

Communiqué de presse

Médiaperformances lance le programme For Good

- Avec For Good, le leader du shopper marketing en France a décidé de surexposer gratuitement les marques engagées.
- Cette initiative concrétise la raison d'être de Médiaperformances : « Promouvoir, via nos médias, une consommation plus responsable ».

Le 30 juin 2020 - Selon une récente étude, 86% des Français¹ souhaitent adopter une consommation plus responsable et 58%² estiment que les marques ont un rôle majeur à jouer dans la résolution des problèmes actuels, post Covid-19.

Pour répondre à cette quête de sens, [Médiaperformances](#), leader français du shopper marketing, lance le programme For Good, en faveur d'une consommation plus responsable. Les clients de Médiaperformances qui rempliront les critères d'engagement requis pourront ainsi bénéficier d'une médiatisation digitale supplémentaire, en complément de leur campagne publicitaire.



L'objectif du programme For Good est de soutenir le mouvement de fond vers une consommation durable, plus que jamais attendue des Français, en surexposant les marques vertueuses et en valorisant leurs engagements gracieusement.

« Après l'annonce de la neutralité carbone de nos campagnes et activités en début d'année, le programme For Good marque une nouvelle étape de notre engagement et témoigne de notre nouvelle raison d'être qui est de **promouvoir, via nos médias, une consommation plus responsable**. Nous avons la conviction que l'avenir appartient aux marques engagées qui œuvrent pour redonner du sens à la consommation. S'il doit y avoir un tournant pour la grande consommation aujourd'hui, c'est celui de la RSE. A travers ce programme, nous souhaitons contribuer à cette impulsion. » déclare Rémy Gerin, président de Médiaperformances.

Dès juillet prochain, quelle que soit l'envergure de leurs campagnes, les marques éligibles bénéficieront simultanément, de **2 millions d'impressions additionnelles en media digital exclusivement dédiées à leur engagement RSE**. Cette surexposition s'appuiera sur une création qui mettra en valeur les critères ayant permis à la marque ou au produit d'être identifiés comme responsables.

¹ Consumer Day March 2019

² Trust Barometer Edelman

Afin d'être éligibles, les marques ou produits devront remplir à minima deux critères attestant soit :

- **de leur engagement global** : labels B-Corp ou PME+
- **de leurs efforts pour maîtriser les impacts environnementaux** : Entreprise signataire du Pacte Plastique, Label AB produit en UE/France, Label Cosmebio
- **de leur lutte contre le réchauffement climatique** (neutre en carbone et objectif de réduction de leurs émissions)
- **de la qualité de l'apport nutritionnel de leurs produits** : Nutriscore A ou B conjugués à l'indice de transformation NOVA niveaux 1 ou 2

Cette visibilité supplémentaire, sur applications mobile ou sites internet, permettra de sensibiliser 24 millions de foyers français !

Serge Papin, Président du comité de suivi de la raison d'être RSE de Médiaperformances, affirme : *« L'entreprise se doit aujourd'hui de conjuguer son projet économique avec le bien commun, afin de permettre la réconciliation entre l'économique, le social, le sociétal et l'environnemental. C'est ce sur quoi Médiaperformances s'engage, et c'est la raison pour laquelle j'ai accepté de présider leur comité de suivi de la Raison d'Être. L'entreprise du 21^{ème} siècle aura nécessairement un pied dans le bien commun, elle exprimera l'intérêt général dans sa raison d'être. En cela, Médiaperformances est pionnière en son secteur. »*

A propos de Médiaperformances :

Créée en 1985, Médiaperformances est le leader incontesté du shopper marketing en France. Au sein du Groupe Mediaperf, Médiaperformances s'adresse aux marques comme aux Agences Média, avec une gamme de solutions publicitaires omnicanales on et off, qui influencent le comportement d'achat du consommateur. Partenaire notamment de Carrefour, Auchan, E.Leclerc, Cora, Intermarché, Système U, Casino,. Médiaperformances compte parmi ses clients, plus d'une centaine d'annonceurs PGC et non-alimentaires comme Danone, Nestlé, Unilever, Mondelez, Coca-Cola, Nintendo. Plus d'informations sur le site web : <http://mediaperformances.net>

CONTACTS PRESSE

Médiaperformances

Anaïs Saint-Albin / Sayuli Nishioka

Tel : 01 56 03 12 23 / 01 56 03 15 03

Mail : anaïs.saint-albin@bcw-global.com / sayuli.nishioka@bcw-global.com