scope 3 : 4 825 tCO2e (vs 5 282 tCO2 en 2020) Trajectoire de réduction des émissions de GES entre 2020 et 2022 : -8%
		Pour des achats de produits et services décarbonés	<ul style="list-style-type: none"> Veiller à l'engagement dans une démarche climat de nos fournisseurs actuels et futurs Politique d'Achats Responsables (décarboner nos achats) 	<ul style="list-style-type: none"> Part du top 100 fournisseurs représentant ~2/3 de nos émissions totales de GES (tCO2e) nous ayant fourni leur Bilan Carbone complet (scopes 1, 2 et 3) et leur trajectoire de réduction carbone Intégration de critères RSE dans les AO 	<ul style="list-style-type: none"> Part du top 100 fournisseurs représentant ~2/3 de nos émissions totales de GES (tCO2e) nous ayant fourni leur Bilan Carbone complet (scopes 1, 2 et 3) et leur trajectoire de réduction carbone Modèle d'évaluation fournisseurs (For285a) intégré dans le processus achats du SMQ
		Vers la sobriété numérique	<ul style="list-style-type: none"> Héberger les données dans le cloud Réduire considérablement l'énergie utilisée dans le Cloud : via le type d'instances et processeurs utilisés Mettre en place une gestion du cycle de vie des données Allonger la durée de vie moyenne effective de nos PC 	<ul style="list-style-type: none"> Part des données de l'entreprise hébergées dans le cloud Réduire considérablement l'énergie utilisée dans le Cloud : via le type d'instances et processeurs utilisés Part des données avec une gestion du cycle de vie Durée de vie moyenne effective de nos PC 	<ul style="list-style-type: none"> Part des données de l'entreprise hébergées dans le cloud : 85% Migration vers des instances utilisant des processeurs moins énergivores pour 46% du périmètre éligible Un 1er transfert sur des serveurs hébergés en France a commencé fin 2023 Part des données avec une gestion du cycle de vie : 90% Durée de vie moyenne effective de nos PC : de 3,15 à 3,98 ans pour le siège à Levallois ; et de 2,72 à 3,72 pour nos terrains d'enquête d'Amiens et de Rouen



Analyse des risques extra financiers – Environnement & Climat 2/3

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Environnement & Climat "Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020)"	Augmentation des émissions de gaz à effet de serre en lien avec la croissance de ses activités et augmentation des coûts de l'énergie	Vers la sobriété énergétique	<ul style="list-style-type: none">• Réduire nos espaces de travail / surfaces immobilières• Utiliser de façon raisonnée nos systèmes de climatisation et chauffage• Privilégier les audimètres les moins énergivores• Plan de sobriété énergétique• Décret tertiaire	<ul style="list-style-type: none">• Réduction effective des espaces de travail• Energie consommée en kWh• Plan de sobriété énergétique : réduire les consommations de gaz/électricité de -10% à fin 2024 vs 2019 et de -50% à 2050 (acte 2 de juin 2023)• Objectifs Décret Tertiaire : -40% de consommation énergétique d'ici 2030 (vs 2015 année de référence Médiamétrie)	<ul style="list-style-type: none">• Réduction effective des espaces de travail : -37% en surface (siège de Levallois) à partir de septembre 2023• Energie consommée en kWh en 2023 (908 393 kWh) vs 2022 (1 111 575 kWh) et vs 2020 (1 304 334 kWh)• Plan de sobriété énergétique : réduction des consommations de gaz/électricité de -32% à fin 2023 vs 2019• Décret tertiaire : -45% de consommation énergétique à fin 2023 (vs les années de référence par site Médiamétrie)



