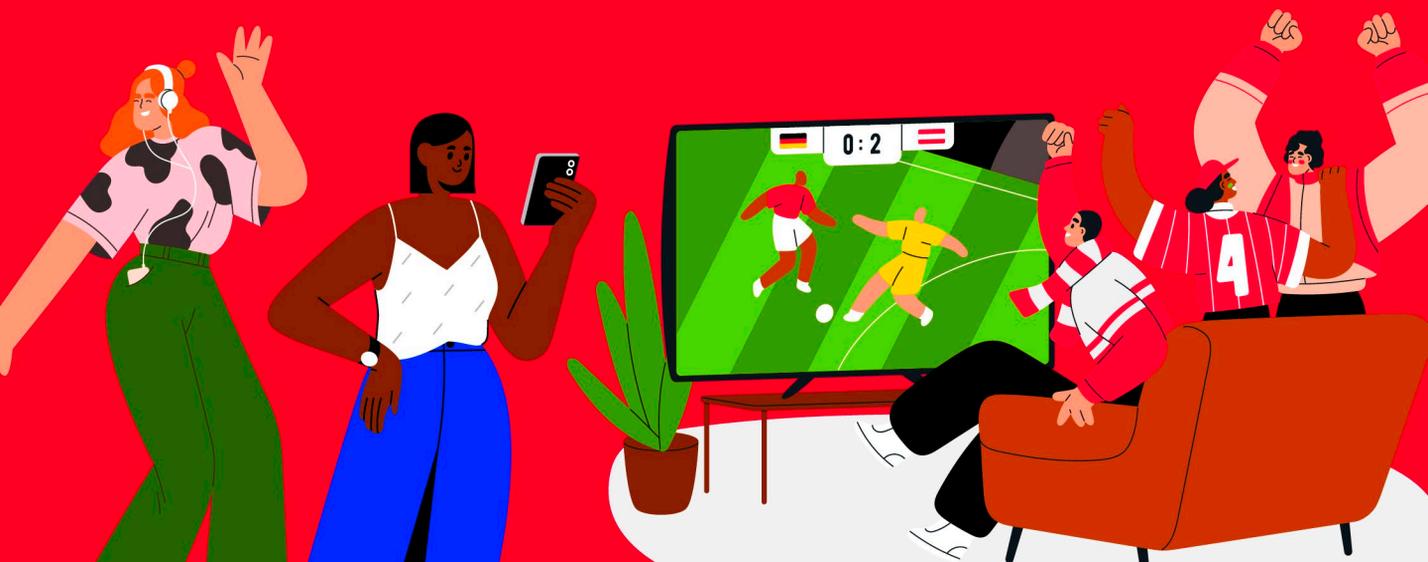


Mediametrie
High trust data

Déclaration de performance extra financière

ANNÉE 2024



1. Edito	3
2. Médiamétrie en 2024	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. Gouvernance et Ethique	26
3. Environnement et Climat	35
4. Social et Sociétal	45

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 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 7,9/10 en 2024 (en progression de +0,4 point en 2 ans), 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 maintenu en 2024 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 décider 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 40%* l'ont déjà fait) et à nous communiquer leur trajectoire de réduction (plus d'un tiers des fournisseurs ayant réalisé leur Bilan Carbone).

* de nos fournisseurs du "Top 100" 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. Lors de notre dernière enquête interne de l'année 2024, 95,7% des collaborateurs ont déclaré qu'il faisait bon travailler chez Médiamétrie et 94,4% considèrent que leur travail contribue à la performance de l'entreprise.

Cette année 2024 est aussi la première année de notre adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies. Nous nous engageons ainsi à intégrer ses principes en matière de respect des droits de l'homme, de normes internationales du travail, de protection de l'environnement et de lutte contre la corruption dans notre stratégie, notre culture et nos opérations quotidiennes.

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. L'implication de nos clients dans nos comités, commissions et groupes de travail démontre la force de notre connexion avec le marché dans le développement des futures mesures, en témoigne la création fin 2024 d'un nouveau comité Cross-Média Vidéo.

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 2024

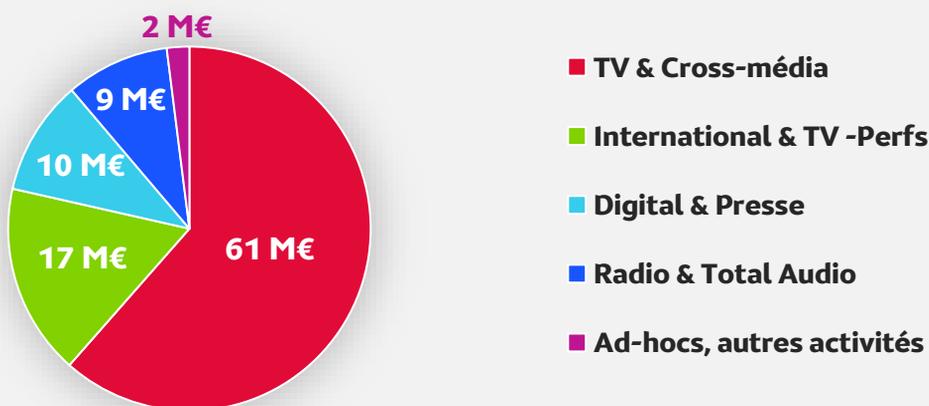
Notre performance économique

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

CA 2024

98,6 M€

Chiffre d'affaires 2024 pour nos 5 grands périmètres d'activités



CAPEX 2024

9 M€

Nos **investissements** (CAPEX)

Le chiffre d'affaires consolidé de Médiamétrie, Médiamétrie//NetRatings s'élève à 98,6 M€ pour l'exercice 2024 (vs 98,3 M€ en 2023).

Les effectifs (ETP moyen sur l'année) du Groupe sont de 720 en 2023 (vs 775 en 2022). Les effectifs du périmètre consolidés sont de 652 soit 89% des effectifs du Groupe. 624 pour Médiamétrie SA (vs 636 en 2023) ; 18 pour Médiamétrie//NetRatings (vs 22 en 2022).

En 2024, Médiamétrie a poursuivi ses investissements, atteignant 9 M€ (vs 12M€ en 2023 et 5,6 M€ en 2022).

Les entités Marocmétrie et Glance Ltd (5% des effectifs) sont exclues du périmètre de reporting de la Déclaration en raison de la taille de leur structure et du niveau de maturité en termes de reporting extra-financier. L'entité MarketingScan (5% des effectifs) est exclue du périmètre en raison de sa gestion indépendante.

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Médiamétrie s'élève à 103,5 M€ pour l'exercice 2024 (vs 104,1M € en 2023).

Médiamétrie en 2024

Notre performance extra-financière



SATISFACTION DE NOS CLIENTS

Note de satisfaction globale de 7,9/10 en 2024 (vs 8/10 en 2023)

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



ETHIQUE

91% des collaborateurs formés à la protection des données personnelles

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

A l'issu d'un audit de surveillance réalisé en 2024, maintien de la certification du « Privacy Information Management System » de Médiamétrie selon les normes ISO 27001 et ISO 27701



ENVIRONNEMENT

Bilan Carbone 2023 (scopes 1, 2 et 3) : 5 418 tCO₂e en 2023. Des émissions de GES stables vs 2020.

Notation EcoVadis 2024 : Médiamétrie obtient la médaille d'argent pour sa performance RSE pour la 4e année consécutive avec le score de 71/100 et atteint le 93e percentile. Cela représente une évolution de +14 points par rapport à 2020.

SOCIAL

Index égalité professionnelle : 90/100 (+4 pts vs 2023).

Formation : 3,53% de la masse salariale investie, soit 14 039 heures de formation

Management : 100% des managers formés et accompagnés tout au long de l'année

Effectif : 734 collaborateurs en moyenne sur l'année, dont 51,1% de femmes et 277 enquêteurs.

Engagement des collaborateurs : Motivation : 7,3/10 (vs 6,8 en 2023); Recommandation : 89,4% (vs 70% en 2023) pour 57,5 % répondants



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 2024 du marché publicitaire :

2024 a été une année florissante pour le marché publicitaire avec une progression de +7,7% vs 2023. Cependant, les médias ne progressent que de +2,1% vs 2023. C'est le digital qui tire le marché. Cette croissance a également été portée par les grands événements sportifs, en particulier les JO de Paris 2024 et l'Euro 2024.

A 3,523 milliards d'euros, le marché publicitaire TV est en progression de +4,2% vs 2023. C'est une année positive grâce au sponsoring (+9,6%) lié aux JO et à l'Euro et aux recettes digitales (BVOD) qui tirent la croissance à +35,7%. Les recettes publicitaires BVOD (381 M€) dépassent désormais le sponsoring en TV (379 M€). La radio est d'une grande stabilité depuis quelques années et en léger positif vs 2023 (+0,9%). Là aussi, c'est le dynamisme du digital audio qui tire le marché publicitaire radio à +13,7%. L'affichage progresse à +7,6% vs 2023. Quant à la presse, année après année, elle poursuit son recul avec -5,0% vs 2023. Et ses recettes digitales n'ont pas progressé cette année (+0,6%) alors que c'est le relais de croissance attendu. Enfin, le cinéma a peu bénéficié du contexte des JO de Paris 2024 ni des succès box-office et recule de -5,8% vs 2023.

S'agissant des recettes publicitaires digitales des médias, la vidéo est un moteur de croissance important. Le digital vidéo progresse de +32% et pèse 391 M€, soit environ 11% du marché TV. Le digital audio progresse de +23% mais il ne pèse encore que 43 M€ soit environ 6% du marché radio. Et pour l'affichage et la presse, le digital a un poids plus important, autour de 20% du total de chaque média.

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.

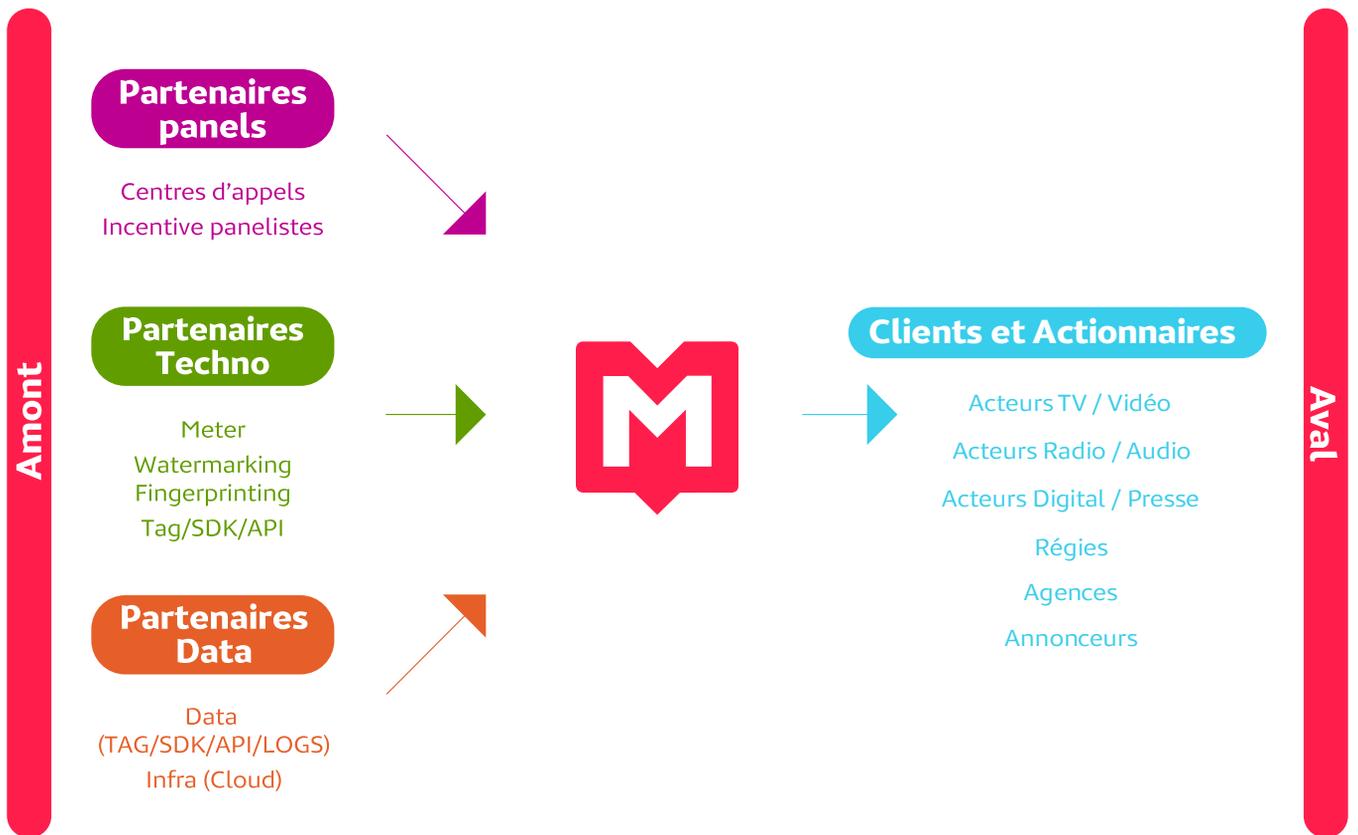
Au cœur de ce marché, la mesure d'audience de Médiamétrie valorise les audiences d'un paysage média pluraliste. La neutralité, l'indépendance et la transparence de cette mesure est déterminante pour la préservation des équilibres et l'équité entre tous les acteurs. La valeur apportée par la mesure d'audience 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/plateformes/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.



