



Mediametrie
High trust data

Rapport ESG 2025



Table des matières

1. Informations générales.....	8
1.1. Méthodologie du rapport ESG (Environnement, Social et Gouvernance).....	8
1.2. Périmètre du rapport ESG.....	9
1.2.1. Composition du Groupe Médiamétrie.....	9
1.2.2. Sites consolidés	11
1.2.3. Périmètre de la chaîne de valeur	11
1.2.4. Périmètre temporel et définitions des horizons de temps	11
1.3. Fiabilité et véracité des informations produites	12
1.4. Ressources et moyens mis en œuvre	12
2. GOUVERNANCE - Garantir la fiabilité des mesures et une juste représentation du marché	14
2.1. Affirmer notre rôle central et impartial par notre gouvernance	14
2.1.1. Conseil d'administration et comités : Une gouvernance structurée à deux niveaux	14
2.1.2. Les organes de direction	20
2.2. Gouvernance des objectifs ESG	21
3. Stratégie et modèle d'affaires de Médiamétrie	23
3.1. Médiamétrie, High trust data : Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur	23
3.1.1. Un environnement en profonde transformation.....	24
3.1.2. Ambition et stratégie générale.....	24
3.1.3. Un modèle de production scientifique et technologique exigeant	26
3.1.4. Un univers d'offres au service de l'écosystème média	27
3.1.5. Modèle d'affaire de Médiamétrie	30
3.1.6. Chaîne de valeur de Médiamétrie	30
3.1.7. Description des principaux éléments de la stratégie liés aux enjeux ESG.....	30
3.2. Un dialogue continu avec l'ensemble de nos parties prenantes	31
3.3. L'analyse de double matérialité a identifié un ensemble d'impacts, de risques et d'opportunités matériels pour Médiamétrie.....	32
3.3.1. Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels	32
3.3.2. Enjeux matériels de Médiamétrie identifiés.....	35



3.4. Stratégie RSE de Médiamétrie	44
3.5. Une stratégie RSE reconnue par EcoVadis	45
4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème.....	46
4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	46
4.1.1. Plan de transition climatique : Pratiques, politiques et initiatives futures pour la transition vers une économie plus durable.....	46
4.1.2. Émissions brutes de gaz à effet de serres	50
4.1.3. Actions de décarbonation mises en place	52
4.1.4. Objectifs climatiques	64
4.1.5. Élimination et stockage des GES	65
4.1.6. Prix du carbone interne	65
4.1.7. Soutien scientifique et sensibilisation aux enjeux climatiques.....	66
4.2. Gestion de l'eau au sein de la chaîne de valeur	66
4.3. Utilisation des ressources et économie circulaire	67
5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	68
5.1. Collaborateurs de Médiamétrie	68
5.1.1. Description de nos effectifs : une diversité de métiers et de réalités.....	68
5.1.2. Pratiques, politiques et initiatives futures pour la transition vers une économie plus durable	69
5.1.3. Garantir l'égalité des chances pour tous	71
5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux	73
5.1.5. Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu	77
5.1.6. Dialogue social : Ecouter pour avancer.....	79
5.2. Travailleurs de la chaîne de valeur : Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures	82
5.2.1. Périmètre et identification des impacts, risques et opportunités.....	82
5.2.2. Gouvernance et politique achats responsables et gouvernance	82
5.2.3. Exigences sociales, éthiques et environnementales de Médiamétrie vis-à-vis de ses partenaires et fournisseurs	83
5.2.4. Processus de sélection, d'évaluation et de suivi des fournisseurs	85
5.2.5. Des pratiques de paiement équitables et non-discriminantes entre fournisseurs.....	86
5.2.6. Dispositifs d'alerte et de traitement des manquements	87



5.3. Elaborer des mesures fiables et transparentes	88
5.3.1. Un écosystème d'utilisateurs élargi : du marché publicitaire à la régulation démocratique	88
5.3.2. Garantir la fiabilité, la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures	89
5.3.3. Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données	93
6. CONDUITE DES AFFAIRES.....	97
6.1. Politiques en matière de conduite des affaires	97
6.1.1. Prévention et lutte contre les risques éthiques	97
6.1.2. Plateforme d'alerte : Médiamétrie Integrity Line	98
6.2. Eclairer les institutions (locales et européennes) pour construire les réglementations de demain	99
6.2.1. Politique et positionnement.....	99
6.2.2. Participation à la création et au développement de l'Audience Measurement Coalition (AMC)	100
6.2.3. Contribution aux travaux parlementaires et institutionnels sur les usages des médias	100
7. Annexes	102
7.1. Annexe 1 : Tableau des indicateurs soumis à vérification par l'auditeur de durabilité	102
7.2. Annexe 2 : Table de correspondance Stratégie RSE Médiamétrie M+ vers parties du rapport ESG 2025	105
7.3. Annexe 3 : Table de correspondance Stratégie RSE et ODD	107
7.4. Annexe 4 : Absence d'exposition à certains secteurs sensibles	108

Edito

Le monde des médias traverse une période de transformation structurelle sans équivalent. Les frontières entre linéaire et streaming disparaissent, les usages numériques s'intensifient, les audiences se fragmentent.

Dans ce contexte de recomposition profonde, le rôle de tiers neutre, indépendant et transparent que Médiamétrie joue depuis quarante ans prend une dimension nouvelle, et plus essentielle que jamais.

Car la mesure d'audience est bien plus qu'un outil commercial. C'est un bien commun de marché, un socle de confiance sur lequel repose l'équilibre économique de tout un secteur, et, au-delà, la vitalité du pluralisme médiatique et du débat démocratique. C'est ce que reconnaît le Règlement européen pour la liberté des médias, l'EMFA, qui consacre la mesure d'audience indépendante comme une exigence fondamentale de transparence ; une ambition que je porte activement, à travers l'Audience Measurement Coalition que je préside, en dialogue avec les institutions et les régulateurs.

Ce contexte est aussi celui d'exigences sociétales croissantes. La CSRD impose désormais à un grand nombre de nos clients une transparence accrue de leurs impacts ESG. En publiant ce rapport de durabilité, Médiamétrie se soumet elle-même à cet exercice — en partenaire responsable, cohérent avec ce qu'il défend pour le marché.

C'est dans ce contexte que, en 2025, que nous avons mis à jour notre plan stratégique pour les trois prochaines années. Ce plan intègre pleinement la RSE comme axe constitutif. Il affirme trois priorités : adapter nos mesures aux mutations du marché en innovant avec discernement ; consolider notre équilibre financier par le développement de nouveaux services, notamment cross-média ; et renforcer notre positionnement institutionnel en travaillant à faire de Médiamétrie une Société à Mission, déclaration publique de notre raison d'être au service de l'intérêt général.

Ce rapport est le reflet de cette ambition. Il illustre la concrétisation de nos engagements. Une réduction de 14 % de nos émissions carbone depuis 2020, dans une trajectoire visant 50 % de réduction d'ici 2030. Des résultats solides en matière d'engagement collaborateur et paneliste, porté par notre adhésion au Pacte mondial des Nations Unies. Une gouvernance solide, incarnée par nos comités, nos certifications ISO et dispositifs d'audit — garants de l'indépendance et de la rigueur que le marché est en droit d'attendre de nous.

La confiance que nos clients, nos partenaires et les institutions nous accordent — illustrée par une satisfaction client stable à 7,9/10 — nous oblige. Elle nous oblige à continuer d'agir avec rigueur, transparence et responsabilité. C'est cette exigence que je place au cœur de notre engagement collectif.

Yannick Carriou

Médiamétrie en 2025 :

Notre performance extra financière

Notation EcoVadis 2025



74/100

Médiamétrie obtient la médaille d'argent pour sa performance RSE pour la 5e année consécutive avec le score de **74/100** et atteint le 91e percentile. Cela représente une évolution de **+17 points** par rapport à 2020.

Gouvernance

Garantir la fiabilité des mesures et une juste représentation du marché

6
Comités

6 Comités et 2 Commissions Scientifiques et Techniques (CST) représentent le marché des médias au sein de la gouvernance de Médiamétrie et garantissent la fiabilité des mesures de Médiamétrie.

100%

100% des mesures de Médiamétrie **appliquent les principes de l'EMFA** (European Media Freedom Act), garantissant des mesures transparentes, impartiales, inclusives, proportionnées, non discriminatoires, comparables et vérifiables.

ISO 27001

ISO 27701

Une organisation **structurée et résolument tournée vers la protection des données** de nos panélistes, comme en attestent les certifications **ISO 27001 et 27701** depuis 2023.

ISO 9001

Un système de management de la qualité fondé sur la maîtrise des processus et l'amélioration continue, certifié **ISO 9001 depuis 1998**.

5 audits

Le CESP (Centre d'étude des supports de publicité), tiers indépendant, audite les mesures de Médiamétrie.

7,9%

Note de satisfaction globale client maintenue à 7,9/10 en 2025.

97%

97,0% des panélistes sont satisfaits de leur participation aux panels Médiamétrie, confirmant un niveau de satisfaction élevé et stable.

Médiamétrie en 2025 :

Notre performance extra financière

Environnement

Construire des systèmes de mesures durables

-14%

Bilan Carbone 2024 (scopes 1, 2 et 3) : 4 066 tCO₂e en 2024.
Des émissions de GES en **diminution de 14%** par rapport à 2020.

Note B

Carbon Disclosure Project (CDP) : En 2025, Médiamétrie a obtenu la **note B**, supérieure à la moyenne de sa catégorie, de sa région et de l'ensemble des entreprises évaluées (note C).

Social

Anticiper et intégrer les usages de demain

91/100

Index égalité professionnelle : 91/100

4727
heures

Formation : 3 % de la masse salariale investie, soit **4 727 heures** de formation.

100%

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

626

Effectif : 626 Collaborateurs en moyenne sur l'année, dont **51%** de femmes.

Engagement des Collaborateurs : note de motivation

7,2/10

Siège : **7,2/10** (vs 7,3/10 en 2024)

5,3/10

Terrains d'Enquête : **5,3/10** (vs 5,1/10 en 2024)

Engagement des Collaborateurs : note de recommandation

8,2/10

Siège : **8,2/10** (vs 8,9/10 en 2024)

6,8/10

Terrains d'Enquête : **6,8/10** (vs 5,9/10 en 2024)



1. Informations générales

1.1. Méthodologie du rapport ESG (Environnement, Social et Gouvernance)

Chaque année, le rapport ESG de Médiamétrie (ex DPEF) **rend compte de la stratégie de Développement Durable de l'entreprise.**

Le présent rapport a été élaboré dans une logique **de convergence vers le référentiel Midcaps WeAreEurope Sustainability Reporting Standards**, sans en revendiquer à ce stade la conformité totale. Ce référentiel combine une sélection de Disclosure Requirements issues des Normes Européennes d'Information sur la Durabilité (ESRS) et de la CSRD, le référentiel volontaire VSME et des indicateurs sectoriels.

Ce rapport marque la transition de Médiamétrie vers un dispositif de communication extra-financière plus structuré et plus ambitieux que la précédente Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF), et reflète la montée en maturité progressive de nos pratiques de reporting.

Ce rapport fait l'objet d'un audit externe à assurance limitée portant sur une sélection d'informations ESG, détaillées en annexe 1 ; la méthodologie de calcul des indicateurs audités y est également détaillée

Médiamétrie n'est pas soumise aux obligations de la Directive (UE) relative à la publication d'informations en matière de durabilité (« CSRD »), ce rapport s'inscrit dans une démarche volontaire d'alignement progressif avec les normes européennes.

Le rapport s'appuie sur une approche de double matérialité : il prend en compte à la fois l'impact de Médiamétrie sur l'environnement et la société, et l'influence des enjeux ESG sur ses performances et sa stratégie. Il vise à fournir une vision claire et structurée de nos Impacts, Risques et Opportunités (IRO) les plus significatifs en matière environnementale, sociale et de gouvernance (ESG) identifiés lors de notre analyse de double matérialité réalisée en 2025. Cette démarche garantit la pertinence des informations publiées pour toutes les parties prenantes, notamment les collaborateurs, les clients, les investisseurs et les fournisseurs. Notre analyse sera réévaluée périodiquement afin de l'adapter à l'évolution de notre environnement, des attentes réglementaires et de la disponibilité des données.

À travers ce rapport, Médiamétrie réaffirme son engagement à intégrer les enjeux ESG au cœur de sa stratégie et de ses opérations, et à contribuer de manière responsable au développement durable de son secteur et des écosystèmes dans lesquels il opère. Cette démarche volontaire vient renforcer notre transparence et notre rôle d'acteur engagé dans la transformation durable.



1.2. Périmètre du rapport ESG

1.2.1. Composition du Groupe Médiamétrie

Présentation générale

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe Médiamétrie s'élève à **102,2 M€** pour l'exercice 2025, contre **103,5 M€** en 2024. L'effectif moyen annuel s'élève à **702 collaborateurs (ETP)**, contre 720 en 2024.

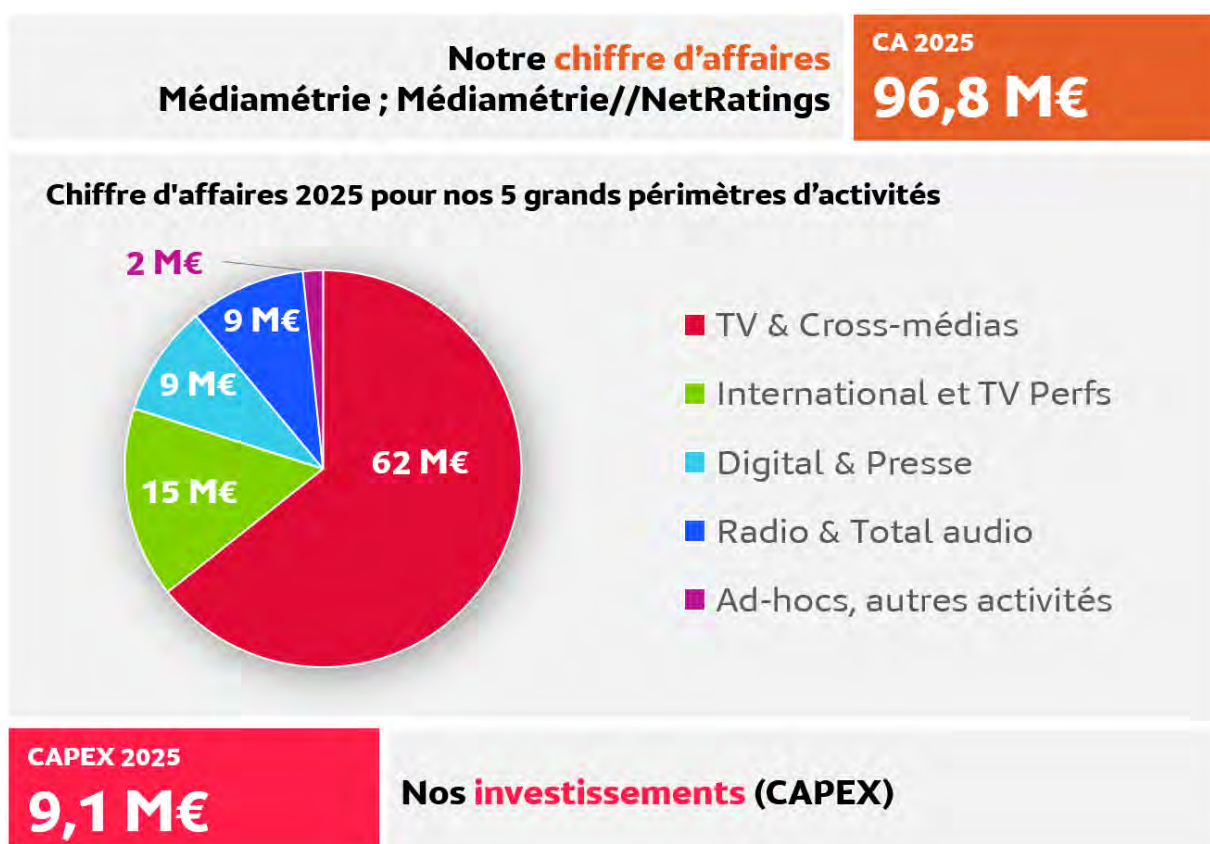
L'activité du groupe Médiamétrie correspond au code NACE 73.2 « Market Research and Public Opinion Pooling » issu de la Nomenclature statistique des Activités Economiques dans la Communauté Européenne.

Le groupe Médiamétrie est constitué de :

- **La société mère,**
 - **Médiamétrie SA**, dont le chiffre d'affaires s'établit à **94,9 M€ en 2025** (contre 95,8 M€ en 2024), avec un **effectif moyen annuel de 608 ETP** (contre 624 en 2024).
- **Trois filiales françaises :**
 - **Médiamétrie//NetRatings (SAS)** : détenue à **65 %** et intégrée globalement. Son chiffre d'affaires s'établit à **7,4 M€ en 2025** (vs 8,9 M€ en 2024), avec un **effectif moyen annuel de 19 ETP**, stable par rapport à 2024.
 - **Médiamétrie Expansion (SA)** : détenue à **83 %** et intégrée globalement. Cette entité ne compte pas de salariés.
 - **MarketingScan (SAS)** : détenue à **50 %** par Médiamétrie Expansion et intégrée proportionnellement.
- **Deux filiales étrangères :**
 - **Marocmétrie (Maroc)** : détenue à **66 %** et intégrée globalement.
 - **Glance Ltd (Angleterre)** : détenue à **100 %** et intégrée globalement.



Entités incluses dans le périmètre du rapport ESG



Le présent rapport couvre les entités **Médiamétrie SA** et **Médiamétrie//NetRatings** :

- Le **chiffre d'affaires consolidé** de ces deux entités s'élève à **96,8 M€ en 2025** (contre **98,6 M€ en 2024**), représentant **95 % du chiffre d'affaires du Groupe**.
- L'**effectif moyen annuel consolidé** de ce périmètre s'élève à **626 ETP**, soit **89 % des effectifs totaux du Groupe** (contre **643 ETP en 2024**, représentant également **89 % des effectifs**).

Sauf indication contraire, la dénomination « Médiamétrie » dans le présent rapport ESG fait référence au périmètre **Médiamétrie SA** et **Médiamétrie//NetRatings** tel que défini dans cette section.

En 2025, Médiamétrie a poursuivi ses investissements, atteignant 9,1 M€ contre 9 M€ en 2024.



Entités exclues du périmètre du rapport ESG

Certaines entités sont exclues du périmètre de reporting de la Déclaration en raison de leur taille et de leur mode de gestion :

- **Marocmétrie** et **Glance Ltd** (5,4 % des effectifs) : exclusion liée à leur taille et à un niveau de maturité encore limité en matière de reporting extra-financier.
- **MarketingScan** (5,4 % des effectifs) : **exclusion liée à son mode de gestion indépendant.**

1.2.2. Sites consolidés

Les activités de Médiamétrie SA et de Médiamétrie//NetRatings sont coordonnées depuis le siège social de **Levallois**.

Médiamétrie SA dispose également de trois sites complémentaires :

- **Amiens** et **Mont-Saint-Aignan** : deux centres d'appels, également appelés terrains d'enquêtes.
- **Sophia Antipolis** : un bureau détaché.

1.2.3. Périmètre de la chaîne de valeur

Ce rapport inclut également des informations sur la chaîne de valeur amont et aval identifiées comme matérielles lors de l'analyse de double matérialité (cf. section « 3.1. Médiamétrie, High trust data : Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur »)

1.2.4. Périmètre temporel et définitions des horizons de temps

Le présent rapport couvre la période du 1er janvier au 31 décembre 2025. Les données environnementales, sociales et sociétales présentées se rapportent donc à cette période, à l'exception des résultats du bilan carbone. En effet, en raison des contraintes de calendrier liées à la publication du rapport, les résultats du bilan carbone repris ici sont ceux du Bilan Carbone 2024, couvrant la période du 1er janvier au 31 décembre 2024. Cependant, les actions de décarbonation décrites concernent bien l'année 2025.

Ce rapport présente une description du modèle d'affaires de Médiamétrie, des enjeux ESG dits matériels pour Médiamétrie, ainsi que des objectifs pour les années futures.

Il aborde trois principaux horizons temporels :

- le court terme est défini comme une période d'1 an au plus, qui est celle du cycle budgétaire ;
- le moyen terme couvre une période de 1 à 5 ans, soit à horizon 2030 ;
- le long terme couvre la période supérieure à 5 ans (au-delà de 2030).



1.3. Fiabilité et véracité des informations produites

Médiamétrie s'attache à produire des informations aussi fiables et robustes que possible, en s'appuyant sur plusieurs niveaux d'analyse, de contrôles de cohérence et de validation interne. Ces dispositifs visent à garantir la qualité, la traçabilité et la pertinence des données publiées. Néanmoins, l'absence totale d'incertitude ne peut être garantie, en particulier pour certaines données issues de la chaîne de valeur ou reposant sur des informations déclaratives de partenaires externes.

Les procédures de contrôle interne relatives aux informations ESG s'inscrivent dans les pratiques de Médiamétrie en matière de gestion des risques et de gouvernance de l'information. Elles ont pour objectif d'assurer la fiabilité, la cohérence et la comparabilité des données reportées dans le temps. En cas d'évolution significative des méthodes de collecte, de calcul ou de présentation des informations ESG, Médiamétrie en expliciterait les raisons dans ses publications futures et, le cas échéant, fournirait des données retraitées pour les périodes comparables.

De même, si une erreur significative venait à être identifiée dans le reporting RSE d'un ou plusieurs exercices antérieurs, celle-ci ferait l'objet d'une information transparente dans le rapport, accompagnée, dans la mesure du possible, des éléments correctifs et de l'analyse de l'origine de l'erreur.

Les éventuels niveaux d'incertitude, hypothèses méthodologiques, estimations ou justifications d'absence de données sont précisés dans les sections concernées. Les principales sources d'incertitude peuvent notamment concerner certaines données environnementales ou sociales issues de la chaîne de valeur.

1.4. Ressources et moyens mis en œuvre

Le présent reporting a été préparé avec le concours des directions fonctionnelles et opérationnelles de Médiamétrie œuvrant à différents échelons de l'entreprise. Des acteurs relais RSE dans chacune des activités (niveaux opérationnels et fonctionnels) interviennent pour communiquer périodiquement à Direction de la Stratégie et Transformation les informations utiles au reporting mensuel, trimestriel ou annuel selon les cas.

La gouvernance de Médiamétrie

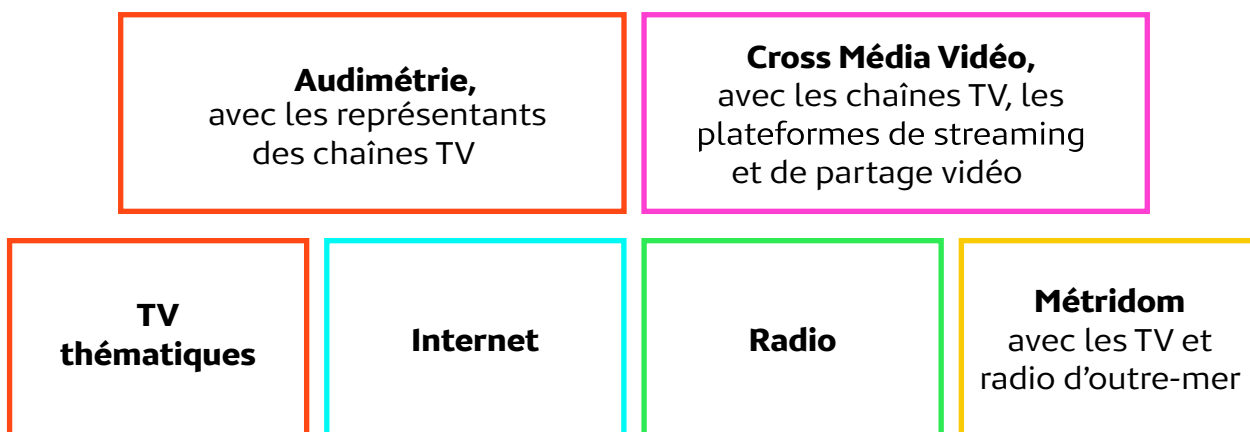
Le Conseil d'administration

pilote et valide la stratégie et les grands équilibres économiques de Médiamétrie. Ses décisions sont prises dans un cadre consensuel entre toutes les familles d'acteurs.

Membres : Canal+, Dentsu France, Europe 1, France Télévisions, Havas, Métropole Télévision (Groupe M6), CMA Media, Orange, Publicis Conseil, Radio France, TF1, Union Des Marques.

6 Comités

rassemblent les acteurs décisionnels du secteur (éditeurs/régies, agences médias et annonceurs) et couvrent l'ensemble du champ d'application de nos mesures.



2 Commissions Scientifiques et Techniques

guident et accompagnent les évolutions méthodologiques des mesures de référence pour la radio et pour Internet. Elles éclairent les comités dans leurs prises de décision.

Le Comité Exécutif

pilote la stratégie globale de l'entreprise, valide les orientations majeures et en supervise la mise en œuvre.

Le Comité de Direction

coordonne les activités opérationnelles et suit la mise en œuvre de la stratégie. Il assure l'alignement entre les différentes directions et facilite la prise de décision au quotidien.



2. GOUVERNANCE - Garantir la fiabilité des mesures et une juste représentation du marché

2.1. Affirmer notre rôle central et impartial par notre gouvernance

Médiamétrie s'appuie sur une gouvernance originale, représentative de l'ensemble des acteurs du marché français des médias – éditeurs, plateformes, régies, agences et annonceurs. Cette gouvernance collective permet de fédérer l'écosystème autour de conventions de mesure transparentes et concertées, positionnant Médiamétrie comme un tiers de confiance indépendant.

La concertation, la neutralité et la transparence constituent des principes structurants de la gouvernance de Médiamétrie. Ils sont d'autant plus essentiels dans un contexte de profonde mutation des usages médias, des technologies et des attentes sociétales. Ces principes guident également l'intégration progressive des enjeux ESG dans les décisions stratégiques et opérationnelles de l'entreprise.

2.1.1. Conseil d'administration et comités : Une gouvernance structurée à deux niveaux

Le Conseil d'administration

Le Conseil d'administration de Médiamétrie définit les **orientations stratégiques** de l'entreprise et veille à leur mise en œuvre. Il garantit les **équilibres économiques, financiers et extra-financiers** et s'assure que les décisions prises servent durablement l'intérêt général de l'écosystème des médias et de la publicité. Les délibérations du Conseil reposent sur un fonctionnement **collégial et consensuel**, réunissant l'ensemble des familles d'acteurs représentées.

Le Conseil peut décider la création de **comités spécialisés**, dont il définit la composition et les attributions :

- des **Comités Médias**, chargés d'examiner les questions relatives à l'évolution des mesures d'audience de référence de chaque média ;
- ou d'autres comités d'étude auxquels le Conseil ou son Président soumet certaines questions pour avis.

Le fonctionnement détaillé de ces comités est décrit dans la partie "[2.1.1. Conseil d'administration et comités : Une gouvernance structurée à deux niveaux](#)" du présent rapport.

Il peut également désigner, lorsque cela est jugé opportun, un **Censeur** ou un **Collège de Censeurs**, disposant d'une **voix consultative**. Leur rôle est d'apporter un éclairage complémentaire sur les sujets soumis par le Conseil. Leur mandat, fixé pour une durée de trois ans, peut être interrompu à tout moment par décision du Conseil.



Le Conseil est composé de **17 membres**, représentant les principaux acteurs du paysage audiovisuel, numérique et publicitaire, ainsi que des administrateurs indépendants. La composition du conseil d'administration au 31 décembre 2025 est présentée à la fin de cette section. En résumé il se compose de :

- **1 membre exécutif**
 - Yannick Carriou – Président-Directeur Général
- **2 administratrices indépendantes**
 - Divina Frau-Meigs
 - Françoise Soulié-Fogelman
- **0 administrateurs représentant les salariés** (non prévu dans la gouvernance de Médiamétrie)
- **Autres administrateurs**

Le Conseil réunit ainsi des dirigeants issus des principaux acteurs du secteur : TF1, France Télévisions, Radio France, NextRadioTV, Canal+, Europe 1, M6, Havas, Publicis, Dentsu, Orange, Union des Marques.

La représentation féminine au sein du Conseil s'élève à **7 femmes**, soit **41 %** de l'effectif.

Les administrateurs sont nommés selon les modalités prévues par les statuts. Les mandats durent **trois ans** (sauf disposition spécifique) et sont renouvelables. Les administrateurs indépendants sont sélectionnés sur la base de critères garantissant leur **indépendance d'intérêt**, leur **absence de lien capitalistique** et leur capacité à exercer un jugement impartial.

Le Conseil d'administration se réunit **quatre fois par an**. Entre ces séances, les administrateurs sont régulièrement informés des enjeux opérationnels, technologiques et stratégiques susceptibles d'avoir un impact sur les mesures d'audience ou sur les activités de l'entreprise.

