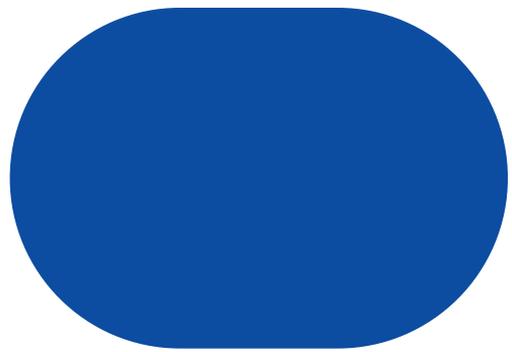
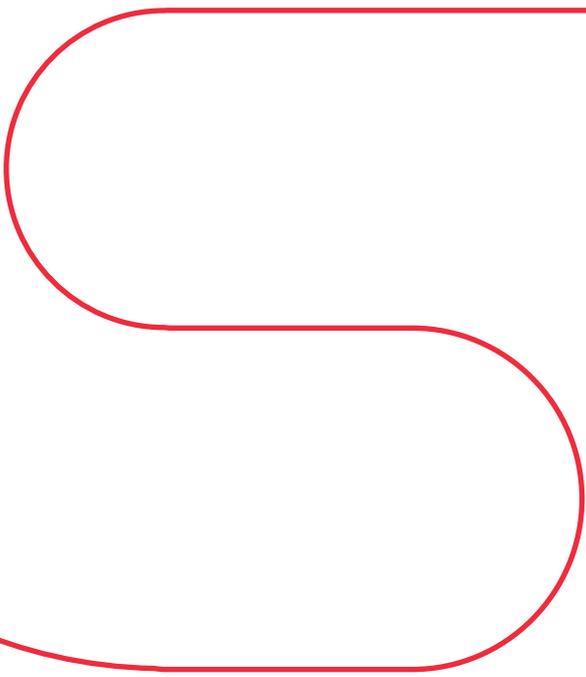
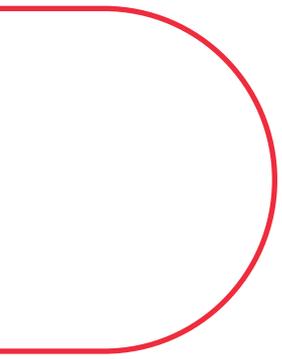


“

**MEDIAPOSTE s'engage pour
une communication locale
plus responsable.**

”

**Rapport
RSE 2023**



SOMMAIRE

EDITOP.4 à 5

QUI SOMMES-NOUS ?P.6 à 9

MEDIAPOSTE filiale de La Poste, un groupe engagé aux métiers diversifiés
La RSE au cœur de la stratégie de l'entreprise
MEDIAPOSTE en quelques chiffres

LES FEMMES ET LES HOMMES DE MEDIAPOSTEP.10 à 15

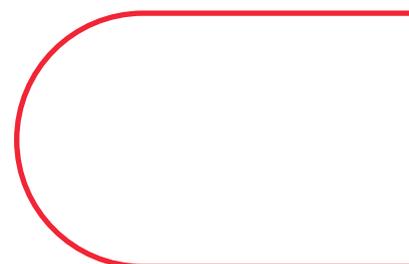
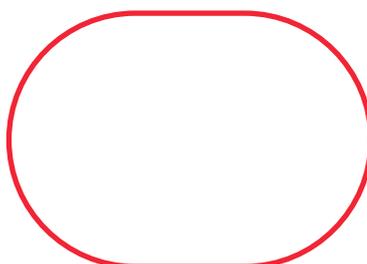
L'inclusion et la diversité, valeurs centrales de notre politique RH
La santé, la sécurité et le bien-être au travail au cœur de nos préoccupations
La formation et le savoir-faire pour accompagner la montée en compétences

NOS 4 ENGAGEMENTSP.16 à 25

1. Œuvrer à l'accélération de la transition écologique pour tous
2. Agir pour le dynamisme des territoires et défendre notre écosystème
3. Favoriser l'inclusion sociale
4. Promouvoir un numérique éthique

LA RECONNAISSANCE DE NOS ENGAGEMENTSP.26

Nos certifications et labels



MEDIAPOSTE S'ENGAGE POUR UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE



Chez MEDIAPOSTE, la RSE est une conviction que nous défendons depuis longtemps déjà, héritée du Groupe La Poste.

Le développement durable est au cœur de notre stratégie d'entreprise et nous ambitionnons d'être un acteur majeur de la communication de proximité et du changement tout en répondant aux problématiques de performance de nos clients.

Depuis plusieurs années, nous observons une prise de conscience sociétale autour des enjeux environnementaux liés à la communication. Chez MEDIAPOSTE, nous voyons ce questionnement essentiel comme une opportunité. L'opportunité de valoriser les actions que nous entreprenons depuis longtemps déjà, comme la réduction de l'empreinte carbone de nos activités, nos engagements en faveur d'un numérique éthique ou encore le soutien du dynamisme des territoires.

L'opportunité aussi de faire valoir notre expertise en géomarketing. Ce savoir-faire nous permet d'impulser la communication dans une nouvelle ère, celle du « moins mais mieux » : MOINS de communications mais MIEUX ciblées. Loin d'opposer le print et le digital, nous sommes convaincus que le sur-mesure et l'ultra ciblage des campagnes de communication sont les meilleures réponses au gaspillage des ressources et au développement des territoires. Ainsi, nous accompagnons nos clients au quotidien pour les aider à concilier performance et responsabilité, au travers de leviers efficaces et éco-responsables pour leurs campagnes locales.

Face à un marché du prospectus qui évolue, nous avons amorcé cette année une forte transformation. MEDIAPOSTE a opéré un transfert de ses activités opérationnelles liées à l'imprimé publicitaire à La Poste. Cela va permettre notamment d'améliorer notre impact sur l'empreinte carbone des opérations nécessaires à la distribution grâce à la mutualisation progressive de cette activité avec la tournée des facteurs.



