

DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIERE - 2019

Mot du Président

Pour la deuxième année, Médiamétrie est soumise à l'obligation de Déclaration de performance extra-financière. Le document ci-dessous illustre les initiatives prises de longue date par l'entreprise pour définir son modèle d'affaires, analyser les risques auxquels elle est soumise et mettre en œuvre les politiques de prévention. Avec cette Déclaration de performance extra-financière, Médiamétrie est fière de mettre en lumière son engagement social, environnemental et sociétal.

Modèle d'affaires

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

Forte de l'engagement et de l'expertise de ses équipes, l'entreprise accompagne les médias pour mieux connaître leur public et valoriser leurs contenus éditoriaux. Elle est également aux côtés des agences et des annonceurs pour améliorer l'efficacité de leurs campagnes publicitaires, sachant qu'en 2019, les dépenses publicitaires (TV, cinéma, radio, print, outdoor, digital) ont représenté plus de 13 Md€.

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

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

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

- exportant son savoir-faire technique et scientifique,
- donnant accès à des données de programmation et d'audience de plus de 7 000 chaînes dans plus de 120 pays.

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



Mediametrie

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

Au final, l'entreprise fédère médias, agences et annonceurs autour de ses priorités :

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

2019, dernière année du plan stratégique (2017-2019) aura permis l'aboutissement des projets initiés avec notamment :

- L'avancement du projet Médiamat 2020 tous lieux tous écrans qui permettra l'intégration de l'audience hors domicile dans la mesure de référence dès fin mars 2020 ;
- L'évolution des panels Internet et le développement de la mesure d'audience Internet Vidéo 3 écrans ; en Juillet 2019, Youtube a intégré la mesure.
- L'analyse des usages SVoD au travers des études Global Vidéo et Baromètre SVoD ;
- Les travaux de recherche réalisés pour éventuellement remplacer l'actuel Panel Radio déclaratif par un Panel automatique ;
- Le lancement en septembre 2019 d'une nouvelle mesure d'audience du replay radio et des podcasts natifs basée sur l'AIP, complémentaire des dispositifs existants : eStat Podcast, Global Audio et Global Radio
- Le développement des services de médiaplanning (Eval TV, Eval Web) et d'efficacité publicitaire (DAR, XCR) ;
- L'industrialisation des activités Data sur la base de la nouvelle offre : Data Checking, Data Profiling, Data Enriching.
- Le développement de l'action internationale avec la croissance de Glance (ex Eurodata TV), la consolidation de l'activité en Afrique directement et au travers de deux filiales : Marocmétrie et Omedia ; et enfin l'exportation commerciale de solutions méthodologiques et technologiques avec notamment un contrat dans un nouveau pays : la Suède ;



Mediametrie

- Le suivi du parcours du spectateur et l'analyse de l'expérience cinéma ; pour la première fois en France, en juillet 2019, Médiamétrie est allé plus loin dans son analyse du ressenti des spectateurs en utilisant une technologie développée par la société Datakalab. Cette solution mesure les émotions exprimées par les spectateurs devant l'écran, pendant la diffusion d'une bande-annonce ou d'un film ;

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

- Le Conseil d'Administration adopte la stratégie de l'entreprise et veille à sa performance.
- Associant les principaux acteurs de chaque marché, six Comités délibèrent des évolutions à apporter aux mesures d'audience.

Des commissions scientifiques et techniques et des groupes de travail complètent ces instances de décisions. La présence de l'ensemble des professions, médias, agences, annonceurs dans ces instances, conforte la transparence, la neutralité et l'indépendance de Médiamétrie dans l'intérêt général de l'écosystème.

Par ailleurs, forte de sa connaissance et soucieuse de l'intérêt général, la direction de Médiamétrie a été régulièrement auditionnée par les pouvoirs publics (Assemblée nationale, ministères, Autorité de la concurrence) notamment dans le cadre du « projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique ».