En matière de responsabilité environnementale, sociale et de gouvernance (ESG), le Conseil d'administration est notamment chargé :

- d'assurer et de contrôler la mise en œuvre des politiques ESG ;
- de veiller à ce qu'actionnaires et investisseurs reçoivent une information pertinente, équilibrée et pédagogique sur la stratégie, le modèle d'affaires, le plan de croissance et la prise en compte des enjeux ESG matériels pour l'entreprise ;

Le Conseil est régulièrement informé de l'avancement de la feuille de route RSE par le Comité exécutif.

Conseil d'administration de Médiamétrie au 31.12.2025



Yannick Carriou

Président Directeur Général de Médiamétrie
Membre exécutif

HAVAS

Raphaël De ANDREÏS

Administrateur représentant d'Havas



Gautier PICQUET

Administrateur représentant de Publicis

CANAL+

Fabrice MOLLIER

Administrateur représentant de
la société d'édition Canal+



David LARRAMENDY

Administrateur représentant
de Metropole Télévision



Régis RAVANAS

Administrateur représentant
de NextRadio TV

france•tv

Stéphane SITBON-GOMEZ

Administrateur représentant
de France Télévision

Divina FRAU-MEIGS

Administratrice indépendante

Françoise SOULIE FOGELMANN

Administratrice indépendante



Jean Luc CHETRIT

Administrateur représentant
de l'Union des Marques



Ara APRIKIAN

Administrateur représentant de TF1



Constance BENQUE

Administratrice représentante
de Promotion et spectacles d'Europe 1

dentsu

Pierre CALMARD

Administrateur représentant
de Dentsu France

france•tv

Delphine ERNOTTE CUNCI

Administratrice représentante
de France Télévision

france•tv

Marianne SIPROUDHIS

Administratrice représentante
de France Télévision



Laëtitia ORSINI SHARPS

Administratrice représentante
d'Orange



Sibyle VEIL

Administratrice représentante
de Radio France

**La représentation féminine au sein
du Conseil s'élève à 7 femmes,
soit 41 % de l'effectif.**



Les Comités décisionnels et les Commissions Scientifiques et Techniques

La gouvernance des mesures d'audience de Médiamétrie repose sur des comités qui rassemblent l'ensemble des parties prenantes du secteur : médias, plateformes numériques, régies, annonceurs, agences médias et organisations professionnelles. Sous la présidence du Président-Directeur Général, ils constituent le lieu où se construisent, collectivement, les orientations scientifiques et techniques des dispositifs de mesure.

Les **six Comités décisionnels** couvrent l'ensemble des périmètres mesurés par Médiamétrie. Ils sont complétés par **deux Commissions Scientifiques et Techniques (CST)** dédiées à l'accompagnement méthodologique des études Radio et Internet, qui éclairent les comités dans leurs décisions.

- **Rôle des Comités et CST**

Leur rôle est double : **garantir la robustesse scientifique** des dispositifs et **assurer une représentation équilibrée** des parties prenantes, au service d'un marché confiant dans la qualité, l'équité et la comparabilité des mesures.

Ces instances assistent la Direction dans la **définition, l'orientation et la gestion** des dispositifs, en formulant avis et recommandations sur les évolutions méthodologiques (échantillonnage, hybridation, référentiels), techniques (outils, capteurs, protocoles) et opérationnelles (publication, calages, périodicité).

- **Composition, nomination et vote**

Les comités regroupent des entreprises **représentatives du secteur qu'ils couvrent**.

Les membres sont **nommés par le Conseil d'administration** (ou, pour certains comités, par le Président sur délégation), pour un **mandat d'un an**, reconduit chaque année sauf décision contraire. Pour être nommé au sein d'un Comité, chaque membre doit appartenir activement au marché concerné et contribuer directement, en tant qu'acteur du secteur, aux mesures qu'il représente. Chaque entreprise membre **désigne un représentant permanent**, à laquelle peut s'ajouter un suppléant.

Pour garantir une gouvernance équilibrée, les Comités sont organisés en **collèges** (par exemple : *télévisions, annonceurs & agences*) Cette structure permet de s'assurer que **chaque famille d'acteurs du marché est représentée de manière équitable**. Lorsqu'un groupe est présent à travers plusieurs entités (par exemple un média et sa régie), il ne dispose que **d'une seule voix délibérative**, afin d'éviter toute sur-représentation. La composition des comités au 31 décembre 2025 est présenté à la fin de cette section.



Les décisions sont adoptées selon trois principes communs :

- **Quorum préalable** : un nombre minimal de membres doit être présent ou représenté pour permettre un vote.
- **Majorité renforcée** : la validation d'une décision requiert une très large adhésion (généralement **au moins 75 %** des voix, jusqu'à 80 % dans certains Comités).
- **Équilibre entre collègues** : une décision ne peut être adoptée si l'un des collègues exprime une opposition majoritaire, afin de préserver l'équité entre les différentes catégories d'acteurs.

Ces principes – nomination annuelle, représentation par entreprise, organisation en collèges et règles strictes de répartition des voix – constituent le socle commun de l'ensemble des Comités.

- **Fréquence des réunions**

Les Comités se réunissent **au rythme des besoins du marché**. La plupart d'entre eux ne sont pas soumis à **une fréquence minimale** et sont convoqués dès lors qu'un sujet structurant doit être examiné. Le **Comité Métridom** constitue une exception : il doit se tenir **au moins deux fois par an**. Dans la pratique, Médiamétrie organise **environ trois réunions par an** pour chaque Comité afin d'assurer un pilotage régulier et cohérent de ses dispositifs.

- **Pilotage et suivi**

Chaque Comité fonctionne selon des principes de transparence clairement établis. Un **procès-verbal** rédigé après chaque réunion, consigne les décisions prises. Les échanges et documents sont **confidentiels**. Certaines instances prévoient aussi des dispositifs spécifiques, comme la possibilité de diffuser une **synthèse des conclusions**, lorsque celles-ci impactent directement les mesures (ex. Comité Cross-Média Vidéo).

Les décisions adoptées sont ensuite **transmises au Conseil d'administration**, qui en assure le suivi ; les membres sont informés des **actions engagées** et des suites données aux recommandations des Comités.

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. Elles contribuent directement aux enjeux ESG en garantissant la transparence, la robustesse méthodologique et la fiabilité des mesures produites par Médiamétrie.

En 2024, Médiamétrie a créé le **Comité Cross-Média Vidéo**, réunissant des groupes TV et vidéo, des plateformes vidéo, des agences et des annonceurs. Ce Comité a pour mission d'assurer la gouvernance des futures mesures Cross-Média Vidéo, éditoriales et publicitaires, sur le marché français. Le premier Comité Cros-Média Vidéo s'est tenu en **mars 2025**.

Les Comités décisionnels au 31.12.2025

Comité Audimétrie

Collège Télévisions

Arte | Groupe Canal+ |
Groupe France Télévisions | Groupe M6 |
Groupe RMC BFM | Groupe TF1 | L'Équipe |
Novo19 | T18

Collège Annonceurs Et Agences Média

Dentsu | WPP Media | Havas | IPG Mediabrand |
OMG | Publicis | Union des Marques

Président du Comité

Yannick Carriou

Comité Cross Média Vidéo

Collège Télévision

Amaury Media | Arte | Groupe Canal+ |
Groupe France Télévisions | Groupe M6 |
Groupe RMC BFM | Groupe TF1

Collège Acteurs De La Vidéo

Amazon | Disney | Google | Netflix | Paramount

Collège Annonceurs Et Agences Médias

Dentsu | WPP Media | Havas | IPG Mediabrand |
OMG | Publicis | Union des Marques

Président du Comité

Yannick Carriou

Comité Internet

Collège éditeurs et opérateurs

Canal+ | E-TF1 | France Télévisions |
Groupe RMC BFM | Lagardere Active |
M6 Unlimited | Radio France

Collège Annonceurs & Conseils

DDB | Dentsu | Havas | Publicis |
Union des Marques

Autres groupes intervenant de manière significative dans le domaine Internet

Dailymotion | Facebook / Meta | Google |
Groupe Figaro CCM Benchmark | Leboncoin |
Le Monde Interactif | L'Équipe | Les Echos |
Omg | Orange | Prisma Media | Snapchat |
Spqr / 366 | Webedia

Président du Comité

Yannick Carriou

Comité Métridom

Collège Médias

Antenne Reunion | Canal+ International |
Caribavenue | FTV Publicité Outremer |
FTV/Outremer La 1ère Radio |
FTV/Outremer La 1ère Tv | Groupe Cirano
Groupe RCI | Groupe Trace | R2GP |
Radio Freedom | ViàATV

Collège Utilisateurs

Groupe Bernard Hayot | Havas Outremer |
Nautilus | Outremer Telecom/Sfr | Udm
Unilever | Unit Media Antilles (Corida) |
Unit Media Reunion

Président du Comité

Yannick Carriou

Comité Radio

Collège éditeurs et opérateurs

Lagardere Active / Lagardere Publicité |
NRJ Group / NRJ Régies | Radio France |
Groupe RMC BFM | RTL Groupe / IP |
Skyrock / Skyregie | Stations B / TF1 Pub

Collège Annonceurs et Agences Médias

DDB | Dentsu | Havas Publicis |
Union des Marques

Président du Comité

Yannick Carriou

Comité TV Thématiques

Collège Annonceurs et Agences Médias

Dentsu | Havas | Publicis | OMG
Union des Marques

Collège Chaînes

13^{ème} Rue | BeIN Sports France |
BFM RMC | Canal+ | Disney Televisions France |
Game One | M6 | Mediawan Thematics | TF1 |
Turner |
Un représentant en attente de nomination

Collège Opérateurs

Canalsatellite | Groupe SFR |
Orange Garden

Président du Comité

Yannick Carriou



2.1.2. Les organes de direction

Le Comité exécutif

Le Comité exécutif est composé de **9 membres** représentant les principales fonctions transversales de Médiamétrie. Tous sont rattachés au Président-Directeur Général, qui préside ce Comité. Réuni mensuellement, le Comité exécutif :

- supervise la mise en œuvre de la stratégie globale de Médiamétrie ;
- aborde les enjeux ESG en fonction des besoins identifiés ;
- assure le pilotage et la supervision de la mise en œuvre des politiques RSE exposées dans le présent rapport.

Le Comité exécutif rend compte régulièrement au Conseil d'administration de l'avancement de la stratégie RSE et de la performance extra-financière de l'entreprise.

Le Comité de direction

Le Comité de direction est composé des principaux dirigeants et hauts responsables de Médiamétrie.

Présidé par le Président-Directeur Général, il est composé de **19 membres**. Il l'appuie dans la gestion opérationnelle de l'entreprise.

Réuni trois fois par mois, le Comité de direction joue un rôle central dans le pilotage de la performance globale de Médiamétrie.





2.2. Gouvernance des objectifs ESG

Convaincus que la réussite de sa stratégie RSE repose sur une gouvernance claire, structurée et intégrée, Médiamétrie a placé la responsabilité des enjeux ESG au cœur de ses instances de décision.

La RSE est rattachée à la **Direction Stratégie et Transformation**, qui pilote la démarche au niveau global. Cette direction est représentée au sein du **Comité exécutif** par **Estelle Duval-Barreau**, Directrice exécutive ce qui garantit la prise en compte systématique et transverse des enjeux ESG dans les décisions stratégiques et opérationnelles de l'entreprise.

La **stratégie RSE** est définie conjointement avec la Direction générale, sur la base des enjeux identifiés comme matériels, et présentée dans la section "[3.4. Stratégie RSE de Médiamétrie](#)" du présent rapport. Elle fixe les orientations, les priorités et les objectifs ESG de l'entreprise. Cette stratégie se décline en **plans d'action opérationnels**, intégrés aux processus de gestion de chaque entité et suivis au moyen d'indicateurs de performance dédiés.

Le **Responsable Stratégie RSE**, rattaché à la Directrice exécutive au sein de la Direction Stratégie et Transformation, est chargé de la **coordination et de la mise en œuvre opérationnelle** de la stratégie RSE. À ce titre, il :

- pilote le déploiement de la feuille de route RSE ;
- anime et coordonne le **réseau des référents RSE** au sein des différentes directions ;
- assure la cohérence des actions menées avec les orientations stratégiques définies ;
- prépare les travaux et les supports de reporting RSE à destination du Comité de direction, du Comité exécutif et du Conseil d'administration.

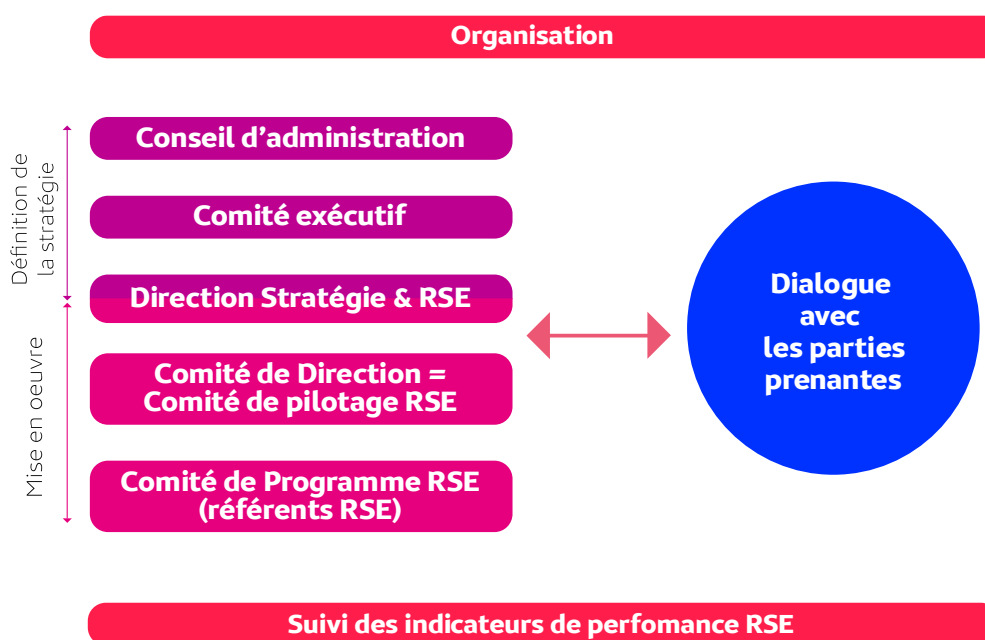
Le **pilotage opérationnel** de la démarche RSE repose sur une organisation structurée :

- Le **Comité de pilotage RSE**, réuni **quatre fois par an** en Comité de direction, assure le suivi de la feuille de route RSE, l'examen des indicateurs de performance, l'évaluation de l'avancement des plans d'action et l'arbitrage des priorités.
- En amont de chaque Comité de pilotage RSE, un **Comité de programme RSE** se réunit. Animé par le Responsable Stratégie RSE, il rassemble **10 collaborateurs « référents RSE »**, responsables de la mise en œuvre opérationnelle des actions relevant de leur périmètre et couvrant un large champ d'expertises : achats, numérique, R&D, énergie, mobilité, ressources humaines, juridique, qualité et sécurité, etc.

Cette organisation permet d'assurer une articulation fluide entre la **définition stratégique de la RSE**, son **pilotage par les instances de direction** et sa **mise en œuvre opérationnelle** au sein de l'ensemble des métiers de Médiamétrie.

À ce jour, aucun régime d'incitation ni dispositif de rémunération variable lié aux enjeux ESG n'est en place pour les membres des organes administratifs, de direction et de supervision de Médiamétrie. En revanche, **les référents RSE disposent d'objectifs liés aux enjeux ESG**, intégrés à leur évaluation de performance et pris en compte dans leur rémunération.

Le schéma ci-dessous présente la gouvernance de la RSE chez Médiamétrie.





3. Stratégie et modèle d'affaires de Médiamétrie

Cette section décrit le modèle économique de Médiamétrie et la manière dont les enjeux ESG sont intégrés dans notre stratégie globale, notamment au travers de notre **plan stratégique M+**, qui guide notre développement et notre transformation.

3.1. Médiamétrie, High trust data : Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur

Depuis 40 ans, Médiamétrie occupe une place essentielle dans l'écosystème audiovisuel, numérique et publicitaire français en produisant une data de confiance, indispensable à l'équité et à la stabilité du marché.

Médiamétrie mesure l'audience de la **télévision**, de la **radio**, des **sites Internet et applications**, des **plateformes vidéo**, ainsi que la **performance des campagnes publicitaires**. Ces mesures permettent à l'ensemble du secteur (chaînes de télévision, stations de radio, acteurs du digital, plateformes, agences média, régies publicitaires, annonceurs et acteurs de la presse) de piloter leurs stratégies éditoriales et commerciales.

La mesure d'audience est **une référence**, un **point de repère indispensable** pour la sérénité des échanges commerciaux du marché. Seule une mesure **transparente, équitable et comparable** peut aujourd'hui garantir la **stabilité de l'écosystème média et digital**. Pour la produire, Médiamétrie innove, développe ses propres technologies, intègre l'IA dans ses solutions et s'allie à des partenaires internationaux reconnus tels que Nielsen et Kantar. Ainsi, les mesures gagnent en agilité et précision pour donner une **vision juste de tous les usages**, quels que soient les canaux de diffusion des contenus, leurs lieux et moments de consommation.

Pour produire une mesure de référence, **Médiamétrie orchestre un dialogue constant et rigoureux avec les acteurs du secteur des médias, de la publicité et du digital** afin de construire le consensus et créer les conditions de la confiance dans la mesure d'audience.

Sa gouvernance unique repose sur un Conseil d'administration, six Comités décisionnels représentatifs des acteurs de l'écosystème médias, ainsi que deux Commissions Scientifiques et Techniques. Elle est présentée en détail dans la section "[2.1. Affirmer notre rôle central et impartial par notre gouvernance](#)" du présent rapport.



3.1.1. Un environnement en profonde transformation

Le paysage médiatique et publicitaire vit une transformation sans précédent.

Quatre mutations profondes redessinent ses contours et imposent de nouveaux repères à l'ensemble des acteurs.

D'abord, la **convergence s'accélère**. Les frontières entre linéaire et streaming disparaissent, les usages numériques s'intensifient, les audiences se fragmentent. Un nouvel écosystème se construit, plus vaste, plus mouvant, plus complexe, qu'il faut mesurer dans sa globalité.

Ensuite, la **pression économique s'installe**. Les revenus publicitaires des modèles historiques reculent durablement, tandis que l'innovation digitale reste indispensable. Les arbitrages deviennent plus serrés, les décisions plus stratégiques.

Par ailleurs, la **question des échelles s'impose**. Les acteurs locaux et globaux cohabitent, parfois avec des intérêts divergents. Entre exigences nationales, alignements internationaux et nécessité de standards fiables, comparables et transparents, une tension structurelle s'installe.

Enfin, les **régulateurs européens et nationaux portent une attention croissante à la mesure d'audience**, identifiée comme un enjeu clé de souveraineté.

3.1.2. Ambition et stratégie générale

En 2025, Médiamétrie a mis à jour son plan stratégique pour les trois prochaines années, sous la nouvelle dénomination **M+**.

Dans ce contexte exigeant, **notre ambition est double** : adapter en permanence nos mesures aux évolutions du marché pour maintenir des standards robustes et partagés, et affirmer plus que jamais la place centrale de Médiamétrie dans l'élaboration du cadre réglementaire, en France comme en Europe.

Face à ces enjeux, notre objectif et notre engagement demeurent inchangés : **garantir au marché la confiance qu'il attend**, fondée sur la concertation, la qualité, la transparence et la neutralité de nos mesures. C'est ainsi que nous continuerons d'accompagner, avec responsabilité et détermination, la transformation de tout un secteur.

Cette ambition se traduit par trois priorités :

- **Adapter les mesures aux évolutions des marchés, en innovant avec discernement.**
Cette 1ère priorité vise à créer le "standard 2030" de la mesure d'audience. Au cœur de cette transformation se trouve la fusion des services et des panels Médiamat et Total Vidéo pour créer une mesure unifiée et quotidienne de l'ensemble de l'écosystème vidéo. Cette évolution s'accompagne d'une simplification radicale des technologies de mesure



pour améliorer l'expérience des panélistes tout en réduisant les coûts de maintenance. La mesure Radio sera également transformée par une approche hybride combinant enquêtes, mesure automatique et données first-party, tandis qu'une infrastructure mutualisée pourrait unifier la mesure des médias locaux.

L'hybridation entre données panels et données first-party constitue un enjeu technique majeur qui nécessite de préparer les panels à collecter les identifiants numériques des participants et de maîtriser des architectures techniques complexes. Cette sophistication exige un renforcement significatif de l'expertise data science, face aux défis de modélisation. Pour accompagner cette complexité croissante, Médiamétrie exploitera l'IA générative en particulier dans les restitutions de données et développera une pédagogie technique renouvelée auprès de ses clients et du marché. Enfin, la création d'un système de certification des données garantira la transparence et la fiabilité de ces nouvelles mesures hybrides.

- **Solidifier l'équilibre financier de Médiamétrie par une combinaison de mesures d'optimisation et de développements de nouveaux services.**

Cette seconde priorité vise à diversifier les revenus tout en optimisant les coûts dans un contexte de pression budgétaire intense. La mesure cross-média représente l'opportunité majeure, répondant à une demande impérative du marché tout en ouvrant de nouvelles sources de financement direct auprès des annonceurs et des plateformes internationales. Cette convergence est l'occasion de repenser le modèle de financement, notamment du Médiamat et du Total Vidéo, en permettant d'y intégrer les plateformes internationales. La mesure Internet, quant à elle, nécessite une refonte complète pour assurer sa pérennité économique, en rationalisant le périmètre et en mutualisant les coûts avec d'autres dispositifs. Deux initiatives de diversification pourraient venir compléter cette stratégie financière.

- **Affirmer le positionnement institutionnel de Médiamétrie.**

Cette troisième priorité complète l'édifice avec la transformation de Médiamétrie en Société à Mission. Elle vise la reconnaissance formelle et la sanctuarisation de son rôle d'utilité publique. Cette évolution dépasse le simple changement de statut juridique pour constituer une déclaration publique de la raison d'être de l'entreprise et un engagement formel vis-à-vis de toutes ses parties prenantes. Cette transformation permettra de formaliser et de protéger dans la durée les missions d'intérêt général de Médiamétrie, renforçant sa légitimité auprès des régulateurs et sa différenciation vis-à-vis des pure players commerciaux.

Ces trois priorités ne sont pas juxtaposées : elles s'articulent dans une vision cohérente. La sophistication technique conforte notre rôle central. La diversification économique finance notre indépendance. Le statut institutionnel protège notre mission. Ensemble, elles forment notre résilience face à un écosystème qui se complexifie chaque jour davantage.



Dans le cadre du plan stratégique **M+**, la **stratégie RSE de Médiamétrie** a été révisée en 2025, sur la base de **l'analyse de double matérialité réalisée la même année**. Elle repose sur 12 engagements présentée dans la section "[3.4. Stratégie RSE de Médiamétrie](#)" et détaillée dans le reste du rapport.

3.1.3. Un modèle de production scientifique et technologique exigeant

Pour réaliser ses mesures d'audience, Médiamétrie s'appuie sur un modèle de production exigeant combinant enquêtes déclaratives, mesures automatiques issues de panels équipés, données analytics et données partenaires.

Chaque année, 500 000 interviews sont réalisées pour éclairer les usages, notamment en radio, et 30 000 panélistes assurent la mesure automatique.

Pour réaliser ses mesures d'audience, Médiamétrie s'appuie sur **quatre sources de données complémentaires**, dont la combinaison permet de produire des mesures robustes, comparables et équitables.

1. Les enquêtes déclaratives

Les enquêtes déclaratives sont réalisées par téléphone et/ou par Internet. Elles constituent une source essentielle pour documenter les usages et les comportements des publics.

100 000 enquêtes sont ainsi menées chaque année pour la mesure d'audience radio.

2. Les mesures automatiques via des panels équipés

Les mesures automatiques via des panels permettent de connaître les profils des téléspectateurs, auditeurs et internautes.

C'est le cas pour la télévision, avec **5 000 foyers équipés d'audimètres fixes** et **5 000 personnes équipées d'audimètres portés** (simple bracelet-montre) pour la mesure de l'audience hors domicile et en mobilité.

C'est aussi le cas des plateformes de streaming et de partage vidéo, via un **streaming meter** connecté au Wi-Fi des foyers, ainsi que des sites et applications Internet, via un **meter**, logiciel installé sur les équipements digitaux des panélistes.

Cette mesure automatique repose sur des technologies d'identification des contenus audiovisuels :

- La technologie de **watermarking**, embarquée dans les audimètres de mesure, est utilisée pour la mesure automatique de l'écoute de la télévision. Elle est basée sur l'insertion d'un tatouage numérique dans le son des programmes, inaudible à l'oreille humaine et qui contient l'identification de la chaîne, la date et l'heure de diffusion du programme. Ces



informations sont enregistrées par l'audimètre connecté au téléviseur, ou par sa version miniature portée par les panélistes.

- Le **fingerprinting**, technologie de reconnaissance sonore, est utilisée pour la mesure d'audience des contenus des plateformes de streaming et de partage vidéo. Le fingerprinting consiste à prélever un extrait de contenu vidéo (ou audio) et à le comparer avec une base de données complète des programmes de chaque chaîne ou avec le catalogue de programmes d'une plateforme. On peut ainsi déterminer ce qui est regardé et quand.

3. Les mesures analytics

Des mesures analytics, basées sur des dispositifs de type *tags* ou *server-to-server*, qui permettent de **mesurer le trafic des sites et applications Internet** et d'apporter une vision quasi exhaustive des consommations vidéo, ainsi que du suivi des clics et des conversions, sur les environnements digitaux de nos clients.

4. Les données partenaires et l'hybridation des sources

Des data provenant de partenaires viennent compléter et enrichir les propres données de Médiamétrie.

Certaines mesures d'audience de Médiamétrie reposent sur des **méthodologies innovantes d'hybridation combinant données de panels et big data**. Cette approche permet d'associer la robustesse scientifique des panels à la richesse des données massives issues des logs adservers, fichiers générés par les serveurs publicitaires retraçant l'historique des événements liés à la diffusion des campagnes digitales, tels que les impressions, les clics et les conversions, ainsi que des mesures analytics.

À la croisée de ces méthodologies d'hybridation et des technologies de watermarking et de fingerprinting, Médiamétrie déploie la **nouvelle mesure d'audience automatique Watch**. Disponible par marque, puis par contenus, elle offre une vision complète, transparente et équitable de la consommation vidéo proposée par les groupes de télévision et les plateformes de streaming et de partage vidéo.

3.1.4. Un univers d'offres au service de l'écosystème média

L'univers d'offre de Médiamétrie est présenté dans la page suivante.

Un univers d'offres au service de l'écosystème média

Médiamétrie propose un univers d'offres structuré autour de sept territoires d'expertise complémentaires. Ces offres couvrent l'ensemble des médias, des supports et des temporalités de consommation, et fournissent aux acteurs du marché des mesures de référence, fiables et comparables.

MediaEar

La mesure de l'audience audio

(radio, podcast, comportements d'écoute, audio digital, insights)

MediaMat

La mesure d'audience TV

(référence, programmes, médiaplanning, tous lieux, tous écrans, toutes temporalités)

MediaWeb

La mesure d'audience Internet

(performances, sites et applications, ordinateurs et écrans mobiles, benchmark, tendances)

MediaReach

La mesure de la performance des campagnes publicitaires

avec une 1^{re} solution dédiée à la mesure publicitaire Cross Média Vidéo (unifiée, dédoublée, cross-publicitaire, performance média, KPIs comparables)

MediaWatch

La mesure d'audience cross vidéo

(TV Vidéo, plateformes, top contenus)

MediaFrOm

Les audiences et usages dans les territoires ultramarins

(outre-mer, télévision, radio, digital, analyses)

MediaTrend

Notre modèle d'affaire

Nos ressources

Humaines

626 collaborateurs
51% femmes / **49%** hommes
71% siège
29% terrain d'enquête

4 727h de formation pour le développement des compétences

Profils techniques

data scientists, ingénieurs mesure, experts panels, architectes IT, etc

30 000 panélistes

Technologiques

+ 1 milliard de données traitées par jour

Audimètres · watermarking · fingerprinting

Méthodologies propriétaires

Partenaires : Nielsen ; Kantar ; Audience Project

IAG interne

Opérationnelle

Gouvernance à deux niveaux, représentative du marché :

Conseil d'administration

6 comités + 2 commissions scientifiques et techniques

Processus certifiés de production de la mesure

Certifications ISO 9001 / 27001 / 277001, audits externes (CESP).

4 sites

Siège : Levallois ; Sophia
Terrain d'enquêtes : Amiens ; Mont-Saint-Aignan

Sociétales

40 ans de légitimité · tiers de confiance neutre

Un lien quotidien avec les Français via nos panélistes et nos enquêtes

Lien avec les institutions

Audience Measurement Coalition (AMC) présidée par Médiamétrie

Engagement basé sur le **Pacte mondial des Nations Unies**

Application des **codes de déontologie ESOMAR et du Syntec études**

Financières

9,1M€ d'investissements en 2025, **30,2M€ sur 3 ans**

Nos activités

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.

