

DU BILAN CARBONE DE L'ENTREPRISE À L'INTENSITÉ CARBONE D'UNE ENQUÊTE : L'EXPÉRIENCE DE MÉDIAMÉTRIE

Aurélie Vanheuverzwyn¹

¹ *Médiamétrie, France, avanheuverzwyn@mediametrie.fr*

Résumé. La publication d'un bilan d'émissions de gaz à effet de serre (GES) est obligatoire tous les 4 ans en France depuis 2012 pour les entreprises de plus de 500 salariés. Médiamétrie va au-delà de cette obligation réglementaire et réalise depuis 2020 un Bilan Carbone® annuel complet (scopes 1, 2 et 3). Médiamétrie occupe une place singulière dans l'écosystème des médias au travers de sa mesure d'audience, bien commun sur lequel repose le marché publicitaire. Si elle peut paraître singulière, la contribution de Médiamétrie à la réduction des émissions carbone du secteur est essentielle du fait de son positionnement central et l'entreprise s'est engagée en 2020 à réduire de moitié son empreinte carbone d'ici 2030.

L'atteinte de cet objectif passe tout d'abord par l'identification des principales sources d'émissions de GES et des leviers de réduction à l'échelle de l'entreprise, mais aussi par l'adoption de démarches d'éco-conception et d'éco-production des mesures d'audience. Ces démarches impliquent naturellement l'engagement des souscripteurs de ces mesures, c'est pourquoi nous cherchons à décliner le bilan carbone en intensités carbone par étude et ainsi identifier des leviers de réduction concrets étude par étude et estimer l'impact carbone de différents scénarios d'évolution.

Dans une première partie, nous présenterons les grandes étapes de réalisation d'un bilan d'émissions de GES et détaillerons les résultats pour Médiamétrie et les mesures prises par l'entreprise pour réduire ses émissions. Nous décrirons ensuite la démarche de déclinaison par étude et présenterons les premiers résultats obtenus.

Mots-clés. Mesure d'audience, empreinte carbone, panel, enquête

Abstract. The publication of a greenhouse gas (GHG) emissions report has been compulsory every 4 years in France since 2012 for companies with more than 500 employees. Médiamétrie goes beyond this regulatory obligation and has been carrying out a complete annual Bilan Carbone® (scopes 1, 2 and 3) since 2020. Médiamétrie occupies a unique position in the media ecosystem through its audience measurement, the common asset on which the advertising market is based. Although it may seem singular, Médiamétrie's contribution to reducing the sector's carbon emissions is essential due to its central position, and the company made a commitment in 2020 to halve its carbon footprint by 2030.

Achieving this objective involves first of all identifying the main sources of GHG emissions and the levers for reducing them at company level, but also adopting eco-design and eco-production approaches to audience measurement. These approaches naturally imply a commitment on the part of the subscribers to these measures, that is why we are seeking to break down the carbon footprint into carbon intensities for each study, so as to identify concrete reduction factors for each study and estimate the carbon impact of different development scenarios.

In the first part, we will present the main stages in carrying out a GHG emissions

assessment, detailing the results for Médiamétrie and the measures taken by the company to reduce its emissions. We will then describe the approach adopted for each study and present the initial results obtained.

Keywords. Audience measurement, carbon footprint, panel, survey