Ces auditions ont permis de partager avec les autorités législatives, exécutives et de régulation, la photographie des comportements du public et, pour toujours mieux les suivre, l'évolution de nos dispositifs et méthodes de mesure., qui de plus en plus se traduisent par des fusions avec des données issues d'autres acteurs.

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 106,6 M€ pour l'exercice 2019. Pour ce second exercice, la DPEF a été limitée aux sociétés Médiamétrie SA et Médiamétrie//NetRatings (101 M€ en 2019 soit 94,7% du CA consolidé).

Les effectifs du Groupe (ETP) sont de 870 (vs 842 en 2018), dont 691 pour Médiamétrie SA (vs 679 en 2018) et 28 pour Médiamétrie//NetRatings (vs 30 en 2018).

En 2019, Médiamétrie a renforcé ses investissements, avec un niveau de 8,8 M€ (vs 7 M€ en 2018).

Analyse des enjeux / Principaux risques extra-financiers

Tous les enjeux cités dans ce document ont fait l'objet d'une analyse détaillée et actualisée pour cette année 2019, notamment via les différents processus qualité en



place. Médiamétrie s'est appuyée sur la norme RSE ISO 26000 et les conclusions du projet RGPD pour établir une analyse des risques face à ces enjeux. Chacun d'eux a fait l'objet d'une analyse pour faire ressortir les politiques et moyens de maîtrise à mettre en place et les indicateurs de performance à suivre. Une fois cet exercice achevé, l'analyse des risques a été revue et validée en revue de direction du Système Qualité, placée sous l'autorité du Président-Directeur Général de Médiamétrie.

Les risques retenus ici sont ceux qui, sur la thématique de la Performance Extra Financière de l'entreprise, ont été 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.

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

1. SOCIAL

Recruter et fidéliser les talents

Dans un environnement digital de plus en plus complexe, il est fondamental pour Médiamétrie de développer les compétences de ses équipes, d'attirer et recruter les talents de demain et de créer un environnement propice à la satisfaction individuelle et collective de ses collaborateurs.

- Pour cela, Médiamétrie a une démarche active de Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences reposant sur la formation, l'évolution de carrière de ses collaborateurs et sur le recrutement de nouveaux talents.
- Engagée en faveur du respect de l'égalité hommes-femmes, Médiamétrie a obtenu le score de 79/100 et répond ainsi aux obligations de la réglementation (publication index annuel). Ce score traduit positivement l'action menée par Médiamétrie, notamment sur les écarts de rémunération Femmes / Hommes, les écarts de promotion Femmes/Hommes et la révision salariale au retour de congé maternité.
- Médiamétrie porte également une attention particulière à la qualité de vie au travail des salariés reposant sur 4 piliers : les missions, la santé, l'environnement de travail et l'équilibre vie professionnelle/personnelle.
- Médiamétrie a mis en place différentes actions permettant de concourir à la maîtrise de ces enjeux.
 - Cinq axes de formation prioritaires ont été définis pour l'année 2019 : intensifier l'expertise Data / Digitale, conforter l'expertise de chaque métier dont la programmation et le Médiaplanning, accompagner le management,



Mediametrie

étendre la culture et le management de projet, identifier et prévenir les risques RGPD.