Une mesure concertée

avec **notre gouvernance**

et donc avec **l'écosystème Média**

Une mesure transparente

5 audits CESP en 2025

Certifications ISO 9001 / 27001 / 277001

Contrôle qualité continu

Une mesure rigoureuse

Mesures panels automatiques
(30 000 panélistes équipés d'audimètres fixes ou portés)

Mesures analytics
(Tags et Server-to-Server)

Données externes (éditeurs, plateformes, adservers...) pour **Hybridation Panels & Big Data**

Enquêtes déclaratives
(EAR : 100 000 interviews par an)

Pour Une mesure fiable qui éclaire

7 univers d'offres au service de l'écosystème média

MediaEar

MediaMat

MediaWeb

MediaReach

MediaWatch

MediaFrOm

MediaTrend

3 priorités stratégique

Adapter les mesures aux évolutions des marchés, en innovant avec discernement

Solidifier l'équilibre financier de Médiamétrie par une combinaison de mesures d'optimisation et de développements de nouveaux services

Affirmer le positionnement institutionnel en devenant société à Mission

12 engagements RSE associés à 4 objectifs

Elaborer des mesures fiables et transparentes

Garantir la juste représentation des parties prenantes du marché

Construire des systèmes de mesures durables

Anticiper et intégrer les usages de demain

Notre création de valeur

Valeur économique

Médiamétrie produit une mesure de référence et des études fiables qui permettent à ses clients de :

Éclairer leurs décisions éditoriales et publicitaires (choix de programmes, stratégies d'investissement)

Fixer les tarifs publicitaires sur une base transparente, partagée et incontestable

Anticiper les tendances de consommation et l'évolution des comportements d'audience

S'appuyer sur un **standard indépendant qui réduit l'asymétrie d'information** entre acheteurs et vendeurs d'espace, garantissant **confiance et comparabilité** sur l'ensemble du marché

Taux de **satisfaction client** de **7,9/10** stable

96,8M€ de chiffres d'affaires en 2025

Valeur sociétale

Les mesures produites constituent un bien commun au service de l'écosystème médiatique et de la société :

Bien commun de marché : mesure équitable et accessible à tous

Socle démocratique : Mesures garanties du financement des médias et de la diversité éditoriale

Souveraineté : standards européens de mesure indépendante portés via l'AMC et l'EMFA.

Protection des publics : Données utilisées par les institutions, base de cadres réglementaires

Valeur sociale

Pour les collaborateurs

3% de la masse salariale allouée au développement des compétences

91/100 : Index Égalité professionnelle

Taux de recommandation des collaborateurs élevés :

Siège : 8,2/10
Terrains d'Enquête : 6,8/10

100% des managers formés à la **prévention des risques psychosociaux** et à la **Mixité en entreprise**

Pour l'écosystème

221 k€ d'achats avec des **Entreprises Adaptées** (+4%)

Contribution environnementale

-14% d'émissions de CO2eq entre 2020 et 2024.
Objectif -50% à horizon 2030

Intensité carbone : 0,041 kgCO2eq/€ de CA (-15% vs 2020)

Plan de décarbonation des achats engagé avec les 100 fournisseurs les plus émissifs (≈ 2/3 des émissions)

Soutien association scientifique Greenlandia depuis 2023

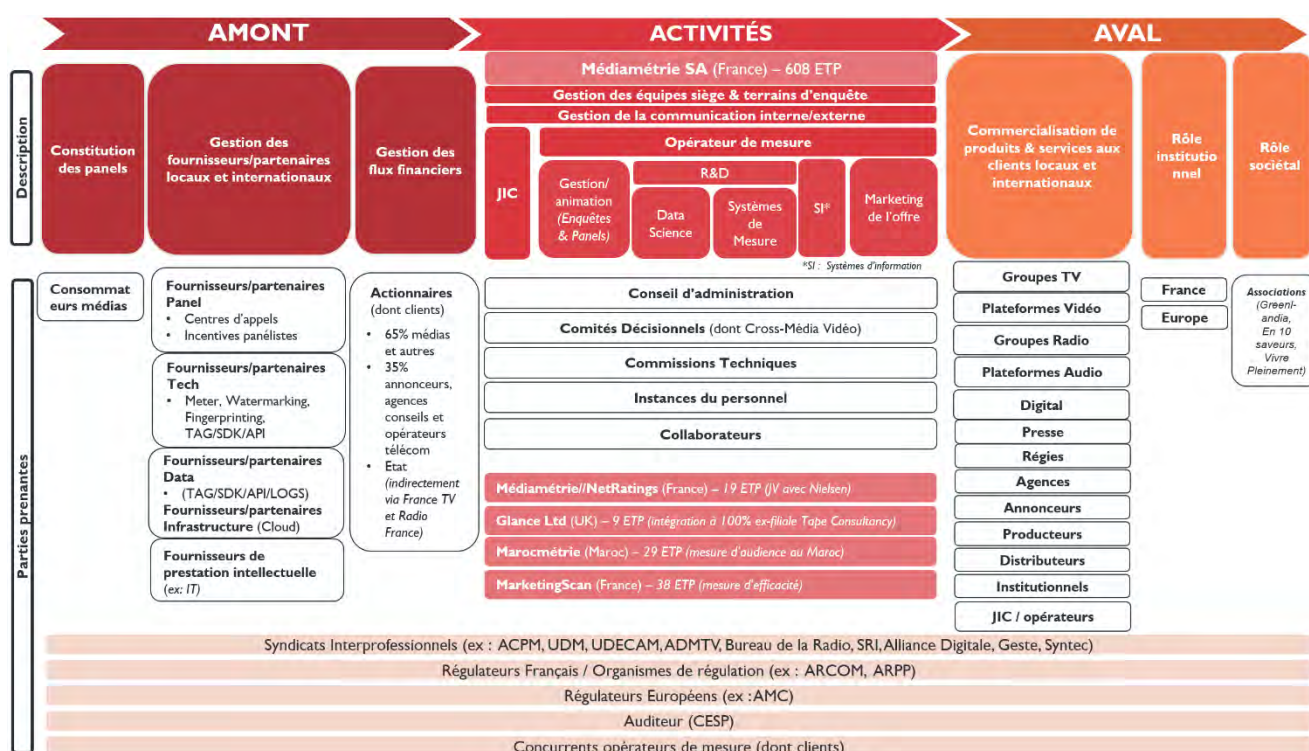
3.1.5. Modèle d'affaire de Médiamétrie

Le Modèle d'affaire de Médiamétrie est présenté dans la page précédente.

3.1.6. Chaîne de valeur de Médiamétrie

Pour produire la mesure d'audience, Médiamétrie s'appuie sur sa chaîne de valeur.

La chaîne de valeur de Médiamétrie désigne l'ensemble des activités, des ressources et des relations qui font partie intégrante de son modèle économique et de l'environnement externe dans lequel l'entreprise opère. Le schéma ci-dessous le présente.



3.1.7. Description des principaux éléments de la stratégie liés aux enjeux ESG

Les incidences des Impacts, Risques et Opportunités -'IRO' (localisation sur la chaîne de valeur, horizon de temps etc..) sur le modèle d'affaires sont indiqués dans les tableaux descriptifs des IROs en section "[3.3.2. Enjeux matériels de Médiamétrie identifiés](#)"



3.2. Un dialogue continu avec l'ensemble de nos parties prenantes

Médiamétrie entretient un dialogue régulier avec les parties prenantes de sa chaîne de valeur afin d'intégrer leurs attentes dans sa feuille de route de développement durable. La chaîne de valeur est décrite dans la section "[3.1. Médiamétrie, High trust data : Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur](#)" de ce présent rapport.

Ce dialogue, fondé sur des modalités variées (entretiens, enquêtes, réunions dédiées), alimente directement l'analyse de double matérialité. Les principales modalités de dialogue sont présentées ci-dessous.

Chaîne de valeur	Principales parties prenantes	Mode de communication	Attentes des parties prenantes
Aval	Clients	<ul style="list-style-type: none"> Enquête de satisfaction client annuelle Comités et commissions techniques Rapport ESG 	<ul style="list-style-type: none"> Des données fiables, précises et indépendantes Baisse des émissions de gaz à effet de serre
	Société	<ul style="list-style-type: none"> Médias 	<ul style="list-style-type: none"> Des données fiables, précises et indépendantes
	Régulateurs / Organismes de régulation	<ul style="list-style-type: none"> Intervention en commission d'enquête AMC (Audience Measurement Coalition) 	<ul style="list-style-type: none"> Des données fiables, précises et indépendantes Des éclairages objectifs sur l'usage des médias dans la société
Activités	Employés	<ul style="list-style-type: none"> Enquête annuelle Pulse Réunions avec les instances du personnel Communication interne, Intranet (Miam) 	<ul style="list-style-type: none"> Développement des compétences Santé et sécurité Egalité des chances pour tous Equilibre vie pro/vie perso Environnement motivant
Amont	Panélistes Et personnes interrogées	<ul style="list-style-type: none"> Accompagnement continu des panélistes via le PRM (Panelist Relationship Management) 	<ul style="list-style-type: none"> Pouvoir exprimer leur opinion librement, en réponse à des questions impartiales Protection des données personnelles Avoir une expérience utilisateur fluide et agréable
	Fournisseurs et partenaires	<ul style="list-style-type: none"> Questionnaire ESG lors des appels d'offres Réunions techniques / suivi RSE 	<ul style="list-style-type: none"> Bonnes relations financières par le biais de factures, de commandes et de partenariats Loyauté des pratiques
	Actionnaires	<ul style="list-style-type: none"> Conseil Administration Publication de documents officiels dont Rapport ESG 	<ul style="list-style-type: none"> Visibilité et durabilité du modèle économique et de la rentabilité

3.3. L'analyse de double matérialité a identifié un ensemble d'impacts, de risques et d'opportunités matériels pour Médiamétrie

3.3.1. Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels

Introduction et définition

L'analyse de double matérialité vise à identifier et hiérarchiser les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) considérés comme matériels au regard des activités, du modèle d'affaires et de la chaîne de valeur de Médiamétrie.

En 2025, Médiamétrie a conduit sa première analyse de double matérialité en s'inspirant des exigences des European Sustainability Reporting Standards (ESRS), avec l'accompagnement d'un cabinet de conseil spécialisé.

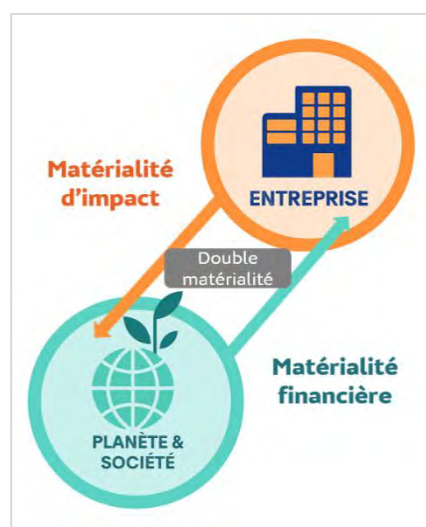
Chacune des étapes de l'analyse est pilotée dans un cadre de gouvernance formalisé, par un groupe de travail pluridisciplinaire réunissant les directeurs et directrices des principales fonctions de l'entreprise :

- Direction Stratégie et Transformation (incluant la RSE)
- Direction Financière
- Direction Qualité et Sécurité
- Direction des Ressources Humaines

Ce groupe est chargé de représenter les différentes parties prenantes de l'entreprise et de garantir la cohérence, la robustesse et la légitimité des travaux.

Cette analyse repose sur une double approche complémentaire :

- **La matérialité d'impact**, qui évalue les impacts positifs et négatifs, réels ou potentiels, des activités de Médiamétrie sur les personnes, la société et l'environnement. Cette évaluation couvre les activités propres de l'entreprise ainsi que l'ensemble de sa chaîne de valeur, en amont et en aval.
- **La matérialité financière**, qui analyse les risques et opportunités liés aux enjeux ESG susceptibles d'avoir une incidence, positive ou négative, sur le modèle d'affaires, la performance, le développement et la position de Médiamétrie à court, moyen et long terme, et, par conséquent, sur la création de valeur de l'entreprise.





Les parties suivantes présentent la méthodologie mise en œuvre ainsi que les principales étapes de cette analyse.

Etape 1 : Préqualification des enjeux : définition du périmètre d'analyse

La première étape de l'analyse de double matérialité a consisté à définir la chaîne de valeur de Médiamétrie, présentée en section " [3.1. Médiamétrie, High trust data : Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur](#)

Nous avons ensuite procédé à la **préqualification des enjeux ESG** afin d'identifier les sujets à analyser sur le périmètre de la chaîne de valeur, en s'appuyant sur les connaissances sectorielles existantes. Cette étape a permis de déterminer les enjeux à soumettre à l'analyse de double matérialité et d'écartier, le cas échéant, ceux non applicables aux activités de Médiamétrie

Etape 2 : Identification des Impacts, Risques et Opportunités (IRO)

Chaque enjeu est décliné en sujets et sous-sujets. À partir des enjeux préqualifiés, Médiamétrie a procédé à l'identification des **impacts, risques et opportunités (IRO)** pertinents pour chacun des sous-sujets retenus.

Cette identification a été réalisée avec l'appui du cabinet de conseil externe, sur la base de :

- benchmarks sectoriels,
- analyses de référentiels et de documentations techniques,
- travaux collaboratifs menés avec un **groupe de travail pluridisciplinaire** réunissant les principales fonctions de l'entreprise (Direction Stratégie et Transformation incluant la RSE, Direction Financière, Direction Qualité et Sécurité, Direction des Ressources Humaines),
- consultations complémentaires des directions opérationnelles (Systèmes d'Information, Panels, Mesures) et des directions commerciales.

Les impacts, risques et opportunités identifiés ont ensuite été **revus et validés par le Comité de direction**, garantissant leur cohérence avec la stratégie et la réalité opérationnelle de Médiamétrie.

Etape 3 : Evaluation et priorisation des Impacts, Risques et Opportunités

Une fois identifiés, les IRO ont fait l'objet d'une **évaluation quantitative et qualitative**, conformément afin de déterminer leur niveau de matérialité.

Les IRO ont été évalués selon les critères suivants :

- **Ampleur**
Incluant, pour les impacts négatifs uniquement, le caractère d'irréversibilité.

Un impact ou un risque à faible gravité est associé à une faible ampleur, tandis qu'un impact significatif ou sévère est associé à une forte ampleur.

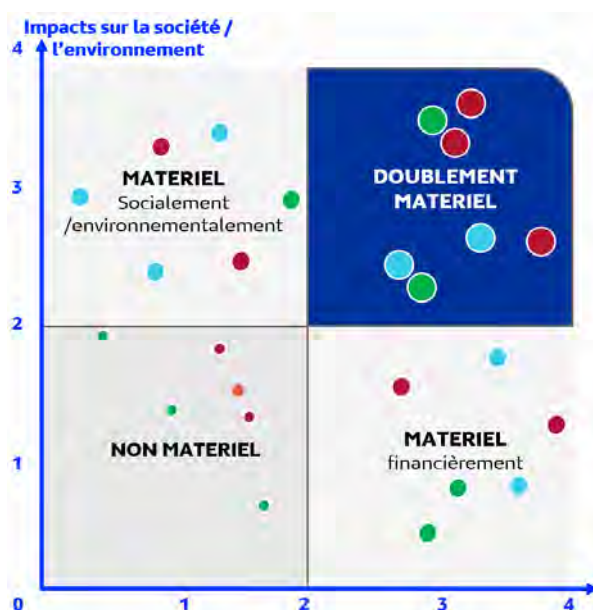
- **Étendue** (*pour les impacts uniquement*)
Si l'impact a une faible étendue géographique, et/ou concerne peu de parties prenantes et de courte durée il aura une faible étendue. Dans le cas contraire une forte étendue.
- **Probabilité d'occurrence**
Une probabilité faible correspond à un événement peu susceptible de se produire. Les impacts ou risques réels (déjà avérés) sont considérés comme ayant une probabilité maximale.
- **Horizon de temps**
Court, moyen ou long terme.

Chaque IRO est noté par les membres du groupe de travail cité précédemment sur une échelle de **1 à 4 pour chacun de ces critères**. Les notes sont attribuées selon un référentiel de cotation prédéfini.

La combinaison des critères permet d'attribuer une **note globale sur 4** à chaque IRO, conduisant à la classification suivante :

- **0 à 2** : enjeu non matériel
- **2 à 3** : enjeu significativement matériel
- **3 à 4** : enjeu fortement matériel

Pour chaque enjeu, la note retenue correspond à la **note la plus élevée** parmi les sujets et sous-sujets qui le composent. L'ensemble des enjeux est ensuite représenté sur une **matrice de matérialité**, facilitant la visualisation de leur importance relative.



Lorsqu'un enjeu comporte à la fois des impacts et des risques ou opportunités, il est évalué selon les **deux perspectives** : matérialité d'impact et matérialité financière.

Les enjeux identifiés comme les plus matériels font l'objet de **plans d'actions dédiés**, proportionnés à leur niveau de criticité.

La cotation des enjeux, ainsi que la matrice issue de l'analyse de double matérialité, ont été examinées et validées par le Comité de direction.



Les résultats détaillés de cette analyse sont présentés dans la section suivante du présent rapport, où sont également précisées la méthodologie retenue et les principaux enseignements qui en découlent.

Mise à jour de l'analyse de double matérialité

L'analyse de double matérialité est amenée à être **révisée tous les trois ans**. Elle pourra également être actualisée de manière anticipée en cas d'évolution significative du contexte réglementaire, stratégique, opérationnel ou sectoriel de Médiamétrie.

3.3.2. Enjeux matériels de Médiamétrie identifiés

À l'occasion de la mise à jour de son plan stratégique intégrant la stratégie RSE, Médiamétrie a réalisé en 2025 une **analyse de double matérialité**.

Comme présenté dans la section précédente qui détaille la méthodologie retenue pour la conduite de l'analyse de double matérialité, cette analyse a permis d'identifier et d'évaluer les impacts, risques et opportunités (IRO) matériels, en tenant compte à la fois des activités propres de Médiamétrie, de l'ensemble de sa chaîne de valeur et de son environnement externe. Cette analyse complète ainsi les exercices d'évaluation des risques réalisés par la Direction Qualité et Sécurité dans le cadre du pilotage des Systèmes de Management, en conformité avec les référentiels ISO 9001, ISO 27001 et ISO 27701.

Elle garantit une priorisation pertinente des enjeux au sein de la stratégie de Médiamétrie, en fonction de la matérialité des impacts, risques et opportunités auxquels Médiamétrie est exposée. Elle contribue également à l'alignement de l'entreprise avec les standards reconnus et largement utilisés par le marché, notamment par une majorité de ses clients.

Les IRO matériels – c'est-à-dire significatifs pour Médiamétrie et ses parties prenantes – identifiés à l'issue de ces travaux sont présentés dans les tableaux des pages suivantes de ce rapport.

La stratégie et le modèle d'affaires de Médiamétrie, présentés en section, "[3.1. Médiamétrie, High trust data : Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur](#)" sont conçus pour intégrer ces enjeux matériels et s'adapter aux thématiques identifiées comme prioritaires. Médiamétrie assure un suivi et une évaluation continus de ses performances au regard de ces impacts et risques, et mobilise les opportunités associées afin de soutenir ses objectifs stratégiques, dans le cadre de ses dispositifs de gouvernance et de pilotage des risques.

Cette approche contribue à la résilience et à la durabilité du modèle d'affaires de Médiamétrie, en renforçant sa capacité à créer de la valeur pour l'ensemble de ses parties prenantes tout en anticipant et en atténuant les risques potentiels.



GOUVERNANCE

- **Objectif** : Elaborer des mesures fiables et transparentes
- **Engagement 1** : Garantir la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures

GOUVERNANCE

TYPE D'IRO	IRO	REEL/ POTENTIEL	HORIZON TEMPOREL	CHAINE DE VALEUR	Note de Matérialité	Note de maturité
Consommateurs et utilisateurs finaux /// Accès à des audiences fiables et objectives						
Impact +	Accessibilité de la mesure à toute entreprise et partage de certaines informations aux institutions	Réel	Court-terme	Entreprise + aval	3,5	4,0
Impact +	Des données d'audience fiables et objectives au service de décisions éclairées	Réel	Court-terme	Activités aval	4,0	4,0

Conduite des affaires /// Ethique des pratiques et lutte contre la corruption

Impact -	Alteration des résultats d'audience liée à de la corruption ou à une manipulation des panels	Potentiel	Court-terme	Entreprise + aval	2,0	4,0
Risque	Risque financier et réputationnel et manque de crédibilité en cas de corruption, versements et pots-de- vin, non-respect des pratiques des affaires	Potentiel	Moyen terme	Toute la chaîne	3,0	3,0

- **Objectif** : Elaborer des mesures fiables et transparentes
- **Engagement 2** : Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données

GOUVERNANCE

Cybersécurité et protection des données (Spécifique à Médiamétrie)

Impact -	Impact négatif lié à la rupture de confidentialité des données panélistes	Potentiel	Court-terme	Toute la chaîne	4,0	4,0
Risque	Risque de confidentialité des données liés à la dépendance à des acteurs américains	Réel	Court-terme	Amont + entreprise	3,0	2,0
Risque	Risque financier et réputationnel lié à la rupture de confidentialité des données panélistes, liée ou non à la cybersécurité	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	4,0	4,0
Risque	Risque financier et réputationnel pour fuite de données confidentielles dont données clients, liée ou non à la cybersécurité	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	4,0	4,0
Risque	Risque financier et réputationnel pour non-conformité RGPD	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	4,0	4,0



→ **Objectif** : Elaborer des mesures fiables et transparentes
 → **Engagement 3** : Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures

GOVERNANCE

TYPE D'IRO	IRO	REEL/ POTENTIEL	HORIZON TEMPOREL	CHAINE DE VALEUR	Note de Matérialité	Note de maturité
Conduite des affaires /// Relation avec les fournisseurs						
Opportunité	Agilité dans le lancement de nouveaux produits et outils de mesure	Réel	Court-terme	Entreprise	3,3	3,0
Risque	Risque de dépendance à des fournisseurs critiques	Réel	Court-terme	Amont + entreprise	4,0	1,0
Risque	Risque de retard de règlement fournisseurs	Réel	Court-terme	Amont + entreprise	2,0	2,0

Conditions de travail et droits humains dans la chaîne de valeur						
Risque	Risque lié au prêt de main d'oeuvre illicite et délit de marchandage	Potentiel	Court-terme	Activités amont	2,0	2,0

→ **Objectif** : Garantir la juste représentation des parties prenantes du marché
 → **Engagement 4** : Affirmer notre rôle central et impartial par notre gouvernance

GOVERNANCE

Conduite des affaires /// Culture d'entreprise						
Risque	Risque de perte d'équilibre dans la gouvernance	Réel	Court-terme	Entreprise + aval	3,0	4,0
Risque	Risque de manque d'agilité lié à une culture de consensus	Réel	Court-terme	Entreprise	2,8	2,0



→ **Objectif** : Elaborer des mesures fiables et transparentes

→ **Engagement 5** : Eclairer les institutions (locales et européennes) pour construire les réglementations de demain

GOVERNANCE

Conduite des affaires /// Rôle institutionnel

Impact +	Promouvoir une mesure éthique et souveraine des médias au niveau européen	Réel	Court-terme	Entreprise + aval	3,0	3,0
Opportunité	Rôle de "médiateur" et mise en place d'une mesure unifiée de l'ensemble des chaînes, médias et plateformes	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	4,0	4,0
Opportunité	Avantage compétitif lié au rôle de lobbying sur la compréhension du fonctionnement du marché	Réel	Court-terme	Entreprise	3,5	2,0
Opportunité	Rôle clé dans la prévention et l'éducation aux écrans/ médias à travers l'analyse du comportement du public	Réel	Court-terme	Entreprise + aval	3,0	1,0



ENVIRONNEMENT

- **Objectif** : Construire des systèmes de mesures durables
- **Engagement 6** : Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030

ENVIRONNEMENT

TYPE D'IRO	IRO	REEL/POTENTIEL	HORIZON TEMPOREL	CHAINE DE VALEUR	Note de Matérialité	Note de maturité
Changement climatique /// Atténuation du changement climatique						
Impact -	Augmentation des émissions GES liés à la multiplication des outils de mesure et des perspectives de croissance	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	3,0	2,0
Impact -	Contribution au changement climatique via l'émissions de GES liée au numérique	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	3,0	2,0
Impact -	Contribution au changement climatique via l'émissions de GES liée aux achats de services et produits (hors achat numérique)	Réel	Court-terme	Amont + entreprise	3,0	2,0
Impact -	Contribution au changement climatique via les émissions de GES liées aux immobilisations, aux déplacements professionnels, domicile-travail et autres	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	2,0	2,0
Opportunité	Attractivité de la marque employeur grâce à l'engagement climatique de Médiamétrie	Réel	Court-terme	Entreprise	2,0	4,0

- **Engagement 8** : Accompagner nos fournisseurs et nos clients dans la transition environnementale

ENVIRONNEMENT

Changement climatique /// Relation avec les fournisseurs

Impact +	Effet d'entraînement sur les partenaires via son engagement RSE	Réel	Court-terme	Amont + entreprise	2,3	2,0
-----------------	---	-------------	-------------	--------------------	------------	-----



- **Objectif** : Construire des systèmes de mesures durables
- **Engagement 7** : Éco-concevoir nos mesures et agir avec sobriété

ENVIRONNEMENT

TYPE D'IRO	IRO	REEL/ POTENTIEL	HORIZON TEMPOREL	CHAINE DE VALEUR	Note de Matérialité	Note de maturité
Ecoconception des mesures et gestion des ressources						
Impact -	Contribution à l'extraction de ressources vierges : équipements numériques (dont audimètres), véhicules, matériel de bureau, matériel informatique etc.	Réel	Court-terme	Amont + entreprise	2,8	2,0
Impact -	Contribution à la (sur)consommation au travers des incentives panélistes	Réel	Court-terme	Activités amont	2,3	2,0
Impact -	Contribution à la production de déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), dont les audimètres	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	2,3	1,0
Opportunité	Réduction des coûts d'exploitation via l'intégration des principes d'écoconception et de sobriété dans les produits et services proposés	Réel	Court-terme	Entreprise + aval	3,3	1,0
Risque	Risque d'augmentation des coûts lié aux ruptures d'approvisionnement, voire de difficultés d'approvisionnement	Réel	Court-terme	Amont + entreprise	3,0	2,0
Gestion de l'énergie						
Impact -	Consommation d'énergies des services et outils numériques (dont audimètres)	Réel	Court-terme	Entreprise	2,8	2,0
Risque	Risque de hausse des coûts d'exploitation/d'achat lié à la hausse des coûts de l'énergie	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	2,7	2,0
Gestion des ressources en eau						
Impact -	Utilisation intense en eau via l'extraction, la fabrication (et le fonctionnement pour les datacenters) des équipements numériques utilisés (dont audimètres)	Réel	Court-terme	Activités amont	2,5	1,0
Pollutions (eau, air sol) des activités						
Impact -	Pollution atmosphérique liée à la fabrication des produits achetés et à leur transport (dont récupération des audimètres)	Réel	Court-terme	Activités amont	2,0	1,0
Impact -	Pollution atmosphérique liée aux déplacements des collaborateurs, notamment à l'international (véhicules/avion)	Réel	Court-terme	Entreprise	2,0	2,0



SOCIAL

→ **Objectif** : Anticiper et intégrer les usages de demain

→ **Engagement 9** : Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu

SOCIAL

Effectifs de l'entreprise /// Développement des compétences

Impact +	Contribution au développement de l'employabilité des collaborateurs	Réel	Court-terme	Entreprise	2,3	3,0
Risque	Risque de transition lié à l'incapacité de former les collaborateurs aux nouvelles compétences et à trouver/attirer de nouvelles compétences techniques et scientifiques	Réel	Court-terme	Entreprise	3,8	2,0
Risque	Risque de transition organisationnelle lié à l'ouverture aux marchés internationaux	Réel	Court-terme	Entreprise	3,3	1,0
Risque	Risques liés aux usages internes non maîtrisés de l'IAG	Réel	Court-terme	Toute la chaîne	2,3	2,0

→ **Objectif** : Anticiper et intégrer les usages de demain

→ **Engagement 10** : Ancrer une culture de la responsabilité et de la coopération

SOCIAL

Effectifs de l'entreprise /// Motivation des équipes

Impact +	Responsabilisation et autonomie des équipes, notamment via la politique sociale	Réel	Court-terme	Entreprise	3,0	4,0
Risque	Risque de turnover et d'absentéisme (terrain d'enquête)	Réel	Court-terme	Entreprise	2,5	3,0



- **Objectif** : Anticiper et intégrer les usages de demain
- **Engagement 11** : Garantir l'égalité des chances pour tous

SOCIAL

Effectifs de l'entreprise /// Egalité des chances pour tous

Impact +	Contribution au développement de l'égalité femme-homme	Réel	Court-terme	Entreprise	3,3	3,0
-----------------	--	-------------	-------------	------------	------------	-----

- **Objectif** : Anticiper et intégrer les usages de demain
- **Engagement 12** : Faire société grâce à un environnement sain et respectueux

