



## Communiqué de Presse

### L'Union Des Entreprises de Conseil et d'Achat Media (UDECAM) adopte une nouvelle charte RSE

**et se dote d'un outil de mesure de l'empreinte  
environnementale des campagnes médias,  
opérationnel dès octobre 2021.**

**Paris, le 29 avril 2021**

L'UDECAM adopte une nouvelle charte relative à la **responsabilité sociétale des entreprises**. Celle-ci s'inscrit dans les engagements de la filière communication en faveur de l'environnement pris notamment en soutien du projet de loi Climat & Résilience.

Préparé par la commission RSE de l'UDCEAM, ce texte s'articule autour de 4 piliers :

- les **conditions de travail**,
- la **loyauté des pratiques** professionnelles,
- la **responsabilité environnementale** des agences,
- la **promotion du développement durable** auprès de toutes les parties prenantes,

Par ailleurs, **l'UDECAM se dote du premier outil marché de mesure et de réduction de l'impact environnemental des campagnes media**, qui sera **mis à disposition de ses agences membres à partir d'octobre 2021**.

Pour élaborer cet outil, l'UDECAM s'appuiera sur le cadre méthodologique de référence défini par la Commission européenne. Dans un esprit d'intelligence collective avec les marques, les media et l'ensemble des partenaires technologiques, **une consultation sera lancée dans la phase d'élaboration** du référentiel d'évaluation.

L'UDECAM a retenu **la méthode PEF** (Product Environmental Footprint) qui va au-delà de la seule mesure de l'impact carbone et prend en compte 16 critères tels que la consommation de ressources ou l'impact sur la biodiversité. Ce dispositif d'évaluation de la performance environnementale des campagnes media, permettra à toutes les agences media et à leurs clients de systématiser la démarche de mesure de l'empreinte environnementale pour mener une analyse objective et rigoureuse des campagnes media sur tous les canaux.

Pour l'accompagner dans cette démarche, **l'UDECAM a choisi Glimpact** comme partenaire scientifique et technique.

Cette initiative pionnière en Europe, marque **la mobilisation et la contribution de toute la filière française des agences media** pour répondre aux enjeux environnementaux.

L'UDECAM qui représente 24 agences media françaises entend ainsi assumer sa part d'efforts pour réaliser la transition écologique de la publicité et la réduction de son impact sur l'environnement.

Avec ce projet, **la filière française des media sera pionnière et exemplaire, développant la vocation d'être reconnue comme telle à l'échelle européenne.**

**Gautier Picquet**, Président de l'UDECAM souligne : « Dans un contexte d'évolution profonde de la société et face à l'urgence climatique l'UDECAM assume son rôle d'acteur responsable et engagé. Ensemble nous sommes plus forts et collectivement nous devons nous doter des outils qui nous permettront de nous transformer. C'est pourquoi nous adoptons dès aujourd'hui une charte sur la responsabilité sociétale des entreprises et lancerons en octobre 2021 un outil de mesure de l'empreinte environnementale des campagnes. »

**Christophe Girardier**, Co-fondateur et Président de Glimpact précise : « La démarche lancée par l'UDECAM est exemplaire, et est susceptible de mettre en mouvement toute l'industrie des media et de la communication. Les équipes de Glimpact sont extrêmement fières d'accompagner l'UDECAM dans ce projet. Le choix de la méthode PEF pour la mesure de la performance environnementale est révélateur du haut niveau d'ambition de l'UDECAM pour cette démarche. »

**Patrick Gouyou Beauchamps**, Président de la commission RSE de l'UDECAM ajoute : « L'engagement RSE de l'UDECAM est la marque d'une ambition exigeante des agences membres de s'impliquer dans une démarche responsable et porteuse de sens. En choisissant la méthode PEF, unique méthode reconnue par l'Union Européenne, les agences de l'UDECAM font de la mesure de l'empreinte environnementale des campagnes media un enjeu collectif et unifié. L'UDECAM et ses agences membres appliqueront ainsi les mêmes indicateurs afin d'améliorer l'empreinte environnementale des campagnes media. »

---

## À propos de l'UDECAM

L'Union des Entreprises de Conseil et Achat Media réunit 24 Agences media, architectes des stratégies de moyens au service des objectifs branding et business des marques. L'Udecam réunit : Anacrouse, Artefact, DentsuAegis Network (Carat et iProspect), Pôle Media de Havas Group (Havas Media, Arena Media, FullSix Media, Agence79), GroupM (KR Wavemaker, Mediacom, Mindshare), Mediabrands, Mediatrack, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD, Remind-PhD, Fuse), Premium, Publicis Media (Zenith, Starcom, Blue 449), Repeat, Values. Depuis 1996, cette association est une instance de dialogue et de concertation avec les différents partenaires des media et de la communication mais aussi entre les collaborateurs des agences. Elle valorise l'expertise media et hors-media, défend les intérêts collectifs de ses adhérents et les représente auprès de tous les acteurs du marché : pouvoirs publics, organismes professionnels et interprofessionnels, media, annonceurs et relais d'opinion.

### Contacts

**Patrick GOUYOU BEAUCHAMPS** – President de la Commission RSE de l'Udecam

**Françoise CHAMBRE** – Déléguée Générale – Tel : 06 85 03 83 69 – <http://www.udecam.fr>

## À propos de GLIMPACT

Glimpact, jeune start-up française, est la première plateforme digitale permettant l'évaluation de l'impact environnemental global des produits et des organisations. Elle rend facile d'accès la méthode PEF (Product Environmental Footprint), mise au point par la communauté scientifique européenne et adoptée par l'UE en 2018 comme nouveau cadre méthodologique de référence. S'appuyant sur une équipe de passionnés d'experts scientifiques de la performance *environnementale*, du *traitement des données* et du *big data* Glimpact change radicalement notre vision de l'empreinte environnementale globale.

### Contact

**Christophe GIRARDIER** – Président – Tel. : 06 45 75 19 98 – [glimpact.com](http://glimpact.com)