Parties prenantes

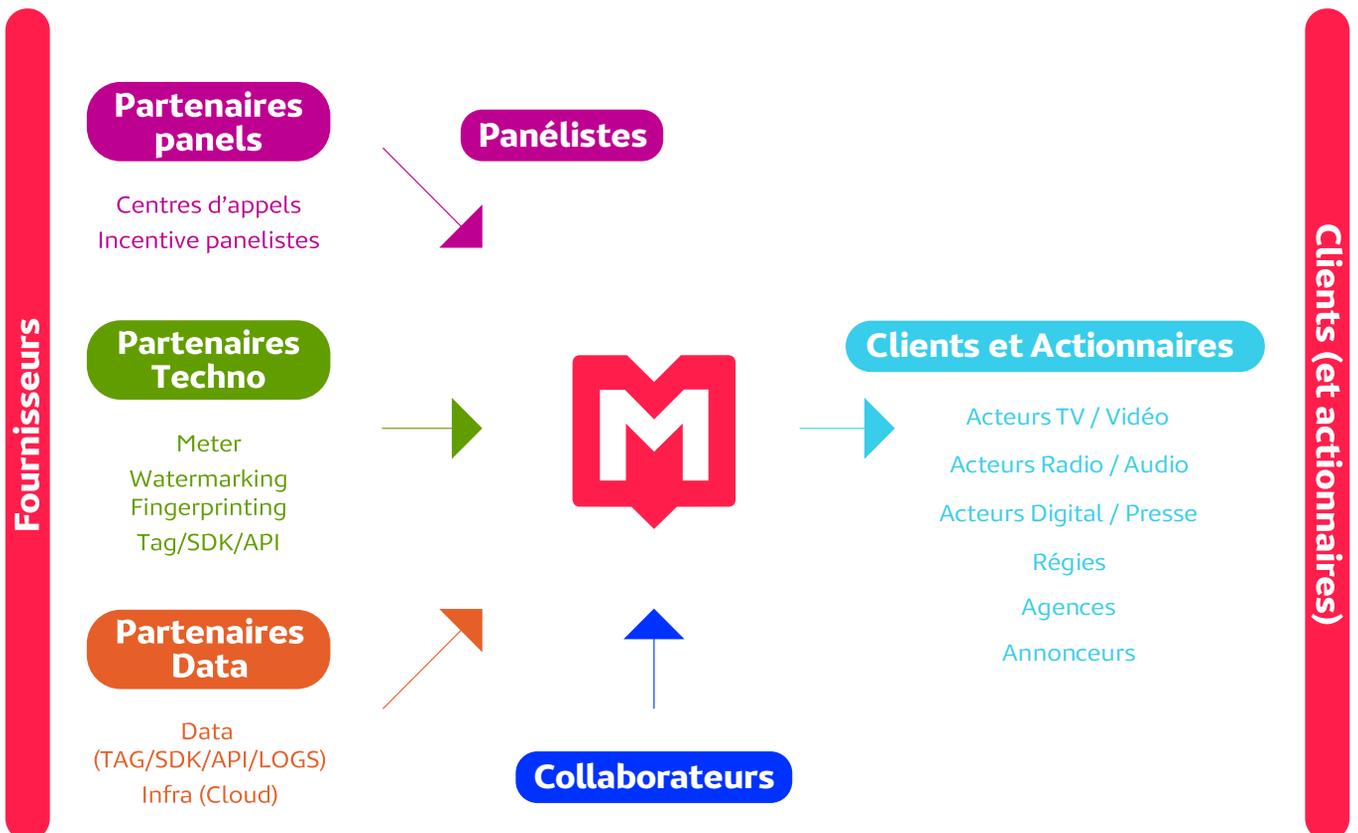
Ce modèle de création de valeur intègre 4 grandes parties prenantes :

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

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
 - Atelier Cross média pub

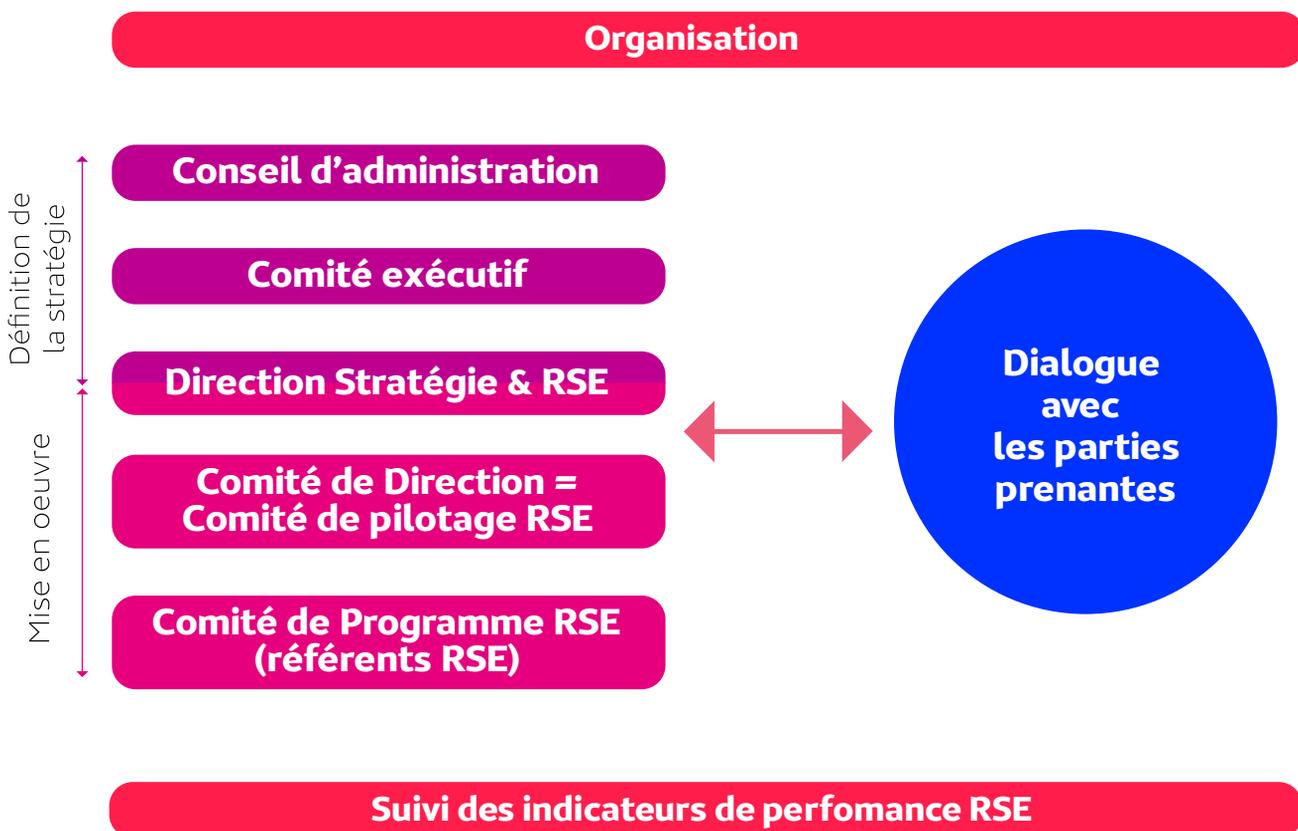
La participation de l'ensemble des professionnels des médias (éditeurs, plateformes, régies, agences, annonceurs) à ces instances, conforte la transparence, la neutralité et l'indépendance de Médiamétrie dans l'intérêt général de l'écosystème.

En 2024, Médiamétrie a décidé de créer un nouveau Comité Cross Média Vidéo regroupant des groupes TV/Vidéo, des plateformes Vidéo, des agences et annonceurs afin d'assurer la gouvernance des futures mesures Cross Média Vidéo éditoriale et publicitaire sur le marché français. Le premier Comité Cross Média Vidéo se tiendra début 2025.

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 et 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 maintien de la certification de son Système de Management de la Qualité en janvier 2024 et le maintien de la certification de son « Privacy Information Management System » selon les normes ISO 27001 et 27701 en octobre 2024.

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

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

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.

Ces changements s'accroissent 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

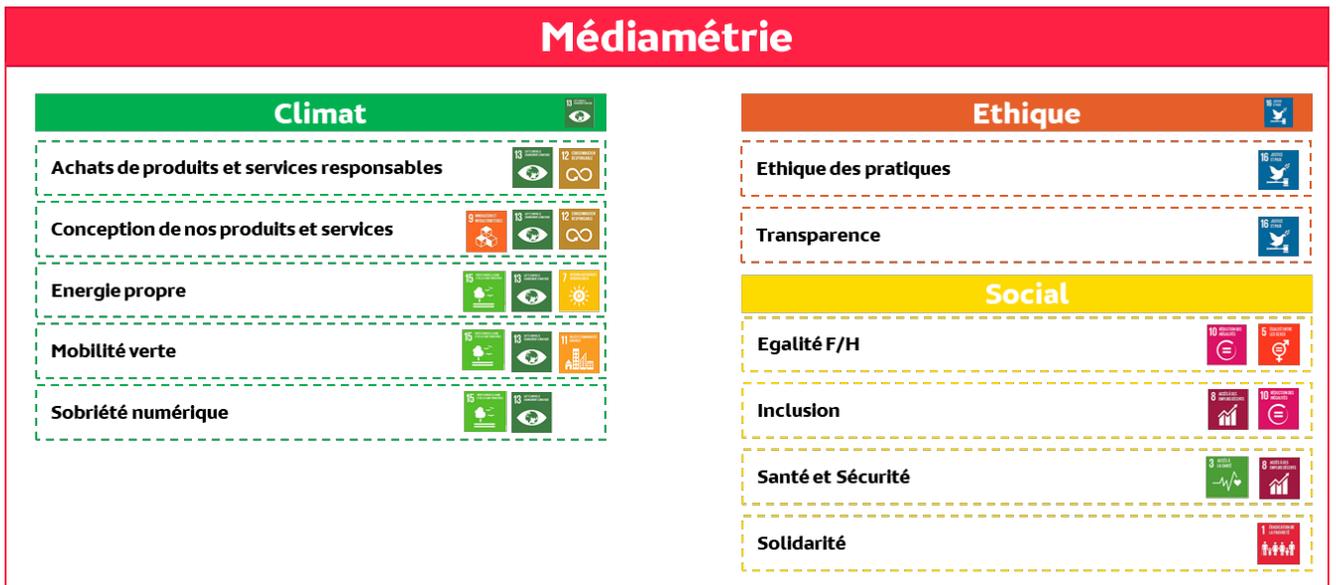
- La possibilité, pour tous, de proposer et de mettre en œuvre de nouvelles idées porteuses de valeur
- L'innovation et la créativité renforcent la position stratégique de Médiamétrie sur son marché

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.

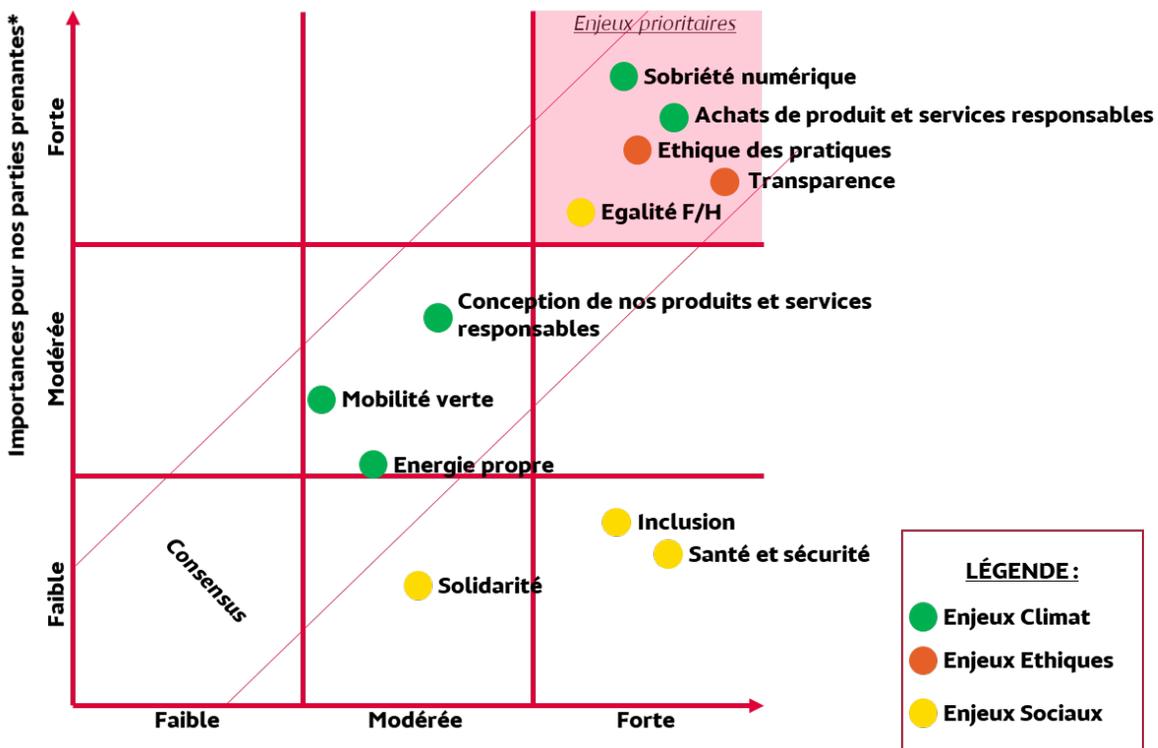
Analyse de matérialité

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.