SOCIAL

Effectifs de l'entreprise /// Equilibre vie professionnelle et vie perso

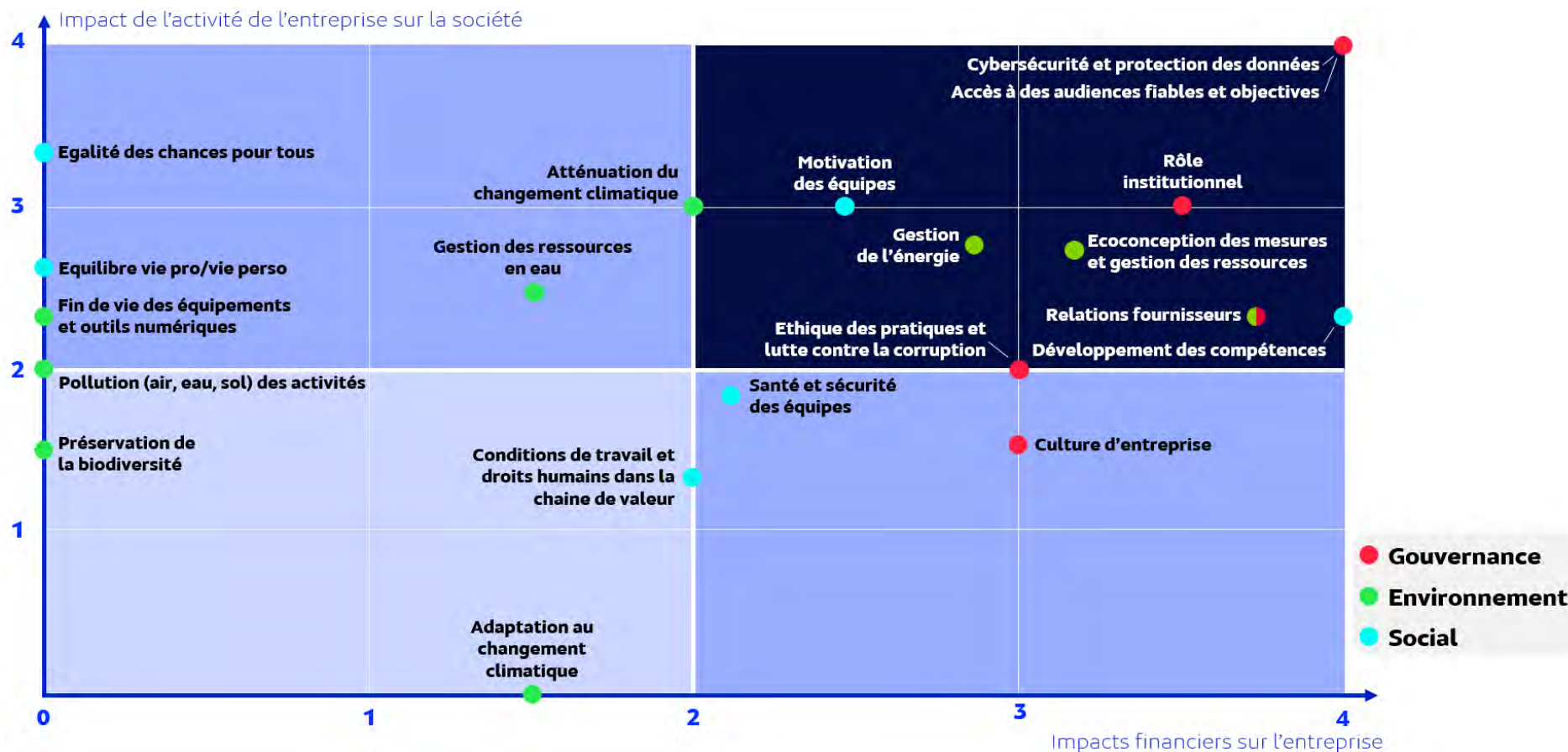
Impact +	Amélioration de l'environnement et de l'ambiance de travail notamment via le management et l'accord télétravail	Réel	Court-terme	Entreprise	2,5	3,0
Impact +	Dispositifs de soutien aux collaborateurs (parentalité, maladie, équilibre vie pro/perso)	Réel	Court-terme	Entreprise	2,1	3,0

Effectifs de l'entreprise /// Santé et sécurité des équipes

Risque	Risques psychosociaux entraînant une perte de productivité	Réel	Court-terme	Entreprise	2,3	2,0
---------------	--	-------------	-------------	------------	------------	-----

Matrice de double matérialité de Médiamétrie

Au total et sur la base de ces impacts, risques et opportunités, **18 enjeux ESG matériels ont été identifiés pour Médiamétrie**. Les actions entreprises et les résultats obtenus sur chacun de ces sujets sont l'objet du présent rapport.



3.4. Stratégie RSE de Médiamétrie

En 2025, Médiamétrie a formalisé et déployé sa stratégie RSE, afin d'inscrire durablement sa mission de tiers de confiance de la mesure des médias dans une trajectoire responsable, transparente et créatrice de valeur pour l'ensemble de ses parties prenantes.

Cette stratégie s'appuie directement sur les 18 enjeux identifiés comme matériels dans l'**analyse de double matérialité** menée la même année, présentée dans la section précédente "[3.3. L'analyse de double matérialité a identifié un ensemble d'impacts, de risques et d'opportunités matériels pour Médiamétrie](#)". Elle permet d'identifier, de hiérarchiser et de piloter les enjeux prioritaires de Médiamétrie, à la fois au regard de ses impacts sur l'environnement et la société, et des risques et opportunités susceptibles d'affecter sa performance, sa réputation et la pérennité de son modèle.

La **Stratégie M+** s'articule autour des **trois piliers, 4 objectifs et 12 engagements**.



Le présent rapport ESG **décline la Stratégie M+ dans le détail**, en présentant pour chaque pilier, objectif et engagement :

- les **politiques mises en œuvre**,
- les **actions opérationnelles**,
- les **résultats obtenus**,
- et **objectifs**



Afin de faciliter la lecture et la navigation, une **table de correspondance** est disponible en annexe 2. Elle permet de **lier chaque engagement et indicateur de la Stratégie M+ aux sections correspondantes du rapport**.

Le rapport établit également en annexe 3 le lien entre chaque engagement de la Stratégie M+ et les **Objectifs de Développement Durable (ODD)**, permettant de montrer la contribution de Médiamétrie aux enjeux globaux ESG.

3.5. Une stratégie RSE reconnue par EcoVadis

Médiamétrie évalue chaque année sa performance RSE à travers l'agence indépendante EcoVadis. Cette évaluation constitue un outil structurant de pilotage et d'amélioration continue de la démarche RSE. Les résultats, rendus publics, participent pleinement à la transparence de l'entreprise et constituent un levier d'engagement auprès de ses parties prenantes.

Pour la cinquième année consécutive, Médiamétrie obtient la **médaille d'Argent EcoVadis**, qui distingue la performance RSE globale de l'entreprise. L'évaluation EcoVadis porte sur quatre piliers : **Environnement, Social et Droits humains, Éthique** et **Achats responsables**.

En 2025, Médiamétrie atteint un score global de **74/100**, en progression de **+3 points par rapport à 2024** et de **+17 points par rapport à 2020**. L'entreprise se positionne ainsi au **91^e percentile**, avec une performance égale ou supérieure à celle de **91 % des entreprises évaluées par EcoVadis**.

Cette progression reflète des avancées significatives sur trois volets en un an :

- **Éthique** : +7 points (77/100)
- **Achats Responsables** : +7 points (77/100)
- **Environnement** : -13 points (67/100)
- **Social & Droits Humains** : +2 points (72/100)

Ces résultats témoignent de **notre engagement collectif** et de **notre mobilisation continue pour renforcer la gestion de nos impacts RSE**. Ils soulignent nos points forts, tout en mettant en évidence les domaines à améliorer.



Médiamétrie obtient **la médaille d'argent** pour sa performance RSE, **pour la 5^e année consécutive**



Médiamétrie obtient le score de **74/100** pour l'évaluation de sa performance RSE et atteint le **91^e percentile***.
Vs 71/100 en 2024.



SCORE GLOBAL



4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème

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 ainsi à :

- Agir pour le climat en réduisant de moitié ses émissions de GES d'ici 2030, par rapport à 2020
- Éco-concevoir ses mesures et agir avec sobriété
- Accompagner ses fournisseurs et ses clients dans la transition environnementale

4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030

En tant qu'entreprise de services numériques, **Médiamétrie contribue aux émissions de gaz à effet de serre directement et indirectement, et a des impacts négatifs matériels** en contribuant au réchauffement climatique.

Les impacts, risques et opportunités sont décrits dans la section "[3.3.2. Enjeux matériels de Médiamétrie identifiés](#)". Le processus suivi pour identifier ces impacts, risques et opportunités est décrit dans la section "[3.3.1. Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels](#)".

4.1.1. Plan de transition climatique : Pratiques, politiques et initiatives futures pour la transition vers une économie plus durable

Dès 2020, Médiamétrie a engagé une démarche structurée visant à **identifier, mesurer et réduire son empreinte environnementale**. La réalisation de son premier bilan des émissions de gaz à effet de serre a permis d'identifier les **principaux postes d'émissions** et de **hiérarchiser les leviers de décarbonation prioritaires**.

En 2022, sur la base de ces travaux, Médiamétrie a formalisé son **plan de transition climatique**. Celui-ci fixe un objectif structurant de **réduction de 50 % des émissions de GES d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2020**, et décline les **actions opérationnelles nécessaires à l'atteinte de cette trajectoire**.



Gouvernance et pilotage du plan de transition

La gouvernance du plan de transition climatique a été définie afin d'en assurer le pilotage et la mise en œuvre effective. La coordination opérationnelle est assurée par le **Responsable Stratégie RSE**, rattaché à la Direction Stratégie et Transformation. Des **référents RSE** ont été désignés au sein des principales directions métiers concernées, notamment :

- Administration et Finance,
- Enquêtes et Panels,
- Systèmes de Mesure,
- Systèmes d'Information.

Formés aux enjeux climatiques spécifiques à leurs activités, ces référents sont chargés de la **déclinaison opérationnelle du plan de transition**. Ils assurent un **suivi trimestriel des émissions de GES relevant de leur périmètre**, ainsi que de l'avancement des plans d'actions associés, permettant d'identifier les écarts et d'ajuster les mesures mises en œuvre.

Toutes les directions ne disposent pas formellement de référents RSE ; néanmoins, l'ensemble des directions sont **régulièrement associées aux travaux** et collaborent avec le Responsable Stratégie RSE à la mise en œuvre du plan de transition.

Le plan de transition a été **présenté et validé par le Comité de Direction**, qui en assure le **pilotage stratégique** et le suivi global.

Politiques et dispositifs associés

Les engagements climatiques de Médiamétrie s'appuient sur un **ensemble de politiques internes**, déployées progressivement afin d'encadrer et d'opérationnaliser le plan de transition, notamment :

- une politique de réalisation annuelle d'un bilan des émissions de GES couvrant les scopes 1, 2 et 3 ;
- une politique d'achats responsables ;
- une démarche d'écoconception des produits et services ;
- une politique de sobriété énergétique et numérique
- une politique de mobilité « Car Policy » relative aux véhicules de société
- une politique de mobilité « Travel Policy » relative aux déplacements professionnels des collaborateurs.

Ces politiques et les actions qui y sont associées sont diffusées auprès des collaborateurs concernés et font l'objet d'un **suivi régulier dans les instances internes de pilotage**. Leur contenu est détaillé dans la section "[4.1.3. Actions de décarbonation mises en place](#)" du présent rapport.



Périmètre et évaluation du plan de transition

Le plan de transition climatique couvre **l'ensemble du périmètre de Médiamétrie et de Médiamétrie//NetRatings**, ainsi que **l'intégralité de la chaîne de valeur**, en amont et en aval.

Depuis 2024, ce plan fait l'objet d'une **évaluation annuelle volontaire par le Carbon Disclosure Project (CDP)**, initiative internationale qui évalue et rend compte de l'impact environnemental des entreprises (émissions, eau, forêts), renforçant leur transparence et leur engagement climatique. En 2025, Médiamétrie a obtenu la **note B**, supérieure à la moyenne de sa catégorie, de sa région et de l'ensemble des entreprises évaluées (note C). Cette évaluation régulière permet **d'identifier les axes d'amélioration du plan et d'y apporter les corrections nécessaires**.

Méthodologie des bilans de gaz à effet de serre

Le suivi des émissions de Médiamétrie est réalisé depuis 2020 selon la **méthodologie Bilan Carbone®**, dans le cadre du BEGES. (Bilan des Émissions de Gaz à Effet de Serre).

Le **périmètre organisationnel** retenu est défini selon le principe de **contrôle opérationnel** et couvre l'ensemble des entités et activités sur lesquelles Médiamétrie exerce un contrôle direct en matière de gestion opérationnelle et de politiques environnementales.

Les émissions sont exprimées en **tonnes équivalent CO₂ (tCO₂e)**, sur la base des **potentiels de réchauffement global (PRG) à 100 ans** applicables à la date du calcul.

Les émissions sont analysées et présentées selon la classification réglementaire en trois scopes :

- **Scope 1 – Émissions directes**
Émissions issues de sources détenues ou contrôlées par Médiamétrie, incluant notamment la consommation de carburants et l'utilisation de véhicules de flotte.
- **Scope 2 – Émissions indirectes liées à l'énergie**
Émissions associées à la production de l'électricité, de la chaleur ou du froid achetés et consommés par l'entreprise.
- **Scope 3 – Autres émissions indirectes**
Émissions résultant des activités en amont et en aval de la chaîne de valeur, incluant en particulier les achats de biens et services, les déplacements professionnels et les activités logistiques, dès lors que ces postes sont jugés significatifs et que les données sont disponibles.
La sélection des postes du Scope 3 repose sur une **analyse de pertinence et de matérialité**, conforme aux recommandations du Bilan carbone.

Chaque donnée d'activité est associée à un facteur d'émission adapté, selon les règles méthodologiques des référentiels retenus. Les facteurs d'émission utilisés proviennent de bases de données certifiées, principalement de la **Base Empreinte de l'ADEME**.



La méthodologie de collecte des données suit une hiérarchie rigoureuse :

1. **Priorité aux données physiques** issues directement des opérations (litres de carburant, kWh, kilomètres), garantissant la précision maximale ;
2. **Recours aux données monétaires** uniquement lorsque les données physiques sont indisponibles, avec application de facteurs d'émission reconnus, notamment pour certains postes complexes du Scope 3 ;
3. **Estimations ou extrapolations** en dernier recours, basées sur des historiques ou données comparables, avec hypothèses documentées pour assurer la traçabilité.

L'entreprise s'engage dans une **démarche d'amélioration continue de la qualité de son bilan carbone**, en particulier sur le Scope 3, visant à :

- augmenter progressivement la part de données primaires ;
- réduire le recours aux approches fondées sur les dépenses ;
- renforcer la qualité des données fournisseurs.

Cette démarche est notamment portée par la politique d'**engagement fournisseur**, présentée en section ["5.2. Travailleurs de la chaîne de valeur : Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures"](#) du présent rapport.

Afin de garantir la **comparabilité dans le temps**, toute mise à jour significative des facteurs d'émission ou de la précision des données d'activité, entraîne un **recalcul rétroactif des bilans concernés**, selon une méthodologie homogène. Les évolutions méthodologiques sont documentées afin d'assurer la transparence vis-à-vis des parties prenantes et du tiers indépendant.

En 2025, l'ensemble des bilans carbone de Médiamétrie a été recalculé à la suite de la mise à jour de la Base Empreinte publiée par l'ADEME. Les facteurs d'émission, en particulier les facteurs monétaires, ont été réactualisés et annualisés de manière rétroactive, permettant ainsi d'améliorer significativement la précision des résultats. La majorité de ces facteurs ayant été révisée à la baisse, **les émissions totales de chacun des bilans ont mécaniquement diminué, dans des proportions globalement comparables.** À titre d'exemple, le facteur d'émission « biens manufacturés » est passé de 0,6 kgCO₂e/€ dépensé (valeur précédemment utilisée dans l'ensemble des bilans) à 0,263 kgCO₂e/€ pour l'année 2020, puis à 0,231 kgCO₂e/€ pour 2023 (donnée 2024 non disponible à ce jour).

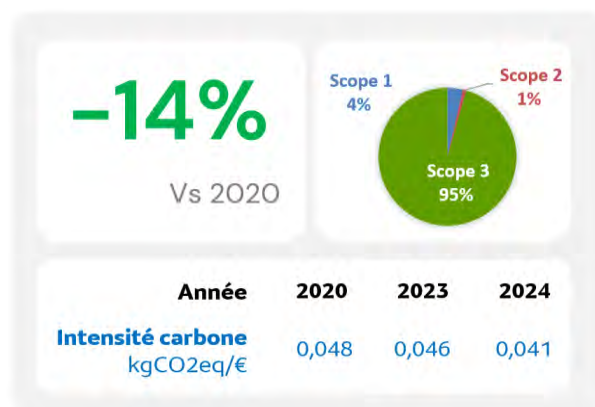


4.1.2. Émissions brutes de gaz à effet de serres

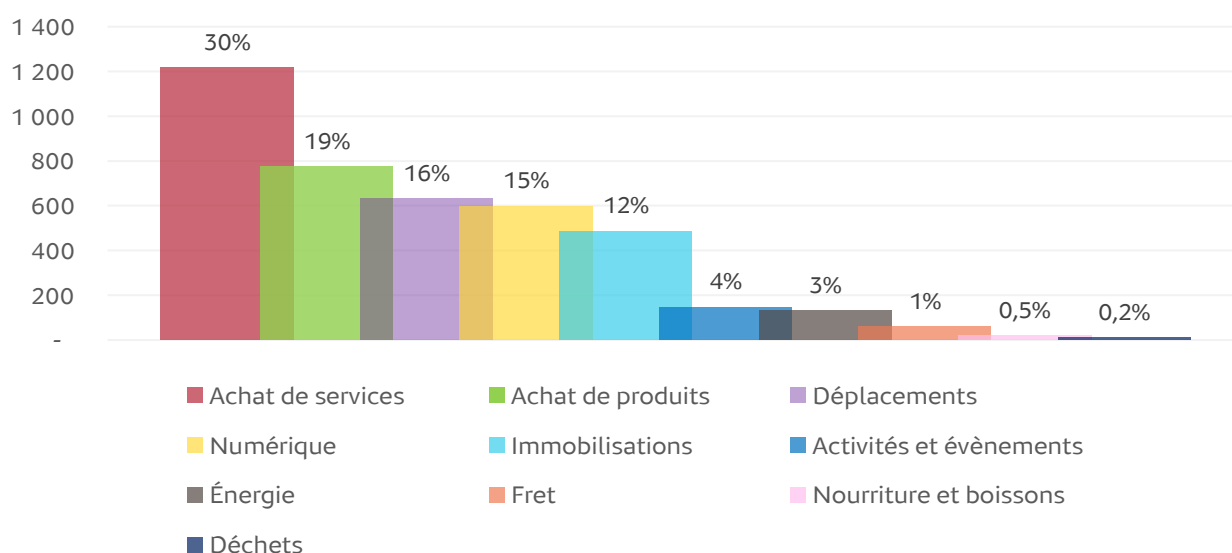
Médiamétrie s'est engagée à **réaliser annuellement un Bilan Carbone complet**, couvrant l'ensemble des scopes 1, 2 et 3.

Le **bilan carbone de 2025**, basé sur les données 2024, s'élève à **4 066 tCO₂e**, soit une **réduction de 14 % par rapport à l'année de référence 2020**.

L'**intensité carbone 2025** de Médiamétrie (Émissions totales de GES / Chiffre d'affaires) est égale à **0,041 kgCO₂eq/€ de chiffre d'affaires**. Elle est en baisse de 15% par rapport à 2020.



Répartition des émissions du Bilan Carbone 2024 de Médiamétrie (tCO₂eq)



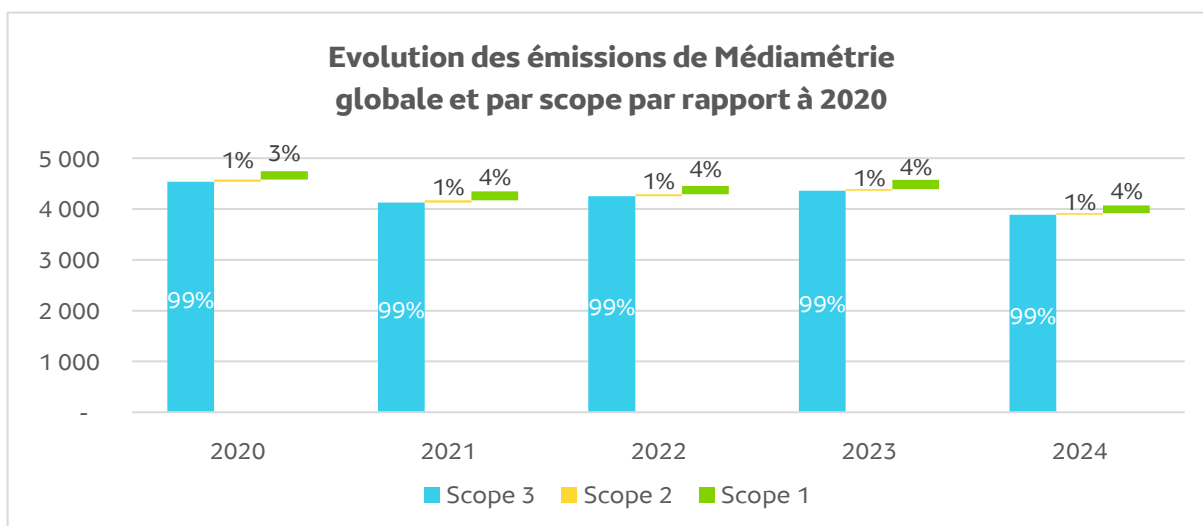
Répartition des émissions

La majorité des émissions de Médiamétrie sont **indirectes**, et proviennent principalement des **achats de prestations de services et de produits**, qu'ils soient immobilisés ou non. La répartition par étapes de la chaîne de valeur est la suivante :

- **Émissions en amont (scope 3 upstream)** : 3 815 tCO₂e, soit 94% des émissions
- **Émissions de production / opérationnelles (scopes 1 et 2)** : 146 tCO₂e, soit 4% des émissions
- **Émissions en aval (scope 3 downstream)** : 105 tCO₂e, soit 3% des émissions



L'**engagement des fournisseurs** et l'évolution des **habitudes de consommation** constituent donc des leviers centraux de la stratégie de décarbonation de Médiamétrie. La partie "[5.2. Travailleurs de la chaîne de valeur : Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures](#)" détaille les actions associées à l'engagement fournisseur et à la sobriété.



Les émissions du scope 3 représentent 99% 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 nos mesures, elles diminuent de 14 % par rapport à 2020, et de 11% par rapport à 2023 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 (-21%) 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 "*Sobriété énergétique*".

Les émissions du scope 1 représentent 4 % 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. Après avoir augmenté pendant plusieurs années, elles ont fortement diminué entre 2023 et 2024, avec -18% d'émissions en 1 an, cela permet de réduire les émissions de ce scope de 8% par rapport à 2020. Plus d'information dans la partie "*Mobilité durable*". Afin de minimiser le risque de fuites de fluides frigorigènes des climatisations, une maintenance régulière a lieu.

4.1.3. Actions de décarbonation mises en place

Écoconception des produits et services

Depuis 2023, Médiamétrie a structuré une démarche d'**écoconception** visant à intégrer les enjeux RSE et climat dès la conception de ses produits et services. **Intégrée à la méthode projet**, cette approche s'inscrit dans la stratégie RSE de Médiamétrie et s'applique à l'ensemble des métiers. Elle est déployée au même titre que les dimensions sécurité et privacy, afin d'assurer une prise en compte globale des risques et impacts dès l'amont des projets.

En 2025, la démarche s'est renforcée au sein de la méthode projet :

- En **étude d'opportunité**, 13% des projets intégraient l'analyse RSE/climat au premier semestre, contre **100% au second semestre**. (*idem security et privacy by design*).
- En **étude de faisabilité**, aucun projet n'était couvert au premier semestre, contre **100% au second semestre**. (*idem security et privacy by design*).

Cette progression traduit l'intégration progressive mais désormais systématique des enjeux climatiques et RSE dans les arbitrages structurants.

Dans un premier temps, plusieurs scénarios sont étudiés : on évalue les risques environnementaux, dont **l'empreinte carbone**, ainsi que les risques sociétaux et éthiques de chacun. Ils sont ensuite comparés entre eux, en parallèle d'analyses de coût, de qualité et de délais. Le scénario le plus adapté est choisi en tenant compte de tous ces critères. Une fois le scénario retenu, les axes d'amélioration sont identifiés, des mesures correctives sont mises en place si des risques importants ont été détectés, et les fournisseurs sont sélectionnés selon des **critères RSE et carbone**.



Afin que chaque collaborateur puisse comprendre et intégrer ces enjeux et plus globalement les enjeux climatiques dans son quotidien professionnel, Médiamétrie a organisé en 2025 **deux amphis de sensibilisation** ouverts à tous, **présentant les enjeux climatiques globaux et la stratégie climat de l'entreprise**. En début d'année, les référents RSE ont également présenté le bilan de leurs actions lors du Morning Meet, réunissant l'ensemble des collaborateurs. Tout au long de l'année, des formations ciblées sont dispensées au sein des équipes pour aborder les impacts environnementaux spécifiques à chaque métier.



Depuis 2024, l'entreprise a franchi une étape supplémentaire avec le développement des « **étiquettes carbone produits** », qui détaillent les émissions selon leur **source** et la **typologie des produits vendus**. Ces étiquettes constituent un **outil stratégique à double vocation** :

1. **Soutenir la prise de décision** : elles permettent d'intégrer l'impact environnemental dès la conception et d'identifier les leviers d'amélioration.
2. **Renforcer la communication** : elles rendent visibles, en interne comme auprès des clients, les conséquences de chaque choix sur l'empreinte carbone.

Parallèlement, lors de chaque **sprint de développement**, des initiatives appelées « **Enablers RSE** » sont systématiquement intégrées pour réduire l'empreinte carbone de l'entreprise.

Les **Enablers RSE** comprennent notamment :

- **L'écoconception des équipements de mesure** destinés aux panélistes, qu'ils soient conçus par Médiamétrie ou fournis par des partenaires technologiques. L'objectif est de développer et sélectionner les audimètres **les plus durables, les moins énergivores et les moins émissifs à la fabrication**. En 2025, les équipes ont fait réaliser 5 analyses de cycle de vie d'audimètres et accessoires avec l'aide de cabinets spécialisés et des fournisseurs.
- **L'écoconception du traitement des données**, détaillée dans la partie « Sobriété numérique »

Cette approche garantit que la réduction de l'impact environnemental est **intégrée à toutes les étapes du développement produit**, tout en **sensibilisant et responsabilisant l'ensemble des équipes**.

M Nous agissons...
Sur les 3 principales sources d'émissions de GES dans la mesure d'audience

Panels (Achats de produits)	Technologies & services IT (Achats de services)	Data processing (Numérique)
Incentives et opérations panels <ul style="list-style-type: none">• Des incentives moins carbonés et maîtrisés• Optimisation des itinéraires des ambassadeurs	Hardware, logiciels, services IT <ul style="list-style-type: none">• Des audimètres et équipements plus petits, moins énergivores, éco-conçus, plus durables	Fabrication et consommation énergétique des serveurs liés aux calculs, stockage, transfert <ul style="list-style-type: none">• Eco-design et éco-production• Des processeurs plus efficaces• Relocalisation dans des pays avec des mix énergétiques moins carbonés• Optimisation du stockage

Plan de décarbonation des achats : 85% de notre bilan carbone est lié à nos fournisseurs
Nous engageons donc activement **les 100 plus gros fournisseurs de notre bilan carbone (=70%)** dans notre démarche
Et au-delà des critères de coût, qualité et délai, **nous intégrons des critères RSE (33%)** dans la sélection de nos nouveaux fournisseurs.