Analyse des risques extra financiers – Environnement & Climat 3/3

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Environnement & Climat "Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020)"	Augmentation des émissions de gaz à effet de serre en lien avec la croissance de ses activités	Pour une conception de nos produits et services écoresponsable	<ul style="list-style-type: none"> Prendre en compte l'impact carbone dans la conception de nos mesures 	<ul style="list-style-type: none"> Lancer une démarche d'éco-conception 	<ul style="list-style-type: none"> Médiamétrie a lancé en 2023 une démarche d'écoconception. Cela concerne aussi bien les nouveaux projets que les produits existants. Au lancement de chaque nouveau projet, les équipes doivent réaliser une évaluation de l'empreinte carbone de tous les scénarios de conception envisagés (réduction de l'empreinte carbone by design)
		Pour une mobilité verte	<ul style="list-style-type: none"> Privilégier pour nos déplacements professionnels les mobilités douces et les véhicules électriques, limiter les déplacements en avion Car Policy et Travel Policy Proposer à nos collaborateurs le télétravail 	<ul style="list-style-type: none"> Emissions carbone liées aux déplacements Part des véhicules électriques / hybrides / thermiques Emissions GES (tCO2e) déplacements professionnels Emissions GES (tCO2e) déplacements domicile-travail Accord de télétravail 	<ul style="list-style-type: none"> Les émissions carbone de Médiamétrie liées aux déplacements ont baissé de -13% entre 2020 et 2022 Part (en %) des véhicules électriques / hybrides / thermiques en 2023 (25-19-56) vs 2022 (10-18-72) et années précédentes (5-12-83 en 2021) Résultats 2022 vs 2020 des émissions GES (tCO2e) déplacements domicile-travail : 117 tCO2e en 2022 vs 187 tCO2e en 2020 soit une baisse de -37% Résultats 2022 vs 2020 des émissions GES (tCO2e) déplacements professionnels : 72 tCO2e en 2022 vs 64 tCO2e en 2020 (année Covid) soit une hausse de +14% Accord de télétravail à 3 jours par semaine mis en application à partir du 1er janvier 2023



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 1/4

Piliers	Principaux risques extra-financiers	Enjeux opérationnels	Politiques et actions identifiées	Principaux indicateurs visés	Résultats obtenus en 2023
Social & Sociétal "Promouvoir plus d'égalité et de diversité"	Pression sur le recrutement et les compétences	Accompagner la stratégie de l'entreprise par la politique RH autour des compétences	<ul style="list-style-type: none"> Politique RH 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de recrutements dont embauches CDI/CDD 	<ul style="list-style-type: none"> 131 recrutements ont été réalisés au siège dont 68 embauches en CDI/CDD. Recrutement de 42 étudiants en alternance et 21 en stage. 13% d'entre eux ont souhaité poursuivre leur carrière dans l'entreprise. 249 recrutements ont été réalisés sur les terrains d'enquête dont 144 d'embauches en CDI
		Assurer un accompagnement individualisé à tous les collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> Intégration et suivi dans l'entretien annuel de performance (MyEAP) et sa revue trimestrielle (MyPerf) des besoins en formation de chaque collaborateur Lien direct permettant de rediriger le collaborateur vers La Place de la Formation et MySkills (e-learning) pour faire ses choix de formation en concertation avec son manager Accès à ces deux plateformes à tout moment s'il souhaite formuler des choix et s'inscrire en cours d'année 	<ul style="list-style-type: none"> Part de la masse salariale a été consacrée à la formation professionnelle (vs un taux de contribution légale de 1%) Part des salariés de Médiamétrie ayant participé à au moins une formation Taux de complétion de l'entretien annuel de performance (MyEAP) 	<ul style="list-style-type: none"> 3,48% de la masse salariale a été consacrée à la formation professionnelle (vs un taux de contribution légale de 1%) 73% des salariés de Médiamétrie ont participé à au moins une formation Taux de complétion de l'entretien annuel de performance (MyEAP) de 96%



