

Note méthodologique sur la matérialité interne

JCDecaux a conduit et publié sa première analyse de matérialité en 2013. Les résultats obtenus ont permis d'élaborer la Stratégie Développement Durable déployée en 2014. Afin de tenir compte des évolutions de nos activités (présence dans de nouveaux pays, augmentation de la part du digital dans nos activités,...), des attentes de nos parties prenantes, et nourrir la Stratégie de Développement Durable du Groupe à 2030, cette analyse a été actualisée en 2018 puis en 2020. Les résultats de l'analyse réalisée en 2018 ont confirmé le bien-fondé de notre Stratégie Développement Durable de l'époque et permis de nourrir la réflexion sur son enrichissement. L'enquête menée en 2020, en période post-Covid-19, nous a permis de conforter les travaux que nous avons entamés pour enrichir notre feuille de route stratégique à horizon 2030.

Pourquoi la matérialité est un exercice stratégique ?

Pour JCDecaux, l'analyse de matérialité est un outil qui permet d'élaborer et d'actualiser la Stratégie de Développement Durable du Groupe. Elle permet d'identifier et d'évaluer les enjeux business, environnementaux, sociaux et sociétaux en lien avec le développement durable afin de les hiérarchiser chacun selon un double critère : l'importance de l'enjeu pour l'entreprise, et l'importance de ce même enjeu pour ses parties prenantes.

Que veut dire "enjeu matériel" ?

Le terme fait référence aux enjeux liés au Développement Durable pertinents pour l'entreprise du fait qu'ils puissent constituer un risque ou une opportunité pour la performance économique et/ou traduire une attente des parties prenantes internes et externes.

Comment sont identifiés nos enjeux matériels ?

Pour chacune des 3 études menées, nous avons procédé en deux étapes :

1) Identification et définition des enjeux de développement durable pour notre entreprise

Afin d'établir la liste des enjeux, nous avons mené une revue approfondie des sources de référence. Cela inclut les standards de la Global Reporting Initiative (GRI), ceux de Sustainability Accounting Standards Board (SASB), les principaux questionnaires des agences de notation extra-financière (CDP, MSCI, FTSE4Good), ainsi que les enjeux priorisés par nos concurrents directs et indirects, et les enjeux mis en exergue par notre veille médiatique. 37 enjeux regroupés en 4 familles d'enjeux (Business, Opérations, Social, Légitimité) ont ainsi été identifiés lors de notre dernière analyse de matérialité en 2020.

2) Evaluation et hiérarchisation des enjeux

Les enjeux identifiés sont hiérarchisés via un questionnaire en ligne adressé au Top Management de l'entreprise : les membres du Directoire de JCDecaux, les Directeurs Fonctionnels Corporate, les Directeurs Régionaux, les Directeurs Pays et les membres de leurs Comex locaux - soit un total de 113 répondants en 2020, représentant l'ensemble des géographies où JCDecaux est présent. Les 37 enjeux évalués ont permis de développer une matrice très précise et complète pour guider nos travaux d'enrichissement de la Stratégie. Ces enjeux ont ensuite fait l'objet de regroupements (37 enjeux

regroupés en 18 enjeux « chapeaux ») pour permettre une meilleure lisibilité de notre matrice à l'externe.

Les critères d'évaluation sont :

(a) l'impact de l'enjeu sur la performance économique de JCDecaux (en abscisse)

(b) l'importance de l'enjeu pour nos parties prenantes clés (en ordonnée)

Chaque enjeu est évalué sur une échelle de 0 (aucun impact ou attente) à 5 (impact ou attente très significatif).

L'analyse a été menée en interne uniquement. Du fait de leurs fonctions et expertises, les répondants sont considérés comme capables de traduire les enjeux et leur importance pour les parties prenantes qu'ils côtoient au quotidien.

Quelles parties prenantes sont considérées dans l'analyse de matérialité ?

Les principales familles de parties prenantes représentées sont les mandants publics et privés, les clients annonceurs, les collaborateurs, les fournisseurs et partenaires, la communauté financière, les citoyens et usagers, les associations, ONG et leaders d'opinion.

Notre matrice de matérialité 2020



Légende

- Enjeu repris dans l'ambition « Pour des lieux de vie plus durables »
- Enjeu repris dans l'ambition « Pour une empreinte environnementale optimisée »
- Enjeu repris dans l'ambition « Pour une culture de responsabilité de notre écosystème »
- Enjeu traité dans la Stratégie globale du Groupe

Tous jugés comme très importants pour notre performance économique et nos parties prenantes, la très grande majorité de nos enjeux matériels a été reprise dans notre Stratégie RSE 2030. Seuls trois enjeux n'apparaissent pas de façon explicite dans cette feuille de route. Ces enjeux font partie de notre ADN et sont traités dans le cadre de notre modèle d'affaires ou à travers nos actions quotidiennes. Les intégrer à notre feuille de route Développement Durable ne nous a pas semblé faire sens puisqu'il s'agit ici d'éléments traités dans notre Stratégie de Groupe.

Dernière mise à jour : juillet 2022