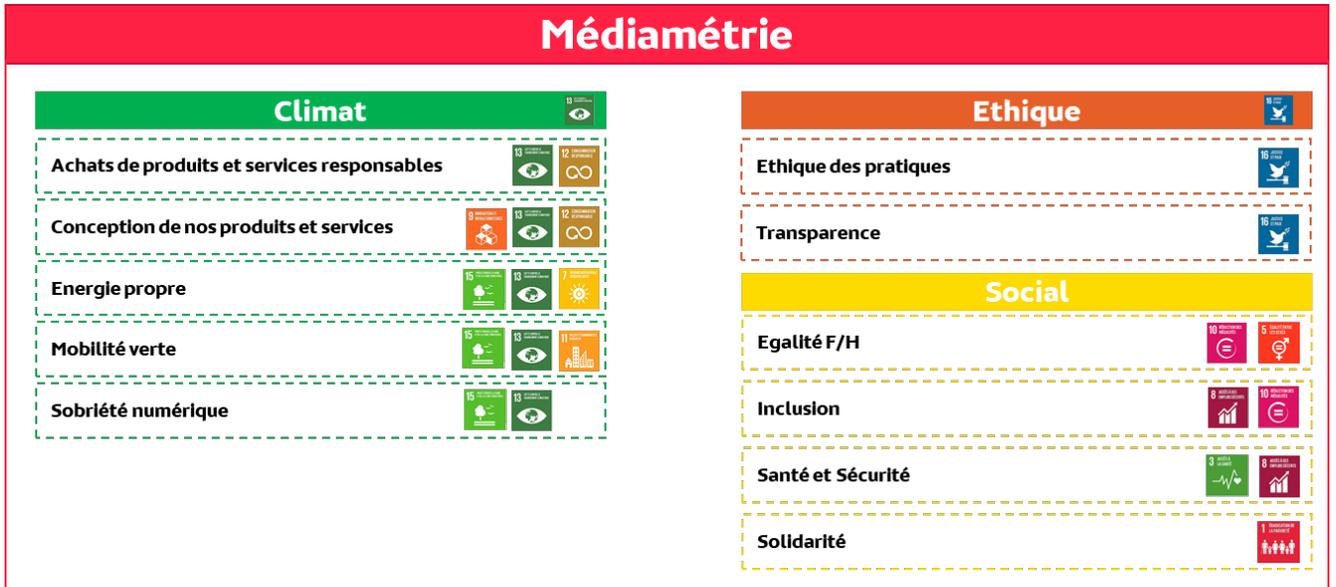
Les 3 piliers RSE de Médiamétrie

Nos engagements pour demain

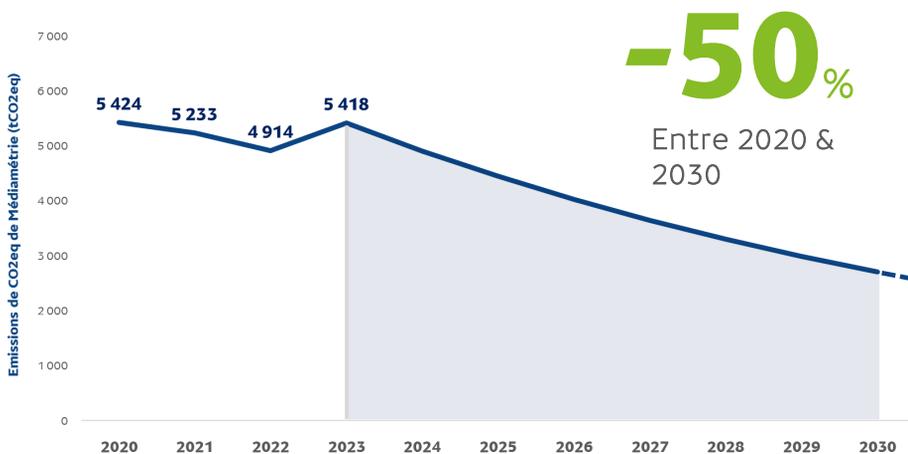


Nos engagements

Objectifs de Développement Durable des Nations Unies (ODD) :



Objectif Climat Médiamétrie, fixé par les Accords de Paris sur le Climat :



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	
	Concurrence de mesures cross-média publicitaire internationales	
	(R)évolution de la CTV (TV connectée) dans les usages médias	
Transparence	Baisse de la durée d'écoute de la TV linéaire et de la Radio et fragmentation des usages vers de nouveaux modes de consommation	S'allier avec des partenaires technologiques et data pour augmenter nos capacités de développement
	Développement de l'IAG	Evaluer la prise en compte de l'IAG dans nos futurs développements
	Évolution de la législation européenne relative à la protection des données à caractère personnel	Faire auditer et certifier nos mesures Poursuivre la sécurisation de nos données
	Évolution de la législation européenne relative à l'équilibre du partage de données entre les acteurs du digital	S'engager collectivement pour l'indépendance et la souveraineté des mesures d'audience
Changement climatique	Perte du positionnement Médiamétrie de tiers de confiance, neutre, indépendant, transparent et responsable (RSE)	Faire auditer et certifier nos mesures Partager les engagements RSE de Médiamétrie avec nos parties prenantes (fournisseurs, collaborateurs, panels, clients, etc.) Fédérer nos parties prenantes autour de ces engagements : neutralité, transparence, éthique, etc.
	Augmentation des émissions de gaz à effet de serre et leurs conséquences directes et indirectes :	Engager Médiamétrie dans une démarche climat (réduction de nos émissions de GES) Développer l'écoconception de nos produits et services
	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation des coûts énergétiques • Raréfaction des ressources • Réputationnel et réglementaire 	Engager nos fournisseurs dans une démarche climat Pratiquer la sobriété numérique Pratiquer la sobriété énergétique Développer la mobilité verte
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)	Se former 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
	Risque de discriminations pouvant nuire à la diversité	Favoriser l'inclusion de tous Développer une culture de la solidarité Contribuer au développement local

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.



01.

STRATÉGIE M25

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 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 2024, 3 Ateliers Cross-Média ont été organisés pour traiter le sujet de définition du contact dans le cadre d'une campagne publicitaire Cross-Média, et 4 Groupes de Travail Editeurs pour définir les différents périmètres et applications de la mesure Total Vidéo. Et il a été décidé de remplacer cet Atelier Cross-Média par une instance décisionnelle en créant un nouveau Comité Cross Média Vidéo regroupant des groupes TV/Vidéo, des plateformes Vidéo, des agences et annonceurs afin d'assurer la gouvernance des futures mesures Cross Média Vidéo éditoriale et publicitaire sur le marché français. Des plateformes digitales internationales comme Netflix, Disney+, Prime Video (Amazon) et YouTube (Google) ont accepté le principe de participer à ce nouveau Comité. Le premier Comité Cross Média Vidéo se tiendra le 6 mars 2025.

L'année 2024 a été marquée également par le lobbying européen de Médiamétrie au sein de l'[AMC](#) (Audience Measurement Coalition) regroupant les principaux JIC (Joint Industry Committees), MOC (Media Owner Committees) et sociétés d'études de marché d'Europe. L'AMC permet d'établir et de soutenir des standards de mesure professionnels au sein du marché des médias européens. Cette coalition porte une voix unique auprès des instances européennes sur les sujets de mesure d'audience et notamment dans le cadre de la mise en œuvre du [Règlement européen sur la liberté des médias](#) (EMFA), première loi de son genre à donner une définition de la mesure d'audience, entrée en vigueur le 7 mai 2024 et dont la pleine application est fixée au 8 août 2025.



01.

STRATÉGIE M25

2. Mesurer l'audience et les usages Total Vidéo, Total Audio et Cross-Média Pub 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 accompagner les évolutions du marché. Ces évolutions apportent ainsi 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 puis se sont poursuivis tout au long de l'année 2024. 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). En 2024, Médiamétrie a lancé EAR Insights Digital pour éclairer le marché sur les différents modes d'écoute de la Radio et de l'Audio, Médiamat Tous Ecrans et France Entière pour élargir le périmètre de la mesure TV à tous les écrans (à domicile et hors domicile), la Mesure automatique des campagnes CTV, et la réaffectation des contenus en preview dans le périmètre de référence de la mesure TV.

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. En 2024, 45 cas d'usages de l'IAG ont été identifiés chez Médiamétrie dont 7 POC* validés (1 rejeté), 4 POC* en cours, 4 à tester et 29 à affiner.

* POC : Proof of Concept



02.

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 2024, 91% 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 octobre 2024, Médiamétrie a maintenu 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, pour la gestion de ses panels.



02.

GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

Depuis mi-mai 2019, Médiamétrie a mis en place un serveur vocal interactif. En 2024, ce sont près de 1 175 880 appels (vs 1 057 280 en 2023) reçus dont la majorité pour s'assurer que l'appel reçu provenait bien de Médiamétrie. 10 879 (vs 11 531 en 2023) souhaitaient obtenir davantage d'informations sur Médiamétrie et 9 307 (vs 11 605 en 2023) souhaitaient participer à une enquête. Enfin, 3 725 (vs 4 176 en 2023) ont transmis leur numéro de téléphone pour ne plus être contactés soit une baisse 10,9%.

Au total, en 2024, 311 demandes d'opposition au traitement ont été effectuées auprès de Médiamétrie (vs 242 en 2023), en lien avec la réglementation sur la protection des données. À ceci s'ajoute 12 demandes d'accès aux données.

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.
- Des points de suivi Sécurité & Privacy ont été introduits au moment des Comités de Pilotage avec notre partenaire à Casablanca.
- Une structuration de nos référentiels internes en termes de Privacy grâce au suivi de 6 politiques internes qui 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.



02.

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...) et contribue à défendre l'intérêt du secteur de la mesure d'audience dans le cadre d'actions autour des projets de règlements européens ; notamment, en 2024, le Règlement Européen sur la Liberté des Médias (EMFA, European Media Freedom Act). Médiamétrie a particulièrement suivi le projet dès ses origines 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.

Une veille permanente est réalisée via nos outils en interne et confiée parfois en externe. Les 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.

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.

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 la référente déontologie en toute sécurité. Le dispositif est notamment disponible depuis Miam, la plateforme collaborateur de Médiamétrie.

Aucun litige en lien avec l'application de la loi Sapin 2 n'a été constaté par Médiamétrie en 2024 dans la réalisation de ses activités.

87,5% des collaborateurs ont été formés à la lutte anti-corruption en 2024.



02.

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 confient 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 2024 sur les dispositifs d'études Médiamat, le Baromètre des Equipements, 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 le maintien des certifications ISO 9001, ISO 27001 et ISO 27701.



02.

GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

5. Nos engagements RSE : une transformation collective

Médiamétrie a fait des enjeux RSE : l'éthique, l'environnement, l'inclusion 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. 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

Notre engagement se cultive au quotidien au travers du **respect**, de **l'écoute** et de **l'égalité** entre toutes et tous. Cela passe notamment par **un management de proximité et de confiance**, à retrouver dans la partie « *Social et Sociétal : Cultiver le respect, l'écoute et l'égalité au quotidien* ».

Nous engageons et sensibilisons nos collaborateurs aux évolutions de notre écosystème, de notre environnement et de notre société en leur proposant d'assister à des **conférences internes appelées « Amphis »** qui ont lieu régulièrement pour les mobiliser sur ce qui nous touche : nos différents métiers, notre écosystème média, technologique, stratégique, les sujets RH, environnementaux, sociétaux, éthiques etc. Animées par des collaborateurs ou des intervenants externes, ces Amphis jouent un rôle d'information, de sensibilisation et de formation. Ce sont des moments d'échanges privilégiés en présentiel ouverts à tous et disponibles en distanciel.

En 2024, 26 amphis ont eu lieu : 9 sur l'actualité et les tendances média, 5 interventions de nos clients sur leurs activités, 4 sur l'épanouissement professionnel, 2 sur la RSE, 1 sur la sécurité des données, etc. **Preuve de leur engagement, en moyenne ce sont 91 collaborateurs qui ont assisté volontairement à ces Amphis.** A cela s'ajoutent d'autres amphis et formations ciblés par métier ou équipe par exemple.



02. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

L'engagement des collaborateurs passe également par le suivi de notre engagement et de notre performance RSE, évalués chaque année par **EcoVadis**. Les résultats sont partagés et présentés à tous, constituant ainsi un levier fédérateur d'engagement.

Pour la 4^{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 2024, Médiamétrie obtient le score de 71/100 en évolution de +7 points par rapport à 2023 et de +14 points par rapport à 2020. En étant positionnée au 93^e percentile, Médiamétrie obtient ainsi un score égal ou supérieur à 93% des entreprises évaluées par EcoVadis .

Nous avons progressé en 1 an de +10 points sur les trois volets Environnement (80/100), Achats Responsables (70/100), Social et Droits humains (70/100). Et nous maintenons un score de 70/100 sur le volet l'Éthique. Cette évolution est le fruit des efforts collectifs pour améliorer la performance RSE de l'entreprise. Un plan d'action est mis en place pour continuer de progresser dans chacun de ces thèmes.



Médiamétrie obtient **la médaille d'argent** pour sa performance RSE, **pour la 4^e année consécutive**

Médiamétrie obtient le score de **71/100** pour l'évaluation de sa performance RSE et atteint le **93^e percentile**.

Vs 64/100 et 86^e percentile en 2023.



SCORE GLOBAL





02. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

Toujours dans une logique fédératrice et d'engagement Médiamétrie est associée depuis 2023 à Greenlandia au travers d'un partenariat pour une durée de 3 ans jusque fin 2025.

Greenlandia est une initiative climatique française lancée en 2015, dont l'objectif est de sensibiliser aux impacts du changement climatique à travers les communautés en première ligne, tout en fournissant des clés pour mieux s'y adapter. Précurseur dans son approche, l'association étudie les effets du réchauffement sur le Cercle Polaire Arctique, une région où les températures augmentent quatre fois plus vite qu'ailleurs. Elle offre ainsi un regard éclairant et anticipé sur les transformations nécessaires, en s'appuyant sur l'exemple des populations du Groenland, confrontées directement aux réalités climatiques et illustrant une résilience inspirante.