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 2/4

Piliers	Principaux risques extra-financiers	Enjeux opérationnels	Politiques et actions identifiées	Principaux indicateurs visés	Résultats obtenus en 2023
Social & Sociétal "Promouvoir plus d'égalité et de diversité"	Augmentation des risques psychosociaux (RPS)	Garantir un cadre de travail et un dialogue interne propice à l'épanouissement de chaque collaborateur	<ul style="list-style-type: none"> • Réaménagement des espaces de travail • Dialogue interne permanent • Relations directes entre les dirigeants et l'ensemble des collaborateurs • Dialogue social • Accord de télétravail permettant d'offrir plus de responsabilité et d'autonomie et favorisant l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Part des collaborateurs satisfaits par les nouveaux espaces de travail • Rituels RH • Communication entre les dirigeants et l'ensemble des collaborateurs • Accords collectifs • Accord de télétravail 	<ul style="list-style-type: none"> • 90% des collaborateurs estiment que nos nouveaux espaces répondent à leurs besoins dans leur quotidien au travail • Rituels RH collaborateurs : petit-déjeuner d'équipe, matinales d'intégration, points de suivi d'intégration • Rituels RH managers : revues biannuelles de performance , 4 Caméra Café RH organisés en 2023 regroupant 45 managers et un Café de proximité regroupant 55 managers • Morning Meet (réunion annuelle de tous les collaborateurs sur les résultats 2022 et perspectives 2023), sessions de Live Teams, communications écrites, visuels explicatifs • Accords collectifs • Accord de télétravail à 3 jours par semaine mis en application à partir du 1er janvier 2023
		S'entraîner à de bonnes pratiques managériales	<ul style="list-style-type: none"> • Parcours d'entraînement managérial 	<ul style="list-style-type: none"> • Part des managers formés à travers le parcours d'entraînement managérial 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% de nos 148 managers ont été formés à travers le parcours d'entraînement managérial
		Assurer une qualité de travail à chaque collaborateur pour leur santé et sécurité	<ul style="list-style-type: none"> • Pratiquer l'écoute active de nos salariés via des dispositifs dédiés et créer des moments d'échanges avec leur manager • Réaliser la revue des risques de santé et de sécurité dans le cadre du Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels 	<ul style="list-style-type: none"> • Enquêtes périodiques (Pulse) ou enquêtes sur des thématiques spécifiques réalisées • DUERP 	<ul style="list-style-type: none"> • 7 enquêtes collaborateurs en 2023 : taux de participation moyen à 51,2%, note de motivation moyenne à 6,8/10, et note de recommandation à 7/10 • En 2023, nous avons poursuivi un dialogue social avec les représentants du personnel afin de les former sur ce sujet et de faire évoluer le DUERP



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 3/4

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Social & Sociétal "Promouvoir plus d'égalité et de diversité »	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité	Promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes	<ul style="list-style-type: none"> Assurer une diversité dans les effectifs Réduire les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes Assurer l'égalité de l'accès des femmes et des hommes à la formation et au développement professionnel Assurer l'articulation des temps de vie professionnelle et personnelle pour tous les salariés 	<ul style="list-style-type: none"> Index annuel de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes 	<ul style="list-style-type: none"> Index annuel de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes 2022 : 91/100
		Favoriser l'inclusion de tous	<ul style="list-style-type: none"> Former et sensibiliser à la diversité : sensibilisation au sexisme, biais cognitifs, soft skills... Mise en place d'une cafétéria d'entreprise inclusive 	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une formation spécifique et nombre de collaborateurs formés Mise en place d'une cafétéria d'entreprise inclusive 	<ul style="list-style-type: none"> Formation sur mesure développée par la DRH sur les sujets « Recruter et onboarder » à destination des managers intégrant nativement les dimensions de non-discrimination : 20 managers ont été formés en 2023 et la formation a pour vocation à être généralisée à l'ensemble des managers en 2024 Mise en place d'un partenariat avec En10 Saveurs qui gère notre cafétéria d'entreprise depuis septembre 2023 avec 3 collaborateurs en situation de handicap mental/cognitif qui nous accueillent tous les jours lors de nos pauses café et déjeuner à la cafétéria



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 4/4

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Social & Sociétal "Promouvoir plus d'égalité et de diversité"	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité	Développer une culture de la solidarité	<ul style="list-style-type: none"> • Poursuite de notre soutien dans les zones de conflits, notamment l'Ukraine • Poursuite de notre soutien à l'initiative climatique Greenlandia • Soutien à Cancer@Work un réseau d'entreprises engagées pour apprendre à mieux vivre ensemble la maladie en entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en œuvre de ce soutien par des actions concrètes 	<ul style="list-style-type: none"> • Poursuite de notre soutien dans les zones de conflits, notamment l'Ukraine, par la suspension de toute activité commerciale avec la Russie (respect de la charte des Nations Unies) • Poursuite de notre soutien à l'initiative climatique Greenlandia pour financer leur expéditions scientifiques au Groënland afin de s'adapter au changement climatique notamment pour les populations locales déjà fortement impactées • Soutien à Cancer@Work un réseau d'entreprises engagées pour apprendre à mieux vivre ensemble la maladie en entreprise avec la participation à un challenge sportif regroupant 5 équipes de 10 collaborateurs qui ont parcouru plus de 10 500 km pour récolter des fonds en faveur de l'association
		Contribuer au développement local	<ul style="list-style-type: none"> • Confirmation de la conduite de nos activités contribuant durablement au développement local à Amiens (MC2) et à Le Petit-Quevilly (MC3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Maintien de ses enquêtes et productions téléphoniques au travers de terrains nationaux 	<ul style="list-style-type: none"> • En 2023, Médiamétrie a réalisé 66 % de ses enquêtes et productions téléphoniques au travers de terrains nationaux (vs 53% en 2022)