Nous observerons les effets de cette transition l'an prochain, mais nous constatons déjà la pertinence de cette action. Cette transformation a été réalisée dans le respect du modèle social du Groupe La Poste avec l'accueil au sein du groupe de 4 500 collaborateurs de MEDIAPOSTE.

Et quelle meilleure reconnaissance que nos différentes certifications comme témoignage de notre engagement, tant environnemental que sociétal ? Citons par exemple l'obtention de la médaille de bronze EcoVadis, système de notation de la performance RSE des entreprises, ou encore le renouvellement du Label Privacy Protection Pact, assurance de notre respect et de la sécurisation des données personnelles.

Et notre investissement pour une communication plus durable ne fait que commencer.

Bonne lecture.

Karine Laravoire
Directrice générale



QUI SOMMES-NOUS ?

MEDIAPOSTE FILIALE DE LA POSTE, UN GROUPE ENGAGÉ...

Le Groupe La Poste a adopté la qualité de société à mission et modifié ses statuts en ce sens en juin 2021.

Une société à mission est une entreprise dont la finalité concilie recherche de performance économique et contribution à l'intérêt général. Il s'agit d'un cadre juridique introduit par la loi PACTE en 2019.

La Poste a ainsi défini sa raison d'être : « Au service de tous, utile à chacun, La Poste, entreprise de proximité humaine et territoriale, développe les échanges et tisse des liens essentiels en contribuant aux biens communs de la société toute entière. »

Dans le cadre de son activité, La Poste a pris 4 engagements sociétaux et environnementaux, inscrits dans ses statuts :

- **Contribuer au développement et à la cohésion des territoires.**
- **Favoriser l'inclusion sociale.**
- **Promouvoir un numérique éthique, inclusif et frugal.**
- **Œuvrer à l'accélération de la transition écologique pour tous.**

... AUX MÉTIERS DIVERSIFIÉS



LA RSE AU CŒUR DE **LA STRATÉGIE** DE L'ENTREPRISE

En cohérence avec le positionnement de La Poste, les 4 engagements pris par le groupe constituent la clé de notre feuille de route.

UNE GOUVERNANCE IMPLIQUÉE

En 2023, Karine Laravoire, Directrice générale, présidait un Comité Exécutif constitué de 6 femmes et 4 hommes.

Preuve de la volonté d'engager l'entreprise tout entière sur un modèle économique plus responsable, la Direction générale adjointe du développement durable fait partie intégrante du Comex.

UN COMITE RSE ENGAGÉ

En 2023, nous avons relancé le comité RSE. Cette instance, composée de 10 membres permanents et en lien avec les équipes RSE de La Poste, a vocation à accompagner la transformation de l'entreprise, en portant les sujets et les actions RSE.

Le comité joue un rôle clé dans la sensibilisation des parties prenantes internes aux enjeux RSE et dans la diffusion des réalisations et des efforts menés. En engageant ainsi les collaborateurs autour de la démarche RSE, le comité permet de favoriser la dynamique collective.

Interlocuteur majeur au sein des territoires, **MEDIAPOSTE** accompagne les acteurs locaux : les commerçants et les collectivités.

Partenaire des commerces locaux et des retailers, MEDIAPOSTE accompagne ses clients dans la mise en place de dispositifs de communication pluri-média. Grâce à un maillage territorial fin, nos équipes ont une bonne connaissance du tissu local et sont en mesure de déployer des dispositifs de communication de proximité dans chaque territoire. Soucieux de respecter les choix des consommateurs, dans le cadre de notre activité de distribution d'imprimés publicitaires, nous nous engageons à respecter le Stop Pub affiché sur les boîtes aux lettres. Ce référentiel a été créé conjointement par MEDIAPOSTE, le Syndicat de la Distribution Directe et l'AFNOR.

MEDIAPOSTE est également un partenaire des collectivités pour distribuer la presse institutionnelle, vecteur d'information essentiel pour les administrés.

Par ses activités et son ancrage territorial, MEDIAPOSTE contribue au dynamisme et à la vie dans les territoires.



MEDIAPOSTE

une expertise et des outils au service de la performance média et environnementale

Nous avons également à cœur d'engager l'ensemble de notre écosystème vers une communication plus responsable. Pour accompagner nos clients dans cette dynamique, nous nous appuyons sur notre expertise et nos outils de géomarketing. **Ainsi, nous disposons d'une base de 6 000 indicateurs de consommation, centres d'intérêt et appétences que nous pouvons croiser.** La granularité de nos données nous permet de proposer le dispositif le plus pertinent à nos clients en fonction de leurs problématiques et de leur zone de chalandise. Cette finesse de ciblage permet de déterminer par exemple, le plus justement possible, la quantité utile de prospectus à produire et d'éviter ainsi de surimprimer. Cette expertise est non seulement un apport significatif en termes de pertinence, précision et robustesse des prévisions, mais aussi un gain économique pour le client et un impact environnemental réduit.

