

Médiaperformances lance le programme 1% For Labels

Avec 1% For Labels, le leader du shopper media en France a décidé de dédier 1% de son chiffre d'affaires à l'exposition des labels.

**Cette initiative concrétise la raison d'être de Médiaperformances :
« Promouvoir, via nos médias, une consommation plus responsable ».**

Paris, le 19 avril 2022 - Médiaperformances continue de promouvoir, via ses médias, une consommation plus responsable. Après le programme For Good, qui surexpose gratuitement des marques responsables, le 1% For Labels met une fois de plus le digital au service de l'information et de la pédagogie.

Le saviez-vous ?

En France, 66% des familles se disent attentives aux labels mais plus de 30% sont incapables d'en citer au moins un*. Un travail est donc nécessaire auprès des consommateurs pour une meilleure compréhension des logos qui ornent les packagings et valident les démarches qualité tout au long de la chaîne de production des produits.

Pour répondre à cette quête d'information, Médiaperformances, leader français du shopper media, lance le programme 1% For Labels, en faveur d'une consommation plus responsable. L'objectif de Médiaperformances est de contribuer au développement de la notoriété et de la compréhension des labels auprès des consommateurs.

Concrètement, Médiaperformances a décidé d'offrir 1% de son Chiffre d'affaires en exposant 4 labels qui figuraient déjà parmi les critères d'éligibilité du Programme For Good dédiés aux marques responsables. En quelques chiffres, cela donne :

- **4 labels** : B Corp / AB / PME+ / 1% for the Planet
- **12 semaines** d'expositions gratuites en DOOH
- **227 magasins** concernés
- **1049 écrans**
- **6 millions de shoppers** touchés en 1 semaine
- **19 millions de contacts** générés

Depuis le 21 mars, chacun des labels bénéficie de 3 semaines d'exposition gratuite dans 227 magasins soit 19 millions de contacts générés. Cette exposition s'appuie sur une création vidéo qui met en valeur les critères définis par les labels.

Cette exposition supplémentaire, va apporter de manière simultanée ; une forte visibilité aux labels et une information pédagogique aux consommateurs.

*(source : LSA Green 6/20)

Rémy Gérin, Président et Directeur Général de Médiaperformances déclare :

« J'ai toujours trouvé intéressant le modèle du 1-1-1 lancé par Salesforce, qui alloue 1% de son capital, 1% du temps des collaborateurs et 1% de la production à des projets philanthropiques. Nous avons lancé avec succès le programme For Good il y a bientôt 2 ans, pour surexposer les marques responsables. En sélectionnant des labels bien précis comme critères d'éligibilité. Ce faisant, nous nous sommes aperçus que certains labels étaient méconnus ou mal maîtrisés par les consommateurs, il nous est donc apparu naturel de prolonger le programme sous la forme d'une surexposition des labels. Le media DOOH est très adapté de par sa puissance à toucher des millions de consommateurs, et son format de spot via lequel des messages percutants et explicatifs peuvent être transmis. Voilà comment est né ce projet, et nous nous réjouissons de continuer à faire vivre concrètement notre raison d'être par cette démarche. »

A propos de Médiaperformances :

Créée en 1985, Médiaperformances est le leader incontesté des médias d'activation shopper on et off 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, Borges Tramier, La Fermiere, Kambly, Le Petit Basque, Mutti, Nintendo. Plus d'informations sur le site web : <http://Médiaperformances.net>