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 1/5

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Gouvernance & Ethique "Assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs"	Évolution de la législation européenne relative à la protection des données à caractère personnel	La sécurité et la protection des données au cœur du dispositif	<ul style="list-style-type: none">• Politique Sécurité• Obtenir la certification pour la norme ISO 27001 liée à la sécurité de l'information• Poursuivre avec son extension liée à la protection des données à caractère personnel, la norme ISO 27701• Sensibilisation continue des collaborateurs, notamment ceux intervenant dans les processus qui impliquent des données de panélistes• Audit sécurité de notre partenaire à Casablanca• Structuration de nos référentiels internes en termes de Privacy par l'établissement de nouvelles politiques• Application du principe de Privacy By Design dans nos projets	<ul style="list-style-type: none">• Obtention de la certification ISO 27001• Obtention de la certification ISO 27701• Part des collaborateurs en contact direct avec des panélistes ayant fait l'objet d'une sensibilisation ad hoc• Audit sécurité de notre partenaire à Casablanca• Etablissement de nouvelles politiques internes traitant directement de sujets relatifs aux données personnelles des parties prenantes de Médiamétrie• Mise en place du processus dédié a permis à tous les projets de faire l'objet d'une analyse Privacy	<ul style="list-style-type: none">• Obtention de la certification ISO 27001• Obtention de la certification ISO 27701• 100% de collaborateurs en contact direct avec des panélistes ont fait l'objet d'une sensibilisation ad hoc• Sur l'ensemble des collaborateurs, 85% ont été formés à la protection des données personnelles• Audit sécurité de notre partenaire à Casablanca réalisé• 6 nouvelles politiques internes traitent directement de sujets relatifs aux données personnelles des parties prenantes de Médiamétrie• Maturité dans l'application du principe de Privacy By Design dans nos projets



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 2/5

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Gouvernance & Ethique "Assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs"	Évolution de la législation européenne relative à l'équilibre du partage de données entre les acteurs du digital	Favoriser l'équité de traitement entre tous les acteurs	<ul style="list-style-type: none">• Défendre l'intérêt du secteur de la mesure d'audience dans le cadre d'actions autour des projets de règlements européens• Veille permanente• Rencontres organisées tant au niveau national qu'europpéen permettent de sensibiliser nos interlocuteurs à la fonction inhérente de la mesure d'audience dans l'écosystème média et digital ainsi que dans son évolution	<ul style="list-style-type: none">• Prise en compte des intérêts du bien commun que constitue la mesure d'audience dans les négociations jusque dans les propositions de textes de loi	<ul style="list-style-type: none">• Soutien aux dispositions du texte du projet de Réglementation sur la Liberté des Médias (European Media Freedom Act) en faveur d'une équité de traitement entre tous les acteurs de l'écosystème• Attention particulière portée sur la mise en œuvre du Digital Markets Act qui instaure un mécanisme de partage de données entre les acteurs de l'écosystème digital média• Sensibilisation des autorités de régulation à la nécessaire indépendance et souveraineté des mesures d'audience