- Médiamétrie dispose d'un plan de mobilité interne pour l'évolution de ses collaborateurs et d'un programme d'identité employeur pour recruter auprès des écoles et répondre aux partenaires et candidats potentiels.
 - Au sein de son Campus formation, l'entreprise développe un programme de conférences, intitulé « Amphi ». Il propose aux collaborateurs un cycle de conférences sur l'évolution de la consommation des médias, la transformation des dispositifs d'études ou encore sur l'évolution de l'écosystème, avec des intervenants internes et externes.
 - Une cartographie des métiers a été établie, un Comité Carrières se réunit annuellement.
 - Une enquête d'opinion interne MM & Vous est réalisée tous les 2 ans depuis 8 ans.
 - Les échanges se développent de manière régulière avec les instances représentatives du personnel. Plusieurs documents et accords collectifs régissent par ailleurs la vie des salariés dans l'entreprise (Convention d'Entreprise, Règlement intérieur, charte informatique, modèle de management).
Une charte du télétravail à titre expérimental a été adoptée en 2018. Après un an d'expérimentation, Médiamétrie a lancé une charte de télétravail en 2019 pour mieux répondre aux enjeux d'équilibre vie professionnelle et personnelle et renforcer son engagement éco-responsable (limitation du temps de transport)
 - 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.
- Différents indicateurs sont identifiés pour suivre les résultats des plans d'actions définis :
 - Taux de participation de l'enquête bi annuelle de satisfaction interne réalisée en 2018 : 88% de répondants.
 - Taux de satisfaction globale (82%), de fierté (83%) et de recommandation (75%).
 - 3,76% de Masse salariale brute investis dans la formation.



Mediametrie

- 393 formations individuelles demandées pour les collaborateurs du site de Levallois, 337 validées lors des arbitrages et 306 réalisées soit 91% du plan réalisé, auxquelles s'ajoutent 608 formations proposées en supplément indispensables à la montée en compétences des collaborateurs pour répondre aux évolutions de Médiamétrie.
- A Levallois, 170 recrutements réalisés en 2019 (vs 163 recrutements en 2018) dont 94 embauches en CDI/CDD (vs 77 embauches en 2018).
- Sur les terrains d'enquêtes, 321 recrutements réalisés en 2019 (vs 177 en 2018) dont 46 embauches en CDI (vs 15 en 2018).
- 54% de femmes en CDI/CDD dans les équipes (vs 53% en 2018).
- Recrutement de 50 étudiants en alternance (vs 56 en 2018) et 26 stagiaires présents en 2019 (vs 30 en 2018). 11% d'entre eux ont souhaité poursuivre leur carrière à Médiamétrie (vs 12% en 2018).
- 10 mobilités et 37 évolutions de collaborateurs en 2019 (vs 12 mobilités en 2018 et 16 évolutions en 2018).

Ont également été validées en 2019 :

14 147 heures de formation interne et 8930 heures de formation externe pour l'ensemble des collaborateurs (Amiens et Levallois).

26 amphis du Campus organisés en 2019, avec 73 participants en moyenne par Amphi.

Par ailleurs, selon un classement réalisé par CodinGame et révélé par le magazine Forbes, Médiamétrie est la 3ème meilleure entreprise française en matière de talents informatiques.

Enfin, Médiamétrie obtient en 2020 au titre de l'année 2019, le label Happy@work récompensant les entreprises dans lesquelles les collaborateurs sont heureux de travailler.

2. SOCIÉTAL

2.1. Garantir la compatibilité RGPD

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.

Médiamétrie a nommé en 2018 un Délégué à la Protection des Données chargé de coordonner, avec l'ensemble des directions, cette conformité RGPD. Il est appuyé dans ses missions par une expertise juridique propre à l'entreprise. Ces compétences spécifiques ont permis à Médiamétrie d'anticiper les risques liés aux traitements des DCP. L'entreprise prend en compte, dès la phase de conception de ses produits et services, les questions relatives aux DCP, en particulier leur protection (Security & Privacy By Design). Lorsqu'elle a recours à des sous-traitants, Médiamétrie s'assure de leur conformité grâce à un processus de sélection rigoureux et, si nécessaire, grâce à la réalisation d'audits spécifiques.

Depuis mi-mai 2019, Médiamétrie a mis en place un serveur vocal interactif. Ce sont près de 645 000 appels reçus dont la majorité pour s'assurer que l'appel reçu provenait bien de Médiamétrie. 7 360 souhaitent obtenir davantage d'informations sur Médiamétrie et 6 516 souhaitent participer à une enquête. Enfin, 3 218 auront transmis leur numéro de téléphone pour ne plus être contactés.