L'originalité de Greenlandia repose sur une approche collaborative et une co-construction à long terme, appelée « boucle de l'adaptation ». Cette expérience immersive plonge les participants dans un environnement extrême, les incitant à se recentrer sur l'essentiel en s'inspirant d'un mode de vie adapté à des conditions exigeantes. Elle transforme cette prise de conscience en un engagement concret en faveur de la planète, tout en encourageant une adaptation individuelle et collective. En interrogeant notre capacité à renoncer au superflu pour mieux appréhender les véritables enjeux, **cette démarche contribue à façonner un nouveau modèle de développement durable pour Médiamétrie.**



Trois ateliers « boucle de l'adaptation » ont été réalisés entre 2023 et 2024. Au total 65 collaborateurs ont été formés lors de ces ateliers aux impacts du changement climatique et ont travaillé sur les adaptations à mener dans l'entreprise.

En parallèle, l'équipe RSE de Médiamétrie a organisé d'autres opérations de sensibilisation et de formation interne via des Quizz RSE lors des séminaires d'équipes, et lors de deux « Amphis » RSE ayant réunis 131 participants.



02. GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

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

Pour faire part de son engagement, Médiamétrie a candidaté au **Grand Prix RSE des Médias en 2024** auquel participe un grand nombre d'acteurs du secteur média et publicitaire, et a remporté la **Médaille de Bronze dans la catégorie « Diversité et inclusion : lutte contre toute forme de discrimination au sein de l'entreprise »**, l'unique prix remis dans la catégorie au Grand Prix RSE des Médias 2024.

En 2023, Médiamétrie avait remporté l'Or dans la catégorie « Réduction de l'empreinte carbone ».

Médiamétrie souhaite impulser une transformation collective en intervenant sur le sujet climat notamment lors de conférences de grandes envergures.

En avril 2024, Estelle Duval-Barreau directrice de la stratégie et transformation et Jacques Deregnacourt directeur commercial ont présenté lors de la 4^e édition du Break de Médiamétrie, événement clients présentant l'actualité et les tendances clés du marché, un Webinaire sur le thème d'une **mesure d'audience plus durable**. Cet événement a réuni une trentaine de clients et a animé un débat sur l'impact des actions RSE mises en place et leur impact coût sur la mesure.

En novembre 2024, Aurélie Vanheuverzwyn, directrice data et méthode de Médiamétrie, a animé une conférence auprès d'acteurs du sondage, lors du **13e colloque international francophone sur les sondages**, qui s'est tenu au Luxembourg. Intitulée « **Du bilan carbone de l'entreprise à l'intensité carbone d'une enquête** ». La finalité était de présenter la démarche permettant de découper les résultats du bilan carbone par étude, un découpage essentiel pour la prise de décision et l'intégration des impacts environnementaux dans la production des enquêtes et mesures d'audience.

Au-delà des enjeux climatiques, Médiamétrie prend régulièrement la parole sur des thématiques clés telles que la transparence et l'éthique. Dans ce cadre, Yannick Carriou, président-directeur général de Médiamétrie, est intervenu le 24 novembre 2024, aux côtés d'Emma Haziza, hydrologue, Jean-Luc Tavernier, directeur général de l'Insee, et Sibyle Veil, présidente-directrice générale de Radio France, lors d'un **débat à La Cité de la Réussite sur le thème « Peut-on encore faire confiance aux chiffres ? »**.



02.

GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

6. Pour des achats de produits et services responsables

Engager nos fournisseurs

Médiamétrie accorde une vigilance particulière à la sélection et au suivi de ses fournisseurs au travers de sa **Politique d'achats responsables** en vigueur depuis septembre 2022. Celle-ci vise notamment à renforcer leur engagement en matière de RSE, et plus spécifiquement sur les enjeux environnementaux.

Un **modèle d'évaluation des offres fournisseurs (For285a)** est intégré dans le processus **achats de notre SMQ** (Système de Management de la Qualité). En effet, au-delà des critères classiques de coût, qualité et délai, celui-ci permet d'intégrer de manière systématique des critères RSE lors des appels d'offres, **le critère RSE est pondéré à hauteur de 33% de l'évaluation globale.**

En 2024, près de **50% du périmètre Achats a été évalué en interne par les opérationnels et le département Achats.** Cette évaluation, à savoir 71/100 (vs 77/100 en 2023), a permis de mettre en évidence des actions correctives essentielles auprès des fournisseurs concernés. Et le respect des délais de règlements fournisseurs a été assuré à hauteur de 99,54% à fin 2024 (vs 99,58% à fin 2023).

Médiamétrie a souhaité aller plus loin en se fixant comme objectif de **couvrir 50% de son périmètre achats par une évaluation RSE.** En 2023, tous ces fournisseurs ont réalisé cette évaluation RSE (audit AFNOR et assimilés), les résultats de ces évaluations ont été partagés au sein des équipes Médiamétrie durant l'année 2024.

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.

Au sein de notre Top 100 fournisseurs représentant 2/3 de nos émissions totales de GES (tCO_{2e}), 38% d'entre eux nous ont fourni leur Bilan Carbone complet (scopes 1, 2 et 3) et plus du tiers de ceux l'ayant réalisé ont transmis leur trajectoire de réduction carbone. 19% ont un suivi régulier de leur plan d'action RSE en place avec les équipes de Médiamétrie.



03. 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).

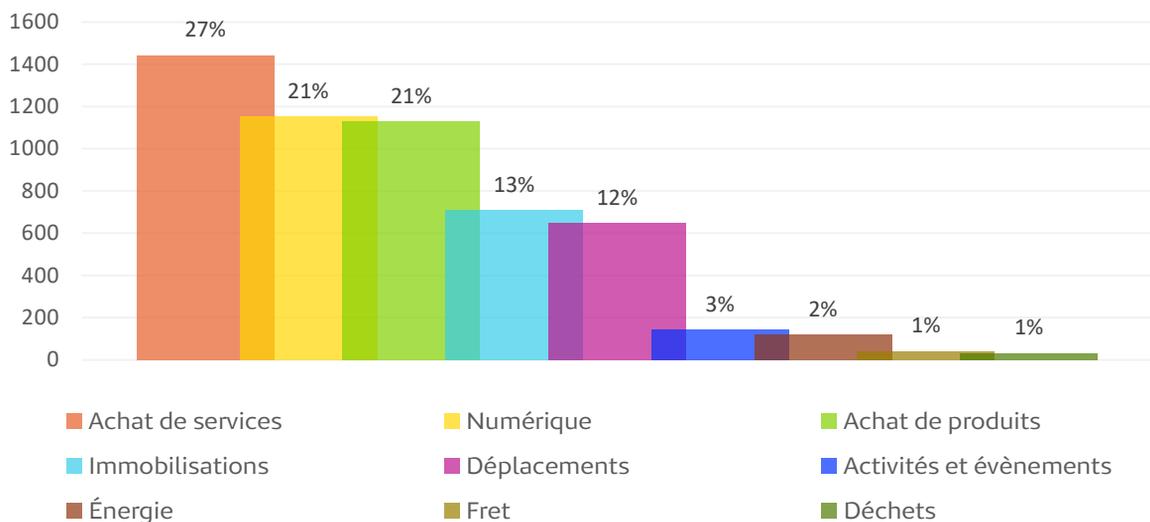
1. Bilan Carbone et trajectoire de réduction des émissions de GES

Médiamétrie s'est fixé comme objectif de réaliser annuellement un Bilan carbone complet (3 scopes).

Le bilan carbone de Médiamétrie réalisé en 2024 (sur les données 2023) est de 5 418 tCO₂e, stable par rapport à 2020, année de référence. **La majeure partie de ses émissions correspondent à des émissions indirectes et plus particulièrement à des achats de prestations de services et de produits** (immobilisés ou non). Les émissions en amont de la chaîne de valeur sont égales à 5 125 tCO₂e, les émissions de production à 203 tCO₂e et les émissions en aval à 90 tCO₂e.

L'engagement fournisseurs et l'évolution des habitudes de consommation sont donc des piliers de la stratégie de décarbonation de Médiamétrie. Plus d'information dans la partie "Pour des achats de produits et services décarbonés".

Répartition des émissions du Bilan Carbone 2023 de Médiamétrie (tCO₂eq)





03. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

Evolution des émissions de Médiamétrie par scope par rapport à 2020



Les émissions du scope 3 représentent 96% des émissions de Médiamétrie. Elles représentent en grande majorité des achats de prestations de services et de produits. Médiamétrie s'engage d'ici 2030 à réduire ses émissions du scope 3 de 50%. Pour y parvenir l'objectif est notamment d'appliquer son plan de décarbonation des achats, et l'écoconception de ces produits. L'ensemble des actions mises en place sont présentées dans les parties suivantes. Ces actions permettent de maîtriser ces émissions en pleine transformation de la mesure, elles diminuent légèrement par rapport à 2020 (-0,2%), malgré la hausse de besoins numériques par exemple.

Les émissions du scope 2 représentent 1% des émissions de Médiamétrie. En forte baisse par rapport à 2020 (-33%) elles sont liées aux consommations d'électricité dans les bâtiments. Pour diminuer ces émissions Médiamétrie continue à appliquer son plan de sobriété énergétique. Plus d'information dans la partie "*Vers la sobriété énergétique*".

Les émissions du scope 1 représentent 3% des émissions de Médiamétrie. Elles sont liées aux consommations de carburant de la flotte de véhicules, et aux fuites de fluides frigorigènes. Pour diminuer ces émissions, Médiamétrie a mis au cœur de sa politique de gestion de la flotte de véhicules, la transition des véhicules thermiques vers l'électrique. Plus d'information dans la partie "*Pour une mobilité verte*". Afin de minimiser le risque de fuites de fluides frigorigènes des climatisations, une maintenance régulière a lieu.



03. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

2. Pour une conception de nos produits et services écoresponsable

Médiamétrie poursuit sa démarche d'écoconception initiée en 2023 afin de réduire son empreinte environnementale.

L'évaluation du bilan carbone de l'entreprise permet d'identifier l'origine des émissions. Depuis 2024, nous allons plus loin en développant des "étiquettes carbone produits", qui détaillent les émissions en fonction de leur source et de la typologie des produits vendus. En cours de déploiement, ces étiquettes constituent un outil stratégique à double vocation : faciliter la prise de décision en intégrant l'impact environnemental dès la conception des produits et renforcer la communication en interne et auprès de nos clients, en rendant plus visibles les conséquences de chaque choix sur l'empreinte carbone.

L'écoconception et l'application de notre stratégie RSE concernent l'ensemble des collaborateurs. Afin que chacun puisse appréhender ces enjeux et les intégrer dans son quotidien professionnel, Médiamétrie met en place des formations visant à sensibiliser et former ses équipes aux enjeux climatiques globaux et spécifiques à leur métier comme présenté dans la partie « Gouvernance et Ethique : Nos engagements RSE : une transformation collective ».

Dans cette dynamique, chaque projet fait l'objet d'une évaluation systématique de l'impact carbone, en complément des analyses de sécurité des données (security et privacy by design). Cette approche s'applique aussi bien aux nouveaux projets qu'aux évolutions de produits existants.

En parallèle, lors de chaque « sprint » de développement, des projets appelés « enablers RSE » sont systématiquement intégrés au développement des produits, pour réduire l'empreinte carbone de l'entreprise.

The screenshot shows a web interface titled "EVALUATION RSE" with the Médiamétrie logo. It lists three evaluation categories, each with a red arrow icon:

- 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

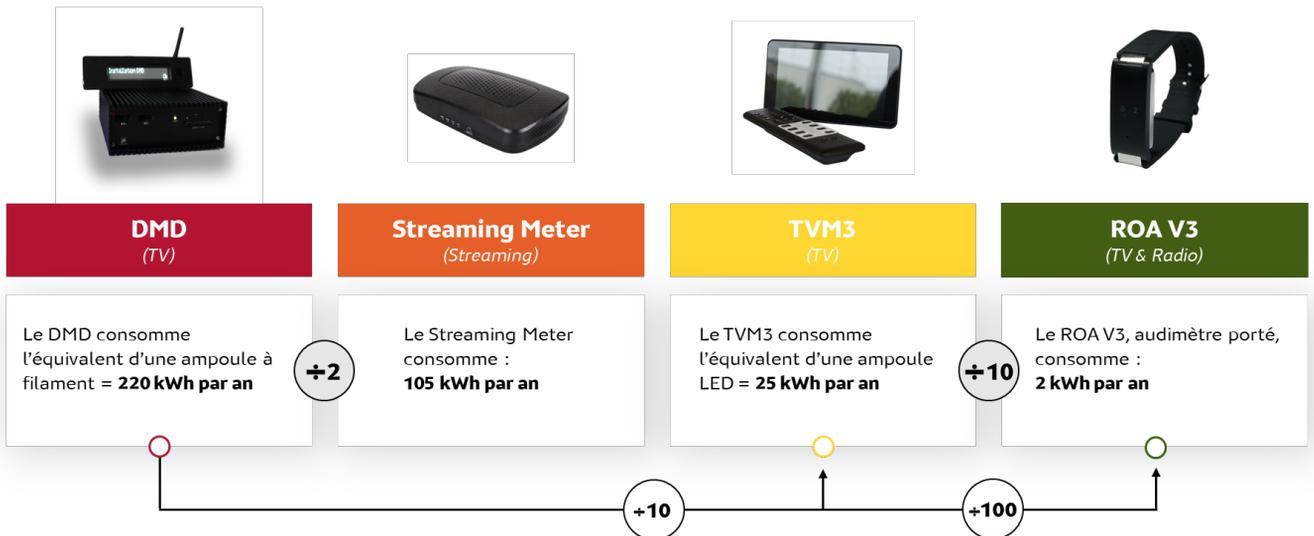
At the bottom, a red banner contains the text: "Quelle est la durabilité des différents scénarios de mesure d'audience ?"



