



Communiqué de Presse

L'Udecam présente le Bilan Carbone Vie de Bureau des Agences Medias et annonce son Plan d'Action pour un Bilan GES sectoriel de l'achat média en France pour 2014

Paris, le 4 décembre 2012

L'Udecam* – *Union des Entreprises de Conseil et d'Achat Médias* – **poursuit ses initiatives consacrées au Développement Durable**. Après avoir conçu un module de Formation*** destiné à l'ensemble des collaborateurs des Agences et organisé les Rencontres Medias et Développement Durable****, l'Udecam **présente aujourd'hui le Bilan Carbone « Vie de bureau » des Agences Medias, et son plan d'action pour la réalisation d'un bilan GES (gaz à effets de serre) de l'achat media en France.**

Pour la première fois et accompagnées par le cabinet spécialisé Carbone 4 **, les agences membres de l'UDECAM ont réalisé le calcul de leur bilan gaz à effet de serre à partir d'une méthode commune. En 2011, elles ont émis, 10 000 tonnes de CO₂, soit 4,7 tonnes équivalent CO₂/salarié.

Ce premier diagnostic collectif confirme que les résultats de ces entreprises sont principalement impactés par les déplacements, les achats de prestations et amortissements de bien durables.

Les agences ont également mené, via une collecte cumulée de l'ensemble de leur activité métier et grâce à la collaboration de nombreux médias, **un premier calcul provisoire de leurs émissions de gaz à effet de serre générées par leurs activités achats médias en Télévision, Presse, Internet et Radio.**

Cette première mesure, qui doit être améliorée et complétée en deuxième phase du Plan d'Action de l'Udecam, est d'environ 750 000 tonnes pour les agences impliquées et pour ce périmètre, soit 1 300 000 teqCO₂ si on extrapole ces résultats à l'ensemble du marché. Cette première indication démontre l'importance de l'impact carbone dans le secteur du conseil et de l'achat media.

Le Plan d'Action de l'Udecam se déroule sur 3 ans piloté par la Commission Développement Durable. L'ambition du programme est d'aboutir à la réalisation du **premier bilan de GES des agences médias françaises pour « rendre compte » de leur impact carbone et définir des objectifs communs de réduction des émissions GES.**

Dès janvier 2013, **l'Udecam, dans une démarche « work in progress » initiera un cercle vertueux de tous les acteurs de la chaîne de valeur de la publicité et des médias et conviera l'ensemble des médias et parties prenantes** à des échanges afin de consolider de manière collective et transparente la méthodologie sectorielle et définir de façon concertée tous les indicateurs les plus pertinents.

A l'issue de cette concertation l'Udecam sera en mesure de finaliser le **Guide méthodologique « Bilan GES de l'achat media en France »**, partagé avec tous les acteurs et qui sera publié en 2014 avec le bilan et les résultats à l'issue de la réalisation du bilan complet des Agences médias.



Contacts:

Sébastien Danet

Président de l'UDECAM

Sebastien.danet@udecam.fr

Bertrand Beaudichon

Vice-Président de l'UDECAM

bertrand.beaudichon@omnicommediagroup.com

Françoise Chambre

Déléguée Générale

francoise.chambre@udecam.fr

Alice Audouin

Présidente de la Commission Développement Durable

alice.audouin@fr.havasmedia.com

***A propos de l'Udecam – Union des Entreprises de Conseil et Achat Média :**

L'Udecam réunit : Aegis Medias (Carat et Vizeum), Havas Medias (MPG et Euromedia), Mediabrands (Initiative et UM), Mediacom, MEC, Mediakeys, Mindshare, My Media, Neo@ogilvy, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD et PhD) Poster Conseil, Re-mind et Vivaki (Zenithoptimedia, Starcom).

Depuis 1996, cette association est une instance de dialogue et de concertation avec les différents partenaires des médias et de la communication mais aussi entre les collaborateurs des Agences. Elle valorise l'expertise média et hors-média, défend les intérêts collectifs de ses adhérents et les représente auprès de tous les acteurs du marché : pouvoirs publics, organismes professionnels et interprofessionnels, médias, annonceurs et relais d'opinion.

Aujourd'hui les Agences medias de l'Udecam rassemblent près de 4 000 collaborateurs et réalisent un billing de près de 11 milliards d'€ dont 40% via les activités de diversification qu'elles développent (OOH, Etudes, Brand Content, Digital, Evènementiel...). Elles représentent près de 90%* des investissements médias réalisés en France.

**Source Recma*

**** A propos de Carbone 4 :**

Carbone 4 est un cabinet de conseil en « stratégie carbone ». Leader et pionnier en matière de bilan carbone et expérimenté dans le secteur des médias, après avoir réalisé le bilan carbone de grands medias.

Il est dirigé par Alain Grandjean et Jean Marc Jancovici (auteur de la méthode Bilan Carbone pour le compte de l'Ademe). Les travaux de l'Udecam ont été accompagnés et pilotés par Emmanuelle Paillat, manager de Carbone 4

***** Avec Des Enjeux et des Hommes**

****** Avec Offre Medias**