31 millions
de données propriétaires

450 critères
INSEE

6 000 indicateurs
de consommation, centres
d'intérêt et appétences

25 millions
de données de mobilité

MEDIAPOSTE, EN QUELQUES CHIFFRES

5 719 salariés

281,8 millions d'euros

225 plateformes

5,847 milliards d'objets vendus

3 sites

63 519 869 SMS ou emails routés

25 000 clients



LES FEMMES ET LES HOMMES DE MEDIAPOSTE



5 719

salariés en France

94%

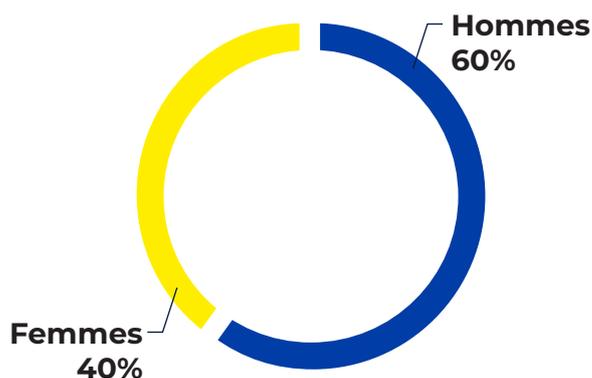
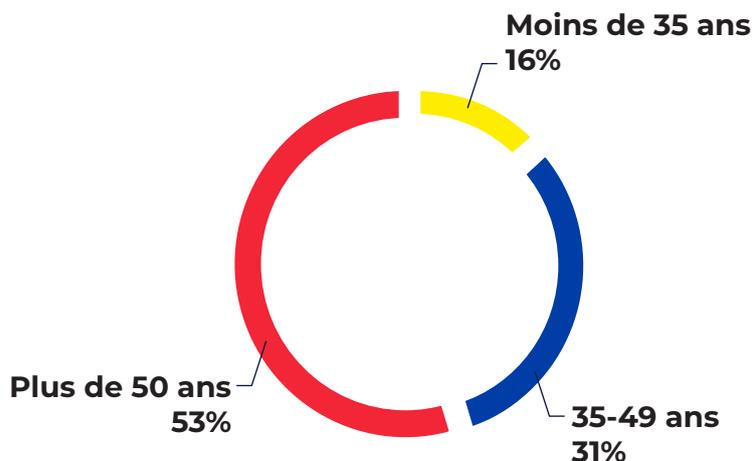
de salariés en CDI

11 ans

d'ancienneté moyenne des CDI

L'INCLUSION ET LA DIVERSITÉ,

VALEURS CENTRALES DE NOTRE POLITIQUE RH





Convaincus que l'inclusion et la diversité au sein des équipes sont un enrichissement et un des leviers de performance de l'entreprise, nous sommes engagés dans une politique de recrutement en faveur de l'égalité.



Ainsi, quel que soit son sexe, son âge, son origine, chaque collaborateur peut s'intégrer au sein de nos équipes. Pour traduire cet engagement, **MEDIAPOSTE est signataire de la Charte de la diversité depuis 13 ans.**

Sur le plan de l'égalité professionnelle femme-homme, pour la deuxième année consécutive, **MEDIAPOSTE a obtenu le score de 99/100 à l'index de l'égalité professionnelle.**

99 / 100
Index de l'égalité professionnelle

MEDIAPOSTE veille à favoriser l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap.

Ainsi, en 2023, nous comptons près de 8% de travailleurs en situation de handicap, au-dessus du minimum légal qui se situe à 6%.

7,7%

de travailleurs en situation de handicap

LA SANTÉ, LA SÉCURITÉ ET LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL AU CŒUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS

PRÉVENIR LES RISQUES

MEDIAPOSTE s'engage et met en place des actions préventives afin que l'ensemble de ses salariés travaillent en sécurité et sans risque pour leur santé. Ainsi, une démarche spécifique « Cap vers la prévention » a été initiée en 2019.

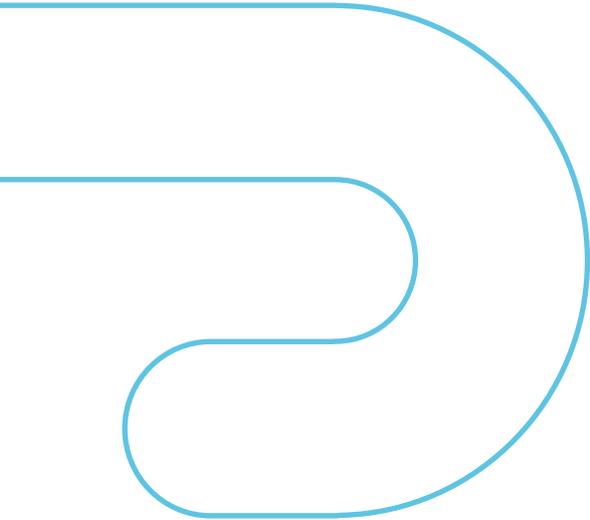
En 2023, nous avons poursuivi le déploiement de la politique prévention avec, à l'appui, une nouvelle équipe de Responsables Santé Sécurité Travail et l'affectation d'un Responsable au sein de chaque Direction Opérationnelle.

244 accidents du travail avec arrêt ont été recensés en 2023, en légère baisse vs 2022 où 253 en avaient été comptabilisés.

INTÉGRER LE TÉLÉTRAVAIL

Depuis décembre 2021, les collaborateurs de MEDIAPOSTE occupant un emploi pouvant être exercé à distance, ont la possibilité de travailler depuis chez eux, à raison de 2 jours par semaine.

L'instauration du télétravail a permis plus de flexibilité, une meilleure gestion du temps de travail et une autonomie renforcée. Le dispositif est à la fois un gage de performance ainsi qu'un atout de marque employeur pour MEDIAPOSTE qui contribue ainsi à l'épanouissement des collaborateurs grâce à un meilleur équilibre vie professionnelle et personnelle.



FÉDÉRER LES ÉQUIPES

Maintenir le lien entre tous les Médiapostiers répartis sur l'ensemble du territoire est un enjeu fort pour nourrir notre culture d'entreprise autour de nos valeurs communes.

Fédérer ces hommes et ces femmes aux parcours variés, issus de métiers différents, est une priorité pour MEDIAPOSTE. Nous y parvenons grâce à la mise en place de dispositifs de communication adaptés à nos publics, à leurs besoins et à notre feuille de route stratégique.

Par exemple, nous proposons « Le JT de MEDIAPOSTE », un rendez-vous bimestriel sous format vidéo court reprenant les actualités de l'entreprise, ou encore une lettre d'information baptisée IMEDIA, adressée par email et affichée sur site pour les collaborateurs ne disposant pas d'ordinateur ni d'adresse mail professionnels.

Une plateforme intranet permet de mettre à disposition des collaborateurs l'ensemble des informations et documents nécessaires à leur quotidien.



LA FORMATION ET LE SAVOIR-FAIRE POUR ACCOMPAGNER LA **MONTÉE EN COMPÉTENCES**

INTÉGRER LES COLLABORATEURS

MEDIAPOSTE pratique une démarche managériale valorisante basée sur l'excellence opérationnelle. C'est un levier qui vise à optimiser l'efficacité et la performance de l'entreprise, et des femmes et hommes qui la composent, de manière durable et pour la satisfaction client.