Mais également sur notre vie d'entreprise

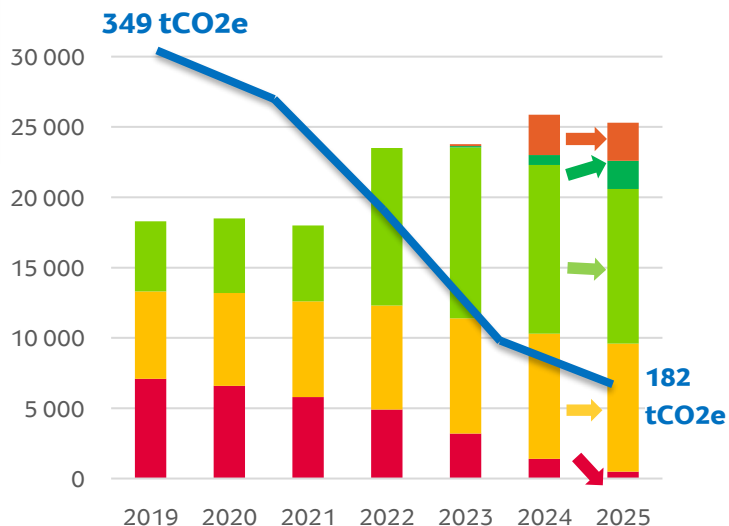
- Travel policy
- Car policy
- Plan de sobriété énergétique
- Politique de maintien du matériel bureautique

Vers des audimètres moins énergivores et plus petits

- ROA3**
2kWh · 40 g
- ROA2**
4,5kWh · 47 g
- TVM3**
25kWh · 400 g
- Streaming Meter**
105kWh · 560 g
- DMD**
220kWh · 2,1 kg

Consommation électrique et poids par audimètre

Evolution du nombre d'audimètres dans les panels vs Emissions (fabrication et consommation)



-60% d'émissions entre 2020 et 2025





Achats responsables et décarbonation de la chaîne de valeur

Les achats de produits et services représentent **plus de 49% des émissions totales de GES de Médiamétrie**, incluant les biens manufacturés (immobilisés ou non), les prestations intellectuelles, les locations de véhicules, le cloud, ainsi que l'énergie pour les bâtiments. Parmi ces achats, **100 fournisseurs identifiés représentent près des deux tiers des émissions totales**. L'engagement de ce « top 100 » fournisseurs dans la **réduction de leur empreinte carbone** constitue donc une priorité stratégique pour Médiamétrie.

Au-delà de la **politique d'achats responsables** initiée en mai 2023, Médiamétrie a lancé en **septembre 2024 un plan de décarbonation des achats** afin de renforcer la vigilance sur les émissions associées à ses activités et d'instaurer davantage de sobriété. Ce plan vise une **réduction minimale de 50 % des émissions liées aux achats entre 2020 et 2030**.

Les dispositions de ce plan, partagées en novembre 2024 avec les fournisseurs les plus émissifs, viennent **renforcer les exigences initiales communiquées fin 2022**, notamment : la transmission d'un **Bilan Carbone complet** et d'une **trajectoire de réduction des émissions**.

Le plan de décarbonation 2024 s'articule autour de **trois axes principaux** :

1. Adopter de nouvelles habitudes internes

La sobriété commence par la modification des comportements individuels et collectifs. L'identification rapide d'actions concrètes à effet immédiat permet de réduire la consommation énergétique, les déplacements professionnels et l'utilisation des équipements IT, tout en favorisant une culture de consommation responsable.

2. Sélectionner des fournisseurs durables

Le critère « RSE » est désormais **pondéré à hauteur de 33 %** dans l'évaluation des offres commerciales issues des appels d'offres. Pour tout nouveau prestataire, Médiamétrie exige la réalisation **annuelle d'un Bilan Carbone complet** sur les données de l'exercice N1, ainsi que la communication des résultats et engagements avant le démarrage de la relation commerciale, en fonction du montant des dépenses et de la nature des prestations.-1, ainsi que la communication des résultats et engagements avant le démarrage de la relation commerciale, en fonction du montant des dépenses et de la nature des prestations.

3. Renforcer les exigences pour les fournisseurs existants

Des échanges dédiés au **plan d'action climat** sont organisés avec le **Top 100 des fournisseurs** afin de suivre leurs engagements et d'accompagner la mise en œuvre de mesures concrètes de réduction des émissions.

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.



En 2025 :

- **38 % du "top 100 fournisseur"** fait l'objet d'un suivi régulier de leur plan d'action RSE avec les équipes de Médiamétrie.
- **21 % de ces fournisseurs ont transmis leur Bilan Carbone complet le plus récent** (scopes 1, 2 et 3) ;
- Plus de **90% des fournisseurs ayant réalisé leur bilan carbone complet ont une trajectoire de réduction carbone** en 2025 (vs près d'un tiers en 2024)

L'engagement global fournisseur est détaillé dans la section ["5.2. Travailleurs de la chaîne de valeur: Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures"](#).

Sobriété numérique

15% des émissions de GES de Médiamétrie sont liées à ses activités numériques. La majeure partie 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.

A. Cloud

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 fabriqués, 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 4 fois plus élevé.** A fin 2025, la migration vers des instances utilisant des processeurs moins énergivores a été réalisée pour 46% du périmètre éligible (vs 33%



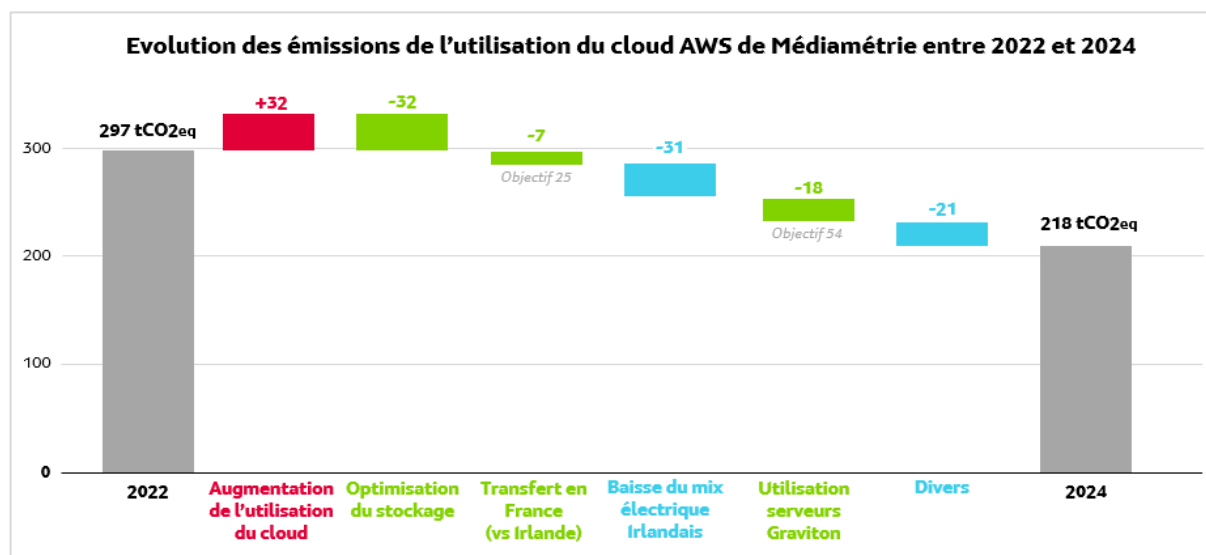
en 2024). La migration de l'Irlande vers la France a été réalisée pour 21% du périmètre éligible (vs 20% en 2024).

La gestion automatique et optimisée de leur cycle de vie a été mise en place pour 97% 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.

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 (totalisant 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 diminué de -27% depuis 2022, début de la mise en place d'actions de décarbonation de nos usages cloud, malgré une hausse des besoins numériques : +14% d'heures de processeurs et +30% de stockage.**





B. Intelligence artificielle

Médiamétrie est consciente que le développement de l'intelligence artificielle, en particulier générative, s'accompagne d'une **consommation significative de ressources matérielles, énergétiques et hydriques**. Son déploiement s'inscrit donc dans notre démarche de sobriété numérique, avec une attention constante portée à la pertinence des cas d'usage, à l'optimisation des sollicitations et à la maîtrise des ressources mobilisées.

Un **comité de pilotage transverse dédié à l'IA**, mis en place il y a deux ans, structure cette démarche. Il assure la veille technologique, l'acculturation des équipes, la définition d'un cadre d'usage sécurisé et responsable, ainsi que le pilotage des expérimentations. Une **charte d'usage de l'IA générative**, prévue pour avril 2026, viendra formaliser ce cadre commun et en préciser les principes éthiques et opérationnels.

À ce jour, 34 cas d'usage IA ont été identifiés et partagés en interne. L'objectif des deux prochaines années est une **adoption maîtrisée et généralisée**, créatrice de valeur pour les équipes comme pour les clients, tout en restant cohérente avec nos engagements environnementaux.

Médiamétrie a par ailleurs développé **MIA**, son chatbot interne. Il facilite l'accès à l'information (vocabulaire métier, documentation RH, gouvernance de la donnée, aide à la synthèse documentaire) et contribue à un usage efficace, sécurisé et responsable de l'IA au quotidien. MIA a été pensé selon une logique de **sobriété numérique** : les réponses sont par défaut « claires, concises et précises » afin de limiter le volume de texte généré et, par conséquent, les ressources de calcul mobilisées, tout en garantissant la qualité et la fiabilité des informations délivrées.

En 2026, l'objectif est de poursuivre le renforcement des actions de sensibilisation, de conseil et le déploiement d'outils d'aide permettant d'encadrer et d'optimiser durablement les usages de l'IA au sein de l'entreprise.

C. Parc d'équipement

Médiamétrie dispose d'un **parc limité d'équipements informatiques en propre**, ce qui se traduit par des **émissions associées relativement faibles**. Celles-ci concernent principalement les ordinateurs et les téléphones mobiles. Néanmoins, l'entreprise déploie des actions visant à limiter autant que possible l'empreinte environnementale associée à ces équipements. La politique déployée repose sur **l'allongement de la durée de vie du matériel**, notamment par la maintenance et la mise à jour régulière des équipements tout au long de leur cycle d'utilisation. En 2025, **la durée de vie moyenne effective des ordinateurs s'établit à 4,4 ans** (vs 4 ans à fin 2024). Elle a progressé d'un an entre 2023 et 2024 et est désormais stable. Le renouvellement du



parc s'effectue uniquement en cas d'obsolescence avérée du matériel. Lorsque les usages le permettent, **les équipements sont acquis en reconditionné**. En 2025, **97 % des ordinateurs renouvelés étaient des équipements reconditionnés**.

S'agissant des équipements mobiles, Médiamétrie privilégie également le recours à des téléphones reconditionnés en France. Ainsi, en 2025, 64% des téléphones renouvelés étaient issus du reconditionnement.

Sobriété énergétique

Médiamétrie a continué de suivre ses consommations d'électricité qui ont totalisé **969 821 kWh en 2025 soit une diminution de -26% vs 2020** (1 304 334 kWh) grâce aux actions du **plan de sobriété énergétique** qui a porté ses fruits depuis son lancement en 2022.

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 la consommation énergétique à fin 2025 a été obtenue par rapport aux années de référence respectives : -47% sur Amiens vs 2012 ; -74% sur Sophia vs 2018 ; -24% sur Levallois vs 2015 ; -93% sur Mont-Saint-Aignan vs 2012.

Deux nouveaux indicateurs ont été mis en place en 2025 :

- La **consommation en termes d'énergie renouvelable** : elle s'est fortement accentuée : de 53 005 kWh fin 2024 (6% du total annuel) à 571 736 kWh à fin 2025 (59% du total annuel).
- La **consommation d'énergie liée aux bornes électriques** aménagées sur le site de Levallois : elle s'élève à hauteur de 43 415 kWh à fin 2025, soit 6% du total.

Un nouveau plan de sobriété énergétique de Médiamétrie se poursuivra en 2026 afin d'accentuer la réduction des consommations d'électricité.

Mobilité durable

Les émissions de gaz à effet de serre de Médiamétrie liées aux déplacements ont augmenté de +13% en 2024 par rapport à 2023 et de +23% par rapport à 2020 année de référence et par extension relative de confinement liée au Covid, cela étant dû principalement à l'augmentation des déplacements en avion qui étaient très faible en 2020.



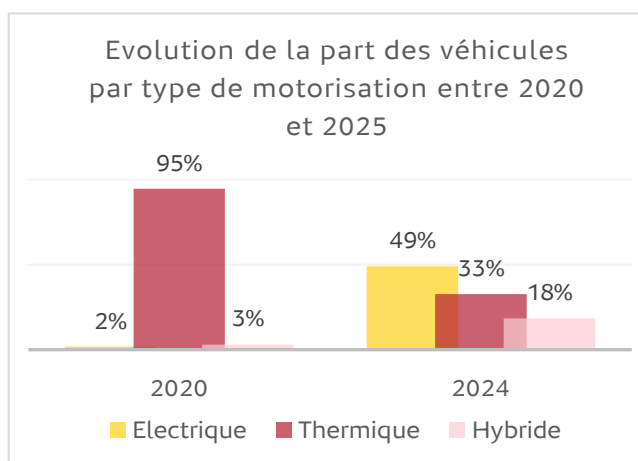
En 2025, ces chiffres diminuent par rapport à 2024, les consommations de carburant diminuent de -22% et les émissions liées aux voyages de -25%.

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 2025, Médiamétrie a **réduit le nombre total de véhicules utilisés de 13%** vs 2020.

La part des véhicules électriques/hybrides représente désormais les deux-tiers de la flotte automobile.

Ainsi, à fin 2025, 49% des véhicules sont électriques (vs 2% en 2020), 33% 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. Cette consommation d'énergie liée aux bornes électriques aménagées sur le site de Levallois s'élève désormais à hauteur de 43 415 kWh à fin 2025, soit 6% du total.

En 2025, Médiamétrie a reconduit son partenariat avec WENOW, en ciblant en priorité les conducteurs ayant un kilométrage significatif. **Deux challenges d'écoconduite ont été déployés au cours de l'année :**

- un premier axé sur la **survitesse**, mené sur une durée d'un mois en mai,
- un second dédié à **la réduction des freinages forts**, organisé sur une semaine en novembre 2025.

Le challenge « sans survitesse » avait pour objectif de **réduire la vitesse afin d'améliorer la sécurité des conducteurs, tout en contribuant à la baisse de la consommation d'énergie et de l'impact environnemental**. Les résultats observés en mai montrent une évolution positive des comportements, avec une diminution du score de survitesse de 11 %, traduisant une meilleure maîtrise de la vitesse par les participants.



Le challenge de novembre visait quant à lui à **réduire le taux de freinages forts**, avec pour ambition de passer sous le seuil des 2 %, correspondant au taux moyen observé, et d'engager une dynamique de réduction à plus long terme. Bien que l'objectif n'ait pas été totalement atteint, les efforts des participants ont permis d'enregistrer une baisse de 7 % du taux de freinages forts, confirmant une tendance encourageante et une prise de conscience progressive des enjeux de conduite plus anticipative.

Depuis novembre 2022, Médiamétrie poursuit la mise en application de 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 trimestriellement 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 2025, les émissions carbonees ont diminué de -25% par rapport à 2024 pour les déplacements (aérien/train/hôtels) réalisés via l'agence de voyages.

Par ailleurs, le partenariat avec les TAXIS G7 s'est poursuivi en 2025 avec l'option "**Préférence Green**" permettant ainsi la confirmation d'un haut niveau d'utilisation des véhicules "Green" : 89% en 2025 (identique à 2024) pour les collaborateurs Médiamétrie et 89% également en 2025 (identique à 2024) pour les collaborateurs Médiamétrie//NetRatings.

Réduction et gestion responsable de nos déchets

Compte tenu de la nature principalement tertiaire de ses activités, **la gestion des déchets ne constitue pas un enjeu matériel au regard de l'analyse de double matérialité**. Néanmoins, Médiamétrie veille à **limiter son impact environnemental** et à assurer le **respect strict des obligations réglementaires applicables**.

Depuis plusieurs années, **le tri à la source est déployé sur l'ensemble des sites**. Chaque direction est responsable de la gestion des déchets et des équipements en fin de vie relevant de son périmètre. À ce titre, elle veille :

- au tri approprié des flux ;
- au choix de la filière de traitement la plus adaptée, en privilégiant le don et le réemploi, puis la réparation et le recyclage, avant toute élimination (valorisation énergétique ou enfouissement), conformément à la hiérarchie des modes de traitement ;
- au recours à des prestataires professionnels agréés ;



- au suivi et à la traçabilité des flux concernés.

Ces pratiques opérationnelles feront l'objet d'une **formalisation dans une politique globale de gestion des déchets**, dont l'adoption est prévue en 2026 et qui couvrira l'ensemble des sites et activités.

Cette politique visera à :

- formaliser les pratiques existantes ;
- démontrer la conformité réglementaire, notamment en matière de tri à la source des biodéchets, de traçabilité des flux et de gestion des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) ;
- renforcer le pilotage et la maîtrise de l'évolution des volumes.

Elle reposera sur les principes suivants :

- la prévention et la réduction des déchets à la source (dématérialisation, limitation des impressions, optimisation des emballages) ;
- la sensibilisation des collaborateurs afin d'ancrer durablement les bonnes pratiques ;
- l'amélioration continue de l'organisation du tri sur les sites ;
- le recours systématique à des filières agréées garantissant un traitement conforme et la sécurisation des données ;
- le suivi des volumes et des performances au moyen d'indicateurs consolidés ;
- l'application de la hiérarchie des modes de traitement : réemploi > recyclage > valorisation énergétique > élimination.

Cette démarche s'inscrit dans une logique de **prévention des déchets** et de **contribution à l'économie circulaire**, notamment par **l'allongement de la durée de vie des équipements informatiques et des matériels métiers**.

➤ **Gestion des déchets des bâtiments**

16 flux de tri distincts sont organisés sur l'ensemble des sites pour les principaux flux, lorsqu'ils sont présents : biodéchets, bois, bouteilles plastiques, canettes, capsules café, cartons, encre, essuie-mains, gobelets carton, gobelets plastiques, métaux, palettes, papiers, papiers confidentiels, piles et verre.

Une **harmonisation progressive des consignes de tri et des équipements de collecte** est engagée afin d'améliorer la cohérence entre sites et la qualité du tri.



Les quantités de déchets produites font l'objet d'un **suivi régulier par les services des moyens généraux**. Ce suivi repose sur les **données issues des enlèvements réalisés par les prestataires de collecte**, assurant la traçabilité des flux et le pilotage des volumes.

Jusqu'à la fin du premier semestre 2024, la collecte et le traitement des déchets alimentaires sur les sites de Levallois et d'Amiens étaient assurés par les communes, sans traçabilité directe pour l'entreprise. À compter du second semestre 2024, Médiamétrie a repris en gestion directe les biodéchets sur ces deux sites, renforçant ainsi la **maîtrise des données**, le **pilotage opérationnel** et la **conformité aux obligations de tri à la source**.

En 2025, les **déchets non triés (DIB) sont collectés et traités directement par la collectivité**. Ces déchets ne font donc pas aujourd'hui l'objet d'un suivi car le dispositif de camions équipés du système embarqué de pesée n'est pas encore opérationnel pour la collecte des professionnels. L'estimation du tonnage collectés à nos adresses n'est donc à ce jour pas réalisable, ce qui limite de fait à ce stade l'exhaustivité du reporting.

➤ **Gestion des équipements informatiques et matériels métiers**

Au-delà des déchets liés à l'exploitation des bâtiments, deux flux spécifiques sont associés à l'activité de Médiamétrie :

- les audimètres et leurs accessoires en fin de vie, gérés par la Direction Enquêtes et Panels ;
- le matériel informatique en fin de vie, géré par la Direction des Systèmes d'Information.

Conformément à l'objectif d'**allongement de la durée de vie des équipements** présenté en section "[4.1.3. Actions de décarbonation mises en place](#)". Médiamétrie privilégie la **réparation et le réemploi** afin de limiter le renouvellement du matériel et de **réduire son impact environnemental**, notamment en matière d'émissions de gaz à effet de serre.

Les équipements hors d'usage font l'objet d'un **diagnostic technique systématique**. Lorsqu'une réparation est possible, ils sont réintégrés dans le parc interne. À défaut, ils sont orientés vers des **filiales DEEE agréées**.

Le matériel informatique réparé mais ne répondant plus aux besoins internes peut être donné à des associations, dans une logique d'**économie circulaire et de prolongation de la durée d'usage**.

Un **dispositif de suivi du cycle de vie des équipements** est en cours de structuration afin de consolider les données relatives au **réemploi, à la réparation et à l'élimination finale**, et d'améliorer le pilotage des performances associées.

➤ **Résultats 2025 et indicateurs de suivi**



Les données présentées ci-dessous portent sur les **déchets liés à l'usage des bâtiments**, collectés par des prestataires spécialisés. Elles ne couvrent toutefois pas l'ensemble des flux produits : une part significative des **déchets industriels banals (DIB)** est en effet prise en charge directement par la collectivité, sans transmission systématique des tonnages correspondants. En conséquence, les volumes présentés offrent une vision structurée et fiable du périmètre suivi, mais demeurent **partiels au regard de la production totale de déchets**. À titre de repère, selon l'Institut national de la statistique et des études économiques, 73 % des déchets produits par les entreprises du secteur tertiaire sont triés à la source en France.

Sur ce périmètre, Médiamétrie a enregistré en 2025 un volume total de **9,2 tonnes de déchets**, contre **7,6 tonnes en 2024**, soit une évolution de **+21 %**. Cette hausse s'explique principalement par l'intégration complète des biodéchets dans le reporting, à la suite de la reprise de leur gestion en direct au second semestre 2024.

Sur la base d'un volume trié de 8 849 kg et d'un taux moyen de tri tertiaire de 73 %, le volume total théorique de déchets produits peut être estimé à environ 12 120 kg, soit près de 3 270 kg potentiellement collectés par la collectivité.

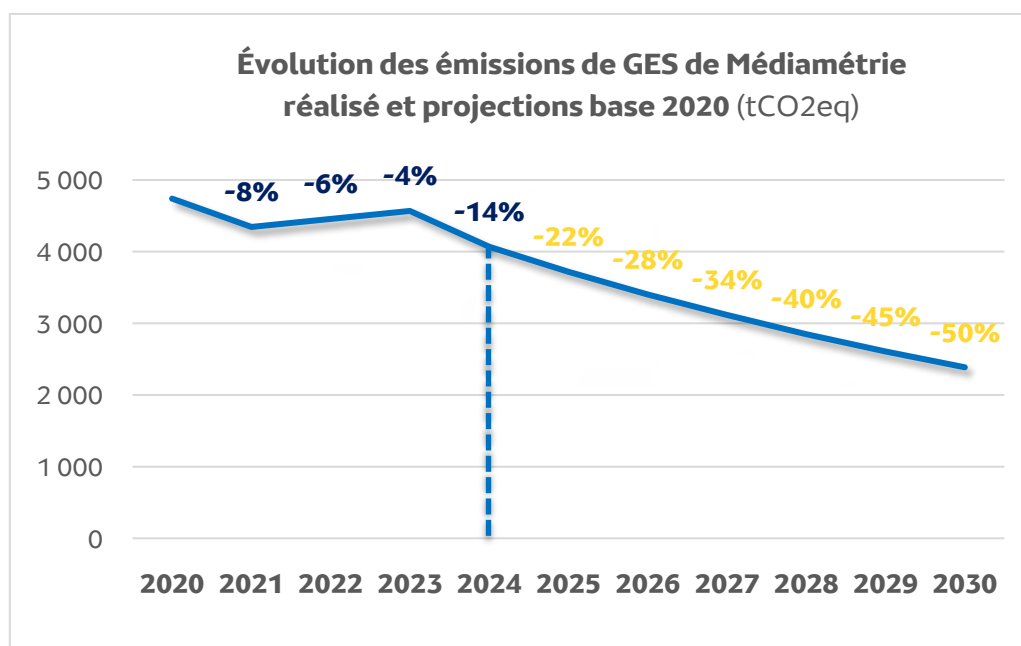
Le tableau ci-après présente, en kilogrammes, la ventilation des volumes effectivement collectés par les prestataires.

	Trié		Non Trié	Total général
	Dangereux	Non dangereux		
Levallois	1	5 486	333	5 820
Amiens	0	2 608	47	2 655
Sophia Antipolis	22	531	0	553
Mont-Saint-Aignan	0	201	2	203
Total général	23	8 826	382	9 231
	0,2%	96%	4%	

4.1.4. Objectifs climatiques

Médiamétrie s'est fixé un objectif climatique structurant : **réduire de 50 % ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2020**, en couvrant l'intégralité de son périmètre d'émissions (scopes 1, 2 et 3).

Cet objectif est décliné de manière opérationnelle dans le plan de transition au travers de **plans d'actions définis par direction et par levier de décarbonation**, couvrant notamment les achats de produits et services, le numérique (cloud et équipements), l'énergie et la mobilité. Sa mise en œuvre repose sur un **suivi trimestriel assuré par les référents RSE**, permettant d'analyser l'évolution des émissions, d'ajuster les actions engagées, ainsi que sur un **pilotage régulier au niveau du Comité de Direction**.



À ce stade, les objectifs climatiques ne sont pas formellement intégrés aux dispositifs de rémunération variable. Néanmoins, leur suivi constitue un élément structurant du pilotage de la performance extra-financière de l'entreprise.

Les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre de Médiamétrie ne font pas, à ce stade, l'objet d'une validation formelle en tant qu'objectifs « science-based » au sens de la SBTi. Néanmoins, la trajectoire retenue repose sur une réduction absolue des émissions et a été définie en cohérence avec les objectifs internationaux de l'Accord de Paris visant à limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C.

4.1.5. Élimination et stockage des GES

À ce stade, Médiamétrie ne développe ni ne finance de projets d'élimination ou de stockage des gaz à effet de serre, que ce soit dans le cadre de ses opérations propres ou au sein de sa chaîne de valeur, en amont comme en aval.

La stratégie climatique de l'entreprise repose exclusivement sur la **réduction des émissions à la source**. À court et moyen terme, Médiamétrie fait le choix de **prioriser ses investissements en faveur de la décarbonation de ses activités**, considérant que cette approche constitue le levier le plus pertinent et le plus durable pour atteindre ses objectifs climatiques.

4.1.6. Prix du carbone interne

Compte tenu des caractéristiques de ses activités, Médiamétrie n'a pas, à ce stade, mis en place de prix interne du carbone. Son cœur de métier reposant sur des services numériques et



intellectuels ont une intensité carbone structurellement plus faible que celle des secteurs industriels ou extractifs. Dans ce contexte, l'influence directe du coût du carbone sur les opérations courantes de l'entreprise demeure limitée.

4.1.7. Soutien scientifique et sensibilisation aux enjeux climatiques

Médiamétrie est partenaire de l'association scientifique **Greenlandia** depuis 2023. Ce partenariat vise à **renforcer le soutien scientifique, la sensibilisation et l'adaptation face aux impacts du changement climatique**, en cohérence avec le plan de transition climatique de l'entreprise.

Greenlandia, fondée en 2015, est une initiative française pionnière qui étudie les effets du réchauffement sur le **Cercle Polaire Arctique**, où les températures augmentent **quatre fois plus rapidement que la moyenne mondiale**. Elle fournit un **regard anticipé sur les transformations nécessaires** et documente les stratégies de résilience des populations locales, offrant ainsi des enseignements précieux pour l'adaptation aux impacts climatiques.

Grâce au soutien de Médiamétrie, Greenlandia peut :

- **Explorer des zones stratégiques**, comme le **Scoresby Fjord**, via le voilier scientifique **Malizia Explorer**.
- **Collecter des données clés** : algues des neiges, morue polaire, flux de carbone et méthane du permafrost. Ces données contribuent aux modèles climatiques internationaux et aux travaux du **GIEC**. Elles permettent notamment d'anticiper les risques liés au réchauffement et d'adapter les stratégies d'entreprise et politiques publiques.
- **Valoriser et diffuser ces connaissances** : documentaires, contenus éducatifs, expositions et ateliers immersifs pour entreprises et collectivités.

Cette démarche permet à Médiamétrie de relier science et action opérationnelle, en inspirant des initiatives concrètes pour la réduction des émissions et la résilience de l'entreprise.

4.2. Gestion de l'eau au sein de la chaîne de valeur

L'eau consommée par les datacenters associés à nos usages numériques chez nos fournisseurs, notamment pour le refroidissement des infrastructures, constitue un **enjeu environnemental identifié comme impact négatif matériel** dans le cadre de notre analyse de double matérialité.

À ce jour, Médiamétrie ne dispose ni de données précises sur la consommation d'eau de ces services numériques, ni d'une politique spécifique sur l'eau, ni d'objectifs quantifiés de réduction de cette consommation. Néanmoins, l'intégration d'une **gestion responsable de l'eau** est prévue dans le cadre de la **politique de sobriété énergétique et numérique**, afin de piloter de manière cohérente les impacts environnementaux liés à nos activités et à notre chaîne de valeur.



Dans ce cadre, le suivi des fournisseurs numériques inclura progressivement :

- La **consommation d'eau associée aux services achetés**.
- L'**efficacité de cette consommation**, mesurée par l'indicateur **WUE (Water Usage Effectiveness)** des datacenters.
- L'**évolution annuelle de ces indicateurs**, permettant d'identifier les bonnes pratiques et les leviers d'optimisation.

Cette démarche, encore en phase de structuration, permettra de **renforcer progressivement la maîtrise de la consommation d'eau de ces fournisseurs**.

4.3. Utilisation des ressources et économie circulaire

L'activité de Médiamétrie implique l'acquisition, l'utilisation et le renouvellement d'équipements techniques (notamment les audimètres), de matériels informatiques, et de diverses fournitures. À ce titre, **l'entreprise contribue indirectement à l'extraction de ressources vierges**, en particulier de métaux et de composants électroniques nécessaires à la fabrication des équipements numériques.

Par ailleurs, la gestion de ces équipements génère des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). Par ailleurs, les dispositifs d'incentives proposés aux panélistes peuvent également induire, de façon indirecte, des effets en matière de consommation de biens matériels.