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 3/5

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Gouvernance & Ethique "Assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs"	Maintien du positionnement de Médiamétrie de tiers de confiance, neutre, indépendant, transparent et responsable (RSE)	Pour des pratiques éthiques	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer notre code de conduite anticorruption • Respecter notre code de déontologie et rester à l'écoute de nos collaborateurs via un dispositif d'alerte éthique • Donner la possibilité d'échanger avec notre référente déontologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Part des collaborateurs formés à la lutte anticorruption • Mettre en place un dispositif d'alerte éthique et la possibilité d'échanger avec notre référente déontologie • Nombre de litiges en lien avec l'application de la loi Sapin 2 	<ul style="list-style-type: none"> • 87,5% des collaborateurs ont été formés à la lutte anti-corruption • Aucun litige en lien avec l'application de la loi Sapin 2 n'a été constaté par Médiamétrie en 2023 dans la réalisation de ses activités
		En toute transparence	<ul style="list-style-type: none"> • Faire auditer nos processus (certification ISO 9001) • Faire auditer nos mesures de référence marché par un organisme tiers (par ex : CESP) 	<ul style="list-style-type: none"> • Renouvellement de la certification ISO 9001 • Audits CESP 	<ul style="list-style-type: none"> • Certification ISO 9001 renouvelée pour 3 ans en janvier 2023 • Audits CESP : 5 audits en 2023 (Médiamat, Home Devices, Internet Global, EAR National et EAR Insights)



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 4/5

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Gouvernance & Ethique "Assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs"	Maintien du positionnement de Médiamétrie de tiers de confiance, neutre, indépendant, transparent et responsable (RSE)	Nos engagements RSE : une transformation collective	<ul style="list-style-type: none">• Engager nos collaborateurs, nos panélistes, nos clients et partenaires• Participation au Grand Prix de la Responsabilité des Médias• Intervention de Médiamétrie sur le thème "Vers une mesure d'audience durable" à l'ASI (conférence internationale avec nos clients et partenaires)• Evaluation EcoVadis	<ul style="list-style-type: none">• Actions de sensibilisation collaborateurs dans le cadre du partenariat Greenlandia• Quiz RSE en séminaires d'équipes• Participation au Grand Prix de la Responsabilité des Médias• Intervention de Médiamétrie sur le thème "Vers une mesure d'audience durable" à l'ASI (conférence internationale avec nos clients et partenaires)• EcoVadis : Médaille d'Argent	<ul style="list-style-type: none">• Partenariat Greenlandia : sensibilisation CODIR et amphi collaborateurs, journée portes ouvertes, projection, formation "boucle de l'adaptation", sensibilisation événement clients• Quiz RSE en séminaires d'équipes : 391 collaborateurs sensibilisés dans 9 directions de l'entreprise• Médaille d'Or dans la catégorie "Réduction de l'empreinte carbone" au Grand Prix RSE des Médias 2023• Intervention de Médiamétrie sur le thème "Vers une mesure d'audience durable" à l'ASI (conférence internationale avec nos clients et partenaires) : 1ère fois que cette conférence accueille un sujet RSE• Résultats EcoVadis 2023 : Médaille d'Argent, score de 64/100 (86ème percentile)



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 5/5

<u>Piliers</u>	<u>Principaux risques extra-financiers</u>	<u>Enjeux opérationnels</u>	<u>Politiques et actions identifiées</u>	<u>Principaux indicateurs visés</u>	<u>Résultats obtenus en 2023</u>
Gouvernance & Ethique "Assurer une pratique transparente en ligne avec nos valeurs"	Maintien du positionnement de Médiamétrie de tiers de confiance, neutre, indépendant, transparent et responsable (RSE)	Pour des achats de produits et services responsables	<ul style="list-style-type: none">• Politique d'Achats Responsables• Evaluation RSE de nos fournisseurs• Intégrer de manière systématique des critères RSE lors des appels d'offres• Former aux Achats Responsables (ISO 20400)	<ul style="list-style-type: none">• Couvrir 50% du périmètre achats par une évaluation RSE• Modèle d'évaluation des offres fournisseurs (For285a) intégré au processus achats de notre SMQ (Système de Management de la Qualité) pour intégrer de manière systématique des critères RSE lors des appels d'offres• Collaborateurs formés aux Achats Responsables (ISO 20400)• Respect des règlements fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">• 100% des fournisseurs Médiamétrie faisant partie du périmètre (= 50% des achats) ont réalisé une évaluation RSE (AFNOR et assimilés)• Modèle d'évaluation des offres fournisseurs (For285a) intégré au processus achats de notre SMQ (Système de Management de la Qualité) pour intégrer de manière systématique des critères RSE lors des appels d'offres• 2 principaux collaborateurs concernés formés aux Achats Responsables (ISO 20400)• Respect des règlements fournisseurs : 99,58% à fin décembre 2023