La démarche est en place depuis 2016 et elle a été revue en 2020-21, à travers le dispositif « Manager Excellent » et la formation associée.

Cette démarche d'amélioration continue se retrouve dans les pratiques et les postures mises en œuvre au quotidien : briefs périodiques, tour terrain, tutorat, accompagnement managérial...

Elle permet une meilleure acquisition des techniques du métier. En 2023, une centaine d'audits a été réalisée sur le respect des standards de la distribution et de la mécanisation.

Avec Manager Excellent, nous voulons développer une culture managériale propre à MEDIAPOSTE, cohérente avec nos valeurs et nos enjeux, qui soit un véritable repère pour chacun.

FORMER EN CONTINU

Soucieux de préserver la qualité de service envers ses clients et l'employabilité de ses collaborateurs, 13 450 heures de formation ont été dispensées en 2023. Elles ont bénéficié à 2 042 collaborateurs.

Le temps passé en formation s'élève ainsi à 6,6 heures par salarié. MEDIAPOSTE a consacré 2% de sa masse salariale pour former ses collaborateurs, un budget identique à celui de 2022.

Pour le déploiement de ces formations, MEDIAPOSTE dispose d'une plateforme FORMEO, qui recense plus de 197 modules. Celle-ci permet aux collaborateurs de suivre les formations à distance, au moment où ils sont le plus disponibles, ce qui leur offre plus de flexibilité dans l'organisation de leur travail.

L'offre de formation est variée et s'adresse à l'ensemble des métiers. Par ailleurs, pour les salariés ne disposant pas d'équipement informatique professionnel et pour les thématiques nécessitant de la mise en pratique, des formations en présentiel sont mises en place : prévention des risques, sécurité, conduite...

13 450
heures de formation

6,6
heures par salarié

197
modules

TRANSMETTRE NOS SAVOIRS

Chaque année, MEDIAPOSTE accueille des alternants au sein de sa structure.

Présents sur différents métiers (commerce, communication, marketing, RSE...), ils sont totalement intégrés à la vie de l'entreprise. Formés pour répondre aux besoins et attentes de leur futur employeur, cet engagement envers la jeunesse s'inscrit dans notre volonté de contribuer à préparer l'insertion des jeunes dans le milieu professionnel.

La curiosité et la grande motivation dont ils font preuve contribuent à impulser du dynamisme au sein de l'entreprise, ce qui constitue un atout majeur.

25
alternants formés

NOS 4 ENGAGEMENTS

1 ŒUVRER À L'ACCÉLÉRATION DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE POUR TOUS

SENSIBILISER LES COLLABORATEURS

Nous sommes conscients que, pour embarquer les équipes dans la transition écologique et leur permettre d'agir collectivement et/ou individuellement, des actions de sensibilisation sont nécessaires.

Ainsi, 2023 a marqué le début du déploiement de l'atelier Fresque du Climat en interne. Cet atelier a pour objectif de sensibiliser les participants aux causes et aux conséquences du dérèglement climatique.

Son fonctionnement est basé sur l'intelligence collective et permet d'intégrer des connaissances scientifiques de manière ludique. Deux ateliers ont été réalisés avec, en premier lieu, l'ensemble du Comex fresqué.

Sensibiliser les décideurs à l'urgence climatique à laquelle nous faisons face est une étape majeure, si nous voulons opérer un changement. Ensuite, les membres du comité RSE, relais de nos actions RSE, ont également participé à cet atelier. Nous avons comme objectif, pour 2024, de faire participer 100% des managers à un atelier Fresque du Climat et de le déployer plus largement auprès de l'ensemble des collaborateurs.



Toujours dans cette volonté de sensibiliser et d'inciter au passage à l'action, nous mettons en avant régulièrement des affiches écogestes.



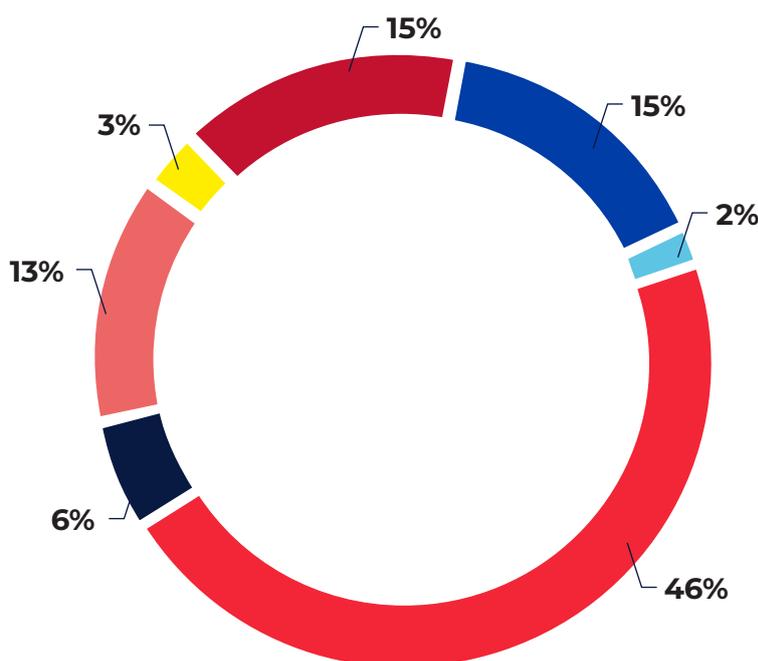
MESURER ET RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

MEDIAPOSTE a réalisé en 2023 son premier Bilan d'Emission de Gaz à Effet de Serre (BEGES) sur les 3 Scopes.

Cet exercice, réalisé par GREENWISHES sur les données 2022, nous a permis d'obtenir une photographie et une ventilation de nos émissions de gaz à effet de serre. Ainsi, nous avons pu réfléchir aux leviers à actionner afin d'amorcer notre transition écologique et ainsi lutter contre le dérèglement climatique.

66 923 t CO₂ éq. ont été émises par MEDIAPOSTE dans le cadre de ses activités. Les achats ou intrants sont responsables de 46% de ces émissions.