Indicateurs prioritaires

Au total, en 2019, 649 demandes ont été effectuées auprès de Médiamétrie, en lien avec la réglementation sur la protection des données, dont :

- ⇒ 22 demandes d'accès à des données personnelles,
- ⇒ 99 demandes de suppression,
- ⇒ 528 demandes d'opposition au traitement.

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

- ⇒ Une sensibilisation continue des collaborateurs, notamment par le déploiement d'un Serious Game électronique,
- ⇒ Des interventions de sensibilisation à la fois dans nos différents établissements et chez nos principaux sous-traitants,
- ⇒ Le déploiement d'outils spécifiques pour faciliter l'application du principe de Privacy By Design.

2.2 Mettre en œuvre les évolutions réglementaires

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

Médiamétrie a poursuivi son programme de mise en conformité en 2019, au travers d'une proposition de cartographie des risques, d'un code de bonne conduite et d'un dispositif d'alerte éthique. La réalisation des évaluations des partenaires commerciaux sera une prochaine étape.

Il est à noter qu'aucun litige en lien avec l'application de la loi Sapin 2 n'a été constaté en 2019 dans la réalisation de ses activités.

2.3 Achats responsables

Médiamétrie porte une attention particulière à ses fournisseurs stratégiques, avec notamment une vigilance accrue en 2019 sur le recours à la prestation de service, permettant ainsi de garantir des liens étroits et des achats responsables auprès de ses prestataires IT et technologiques.

Médiamétrie s'est muni d'un manuel des Achats qui définit les principales orientations, les règles déontologiques et l'organisation du cycle des achats. Les attestations de vigilance reçues de nos prestataires témoignent de leur conformité réglementaire.

Près de 90% du périmètre Achats est évalué en interne par les opérationnels et le département Achats. Cette évaluation montre des résultats en constante progression annuelle. Par ailleurs, le respect des délais des règlements fournisseurs a été assuré à près de 97% en fin d'année 2019.

Par ailleurs, un audit de surveillance puis, plus récemment un audit de renouvellement ont permis de confirmer la certification ISO 9001 de l'entreprise.

- Autres informations/actions

2.4 Le développement local

Médiamétrie réalise 55% de ses enquêtes et productions téléphoniques au travers de terrains nationaux.

- 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 doit préciser le mode de conduite de ses activités qui contribuent durablement au développement local.
- Des recrutements de collaborateurs réalisés via Pôle Emploi et en collaboration avec des missions locales ou autres organismes accompagnant les salariés en



Mediametrie

retour à l'emploi (POE : préparation opérationnelle à l'emploi, plateforme de découverte et autres stages en entreprise, GEIQ mis en place par l'association des centres d'appels d'Amiens et Rouen).

En 2019, Médiamétrie a participé à différents événements, notamment :

- au Forum des Jobs, organisé par le CRIJ (Centre Régional d'Information Jeunesse) Hauts-de-France, en partenariat avec la région et la ville d'Amiens. Durant cette journée, qui s'est déroulée au sein du Conseil régional Hauts-de-France à Amiens, 15 entretiens de recrutement ont été réalisés, 87 personnes ont souhaité avoir des renseignements sur l'entreprise et 59 d'entre elles ont décidé de déposer un CV pour participer à une session de recrutement ultérieure.
- aux Job Dating, réalisés en juin et octobre par Pôle Emploi avec au total une trentaine de candidats dont 20 ont décidé de déposer leur candidature au poste de Télé-Enquêteurs ; et en novembre 2019, l'évènement organisé par WIZBII (plateforme de recherche en ligne d'emploi pour les jeunes âgés entre 18 et 30 ans), en partenariat avec le Crédit Agricole Brie Picardie, a permis la rencontre de 40 candidats et le recueil de plus de la moitié des candidatures pour les postes de Télé-Enquêteurs.