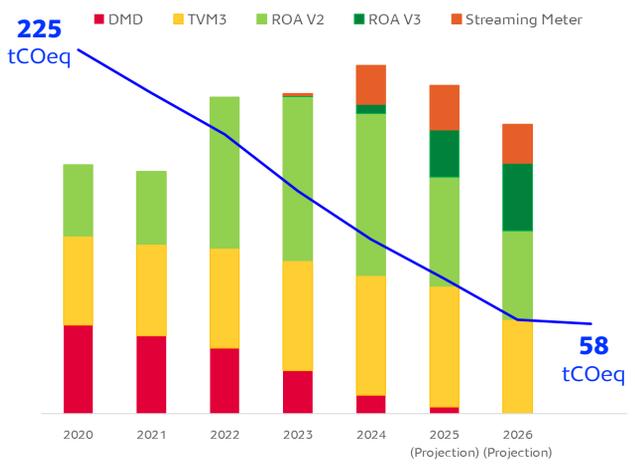
03. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

Les « Enablers RSE » concernent par exemple l'écoconception des équipements de mesures qui équipent les panélistes, aussi bien ceux conçus par les équipes de Médiamétrie que ceux fournis par nos partenaires technologiques. Notre objectif étant de développer et sélectionner les audimètres les plus durables, les moins énergivores possibles, et les moins émissifs à la fabrication.

D'autres Enablers RSE concernent l'écoconception du traitement des données, sujet développé dans la partie : "Vers la sobriété énergétique".



Vers des audimètres moins énergivores et plus petits



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



03. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

3. Pour des achats de produits et services décarbonés

Plus de 90% des émissions de GES de Médiamétrie proviennent des achats de produits et services.. Cela comprend des achats de biens manufacturés qu'ils soient immobilisés ou non, des prestations intellectuelles, des locations de véhicules, du cloud, de l'énergie pour les bâtiments, etc. Parmi ces achats 100 fournisseurs représentant 2/3 de ses émissions totales de GES (tCO₂e). L'engagement de ses fournisseurs dans la réduction de leur propre empreinte carbone est donc une priorité de l'entreprise.

Au-delà d'une politique d'achats responsables initiée en mai 2023, un plan de décarbonation des achats a été lancé en septembre 2024 afin de renforcer notre vigilance et instaurer davantage de sobriété dans nos activités. Ce plan de décarbonation des achats comporte de nouvelles mesures afin de parvenir à une réduction de nos émissions d'au moins -50% entre 2020 et 2030. Ces mesures partagées en novembre 2024 aux fournisseurs ayant les prestations les plus émissives viennent renforcer les dispositions initiales communiquées fin 2022, notamment la demande de leur bilan carbone et de leur trajectoire de réduction de leurs émissions. Ce plan de décarbonation 2024 s'articule en trois actions principales :

- Adopter de nouvelles habitudes internes qui auront un effet immédiat sur nos consommations: La sobriété nous invite en premier lieu à modifier nos comportements en réfléchissant davantage à leurs impacts. L'identification rapide d'actions concrètes à effet immédiat et de mesures de bon sens permettront de réduire notre consommation énergétique, nos déplacements professionnels et nos équipements IT par exemple.
- Choisir de nouveaux fournisseurs durables : un critère déterminant lors desancements d'appel d'offres, le critère « RSE » est désormais valorisé à hauteur de 33 % minimum dans le processus d'évaluation. 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.
- Elever notre niveau d'exigence en termes de durabilité avec nos fournisseurs actuels avec notamment la mise en place d'échanges dédiés au plan d'action climat pour notre Top 100 fournisseurs.

Au sein de notre Top 100 fournisseurs, 38% d'entre eux nous ont déjà fourni leur Bilan Carbone complet (scopes 1, 2 et 3) et plus d'un tiers de ceux ayant réalisé leur bilan carbone nous ont transmis leur trajectoire de réduction.



03.

ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

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 et depuis fin 2024 des collaborateurs sont identifiés en tant que porteurs de l'engagement climatique avec nos fournisseurs.

4. Vers la sobriété numérique

Un cinquième des émissions de GES de Médiamétrie sont liées à ses activités numériques. 79% de ces émissions sont liées à l'usage du numérique en externe :

- Traitement des données dans le cloud
- Utilisation de solutions informatiques et de logiciels développés par des tiers
- Utilisation de services télécoms notamment dans les centres d'appels

A ces services numériques externes s'ajoutent les émissions liées à la fabrication et à la fin de vie des équipements informatiques utilisés dans les locaux et possédés en grande majorité par Médiamétrie (21%).

Médiamétrie a fait le choix de l'utilisation du cloud pour stocker ses données et effectuer ses opérations. En effet la **mutualisation des ressources dans le cloud** présente de nombreux avantages environnementaux versus une utilisation d'équipements en local. Cette mutualisation permet d'optimiser l'utilisation des serveurs et par conséquent, le nombre de serveurs fabriqué, la consommation énergétique et d'eau globale. Contrairement aux infrastructures traditionnelles individuelles surdimensionnées, les centres de données cloud allouent en effet dynamiquement les ressources en fonction des besoins. Nous n'utilisons que ce dont nous avons besoin.

Afin d'aller plus loin que les gains d'échelle réalisés avec le cloud, un « Enabler RSE – DSI » a été initié par l'équipe DSI en 2023 :

Les **nouveaux projets et produits existants sont déplacés vers des instances utilisant des processeurs moins gourmands en énergie et vers des serveurs hébergés en France plutôt qu'en Irlande dont le mix énergétique est 12 fois plus élevé.** A fin 2024, la migration vers des instances utilisant des processeurs moins énergivores a été réalisée pour 33% du périmètre éligible. La migration de l'Irlande vers la France a été réalisée pour 20% du périmètre éligible.

La gestion automatique et optimisée de leur cycle de vie a été mise en place pour 96% des données stockées. Cette gestion automatique permet de basculer les données d'un type de stockage à un autre en fonction de leur besoin (chaud à froid, moins énergivore), et donc de limiter les émissions associées au stockage.



03.

ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

Pour aller plus loin, et assurer la maîtrise du cycle de vie de nos données nous avons mis en place en interne un **comité de la gouvernance de la donnée**, qui a notamment pour rôle de spécifier le rôle de chaque donnée. Cette identification précise permet par exemple de déterminer quelles données ne sont plus utilisées et peuvent donc être supprimées, ou de définir des politiques d'archivages et de rétention des sauvegardes. (durée). Médiamétrie met progressivement ces actions en place.

Nos prestataires cloud faisant partie de nos 100 fournisseurs les plus émissifs (60% de nos émissions), nous sommes particulièrement attentifs à leurs engagements, aux solutions qu'ils peuvent proposer pour réduire nos émissions et à leur capacité à répondre à nos objectifs. Des points d'étape sont organisés trimestriellement avec ces prestataires.

Aujourd'hui ces actions portent leurs fruits, et **les émissions du cloud Médiamétrie ont diminués de -20% depuis 2020, malgré une hausse des besoins numériques.**

5. Vers la sobriété énergétique

Médiamétrie continue de réduire ses consommations d'électricité qui ont totalisé 921 563 kWh en 2024 soit une diminution de -29.3 % vs 2020 (1 304 334 kWh) grâce au **plan de sobriété énergétique** qui porte ses fruits.

A partir de juillet 2024, nous avons **réduit nos espaces de travail** de -62% sur notre nouveau terrain d'enquêtes située à Rouen. Son niveau de performance énergétique s'inscrit dans la réglementation thermique RT2012, fixant ainsi des exigences de résultats en matière de conception du bâtiment, de confort et de consommation d'énergie. Également depuis juillet 2024, nous sommes en autoconsommation énergétique sur notre bâtiment situé à Sophia.

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 -33% sa consommation de gaz/électricité à fin 2024 vs 2019.

Et au regard de l'objectif fixé par le **Décret Tertiaire** de diminuer de 40% notre consommation énergétique d'ici 2030, sur la **globalité des sites de Médiamétrie**, une **réduction de -65% de la consommation énergétique à fin 2024 a été obtenu par rapport aux années de référence respectives** (-59% sur Amiens vs 2012 ; -90% sur Sophia vs 2018 ; -27% sur Levallois vs 2015 ; -84% sur Rouen vs 2012).



03. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

De nouveaux contrats induisant de l'énergie renouvelable ont été mis en place en fin d'année 2024, soit près de 53 000 kWh (partie d'électricité renouvelable de 100% certifiée par des garanties d'origine Europe).

Le plan de sobriété énergétique de Médiamétrie se poursuit en 2024

- **Conserver des comportements responsables 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
 - 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 (67 téléphones renouvelés en 2024 étaient reconditionnés)
 - Allonger la durée de vie moyenne effective de nos PC : entre fin 2023 et fin 2024 nous avons allongé la durée de vie moyenne de nos PC de 1 an, passant de 3,98 à 5,05 ans pour le siège à Levallois ; et de 3,72 à 4,55 pour nos terrains d'enquête d'Amiens et de Rouen
 - Mieux contrôler nos équipements techniques et dimensionner plus sobrement nos sites
- 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 (-62%) par Médiamétrie sur le site de Rouen
- 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
- Poursuite du comité vert avec le bailleur du site de Levallois (première instance en décembre 2023)



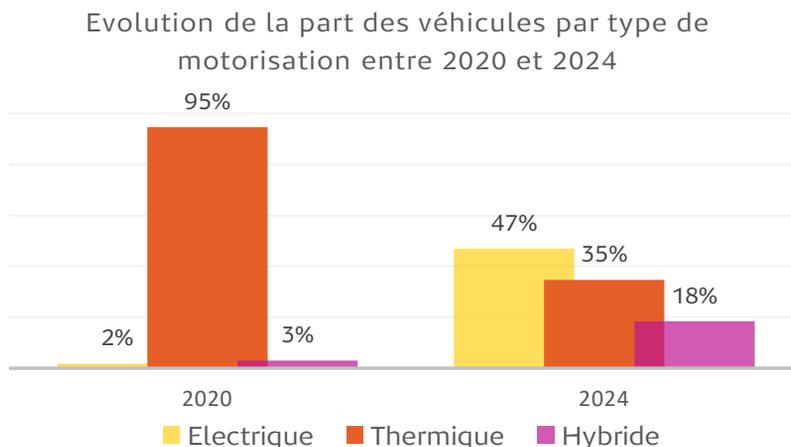
03. ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

6. Pour une mobilité verte

Les émissions de gaz à effet de serre de Médiamétrie liées aux déplacements ont augmenté de +12% en 2023 par rapport à 2020 année de référence et par extension relative de confinement liée au Covid. Cela est dû est à l'augmentation des déplacements en avion, qui étaient très faible en 2020 et à une augmentation des roulages en 2023. Afin de maîtriser et diminuer ces émissions, Médiamétrie à mis en place plusieurs actions présentées ci-dessous. En 2024, ces chiffres diminuent par rapport à 2023, les consommations de carburant diminuent de 25% et les émissions liées aux voyages de 8%.

Depuis septembre 2022, Médiamétrie a proscrit dans sa Car Policy le référencement de nouveaux véhicules thermiques (excepté 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 2024, Médiamétrie a réduit le nombre total de véhicules utilisés de 13% vs 2020. Et pour la première fois, la part des véhicules électriques a dépassé la part des véhicules thermiques. Désormais près de la moitié, soit 47% des véhicules sont électriques (vs 2% en 2020), 35% thermiques (vs 95% en 2020) et 18% hybrides (vs 3% en 2020).



Pour accompagner cette transition, Médiamétrie a fait installer 10 prises CHARGEPOINT dédiées à la charge des véhicules électriques dans ses locaux. Et 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.



03.

ENVIRONNEMENT ET CLIMAT

Médiamétrie a aussi poursuivi son partenariat avec WENOW sur 2024 en se concentrant sur les conducteurs ayant un kilométrage significatif. Un challenge "les lundis sans survitesse" s'est ainsi déroulé sur 3 semaines en décembre 2024. Les objectifs étaient de réduire la vitesse pour améliorer la sécurité et de baisser notre consommation d'énergie pour diminuer notre impact environnemental. Le challenge a été relevé avec 90% des usagers sous les 10% de survitesses. La grande majorité des participants ont participé activement, le score de survitesse a baissé de -33% et le pourcentage de freinage fort de -10% au mois de décembre.

Depuis novembre 2022, Médiamétrie met en application sa **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).

Pour donner suite au plan de décarbonation des achats lancé en septembre 2024, un reporting est transmis mensuellement au Comité de Direction de Médiamétrie afin de suivre l'évolution des émissions carbonees liées aux déplacements professionnels (aérien et carburant des véhicules société). L'objectif étant de s'orienter vers des déplacements essentiels à forte valeur ajoutée et vers l'utilisation de petits véhicules électrifiés en priorité. A fin décembre 2024, les émissions carbonees ont diminué de -8% par rapport à 2023 pour les déplacements (aérien/train/hôtels) réalisés via l'agence de voyages.

Par ailleurs, le partenariat avec les TAXIS G7 s'est poursuivi en 2024 avec l'option "Préférence Green" permettant ainsi une évolution positive de la part des véhicules "Green" : de 84% en 2023 à 89% en 2024 pour les collaborateurs Médiamétrie et de 86% en 2023 à 89% en 2024 pour les collaborateurs Médiamétrie//NetRatings.