Répartition des émissions de gaz à effet de serre



achats ou intrants

énergie des bâtiments

fret

immobilisations

déchets indirects

déplacements

fin de vie

METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES

Nous avons mis en place une politique et des actions afin de réduire notre empreinte carbone sur ce poste.

Une charte Achats Responsables a ainsi été éditée, dans le prolongement de la politique d'achats du Groupe La Poste. Son déploiement a démarré en 2023. Cette charte est annexée à chaque nouveau contrat signé et atteste de l'engagement de nos fournisseurs et prestataires.

Nous avons mis en place une politique de renouvellement du matériel informatique responsable.

Bien que le matériel acquis soit immobilisé en comptabilité, le remplacement automatique à échéance d'amortissement ne constitue pas une règle de remplacement.

Ainsi, tout matériel fonctionnel et utilisable dans de bonnes conditions de sécurité et de performance est utilisé par nos collaborateurs. Tout matériel restitué en cas de départ de l'entreprise fait l'objet d'un traitement de vérification technique. Il est remasterisé dans les 15 jours puis remis en stock pour réaffectation à un autre utilisateur.

Pour allonger la durée de vie des équipements et conserver leurs capacités opérationnelles le plus longtemps possible, le service support informatique entretient régulièrement ces équipements. Cette politique mise en place pour les ordinateurs fixes et portables est également applicable aux serveurs et matériels d'infrastructure afin de maximiser la durée de vie de ceux-ci.

En cas d'acquisition de matériel, MEDIAPOSTE intègre des critères écoresponsables dans sa politique d'achat. Ainsi, les caractéristiques écoresponsables des matériels, constructeurs et fournisseurs de solutions, sont étudiées. Par exemple, le matériel labellisé Energy Star est privilégié. Ce label relatif à l'efficacité énergétique récompense les équipements les plus performants en matière de rendement énergétique.

Entretien - Maintenance - Réemploi

Tout matériel retiré du circuit (obsolescence, performance trop faible, pannes non réparables, etc.) fait l'objet d'un traitement de fin de vie pouvant être :

- **Une mise au rebut pour recyclage.**
- **Un don à des associations.**
- **Une cession à des brokers.**

VALORISER NOS DÉCHETS

En 2023, MEDIAPOSTE a, par exemple, poursuivi sa démarche de valorisation des palettes perdues initiée en 2020. Partant du principe que ces palettes de bois non réclamées par nos clients représentent un gisement de matière recyclable, nous avons mis en place un système de collecte et de valorisation dans toute la France. En 2023, **nous avons collecté et réemployé 103 177 palettes.**



S'ENGAGER POUR UNE COMMUNICATION PRINT RESPONSABLE AVEC SOLUTION PRINT

Certains clients font le choix de nous déléguer entièrement la production de leurs imprimés publicitaires.

Solution Print, entité intégrée à MEDIAPOSTE, fournit alors une prestation clé en main en adoptant la démarche la plus vertueuse sur toute la chaîne de production :

- **Choix des matières premières** : en 2023, Solution Print a atteint son objectif d'utiliser exclusivement du papier labellisé FSC ou PEFC. Par ailleurs, nous utilisons de l'encre à l'eau dès que cela est possible.



Les labels FSC et PEFC attestent que le produit en bois ou à base de bois est issu de forêts gérées selon les pratiques durables.

SOLUTION PRINT

284 millions de produits imprimés
2 500 clients

- **Conseils techniques** : grâce à notre expertise, nous conseillons à nos clients le grammage le plus adapté en fonction de différents critères : prise en main, adaptation du support au message... Un grammage moindre permet d'améliorer la performance environnementale et de réduire les coûts.

- **Création** : nous guidons nos clients vers des solutions limitant les aplats de couleurs et les couleurs sombres. Nous utilisons exclusivement des colles à base d'eau.
- **Impression** : nous travaillons exclusivement avec des imprimeries labellisées Imprim'Vert et privilégions les imprimeries ISO 14 001 / ISO 51 001.
- **Logistique** : 98% des volumes sont imprimés en France. Grâce à de nombreux partenaires répartis sur l'ensemble du territoire, les impressions se font majoritairement à proximité de nos clients, ce qui permet de réduire les distances à parcourir. Les 2% des volumes restants sont imprimés en Europe, dans les pays limitrophes. Concernant le choix des prestataires, 99% de nos transporteurs proposent une flotte de camions « **Euro 6** ».

La norme «Euro 6» est une norme européenne qui vise à réduire la quantité de polluants émis par les véhicules poids lourds.

De plus, pour optimiser le transport et réduire nos émissions de GES, nous privilégions le transport mutualisé lorsque nos camions ne sont pas complets.

ŒUVRER POUR UNE FLOTTE AUTOMOBILE PLUS PROPRE

Notre nouvelle Car Policy implique de se tourner uniquement vers des véhicules hybrides ou électriques en cas d'achat ou de renouvellement.