Médiamétrie a par ailleurs mis en place pour les salariés des VAE (validation des acquis de l'expérience de conseiller relation clientèle à distance, de chef d'équipe et formateur) avec Espace formation Consulting à Amiens et l'AFPA à Amiens et Rouen.

- Les résultats de ces actions sont suivis :

- 220 positions de travail constituent le terrain d'enquête d'Amiens ; 270 salariés en CDI au 1^{er} janvier 2020 (vs 260 salariés en CDI au 1^{er} janvier 2019) avec des contrats de 52 à 151 heures par mois qui occupent les postes d'enquêteurs téléphoniques, animateurs de panels, superviseurs, contrôleurs, formateurs et chargés d'enquêtes.

39 positions de travail et un effectif de 27 salariés en CDI constituent le terrain d'enquête de Petit-Quevilly (vs 33 salariés en 2019).

Une collaboratrice de nos terrains d'enquêtes a reçu en 2019 le titre de Conseiller de Relation Client à distance par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE), Médiamétrie a permis à 18 collaborateurs de bénéficier de ce dispositif entre 2015 et 2019 inclus.

2.5 Le mécénat de compétences

Il s'agit de répondre au besoin d'engagement social et sociétal des collaborateurs, tout en leur permettant de faire valoir leur compétence. En 2017, Médiamétrie a mis en place un programme ouvert à tous ses collaborateurs : SolidaiMe. Quatre thèmes ont été retenus suite à une enquête interne auprès des salariés : la santé et le handicap ;



l'environnement ; la lutte contre l'exclusion ; l'éducation et l'égalité des chances. Six associations partenaires ont été choisies.

Médiamétrie réunit l'équipe SolidaiMe tous les deux mois et établit un compte-rendu ainsi qu'un calendrier des actions à venir. Ce programme se déploie selon deux axes :

- L'engagement bénévole individuel des collaborateurs auprès de ces associations : Pik Pik, Le Chainon Manquant, les Petits Frères des Pauvres, Singa, La Fédéeh, Proximité.
- Le mécénat de compétences collectif au travers de la réalisation d'études par Médiamétrie pour ces mêmes associations. Deux études ont été réalisées. En 2019, une étude réalisée sur les jeunes et l'engagement bénévole et en 2018, un baromètre de satisfaction mutualisé et proposé aux associations partenaires pour mesurer la satisfaction de leurs bénévoles, leur niveau d'engagement, mieux les connaître et les fidéliser. Un chiffre à retenir : 93% des bénévoles sont satisfaits de leur association (enquête 2018).
Des articles ont été publiés suite à ces études.

Fin 2019, Médiamétrie a mis en place une charte du mécénat de compétences. Cette charte offre aux collaborateurs en CDI, permanents en poste depuis plus de 6 mois, de Levallois, la possibilité de s'engager auprès de l'une des associations partenaires sur une journée complète de leur temps de travail.

3. ENVIRONNEMENTAL Maîtriser l'impact carbone

Même si son impact sur l'environnement reste limité, dans sa démarche écoresponsable, Médiamétrie maîtrise ses ressources énergétiques (électricité, carburant) et est attentive à la gestion des déchets.

Médiamétrie a réalisé en 2019 son bilan de Gaz à Effet de Serre (G.E.S.) sur la base des données 2018 : les émissions de G.E.S. de Médiamétrie s'élèvent à 261 tonnes d'équivalent CO₂. Les émissions de G.E.S. entre l'année de référence 2011 et 2018 ont diminué de 58%. Cette diminution est essentiellement due à la baisse des émissions de fluides frigorigènes.

En 2019, l'analyse des émissions de GES moyennes par ETP montre une diminution de 639 à 376 kg CO_{2e} par ETP, soit une baisse de -41%.