04.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

« Cultiver le respect, l'écoute et l'égalité au quotidien »

Dans un écosystème médias en pleine mutation, nous devons attirer, sécuriser et fidéliser les talents, tout en cultivant un environnement de travail fondé sur **l'égalité, l'inclusion, l'écoute et la solidarité**.

Notre politique RH est pleinement alignée avec nos engagements RSE, renforçant ainsi notre impact positif tout en améliorant **l'expérience collaborateur**.

En 2024, nous avons harmonisé plusieurs de nos outils et pratiques RH au périmètre des **Terrains d'Enquête** (Pulse, MyEAP, MySkills, communication et rituels RH, Parcours superviseur...), afin de garantir **l'équité de traitement** entre tous les collaborateurs.

Nos initiatives visent à concilier **performance économique et responsabilité sociale** à travers :

- ✓ **Un parcours collaborateur structuré et évolutif** : favorisant le développement des compétences et l'évolution de carrière.
- ✓ **Un cadre de travail équilibré et respectueux** : télétravail, prévention des risques psychosociaux, diversité & inclusion.
- ✓ **Un management exigeant et bienveillant** : parcours sur-mesure pour renforcer l'écoute, le développement et le challenge des équipes.
- ✓ **La santé et la sécurité des collaborateurs**, à travers des actions de prévention et de bien-être.
- ✓ **Un meilleur équilibre vie pro/perso**, avec un accompagnement spécifique autour de la parentalité et des jeunes talents.



04.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

1. Accompagner la stratégie de Médiamétrie par les actions RH via le développement des compétences

Attirer, développer et fidéliser les talents est une priorité stratégique RH pour Médiamétrie. En 2024, nous avons renforcé nos actions pour accompagner les parcours professionnels et favoriser l'évolution de nos collaborateurs.

- **Recrutements et intégration**

En 2024, nos efforts de recrutement ont permis d'intégrer **186 nouveaux collaborateurs** (contre 131 en 2023), avec une attention particulière portée à la diversité des profils et aux talents issus de parcours atypiques.

L'ensemble des collaborateurs du Siège bénéficient en outre :

- ✦ d'un parcours d'intégration via 3 Matinales, animées par la DRH avec les membres du Comité de Direction.

- ✦ des points de suivi régulier pendant la première année du contrat.

Médiamétrie a également recruté **50 étudiants en alternance** (contre 43 en 2023), dont **12%** ont poursuivi leur carrière dans l'entreprise (contre 13% en 2023).

- **Formation et développement des compétences :**

Nous avons investi **3,53% de notre masse salariale brute** dans la formation, soit **3 932 heures de formation pour le Siège**, réparties en **643 actions de formation** bénéficiant à **59%** de nos salariés.

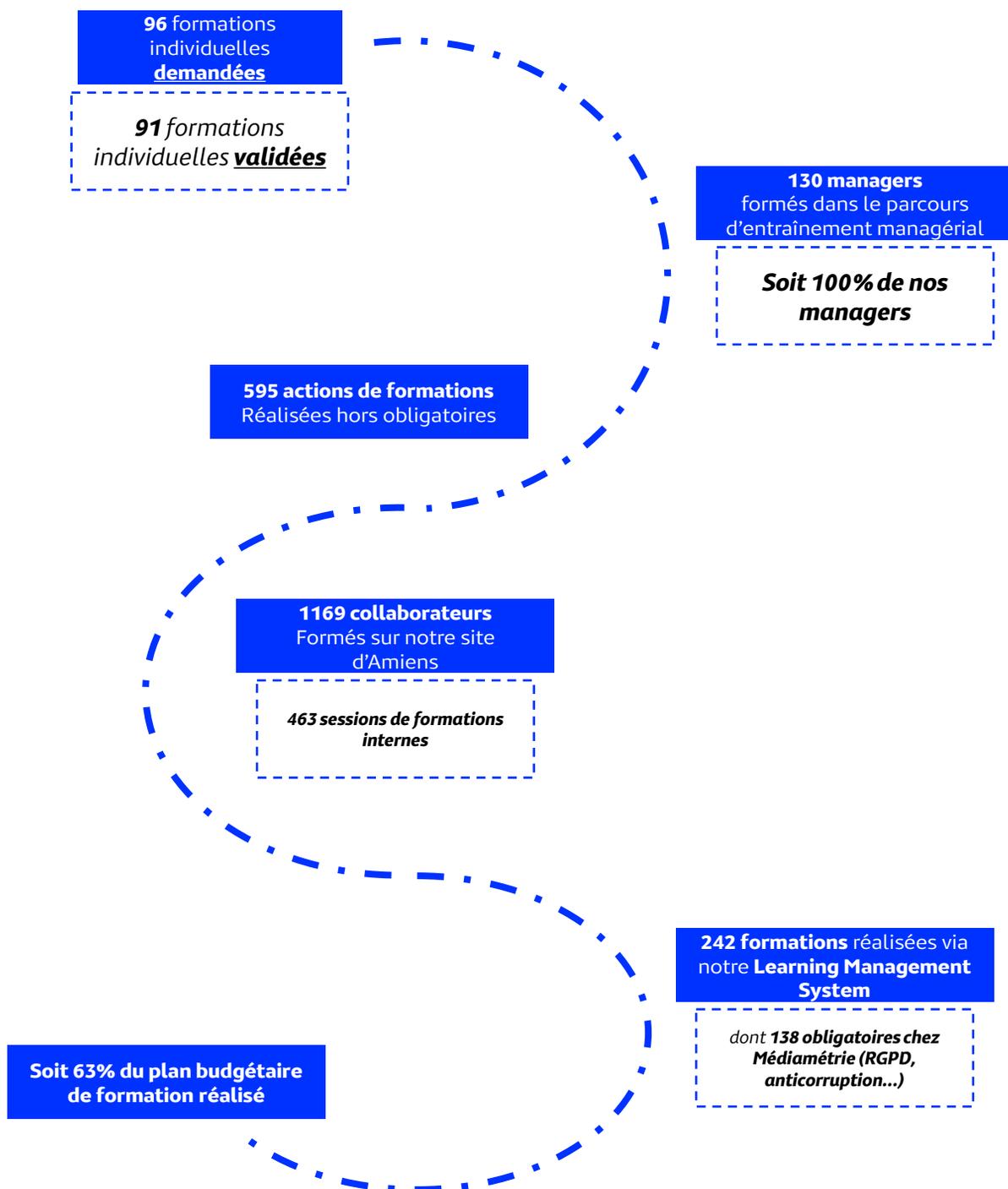
Nous avons mis en place des dispositifs sur-mesure, notamment sur le **développement du management et la montée en compétences de nos experts**. Médiamétrie investit **trois fois plus** que l'obligation légale pour maintenir et développer les compétences de chacun.

- ✦ **94,8%** (91/96) des formations individuelles demandées par les collaborateurs ont été acceptées.

- ✦ Pour les Terrains d'Enquête, **10 107 heures de formation** ont été dispensées, réparties en **463 actions** et bénéficiant à **1 168 stagiaires**.

04.
SOCIAL ET SOCIÉTAL

Bilan formation





04.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

- **Mobilité interne et gestion des carrières :**

Nous disposons d'une **culture forte de la mobilité interne**, permettant à chaque collaborateur d'évoluer sans restriction de parcours ou de formation.

✦ En 2024, **4 collaborateurs** ont bénéficié d'une mobilité interne et **21 collaborateurs** ont connu une évolution de poste (promotion, changement de titre ou évolution de responsabilités).

2. Assurer un accompagnement individualisé à tous les collaborateurs

Médiamétrie déploie une démarche responsable en matière d'accompagnement des collaborateurs : écoute active, rituels permettant la proximité, accompagnement individuel sur demande et des managers plus spécifiquement via le parcours qui leur est dédié.

✦ **Taux de complétion des entretiens annuels MyEAP : 96% en 2024** (vs 96% en 2023).

✦ **Suivi trimestriel des objectifs individuels** via MyPerf.

✦ **Accès permanent à deux plateformes de formation**, permettant aux collaborateurs de formuler leurs choix et de s'inscrire à tout moment.

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

✦ **Modernisation des espaces de travail** : Depuis septembre 2023, Médiamétrie a configuré ses espaces de travail modernisés pour notre siège de Levallois selon des principes forts : semi-flex, espaces collectifs et collaboratifs, aucun bureau individuel.

✦ **Rituels RH** : 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 en janvier de chaque année avec l'ensemble des collaborateurs sur les résultats de l'année passée et sur les perspectives de l'année en cours), des sessions de Live Teams, des communications écrites, des visuels explicatifs et avec les représentants du personnel.

Afin de garantir un dialogue interne permanent, Médiamétrie développe un ensemble de rituels RH pour être en proximité de ses collaborateurs (petit-déjeuners d'équipe, matinales d'intégration, points de suivi d'intégration) et de ses managers (revues biannuelles de performance, 5 sessions de "Caméra Café RH" regroupant 45 managers et 5 sessions de "Café de proximité" regroupant 55 managers).



04. SOCIAL ET SOCIÉTAL

Un programme de conférences intitulé "**Amphi RH**" permet aux collaborateurs de se retrouver en présentiel et en distanciel pour participer à des conférences auxquelles ils s'inscrivent selon leur intérêt pour les thèmes proposés (feedback, brainstorming, ou incertitude). En 2024, 4 Amphis RH ont été organisés, avec une centaine de participants en moyenne par Amphi.

Un dispositif similaire a été créé en 2024 pour les managers : 3 sessions de "**Questions de managers**" ont eu lieu (travail hybride, le courage managérial, gestion du stress et des émotions).

Depuis novembre 2023, deux newsletters mensuelles sont adressées par la DRH, l'une à l'ensemble des salariés et l'autre aux seuls managers de Médiamétrie, afin de les informer et accompagner dans tous les sujets RH les concernant.

Enfin, des réunions avec les équipes ("**Petits déj des étoiles**") sont organisées par la DRH, réunissant le manager et son équipe de 10 à 20 collaborateurs, dans un cadre informel pour une heure d'échanges.

🗨️ **Dialogue social** : En 2024, 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.

11 réunions de CSE ont eu lieu pour le comité du Siège (à Levallois) ; 11 ont été organisés pour les Terrains d'Enquête ; et 5 séances de CSE Central se sont déroulées.

Au-delà des réunions de négociations annuelles obligatoires (NAO) sur les périmètres du Siège et des Terrains d'Enquête, des réunions ont été organisés pour négocier des accords collectifs qui régissent la vie des salariés dans l'entreprise (et sont librement consultables sur notre intranet) : sur le télétravail, sur les astreintes, sur le don de jours, sur l'égalité professionnelle, et sur l'intéressement.

Ainsi Médiamétrie a renouvelé son **accord de télétravail sur une base de 3 jours maximum par semaine travaillée**. 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.



04.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

4. S'entraîner et échanger sur les bonnes pratiques managériales

Médiamétrie est convaincue depuis 2022 que les managers jouent un rôle essentiel dans la transformation et la réussite de l'entreprise. C'est pourquoi nous avons mis en place un **parcours d'accompagnement managérial** structuré, le **PAM**, qui vise à renforcer les compétences des managers et à les accompagner dans leur posture de leader.

- ✦ 100% des managers ont suivi ce parcours d'entraînement managérial en 2024.
- ✦ 85,7% des participants se sentent plus confiants et mieux accompagnés dans leur rôle de manager selon le questionnaire interne.
- ✦ 75% des managers ont déclaré avoir fait évoluer leur style de management grâce aux ateliers du programme selon le questionnaire interne.

Le PAM comprend des formations, des ateliers pratiques et des rituels RH d'accompagnement individuel et collectif. Il s'adresse aux trois niveaux de management : Comité de Direction, managers d'équipe et managers de proximité.

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

- Ecoute des collaborateurs

Des **enquêtes anonymes périodiques** (Pulse) ou sur des thématiques spécifiques sont réalisées dans l'année dans le but de mesurer l'engagement et pour développer la culture du feedback de nos collaborateurs. Les résultats de ces enquêtes sont partagés avec les managers d'équipe. Et dans une version synthétique à l'ensemble des collaborateurs de Médiamétrie. En 2024, nous avons étendu notre dispositif RH aussi au périmètre des Terrains d'Enquête.

- ✦ 3 enquêtes collaborateurs Siège et 2 pour les Terrains d'Enquête en 2024.
- ✦ Taux de participation : 57,5% (Siège) et 59% (TE).
- ✦ Note moyenne de motivation : 7,3/10 (Siège) et 5,1/10 (TE).
- ✦ Taux de recommandation : 89,4% (Siège) et 58,7% (TE).



04.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

- Sécurité des collaborateurs

Nous avons à cœur de suivre particulièrement le nombre et les causes d'accidents du travail et de trajet qui se produisent dans notre cadre.

✂ 10 accidents du travail (versus 9 en 2023)

✂ 9 accidents de trajet (versus 17 en 2023)

- Bien-être et équilibre vie pro/perso

Médiamétrie réaffirme son engagement à favoriser une conciliation efficace entre vie familiale et vie professionnelle. Nous avons mis en place des **accords collectifs pérennisant le télétravail**, notamment pour faciliter l'organisation du travail tout au long de la grossesse.

De plus, des séances de "**gym douce**" sont organisées et financées par Médiamétrie, les vendredis à l'heure du déjeuner.

- Engagement en faveur de la santé mentale

Un **programme de soutien psychologique est accessible à tous les collaborateurs**. Celui-ci est particulièrement communiqué auprès des personnes identifiées par la DRH lors de nos échanges ("Mon soutien psy"). De plus, lors d'événement traumatisant survenu dans une équipe (par exemple, le décès d'un collaborateur), la DRH propose un accompagnement spécifique (collectif et individuel).