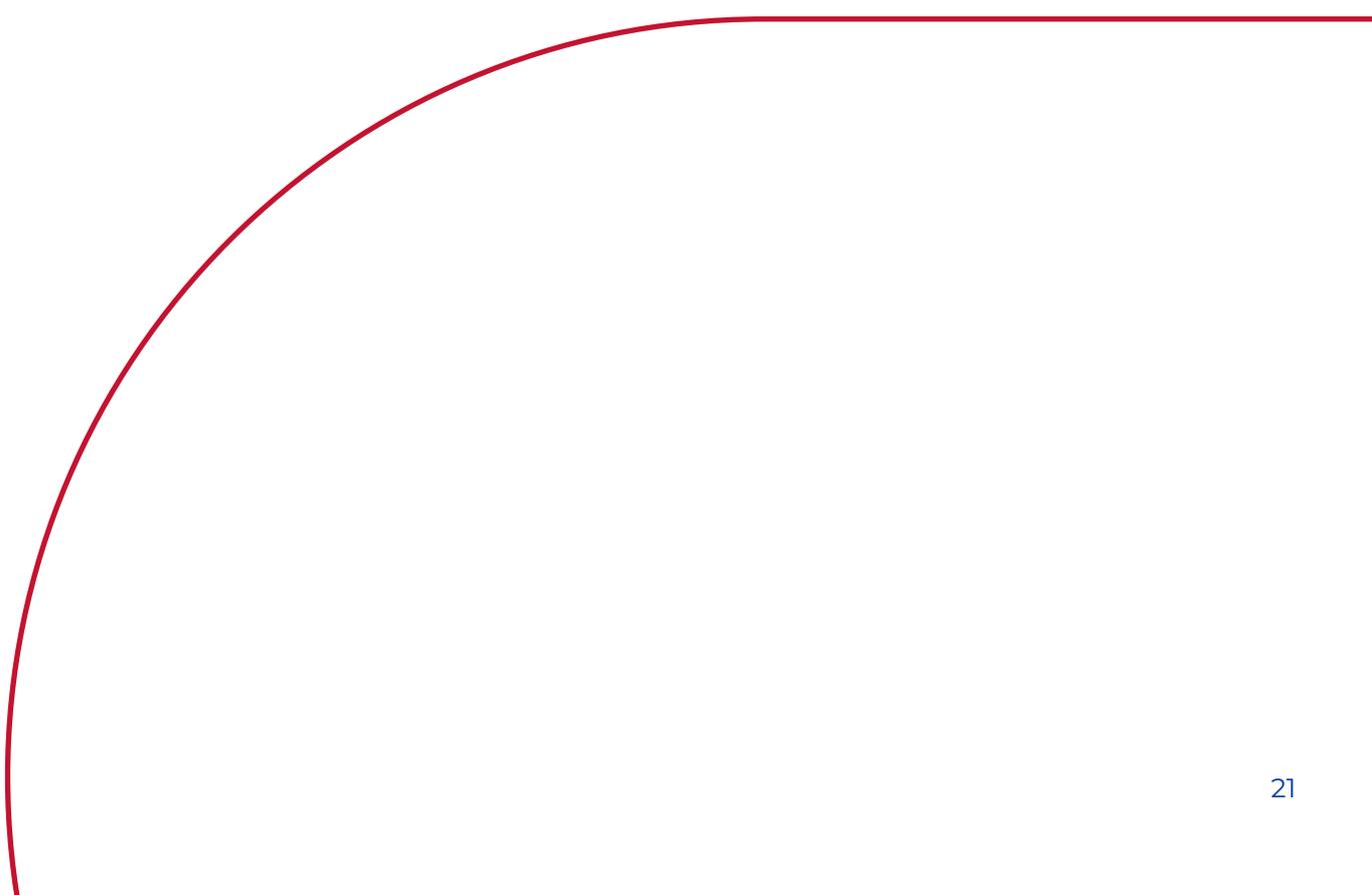
S'il existe encore des véhicules thermiques sur le parc, plus aucun n'est disponible sur notre catalogue. Par ailleurs, tous nos véhicules utilitaires sont électriques.

METTRE EN PLACE UN PLAN DE SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

En 2023, MEDIAPOSTE a poursuivi ses efforts dans le cadre du plan de sobriété énergétique du siège social de Montrouge.

Les actions engagées et les efforts consentis par chacun ont permis de réduire notre consommation énergétique de 30% par rapport à 2022. Les leviers actionnés ont été divers : mise en veille électrique automatique des écrans d'ordinateur, réduction de la portée des détecteurs de mouvements et baisse de la durée d'allumage, consignes de chauffage... Nos actions de sensibilisation à travers des affiches mettant en avant des écogestes ont également contribué à ce résultat.

-30% de consommation énergétique en 2023 vs 2022



METTRE EN PLACE DES ACTIONS À IMPACT POSITIF SUR L'ENVIRONNEMENT

Depuis 2012, La Poste accompagne la filière forestière française grâce au financement de plus de 30 projets forestiers.

LABEL BAS CARBONE

Cette contribution à la filière bois ainsi que le recours à des prestataires engagés et locaux permettent à La Poste et MEDIAPOSTE de se positionner comme des acteurs engagés, avec une vision élargie de leur chaîne de valeur. Nous accompagnons ainsi la filière papier dès sa production.

En 2023, MEDIAPOSTE a poursuivi son partenariat avec AGROOF, un bureau d'études spécialisé en agroforesterie, afin de participer à la transition écologique des pratiques agricoles.

L'agroforesterie prodigue des avantages écosystémiques permettant de créer des impacts positifs sur la biodiversité, l'environnement et la santé. MEDIAPOSTE travaillant en grande partie avec des acteurs de l'alimentation – les grandes surfaces alimentaires et les commerces locaux – nous avons souhaité apporter notre pierre à l'édifice en agissant en amont de la chaîne de valeur. Ainsi, nous avons participé en 2023 à la plantation de 250 arbres. Sur 2 ans, nous avons parrainé 500 arbres dans les parcelles agricoles d'un viticulteur du Gard.



2 AGIR POUR LE DYNAMISME DES TERRITOIRES ET DÉFENDRE NOTRE **ÉCOSYSTÈME**

Une étude conduite chaque année par le cabinet UTOPIES nous permet d'avoir une « photographie » des impacts socio-économiques du Groupe La Poste et de ses filiales, sur ses territoires de présence.

En 2023, il apparaît que MEDIAPOSTE soutient 8 716 ETP (équivalent temps plein) sur tout le territoire. MEDIAPOSTE, c'est également une participation de 258 millions d'euros de richesses dans l'économie française en 2023, dont près de 20 % dans les services publics de la santé, de l'éducation et du social. Cette étude démontre ainsi l'apport majeur joué par MEDIAPOSTE, sur ses lieux d'implantation dans le territoire français.

Dans le cadre de notre action en faveur des territoires, MEDIAPOSTE est engagé auprès des Relocalisateurs.

Cette association a pour mission de promouvoir la relocalisation des achats media afin d'accélérer le développement économique et social de nos territoires et de préserver une diversité media source de démocratie.



MEDIAPOSTE a rejoint ce collectif en 2023 et s'engage aux côtés de grands groupes media français comme JC Decaux, France TV, Publicis, Radio France afin de sensibiliser les annonceurs sur les impacts de leurs arbitrages médias.