La consommation d'électricité de Médiamétrie s'élève à 1 362 688 kWh en 2019 (-4.3% par rapport à 2018). Plusieurs actions ont été menées pour réduire la consommation d'électricité : renouvellement des ventilo-convecteurs par des équipements moins énergivores, réfection de l'étanchéité de la toiture du siège de Levallois améliorant l'isolation du bâtiment, optimisation du fonctionnement en intersaison des



équipements techniques de climatisation ou chauffage, et enfin le rappel fréquent et la sensibilisation régulière des collaborateurs aux écogestes.

En fin d'année 2019, un premier test via un boîtier connecté a été réalisé sur deux véhicules société afin de suivre les consommations de carburants théoriques et réels et leurs émissions de CO₂. Ce sont 2 572kg CO₂ qui ont ainsi été neutralisés soit l'équivalent de ce que 498 arbres stockent pendant 1 an.

Par ailleurs, grâce à la mise en place du covoiturage en 2018, Médiamétrie a évité 233 kg d'émissions de CO₂.

Enfin, conformément à la Directive européenne adoptée en mars 2019, les consommations de plastique à usage unique ont diminué de 52% entre le premier et le second semestre de l'année 2019.

Informations relatives aux clients

Dans un environnement en pleine mutation, l'innovation est au cœur de la stratégie de l'entreprise. A cet effet, Médiamétrie développe une politique selon deux axes :

- Une démarche interne qui s'exprime à travers l'action de ses directions Data Science (30 ETP), Développement de Système de Mesure (19 ETP) et Direction des Systèmes d'Informations (environ 70 ETP). Un laboratoire d'innovation et un Data Lake ont été mis en place.
Suite à son enquête d'opinion interne, Médiamétrie a lancé un incubateur d'idées, MM2i, en 2019. L'objectif est de faciliter et d'encourager l'émergence des nouvelles idées des collaborateurs pour l'entreprise et de les accompagner dans leur démarche d'intrapreneurs. Les projets internes innovants sont régulièrement examinés en Comité Exécutif et lors du suivi des Contrats d'Objectifs et de Services conclus entre les business units et les directions supports.
- Une démarche externe d'open innovation à double dimension :
 - o Financière à travers un investissement dans deux fonds Partech Ventures. Le suivi du « deal flow » c'est-à-dire de l'évolution du portefeuille de startups de Partech Ventures, permet à Médiamétrie d'exercer une veille active sur les projets innovants concernant ses métiers et ses activités. La qualité de l'information recueillie sur les nouvelles tendances dans les domaines technologiques, digitaux, datas, et, le cas échéant, les partenariats noués avec des startups du deal flow ou du portefeuille de Partech, constituent l'indicateur de performance.



Mediametrie

- Académique avec la discussion fin 2019 d'un contrat d'initiative de recherche avec le laboratoire CREST associant le GENES, établissement de recherche et la fondation du risque (pour la gestion). La recherche portera sur les Modèles et traitements mathématiques des données en très grande dimension :
 - Rapprochement/fusion de bases de données
 - Enrichissement réciproque de données mixtes et hétérogènes
 - Evolutions du deep learning.

L'audit et le contrôle de nos études, le CESP :

Compte tenu de sa position clef sur le marché et de l'importance de ses études, Médiamétrie doit fermement respecter ses engagements méthodologiques contractuels vis à vis des souscripteurs de ses études.

Pour cela, le Centre d'Etude des Supports de Publicité (CESP), organisme interprofessionnel spécialisé, se voit confier une mission d'audits et de contrôle. Il audite régulièrement les études de mesure d'audience de TV, Radio et Internet ainsi que leurs études de cadrage respectives.

Plus précisément, Médiamétrie définit chaque année avec le CESP une annexe technique, propre à chaque étude, qui précise les éléments méthodologiques et techniques utiles au CESP pour mener à bien sa mission d'audit et le planning prévisionnel de livraison de ces éléments.

Les conclusions des rapports d'audit du CESP sont partagées d'une part avec les adhérents du CESP et d'autre part dans le cadre des Comités professionnels de l'entreprise.