Les actions mises en place par Médiamétrie pour limiter l'usage des ressources et promouvoir l'économie circulaire sont à ce jour **intégrées au suivi des enjeux climatiques**. Les politiques et dispositifs déployés s'inscrivent notamment dans la démarche d'écoconception des produits et services engagée depuis 2023, **présentée en détail dans la partie correspondante du rapport "[4.1.3. Actions de décarbonation mises en place](#)" relative au changement climatique**. Cette démarche vise à intégrer l'impact environnemental dès la phase de conception, à évaluer les projets au regard de critères RSE et à identifier des leviers d'amélioration en matière de consommation de ressources, de réduction des déchets et d'efficacité énergétique.

À terme, Médiamétrie prévoit de structurer une section distincte dédiée à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire, afin d'assurer un suivi spécifique des indicateurs et objectifs associés et de valoriser de manière plus lisible l'ensemble des pratiques contribuant à une gestion plus circulaire des ressources au sein de sa chaîne de valeur.



5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain

Pour rappel, les impacts, risques et opportunités sont décrits dans la section "[3.3.2. Enjeux matériels de Médiamétrie identifiés](#)". Le processus suivi pour identifier ces impacts, risques et opportunités est décrit dans la section "[3.3.1. Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels](#)".

La composition, le rôle et la responsabilité des organes de supervision et les attentes de nos différentes parties prenantes internes et externes sont exposées dans la section "[2. GOUVERNANCE - Garantir la fiabilité des mesures et une juste représentation du marché](#)".

5.1. Collaborateurs de Médiamétrie

Dans un écosystème médias en pleine mutation, Médiamétrie doit 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.

La présente partie détaille, pour chaque enjeu social identifié, le contexte et les risques associés — tels qu'ils ressortent de notre analyse de matérialité et de notre cartographie des risques extra-financiers —, la politique mise en œuvre pour y répondre, les résultats obtenus en 2025 et, le cas échéant, les objectifs que nous nous fixons.

Chez Médiamétrie, nos métiers du Siège (Cadres) et nos métiers d'enquête (Terrains d'Enquête) ont des rythmes et des réalités différents. C'est pourquoi nous présentons nos indicateurs de manière distincte lorsque cela est pertinent : cela évite les moyennes qui n'ont pas de sens et garantit une transparence totale.

5.1.1. Description de nos effectifs : une diversité de métiers et de réalités

Contexte et enjeux

Comme identifié dans notre analyse des risques extra-financiers, la capacité à dimensionner et stabiliser nos effectifs constitue un enjeu majeur pour Médiamétrie. Dans un marché de l'emploi concurrentiel, particulièrement sur les profils Data et IT, le risque de turnover pèse directement sur notre continuité opérationnelle et sur la qualité de nos mesures. Ce risque est amplifié par la dualité de notre modèle : les métiers du Siège (Cadres) et les métiers de production (Terrains d'Enquête) obéissent à des dynamiques d'emploi très différentes. Pour piloter juste, il faut mesurer juste.



Notre politique

Notre stratégie repose sur une lecture différenciée de nos deux populations. En parallèle, nous avons engagé depuis 2024 un effort d'harmonisation de nos outils et pratiques RH entre ces deux périmètres (Pulse, MyEAP, MyPerf, MySkills, communication et rituels/process RH, Parcours superviseur) afin de garantir l'équité de traitement entre tous les collaborateurs. Ces outils et pratiques sont présentés dans les parties suivantes.

Résultats 2025

- **Effectif global** : 626 collaborateurs (ETP moyen), soit une baisse de -1,7% par rapport à 2024. 100% de ces contrats sont français.
- **Répartition** :
 - 71% de cadres (Siège) et 29% sur les Terrains d'Enquête.
 - La répartition femmes/hommes est équilibrée : 51% de femmes et 49% d'hommes.
 - 89% des collaborateurs sont en contrat permanent (CDI) et 11% en contrat temporaire (CDD, alternants, stagiaires).
- **Turnover en forte baisse** : le taux global passe de 24,2% en 2024 à 16,4% en 2025. Le taux de départs volontaires descend à 10,8%. Ce recul traduit une stabilisation après deux années de tension sur le marché de l'emploi.
- **Recrutement stabilisé** : 60 nouveaux collaborateurs ont été intégrés en CDI (vs 181 en 2024), confirmant le passage d'une logique de volume à une logique de consolidation des équipes.
- **Données sur les travailleurs extérieurs** : les données relatives aux travailleurs indépendants travaillant exclusivement pour Médiamétrie et aux travailleurs temporaires ne sont pas disponibles en interne à ce stade.

5.1.2. Pratiques, politiques et initiatives futures pour la transition vers une économie plus durable

Dans un écosystème médias en pleine mutation, la capacité de Médiamétrie à se transformer repose sur la qualité de son capital humain. La politique de ressources humaines est conçue comme un levier stratégique, pleinement aligné avec les engagements RSE du groupe.

Ce que révèle l'analyse de double matérialité. L'exercice conduit en 2025 a permis de hiérarchiser les risques et opportunités en croisant l'impact de l'entreprise sur ses collaborateurs avec l'incidence des enjeux sociaux sur sa performance. Cette lecture a confirmé trois enjeux



prioritaires : la gestion des compétences face à l'accélération de l'IA, la préservation de la santé au travail dans un cadre hybride, et la nécessité d'un dialogue social constructif pour accompagner la transformation.

La réponse stratégique : Cap 2028. Sur la base de ces travaux et pour soutenir le plan « Cap 2028 », Médiamétrie a structuré sa stratégie sociale autour de trois leviers directeurs : la *responsabilité éclairée* (confiance et autonomie), l'*hybridation des compétences* (vers la data et l'IA) et la *fluidité organisationnelle* (transversalité).

Ces leviers se déclinent en politiques et plans d'action concrets à travers **cinq axes** :

- **Gestion des effectifs équitable et transparente**

Pilotage différencié adapté aux réalités des métiers du siège et des terrains d'enquête, avec une harmonisation progressive des outils pour garantir l'équité et maîtriser le turnover (cf. section 5.1.1).

- **Inclusion et égalité professionnelle**

Prévention des biais par la formation au recrutement, promotion de la diversité et intégration durable du handicap via des partenariats (cf. section 5.1.3).

- **Santé, sécurité et qualité de vie au travail**

Consolidation du modèle hybride (accord télétravail), prévention des risques psychosociaux via le parcours « Manager en responsabilité » et dispositif d'alerte éthique (cf. section 5.1.4).

- **Investissement dans l'employabilité**

Plan de formation représentant trois fois l'obligation légale et parcours d'accompagnement managérial (PAM) pour anticiper les mutations des métiers et accompagner la montée en compétences (cf. section 5.1.5).

- **Dialogue social de proximité**

Multiplication des espaces d'échange (« Amphis », « Questions de managers ») et accords collectifs protecteurs pour transformer l'entreprise avec l'adhésion des collaborateurs (cf. section 5.1.6).



5.1.3. Garantir l'égalité des chances pour tous

Contexte et enjeux

Notre analyse de matérialité identifie la discrimination et le manque de diversité comme des risques pouvant affecter à la fois la cohésion interne et l'attractivité de l'entreprise. Dans un secteur qui mesure la société française dans toute sa diversité, il est essentiel que Médiamétrie reflète elle-même cette diversité. Le risque de biais à l'embauche, de discrimination indirecte ou de défaut d'accessibilité constitue un enjeu central. Notre conviction : la diversité n'est pas une statistique, c'est une source d'équilibre. Notre rôle est de garantir que chaque collaborateur, quel que soit son parcours ou son profil, dispose des mêmes chances de réussite.

Notre politique

A. Prévenir les biais par la formation

L'inclusion commence par la compétence de ceux qui recrutent et qui encadrent. Après avoir déployé en 2024 le module « Recruter et onboarder » — qui intègre les principes de non-discrimination — auprès de l'ensemble des managers, nous avons ancré ces réflexes en 2025 dans notre quotidien et par des revues de performance RH ciblées avec les managers de grandes équipes. En complément, une formation dédiée « Manager la Diversité – Mixité en entreprise » a été déployée en 2025 auprès de 120 managers, sur 9 sessions.

B. L'inclusion au cœur de la vie quotidienne

Nous voulons que l'inclusion soit **visible et vécue dans nos espaces de vie**, à travers des partenariats concrets et des temps forts de solidarité.

- **Actions de solidarité** : les collaborateurs se mobilisent à travers des initiatives ponctuelles qui rythment l'année et renforcent le lien collectif (Amphis collaborateurs sur le handicap et la mixité, événements caritatifs, expositions de sensibilisation en cafétéria, chorales inclusives).
- **Travail avec des Entreprises Adaptées** : cette démarche est également mise en œuvre au quotidien dans le cadre de notre politique d'achats responsables (cf. section "[5.2. Travailleurs de la chaîne de valeur : Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures](#)"). En 2025, le montant des achats réalisés auprès de sociétés disposant de l'agrément Entreprise Adaptée s'élève à **221 k€ HT** (+4% par rapport à 2024).

Parmi les exemples concrets :

- **Partenariat Handicap « En 10 Saveurs »** : depuis septembre 2023, deux salariés en situation de handicap mental ou cognitif travaillent quotidiennement au sein de notre cafétéria. Le contrat a été renouvelé pour **24 mois supplémentaires**, jusqu'en août 2027.



- **Partenariat solidaire « Biscornu »** : depuis le second semestre 2025, l'accueil et le standard téléphonique du siège social à Levallois sont confiés à **Biscornu**, Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale (ESUS) et agréée Entreprise Adaptée. Cette initiative rend l'inclusion **concrète et visible** au quotidien, en valorisant les différences et en offrant à chacun sa place.

C. La solidarité entre collègues : « Dons de jours »

Parce que les coups durs font partie de la vie, nous avons créé un filet de sécurité collectif. Le fonds de solidarité, négocié par accord collectif, permet aux collaborateurs de donner des jours de repos à un collègue en difficulté.

Résultats 2025

- **Formation Diversité-Mixité en entreprise** : 120 managers formés sur 9 sessions en 2025.
- **Revue de performance anti-biais** : 2 revues de performance ciblées avec les managers de grandes équipes (+7 collaborateurs) pour les accompagner spécifiquement sur le recrutement et l'intégration.
- **Inclusion au quotidien** : 2 salariés en situation de handicap via « En 10 saveurs ».
- **Dons de jours** : activé pour la première fois en avril 2025, ce fonds a permis à un collaborateur d'utiliser 25 jours offerts par ses collègues.
- **Parité** : 51% de femmes et 49% d'hommes.
- **Index Égalité professionnelle 2025** : 91 /100. Pour mémoire, l'index 2024 était de 90/100 (+1 pts vs 2024).
- **Rémunération** :
 - **L'écart de rémunération entre les femmes et les hommes atteint 36/40**, soit une progression d'un point par rapport à 2024. Médiamétrie poursuit sa politique de rémunération exigeante et structurée, visant à réduire durablement les écarts constatés et à garantir une équité salariale réelle entre les genres.
 - **100% des collaborateurs ont une rémunération égale ou supérieure au salaire minimum applicable.**



5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux

Contexte et enjeux

Notre cartographie des risques extra-financiers fait ressortir plusieurs enjeux liés aux conditions de travail : le risque de dégradation de la santé physique et mentale des collaborateurs (risques psychosociaux, troubles musculosquelettiques), le risque d'hyperconnexion associé au travail hybride, et le risque d'atteinte à l'intégrité des personnes (harcèlement, discrimination). La performance durable ne se construit que dans un environnement sain. Notre modèle hybride repose sur un « contrat de confiance » : autonomie d'un côté, protection de l'autre.

Notre politique

A. Le travail hybride : liberté et cadre

L'accord de télétravail, reconduit en juillet 2025 (et prolongé jusqu'en juin 2026), maintient jusqu'à 3 jours de télétravail par semaine. Il offre plus de responsabilité et d'autonomie dans l'organisation du travail, tout en permettant aux collaborateurs de trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle — y compris des aménagements spécifiques tout au long de la grossesse. L'autonomie ne devant pas devenir de l'hyperconnexion, l'accord collectif garantit explicitement le droit à la déconnexion, c'est-à-dire le droit de ne pas utiliser les outils professionnels hors du temps de travail.

B. Santé mentale : prévention et soutien

Nous agissons pour **prévenir les risques psychosociaux (RPS)** liés à nos métiers à travers plusieurs dispositifs complémentaires, articulés autour de la prévention, du soutien et de la protection.

La prévention des RPS est portée à tous les niveaux de l'organisation et intégrée dans la ligne managériale. L'objectif est de permettre une détection précoce des situations à risque, d'encourager une posture d'écoute active et de favoriser un traitement des difficultés au plus près du terrain, avant qu'elles ne s'installent ou ne s'aggravent.

- **Former pour détecter** : via le programme « Manager en responsabilité », la ligne managériale est formée à repérer les signaux faibles et à intégrer la prévention des RPS dans ses pratiques. En 2025, 100 % des managers ont été formés, y compris sur la thématique RPS : managers de proximité (4 sessions), managers d'équipe (5 sessions), Codir et Comex (3 sessions complétées par des coachings collectifs). Les représentants du personnel (CSE) ont également bénéficié d'une formation spécifique sur les RPS.
- **Soutenir** : en cas de besoin, le programme « Mon soutien psy », intégré à notre dispositif de Protection sociale, est accessible à l'ensemble des collaborateurs. Lors d'événements



traumatisants affectant une équipe, la DRH propose un accompagnement spécifique, à la fois collectif et individuel.

- **Prévenir les douleurs** : un Amphi RH consacré à l'ergonomie et aux troubles musculosquelettiques a été organisé en octobre 2025. Par ailleurs, des séances de sport encadrées par un coach professionnel sont proposées un vendredi sur deux au Siège.
- **Protéger** : 100% des collaborateurs bénéficient d'un contrat de prévoyance et 89% sont couverts par la mutuelle d'entreprise ouverte à tous.

C. Éthique : tolérance zéro

Médiamétrie considère qu'un environnement de travail sain est d'abord un environnement sûr. L'entreprise a structuré à ce titre un ensemble cohérent de mesures de prévention, de signalement et de traitement, formalisé dans ses accords collectifs et documents de référence.

- **Un canal d'alerte éthique confidentiel et structuré** : Tout collaborateur peut signaler un incident — harcèlement, discrimination, atteinte aux droits humains — par un canal dédié et sécurisé. Formalisé dans le **Code anticorruption et déontologie**, ce mécanisme garantit la confidentialité des échanges et ouvre notamment la possibilité d'un dialogue direct avec la référente déontologie. Les référents RH et les représentants du personnel au Comité Social et Économique (CSE), formés à l'accueil et à l'orientation de ces situations, complètent ce maillage de recours.
- **Traitement des signalements** : Chaque signalement est traité de manière confidentielle et impartiale par les acteurs compétents — Direction des Ressources Humaines, direction générale, représentants du personnel le cas échéant — selon une procédure graduée. Celle-ci peut conduire à une enquête interne, à des mesures de protection du signalant et à des actions correctives ou disciplinaires proportionnées à la gravité des faits. L'entreprise garantit qu'aucune mesure de représailles ne peut être exercée à l'encontre d'un collaborateur ayant effectué un signalement de bonne foi.

Un objectif de tolérance zéro formalisé.

Médiamétrie poursuit une **politique de tolérance zéro** en matière de discrimination, de harcèlement, d'atteinte à la santé et à la sécurité, ainsi que de manquement aux principes éthiques. Cette politique est articulée autour de trois piliers :

- **Non-discrimination**

L'Accord d'entreprise pour l'égalité professionnelle réaffirme le principe de non-discrimination à chaque étape du parcours professionnel — recrutement, évolution, rémunération, accès à la formation. Des formations au recrutement non-discriminant



(« *Recruter et onboarder* ») sont déployées auprès des managers recruteurs afin de garantir des processus de sélection objectifs et traçables.

- **Santé et sécurité**

Le *Document Unique d'Évaluation des Risques (DUER)* identifie explicitement les risques liés aux facteurs psychosociaux — stress, agression, harcèlement — et définit les mesures de prévention associées, parmi lesquelles les enquêtes Pulse de mesure du climat social et les formations RPS. Ce document fait l'objet d'une actualisation régulière en concertation avec les instances représentatives du personnel.

Au-delà des RPS, le DUERP identifie l'ensemble des autres risques professionnels et donne lieu à des **actions de prévention ciblées** visant à améliorer concrètement les conditions de travail.

- **Éthique et droits humains :**

Depuis 2021, son engagement est formalisé à travers un **code de déontologie** et un **code anticorruption**, applicables à l'ensemble des collaborateurs. Ces documents définissent les règles de conduite et les situations à risque à prévenir (corruption, conflits d'intérêts, respect de la confidentialité).

Une formation obligatoire à la lutte contre la corruption, complétée par des actions régulières de sensibilisation, permet d'ancrer durablement une culture d'intégrité et de responsabilité partagée.

Cette architecture repose sur la conviction que la prévention la plus efficace est celle qui s'exerce au quotidien, à travers la qualité du management, la confiance dans les voies de recours et l'engagement de chaque acteur — direction, encadrement, fonction RH, représentants du personnel — dans la protection des conditions de travail et du respect des personnes.

Bien que non comptabilisés dans les effectifs salariés, les travailleurs externes (freelances) bénéficient du même dispositif d'alerte éthique et des mêmes protections de sécurité lors de leurs missions au sein de Médiamétrie.

Résultats 2025

Télétravail

- **100% des salariés télétravaillent au Siège.** Accord reconduit jusqu'en juin 2026.
- **26% des enquêteurs télétravaillent sur les Terrains d'Enquête.** Accord reconduit jusqu'en août 2026.

Santé et prévention



- **100% des managers formés au repérage des signaux faibles (RPS)** via « Manager en responsabilité ».
- **1 Amphi RH dédié à l'ergonomie et aux TMS** organisé en octobre 2025.
- **Séances de sport** encadrées par un coach professionnel, un vendredi sur deux au Siège.
- **Protection sociale** : 100% couverts en prévoyance, 89% en mutuelle liée à Médiamétrie. A noter que la mutuelle est obligatoire en France pour les salariés (sauf cas de dispense prévus par la loi).

Éthique et signalements

- **Nombre total d'incidents signalés : 3**
 - 2 enquêtes pour harcèlement (toutes deux examinées par Médiamétrie et faisant l'objet d'un plan d'action).
 - 1 enquête relative aux conditions de travail.
- **Aucun incident grave en matière de droits humains** identifié.

Indicateurs santé et sécurité

- **Accidents du travail : 3** (vs 10 en 2024, soit -70%).
- **Accident de trajet : 3** (vs 9 en 2024, soit -67%).
- **Troubles musculosquelettiques (TMS), ou autres maladies liées au travail : 0** (vs 0 en 2024).
- **Décès liés au travail : 0** (vs 0 en 2024).
- **Taux d'absentéisme : 1,96%** au Siège et **8,11%** sur les Terrains d'Enquête.

Engagement des collaborateurs (Pulse)

- **5 enquêtes Pulse réalisées en 2025** (3 au Siège et 2 sur les Terrains d'Enquête).
- **Taux de participation 2025**
 - Siège : 59,9% (vs 57,5% en 2024)
 - Terrains d'Enquête : 61,3% (vs 59% en 2024)
- **Note de motivation 2025**
 - Siège : 7,2/10 (vs 7,3/10 en 2024)
 - Terrains d'Enquête : 5,3/10 (vs 5,1/10 en 2024)
- **Note de recommandation 2025**
 - Siège : 8,2/10 (vs 8,9/10 en 2024)
 - Terrains d'Enquête : 6,8/10 (vs 5,9/10 en 2024)



5.1.5. Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu

Contexte et enjeux

L'analyse de nos risques extra-financiers met en évidence l'enjeu d'obsolescence des compétences dans un monde des médias boosté à la Data et l'IA. Le risque est double : perdre en pertinence sur nos métiers cœur si nous n'anticipons pas les évolutions technologiques, et fragiliser l'employabilité de nos collaborateurs. Ce risque représente également une opportunité : l'investissement dans le développement des compétences est un levier majeur de fidélisation et d'attractivité. Notre responsabilité est de garantir nos expertises et que chaque collaborateur reste à la pointe.

Notre politique

A. Formation : au-delà de l'obligation légale

Nous avons choisi d'investir massivement dans la formation, à hauteur de trois fois l'obligation légale (taux de contribution légal de 1 %). Cet investissement couvre aussi bien les compétences techniques que le développement managérial et la montée en compétences de nos experts. Les collaborateurs disposent d'un accès permanent à MySkills – notre plateforme de formation — et peuvent formuler des demandes de formation individuelles tout au long de l'année.

B. Le PAM : « muscler » nos managers

Le manager est la clé de voûte de notre transformation. Le Parcours d'Accompagnement Managérial (PAM) n'est pas une simple formation, c'est un entraînement continu. Il comprend des formations, des ateliers pratiques et des rituels RH d'accompagnement individuel et collectif, et s'adresse à tous les niveaux de management : Comité de Direction et Comex, managers d'équipe et managers de proximité. En 2025, les thématiques couvertes incluent notamment : Oser dire, Flexibilité relationnelle, Déléguer et faire grandir, Team Lab, Manager en Responsabilité (RPS), Manager la Diversité – Mixité en entreprise, ainsi que des coachings collectifs d'équipe et le profil PCM pour les volontaires.

C. Recrutement et mobilité

Nous disposons d'une culture forte de la mobilité interne, permettant à chaque collaborateur d'évoluer sans restriction de parcours ou de formation. L'intégration des nouveaux collaborateurs repose sur un parcours structuré incluant 3 « Matinales » au Siège avec les membres du CODIR, complété par des points de suivi réguliers pendant la première année du contrat.

D. Accompagnement individualisé

Chaque collaborateur bénéficie d'un suivi dans l'entretien annuel de performance (MyEAP) et sa revue trimestrielle (MyPerf), permettant d'identifier et de suivre ses besoins en formation et en développement.



Résultats 2025

Formation

- **3% de la masse salariale** consacrée à la formation professionnelle (soit trois fois le taux de contribution légal de 1%).
- **758 actions de formations, 93 sessions et 4 727 heures** de formation déployées.
- **16 heures de formation** en moyenne par collaborateur formé.
- **60% des salariés** ont participé à au moins une formation (hors conférences externes de type Amphis RH et Questions de managers, proposées à l'ensemble des collaborateurs).
- **Formations individuelles** : 182 demandes formulées, 65 validées (36%). 22 formations ont été annulées et 49 sont en attente de validation.
- **89% du budget formation professionnelle** a été consommé.

Accompagnement managérial

- **100% des managers** ont été formés en 2025 à travers le PAM, décliné par niveau : managers de proximité (4 formations), managers d'équipe (5 formations), Codir et Comex (3 formations + coachings collectifs).

Accompagnement individualisé

- **Taux de complétion des entretiens annuels MyEAP sur les effectifs du siège concernés : 100%** en 2025 (vs 96% en 2024 et 2023).
- **2 campagnes MyPerf** réalisées avec les salariés siège concernés (Taux de réponse respectif de 96% et 90%).

Recrutement et mobilité

- 59 nouveaux CDI intégrés (vs 181 en 2024), accueillis via un parcours structuré incluant 3 Matinales au Siège avec les membres du CODIR.
- 3 collaborateurs ont changé de poste en interne et 21 ont bénéficié d'une promotion.

Objectifs

Dans le cadre de notre feuille de route « Cap 2028 », l'objectif est d'accompagner chaque métier vers plus de Data et d'IA pour sécuriser l'employabilité de chacun (« Hybridation des Compétences »). L'investissement formation actuel — trois fois le légal — constitue dès aujourd'hui le socle de cette ambition.



5.1.6. Dialogue social : Ecouter pour avancer

Contexte et enjeux

La qualité du dialogue social est une condition de réussite de la transformation de l'entreprise. Un dialogue dégradé — incompréhension, défiance, désengagement — peut bloquer les évolutions nécessaires. Médiamétrie fait le choix inverse : on ne transforme pas une entreprise contre ses salariés, mais avec eux. Le dialogue social repose ici sur l'articulation entre des négociations formelles structurantes, une culture d'écoute au quotidien et un dispositif d'alerte sécurisé.

Notre politique

A. Un cadre protecteur pour tous

100% de nos salariés sont couverts par des accords collectifs. Le dialogue avec les membres des CSE (**Comité Social et Économique**) et des **représentants syndicaux** s'appuie sur les réunions récurrentes d'instance et les négociations annuelles obligatoires (NAO), ainsi que sur des négociations spécifiques structurantes (télétravail, intéressement, égalité professionnelle).

Trois CSE existent au sein de Médiamétrie, ils concernent le Siège, les Terrains d'Enquête, et pour l'ensemble de l'entreprise le CSE Central. Les travailleurs non-salariés (freelances, prestataires), bien que ne disposant pas d'instances dédiées, voient leurs conditions d'intervention prises en compte dans le cadre des échanges sur l'organisation de leurs missions, comme présenté dans la section "[5.2. Travailleurs de la chaîne de valeur : Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures](#)".

B. « Faire société » : l'information et l'échange

Nous multiplions les formats pour que l'information circule et que la parole se libère. Cette proximité se décline à plusieurs niveaux :

- **Comprendre le monde — Les « Amphis »** : des conférences mensuelles thématiques (RH, Métiers, RSE, Clients) proposées à l'ensemble des collaborateurs en présentiel et en distanciel. Animés par des experts internes ou externes, ils offrent des espaces dédiés à l'information, à l'apprentissage et au dialogue.
- **Inspirer le management — « Questions de managers »** : des sessions dédiées aux managers pour s'entraîner et échanger sur les bonnes pratiques, avec notamment la conférence « L'art du déséquilibre » en novembre 2025.
- **Créer du lien — « Petits déj des étoiles » et « Caméra Café RH »** : la DRH organise régulièrement des rencontres informelles avec les équipes (« Petits déj des étoiles », réunissant le manager et son équipe de 10 à 20 collaborateurs pour une heure



d'échanges) et des sessions de proximité avec les managers (« Caméra Café RH », « Café de proximité »). Ces rituels informels entretiennent le dialogue au-delà des instances formelles.

- **Informer en continu** : deux newsletters mensuelles sont adressées par la DRH, l'une à l'ensemble des salariés et l'autre aux seuls managers, afin de les informer et de les accompagner sur tous les sujets RH.
- **Donner son avis et s'aligner — Pulse, MyEAP & MyPerf** : Si l'enquête **Pulse** permet de mesurer le climat social en temps réel sur le Siège (5 enquêtes en 2025), le dispositif d'évaluation (**MyEAP** et **MyPerf**) a été repensé cette année pour soutenir l'exécution du plan stratégique **M+**. Loin d'un exercice administratif consistant à « remplir des cases », l'entretien annuel est désormais posé comme une **« pause opérationnelle de vérité »**. Il vise à aligner les réalités individuelles avec l'impératif collectif :
 - **Le Bilan** : objectiver factuellement la performance et analyser les freins.
 - **Le Cap** : définir des objectifs où la performance individuelle devient le moteur de notre « liberté d'action collective.
- **Rassembler — Morning Meet** : réunion annuelle de l'ensemble des collaborateurs sur les résultats 2024 et les perspectives 2025, complétée par des sessions de Live Teams et des communications écrites.

C. Un mécanisme de signalement structuré

Pour garantir un environnement sain, Médiamétrie a mis en place un **mécanisme de signalement** couvrant deux périmètres :

- les **conditions de travail** (sécurité, charge, organisation)
- le **harcèlement et les discriminations** (harcèlement moral, sexuel, agissements sexistes, discriminations).

Ce dispositif est accessible à **tous les collaborateurs**, salariés ou intervenants externes.

Accessibilité

Plusieurs voies sont ouvertes selon le souhait du collaborateur : ligne managériale, DRH, élus du CSE, référents harcèlement ou référente déontologie. Ces points d'entrée sont documentés sur l'intranet Miam et présentés dès l'intégration.

Confidentialité et gouvernance

La DRH assure la réception et la qualification des alertes. Seuls les interlocuteurs strictement nécessaires ont accès aux informations. **Aucune mesure de représailles** ne peut être exercée à l'encontre d'un collaborateur ayant effectué un signalement de bonne foi.

Réponse graduée (« tolérance zéro ») :

Face aux difficultés opérationnelles, la priorité est donnée au **dialogue et à la médiation**.



Face à un signalement de harcèlement, de discrimination ou d'atteinte à la sécurité, une **enquête interne est systématiquement déclenchée** pour établir les faits objectivement. Elle peut conduire à des mesures allant de la sensibilisation à la sanction disciplinaire.

Résultats 2025

Accords collectifs et instances représentatives

- 100% des salariés couverts par des accords collectifs.
- **Accord d'intéressement (juillet 2025)** : intégrant une clause de solidarité protectrice.
- **Accord Télétravail** : reconduit jusqu'en juin 2026 pour sécuriser l'organisation hybride.
- **Conclusion des NAO** sur les 2 périmètres (Siège et Terrains d'Enquête).
- **Réunions CSE** : 4 réunions de CSE Central, 11 réunions de CSE Siège et 11 réunions de CSE Terrains d'Enquête.