Enfin, Médiamétrie s'est engagé dans la **sensibilisation autour des risques psychosociaux (RPS) en formant tout le Comité de Direction puis les managers d'équipe** sur cette thématique ("Manager en responsabilité"). Les représentants du personnel ont aussi été formés sur cette thématique.



04.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

6. Engagement en faveur de l'égalité professionnelle et de la diversité

Médiamétrie s'engage pleinement en faveur de l'égalité femmes-hommes, convaincue que la mixité est un levier de complémentarité, d'équilibre social et de performance. Cet engagement repose sur un accord d'entreprise négocié avec les partenaires sociaux, conformément aux articles L.2242-1, 2°, L.2242-13, 2°, L.2242-17 et R.2242-2 du Code du travail.

- ✦ Index d'égalité professionnelle : 90/100 en 2024 (contre 86/100 en 2023).
- ✦ Effectif global équilibré : 51% de femmes et 49% d'hommes.
- ✦ Égalité d'accès à la formation et au développement professionnel.
- ✦ Conciliation entre vie professionnelle et personnelle (accords facilitant le télétravail tout au long de la grossesse).
- ✦ Objectif d'amélioration de l'écart de rémunérations en faveur des cadres de plus de 50 ans et les métiers à dominante masculine.



04.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

7. Favoriser l'inclusion de tous

Convaincus que la diversité des profils est **une source de complémentarité et d'équilibre social**, nous nous engageons à garantir l'égalité des chances et l'équité professionnelle.

✦ **Formation des managers** : lancement d'une formation RH interne sur le recrutement et l'intégration ("Recruter et onboarder"), intégrant les principes de non-discrimination. L'ensemble des managers de Médiamétrie, du Comité de Direction aux managers de proximité, a été formé au cours de l'année 2024.

✦ **Sensibilisation des collaborateurs** : actions autour du sexisme, des biais cognitifs et des soft skills.

✦ **Inclusion au quotidien** : partenariat dans notre cafétéria avec "En 10 saveurs" depuis septembre 2023, permettant l'intégration de 3 collaboratrices en situation de handicap mental/cognitif.

✦ **Événements dédiés** : sensibilisation au sein de la cafétéria à travers expositions, chorales et autres initiatives favorisant la diversité et l'inclusion.

Médiamétrie aspire à promouvoir l'inclusion au-delà de son environnement interne. En 2024, nous avons doublé nos achats réalisés avec des sociétés ayant un agrément « **Entreprise Adaptée** » par rapport à 2023, soit près de 213 k€ HT.

Nous avons renouvelé notre partenariat, fortement plébiscité par les collaborateurs, avec **EN 10 SAVEURS**, une entreprise adaptée AGEFIPH. EN 10 SAVEURS gère notre cafétéria d'entreprise depuis septembre 2023 avec 3 collaborateurs en situation de handicap mental/cognitif et 1 manager qui nous accueillent tous les jours lors de nos pauses café et déjeuner à la cafétéria. Cette inclusion du quotidien est complétée par des événements de sensibilisation comme la journée de la trisomie 21 (~80p mobilisées en mars 2024) ou de l'autisme à travers un partenariat avec l'association Grandir en Société qui fait de la sensibilisation au handicap en entreprise.

L'année 2024 a été rythmée au travers de 4 grandes dates clés :

- En février avec la visite de Mme la Préfète à l'égalité des chances des Hauts-de-Seine, Nadège Baptista pour partager la réussite du partenariat avec EN 10 SAVEURS,
- En mars avec le parrainage de la candidature de Maud et de Flavie d'EN 10 SAVEURS pour remporter un Trophée "Femmes en EA & en ESAT",



04. SOCIAL ET SOCIÉTAL

- En juin avec une médaille de bronze dans la catégorie « Diversité et inclusion : lutte contre toute forme de discrimination au sein de l'entreprise », l'unique prix remis dans la catégorie au Grand Prix RSE des Médias 2024,
- En novembre avec une nomination à la 16ème édition 2024 du Festival Regards Croisés : Courts Métrages "Métiers & Handicaps" avec le film "Pause-Café".



8. Développer une culture de la solidarité

Notre analyse de matérialité a révélé l'envie des collaborateurs de s'impliquer davantage dans des projets associatifs soutenus par l'entreprise. Afin de développer une culture de la solidarité, voici des actions qui ont eu lieu en 2024 :

- Soutien à l'association "Vivre Pleinement" avec la participation de 24 collaborateurs le 5 octobre 2024 à « La Victor Pauchet », un évènement autour de courses et d'une marche solidaire dans le cadre d'Octobre Rose. Cette course permettant de récolter des fonds au travers des droits d'inscriptions et de dons et ainsi de financer des actions de soins et de support pour les femmes atteintes d'un cancer du sein.
- Collecte de jouets en décembre 2024, pour offrir une seconde vie à nos jouets au profit des enfants défavorisés. Médiamétrie soutient « Neptune Association » qui se donne pour mission de lutter contre toute forme d'exclusion. Parmi ses activités clés de réinsertion : la collecte, la valorisation, et le réemploi.



04.

SOCIAL ET SOCIÉTAL

9. Contribuer au développement local

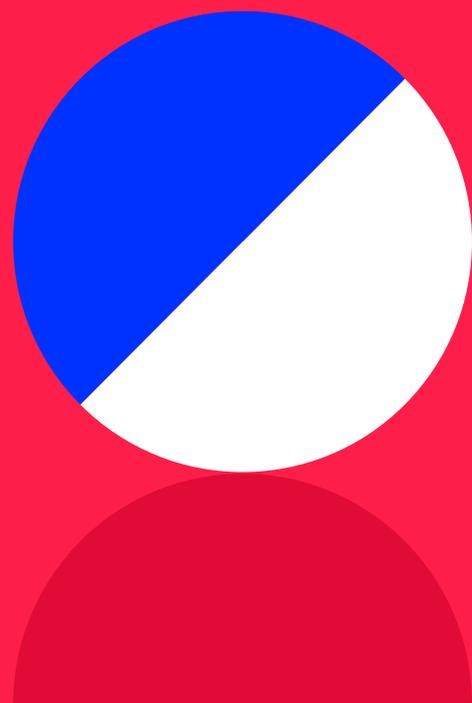
En 2024, Médiamétrie réalise 65 % de ses enquêtes et productions téléphoniques au travers de terrains nationaux (vs 66% en 2023, et 53% en 2022). Le nombre d'enquêtes et de recrutements téléphoniques de panélistes sur les terrains nationaux est stable.

Un premier terrain d'enquêtes CATI (Computer Assisted Telephone Interview) est basé à Amiens (MC2) depuis mai 2000, et le second (MC3), qui était historiquement à Le Petit-Quevilly depuis fin 2006, a déménagé à quelques kilomètres, à Mont-Saint-Aignan en mai 2024.

Leurs activités consistent en la production d'études, d'enquêtes, de recrutements et animation de panélistes. 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.

Annexes

Années 2024





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 2024</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"> 3 Ateliers Cross-Média Pub et 4 Groupes de Travail Editeurs ont été organisés en 2024 pour encadrer et définir les standards des futures mesures
	Concurrence des plateformes digitales internationales pratiquant l'automesure		<ul style="list-style-type: none"> Lobbying européen au sein de l'Audience Measurement Coalition (AMC) pour influencer sur les projets de lois européens 	<ul style="list-style-type: none"> Collaboration avec les plateformes digitales internationales 	<ul style="list-style-type: none"> Netflix, Disney+, Prime Video (Amazon) et YouTube (Google) adhèrent au principe de participation au Comité Cross-Média Vidéo de Médiamétrie
	Concurrence de mesures cross-média publicitaire internationales			<ul style="list-style-type: none"> Défense du modèle Médiamétrie : Centralité, Equité et Transparence 	<ul style="list-style-type: none"> Création de l'Audience Measurement Coalition (AMC) Mise en œuvre du Règlement européen sur la liberté des médias (EMFA)
	(R)évolution de la CTV (TV connectée) dans les usages médias	Mesurer l'audience et les usages Total Vidéo, Total Audio et Cross-Média Pub 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 	<ul style="list-style-type: none"> CA : 98,6 M€ en 2024 vs 98,3 M€ en 2023 / REX : confidentiel / CAPEX : 9 M€ en 2024 vs 12 M€ en 2023
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...)			<ul style="list-style-type: none"> Plan stratégique M25 et Programme d'Accélération des Solutions (PAS) 	<ul style="list-style-type: none"> Concrétisation du plan M25 (lancement de produits et évolutions de produits du plan stratégique) Satisfaction globale clients 	<ul style="list-style-type: none"> Projets stratégiques lancés en 2024 : EAR Insights Digital, Médiamat Tous Ecrans et France Entière, Mesure automatique des campagnes CTV, Preview – Réaffectation Note de satisfaction globale clients 2024 : 7,9/10 vs 8 en 2023 et 7,5 en 2022
Développement de l'IAG	Evaluer la prise en compte de l'IAG dans les futurs développements	<ul style="list-style-type: none"> Comité de pilotage trans-département (veille, charte IAG, sécurité, privacy, RSE, RH, juridique...) 	<ul style="list-style-type: none"> Charte IAG Cellule de veille (usages de l'IAG, évolutions réglementaires et légales) 	<ul style="list-style-type: none"> En 2024 : 45 cas d'usages de l'IAG identifiés dont 7 POC validés (1 rejeté), 4 POC en cours, 4 à tester et 29 à affiner 	



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 1/4

<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 2024</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">• Maintenir 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• Politique Sécurité• 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• Sensibilisation continue des collaborateurs, notamment ceux intervenant dans les processus qui impliquent des données de panélistes	<ul style="list-style-type: none">• Maintien de la certification ISO 27001• Maintien de la certification ISO 27701• Nombre et lieux audit ISO• 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 <p>→ Objectif 70% EO avec respect check sécurité/privacy/RSE → Objectif 70% EF avec Comité Faisabilité Architecture préalable</p> <ul style="list-style-type: none">• Formation à la protection des données personnelles : → % Sur l'ensemble des collaborateurs dont % de collaborateurs en contact direct avec des panélistes	<ul style="list-style-type: none">• Maintien de la certification ISO 27001• Maintien de la certification ISO 27701• 1 audit de surveillance ISO 9001 en janvier• 1 audit de surveillance ISO 27001 et 27701 en octobre• Pas de nouvelles politiques en 2024• Mise en place du processus dédié a permis à tous les projets de faire l'objet d'une analyse Privacy <p>→ EO avec respect check sécurité/privacy/RSE = 56% → EF avec Comité Faisabilité Architecture préalable = 80%</p> <ul style="list-style-type: none">• 91% ont suivi le module RGPD dont 100% des collaborateurs en contact direct avec des panélistes ayant fait l'objet d'une sensibilisation ad hoc



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 2/4

Piliers	Principaux risques extra-financiers	Enjeux opérationnels	Politiques et actions identifiées	Principaux indicateurs visés	Résultats obtenus en 2024			
Gouvernance & Ethique	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'européen permettent de sensibiliser nos interlocuteurs à la fonction de la mesure d'audience dans l'écosystème média et digital 	<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"> • Aboutissement des travaux conduisant à la création de l'Audience Measurement Coalition (Statuts approuvé par les membres fondateurs le 19 décembre 2024) 			
			"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 • Mise en avant du dispositif d'alerte éthique et du contact de la référente déontologie via la communication • 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 2024 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"> • Maintien de la certification ISO 9001 • Nombre d'audits réalisés par le CESP en 2024



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 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 2024</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">• Evaluation EcoVadis• Engager nos collaborateurs, nos panélistes, nos clients et partenaires notamment via l'information, la formation, l'écoute, le management, la confiance et le bien être au travail• Participation à des prix et/ou interventions publiques sur la RSE	<ul style="list-style-type: none">• Notation EcoVadis (silver)• Nombres d'amphis collaborateurs par sujet• Actions de sensibilisation collaborateurs notamment dans le cadre du partenariat Greenlandia• Participation au Grand Prix de la Responsabilité des Médias• Intervention de Médiamétrie dans des conférences sur les thématiques environnementales et éthiques	<ul style="list-style-type: none">• Résultats EcoVadis 2024 : Médaille d'Argent, score de 71/100 (93ème percentile)• 26 amphis ouverts à tous ; 9 sur l'actualité et les tendances Média, 5 présentations de clients par les clients, 4 sur l'épanouissement professionnel 2 sur la RSE, 1 sur la sécurité des données, etc. En moyenne 91 collaborateurs ont assisté aux amphis.• 3^e année de partenariat et de soutien à Greenlandia• Médaille de bronze dans la catégorie "Diversité et inclusion " au Grand Prix RSE des Médias 2024• Evènement clients Le Break "Engageons-nous pour une mesure d'audience durable" (11/04/2024)• Intervention de Médiamétrie dans un colloque scientifique "Du bilan carbone de l'entreprise à l'intensité carbone d'une enquête" => 13ème colloque international francophone sur les sondages les 5-8/11/2024• Intervention de Médiamétrie lors d'un débat à La Cité de la Réussite « Peut-on encore faire confiance aux chiffres ? ».