En effet, face à la montée des GAMAM, il est plus que crucial de travailler à la relocalisation des investissements publicitaires au bénéfice des médias français locaux ou nationaux. C'est non seulement un enjeu de dynamisation des territoires sur le plan économique, mais aussi sur le plan social et sociétal.

Par ailleurs, MEDIAPOSTE est intégrée et engagée dans la grande filière française et internationale du papier graphique.

Elle poursuit son action de défense de l'imprimé publicitaire en prenant une part active au côté de Culture Papier, ou encore de Two Sides, deux organisations fortement impliquées. Nous nous positionnons et participons à la valorisation du papier à tous les niveaux.





FAVORISER L'INCLUSION SOCIALE

Nous avons à cœur de développer notre empreinte sociétale et nous agissons dans le but d'avoir un impact positif sur la société.

Agir auprès des personnes éloignées de l'emploi

Avant la distribution des imprimés publicitaires, il y a une étape préparatoire dite « assemblage ». Pour la réalisation de cette prestation, MEDIAPOSTE fait appel à des Etablissements et Services d'Accompagnement par le Travail (ESAT) et à des prisons.

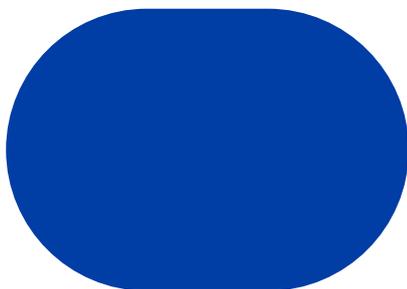
Ainsi, en 2023, ce sont 14 ESAT et 5 prisons qui ont participé à cette activité d'assemblage. Leurs prestations ont permis de couvrir près de 544 100 boîtes aux lettres par semaine. La valeur créée par MEDIAPOSTE auprès de ces établissements pour la réalisation de ces services s'élève à 455 000 euros.

Agir en faveur de la santé

Pour la deuxième année consécutive, MEDIAPOSTE a collaboré avec l'association « Le Papillon », située à Montrouge, près de notre siège. Cette association organise des événements autour de la prévention et la lutte contre le cancer du sein.

Dans le cadre de l'opération Octobre Rose, événement annuel et national qui a pour but de sensibiliser les Français au cancer du sein, MEDIAPOSTE a informé ses collaborateurs et a encouragé au dépistage : affiches de prévention, mise en avant de bus de dépistage, bracelets roses de soutien, etc.

MEDIAPOSTE apporte également un soutien financier et a fait un don à cette association pour la deuxième année consécutive.





SÉCURISATION DES DONNÉES

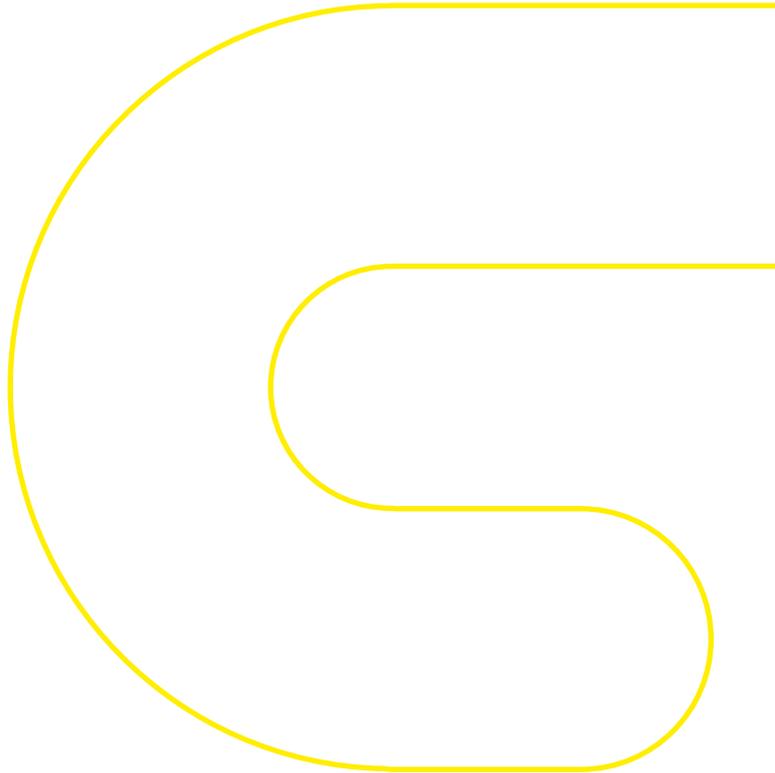
En 2018, MEDIAPOSTE a été la première entreprise du marché de la communication de proximité à obtenir la certification ISO 27001.

Valable 3 ans, elle nous a été renouvelée en 2021.

Reconnue au niveau international, cette certification regroupe un ensemble d'exigences en vue de l'établissement, de la mise en œuvre, de la tenue à jour et de l'amélioration continue d'un système de management de la sécurité de l'information.

Cette certification confirme notre implication dans la protection des informations de nos clients, mais aussi des clients de nos clients et atteste que MEDIAPOSTE maîtrise la cybersécurité et la protection des données personnelles utilisées dans le cadre des campagnes de communication de nos clients. C'est aussi la confirmation que MEDIAPOSTE est un acteur reconnu du digital, mais aussi l'instigateur d'un autre numérique, plus éthique.

D'autre part, depuis 2019, MEDIAPOSTE est labellisé « Privacy Protection Pact » par l'organisation professionnelle représentative de la Data Marketing Industrie.



LA RECONNAISSANCE DE NOS ENGAGEMENTS

NOS CERTIFICATIONS ET LABELS

AFNOR - MATURITÉ « EXEMPLAIRE » EN MATIÈRE DE DÉMARCHE RSE

L'ISO 26000 est la norme internationale qui fournit aux organisations les lignes directrices pour mener une démarche RSE.

Afin d'avoir un regard objectif sur sa politique RSE et de poursuivre ses engagements, en juin 2021, MEDIAPOSTE s'est portée volontaire pour que sa politique de Responsabilité Sociétale soit auditée par l'AFNOR au regard des lignes directrices de l'ISO 26000. MEDIAPOSTE a obtenu la note de 4/5 et est ainsi reconnue comme une société ayant un niveau de maturité « Exemplaire » en termes de Développement Durable.