Vie interne et proximité

- **Amphis RH : 9** conférences ouvertes à tous. Environ 150 collaborateurs y participent volontairement en moyenne, témoignant d'un engagement réel.
- **Autres Amphis Métiers** : 22 amphis ouverts à tous ; 12 sur l'actualité et les tendances Média, 2 présentations de clients par les clients, 2 sur la RSE dont 1 sur la sécurité des données, etc. En moyenne 88 collaborateurs ont assisté à ces amphis.
- **« Questions de managers »** : 4 conférences organisées sur une thématique managériale.
- **Rituels de proximité managers** : 5 « Caméra Café RH » (46 managers), 5 « Café de proximité » (56 managers), 2 revues de performance.
- **3 enquêtes d'engagement internes Pulse** réalisées au Siège et **2 sur les Terrains d'Enquête** (cf. indicateurs Pulse détaillés en section [5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux](#)).
- **2 campagnes MyPerf** réalisées avec les salariés siège uniquement (Taux de réponse respectif de 96% et 90%).

Signalements :

- **3 signalements enregistrés en 2025** : 2 enquêtes pour harcèlement) et 1 enquête relative aux conditions de travail. Les trois signalements ont été examinés par Médiamétrie et ont fait l'objet d'un plan d'action.



5.2. Travailleurs de la chaîne de valeur : Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures

5.2.1. Périmètre et identification des impacts, risques et opportunités

Pour rappel, les impacts, risques et opportunités sont décrits dans la section "[3.3.2. Enjeux matériels de Médiamétrie identifiés](#)". Le processus suivi pour identifier ces impacts, risques et opportunités est décrit dans la section "[3.3.1. Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels](#)".

Les enjeux liés aux conditions de travail au sein de la chaîne de valeur concernent l'ensemble des entreprises recourant à des prestataires et fournisseurs de services. En tant qu'entreprise de services, Médiamétrie est exposée à des risques globalement plus limités que certains secteurs industriels, notamment en matière de travail forcé ou de travail des enfants, néanmoins nous restons vigilants quant au respect des droits fondamentaux des travailleurs tout au long de notre chaîne de valeur.

5.2.2. Gouvernance et politique achats responsables et gouvernance

La qualité, la fiabilité et l'indépendance des mesures d'audience et d'usages reposent en grande partie sur notre écosystème de partenaires et de fournisseurs intervenant à différentes étapes de la production des données, notamment dans les domaines des technologies de mesure, des infrastructures informatiques, des panels, des enquêtes terrain et des prestations de services intellectuels.

La politique fournisseurs de Médiamétrie est pilotée par la Direction des Achats, en lien étroit avec l'ensemble des directions. Elle vise à garantir des relations commerciales responsables, transparentes et équilibrées.

Depuis septembre 2022, Médiamétrie s'appuie sur une **Politique d'achats responsables**, qui constitue le cadre de référence de la relation fournisseurs et renforce l'intégration des enjeux RSE dans les pratiques achats.

Nous souhaitons via notre plan de décarbonation des achats :

- Elever notre niveau d'exigence en termes d'ESG avec nos fournisseurs actuels avec une action prioritaire sur notre Top 100 fournisseurs
- Faire le choix de nouveaux fournisseurs plus « durables »
- Adopter de nouvelles habitudes internes qui auront un effet immédiat sur nos consommations et challenger nos usages essentiels



5.2.3. Exigences sociales, éthiques et environnementales de Médiamétrie vis-à-vis de ses partenaires et fournisseurs

Médiamétrie attend de ses fournisseurs et partenaires qu'ils respectent des standards élevés en matière de responsabilité sociale, d'éthique des affaires et de protection de l'environnement, en cohérence avec ses engagements RSE et les exigences réglementaires applicables.

Exigences associées aux dix principes du Pacte mondial des Nations Unies (Global Compact)

Les exigences de Médiamétrie s'appuient notamment sur les **Dix principes du Pacte mondial des Nations Unies (Global Compact)**, relatifs au respect des droits humains, aux normes internationales du travail, à la protection de l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Droits de l'Homme

1. Respecter et promouvoir la protection des droits de l'Homme reconnus au niveau international ;
2. Veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'Homme.

Normes du travail

3. Respecter la liberté d'association et reconnaître le droit à la négociation collective ;
4. Contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;
5. Contribuer à l'abolition effective du travail des enfants ;
6. Éliminer toute discrimination en matière d'emploi et de profession.

Environnement

7. Appliquer une approche de précaution face aux problèmes environnementaux ;
8. Prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité environnementale ;
9. Favoriser le développement et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

Lutte contre la corruption

10. Agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

Ces exigences sont formalisées dans les **conditions générales d'achat (CGA)**, notamment à travers l'article 18.1 relatif au respect des « règles RSE ». En 2025, 100% des nouveaux contrats fournisseurs Médiamétrie ont vu intégré la clause "RSE" dans leurs projets de rédaction. Nous ne suivons pas à ce jour le nombre de contrat intégrant la clause « RSE » à la signature, l'objectif est en 2026 de mettre en place ce suivi.



Dans l'ensemble des pays où elle opère, Médiamétrie veille au respect de ces principes, en cohérence avec les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) et les réglementations locales applicables.

Médiamétrie applique un principe de **tolérance zéro** à l'égard de toute violation avérée et persistante de ces règles au sein de sa chaîne de valeur.

Exigences climatiques

Les fournisseurs s'engagent également à fournir à Médiamétrie les informations et données nécessaires au respect de ses obligations de reporting et à la mise en œuvre des règles RSE. Ils s'engagent à :

- réaliser un **Bilan Carbone annuel complet** (scopes 1, 2 et 3) à la demande de Médiamétrie
- à communiquer les résultats ainsi que leurs engagements de réduction.

Des échanges réguliers sont organisés avec les fournisseurs concernés afin d'évaluer le respect de ces engagements, d'analyser les indicateurs RSE et, le cas échéant, de définir des plans d'action et les modalités de suivi associées.

Ces exigences visent à inscrire la chaîne d'approvisionnement de Médiamétrie dans une trajectoire compatible avec l'objectif international de **limitation du réchauffement climatique à 1,5 °C**.

Exigences en matière de protection des données

Médiamétrie a défini et applique une **politique de sécurité des systèmes d'information et de protection de la vie privée**. Elle a pour objectif d'établir un cadre de référence cohérent en matière de sécurité de l'information et de protection des données.

Son application contribue à renforcer la confiance des parties intéressées (fournisseurs, clients, panélistes, interviewés, salariés) en garantissant un haut niveau de sécurité et de respect de la vie privée.

Cette politique s'inscrit dans le cadre du **Système de management de la sécurité de l'information** (SMSI) et du **Privacy Information Management System** (PIMS), conformément aux normes ISO/CEI 27001:2022 et ISO/CEI 27701:2019. Elle précise les principes, règles et responsabilités applicables à l'ensemble des parties prenantes et vise à assurer la conformité aux exigences légales et réglementaires applicables en matière de protection des données.

Au sein de cette politique, une **procédure encadre l'évaluation des risques liés aux fournisseurs actuels et futurs**. Cette évaluation repose sur un questionnaire permettant d'apprécier leur niveau de maturité en matière de sécurité et de protection des données. L'analyse des réponses



permet de déterminer le niveau de risque associé et, le cas échéant, les mesures spécifiques à mettre en œuvre avec les fournisseurs concernés.

Le politique de sécurité des systèmes d'information et de protection de la vie privée est détaillée dans la section 5.3.2. Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données.

Travail avec des « Entreprises Adaptées »

Médiamétrie n'a pas d'objectif chiffré spécifique concernant le recours aux **Entreprises Adaptées**, mais nous nous attachons à **travailler autant que possible avec ces structures**, afin de contribuer concrètement à l'inclusion professionnelle et à la lutte contre les discriminations.

En 2025, le montant des achats réalisés auprès de sociétés disposant de l'agrément **Entreprise Adaptée** s'élève à **221 k€ HT** (+4 % par rapport à 2024).

Quelques exemples concrets :

- **Partenariat Handicap « En 10 Saveurs »** : depuis septembre 2023, ce partenariat permet à deux salariés en situation de handicap mental ou cognitif de travailler quotidiennement au sein de notre cafétéria. Le contrat a été renouvelé pour **24 mois supplémentaires**, jusqu'en août 2027, confirmant la **pérennité de cette initiative**.
- **Partenariat solidaire « Biscornu »** : dans le cadre de notre engagement RSE quotidien en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap, l'organisation de l'accueil du siège social à Levallois a évolué à compter du second semestre de l'année 2025. Cette activité d'accueil et de standard téléphonique réalisée tous les après-midis a été confiée à la société **Biscornu, Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale (ESUS) et agréée Entreprise Adaptée**. Cette nouvelle collaboration illustre concrètement notre volonté de faire de **l'inclusion une réalité au quotidien**. Cette initiative valorise les différences et offre à chacun sa place.

Cette démarche est intégrée à notre engagement RSE « garantir l'égalité des chances pour tous », décrite dans la section "[5.1.3. Garantir l'égalité des chances pour tous](#)".

5.2.4. Processus de sélection, d'évaluation et de suivi des fournisseurs

Le respect des conditions de travail et des engagements sociaux et environnementaux au sein de la chaîne de valeur de Médiamétrie repose sur un processus structuré de sélection, d'évaluation et de suivi des fournisseurs, piloté par la Direction des Achats en coordination avec les équipes opérationnelles.

Sélection des fournisseurs

La sélection des fournisseurs s'appuie sur une combinaison de critères portant sur :

- la qualité des prestations ;



- les conditions économiques ;
- le respect des délais ;
- des exigences en matière de responsabilité sociale, éthique et environnementale.

Un outil **d'évaluation des offres fournisseurs (For285a)**, intégré au processus achats du Système de Management de la Qualité (SMQ), permet **d'intégrer systématiquement des critères RSE** aux côtés des critères classiques de coût, qualité et délais. Lors des appels d'offres, ces critères RSE représentent **33 % de l'évaluation globale**.

En 2025, **100% des appels d'offres réalisés ont été basés sur des critères RSE**.

Evaluation des fournisseurs

En 2025, **50% du périmètre Achats** a fait l'objet d'une évaluation interne conjointe par les équipes opérationnelles et la Direction des Achats, avec un score moyen de 75/100 (vs 71/100 en 2024). Ces évaluations ont permis d'identifier des axes de progrès et de définir des actions correctives ciblées auprès des fournisseurs concernés.

Suivi des fournisseurs

Médiamétrie assure un suivi RSE spécifique de son **top 100 fournisseurs**, représentant **deux tiers de ses émissions totales de gaz à effet de serre (tCO₂e)**.

En 2025 :

- **38%** font l'objet d'un suivi régulier de leur plan d'action RSE avec les équipes de Médiamétrie.
- **21%** de ces fournisseurs ont transmis un Bilan Carbone complet (scopes 1, 2 et 3).
- Plus de **90% des fournisseurs ayant réalisé leur bilan carbone complet ont une trajectoire de réduction carbone** en 2025 (vs près d'un tiers en 2024).

Médiamétrie n'a pas réalisé d'audit ESG sur site en 2025.

L'engagement fournisseur climat est détaillé dans la section "[4.1.3. Actions de décarbonation mises en place](#)".

5.2.5. Des pratiques de paiement équitables et non-discriminantes entre fournisseurs

Médiamétrie s'engage à assurer un traitement financier équitable et non discriminant de l'ensemble de ses fournisseurs, contribuant à la confiance, à la pérennité des relations commerciales et au soutien de l'écosystème économique, en particulier des PME.



La politique de paiement fournisseurs repose sur :

- des processus de validation et de règlement encadrés et formalisés ;
- une vigilance particulière portée à la fluidité du traitement des factures ;
- des rappels réguliers des bonnes pratiques auprès des équipes Finance et Achats ;
- le suivi d'indicateurs relatifs aux délais de paiement.

En 2025, le respect des délais de règlement a été assuré à hauteur de 98,28% au 31/12 (vs 99,54% à fin décembre 2024).

Dans le cadre du nouveau plan stratégique, un plan d'action est lancé pour sécuriser la bonne gestion des paiements fournisseurs. Il consiste à identifier systématiquement les causes des retards (litiges, erreurs de facturation, délais internes, problèmes de réception, etc.) afin de les résoudre durablement et d'éviter qu'ils ne se répètent. L'objectif est de garantir le respect des délais de paiement.

5.2.6. Dispositifs d'alerte et de traitement des manquements

Le refus de la clause RSE intégré à nos CGA fait l'objet d'un échange visant à identifier des garanties alternatives assurant un niveau de conformité équivalent. En cas de manquement avéré et persistant, la relation avec le fournisseur est réexaminée et peut conduire à la mise en œuvre de mesures correctives renforcées, voire à la rupture de la collaboration.

Médiamétrie veille à ce que **tous les travailleurs de sa chaîne de valeur** bénéficient de conditions respectueuses des droits humains et d'un environnement de travail sûr. Les travailleurs interne à Médiamétrie disposent d'un **mécanisme de signalement confidentiel**, accessible pour signaler toute situation susceptible de porter atteinte aux droits des personnes ou aux règles éthiques de l'entreprise. Ce dispositif sera ouvert à l'externe en 2026.

Pour plus de détails sur ce dispositif et son fonctionnement, se référer à la section "[6.1.2. Plateforme d'alerte : Médiamétrie Integrity Line](#)"

Dans une logique de prévention et de responsabilité sociale, Médiamétrie poursuit un objectif de **tolérance zéro** en matière de violations des droits humains, de conditions de travail indécentes, de discrimination et de harcèlement au sein de sa chaîne de valeur.



5.3. Elaborer des mesures fiables et transparentes

5.3.1. Un écosystème d'utilisateurs élargi : du marché publicitaire à la régulation démocratique

En tant que tiers de confiance et entreprise opérant selon le modèle "JIC" (Joint Industry Committee), Médiamétrie sert une variété considérable d'acteurs. Si nos clients directs sont des professionnels de l'écosystème média, l'utilisation de nos données s'étend bien au-delà, jouant un rôle pivot à la fois pour la régulation du secteur et pour la vitalité démocratique.

Les **utilisateurs de nos services** se répartissent en deux grandes catégories :

- **Les acteurs économiques du marché (nos clients directs).** Ce sont les utilisateurs quotidiens des résultats d'audiences de Médiamétrie :
 - **Les Médias (Éditeurs et Régies) :** Groupes de télévision, stations de radio, plateformes digitales et acteurs de la communication extérieure qui pilotent leurs grilles de programmes, valorisent leurs espaces publicitaires et communiquent sur les tendances.
 - **Les Agences Médias et Publicité :** Qui planifient les campagnes pour le compte des marques.
 - **Les Annonceurs :** Marques et entreprises de tous secteurs utilisant les données d'audience pour piloter leurs investissements médias
- **Les institutions et régulateurs (garants de l'intérêt général).** Ils utilisent les mesures d'audience comme **outil d'analyse objective et indépendante** pour éclairer leurs missions de régulation et d'observation du secteur des médias.
 - **Les autorités de régulation et institutions publiques françaises et européennes :** qui s'appuient sur les données pour analyser les usages médiatiques, suivre l'exposition des publics, évaluer le pluralisme de l'information et contribuer à l'élaboration ou à l'évaluation des politiques publiques.
 - **Les organismes professionnels et interprofessionnels :** qui utilisent ces données pour produire des analyses partagées, structurer le marché et établir des référentiels communs.
 - **Les observatoires, instituts d'étude et acteurs de la recherche :** qui exploitent les données de manière agrégée et anonymisée afin d'analyser l'évolution des pratiques culturelles et informationnelles.

Les citoyens et le public, bien qu'ils ne soient pas des utilisateurs directs des outils de Médiamétrie sont les bénéficiaires finaux des mesures d'audience produites par l'entreprise.

- **Les téléspectateurs, auditeurs et internautes :** qui bénéficient indirectement de contenus mieux adaptés à leurs usages et attentes.



- **Les publics sensibles** (jeunes, mineurs, publics vulnérables) : dont l'exposition aux contenus et aux messages publicitaires peut être analysée de manière objective, contribuant à la protection des publics et à l'élaboration de cadres de régulation adaptés.
- **La société civile au sens large** : pour laquelle les mesures d'audience constituent un socle de données indépendantes contribuant au pluralisme de l'information et à la transparence du débat démocratique.

5.3.2. Garantir la fiabilité, la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures

En tant que **tiers de confiance**, Médiamétrie inscrit ses activités de mesure d'audience dans un cadre de principes exigeants, partagés au niveau européen via le **Règlement européen pour la liberté des médias (EMFA)**. Ces principes suivis par Médiamétrie visent à garantir une mesure **fiable, équitable, transparente et vérifiable**, au service à la fois des acteurs économiques, des institutions et de l'intérêt général.

1. La transparence comme principe fondamental

La transparence exige une documentation technique complète, une clarté méthodologique, des règles claires d'interprétation, des standards dédiés au secteur, une vérification par le biais d'audits, et un juste équilibre entre protection des droits de propriété intellectuelle des acteurs et nécessaire divulgation d'informations indispensables à l'objectif de transparence.

Transparence des acteurs de mesure et audits indépendants garantissent l'intégrité des mesures.

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.

2. L'impartialité : Le fondement d'une mesure digne de confiance

L'impartialité englobe l'intégrité méthodologique grâce à des traitements rigoureux qui éliminent les sources de biais, l'égalité de traitement de tous les acteurs du marché, des procédures transparentes de gestion des erreurs et des mesures de protection de la gouvernance qui empêchent toute influence induite. Ces éléments créent des conditions équitables qui permettent une concurrence loyale basée sur les performances réelles plutôt que sur les avantages méthodologiques.



3. La comparabilité : La pierre angulaire d'une mesure efficace

Une véritable comparabilité exige une discipline méthodologique rigoureuse tout en s'accommodant des complexités technologiques sans sacrifier l'équité fondamentale de la comparaison.

4. Proportionnalité : Faire de la mesure un atout, pas une contrainte

La proportionnalité reconnaît la diversité du marché par le biais d'exigences à plusieurs niveaux basées sur une échelle de référence, de normes techniques développées par l'industrie, de calendriers de mise en œuvre flexibles, de procédures d'audit basées sur le risque, d'un soutien collaboratif en matière de conformité et de structures de frais de participation échelonnés. Cette approche équilibrée reconnaît la dynamique du marché tout en maintenant l'intégrité du système.

5 & 6. Inclusion et non-discrimination : Chaque média et chaque public comptent

Ces principes exigent un traitement équitable indépendamment de la taille, du modèle d'entreprise, de la plateforme, de l'orientation du contenu ou du public cible. La neutralité statistique doit maintenir une représentation proportionnelle des segments de la population, avec une divulgation claire de toute limitation de la couverture démographique due à des contraintes techniques ou pratiques.

7. Vérifiabilité et vérification par des experts indépendants

Les audits indépendants fournissent une validation cruciale de la solidité méthodologique tout en conciliant la protection de la propriété intellectuelle avec la transparence nécessaire. Les audits vérifient la qualité des données des tiers, évaluent les mesures propriétaires et garantissent que tous les systèmes respectent des normes cohérentes, quel que soit leur modèle de gouvernance.

Médiamétrie fait 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. **5 audits ont été réalisés en 2025** 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**.

L'ensemble des engagements de Médiamétrie s'inscrit dans le **respect des normes et standards internationaux** auxquels Médiamétrie adhère en matière de droits humains et d'éthique des études. Ils s'appuient notamment sur les principes du **Pacte mondial des Nations Unies**, et les **codes professionnels de référence applicables** aux activités de mesure d'audience et d'analyse de données, tels que le **Code international ESOMAR** pour les études de marché, d'opinion et de société, qui définit les principes fondamentaux d'intégrité, de transparence, de respect des personnes et de confidentialité des données, ainsi que le **Code de déontologie Syntec Études**, qui précise les règles de conduite professionnelle, de loyauté et de protection des personnes concernées par les études.

Ces principes sont formalisés dans les politiques et codes internes de Médiamétrie, en particulier le **Code de conduite et de déontologie**, document interne, auquel l'ensemble des collaborateurs est sensibilisé et formé.

Sans donner systématiquement lieu à des objectifs chiffrés, l'ambition de Médiamétrie est d'assurer le respect de ces principes dans l'ensemble de ses travaux et de mettre en œuvre, le cas échéant, des actions correctives rapides et adaptées en cas de manquement identifié.

Suivi de ces engagements

Le **suivi de ces engagements** repose sur plusieurs dispositifs, parmi lesquels :

A. Des enquêtes de satisfaction menées auprès des parties prenantes

- **Clients**

La satisfaction clients est évaluée chaque année afin de garantir la qualité de l'offre de Médiamétrie et son adéquation avec les attentes du marché. En 2025, elle reste **stable** par rapport à 2024, à un niveau solide de **7,9/10**, traduisant la qualité perçue des prestations et la confiance accordée à l'entreprise. Le taux de réponse atteint **12,5 %**, contre 11,1 % en 2024.

- **Panélistes**

La satisfaction des panélistes est suivie régulièrement pour assurer une expérience participant de qualité et garantir la fiabilité des données collectées. En 2025, 97% des panélistes sont satisfaits de leur participation aux panels (55% de répondants). Cette satisfaction reste stable par rapport à 2023 et 2024. Cette expérience



contribue directement à la fidélisation des panélistes, un facteur clé de la robustesse et de la représentativité des études.

- **Collaborateurs**

En **2025**, cinq enquêtes internes Pulse ont été réalisées, dont trois au Siège et deux sur les Terrains d'Enquête (TE). Les résultats témoignent d'une dynamique globalement positive, avec des évolutions contrastées selon les populations interrogées.

La **motivation** progresse pour les équipes des Terrains d'Enquête et se maintient à un niveau élevé au Siège :

- **Siège : 7,2/10 en 2025**, un niveau similaire à 7,3/10 observé en 2024.
- **Terrains d'Enquête : 5,3/10 en 2025**, en hausse par rapport à 5,1/10 en 2024.

La **recommandation** reste forte au Siège et en amélioration sur les Terrains d'Enquête :

- **Siège : 8,2/10 en 2025**, en légère baisse par rapport à 8,9/10 en 2024 ;
- **Terrains d'Enquête : 6,8/10 en 2025**, en nette progression par rapport à 5,9/10 en 2024.

La **participation** aux enquêtes poursuit sa progression dans les deux populations, confirmant une mobilisation accrue :

- **Siège : 59,9% en 2025**, contre 57,5% en 2024 ;
- **Terrains d'Enquête : 61,3% en 2025**, contre 59% en 2024.

Ces résultats témoignent d'un engagement solide et d'une dynamique positive au sein des équipes. Plus de détail dans la section "[5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux](#)".

Pour l'ensemble de ces parties prenantes, les résultats détaillés des enquêtes, incluant verbatims et autres indicateurs de performance, constituent une **base d'amélioration continue et alimenteront le plan d'actions 2026**.

B. Autres dispositifs de suivi

Le suivi des engagements éthiques et qualitatifs s'appuie également sur :

- **Le contrôle des usages et reprises des données** de Médiamétrie dans l'espace public et médiatique, ainsi que l'analyse des retours qu'elles suscitent, afin de mesurer l'impact et la perception des travaux du Groupe.



- **L'intervention des fonctions de contrôle interne et d'audit** en cas de suspicion de non-conformité aux principes éthiques et déontologiques, soutenue par le **dispositif d'alerte éthique** accessible à l'ensemble des collaborateurs.

Aucun cas de non-respect des droits humains n'a été identifié en 2025 dans le cadre de ses activités de mesure d'audience, à l'égard des personnes participant aux dispositifs de mesure ou des utilisateurs de ses données, tels que définis par les référentiels internationaux des Nations Unies, de l'Organisation internationale du Travail et les Principes directeurs de l'OCDE.

Ces dispositifs complètent les enquêtes de satisfaction en assurant une vigilance continue sur la conformité, l'intégrité et la qualité des pratiques du Groupe.

5.3.3. Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données

Au-delà des sept principes fondamentaux de la mesure d'audience, Médiamétrie met en œuvre des politiques et des actions dédiées afin de garantir un **haut niveau de sécurité et de confidentialité des données**, élément clé de la confiance accordée à ses mesures.

Les données sont au cœur du modèle de création de valeur de Médiamétrie. Elles proviennent à la fois de ses dispositifs de mesure d'audience, fondés sur des panels et des enquêtes, et, de plus en plus, de données externes issues notamment d'éditeurs de contenus ou de régies publicitaires.

La **gestion et la protection des données à caractère personnel** représentent à ce titre une priorité stratégique. La **conformité au Règlement général sur la protection des données (RGPD)** permet de garantir aux panélistes, aux répondants, aux clients, aux collaborateurs et aux partenaires la stricte confidentialité des informations confiées à l'entreprise.

Des certifications internationales garantes d'un cadre structuré

En 2025, Médiamétrie maintient ses **certifications ISO 27001 (sécurité de l'information)** et **ISO 27701 (management de la protection des données personnelles)**, cette dernière constituant une extension de la première. Ces certifications, centrées notamment sur la maîtrise des données à caractère personnel des panélistes, attestent :

- de la robustesse des dispositifs de gouvernance et de contrôle ;
- de l'existence de processus formalisés de gestion des risques ;
- de l'inscription de l'entreprise dans une dynamique d'amélioration continue conforme aux meilleurs standards internationaux.

Ces référentiels sont adaptés aux métiers de Médiamétrie et déclinés au travers d'**un corpus d'une vingtaine de politiques internes et structurées autour de la Politique de Sécurité des Systèmes d'Information et de Protection de la Vie Privée**, couvrant l'ensemble des traitements de données relatifs aux parties prenantes (panélistes, clients, collaborateurs, partenaires).



Security & Privacy by Design : une exigence intégrée dès la conception

Consciente des risques associés à l'usage des données, Médiamétrie applique le principe de *Security & Privacy by Design* en intégrant ces exigences dès la conception de ses produits et services. Chaque projet fait ainsi l'objet d'une analyse spécifique permettant d'identifier, d'évaluer et de maîtriser les risques liés aux données personnelles.

En 2025, cette démarche s'est nettement renforcée au sein de la méthode projet :

- En **étude d'opportunité**, 13% des projets intégraient un DICT au premier semestre, contre **100 % au second semestre**.
- En **étude de faisabilité**, aucun projet n'était couvert au premier semestre, contre **100% au second semestre**.

Les écarts observés en début d'année s'expliquent par certains contextes particuliers (démarrages rapides, cadrage tardif ou organisation spécifique). Néanmoins, une analyse des risques est systématiquement réalisée dans le cadre des appels d'offres, garantissant la prise en compte des enjeux de sécurité et de protection des données à ce stade.

Ces retours d'expérience ont permis de mieux structurer la démarche et d'en renforcer l'application dans le pilotage des projets.

Pour 2026, l'objectif est de poursuivre cette dynamique d'amélioration continue en assurant l'application du process dès l'initiation de chaque projet, afin de garantir un suivi cohérent, rigoureux et pérenne sur l'ensemble du portefeuille.

Une gestion exigeante des risques liés aux fournisseurs

La maîtrise des risques concerne l'ensemble de la chaîne de valeur aval et s'étend donc à l'écosystème de partenaires et de prestataires. Médiamétrie a mis en place **une politique de sécurité dédiée à la gestion de ses fournisseurs basée sur les principes de Disponibilités, d'Intégrité, de Confidentialité et de Traçabilité**.

Les fournisseurs sont catégorisés selon :

- la criticité de leur prestation pour Médiamétrie ;
- la nature et la sensibilité des données auxquelles ils ont ou auront accès.

Cette classification permet de définir des exigences de sécurité adaptées. Des **audits sont réalisés en amont ou en cours de prestation** afin d'identifier d'éventuels points de vulnérabilité et de mettre en œuvre les actions correctrices nécessaires. En 2025, un fournisseur logistique ainsi qu'une solution informatique fournie par un prestataire ont fait l'objet d'audits.



Une mobilisation continue des équipes

La protection des données repose également sur une forte mobilisation des équipes, qu'elles soient internes ou externes à Médiamétrie.

Ainsi, au cours de l'année 2025:

- une session de sensibilisation spécifique a été organisée à destination des collaborateurs d'un partenaire, afin de les informer des exigences propres à Médiamétrie ;
- des actions de sensibilisation internes ont été menées régulièrement sur la protection des données personnelles et la sécurité de l'information ;
- des campagnes de tests de phishing ont été réalisées trimestriellement pour renforcer la vigilance face aux menaces cyber.

Une gouvernance dédiée et indépendante

La gouvernance de la protection des données repose sur une fonction dédiée, assurée par un **Délégué à la protection des données (DPO)**, garant du respect du cadre réglementaire et des politiques internes.

Le DPO exerce ses missions en toute indépendance et rend compte à la direction, conformément aux exigences du RGPD. Il s'appuie sur des relais opérationnels au sein des directions métier afin d'assurer un suivi adapté à la nature et au volume des traitements réalisés.

L'opérationnalisation de la stratégie de confidentialité repose sur des contrôles internes spécifiques déployés au sein de chaque direction, garantissant l'application homogène des standards de sécurité dans les processus quotidiens.