Analyse des risques extra financiers – Gouvernance et Ethique 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 2024</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• Intégrer de manière systématique des critères RSE lors des appels d'offres• Former aux Achats Responsables (ISO 20400)• Evaluation RSE de nos fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">• Mise en place d'un 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• Respect des règlements fournisseurs• Couvrir 50% du périmètre achats par une évaluation RSE• Collaborateurs formés aux Achats Responsables (ISO 20400)• Part du top 100 fournisseur avec un suivi/copil RSE régulier	<ul style="list-style-type: none">• 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• Délai de règlements fournisseurs : 99,54% (à fin déc24)• Maintien de la couverture de 50% du périmètre achats par une évaluation RSE (en base 2023)• Maintien de la formation achats responsables (EA) ISO 20400 en décembre 2023• 19% de notre top 100 fournisseur ont un suivi/copil RSE• 38 % de notre top 100 fournisseurs réalisent leur bilan carbone



Analyse des risques extra financiers – Environnement & Climat 1/4

<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 2024</u>
Environnement & Climat "Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020)"	Changement climatique : <ul style="list-style-type: none">• Augmentation des coûts énergétiques• Raréfaction des ressources• Réputationnel et réglementaire	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 2023 réalisé en 2024 : Total 5 418 tCO2e vs (5424 en 2020) Scope 1 : 173 tCO2e (vs 153 tCO2e en 2020), Scope 2 : 30 tCO2e (vs 44 tCO2e en 2020), Scope 3 : 5 215 tCO2e (vs 5 227 tCO2 en 2020)• Trajectoire de réduction des émissions de GES entre 2020 et 2023 : stable
		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, de l'étude d'opportunité à la mise en production	<ul style="list-style-type: none">• Poursuivre notre démarche d'éco-conception<ul style="list-style-type: none">→ Outil d'aide à la décision projet→ Suivi des émissions par produit→ Sensibilisation et formation des équipes aux enjeux climatiques	<ul style="list-style-type: none">• 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)• Mise en place d'un suivi des émissions par produit avec la création d'"étiquettes carbonées produits"• Formation des collaborateurs aux enjeux climatiques globaux et à ceux de leur métier (Quiz Kahoot lors de séminaires)



Analyse des risques extra financiers – Environnement & Climat 2/4

<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 2024</u>
Environnement & Climat "Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020)"	Changement climatique : <ul style="list-style-type: none">• Augmentation des coûts énergétiques• Raréfaction des ressources• Réputationnel et réglementaire	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">• Mise en place d'un Plan de décarbonation des achats• Part du top 100 fournisseurs représentant ~2/3 de nos émissions totales de GES (tCO2e)<ul style="list-style-type: none">→ nous ayant fourni leur Bilan Carbone complet (scopes 1, 2 et 3)→ avec une trajectoire de réduction carbone• Intégration de critères RSE dans les AO	<ul style="list-style-type: none">• Mise en place d'un Plan de décarbonation des achats (septembre 2024)<ul style="list-style-type: none">-Agir sur notre Top 100 fournisseurs-Faire le choix de nouveaux fournisseurs plus « durables »-Changer nos habitudes et challenger nos usages essentiels• 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) :<ul style="list-style-type: none">→ 38 % de notre top 100 fournisseurs réalisent leur bilan carbone→ Près d'un tiers des fournisseurs ayant réalisé leur bilan carbone complet ont une trajectoire de réduction carbone• Intégration de critères RSE dans les AO



Analyse des risques extra financiers – Environnement & Climat 3/4

Piliers	Principaux risques extra-financiers	Enjeux opérationnels	Politiques et actions identifiées	Principaux indicateurs visés	Résultats obtenus en 2024
Environnement & Climat "Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020)"	Changement climatique : • Augmentation des coûts énergétiques • Raréfaction des ressources • Réputationnel et réglementaire	Vers la sobriété numérique	<ul style="list-style-type: none"> • Réduire considérablement les équipements et l'énergie utilisée pour la gestion de la donnée via le cloud, le type d'instances et processeurs utilisés, le pays d'hébergement, et le type de stockage • 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"> • % des émissions "Numériques" dans le bilan carbone Médiamétrie • % d'instances utilisant des processeurs moins énergivores • % des données et calculs migrés dans un pays avec un mix énergétique faible • % des données avec une gestion du cycle de vie • Durée de vie moyenne de nos PC 	<ul style="list-style-type: none"> • 21% des émissions de Médiamétrie = Numérique • Migration vers des instances utilisant des processeurs moins énergivores pour 33% du périmètre éligible • Migration des données Irlande -> France (mix élec moins carboné) pour 20% du périmètre éligible • Part des données avec une gestion du cycle de vie : 96% → Mise en place de Stratégie de Stockage + Nettoyage donnée • Durée de vie moyenne de nos PC : de 4 à 5 ans
		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 • Plan de sobriété énergétique • Décret tertiaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Objectifs Décret Tertiaire : -40% de consommation énergétique d'ici 2030 (vs 2015 année de référence Médiamétrie) • 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) • Réduction des espaces de travail • Energie consommée en kWh • % Energie renouvelable consommée en kWh 	<ul style="list-style-type: none"> • Décret Tertiaire : -65% de consommation énergétique à fin 2024 sur les 4 sites (vs années de référence) • Plan de sobriété énergétique : Consommations de gaz/électricité de -33% à fin 2024 vs 2019 • Réduction effective des espaces de travail : baisse de -62% des surfaces du site de Petit-Quevilly (433m²) vers le site Mont Saint Aignan (164m²) • Energie consommée en kWh : 921 563 kWh en 2024 VS 1 304 334 kWh en 2020 ; Soit -29% vs 2020 • % Energie renouvelable consommée en kWh : 53 005 kWh (6% du total annuel) certificats ENGIE



Analyse des risques extra financiers – Environnement & Climat 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 2024</u>
Environnement & Climat "Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 (vs 2020)"	Changement climatique : <ul style="list-style-type: none">• Augmentation des coûts énergétiques• Raréfaction des ressources• Réputationnel et réglementaire	Pour une mobilité verte	<ul style="list-style-type: none">• Car Policy et Travel Policy• Privilégier pour nos déplacements professionnels les mobilités douces et les véhicules électriques, limiter les déplacements en avion• Proposer à nos collaborateurs le télétravail	<ul style="list-style-type: none">• Emissions carbone liées aux déplacements• Emissions GES (tCO2e) déplacements professionnels• Emissions GES (tCO2e) déplacements domicile-travail• Part des véhicules électriques / hybrides / thermiques• Accord de télétravail	<ul style="list-style-type: none">• Emissions carbone liées aux déplacements : 648 tCO₂e en 2024 (vs 579 tCO₂e en 2020 soit +12%)• Emissions GES (tCO₂e) déplacements professionnels : 259 tCO₂e en 2024 (vs 146 tCO₂e en 2020 (année covid), soit +77%)• Emissions GES (tCO₂e) déplacements domicile-travail : 97 tCO₂e en 2024 (vs 187 tCO₂e en 2020, soit -48%)• Part des véhicules (LLD) :<ul style="list-style-type: none">→ électriques 47% à fin 2024 (vs 25% en 2023) (vs 2% en 2020)→ hybrides 18% à fin 2024 (vs 19% en 2023) (vs 4% en 2020)→ thermiques 35% à fin 2024 (vs 56% en 2023) (vs 94% en 2020)• Accord de télétravail à 3 jours par semaine



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 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 2024</u>
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/CDDNombre de poursuites de carrière chez MM suite à une alternance ou un stageNombre de mobilitésNombre d'évolutions de postePart de la masse salariale consacrée à la formationPart des salariées ayant eu au moins 1 formation non obligatoireNbre de formations dispenséesNbre d'heures de formation dispensée	<ul style="list-style-type: none">Nombre de recrutements CDI et CDD : 186Nombre de recrutements apprenti/contrat pro/stage : 50Nombre de poursuites de carrière chez MM suite à une alternance ou un stage : 6 (3 transformations d'apprentissage et 3 transformations de stage)Nombre de mobilités : 4 (CDI uniquement)Nombre d'évolutions de poste : 21 (changement de titre, évolution, promotion)Part de la masse salariale consacrée à la formation : 3,5% tout MM (vs un taux de contribution légale de 1%)Pour les permanents :<ul style="list-style-type: none">→ Part des salariées ayant eu au moins 1 formation non obligatoire : 59%→ Nbre de formations indiv. demandées : 96→ Nbre de formations indiv. validées : 91→ Nbre de formations dispensées : 643 actions pour 95 sessions→ Nbre d'heures de formation dispensées : 3932 heuresPour les terrains d'enquêtes :<ul style="list-style-type: none">→ Nbre d'heures : 10107 heures→ Nbre d'actions : 463→ Nbre de collaborateurs formés : 1168



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 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 2024</u>
Social & Sociétal "Promouvoir plus d'égalité et de diversité"	Pression sur le recrutement et les compétences	Assurer un accompagnement individualisé à tous les collaborateurs	<ul style="list-style-type: none">• Suivi dans l'entretien annuel de performance (MyEAP) et sa revue trimestrielle (MyPerf) des besoins en formation de chaque collaborateur• Rendre accessible à tous la formation	<ul style="list-style-type: none">• Taux de complétion de l'entretien annuel de performance (MyEAP)• Accès libre à la formation	<ul style="list-style-type: none">• Taux de complétion des entretiens annuels MyEAP : 96% en 2024 (contre 96% en 2023)• Accès libre à deux plateformes formation à tout moment pour à tout moment formuler des choix (La Place de la Formation) et suivre des formations (MySkills: e-learning)
	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">• 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• Réaménagement des espaces de travail	<ul style="list-style-type: none">• Rituels RH• Communication entre les dirigeants et l'ensemble des collaborateurs• Accords collectifs / Politique sur les relations avec les représentants du personnel• Accord de télétravail	<ul style="list-style-type: none">• Rituels RH collaborateurs : petit-déjeuner d'équipe, matinales d'intégration, points de suivi d'intégration• Rituels RH managers : revues biannuelles de performance ; 5 "Caméra Café RH" organisés en 2024 regroupant 45 managers ; 5 "Café de proximité" regroupant 55 managers• Morning Meet (réunion annuelle de tous les collaborateurs sur les résultats 2023 et perspectives 2024), sessions de Live Teams, communications écrites, visuels explicatifs• Accords collectifs• Accord de télétravail à 3 jours par semaine



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 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 2024</u>
Social & Sociétal "Promouvoir plus d'égalité et de diversité"	Augmentation des risques psychosociaux (RPS)	Assurer une qualité de travail à chaque collaborateur pour leur santé et sécurité	<ul style="list-style-type: none"> • Parcours d'entraînement managérial • 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 • Formation RPS au CODIR 	<ul style="list-style-type: none"> • Part des managers formés à travers le parcours d'entraînement managérial • Nombre Enquête collaborateur (Pulse) ou enquêtes sur des thématiques spécifiques réalisées • Taux participation Pulse • Note de recommandation • Note de motivation • DUERP (Actions mises en place pour minimiser les risques d'accident du travail, améliorer la santé au travail (notamment mentale) ; Équilibre Vie Professionnelle / Vie Personnelle ; Conditions de travail ; etc.) • Nombre accident du travail (avec et hors trajet) 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% des managers ont été formés en 2024 soit 130 managers • 3 enquêtes collaborateurs Siège et 2 pour les Terrains d'Enquête en 2024 → Taux de participation : 57,5% (Siège) et 59% (TE). → Taux de recommandation : 89,4% (Siège) et 58,7% (TE). → Note moyenne de motivation : 7,3/10 (Siège) et 5,1/10 (TE). • Mise en place programme de soutien psychologique accessible à tous les collaborateurs • Formation du Comité de direction, des managers et représentants du personnel aux risques psychosociaux • Accidents : → 10 accidents du travail (versus 9 en 2023) ; → 9 accidents de trajet (versus 17 en 2023)



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 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 2024</u>
Social & Sociétal	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité	Engagement en faveur de l'égalité professionnelle et de la diversité	<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 	Index égalité 2024 : 90/100 (année 2023 : 86/100)
"Promouvoir plus d'égalité et de diversité"		Favoriser l'inclusion de tous	<ul style="list-style-type: none"> • Former et sensibiliser à la diversité : sensibilisation au sexisme, harcèlement, biais cognitifs, soft skills... • Favoriser le travail avec des sociétés ayant un agrément « Entreprise Adaptée » • Cafétéria d'entreprise inclusive 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'une formation spécifique et nombre de collaborateurs formés • Montant d'achats réalisés avec des sociétés ayant un agrément « Entreprise Adaptée » • Cafétéria d'entreprise inclusive 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% des managers, du Comité de Direction aux managers de proximité, ont été formés au recrutement et l'intégration intégrant les principes de non-discrimination • 213 K€ HT : achats réalisés avec des sociétés ayant un agrément « Entreprise Adaptée » • Poursuite du Partenariat avec EN 10 SAVEURS : cafétéria inclusive dans les locaux de Levallois → Médaille de bronze dans la catégorie « Diversité et inclusion : lutte contre toute forme de discrimination au sein de l'entreprise »



Analyse des risques extra financiers – Social et Sociétal 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 2024</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">• Mise en place d'actions de solidarités : Don, Mécénat de compétence	<ul style="list-style-type: none">• Mise en œuvre de ce soutien par des actions concrètes	<ul style="list-style-type: none">• Collecte de jouets en décembre 2024, pour offrir une seconde vie à nos jouets au profit des enfants défavorisés
		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 dans la région de Rouen (MC3).	<ul style="list-style-type: none">• Maintien de ses enquêtes et productions téléphoniques au travers de terrains nationaux• % d'enquêtes et productions téléphonique au travers de terrains nationaux	<ul style="list-style-type: none">• En 2024, Médiamétrie a réalisé 65 % de ses enquêtes et productions téléphoniques au travers de terrains nationaux (vs 66% en 2023)• MC3 qui était historiquement à Le Petit-Quevilly depuis 2006, a déménagé à quelques kilomètres, à Mont-Saint-Aignan en mai 2024