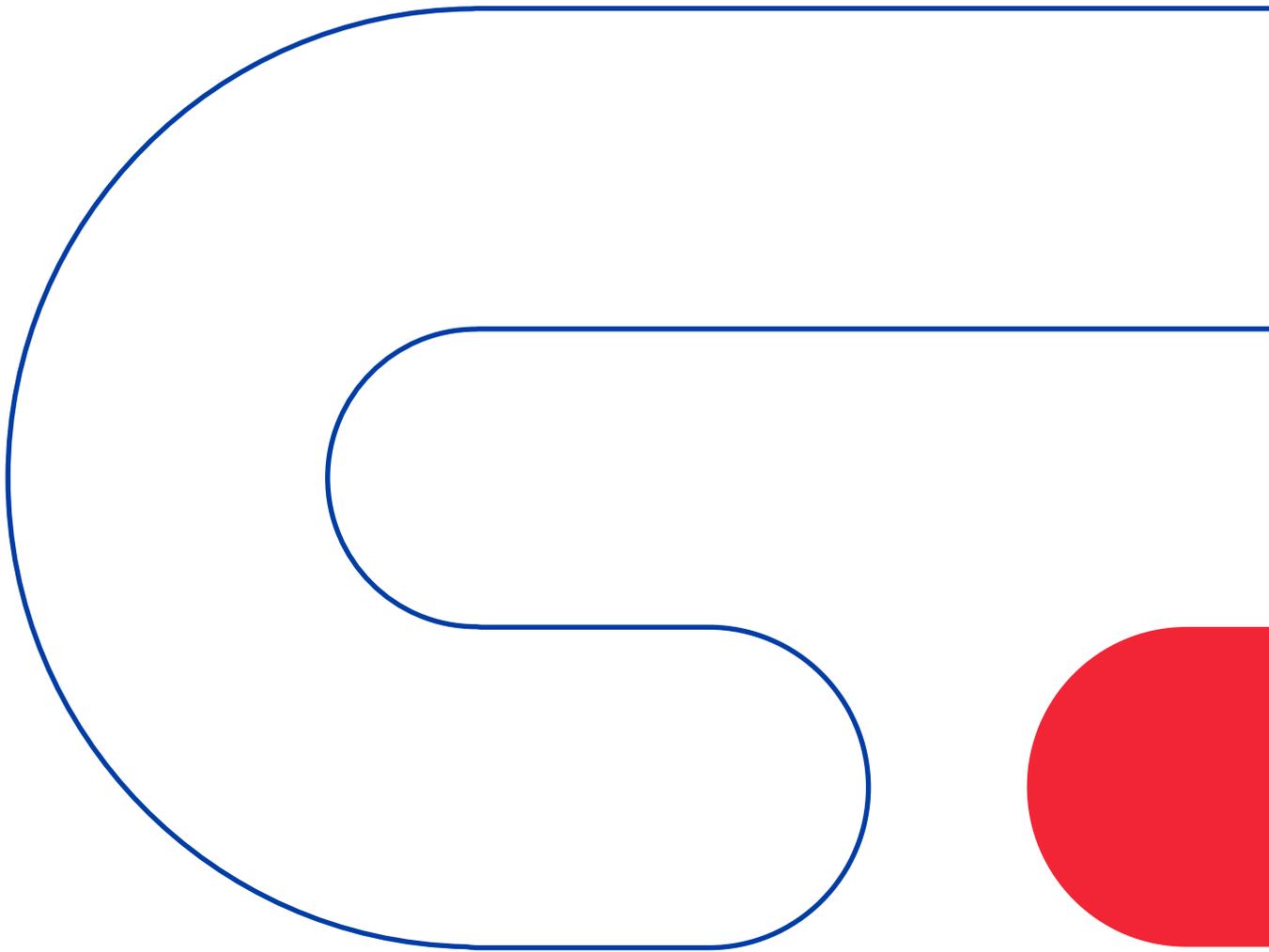
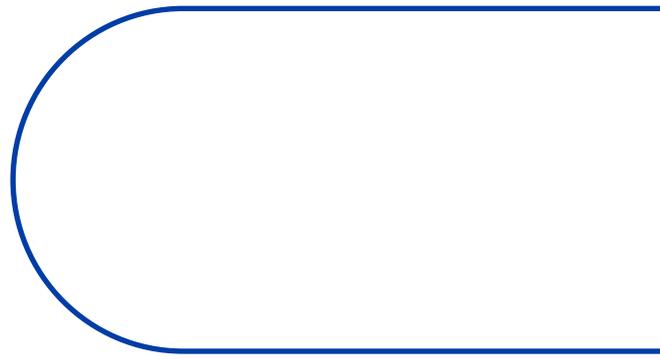
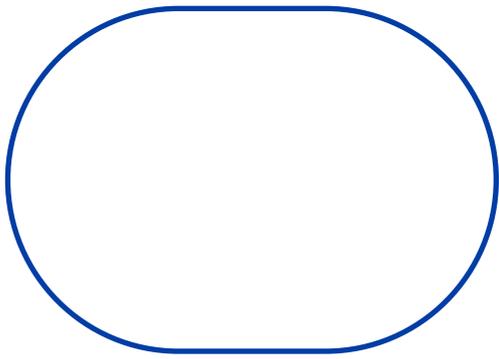


ECOVADIS - MÉDAILLE DE BRONZE

EcoVadis est une plateforme de notation de la performance RSE des entreprises.



Le périmètre de cette évaluation couvre 4 piliers : Environnement, Ethique, Social & Droits de l'Homme et Achats Responsables. En 2023, grâce à son engagement et à ses actions, MEDIAPOSTE a obtenu la médaille de bronze. Sur les 4 thématiques évaluées, MEDIAPOSTE se situe au dessus des scores moyens des autres entreprises évaluées dans le secteur d'activité «Publicité et études de marché».





MEDIAPOSTE

Communiquer bien.

mediaposte.fr