Transparence et respect des droits des personnes

Afin de renforcer la transparence et la relation de confiance avec le public, Médiamétrie s'est dotée depuis 2019 d'un serveur vocal interactif permettant notamment :

- de vérifier l'authenticité des appels Médiamétrie;
- de répondre aux demandes d'information ;
- d'exercer les droits reconnus par la réglementation.

En 2025, ce dispositif a enregistré **1 027 021 appels**, témoignant de l'attention portée par l'entreprise à l'information des personnes et au respect de leurs choix.

Parmi ces appels, **9 997** concernaient des demandes d'information sur Médiamétrie, un volume important permettait de **vérifier la provenance des appels**, et **8 010** visaient à participer à une enquête.

Le serveur vocal a également permis de traiter **2 913 demandes d'opposition au traitement des données**, conformément aux droits reconnus par la réglementation.



En complément, l'adresse dédiée à la protection des données (dpo@mediametrie.fr) a reçu, en 2025, **284 demandes d'opposition** et **16 demandes d'accès aux données**, qui ont toutes été traitées conformément aux exigences réglementaires.

Gestion des incidents et continuité d'activité

Enfin, la protection des actifs informationnels de Médiamétrie ne saurait être complète sans deux mécanismes essentiels :

- La **gestion incidents** – Celle-ci s'inscrit directement dans la dynamique d'amélioration continue de l'entreprise guidée par les référentiels ISO.
- La **continuité d'activité** – Celle-ci est basée sur une analyse précise des actifs critiques de l'entreprise, les exigences de disponibilités associées et la hiérarchie de reprise en cas de défaillance.

Par cette organisation, Médiamétrie entend garantir un haut niveau de protection des données personnelles et renforcer la confiance des participants aux dispositifs de mesure, des clients et de l'ensemble des parties prenantes dans l'usage responsable des données d'audience.



6. CONDUITE DES AFFAIRES

Pour rappel, les impacts, risques et opportunités sont décrits dans la section "[3.3.2. Enjeux matériels de Médiamétrie identifiés](#)". Le processus suivi pour identifier ces impacts, risques et opportunités est décrit dans la section "[3.3.1. Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels](#)".

La composition, le rôle et la responsabilité des organes de supervision et les attentes de nos différentes parties prenantes internes et externes sont exposées dans la section "**2. GOUVERNANCE - Garantir la fiabilité des mesures et une juste représentation du marché**".

6.1. Politiques en matière de conduite des affaires

6.1.1. Prévention et lutte contre les risques éthiques

Médiamétrie promeut une culture d'éthique des affaires et s'engage à lutter contre. Pour se faire **Médiamétrie a déployé un dispositif structuré de prévention et de lutte contre les risques éthiques**, visant à prévenir toute atteinte à la probité, à garantir l'intégrité de ses activités et à renforcer la confiance de ses parties prenantes.

Ce dispositif repose sur deux référentiels complémentaires : le **Code de Conduite Anticorruption** et le **Code de Déontologie**, applicables à l'ensemble des collaborateurs, dirigeants et personnels extérieurs ou occasionnels (prestataires, intérimaires, stagiaires). Annexés au règlement intérieur, ces codes constituent le socle du système de conformité de Médiamétrie et de ses filiales, dont Médiamétrie//NetRatings.

Les codes définissent les principes fondamentaux guidant l'ensemble des activités de Médiamétrie, notamment :

- le **respect des lois et règlements** applicables en France et à l'international, en particulier en matière de lutte contre la corruption, de concurrence, de protection des données personnelles, de droits humains, de santé et sécurité au travail et de protection de l'environnement ;
- **l'égalité de traitement, l'objectivité et la neutralité** dans les relations avec les clients, fournisseurs et partenaires ;
- **l'intégrité des pratiques commerciales** et la prévention des conflits d'intérêts ;
- la **protection du patrimoine matériel et immatériel** de l'entreprise, y compris les données sensibles et personnelles ;
- le **respect des personnes**, la prévention du harcèlement et de toute forme de discrimination.



Le **Code de Conduite Anticorruption** précise les comportements prohibés, en distinguant les actes de **corruption** et de **trafic d'influence**, et fournit des règles de conduite adaptées aux principales situations à risques. Il encadre notamment :

- le **recours aux prestataires et intermédiaires**, fondé sur des critères objectifs, contractuels et transparents ;
- **l'interdiction des paiements de facilitation** ;
- les **cadeaux d'affaires et invitations**, qui doivent rester exceptionnels, d'une valeur raisonnable et sans contrepartie implicite ;
- les **dons, le mécénat et le sponsoring**, soumis à autorisation, vérifications préalables et contractualisation.

Tout manquement aux codes ou aux lois applicables expose les collaborateurs concernés à des **sanctions disciplinaires**, sans préjudice de **sanctions pénales** pouvant affecter tant les personnes que l'entreprise.

Des communications par mail sont diffusées plusieurs fois dans l'année afin de rappeler à chacun les règles applicables ainsi que les dispositifs en place.

Ce dispositif contribue au respect de nos engagements **en matière de gouvernance**, en assurant la prévention des risques, la transparence des pratiques et le respect des principes éthiques dans l'ensemble des activités de Médiamétrie et de sa chaîne de valeur.

6.1.2. Plateforme d'alerte : Médiamétrie Integrity Line

Depuis 2019, Médiamétrie dispose d'un **dispositif d'alerte** permettant de signaler, de manière **confidentielle et sans crainte de représailles**, toute situation susceptible de porter atteinte aux lois, aux règles de conduite de l'entreprise ou aux **droits des personnes**, qu'elle concerne sa propre main-d'œuvre ou **l'ensemble de sa chaîne de valeur**.

La **plateforme d'alerte Médiamétrie**, opérée par le **tiers indépendant EQS Group**, est accessible via un accès libre en ligne à l'ensemble des salariés depuis 2019 et le sera en **2026**, à l'ensemble des **parties prenantes externes** (client, fournisseur, salarié d'un fournisseur...). Ce signalement peut être effectué par courrier, par e-mail, par téléphone ou via un accès web sécurisé.

Les signalements, pouvant être anonymes ou non, peuvent porter notamment sur des faits de corruption, fraude, conflits d'intérêts, harcèlement, discriminations, atteintes à la protection des données ou violations des droits humains et environnementaux. Ils sont **traités par la référente déontologie**, dans le respect des procédures internes et du cadre légal applicable. Le dispositif est conforme avec la loi Sapin 2.



Lorsqu'un manquement est confirmé, Médiamétrie veille à **faire cesser la situation** et à mettre en œuvre, le cas échéant en lien avec le partenaire concerné, des **mesures correctives proportionnées**.

Une communication régulière est organisée sur le dispositif. Il est accessible depuis la page d'accueil de l'intranet de l'entreprise MIAM et fait l'objet de rappels, notamment dans la newsletter interne Parlons M, adressée à l'ensemble des collaborateurs.

En 2025, Médiamétrie **n'a fait l'objet d'aucune condamnation, ni d'aucune amende au titre de l'application de la loi Sapin 2**. Aucun manquement relevant de la loi Sapin 2 n'a été signalé au sein de Médiamétrie au cours de l'exercice.

Ce dispositif contribue au **pilotage des risques de gouvernance** identifiés comme matériels et au renforcement d'une culture d'éthique et de transparence.

6.2. Eclairer les institutions (locales et européennes) pour construire les réglementations de demain

6.2.1. Politique et positionnement

En tant que **tiers neutre, indépendant et transparent, Médiamétrie, acteur de confiance au cœur de l'écosystème média et digital**, est régulièrement consultée par les pouvoirs publics (Assemblée nationale, ministères, instances européennes). À ce titre, l'entreprise s'est dotée d'une politique visant à **contribuer de manière responsable, transparente et factuelle aux travaux des autorités locales, nationales et européennes**, notamment dans le cadre des projets de règlements européens, afin de défendre l'intérêt général du secteur de la mesure d'audience.

Cette politique repose sur un principe central : **mettre l'expertise technique et méthodologique de l'entreprise au service de l'intérêt général**, afin d'éclairer la décision publique sur les usages, la consommation et les impacts sociétaux des médias.

Les prises de position de Médiamétrie auprès des institutions s'appuient sur :

- des données robustes, vérifiables et auditables ;
- des méthodologies documentées et transparentes ;
- une gouvernance garantissant l'impartialité et l'absence d'influence indue.

Cette implication s'appuie sur une veille réglementaire continue, menée en interne et, le cas échéant, avec le concours d'expertises externes.



Les principes structurants qui encadrent cette contribution institutionnelle sont détaillés dans la **section 5.3.2 « Garantir la fiabilité, la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures »**, en cohérence avec les exigences du **Règlement européen pour la liberté des médias (EMFA)**.

6.2.2. Participation à la création et au développement de l'Audience Measurement Coalition (AMC)

Médiamétrie est membre fondateur de l'**Audience Measurement Coalition (AMC)**, initiative européenne visant à structurer un dialogue technique entre les acteurs de la mesure d'audience et les institutions européennes.

Présidée par le Président-directeur général de Médiamétrie, l'AMC a pour **objectif de porter une voix technique collective auprès des régulateurs et décideurs publics**. Le collectif élabore des recommandations opérationnelles, notamment à destination du **European Board for Media Services**, afin de contribuer à l'intégration de standards méthodologiques exigeants et de principes de gouvernance robustes dans les dispositifs réglementaires européens.

En 2024, Médiamétrie a suivi étroitement les travaux du **Règlement européen sur la liberté des médias (EMFA)** dès leurs origines et soutenu les dispositions favorisant une équité de traitement entre l'ensemble des acteurs de l'écosystème média et digital. Une attention particulière a également été portée à la mise en œuvre du **Digital Market Act**, notamment en matière de partage de données entre les acteurs du secteur.

L'ensemble de ces actions ont permis de sensibiliser les autorités de régulation à la nécessaire indépendance et souveraineté des mesures d'audience.

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.

6.2.3. Contribution aux travaux parlementaires et institutionnels sur les usages des médias

Médiamétrie met son **expertise technique au service des institutions nationales** pour éclairer l'ensemble des sujets relatifs aux **usages, à la consommation et aux impacts sociétaux des médias**, quels que soient les supports, les formats ou les plateformes. Grâce à ses dispositifs de mesure et à la profondeur de ses données, l'entreprise a la capacité d'apporter un **éclairage objectif et fondé sur des faits** aux travaux de réflexion, d'enquête et d'évaluation menés par les pouvoirs publics.

Cette contribution peut concerner des thématiques variées, telles que l'exposition des publics aux contenus, l'évolution des pratiques médiatiques, les effets des plateformes numériques, ou encore les enjeux de protection des publics, notamment des populations vulnérables.



À titre d'illustration, Médiamétrie a été sollicitée en 2025 dans le cadre de la **commission d'enquête parlementaire sur les effets psychologiques de TikTok sur les mineurs** à l'Assemblée nationale française. Yannick Carriou, PDG de Médiamétrie y a apporté des **données d'audience et des analyses factuelles** permettant de mieux appréhender les niveaux d'exposition des jeunes à cette plateforme, sans se prononcer sur les contenus eux-mêmes.

En s'appuyant sur des méthodologies rigoureuses, transparentes et auditable, ces contributions permettent aux décideurs publics de **fonder leurs réflexions et leurs décisions sur des éléments objectifs**, contribuant ainsi à l'élaboration de cadres réglementaires proportionnés, adaptés aux usages réels et respectueux de l'intérêt général.

7. Annexes

7.1. Annexe 1 : Tableau des indicateurs soumis à vérification par l'auditeur de durabilité

Indicateur audité	Type d'indicateur	Méthodologie de calcul de l'indicateur	Paragraphe du rapport	Résultats
Evaluation Ecovadis 2025	Qualitatif	Score obtenu par Médiamétrie à l'issue de l'évaluation conduite par EcoVadis en 2025, mesurant la performance RSE de l'entreprise selon quatre thématiques : environnement, social et droits de l'homme, éthique des affaires et achats responsables. Le score, exprimé sur 100, permet de situer Médiamétrie par rapport aux entreprises de son secteur et d'identifier les axes de progrès prioritaires.	Médiamétrie en 2025 : Notre performance extra-financière (Page 6) 3.5. Une stratégie RSE reconnue par EcoVadis	En 2025, Médiamétrie atteint un score global de 74/100 , en progression de +3 points par rapport à 2024 et de +17 points par rapport à 2020. • Éthique : 77/100 • Achats Responsables : 77/100 • Environnement : 67/100 • Social & Droits Humains : 72/100
Bilan carbone annuel scope 1/2/3 réalisé sur les données 2024	Qualitatif	Voir la partie : 4.1.1. Plan de transition climatique : Pratiques, politiques et initiatives futures pour la transition vers une économie plus durable → Méthodologie des bilans de gaz à effet de serre	Médiamétrie en 2025 : Notre performance extra-financière (Page 7) 3.1.5. Modèle d'affaire de Médiamétrie 4.1.2. Émissions brutes de gaz à effet de serres	Réalisé
% de fournisseurs du Top 100 qui ont transmis leur bilan carbone complet le plus récent en 2025	Quantitatif	Le "Top 100" correspond aux 100 fournisseurs associés aux plus fortes émissions de CO ₂ eq dans le bilan carbone Médiamétrie de l'année N-1) Le bilan carbone complet transmis doit prendre en compte le scope 1, 2, et 3, et doit être transmis documenté.	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place → Achats responsables et décarbonation de la chaîne de valeur 5.2.4. Processus de sélection, d'évaluation et de suivi des fournisseurs → Suivi des fournisseurs	21 % des fournisseurs du Top 100 ont transmis leur Bilan Carbone complet le plus récent (scopes 1, 2 et 3) ;
Taux de projets évalués sur des critères RSE en 2025	Qualitatif	Proportion de projets lancés au sein de Médiamétrie en 2025 pour lesquels les critères RSE (environnementaux et sociétaux) ont été évalués et intégrés en amont de leur mise en œuvre, parmi l'ensemble des projets éligibles à cette démarche.	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place → Écoconception des produits et services	En étude d'opportunité, 13% des projets intégraient l'analyse RSE/climat au premier semestre, contre 100% au second semestre. En étude de faisabilité, aucun projet n'était couvert au premier semestre, contre 100% au second semestre.
Reporting trimestriel au Comité de Direction permettant de suivre l'évolution des émissions carbone liées aux déplacements professionnels	Qualitatif	Mise à disposition trimestriellement au Comité de Direction d'un reporting dédié au suivi de l'évolution des émissions de CO ₂ eq générées par les déplacements professionnels des collaborateurs de Médiamétrie. Ces déplacements couvrent les consommations de carburant, les trajets en train et en avion ainsi que les nuitées hôtelières. Le reporting est établi sur la base des données transmises par les fournisseurs associés à ces postes de dépenses.	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place → Mobilité durable	Réalisé



Consommations d'électricité en 2025 et leur variation par rapport aux consommations de 2020	Quantitatif	Quantité totale d'électricité consommée par Médiamétrie sur l'ensemble de ses sites au cours de l'année 2025, et son évolution en pourcentage par rapport à la consommation de référence enregistrée en 2020.	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place → Sobriété énergétique	969 821 kWh
Existence d'un comité interne de gouvernance de la donnée	Qualitatif	Instance interne dédiée à la gouvernance de la donnée, chargée de définir et de superviser les politiques, standards et bonnes pratiques relatifs à la collecte, la gestion, la qualité et la sécurité des données de Médiamétrie.	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place → Sobriété numérique	Réalisé
Nombre de nouveaux collaborateurs en 2025	Quantitatif	Nombre de collaborateurs ayant rejoint Médiamétrie pour la première fois au cours de l'année 2025, dans le cadre d'un contrat à durée indéterminée	5.1.1. Description de nos effectifs : une diversité de métiers et de réalités → Résultats 2025	59 nouveaux collaborateurs ont été intégrés en CDI
Index d'égalité professionnelle 2025	Quantitatif	Score obtenu par Médiamétrie au titre de l'année 2025, calculé conformément à la méthodologie définie par la loi du 5 septembre 2018, mesurant les écarts de rémunération et d'évolution de carrière entre les femmes et les hommes au sein de l'entreprise. Cet index, noté sur 100 points, est publié annuellement et repose sur cinq indicateurs : l'écart de rémunération, l'écart de taux d'augmentations individuelles, l'écart de taux de promotions, le pourcentage de salariées augmentées au retour de congé maternité et la parité parmi les dix plus hautes rémunérations.	Médiamétrie en 2025 : Notre performance extra-financière (Page 7) 3.1.5. Modèle d'affaire de Médiamétrie 5.1.3. Garantir l'égalité des chances pour tous → Résultats 2025	91 / 100
Partenariat solidaire avec l'association Biscornu	Qualitatif	Partenariat entre Médiamétrie et Biscornu, Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale (ESUS) agréée Entreprise Adaptée, employant des personnes en situation de handicap. Biscornu assure chaque après-midi l'accueil du siège social de Levallois et la gestion du standard téléphonique.	5.1.3. Garantir l'égalité des chances pour tous → Notre politique 5.2.3. Exigences sociales, éthiques et environnementales de Médiamétrie vis-à-vis de ses partenaires et fournisseurs → Travail avec des « Entreprises Adaptées »	Réalisé
Déploiement du programme de formation « Manager en responsabilité » sur la prévention des RPS et la QVCT	Qualitatif	Programme de formation déployé en 2025 portant sur la prévention des risques psychosociaux (RPS), la qualité de vie et des conditions de travail (QVCT) et l'exercice d'un management responsable. Il s'adresse à l'ensemble des managers de Médiamétrie (managers de proximité, managers d'équipe, Codir et Comex), ainsi qu'aux représentants du personnel (CSE).	3.1.5. Modèle d'affaire de Médiamétrie 5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux → Résultats 2025	Réalisé
Reconduction en 2025 de l'accord de télétravail sur une base de 3 jours maximum par semaine travaillée	Qualitatif	Reconduction de l'accord de télétravail en vigueur au sein de Médiamétrie, autorisant les collaborateurs éligibles à télétravailler jusqu'à trois jours par semaine travaillée.	5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux → Résultats 2025 5.1.6. Dialogue social : Ecouter pour avancer → Résultats 2025	Réalisé



<p>Nombre d'heures de formation suivies par les collaborateurs en 2025</p>	<p>Quantitatif</p>	<p>Nombre total d'heures de formation suivies par les collaborateurs de Médiamétrie au cours de l'année 2025, tous modes d'apprentissage confondus (présentiel, distanciel classe virtuelle, blended learning, e-learning), dans le cadre du plan de développement des compétences. Des formations métiers, transverses et réglementaires sont recensées.</p>	<p>Médiamétrie en 2025 : Notre performance extra-financière (Page 7)</p> <p>3.1.5. Modèle d'affaire de Médiamétrie</p> <p>5.1.5. Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu → Résultats 2025</p>	<p>4 727 heures de formation déployées.</p>
<p>Taux de complétion des entretiens annuels MyEAP</p>	<p>Quantitatif</p>	<p>Proportion de collaborateurs du siège de Médiamétrie ayant réalisé leur entretien annuel via l'outil MyEAP au cours de l'année 2025, parmi l'ensemble des collaborateurs éligibles à cet entretien.</p>	<p>5.1.5. Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu → Résultats 2025</p>	<p>100% de taux de complétion</p>
<p>Maintien des certifications ISO 27001 et ISO 27701</p>	<p>Qualitatif</p>	<p>Certifications obtenues et maintenues par Médiamétrie attestant de la conformité de son système de management de la sécurité de l'information (ISO 27001) et de la protection des données personnelles (ISO 27701) aux standards internationaux en vigueur.</p>	<p>Médiamétrie en 2025 : Notre performance extra-financière (Page 6)</p> <p>3.1.5. Modèle d'affaire de Médiamétrie</p> <p>5.2.3. Exigences sociales, éthiques et environnementales de Médiamétrie vis-à-vis de ses partenaires et fournisseurs → Exigences en matière de protection des données</p> <p>5.3.2. Garantir la fiabilité, la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures</p> <p>5.3.3. Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données → Des certifications internationales garanties d'un cadre structuré</p>	<p>Réalisé</p>
<p>Nombre de dispositifs d'études audités par le CESP en 2025</p>	<p>Quantitatif</p>	<p>Nombre d'audits indépendants conduits par le CESP (Centre d'Étude des Supports de Publicité) au cours de l'année 2025. Chaque audit vise à vérifier la conformité des dispositifs aux standards méthodologiques en vigueur et à garantir la fiabilité des données produites par Médiamétrie.</p>	<p>Médiamétrie en 2025 : Notre performance extra-financière (Page 6)</p> <p>5.3.2. Garantir la fiabilité, la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures → Vérifiabilité et vérification par des experts indépendants</p>	<p>5 audits ont été réalisés en 2025 sur les dispositifs d'études Médiamat, le Baromètre des Equipements, Internet Global, EAR National et EAR Insights.</p>
<p>Nombre de litiges en lien avec l'application de la loi Sapin 2</p>	<p>Quantitatif</p>	<p>Nombre de condamnations, amendes ou signalements de manquements enregistrés au cours de l'année, au titre de l'application de la loi Sapin 2 relative à la transparence et à la lutte contre la corruption.</p>	<p>6.1.2. Plateforme d'alerte : Médiamétrie Integrity Line</p>	<p>Aucune condamnation, amende ou signalement en 2025, au titre de l'application de la loi Sapin 2.</p>



7.2. Annexe 2 : Table de correspondance Stratégie RSE Médiamétrie M+ vers parties du rapport ESG 2025

Stratégie RSE		Parties du rapport ESG 2025		
Thématique ESG Stratégie	12 engagements RSE	Correspondance Rapport : Titre 1	Correspondance Rapport : Titre 2	Correspondance Rapport : Titre 3
Gouvernance	1 - Garantir la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.3. Elaborer des mesures fiables et transparentes au service des décideurs, des citoyens et des consommateurs	5.3.1. Un écosystème d'utilisateurs élargi : du marché publicitaire à la régulation démocratique 5.3.2. Garantir la fiabilité, la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures
Gouvernance	1 - Garantir la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures	6. CONDUITE DES AFFAIRES	6.1. Politiques en matière de conduite des affaires	6.1.1. Prévention et lutte contre les risques éthiques 6.1.2. Plateforme d'alerte : Médiamétrie Integrity Line
Gouvernance	2 - Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.3. Elaborer des mesures fiables et transparentes au service des décideurs, des citoyens et des consommateurs	5.3.3. Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données
Gouvernance	2 - Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.3. Elaborer des mesures fiables et transparentes au service des décideurs, des citoyens et des consommateurs	5.3.3. Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données
Gouvernance	3 - Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.2. Travailleurs de la chaîne de valeur : Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures	
Gouvernance	4 - Affirmer notre rôle central et impartial par notre gouvernance	2. GOUVERNANCE - Garantir la fiabilité des mesures et une juste représentation du marché	2.1. Affirmer notre rôle central et impartial par notre gouvernance	
Gouvernance	5 - Eclairer les institutions (locales et européennes) pour construire les réglementations de demain	6. CONDUITE DES AFFAIRES	6.2. Eclairer les institutions (locales et européennes) pour construire les réglementations de demain	6.2.1. Politique et positionnement 6.2.2. Participation à la création et au développement de l'Audience Measurement Coalition (AMC) 6.2.3. Contribution aux travaux parlementaires et institutionnels sur les usages des médias
Environnement	6 - Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème	4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4.1.1. Plan de transition climatique : Pratiques, politiques et initiatives futures pour la transition vers une économie plus durable 4.1.2. Émissions brutes de gaz à effet de serres
Environnement	6 - Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème	4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place -> Ecoconception des produits et services
Environnement	7 - Éco-concevoir nos mesures et agir avec sobriété		4.3. Utilisation des ressources et économie circulaire	
Environnement	6 - Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème	4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place -> Achats responsables et décarbonation de la chaîne de valeur
Environnement	8 - Accompagner nos fournisseurs et nos clients dans la transition environnementale			
Environnement	6 - Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème	4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place -> Sobriété numérique
Environnement	6 - Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème	4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place -> Mobilité durable
Environnement	6 - Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème	4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place -> Sobriété énergétique
Environnement	6 - Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème	4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4.1.3. Actions de décarbonation mises en place -> Réduction et gestion responsable de nos déchets
Environnement	6 - Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	4. ENVIRONNEMENT - Anticiper les défis environnementaux en co-construisant avec notre écosystème	4.1. Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030 4.2. Gestion de l'eau au sein de la chaîne de valeur	4.1.4. Objectifs climatiques 4.1.5. Élimination et stockage des GES 4.1.6. Prix du carbone interne 4.1.7. Soutien scientifique et sensibilisation aux enjeux climatiques
Social	9 - Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu 10 - Ancrer une culture de la responsabilité et de la coopération	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.1. Collaborateurs de Médiamétrie	5.1.5. Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu
Social	11 - Garantir l'égalité des chances pour tous	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.1. Collaborateurs de Médiamétrie	5.1.3. Garantir l'égalité des chances pour tous
Social	11 - Garantir l'égalité des chances pour tous	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.1. Collaborateurs de Médiamétrie	5.1.3. Garantir l'égalité des chances pour tous
Social	12 - Faire société grâce à un environnement sain et respectueux	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.1. Collaborateurs de Médiamétrie	5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux
Social	12 - Faire société grâce à un environnement sain et respectueux	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.1. Collaborateurs de Médiamétrie	5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux
Social	12 - Faire société grâce à un environnement sain et respectueux	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.1. Collaborateurs de Médiamétrie	5.1.4. Faire société grâce à un environnement sain et respectueux
Social	Non concerné par un engagement	5. SOCIAL - Développer les conditions pour s'adapter aux pratiques de demain	5.1. Collaborateurs de Médiamétrie	5.1.1. Description de nos effectifs : une diversité de métiers et de réalités 5.1.2. Pratiques, politiques et initiatives futures pour la transition vers une économie plus durable 5.1.6. Dialogue social : Ecouter pour avancer
Non concerné	Non concerné par un engagement	Edito 1. Informations générales 3. Stratégie et modèle d'affaires de Médiamétrie		



Le tableau de l'Annexe 2 présente la correspondance entre la stratégie RSE M+, et les parties du rapport. Pour rappel **la Stratégie RSE de Médiamétrie présenté dans la section [3.4. Stratégie RSE de Médiamétrie](#) se décompose en 3 piliers, 4 objectifs et 12 engagements :**

Thématique ESG	4 objectifs ESG	12 engagements RSE
GOUVERNANCE	Elaborer des mesures fiables et transparentes	Garantir la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures
		Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données
		Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures
	Garantir la juste représentation des parties prenantes du marché	Affirmer notre rôle central et impartial par notre gouvernance
Eclairer les institutions (locales et européennes) pour construire les réglementations de demain		
ENVIRONNEMENT	Construire des systèmes de mesures durables	Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030
		Éco-concevoir nos mesures et agir avec sobriété
		Accompagner nos fournisseurs et nos clients dans la transition environnementale
SOCIAL	Anticiper et intégrer les usages de demain	Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu
		Ancrer une culture de la responsabilité et de la coopération
		Garantir l'égalité des chances pour tous
		Faire société grâce à un environnement sain et respectueux

7.3. Annexe 3 : Table de correspondance Stratégie RSE et ODD

GOUVERNANCE

Garantir la vérifiabilité et l'auditabilité des mesures	
Assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité des données	
Cultiver une relation équilibrée avec nos partenaires et fournisseurs pour garantir la fiabilité des mesures	
Affirmer notre rôle central et impartial par notre gouvernance	
Eclairer les institutions (locales et européennes) pour construire les réglementations de demain	

ENVIRONNEMENT

Agir pour le climat en réduisant de moitié nos émissions de GES d'ici 2030	
Éco-concevoir nos mesures et agir avec sobriété	
Accompagner nos fournisseurs et nos clients dans la transition environnementale	

SOCIAL

Veiller à la souveraineté de nos expertises par l'apprentissage continu	
Ancrer une culture de la responsabilité et de la coopération	
Garantir l'égalité des chances pour tous	
Faire société grâce à un environnement sain et respectueux	

 3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE	 4 ÉDUCATION DE QUALITÉ	 5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES	 7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE	 8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE	 9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE
 10 INÉGALITÉS RÉDUITES	 11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES	 12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES	 13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES	 16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES	 OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



7.4. Annexe 4 : Absence d'exposition à certains secteurs sensibles

Médiamétrie exerce des activités de mesure d'audience, d'études et de services data pour les médias. À ce titre, l'entreprise **n'opère dans aucun des secteurs suivants** : armes controversées, culture et production de tabac, combustibles fossiles (charbon, pétrole, gaz) ou production de produits chimiques (pesticides et agrochimiques).

En conséquence :

- les **revenus issus des armes controversées** représentent **0% du chiffre d'affaires** ;
- les **revenus issus du tabac** représentent **0% du chiffre d'affaires** ;
- les **revenus issus des combustibles fossiles** représentent **0% du chiffre d'affaires** ;
- Médiamétrie n'étant pas fabricant de produits chimiques, les **revenus issus de cette activité** représentent **0% du chiffre d'affaires**.

Par ailleurs, Médiamétrie **n'est exclue d'aucun indice de référence de l'Union européenne aligné sur l'Accord de Paris**.